

## **PRIESKUM: Čím horšie sú na tom ľudia aktuálne s financiami, tým je ich ochota dať sa zaočkovať nižšia**

**Ochota Slovákov dať sa zaočkovať klesá s ich zhoršujúcou sa finančnou situáciou. Viac ako tretina tých, čo sú na tom najhoršie, sa, paradoxne, najväčšmi ohradzuje proti vakcinácii. Pandémia mení aj náš spôsob bankovania a presúva ho viac do online kanálov. Sociálny dištanc sa podpísal nielen pod finančné správanie, ale najmä pod chýbajúcu socializáciu, ktorá je pre 85 % ľudí rozhodujúcim argumentom v prospech očkovania. Vyplyva to z výsledkov prieskumu agentúry 2muse<sup>1</sup> pre 365.bank, ktorý prebiehal na začiatku februára.**

Svoju aktuálnu **finančnú situáciu** považuje za **horšiu viac ako polovica** populácie (55 %). **Každý druhý** človek pritom uvádza, že musel **siahnuť na svoju finančnú rezervu**. Čím horšie sú však na tom ľudia ekonomicky, tým menšia je ich ochota dať sa zaočkovať. Viac ako **tretina** tých, ktorí sú na tom **najhoršie**, sa jednoznačne **ohradzuje proti očkovaniu**.

*„Dôvodom takéhoto vnímania môže byť priveľká frustrácia, ktorá vedie k tomu, že ľudia nevidia v očkovaní nádej alebo zmysel. V takomto psychickom stave väčšinou vnímajú zúžené možnosti a nedokážu uveriť, že existuje aj niečo, čo im dokáže pomôcť. Úlohu pritom môže zohrávať i strach o zdravie, obava z niečoho nového a nepoznaného či nedostatok informácií o dlhodobých účinkoch vakcíny, prípadne nedôvera v authority. Názor na očkovanie sa však ešte môže formovať v čase, kým toto rozhodnutie nebude pre konkrétneho človeka aktuálne,“* uvádza psychologička Júlia Šichmanová.

Naopak, **40 %** tých, ktorí **hodnotia** svoju aktuálnu **situáciu dobre**, sa jednoznačne **prikláňa k očkovaniu**. Celkovo sa pritom nálada v spoločnosti v súvislosti s očkovaním vyvíja a mení. V posledných mesiacoch badať pozitívny trend v jeho prospech, pričom aktuálne je zástancom očkovania približne **šesť z desiatich Slovákov**.

Presvedčených, že vakcinácia povedie **k zlepšeniu aktuálnej finančnej situácie**, je pritom **67 % ľudí**. Pandémia vytvára aj nové vzorce správania v oblasti financií. Takmer **dve tretiny** našich ľudí plánujú využívať **bankové služby viac online**. Približne rovnaký počet plánuje **zredukovať návštevy bankových pobočiek** (66 %).

*„Predpokladáme, že digitálny daily banking nie je iba dočasný trend ovplyvnený aktuálnou situáciou, ale stane sa novým normálom. Pandémia potvrdila, že mať stabilný digitálny kanál je v dnešnej dobe alfa a omega. Ľudia si tento návyk osvojili, a tak predpokladáme, že fyzický kontakt budú využívať sporadickejšie, pri komplikovanejších produktoch alebo pri poradenstve,“* uvádza Linda Valko Gáliková, PR manažérka 365.bank.

Sociálny dištanc sa však podpísal nielen pod zmenu nášho finančného správania, ale aj pod **socializáciu**, ktorá je rozhodúcim argumentom v prospech očkovania. Pre **86 %**

<sup>1</sup> Online prieskum „Postoj Slovákov voči očkovaniu proti ochoreniu COVID-19“ vypracovala agentúra 2muse na vzorke 1 010 respondentov v období od 5. do 11. 2. 2021.



Slovákov je najdôležitejšia možnosť začať sa opäť **slobodne stretávať**. Približne rovnaký počet ľudí (85 %) si pritom uvedomuje aj **potrebu návratu detí do škôl** či slobodnejšieho **chodenia do práce**. Systém práce a štúdia na diaľku je pre ľudí z dlhodobého pohľadu pravdepodobne vyčerpávajúci a nevyhovujúci. V opätovné **naštartovanie ekonomiky** verí podľa prieskumu **84 % ľudí**.

**O 365 bank:**

*Sme banka pre dnešných ľudí. Veríme, že súčasné technológie nám umožňujú byť pre klienta naozaj užitočnými. Stačí len zapnúť si smartfón. Preto na Slovensko prinášame bankovníctvo, ktoré je postavené na princípe „mobile first“. V centre všetkého, čo robíme, je klient. Bankovníctvo budujeme tak, aby bolo preňho jednoduché, príjemné na používanie a inteligentné. Našou ambíciou je byť takou bankou, ktorú budete chcieť používať každý deň. Viac na [www.365.bank](http://www.365.bank)*

Kontakt pre médiá: Linda Valko Gáliková, PR manažér, e-mail: [linda.galikova@365.bank](mailto:linda.galikova@365.bank), mobil: +421 910 866 91