

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**

**NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

Evidenčné číslo: 101008/B/2024/421000354359

**VPLYV PSYCHOLOGICKÉHO POSTRČENIA NA  
ROZHODNUTIA O SPORENÍ**

**Bakalárska práca**

**2024**

**Bc. Lucia Cíliková**

**EKONOMICKÁ UNIVERZITA V BRATISLAVE**  
**NÁRODOHOSPODÁRSKA FAKULTA**

**VPLYV PSYCHOLOGICKÉHO POSTRČENIA NA  
ROZHODNUTIA O SPORENÍ**

**Bakalárska práca**

**Študijný program:** Financie, bankovníctvo a poisťovníctvo

**Študijný odbor:** Manažment a ekonómia

**Školiace pracovisko:** KPOI NHF – Katedra poisťovníctva

**Vedúci záverečnej práce:** Ing. Matej Lorko, PhD.

## **Čestné vyhlásenie**

Čestne prehlasujem, že bakalársku prácu na tému „Vplyv psychologického postrčenia a rozhodnutia o sporení“ som vypracovala samostatne, svedomito a uviedla som všetku použitú literatúru.

**Dátum:**

.....

**Lucia Cíliková**

## **Pod'akovanie**

Týmto by som sa chcela poďakovať vedúcemu bakalárskej práce Ing. Matejovi Lorkovi, PhD za vedenie, cenné rady a pripomienky, ktorými mi pomáhal pri vypracovaní mojej diplomovej práce. Moja veľká vďaka patrí mojej rodine, ktorí boli mojou oporou počas celého štúdia.

## **ABSTRAKT**

CÍLIKOVÁ, Lucia: *Vplyv psychologického postrčenia na rozhodnutia o sporení*. – Ekonomická univerzita v Bratislave. Národohospodárska fakulta; katedra poisťovníctva – Ing. Matej Lorko, PhD. – Bratislava: NHF, 2024, 49s.

Táto bakalárska práca skúma, ako psychologické postrčenie ovplyvňuje rozhodnutia o sporení. Cieľom je analyzovať rôzne formy postrčení, ako sú rámovanie, predvolené možnosti, význačnosť, jednoduchosť a vonkajší pohľad, aby sme určili, ktoré z nich najlepšie motivujú ľudí k sporeniu. Na základe dotazníka sme zistili, že najefektívnejším postrčením je význačnosť, zatiaľ čo rámovanie má slabší vplyv. Výsledky tejto práce poskytujú užitočné poznatky pre finančné inštitúcie a jednotlivcov, ktoré môžu pomôcť pri vývoji efektívnych stratégií sporenia.

**Kľúčové slová:** psychologické postrčenie, sporenie, rozhodnutie, motivácia

## **ABSTRACT**

CÍLIKOVÁ, Lucia: The influence of psychological encouragement on savings decisions. - University of Economics in Bratislava. Faculty of National Economy; Department of Insurance - Ing. Matej Lorko, PhD. – Bratislava: NHF, 2024, 49 p.

This bachelor's thesis examines how psychological nudges influence savings decisions. The goal is to analyze different forms of nudges, such as framing, default options, salience, simplicity, and external view, to determine which ones best motivate people to save. Based on the questionnaire, we found that salience is the most effective nudge, while framing has a weaker impact. The results of this work provide useful insights for financial institutions and individuals that can help in developing effective savings strategies.

**Keywords:** psychological push, saving, decision, motivation

# OBSAH

Úvod .....	8
1.2 Proces rozhodovania a jeho fázy .....	11
1.3 Koncept postrčenia v behaviorálnej ekonómii.....	13
2. Mechanizmy psychologického postrčenia .....	14
2.1 Typy postrčení a ich kvalifikácia .....	14
2.1.1 Nudging ako „manipulácia“ voľby .....	15
2.1.2 Podporovanie reflexívneho výberu .....	16
2.1.3 Podnecovanie k reflektovanej voľbe.....	17
2.2 Využitie postrčení v finančnom rozhodovaní.....	17
3. Vplyv postrčenia na rozhodnutia o sporení.....	19
3.1. Prehľad empirických štúdií zameraných na sporenie.....	19
3.2 Príklady úspešných postrčení v oblasti osobných financií.....	19
3.3 Diskusia o účinnosti a limitoch postrčení pri sporení.....	21
4. Cieľ práce, metodika a metódy skúmania .....	22
5. Výsledky práce a diskusia .....	27
5.1 Analýza vizuálneho materiálu o sporení a štatistické vyhodnotenie rozdielov.....	31
5.2 Podrobná analýza materiálu z dotazníka.....	31
5.3 Regresná analýza a predikcia preferencií na základe vizuálnych podnetov .....	36
Záver .....	43
Zoznam použitej literatúry .....	45
PRÍLOHY .....	49

## Úvod

Cieľom tejto práce je preskúmať rôzne aspekty psychologického postrčenia v súvislosti so sporením. Zaoberali sme sa emocionálnymi a behaviorálnymi faktormi, ktoré môžu ovplyvniť rozhodnutia jednotlivcov o tom, ako sporiť. Taktiež sme sa snažili vysvetliť, ako sa psychologické postrčenie prejavuje v rôznych životných situáciách a ako môže ovplyvniť dlhodobé finančné ciele jednotlivcov.

V rámci tejto práce sme tiež pozerali na existujúce teoretické prístupy k psychologickému postrčeniu a jeho vplyvu na rozhodovanie. Analyzovali sme relevantnú literatúru a štúdie z oblasti psychológie, ekonómie a financií, aby sme lepšie porozumeli tomuto fenoménu a jeho implikáciám pre sporenie a osobné financie.

Nakoniec sa pozreli na možnosti, ako využiť poznatky z tejto práce na praktickú úroveň, navrhnutím dotazníka, ktorý zisťuje ktoré psychologické postrčenie je najvhodnejšie pre respondentov pri vyberaní sporenia v danej banke podľa jednotlivých psychologických postrčení: rámovanie, predvolené možnosti, význačnosť, jednoduchosť a vonkajší vplyv.

Tento výskum je dôležitý, pretože nám pomôže lepšie porozumieť psychologickým faktorom, ktoré ovplyvňujú rozhodovanie o sporení, a umožní nám vypracovať efektívnejšie stratégie a nástroje na podporu finančnej pohody a zodpovedného správania sa s peniazmi.

Hlavným cieľom tejto práce je identifikovať a analyzovať, ako rôzne formy psychologického postrčenia môžu ovplyvniť motiváciu ľudí sporiť peniaze. Práca skúma špecifické stratégie, ako sú rámovanie, význačnosť, jednoduchosť a vonkajší pohľad, a ich vplyv na rozhodnutia o sporení. Výsledkom by malo byť lepšie pochopenie, ktoré techniky sú najúčinnnejšie pri formovaní sporiacich návykov.

Vplyv psychologického postrčenia na rozhodnutia týkajúce sa sporenia je významný a rozmanitý. Z analýzy vyplýva, že najefektívnejšie psychologické postrčenie v oblasti motivácie k sporeniu predstavuje význačnosť, ktorá zdôrazňuje kľúčové informácie a dôležité aspekty rozhodovacích procesov. Tento prístup zvyšuje vnímanie dostupných možností medzi respondentmi a posilňuje ich tendenciu sporiť.

Na druhej strane sa rámovanie, ktoré sa sústreďuje na špecifickú prezentáciu informácií, ukázalo byť menej účinné. Tento druh postrčenia má slabší vplyv na rozhodnutia respondentov o sporení, čo naznačuje, že spôsob prezentácie má menší vplyv na rozhodovanie než samotný obsah informácií.

Analýza ďalej poukazuje na dôležitosť jednoduchosti a dostupnosti informácií, ktoré môžu zvýšiť komfort pri rozhodovaní o sporení. Stratégie ako predvolené možnosti a

poskytovanie nových pohľadov mohli respondentov motivovať k dôkladnejšiemu premýšľaniu o svojich finančných rozhodnutiach.

Cieľom tejto bakalárskej práce bolo vyhodnotiť, ktoré psychologické postrčenie je najefektívnejšie pri zvyšovaní motivácie k sporeniu medzi vybranými respondentmi. Analýzou sme sa zamerali na rozličné typy psychologických postrčení, ako sú rámovanie, význačnosť, jednoduchosť a vonkajší pohľad, poskytneme detailné porovnanie ich vplyvu na rozhodovanie o sporení. Cieľom bolo identifikovať, ktoré metódy sú najúčinnnejšie v praxi a môžu byť odporúčané finančným inštitúciám a jednotlivcom pre optimalizáciu ich sporiacich stratégií.

# 1. Psychologické aspekty rozhodovania

## 1.1 Definícia a princípy behaviorálnej ekonómie

Hoci sa niektorí môžu domnievať, že behaviorálna ekonómia je relatívne novou podoblasťou ekonómie, ekonómovia v skutočnosti študujú témy súvisiace s tým, čo dnes označujeme ako „behaviorálna ekonómia“, tak dlho, ako sa ekonómia študuje. Hoci v minulosti existovalo mnoho prepojení medzi ekonómiou a psychológiou, táto oblasť sa od psychologickéj analýzy vzdialila, keď sa na zefektívnenie a usporiadanie ekonomickej teórie začali používať matematické techniky.

Okrem toho dôraz psychológie na subjektívne motívy nesedel s dôrazom ekonómov na objektívne, analytické, matematické metódy zachytenia ekonomického rozhodovania prostredníctvom pozorovania volieb a rozhodnutí ľudí, keďže ekonómovia sa čoraz viac zameriavali na kvantitatívne štýly rozhodovania. Z obdobia, ktoré možno nazvať behaviorálnou „dobou temna“, v ktorej sa vytratili dôležité poznatky iných spoločenských vied, zažila behaviorálna a psychologická ekonómia v 80. a 90. rokoch 20. storočia výraznú renesanciu. Preskúmanie historického vývoja behaviorálnej ekonómie a niektorých behaviorálnych teórií, ktoré predchádzali modernej ekonómii, od Davida Huma v 18. storočí po Hymana Minského v 20. storočí, nám môže pomôcť pochopiť, prečo. Tu uvádzame stručný prehľad histórie; Kao a Velupillai (2015) a Heukelom (2014) však poskytujú dôkladnejšie opisy.<sup>1</sup> Teória ekonomického správania sa objavila po tom, ako sa na základe empirických a experimentálnych štúdií zhromaždilo dostatok dôkazov na podporu názoru, že deklarovaný racionálny postoj nie je primárnym faktorom ovplyvňujúcim ekonomické rozhodovanie.

Ďalší výskum ukázal, že je možné vytvoriť a použiť psychologické koncepcie, ktoré predpovedajú finančné rozhodnutia. Definícia ekonomického správania je syntézou psychológie a ekonómie s dôrazom na komplexnosť ľudského potenciálu, ako aj na štúdium trhov s konkrétnymi pôsobiacimi subjektmi a ich hranicami. Vedecké skúmanie ľudského a sociálneho poznania, ako aj emocionálneho vychýlenia sa označuje ako teória správania. Tieto skúmania sú skutočne nevyhnutné pre hlbšie pochopenie ekonomických rozhodnutí

---

<sup>1</sup> BADDELEY, Michelle. Behavioural Economics and Finance. 2nd ed. London: Routledge, 2018. 348 s. ISBN 978-1-315-21187-9. [2024-05-03]. Dostupné online: <https://doi.org/10.4324/9781315211879>.

a ich vplyvu na tvorbu trhových cien, návratnosť úspor a rozdelenie zdrojov. Odhad racionality finančných inštitúcií a jej nedostatkov sú primárnymi témami tejto oblasti.<sup>2</sup>

## 1.2 Proces rozhodovania a jeho fázy

Rozhodovacie prostredie predkladá rozhodovateľom množstvo potenciálnych problémov. Pravdepodobne najdôležitejším krokom v procese rozhodovania je štruktúrovanie problému, ktoré zahŕňa rozpoznanie existencie problému, ktorý je potrebné vyriešiť, načrtnutie potenciálnych spôsobov konania, zhromaždenie údajov o alternatívach, určenie pravdepodobných budúcich udalostí a iných relevantných okolností a zváženie potenciálnych výsledkov, ktoré by mohli vyplývať z prijatých opatrení a súčasnej situácie (Albert, Aschenbrenner, Schmalhofer, 1989; Slovic, Lichtenstein, Fischhoff, 1988). Rozhodovateľ musí najprv problém štruktúrovať, potom odhadnúť pravdepodobnosti výsledkov spojených s rôznymi alternatívami, vyhodnotiť subjektívne hodnoty alebo užitočnosť výsledkov, skombinovať tieto hodnotenia s cieľom vybrať preferovaný postup a vykonať rozhodnutie v správnom čase.

Nakoniec môžu rozhodovatelia prehodnotiť rozhodnutie o správaní pre budúce použitie pomocou spätnej väzby z jeho realizácie. Môžu prehodnotiť problém, prehodnotiť subjektívne pravdepodobnosti a hodnoty potenciálnych výsledkov a zmeniť svoj názor na najlepší postup, a to všetko v závislosti od toho, ako sú spokojní s výsledkom.<sup>3</sup> Teóriu postrčenia podporuje behaviorálna rozvojová ekonómia ako spôsob, ako zohľadniť kognitívne predsudky ľudí a využiť donucovacie zásahy štátu na postrčenie správania ľudí želaným smerom.

Kognitívne predsudky vyvolávajú skepsu, pokiaľ ide o účinnosť psychológie rozhodovania v rámci voľných trhov. Základným predpokladom tohto prístupu je, že rozhodovatelia poznajú metódy a ciele obyvateľstva a konajú spôsobom, ktorý ich chráni pred kognitívnymi predsudkami. Teória stimulácie rakúskej ekonomickej školy slúžila ako základ pre nudge teóriu, ktorá je preskúmaná a diskutovaná v tomto článku. Teória stimulácie spočíva v komparatívnej inštitucionálnej perspektíve, ktorá má ľuďom poskytnúť možnosť uvedomiť si svoje chyby a napraviť ich "za pochodu", aby sa kultivoval hospodársky rozvoj. Tvrdí sa, že teória postrčenia prehliada kognitívne zaujatosti

---

<sup>2</sup> BIKAS, E. - JUREVIČIENE, D. Approach to personal behaviour finance. Wroclaw University of Economics, 2009. 59, 75-88.

<sup>3</sup> AJZEN, I. The social psychology of decision making. In: HIGGINS, E. T. - KRUGLANSKI, A. W. (Eds.). Social psychology: Handbook of basic principles. New York: Guilford Press, 1996, s. 297-325.

politických rozhodovateľov, zanedbáva komparatívnu perspektívu inštitucionálneho prostredia vzhľadom na tieto zaujatosti a neberie do úvahy, ako funguje konštrukcia úsudkov "za pochodu".

Po preskúmaní princípov nudge teórie sa diskutuje o jej hlavných kritikách zo strany boost teórie, pričom sa formujú nové závery o behaviorálnej ekonómii rozvoja a výskumné cesty v závislosti od riadiacej alebo posilňujúcej kvality inštitucionálneho prostredia. Hypotéza o podpore využíva komparatívny inštitucionálny pohľad, ktorý má ľuďom poskytnúť sebavedomie a schopnosť vykonať korekcie "na mieste" s cieľom podporiť hospodársky rozvoj.

Hypotéza postrčenia je kritizovaná za to, že ignoruje kognitívne zaujatosti politických rozhodovateľov, komparatívnu perspektívu inštitucionálneho prostredia vzhľadom na tieto zaujatosti a proces prijímania rýchlych rozhodnutí. Po prehľade hlavných princípov nudge teórie sa skúmajú kľúčové námietky vznesené voči boost teórii, čo vedie k niektorým inovatívnym záverom a novým smerom štúdia behaviorálnej rozvojovej ekonómie založenej na posilňujúcich alebo riadiacich vlastnostiach inštitucionálneho prostredia.<sup>4</sup> Vedci už viac ako storočie skúmajú faktory, trendy a zvláštnosti ľudského rozhodovania. Výsledkom je, že sociálna a kognitívna psychológia sú dve významné oblasti výskumu. Uvedený smer skúma spôsoby, akými sociálne preferencie, sebapoňatie, sociálne identity a sociálne normy ovplyvňujú motiváciu, poznávanie a správanie ľudí. Množstvo empirických dôkazov napríklad dokazuje, že ľudia sa riadia sociálnymi preferenciami, ako je spravodlivosť, reciprocita alebo averzia voči nespravodlivosti, namiesto toho, aby konali výlučne vo vlastnom záujme (Fehr a Gächter, 2002).

Okrem toho ich rozhodnutia ovplyvňuje správanie iných, ktoré vidia alebo predpokladajú, ako aj sociálne normy ich rovesníckej skupiny (Demarque a kol., 2015). Vnútorné myšlienkové procesy sú predmetom druhej podoblasti kognitívnej psychológie. Empirický výskum uskutočnený v posledných desiatich rokoch, ktorý nadviazal na prelomovú prácu Kahnemana a Tverského, odhalil celý rad systematických vzorcov ľudského správania vrátane heuristik a predsudkov, ktoré môžu spôsobiť, že ľudia robia iracionálne rozhodnutia (Kahneman a kol., 1991; Kahneman a Tversky, 1979; Tversky a Kahneman, 1974; Gigerenzer a Todd, 1999; Loewenstein a Prelec, 1992).<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> ESPINOSA, V. I. - WANG, W. H. Principles of Nudging and Boosting: Steering or Empowering Decision-Making for Behavioral Development Economics. Sustainability, 14(4), 2145. Dostupné na: <https://doi.org/10.3390/su14042145>.

<sup>5</sup> SCHUBERT, C. Exploring the (behavioural) political economy of nudging. Journal of Institutional Economics, 2017, ročník 13, číslo 3, s. 499-522. doi:10.1017/S1744137416000448.

### 1.3 Koncept postrčenia v behaviorálnej ekonómii

To, čo by niektorí mohli označiť za „falošnú raketovú vedu“, teda prvky príspevkov ekonómov, ktorí sa zameriavajú na to, čo považujú za základy ekonomickej teórie, v Thalerovej práci chýba. Jeho odbornou oblasťou je spochybňovanie obmedzení relatívne jednoduchšej konvenčnej ekonomickej analýzy pri vysvetľovaní javov, ktoré videl v reálnom živote. Vyvinul tiež nové priame metódy na vysvetlenie správania, ktoré sa vymyká konvenčnej ekonomickej teórii. Jeho práca je osviežujúco fundovaná, a možno práve preto má taký vplyv na formovanie hospodárskej politiky, ktorá následne formuje skutočné správanie a obsah učebných osnov ekonómie.<sup>6</sup> Mnohí zástancovia voľby odmietajú paternalizmus vo všetkých jeho podobách. Chcú, aby ľudia mali možnosť slobodne sa rozhodovať.

Tento druh myslenia zvyčajne vedie k politickým odporúčaniam, ktoré kladú dôraz na to, aby sa ľuďom poskytlo čo najviac možností a aby si mohli vybrať tú, ktorá najlepšie vyhovuje ich potrebám (s čo najmenšou mierou zapojenia alebo podnecovania zo strany štátu). Tento spôsob myslenia je krásny, pretože poskytuje jednoduchú odpoveď na mnohé zložité otázky: Jednoducho povedané, maximalizujte (množstvo a rozmanitosť) možností výberu! Táto stratégia sa presadzuje v mnohých odvetviach vrátane poistenia liekov na predpis a vzdelávania.

Domnievame sa, že ich skepsa je založená na nesprávnom predpoklade a dvoch mylných predstavách. Falošným predpokladom je, že takmer všetci ľudia sa takmer vždy rozhodujú tak, aby to bolo v ich najlepšom záujme, alebo prinajmenšom lepšie ako rozhodnutia, ktoré by urobil niekto iný. Tvrdíme, že tento predpoklad je nepravdivý - ba dokonca zjavne nepravdivý.

V skutočnosti si myslíme, že mu nikto neverí, keď sa nad tým zamyslí. Predstavte si zápas medzi neskúseným hráčom a šachovým expertom. Neskúsený hráč by nevyhnutne prehral kvôli svojim zlým rozhodnutiam, ktorým by sa dalo ľahko predísť niekoľkými pokynmi. Bežní spotrebitelia sú často začiatočníci, ktorí sú v interakcii s prostredím plným skúsených odborníkov, ktorí sa im snažia predávať. Všeobecnejšie povedané, otázka, ak dobre sa ľudia rozhodujú, je empirická a v rôznych oblastiach budú pravdepodobne existovať rôzne odpovede.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> EARL, P. E. Richard H. Thaler: A Nobel Prize for Behavioural Economics. *Review of Political Economy*, 2018, ročník 30, číslo 2, s. 107–125. doi:10.1080/09538259.2018.1513236.

<sup>7</sup> THALER, Richard H. - SUNSTEIN, Cass R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. New Haven: Yale University Press, 2008.

## 2. Mechanizmy psychologického postrčenia

### 2.1 Typy postrčení a ich kvalifikácia

Teória duálnych procesov, ktorá slúži ako základ pre veľkú časť súčasnej psychológie a neurovedy, patrila medzi prvé koncepty, ktoré Thaler a Sunstein predstavili v knihe *Nudge*.<sup>8</sup>

Podľa hypotézy duálneho procesu možno v ľudskom mozgu rozlíšiť dva typy myslenia: inštinktívny, intuitívny štýl myslenia a reflexívny, logický typ myslenia. Hoci Kahneman označuje tieto štýly myslenia ako systém 1, resp. 2, my ich podľa vzoru Thaler a Sunsteina radšej označujeme ako automatické a reflexívne myslenie.<sup>9</sup> Myšlienku sme označili za automatickú, pretože je rýchla, inštinktívna a zvyčajne nie je spojená so skúsenosťou. Reflexívne myslenie sa spája so zámerným a vedomým spracovaním informácií. Je malé, efektívne a pripomína sústredenie. Skúsenosť konania, autonómie a vôle je spojená s uvedomovaním si seba samého.<sup>10</sup> V rámci mojej bakalárskej práce som identifikovala nasledujúce kľúčové psychologické postrčenia, ktoré budem ďalej analyzovať z hľadiska ich vplyvu na rozhodovacie procesy jedincov: rámovanie rozhodnutí. Rámovanie, je technika prezentácie informácií, ktorá môže ovplyvniť rozhodovanie. Efekt rámovania môže mať značný vplyv na verejnú mienku. Verejné záležitosti a iné udalosti, ktoré priťahujú pozornosť verejnosti, môžu byť interpretované veľmi odlišne na základe toho, ako sú zarámované. Niekedy môžu byť záležitosti alebo postoje, ktoré sú prospešné pre väčšinu ľudí, vnímané nepriaznivo kvôli negatívnemu rámcovaniu.<sup>11</sup> Jedným z ďalších nástrojov psychologického postrčenia sú predvolené možnosti. Zahŕňa výber predvolenej možnosti vopred a využitie zotrvačnosti na mierne zvýšenie pravdepodobnosti, že si ju rozhodovatelia vyberú. Toto postrčenie spočíva v nastavení "predvolenej" možnosti tak, aby ľudia, ktorí nechcú alebo nevedia, ako si vybrať, automaticky skončili s voľbou, ktorá je považovaná za najlepšiu pre nich.<sup>12</sup> Pri výraznosti ako psychologickom postrčení sa ovplyvňuje dôležitosť konkrétnej alternatívy. Zvýraznenie kľúčových informácií alebo dôležitosť určitých aspektov rozhodnutia môže ovplyvniť, ako ľudia vnímajú svoje možnosti. Zobrazenie nákladov na fajčenie počas života môže byť efektívnejšie než jednoduché varovanie pred

---

<sup>8</sup> THALER, Richard H. - SUNSTEIN, Cass R. *Nudge*. Yale University Press. [Supra note 1], s. 19–22.

<sup>9</sup> THALER, Richard H. - SUNSTEIN, Cass R. *Nudge*. Yale University Press. [Supra note 1], s. 19.

<sup>10</sup> STANOVICH, Keith E. *Rationality and the Reflective Mind*. Yale University Press. [Supra note 29], s. 6.

<sup>11</sup> THE DECISION LAB. Framing effect. The Decision Lab, 2021. Dostupné na: <https://thedeclarationlab.com/biases/framing-effect>.

<sup>12</sup> ZHAO, N., LIU, X., LI, S., ZHENG, R. Nudging effect of default options: a meta-analysis. *Advances in Psychological Science*, 2022, ročník 30, číslo 6, s. 1230.

zdravotnými rizikami.<sup>13</sup> Zložité úlohy alebo rozhodnutia môžu byť demotivujúce. Jednoduchosť ako psychologické postrčenie slúži na poskytnutie jasnejších informácií môže ľuďom pomôcť ľahšie sa rozhodnúť alebo konať. Pre komunikáciu s verejnosťou z jednoduchosti vyplýva, že občania sa budú s väčšou pravdepodobnosťou správať v súlade s predpismi, keď sa informácie budú odovzdávané zjednodušene a keď sa zvýrazia potenciálne dôsledky.<sup>14</sup> Vonkajší pohľad umožňuje analyzovať správanie a rozhodovacie procesy bez ovplyvnenia osobnými emóciami alebo predpojatými názormi, ktoré môžu ovplyvňovať rozhodnutia zúčastnených strán. Nudging a manipulácia sú často chápané ako externé faktory, ktoré sa snažia ovplyvniť naše chovanie, čím zasahujú do smerovania našich životov, ktoré by sme si inak zvolili sami, riadení vlastnou slobodnou vôľou. Obavy môžu vyvstať z predpokladu, že naše konanie by malo byť primárne motivované internými impulzmi alebo aspoň takými, s ktorými sa dokážeme plne identifikovať. Manipulácia je vnímaná ako morálne pochybná, pretože ako forma "externého" vplyvu sa pokúša klamať alebo nahradzovať "interné" procesy, ktoré sú charakteristické pre jednotlivcov pôsobiacich z pozície slobody.<sup>15</sup>

### **2.1.1 Nudging ako „manipulácia“ voľby**

Doteraz sme tvrdili, že „nudging“ nemusí vždy zahŕňať kontrolu „voľby“. Otvorenosť politických opatrení je však sama o sebe kľúčovým problémom, ktorý podporuje demokratickú tvorbu politiky a slúži ako základ pre myšlienky ako „akceptácia“, „zodpovednosť“, „rešpekt“, „zvažovanie“ a „súhlas“. Preto je stále rozhodujúce určiť presnú mieru, do akej nudging zahŕňa „manipuláciu“, a či sa to týka manipulácie správania alebo voľby.

Celkovo sa zdá, že princíp publicity, ako aj Thalerova a Sunsteinova širšia definícia otvorenosti nie sú dostatočným základom pre usmernenie tvorcov verejnej politiky pri vhodnom a zodpovednom uplatňovaní metódy nudge na modifikáciu správania.<sup>16</sup> Tvrdíme,

---

<sup>13</sup> LINDENBERG, S. - PAPIES, E. K. Two Kinds of Nudging and the Power of Cues: Shifting Salience of Alternatives and Shifting Salience of Goals. *International Review of Environmental and Resource Economics*, 2019, ročník 13, číslo 3-4, s. 229-263.

<sup>14</sup> CHADIMOVA, K. Timing, Deterrence & Simplicity in Repetitive Nudges. 2023. Dostupné na: SSRN 4455664.

<sup>15</sup> PAVLOVSKÝ, Patrik. Teória postrčenia v koncepciách verejnej politiky a spravovania: (a príklady jej aplikácie v rámci slovenskej samosprávy). Břeclav: Městská knihovna Břeclav, 2020. 27 s. ISBN 978-80-905381-5-3.

<sup>16</sup> HANSEN, Pelle Guldborg a JESPERSEN, Andreas. Nudge and the Manipulation of Choice: A Framework for the Responsible Use of Nudge Approach to Behaviour Change in Public Policy. December 01, 2013.

že koncept epistemickej transparentnosti by mohol slúžiť ako kritérium na určenie toho, či sa postrčenie kvalifikuje ako manipulácia, najmä v kontexte, ktorý je dôležitý pre odporcov.

Je zrejmé, že vnímanie „manipulácie“, s ktorým kritici vznášajú problémy, je psychologické. Teda manipulácia v zmysle používania nečestných, klamlivých alebo dokonca agresívnych metód so zámerom zmeniť pohľad, rozhodovanie alebo správanie inej osoby.<sup>17</sup> Okrem toho je z príkladov zrejmé, že postrčenie nemá vždy za následok „manipuláciu“ voľby alebo správania, aj keď kritici manipuláciu chápu ako psychologický proces, ktorý sa snaží zmeniť vnímanie, voľbu alebo správanie inej osoby prostredníctvom nečestných, klamlivých alebo dokonca zneužívajúcich taktík. Rozlišovanie medzi netransparentnými a transparentnými epistemickými postrčeniami možno v skutočnosti použiť na posúdenie toho, či majú postrčenia manipulatívny charakter.<sup>18</sup>

### ***2.1.2 Podporovanie reflexívneho výberu***

Keď sa zamyslíme nad transparentnými postrčeniami typu 2, je zrejmé, že hoci sa snažia modifikovať správanie zakorenené v reflexívnom myslení, nerobia to prostredníctvom psychologickej manipulácie. Cieľom týchto druhov podnetov je skôr podporiť rozhodovanie spôsobom, ktorý je ovplyvňovaným subjektom jasný. Aby boli tieto podnety účinné, musia byť vlastnosti, správanie, preferencie a/alebo dôsledky zreteľné.

Prípadne sa musí poskytnúť spätná väzba a metódy na prijatie záväzku alebo rozhodnutia. Preto možno tvrdiť, že transparentné postrčenia typu 2 podporujú „slobodu voľby“ a posilnenie postavenia občanov v komplikovaných situáciách, ak pripustíme, že takéto preferencie tvoria základ autonómneho rozhodovania. Ľudia sú vo všeobecnosti povzbudzovaní k tomu, aby premýšľali o možnostiach bez potreby nátlakových taktík, pretože rozhodovanie sa cení samo osebe.

Samozrejme, tvorcovia politiky a architekti voľby by mali niesť zodpovednosť za všetky drobné narušenia, ktoré tento druh zásahov do života občanov prináša. Keďže sú však nudges transparentné, táto zodpovednosť bude zjavná, a keďže sú zvyčajne menej rušivé ako tradičné politické opatrenia, budú akceptované.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> BRAIKER, Harriet B. *Who's Pulling Your Strings? How To Break The Cycle of Manipulation And Regain Control Of Your Life*. New York: McGraw-Hill, 2004.

<sup>18</sup> SELINGER, Evan, a WHYTE, Kyle. "Is there a right way to nudge? The Practice and Ethics of Choice Architecture". *Sociology Compass*, roč. 5, č. 10 (2011), s. 923–935.

<sup>19</sup> HANSEN, Pelle Guldborg a JESPERSEN, Andreas. *Nudge and the Manipulation of Choice: A Framework for the Responsible Use of Nudge Approach to Behaviour Change in Public Policy*. December 01, 2013. Dostupné na SSRN: [<https://ssrn.com/abstract=2555337>](<https://ssrn.com/abstract=2555337>)

### 2.1.3 Podnecovanie k reflektovanej voľbe

Z tohto rámca je zrejmé, že netransparentné postrčenia typu 2 možno správne opísať ako jednoduchú „manipuláciu s voľbou“. Tento druh nudge funguje na základe psychologického nátlaku ľudí s použitím nečestných, falošných a potenciálne aj násilných prostriedkov.

Medzi opatrenia, ktoré patria do tejto kategórie, patrí šikovné rámcovanie rizík, nenápadné nahrádzanie cieľov, používanie podprahových narážok, ukotvenie a priming alebo používanie lotérií na oklamanie ľudí, aby precenili svoje šance zažiť vzácny účinok.<sup>20</sup> Možno predpokladať, že transparentnosť, ako poznamenal Bovens, oslabí vplyv alebo vyvolá kontroverziu v súvislosti s týmto druhom postrčenia, keďže cieľ a metódy používané na podporu zmeny správania sú v rozpore so záujmami občanov, ktoré si sami určili. Netransparentný typ 2 je najkontroverznejším druhom postrkovania, pretože s občanmi zaobchádza skôr ako s nástrojmi než ako s cieľmi, pričom sa predpokladá, že reflektované preferencie jednotlivcov v súlade s ich predstavami o sebe samých predstavujú podstatu autonómneho rozhodovania, ako ho posudzujú demokratické normy a verejná mienka.<sup>21</sup>

## 2.2 Využitie postrčení v finančnom rozhodovaní

Podľa Howarda Raiffa (1982) by bolo pre sociálnych vedcov, ako sú ekonómovia, výhodné rozlišovať tri typy analýz: normatívne, deskriptívne a normatívne. Normatívne teórie sú založené na riešení optimalizačných problémov a sú charakterizované racionálnou voľbou. Keďže hypotéza životného cyklu je založená na hľadaní riešenia problému vyrovnávania celoživotnej spotreby, možno ju považovať za normatívnu teóriu sporenia. Zjednodušene povedané, deskriptívne teórie zdôrazňujú systematické odchýlky od normatívnej teórie, ktoré odrážajú spôsob, akým sa jednotlivci skutočne rozhodujú. Shefrin a Thaler (1988) poskytujú deskriptívny model úspor domácností v kontexte správania sa pri sporení, ktorý sa nazýva behaviorálna hypotéza životného cyklu a ktorý zdôrazňuje význam mentálneho účtovníctva a sebakontroly.

Napokon, cieľom preskriptívnych teórií je poskytnúť návod, ako sa jednotlivci môžu lepšie rozhodovať a priblížiť sa k normatívne ideálu. Lieky na predpis majú často horšiu kvalitu. Jednoduchou preskriptívnou radou môže byť zameranie sa na ľavú stranu pre

---

<sup>20</sup> BOVENS. "The Ethics of Nudge", supra poznámka 14, na str. 4.

<sup>21</sup>HANSEN, Pelle Guldborg a JESPERSEN, Andreas. Nudge and the Manipulation of Choice: A Framework for the Responsible Use of Nudge Approach to Behaviour Change in Public Policy. December 01, 2013. Dostupné na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2555337>

golfistu, ktorý odpaluje slice, pri ktorom loptička chvostom odchádza doprava, hoci by chcel loptičku odpalovať rovno. Lepšie preskripčné vedenie by hráčovi uľahčilo rovnejší odpal loptičky. Hoci prokrastinácia a sebakontrola boli pre ekonómov pôvodne cudzie pojmy, v súčasnosti sa o ne čoraz viac zaujímajú teoretici behaviorálnej ekonómie (napr. Laibson, 1997; O'Donoghue a Rabin, 1999).

Hyperbolické diskontovanie je koncept, ktorý sa používa v súčasných modeloch týchto otázok (pozri Ainslie, 1975). Ekonómovia uznali, že intertemporálne rozhodnutia sú časovo konzistentné len vtedy, ak agenti používajú exponenciálnu diskontnú sadzbu, ktorá zostáva konštantná v priebehu času, ako to dokazuje Strotzova zásadná práca z roku 1955. Existuje však veľa dôkazov o tom, že ľudia sa v priebehu času správajú nekonzistentne, konkrétne pripisujú súčasnej a blízkej spotrebe väčšiu váhu, než by mali.<sup>22</sup> Aj keď skúmame celý rad ekonomických a neekonomických vysvetlení týchto zistení, na úplné pochopenie významu týchto rôznych faktorov na správanie zamestnancov v oblasti sporenia je potrebný ďalší výskum.

Aj keď sa zdá, že finančné stimuly na sporenie sú rovnaké, je veľmi dôležité pochopiť, prečo vidíme tieto výrazné rozdiely v správaní v oblasti sporenia, pretože odpovede na tieto otázky týkajúce sa správania usmernia diskusiu o najúčinnnejších spôsoboch ponúkania stimulov na sporenie.

Ak napríklad zložitost' výberu najlepšieho postupu pri sporení vedie k odkladu účasti v systéme 401(k) alebo k prerozdeleniu investícií, potom je vhodné zistiť, ako zjednodušiť výber, možno poskytnutím výberu obľúbených možností. Prípadne by bolo vhodnejšou reakciou finančné vzdelávanie, ak by otáľanie zamestnancov vyplývalo z nedostatku informácií alebo ak by si predvolené automatické prihlásenie vysvetľovali ako investičné poradenstvo.

Prípadne by bolo vhodnejšou reakciou finančné vzdelávanie, ak by otáľanie zamestnancov vyplývalo z nedostatku informácií alebo ak by si predvolené automatické prihlásenie vysvetľovali ako investičné poradenstvo. Zistenia obsiahnuté v tomto výskume majú vplyv aj na to, ako by sa mali vytvárať verejné politiky na podporu sporenia.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> THALER, R. H., & BENARTZI, S. (2004). Save More Tomorrow™: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*. <https://doi.org/3555217>

<sup>23</sup> MADRIAN, B. C., & SHEA, D. F. (2001). The Power of Suggestion: Inertia in 401(k) Participation and Savings Behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(4), 1149-1187. <https://doi.org/10.1162/003355301753265543>

### **3. Vplyv postrčenia na rozhodnutia o sporení**

#### **3.1. Prehľad empirických štúdií zameraných na sporenie**

Jedným z faktorov, ktoré prispievajú k problému úspor, je neustály prechod v súkromnom sektore z dávkovo definovaných dôchodkových plánov (DB, kde sú dôchodkové dávky stanovené podľa vzorca a vopred známe) na príspevkovo definované plány (DC, kde dávky závisia od výsledkov investícií).

Verejný sektor začína nasledovať tento trend a vzhľadom na vážne podfinancovanie mnohých štátnych a komunálnych dôchodkových systémov sa tento trend pravdepodobne ešte zrýchli. Tieto problémy sa netýkajú výlučne Spojených štátov.<sup>24</sup> Tieto problémy sa netýkajú len Spojených štátov.

V Spojenom kráľovstve sa zavádza celonárodný plán sporenia zo mzdy podobný novozélandskej iniciatíve KiwiSaver, National Employment Savings Trust. Sporiace plány založené na mzdách sú pre ľudí zo strednej triedy najlepším spôsobom sporenia, preto je nevyhnutné, aby k nim mal prístup každý.

Mať plán k dispozícii v práci však nestačí.<sup>25</sup> Tento príklad úspor ponúka ponaučenia, ktoré sa dajú preniesť aj do iných oblastí. Napríklad k nárastu výdavkov na zdravotnú starostlivosť v Spojených štátoch okrem problémov s poskytovaním zdravotnej starostlivosti významne prispievajú aj nedostatky v úsilí o podporu zdravia obyvateľstva.<sup>26</sup> Za týchto okolností je účtovanie prehnaných poplatkov neúčinné. Architektúra voľby má schopnosť výrazne ovplyvniť správanie spôsobom, ktorý je väčší ako to, čo sa dá dosiahnuť len finančnými stimulmi.<sup>27</sup>

#### **3.2 Príklady úspešných postrčení v oblasti osobných financií**

Na rozdiel od tradičných financií, ktoré zdôrazňujú techniky riadenia rizík a stratégie optimalizácie výnosov, táto kniha ukazuje, že psychologické faktory majú väčší vplyv na naše rozhodnutia ako finančné znalosti. Finančný priemysel vyvinul niekoľko účinných

---

<sup>24</sup> NOVY-MARX, R., RAUH, J. J. Finance 66, 1211 (2011).

<sup>25</sup> BENARTZI, S., LEWIN, R. Save More Tomorrow: Practical Behavioral Finance Solutions to Improve 401(k) Plans. Penguin, New York, 2012.

<sup>26</sup> VOLPP, K.G. et al. JAMA 300, 2631 (2008).

<sup>27</sup> BENARTZI, S., & THALER, R. H. (2013). Behavioral Economics and the Retirement Savings Crisis. Science. <https://doi.org/1231320>

nástrojov pre investorov, pričom vychádzal z predpokladu, že ľudia sa správajú vo svojom najlepšom záujme.

Napríklad pomocou súčasnej teórie portfólia môžu investori nájsť maximálny očakávaný výnos pre konkrétne množstvo rizika, ktoré sú ochotní podstúpiť. Cenové modely, ktoré ponúkajú pohľad na predpovedané riziká a výnosy, ako je model oceňovania kapitálových aktív, teória arbitrážneho oceňovania a oceňovanie opcií, môžu pomôcť pri oceňovaní cenných papierov. Tieto užitočné teórie sú v investičných textoch bohaté.

Psychológovia však už dávno uznali, že ide o nesprávne predpoklady. Jednotlivci sa často správajú iracionálne a vo svojich predpovediach robia predvídateľné chyby. Konvenčné financie napríklad predpokladajú, že spotrebitelia majú averziu k riziku. Hoci by radšej neriskovali, urobili by to, ak sú výhody dostatočne vysoké.

Jednotlivci by si tiež mali udržiavať stály stupeň averzie k riziku. Ľudia sa však v reálnom svete často správajú spôsobom, ktorý je v rozpore s týmito predpokladmi. Napríklad pri kúpe poistenia ľudia prejavujú averziu k riziku, ale pri kúpe žrebov do lotérie prejavujú rizikové správanie.<sup>28</sup>

Teória seminárov spočíva v tom, že poskytovaním finančných znalostí a zvyšovaním finančnej gramotnosti účastníkov by sa mali znížiť výdavky pracovníkov na plánovanie a zvýšiť dôchodkové úspory.

Hodnotenie účinnosti týchto dôchodkových seminárov je však náročné z viacerých dôvodov.

Jedným z nich je, že hoci je účasť na týchto seminároch zvyčajne úplne dobrovoľná, zamestnanci, ktorí sa ich zúčastňujú, sa pravdepodobne líšia od tých, ktorí sa ich nezúčastňujú (napríklad môžu byť v dôchodku majetnejší, a teda môžu mať zo seminárov iný prospech ako zamestnanci s nižšími príjmami). Ďalším dôvodom je, že zamestnanci, ktorí navštevujú semináre o dôchodku, môžu byť aj pracovitejší alebo trpezlivejší, čo sú vlastnosti spojené s väčším bohatstvom.

Po tretie, spoločnosti môžu poskytovať dôchodkové vzdelávanie ako nápravné opatrenie, ak sa domnievajú, že zamestnanci si nesporia dostatočne, ako to uvádzajú Bernheim a Garrett (2003). Výsledkom je, že medzi seminármi existuje negatívna súvislosť

---

<sup>28</sup> NOFSINGER, J.R. (2017). *The Psychology of Investing* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315230856>

namiesto pozitívnej. Kvôli týmto komplikáciám bolo len málo výskumníkov schopných presne kategorizovať vplyvy seminárov a výsledky empirickej štúdie sú nekonzistentné.<sup>29</sup>

### 3.3 Diskusia o účinnosti a limitoch postrčení pri sporení

Psychologické postrčenia majú potenciál byť celkom účinné a na úplné pochopenie ich vplyvu je potrebný ďalší výskum.. Liberálny paternalizmus dotiahnutý do krajnosti by mal mať vždy prednosť pred legislatívou. Rozhodne však nechceme podkopávať silu legislatívy, ktorá je základným nástrojom verejného zdravia a pravdepodobne jednou z najrýchlejších metód na zlepšenie zdravia obyvateľstva.

Napríklad univerzálny systém zdravotnej starostlivosti, ktorý musí nájsť rovnováhu medzi nákladmi pre spoločnosť a slobodou voľby každého jednotlivca, sa dobre neprispôsobuje Thalerovmu a Sunsteinovmu príkladu podpory používania motocyklových prilieb prostredníctvom dodatočných požiadaviek na zdravotné poistenie.

Samo deklarácia autorov v záverečnej kapitole, v ktorej uvádzajú, že sú za určité prerozdelenie príjmov a že „dobrá spoločnosť robí kompromisy medzi ochranou nešťastných a podporou iniciatívy a svojpomoci“, mi preto z tohto dôvodu dávala nádej.<sup>30</sup> Keďže sporenie je jedným z najcennejších finančných návykov, mnohé podniky a neziskové organizácie, ktoré podporujú finančné zdravie svojich klientov, sa snažia zistiť viac o premenných, ktoré ovplyvňujú toto správanie.

Žiaľ, význam peňažných aspektov pri sporení sa často preceňuje, zatiaľ čo význam nefinančných, psychologických a individuálnych prvkov sa často podceňuje. Okrem toho sú uvedené výsledky vlastného výskumu autora, ktoré ukazujú, že psychologické premenné dramaticky znižujú alebo strácajú svoj význam pri vysvetľovaní správania v oblasti sporenia v porovnaní s demografickými a finančnými aspektmi (príjem).

Psychologické faktory investovania, ktoré možno považovať za osobitný druh aktívneho sporenia, keď sa berie do úvahy pravdepodobnosť zisku alebo straty.<sup>31</sup> Na rozdiel od tradičných financií, ktoré zdôrazňujú techniky riadenia rizík a stratégie optimalizácie výnosov, táto kniha ukazuje, že psychologické faktory majú väčší vplyv na naše rozhodnutia ako finančné znalosti. Finančný priemysel vyvinul niekoľko účinných nástrojov pre

---

<sup>29</sup> LUSARDI, A., & MITCHELL, O. S. (2007). Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education. *Business Economics*, 42(1), 35-44.

<sup>30</sup> THALER, R. H., & SUNSTEIN, C. R. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Penguin Books. ISBN: 9780141040011

<sup>31</sup> MAISON, D. (2019). *Saving and Investing: The Psychology of Financial Consumer Behavior*. ISBN 978-3-030-10569-3.

investorov, pričom vychádzal z predpokladu, že ľudia sa správajú vo svojom najlepšom záujme.

Napríklad pomocou súčasnej teórie portfólia môžu investori nájsť maximálny očakávaný výnos pre konkrétne množstvo rizika, ktoré sú ochotní podstúpiť. Cenové modely, ktoré ponúkajú pohľad na predpovedané riziká a výnosy, ako je model oceňovania kapitálových aktív, teória arbitrážneho oceňovania a oceňovanie opcií, môžu pomôcť pri oceňovaní cenných papierov.

Tieto užitočné teórie sú v investičných textoch bohaté. Psychológovia však už dávno uznali, že ide o nesprávne predpoklady. Jednotlivci sa často správajú iracionálne a vo svojich predpovediach robia predvídateľné chyby. Konvenčné financie napríklad predpokladajú, že spotrebiteľia majú averziu k riziku.

Hoci by radšej neriskovali, urobili by to, ak sú výhody dostatočne vysoké. Jednotlivci by si tiež mali udržiavať stály stupeň averzie k riziku. Ľudia sa však v reálnom svete často správajú spôsobom, ktorý je v rozpore s týmito predpokladmi. Napríklad pri kúpe poistenia ľudia prejavujú averziu k riziku, ale pri kúpe žrebov do lotérie prejavujú rizikové správanie.<sup>32</sup>

## 4. Cieľ práce, metodika a metódy skúmania

Cieľom tejto práce je vytvoriť a empiricky testovať dotazníkový experiment, ktorý sa zameriava na testovanie efektivity psychologického postrčenia (angl. "nudging") využitím vizuálneho obsahu rôznych bánk. Experiment sa bude spoliehať na použitie obrázkov reálnych bánk, ktoré budú anonymizované a respondenti si z nich budú jednotlivito vyberať. Účastníci budú prostredníctvom týchto obrázkov vystavení rôznym vizuálnym psychologickým postrčeniam, čo umožní zistiť, do akej miery by takéto psychologické postrčenia ovplyvnili ich rozhodnutie otvoriť si sporiaci účet. Cieľ bude dosiahnutý prostredníctvom nasledujúcich krokov:

Vytvorenie série dotazníkov, kde každý bude obsahovať obrázky charakteristické pre jednu z piatich skutočných bánk, ktoré predstavujú rôzne psychologické postrčenia. Tieto obrázky budú slúžiť ako nástroj postrčenia a budú integrované do dizajnu dotazníka tak, aby simulovali reálnu online prezentáciu banky pre výber o sporení.

---

<sup>32</sup> NOFSINGER, J.R. (2017). *The Psychology of Investing* (6th ed.). Routledge. Dostupné na: [https://doi.org/10.4324/9781315230856](https://doi.org/10.4324/9781315230856)

Randomizované rozdelenie účastníkov štúdie do rôznych skupín, kde každá skupina uvidí iný vizuálny obsah. To zabezpečí, že výsledky budú môcť poukázať na špecifické efekty, ktoré majú jednotlivé typy vizuálnych podnetov na rozhodovanie účastníkov.

Analýza získaných dát na identifikáciu vzorcov v odpovediach, ktoré by naznačovali, že vizuálny obsah mal vplyv na rozhodnutie účastníkov.

V rámci mojej bakalárskej práce analyzujeme vplyv rôznych typov psychologického postrčenia na motiváciu k sporeniu. Z výsledkov výskumu vyplýva, že najvyššiu motiváciu k sporeniu u respondentov dosahuje psychologické postrčenie v podobe význačnosti, čo zahŕňa zvýraznenie kľúčových informácií alebo dôležitosti určitých aspektov rozhodnutia, čo môže výrazne ovplyvniť, ako ľudia vnímajú svoje možnosti. Po tomto postrčení nasleduje efekt predvolených možností, ktorý tiež pozitívne ovplyvňuje sporiace rozhodnutia. Tretie v poradí je postrčenie pomocou vonkajšieho pohľadu, ktoré poskytuje nové perspektívy a môže napomôcť k premyslenejším finančným rozhodnutiam. Predposledné miesto zaujíma postrčenie jednoduchosti, ktoré zjednodušuje rozhodovacie procesy, ale v porovnaní s ostatnými metódami je menej efektívne. Najmenej motivujúci vplyv na sporenie má rámovanie, čo naznačuje, že spôsob prezentácie informácií má menší vplyv na sporiace rozhodnutia respondentov ako iné typy postrčení.

V práci porovnávame vplyv rôznych typov psychologického postrčenia prezentovaného na obrázkoch, ktoré reprezentujú rôzne psychologické postrčenia: rámovanie, predvolené možnosti, v s cieľom zistiť, ktoré typy sú efektívnejšie v indukovaní požadovaného správania. Detailne sme testovali to, čo presne bolo na každom obrázku a ako konkrétne prvky obrázku prispievajú k celkovému psychologickému vplyvu na respondentov.

Analyzovali sme, ktorý nudging je efektívnejší v zmenách správania, založených na reakciách testovaných subjektov a porovnávali sme účinky rôznych nudges medzi sebou.

Tento štruktúrovaný prístup nám umožní systematicky preveriť, ako vizuálne stimuly v podobe obrázkov môžu byť využité na psychologické postrčenie a aký majú reálny vplyv na rozhodnutia a správanie jednotlivcov.

Psychologické postrčenie prostredníctvom vizuálneho obsahu má významný vplyv na rozhodnutia jedincov o sporení. Predpokladáme, že konkrétne typy obrázkov, ktoré zvýrazňujú význačnosť, predvolené možnosti, vonkajší pohľad, jednoduchosť a rámovanie, budú mať rôzne stupne motivácie u respondentov, pričom niektoré metódy budú efektívnejšie v indukovaní rozhodnutia o sporení než iné." Táto hypotéza umožní analyzovať, ako rôzne formy psychologického postrčenia ovplyvňujú motiváciu k sporeniu,

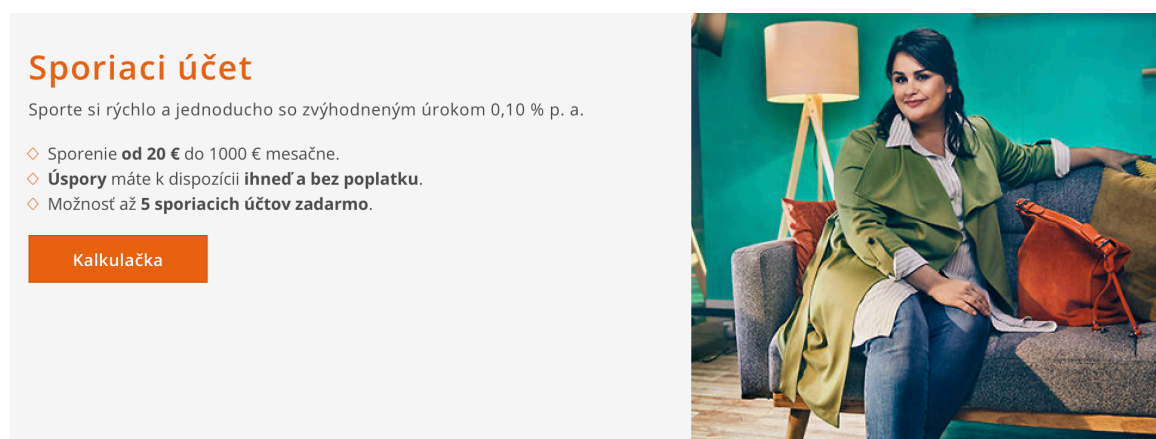
pričom výsledky výskumu môžu identifikovať najefektívnejšie metódy podľa odpovedí respondentov.

Analýza zahŕňala základné deskriptívne štatistiky, ako sú priemery, štandardné odchýlky a mediány, aby sme poskytli prehľad o rozložení dát. Použili sme opakované merania ANOVA na posúdenie štatistických rozdielov medzi reakciami na rôzne obrázky. Na ďalšiu analýzu sme použili párové t-testy na zistenie špecifických rozdielov v odpovediach medzi jednotlivými párami obrázkov. Metóda stepwise regresie bola využitá na určenie, ktoré demografické a behaviorálne faktory (nezávislé premenné) sú najlepšimi prediktormi motivácie k sporeniu (závislá premenná) pre každý z testovaných obrázkov.

Na deskriptívnu štatistiku a na štatistickú verifikáciu hypotéz sme použili program SPSS Statistics 26. K sprehľadneniu výsledkov sme využili tabuľky a grafy. Na porovnávaciu analýzu sme použili repeated measures ANOVA a párový t-test. Na predikovanie jednotlivých obrázkov sme použili lineárnu regresiu pomocou metódy Stepwise. Štatistickou významnosťou hodnotíme získané výsledky výskumu z hľadiska pravdepodobnosti, s akou by sa mohol skúmaný jav vyskytnúť náhodou. V našom výskume budeme používať hladinu významnosti 5% ( $\alpha=0,05$ ).

Kľúčovou súčasťou práce bude udržanie anonymnosti reálnych bánk v dotazníku a zaistenie, aby mená a kombinácie použité pre psychologické postrčenie zostali výhradne vedomé iba autorovi štúdie. Tento prístup umožní objektívne posúdenie účinnosti postrčenia bez ovplyvnenia predpojatostí súvisiacich s konkrétnymi finančnými inštitúciami.

Obrázok 1: Ilustračné znázornenie psychologického postrčenia - rámovanie



**Sporiaci účet**

Sporte si rýchlo a jednoducho so zvýhodneným úrokom 0,10 % p. a.

- ◇ Sporenie od 20 € do 1000 € mesačne.
- ◇ Úspory máte k dispozícii ihneď a bez poplatku.
- ◇ Možnosť až 5 sporiacich účtov zadarmo.

Kalkulačka

Zdroj: VÚB banka

Obrázok 2: Ilustračné znázornenie psychologického postrčenia – predvolené možnosti

# FINANČNÝ PLÁN

Stačí pár klikov a nastavíme vám jasný finančný plán presne na mieru. Vytvoríte si sporenie, zodpovedne investovať, poistiť sa či zabezpečiť si slušný dôchodok tak bude jednoduchšie.

Váš vek  rokov

Čistý mesačný príjem  €

Vaše úspory v Slovenskej sporiteľni  €

Dôchodkové sporenie  
 II. pilier  III. pilier

Mesačne vám ostáva  €  
[Použiť pomocníka](#)

Vaše úspory mimo Slovenskej sporiteľne  €

Sporíte si pravidelne?

Zdroj: Slovenská Sporiteľňa

Obrázok 3: Ilustračné znázornenie psychologického postrčenia – význačnosť

**Sporenie s úrokom až 1,5 %**

Pripravte sa na neočakávané situácie. Peniaze máte vždy poruke. Vklady a výbery kedykoľvek.

[Zistiť viac](#)

**Termínovaný vklad**

Uložte si úspory na termínovaný vkladový účet s výhodným úrokom až 3 % ročne.

[Zistiť viac](#)

**Investičné sporenie**

Vždy je správny čas začať investovať už od 20 € mesačne. Bez poplatkov a jednoducho online.

[Zistiť viac](#)

Zdroj: ČSOB

## Obrázok 4: Ilustračné znázornenie psychologického postrčenia – jednoduchosť

### Spôsoby sporenia

**Sporenie<sup>TB</sup>** k účtu vám pomáha odkladať si peniaze tak, ako vám to najviac vyhovuje. Na výber máte hneď niekoľko možností. Všetky spôsoby si môžete aktivovať cez mobilnú aplikáciu **Tatra banka** (od verzie 3.2) alebo cez **Internet banking<sup>TB</sup>**.

#### 1. Sporenie pri každej platbe kartou

Z každej sumy, ktorú zaplatíte v obchode debetnou kartou, odvedieme vami zvolené percento na vaše **Sporenie<sup>TB</sup>** k účtu.



#### Výhody sporenia kartou:

- spórite prakticky pri každej platbe svojou debetnou platobnou kartou
- sami rozhodujete, aké percento z platby, prípadne aká minimálna či maximálna suma bude pri platbe odvádzaná na vaše **Sporenie<sup>TB</sup>** k účtu

Zdroj: Tatra banka

## Obrázok 5: Ilustračné znázornenie psychologického postrčenia – vonkajší pohľad

### Vyberte si vaše sporenie

Sporenie  
k Osobnému účtu



viac >>

Sporenie  
k Študentskému účtu



viac >>

Sporenie  
k Detskému účtu



viac >>

Zdroj: Prima banka

## 5. Výsledky práce a diskusia

V tejto bakalárskej práci použijeme metódy deskriptívnej štatistiky, ktoré nám umožnia poskytnúť podrobný prehľad charakteristík nášho vzorku.

Na začiatku výskumu zhromaždíme údaje prostredníctvom štruktúrovaného dotazníka, ktorý zahŕňa demografické otázky a špecifické položky súvisiace s našou výskumnou otázkou. Účastníci budú vybraní s cieľom zabezpečiť reprezentatívnosť vzorky vo vzťahu k širšej populácii.

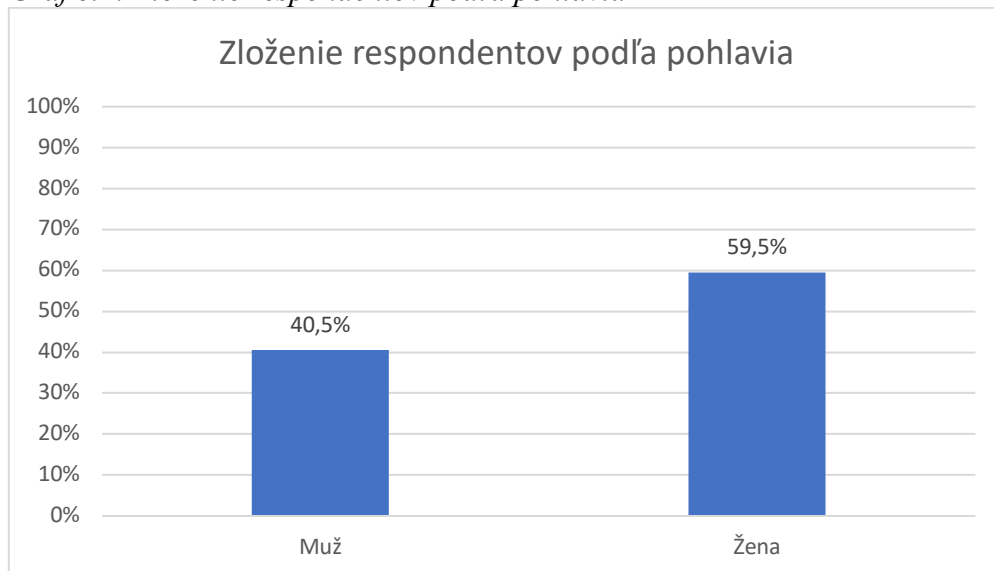
Po zbere údajov vykonám deskriptívnu štatistickú analýzu. Vytvoríme tabuľku, ktorá poskytne priemerný vek, percentuálnu zástupnosť žien a mužov, priemerný príjem a rozdelenie odpovedí na ostatné otázky. Táto tabuľka bude základom pre moju ďalšiu analýzu a interpretáciu údajov.

*Tabuľka č.1: početné a percentuálne zastúpenie mužov a žien v rámci vzorky*

Pohlavie	N	%
Muž	51	40,5%
Žena	75	59,5%
Spolu	126	100,0%

Zdroj: Vlastné spracovanie.

*Graf č.1: Zloženie respondentov podľa pohlavia*



Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka č.2: Štatistické charakteristiky veku respondentov

	<b>N</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>	<b>Med</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>
<b>Vek</b>	126	51,71	17,61	51,00	19,00	77,00

Vysvetlivky: N – počet respondentov, M – priemerná hodnota, SD – smerodajná odchýlka, Med – medián, Min – minimálna hodnota, Max – maximálna hodnota

Priemerný vek bol  $51,71 \pm 17,61$ . Mediánový vek bol 51, to znamená, že 50% respondentov bolo mladších ako 51 rokov a 50% respondentov bolo starších ako 51 rokov. Najmladší respondent mal 19 rokov a najstarší respondent mal 77 rokov.

Tabuľka č.3: Rozdelenie respondentov podľa najvyššieho dosiahnutého vzdelania

<b>Vzdelanie</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Základné</b>	6	4,8%
<b>Stredné</b>	33	26,2%
<b>Vyššie odborné</b>	39	31,0%
<b>Vysokoškolské – bakalársky titul</b>	11	8,7%
<b>Vysokoškolské – magisterský titul</b>	25	19,8%
<b>Vysokoškolské – doktorský titul alebo vyšší</b>	12	9,5%
<b>Spolu</b>	<b>126</b>	<b>100,0%</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Táto tabuľka zobrazuje počet a percentuálne zastúpenie respondentov podľa rôznych stupňov vzdelania, vrátane základného, stredného, vyššieho odborného, vysokoškolského s bakalárskym titulom, magisterským titulom a doktorským titulom alebo vyšším. Tabuľka ilustruje rozmanitosť vzdelanostných úrovní medzi respondentmi, pričom najväčší podiel tvoria osoby s vyšším odborným vzdelaním (31,0%), nasledované tými so stredným vzdelaním (26,2%) a magisterským titulom (19,8%). Tieto údaje sú dôležité pre analýzu dát vzhľadom na potenciálne vzťahy medzi vzdelaním a ďalšími premennými štúdie, ako sú finančné správanie alebo reakcie na psychologické postrčenia.

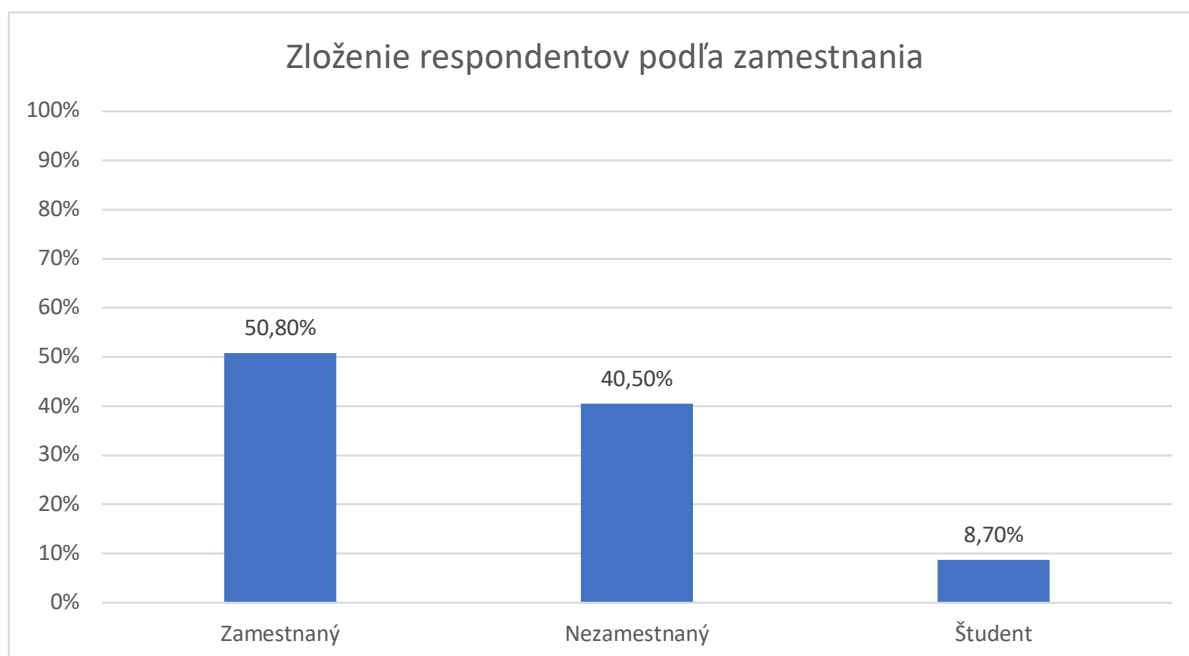
Tabuľka č.4: Rozdelenie respondentov podľa zamestnaneckého štatútu

Zamestnanie	N	%
Zamestnaný	64	50,8%
Nezamestnaný	51	40,5%
Študent	11	8,7%
Spolu	126	100,0%

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Tabuľka prehľadne uvádza početné a percentuálne rozdelenie respondentov podľa ich súčasného zamestnaneckého štatútu, vrátane kategórií ako 'Zamestnaný', 'Nezamestnaný', a 'Študent'. Celkovo bolo skúmaných 126 respondentov, čo tvorí 100% vzorky. Najväčší podiel respondentov tvoria zamestnané osoby (50,8%), nasledované nezamestnanými (40,5%) a študentami (8,7%). Tento rozdelený pohľad na zamestnaný status môže byť užitočný pre analýzu dát, najmä pri skúmaní vzťahov medzi zamestnaným statusom a ďalšími premennými štúdie, ako sú finančné správanie alebo reakcie na psychologické postrčenia.

Graf č.3: Zloženie respondentov podľa zamestnania



Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka č.5: Rozdelenie respondentov podľa výšky hrubého mesačného príjmu

Hrubý mesačný príjem	N	%
Menej ako 500€	9	7,1%
500 - 1000€	23	18,3%
1001 - 1500€	34	27,0%
1501 - 2000€	8	6,3%
Viac ako 2000€	2	1,6%
Neuviedli	50	39,7%
<b>Spolu</b>	<b>126</b>	<b>100,0%</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie.

Tabuľka kategorizuje respondentov na základe ich hrubého mesačného príjmu do skupín 'Menej ako 500€', '500 - 1000€', '1001 - 1500€', '1501 - 2000€', 'Viac ako 2000€', a zahrnuje aj kategóriu 'Neuviedli' pre účastníkov, ktorí nezadali informácie o svojom príjme.

Tabuľka č.6: Rozdelenie respondentov podľa podielu príjmov ukladaných na účet

Akú časť príjmov ukladajú na účet	N	%
Nič	9	7,1%
Menej ako 10%	83	65,9%
10-20%	21	16,7%
20-30%	11	8,7%
Viac ako 30%	2	1,6%
<b>Spolu</b>	<b>126</b>	<b>100,0%</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie.

V tejto tabuľke sú kategorizované informácie o tom, aký podiel svojich príjmov respondenti ukladajú na sporiaci účet, s možnosťami 'Nič', 'Menej ako 10%', '10-20%', '20-30%' a 'Viac ako 30%'. Tabuľka ilustruje rozloženie sporiaceho správania respondentov. Výrazná väčšina (65,9%) ukladá len malú časť svojich príjmov (menej ako 10%), čo naznačuje, že sporenie nie je prioritou pre väčšinu z nich. Na druhej strane, len malý počet ľudí ukladá výraznejšiu časť svojich príjmov. Tieto údaje môžu byť dôležité pre analýzu správania sa v oblasti osobných financií a môžu poslúžiť ako základ pre ďalšie štúdie o faktoroch, ktoré ovplyvňujú sporiace rozhodnutia.

## 5.1 Analýza vizuálneho materiálu o sporení a štatistické vyhodnotenie rozdielov

Následne prejdeme k kľúčovej časti našej analýzy – hodnoteniu vizuálnych stimulov. Každý z obrázkov použitých v dotazníku sme vyhodnocovali na základe priemernej odpovede účastníkov a štandardnej odchýlky. Tieto metriky mi poskytli kvantitatívny prehľad o tom, ako respondenti reagovali na každý vizuálny podnet, či už sa jednalo o obrázok predstavujúci jednotlivé bankové inštitúcie alebo typy bankových produktov.

Na vizualizáciu týchto údajov sme vytvorili súhrnný stĺpcový graf, ktorý zobrazuje priemerné hodnotenie každého obrázku spolu so štandardnými odchýlkami. Graf nám poskytne pochopiteľnú vizuálnu reprezentáciu variability odpovedí medzi rôznymi obrázkami.

Nasledovala štatistická analýza rozdielov medzi jednotlivými obrázkami. V prvom kroku sme použili opakované merania ANOVA (repeated measures ANOVA), ktoré nám určili, či existujú štatisticky významné rozdiely medzi akýmkoľvek párom obrázkov. Tento test je vhodný, pretože každý účastník reagoval na viacero podnetov, čo znamená, že údaje sú párované.

Ak test ANOVA nám naznačil prítomnosť rozdielov, potom bol našim ďalším krokom párové t-testy (paired t-tests), ktoré porovnávajú priemerne hodnotenie medzi každou dvojicou obrázkov. Tieto testy mi umožnili určiť, medzi ktorými konkrétnymi obrázkami existujú štatisticky významné rozdiely. Každý štatistický test bol vykonaný s predom definovanou hladinou významnosti, aby som zabezpečili presnosť a spoľahlivosť našich zistení.

Výsledky týchto testov budeme podrobne opisovať a interpretovať v kontexte našich výskumných otázok.

## 5.2 Podrobná analýza materiálu z dotazníka

V tomto prípade ideme skúmať obrázky a teda otázku 23 až otázku 27. V týchto otázkach sa mali respondenti vyjadriť na 5 stupňovej škále od 1=vôbec po 5=úplne. Môžeme sa pozrieť na priemerné hodnoty jednotlivých obrázkov a teda zoberiem si tie hodnoty z predchádzajúcej tabuľky.

*Tabuľka č.7: Štatistické hodnotenie obrázkov*

	<b>N</b>	<b>M</b>	<b>SD</b>	<b>Med</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>
<b>RÁMOVANIE</b>	126	2,44	1,04	2,00	1,00	5,00
<b>PREDVOLENÉ MOŽNOSTI</b>	126	2,66	1,04	3,00	1,00	5,00
<b>VÝZNAČNOSŤ</b>	126	2,74	1,07	3,00	1,00	5,00
<b>JEDNODUCHOSŤ</b>	126	2,52	1,10	2,00	1,00	5,00
<b>VONKAJŠÍ POHĽAD</b>	126	2,63	1,15	3,00	1,00	5,00

Vysvetlivky: N – počet respondentov, M – priemerná hodnota, SD – smerodajná odchýlka, Med – medián, Min – minimálna hodnota, Max – maximálna hodnota

Z výsledkov výskumu vyplýva, že najvyššiu motiváciu k sporeniu u respondentov dosahuje psychologické postrčenie v podobe význačnosti, čo zahŕňa zvýraznenie kľúčových informácií alebo dôležitosti určitých aspektov rozhodnutia, čo môže výrazne ovplyvniť, ako ľudia vnímajú svoje možnosti.

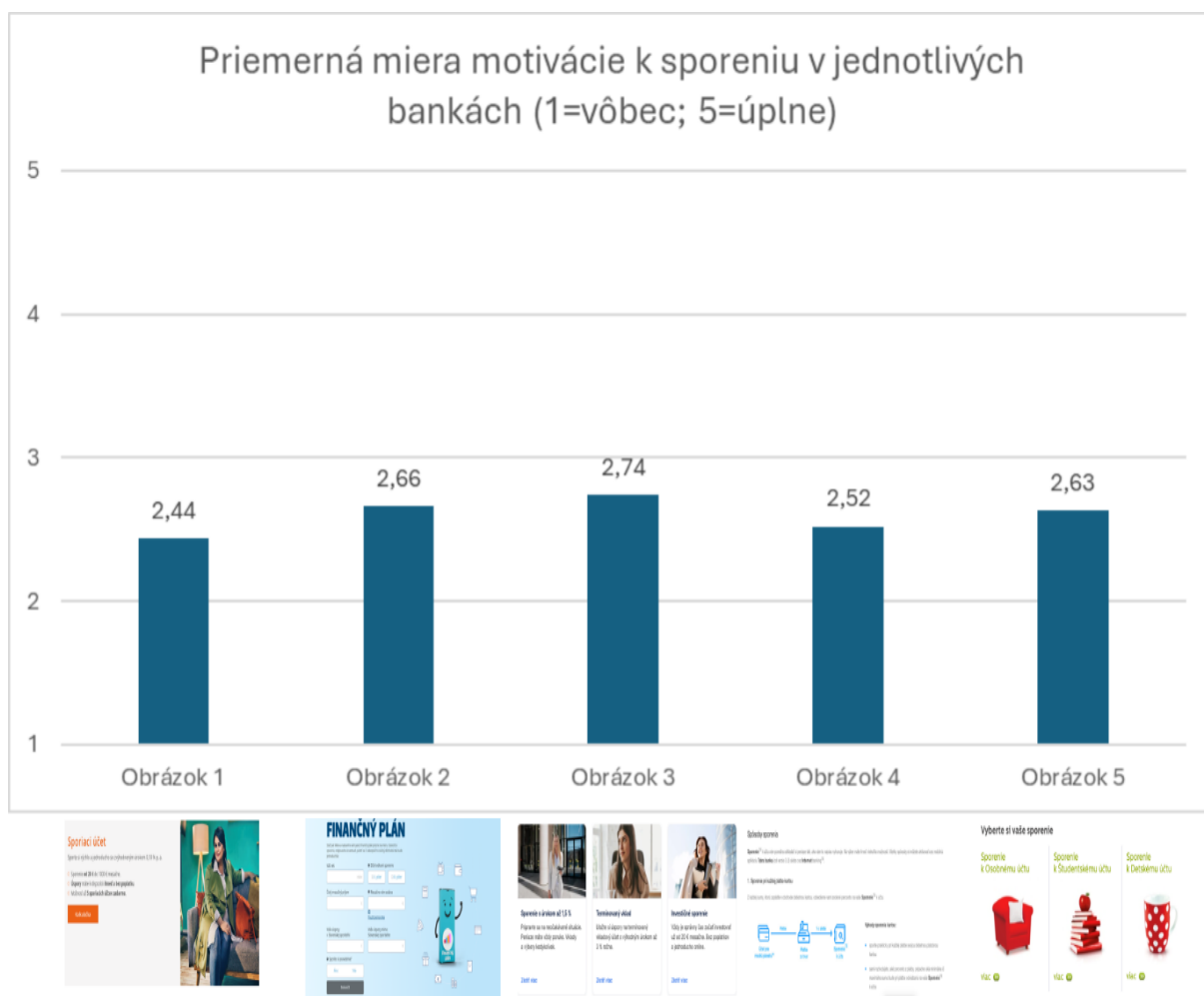
Po tomto postrčení nasleduje efekt predvolených možností, ktorý tiež pozitívne ovplyvňuje sporiace rozhodnutia.

Tretie v poradí je postrčenie pomocou vonkajšieho pohľadu, ktoré poskytuje nové perspektívy a môže napomôcť k premyslenejším finančným rozhodnutiam.

Predposledné miesto zaujíma postrčenie jednoduchosti, ktoré zjednodušuje rozhodovacie procesy, ale v porovnaní s ostatnými metódami je menej efektívne.

Najmenej motivujúci vplyv na sporenie má rámovanie, čo naznačuje, že spôsob prezentácie informácií má menší vplyv na sporiace rozhodnutia respondentov ako iné typy postrčení.

Graf č.5: Priemerná miera motivácie k sporeniu v jednotlivých bankách



Zdroj: vlastné spracovanie.

Z výsledkov výskumu vyplýva, že najúčinnnejšie je psychologické postrčenie zamerané na zvýraznenie kľúčových informácií a dôležitosti určitých aspektov rozhodovania, čo môže významne ovplyvniť percepciu dostupných možností respondenta.

Toto postrčenie je nasledované efektom predvolených možností, ktoré tiež pozitívne ovplyvňujú rozhodovanie o sporení.

Na treťom mieste je postrčenie pomocou vonkajšieho pohľadu, ktoré pridáva nové perspektívy a môže prispieť k lepším finančným rozhodnutiam.

Predposledné je postrčenie smerujúce k zjednodušeniu rozhodovacích procesov, ktoré je však v porovnaní s inými metodami menej efektívne.

Najmenej motivačný efekt má rámovanie, čo naznačuje, že spôsob prezentácie informácií má menší vplyv na sporiace rozhodnutia ako ostatné typy postrčení.

V ďalšom kroku ideme zistiť, či medzi obrázkami existuje nejaký rozdiel pomocou repeated measure ANOVA. Dôležité je si na začiatku určiť, na akej hladine významnosti idem potvrdzovať, alebo zamietat' hypotézy. Použijeme hladinu významnosti 5% ( $\alpha=0,05$ ). To vlastne znamená, že ak nám p-hodnota vyjde menšia ako 0,05, tak rozdiel medzi skupinami je štatisticky významný.

Tabuľka č.8: Deskriptívne štatistiky hodnotení obrázkov

Miera motivácie	N	M	SD	F	df	p
<b>RÁMOVANIE</b>	126	2,44	1,04	2,610	3,608	<b>0,041</b>
<b>PREDVOLENÉ MOŽNOSTI</b>	126	2,66	1,04			
<b>VÝZNAČNOSŤ</b>	126	2,74	1,07			
<b>JEDNODUCHOSŤ</b>	126	2,52	1,10			
<b>VONKAJŠÍ POHEAD</b>	126	2,63	1,15			

Vysvetlivky: N – počet respondentov, M – priemer, SD – smerodajná odchýlka, F – testovacia štatistika Greenhouse-Geisserovho testu, df – počet stupňov voľnosti, p – p-hodnota (štatistická významnosť)

Táto tabuľka zobrazuje výsledky párových t-testov, ktoré porovnávajú vplyv rôznych typov psychologického postrčenia (nudging) na rozhodnutia o sporení. Každý riadok tabuľky predstavuje porovnanie medzi dvoma typmi postrčenia, pričom sa uvádza testovacia štatistika (t), počet stupňov voľnosti (df) a p-hodnota (p) pre každé porovnanie.

Na zistenie toho, či ide o štatisticky významný rozdiel v miere motivácie medzi jednotlivými obrázkami sme použili repeated measures ANOVA s Greenhouse-Geisserov korekciou. Vidíme, že p-hodnota tohto testu vyšla menšia ako 0,05 a preto tento rozdiel môžeme považovať za štatisticky významný. Priemerná motivácia jednotlivých obrázkov sa štatisticky významne líšila ( $p=0,041$ ).

Výsledky ukazujú, že niektoré typy postrčení, ako význačnosť a predvolené možnosti, majú tendenciu byť účinnejšie v porovnaní s rámovaním a jednoduchosťou. Tieto zistenia môžu byť užitočné pri návrhu a implementácii stratégií zameraných na zlepšenie finančného správania jedincov.

V ďalšom kroku ideme zistiť, ktoré dvojice obrázkov sa medzi sebou signifikantne líšia. Použijeme na to párový t-test. Vytvoríme si teda všetky možné dvojice a porovnáme ich priemerné hodnoty, či sa miera motivácie jednotlivých dvojíc od seba štatisticky významne odlišuje.

Tabuľka č.9: Výsledky párových t-testov pre porovnanie obrázkov

Porovnanie dvojíc obrázkov		t	df	p
RÁMOVANIE	PREDVOLENÉ MOŽNOSTI	-2,279	125	<b>0,024*</b>
RÁMOVANIE	VÝZNAČNOSŤ	-3,256	125	<b>0,001*</b>
RÁMOVANIE	JEDNODUCHOSŤ	-0,630	125	<b>0,530</b>
RÁMOVANIE	VONKAJŠÍ POHĽAD	-1,785	125	<b>0,077</b>
PREDVOLENÉ MOŽNOSTI	VÝZNAČNOSŤ	-0,883	125	<b>0,379</b>
PREDVOLENÉ MOŽNOSTI	JEDNODUCHOSŤ	1,497	125	<b>0,137</b>
PREDVOLENÉ MOŽNOSTI	VONKAJŠÍ POHĽAD	0,201	125	<b>0,841</b>
VÝZNAČNOSŤ	JEDNODUCHOSŤ	2,310	125	<b>0,023*</b>
VÝZNAČNOSŤ	VONKAJŠÍ POHĽAD	0,955	125	<b>0,341</b>
JEDNODUCHOSŤ	VONKAJŠÍ POHĽAD	-1,086	125	<b>0,280</b>

Vysvetlivky: t – testovacia štatistika párového t-testu, df – počet stupňov voľnosti, p – p-hodnota, \*=štatisticky významný rozdiel na 5% hladine významnosti

Tabuľka č. 9 sumarizuje výsledky párových t-testov použitých na porovnanie účinkov rôznych typov psychologického postrčenia (nudging) na základe experimentálnych obrázkov v štúdiu. Párový t-test sa používa na zistenie štatistických rozdielov medzi párami obrázkov, ktoré reprezentujú rôzne stratégie psychologického postrčenia.

Rámovanie vs. Predvolené možnosti:  $t = -2,279$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.024^*$  - Rozdiel je štatisticky významný.

Rámovanie vs. Význačnosť:  $t = -3,256$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.001^*$  - Rozdiel je výrazne štatisticky významný.

Rámovanie vs. Jednoduchosť:  $t = -0,630$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.530$  - Rozdiel nie je štatisticky významný.

Rámovanie vs. Vonkajší pohľad:  $t = -1,785$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.077$  - Rozdiel nie je štatisticky významný.

Predvolené možnosti vs. Význačnosť:  $t = -0,883$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.379$  - Rozdiel nie je štatisticky významný.

Predvolené možnosti vs. Jednoduchosť:  $t = 1,497$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.137$  - Rozdiel nie je štatisticky významný.

Predvolené možnosti vs. Vonkajší pohľad:  $t = 0,201$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.841$  - Rozdiel nie je štatisticky významný.

Význačnosť vs. Jednoduchosť:  $t = 2,310$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.023^*$  - Rozdiel je štatisticky významný.

Význačnosť vs. Vonkajší pohľad:  $t = 0,955$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.341$  - Rozdiel nie je štatisticky významný.

Jednoduchosť vs. Vonkajší pohľad:  $t = -1,086$ ;  $df = 125$ ;  $p = 0.280$  - Rozdiel nie je štatisticky významný.

Tabuľka poskytuje hodnotné informácie pre určenie, ktoré techniky postrčenia sú účinnejšie v ovplyvňovaní správania respondentov.

### 5.3 Regresná analýza a predikcia preferencií na základe vizuálnych podnetov

V poslednej časti ideme spraviť lineárnu regresiu. Pomocou regresie vlastne vieme predpovedať nejakú závislú premennú pomocou jednej alebo viacerých nezávislých premenných. V našom prípade budeme mať závislú premennú vždy jednotlivé psychologické postrčenia a nezávislé premenné budú všetky ostatné otázky z dotazníka.

Na zistenie toho, ktoré otázky (nezávislé premenné) predpovedajú mieru motivácie jednotlivých obrázkov (závislá premenná) použijeme lineárnu regresiu pomocou metódy stepwise. Táto metóda „skúša“ jednotlivé nezávislé premenné dávať do rôznych modelov a vráti nám tie modely, ktoré sú štatisticky významné.

1. Ako prvý ideme predikovať psychologické postrčenie - rámovanie.

Predikovanie miery motivácie sporiť	RÁMOVANIE
Pohlavie	0,721*** (0,174)
Dôveryhodnosť bánk (otázka 11)	-0,189** (0,081)
Pohodlie a prístup banky (otázka 13)	0,157** (0,070)
Motivácia k sporeniu kvôli budúcnosti (otázka 16)	0,298*** (0,069)
Konštanta	1,413*** (0,363)
N	126
R <sup>2</sup>	0,290

Poznámky: Štandardné chyby sú uvedené v zátvorkách.

\*, \*\* a \*\*\* označujú štatistickú významnosť na úrovni 10%, 5% a 1%

Tabuľka predstavuje výstupy regresnej analýzy použitej na predikciu miery motivácie k sporeniu, zameranej konkrétne na rôzne faktory v kontexte rámovania (framing). Táto analýza sa zaoberá tým, ako rôzne faktory ovplyvňujú motiváciu jedincov k sporeniu v závislosti od toho, ako sú informácie prezentované.

Dôveryhodnosť bánk (otázka 11): Koeficient: -0,189, Štandardná chyba: 0,081. Tento koeficient je štatisticky významný na 5% úrovni (označené \*\*). Záporný koeficient naznačuje, že vyššia dôvera v banky môže paradoxne znížiť motiváciu k sporeniu v kontexte daného rámovania.

Pohodlie a prístup k banke (otázka 13): Koeficient: 0,157, Štandardná chyba: 0,070. Tento koeficient je tiež štatisticky významný na 5% úrovni (označené \*\*), čo značí, že lepšie pohodlie a dostupnosť bankových služieb môžu pozitívne ovplyvniť motiváciu k sporeniu.

Motivácia k sporeniu kvôli budúcnosti (otázka 16): Koeficient: 0,298, Štandardná chyba: 0,069. Tento výsledok je štatisticky významný na 1% úrovni (označené \*\*\*), naznačujúci, že vysoká motivácia k sporeniu kvôli budúcim potrebám má silný pozitívny vplyv na sporiace rozhodnutia.

2. To isté spravíme pre psychologické postrčenie – predvolené možnosti.

Predikovanie miery motivácie sporiť	PREDVOLENÉ MOŽNOSTI
<b>Pohlavie</b>	0,397** (0,165)
<b>Dôveryhodnosť bánk (otázka 11)</b>	-0,315*** (0,077)
<b>Skúsenosti so sporením a investovaním (otázka 14)</b>	0,256** (0,093)
<b>Vplyv dôvery vo finančné inštitúcie (otázka 17)</b>	0,213** (0,090)
<b>Finančné ciele (otázka 18)</b>	0,190** (0,086)
<b>Konštanta</b>	1,721*** (0,336)
<b>N</b>	126
<b>R<sup>2</sup></b>	0,377

Poznámky: Štandardné chyby sú uvedené v zátvorkách.

\*, \*\* a \*\*\* označujú štatistickú významnosť na úrovni 10%, 5% a 1%.

Tabuľka, predstavuje výstupy regresnej analýzy zameranej na predikovanie miery motivácie k sporeniu, špecificky pri psychologickom postrčení pomocou predvolených možností. Regresný model skúma vplyv rôznych faktorov na motiváciu k sporeniu na základe hodnotenia respondentov.

Dôveryhodnosť bánk (otázka 11): Koeficient: -0,315, Štandardná chyba: 0,077. Tento koeficient je štatisticky významný na 1% úrovni (označené \*\*\*), čo znamená, že vyššia dôvera v banky má paradoxne negatívny vplyv na motiváciu k sporeniu v kontexte predvolených možností.

Skúsenosti so sporením a investovaním (otázka 14): Koeficient: 0,256, Štandardná chyba: 0,09. Tento výsledok je štatisticky významný na 5% úrovni (označené \*\*), čo naznačuje, že väčšie skúsenosti so sporením a investovaním pozitívne ovplyvňujú motiváciu k sporeniu.

Vplyv dôvery vo finančné inštitúcie (otázka 17): Koeficient: 0,213, Štandardná chyba: 0,090. Štatisticky významný na 5% úrovni (označené \*\*), naznačuje, že dôvera vo finančné inštitúcie zvyšuje motiváciu k sporeniu.

Finančné ciele (otázka 18): Koeficient: 0,190, Štandardná chyba: 0,086. Tento koeficient je štatisticky významný na 5% úrovni (označené \*\*), ukazujúci, že jasné finančné ciele môžu zvýšiť motiváciu k sporeniu.

### 3. Psychologické postrčenie – význačnosť.

Predikovanie miery motivácie sporiť	VÝZNAČNOSŤ
Vzdelanie	0,180** (0,069)
Skúsenosti so sporením a investovaním (otázka 14)	0,350*** (0,087)
Konštanta	1,198*** (0,235)
N	126
R <sup>2</sup>	0,288

Poznámky: Štandardné chyby sú uvedené v zátvorkách.

\*, \*\* a \*\*\* označujú štatistickú významnosť na úrovni 10%, 5% a 1%.

Táto tabuľka poskytuje výsledky regresnej analýzy zameranej na predikciu miery motivácie k sporeniu, s ohľadom na psychologické postrčenie vo forme význačnosti. V tabuľke sú uvedené konkrétne faktory a ich vplyv na motiváciu k sporeniu, vrátane štandardných chýb, ktoré poskytujú odhad presnosti každého koeficientu.

Tu je podrobný opis zahrnutých premenných a výsledkov: Skúsenosti so sporením a investovaním (otázka 14): Koeficient: 0,350, Štandardná chyba: 0,087. Tento výsledok je štatisticky významný na úrovni 1% (označené \*\*\*), ukazujúc, že bohatšie skúsenosti so sporením a investovaním výrazne pozitívne ovplyvňujú motiváciu k sporeniu.

Tento nález poukazuje na to, že skúsenosti môžu zlepšiť schopnosť jedincov oceniť význam sporenia. Tieto výsledky poskytujú cenný prehľad o faktoroch, ktoré môžu významne ovplyvniť motiváciu jedincov k sporeniu v kontexte význačnosti informácií.

Zistili sme, že vzdelanie a skúsenosti majú pozitívny vplyv, pričom skúsenosti majú silnejší vplyv než samotné vzdelanie. Tento nález môže byť taktiež využitý na zlepšenie stratégií finančného vzdelávania a propagácie sporenia.

#### 4. Psychologické postrčenie – jednoduchosť.

<b>Predikovanie miery motivácie sporiť</b>	<b>JEDNODUCHOSŤ</b>
Vzdelanie	-0,158** (0,072)
Dôveryhodnosť bánk (otázka 11)	-0,198** (0,078)
Pohodlie a prístup banky (otázka 13)	0,216*** (0,074)
Skúsenosti so sporením a investovaním (otázka 14)	0,364*** (0,096)
Motivácia pokračovať v sporení (otázka 21)	0,317*** (0,091)
<b>Konštanta</b>	<b>1,311*** (0,387)</b>
<b>N</b>	<b>126</b>
<b>R<sup>2</sup></b>	<b>0,336</b>

Poznámky: Štandardné chyby sú uvedené v zátvorkách.

\*, \*\* a \*\*\* označujú štatistickú významnosť na úrovni 10%, 5% a 1%.

Táto tabuľka poskytuje výsledky regresnej analýzy zameranej na predikovanie miery motivácie k sporeniu, pričom sa špecificky zameriava na vplyv jednoduchosti na rozhodovanie. Analýza vyhodnocuje, ako rôzne faktory ovplyvňujú túto motiváciu na základe dát získaných od 126 respondentov. Každý výstup zahŕňa koeficienty pre jednotlivé premenné, ich štandardné chyby, a štatistickú významnosť. Tu sú podrobnejšie informácie o každej premennej zahrnutej v modeli: Dôveryhodnosť bánk (otázka 11): Koeficient: -0,198, Štandardná chyba: 0,078. Štatisticky významný na úrovni 5% (\*\*), ukazuje, že vyššia

dôvera v banky môže mať negatívny vplyv na motiváciu k sporeniu, keď je proces jednoduchý.

Pohodlie a prístup k banke (otázka 13): Koeficient: 0,216, Štandardná chyba: 0,074. Štatisticky významný na úrovni 1% (\*\*\*), čo znamená, že lepšie pohodlie a dostupnosť bankových služieb zvyšujú motiváciu k sporeniu

Skúsenosti so sporením a investovaním (otázka 14): Koeficient: 0,364, Štandardná chyba: 0,096. Štatisticky významný na úrovni 1% (\*\*\*), ukazuje silný pozitívny vplyv skúseností so sporením na motiváciu k sporeniu.

Motivácia pokračovať v sporení (otázka 21): Koeficient: 0,317, Štandardná chyba: 0,091. Štatisticky významný na úrovni 1% (\*\*\*), naznačuje, že vysoká vnútorná motivácia k sporeniu zvyšuje celkovú motiváciu k sporeniu v kontexte jednoduchosti.

## 5. Psychologické postrčenie – vonkajší pohľad.

<b>Predikovanie miery motivácie sporiť</b>	<b>VONKAJŠÍ POHĽAD</b>
Pohlavie	0,507*** (0,184)
Pohodlie a prístup banky (otázka 13)	0,178** (0,078)
Dôvera v ekonomickú stabilitu krajiny (otázka 20)	0,188** (0,089)
Motivácia pokračovať v sporení (otázka 21)	0,287*** (0,085)
<b>Konštanta</b>	0,270 (0,383)
<b>N</b>	126
<b>R<sup>2</sup></b>	0,307

Poznámky: Štandardné chyby sú uvedené v zátvorkách.

\*, \*\* a \*\*\* označujú štatistickú významnosť na úrovni 10%, 5% a 1%.

Tabuľka, poskytuje výstupy regresnej analýzy zameranej na predikciu miery motivácie k sporeniu v súvislosti s konceptom vonkajšieho pohľadu (externého uhla pohľadu). Analyzuje sa vplyv niekoľkých faktorov na rozhodovanie o sporení na základe hodnotení respondentov.

Pohodlie a prístup banky (otázka 13): Koeficient: 0,178, Štandardná chyba: 0,078. Tento koeficient je štatisticky významný na 5% úrovni (označené \*\*), čo značí, že lepšie pohodlie a prístup k bankovým službám zvyšuje motiváciu k sporeniu.

Dôvera v ekonomickú stabilitu krajiny (otázka 20):Koeficient: 0,188, Štandardná chyba: 0,089. Tento koeficient je tiež štatisticky významný na 5% úrovni (označené \*\*), naznačujúc, že väčšia dôvera v ekonomickú stabilitu krajiny pozitívne ovplyvňuje motiváciu k sporeniu.

Motivácia pokračovať v sporení (otázka 21):Koeficient: 0,287, Štandardná chyba: 0,085. Tento výsledok je štatisticky významný na 1% úrovni (označené \*\*\*), čo ukazuje, že silná motivácia pokračovať v sporení má značný pozitívny vplyv na rozhodovanie o sporení.

Tieto údaje ponúkajú prehľad o tom, ako faktory ako pohlavie, prístup k bankovým službám, ekonomická stabilita a osobná motivácia ovplyvňujú rozhodovanie o sporení v rámci konceptu vonkajšieho pohľadu. Každý koeficient, spolu s jeho štandardnou chybou, poskytuje informácie o sile a smeru týchto vzťahov.

## 5.4 Diskusia

Analýza údajov z 126 respondentov poukazuje na to, že rozličné prístupy psychologického postrčenia majú rôzny vplyv na motiváciu k sporeniu. Najefektívnejším prístupom sa ukázala byť Význačnosť – ČSOB psychologické postrčenie ku sporeniu, ktorá dosiahla najvyššiu priemernú hodnotu 2,74 s mediánom 3,00. Tento typ postrčenia, ktorý zahŕňa zvýraznenie kľúčových informácií a dôležitosti určitých aspektov rozhodnutia, sa javí ako najúčinnější pri zvyšovaní sporiacej motivácie medzi respondentmi. Toto naznačuje, že zreteľné a významné informácie môžu ľudí podnietiť k premyslenejšiemu a zodpovednejšiemu prístupu k sporeniu.

Nasledujú Predvolené možnosti Slovenskej sporiteľni s priemernou hodnotou 2,66, ktoré taktiež pozitívne ovplyvňujú sporiace rozhodnutia, ale nie tak výrazne ako Význačnosť. Medián 3,00 naznačuje, že tento prístup je relatívne účinný, najmä ak sa použije ako súčasť širšej stratégie finančného vzdelávania a komunikácie.

Analýza údajov pre Jednoduchosť z TATRA banky ukazuje, že tento typ psychologického postrčenia dosahuje priemernú hodnotu 2,52 s mediánom 2,00. Tento výsledok naznačuje, že aj keď jednoduchosť môže zjednodušiť rozhodovacie procesy a eliminovať zbytočné komplikácie, v kontexte sporiacich rozhodnutí to nevedie vždy k zvýšenej motivácii k sporeniu.

Vonkajší pohľad, ako psychologické postrčenie PRIMA banky s priemernou hodnotou 2,63, ukazuje, že poskytovanie nových perspektív a možností môže tiež efektívne ovplyvniť sporiace rozhodnutia, aj keď v menšej miere ako Význačnosť.

Na druhej strane, Rámovanie – VÚB banky s najnižšou priemernou hodnotou 2,44, a mediánom 2,00, sa javí ako menej efektívne v porovnaní s ostatnými metódami. Tento nález môže poukazovať na to, že spôsob, akým sú informácie prezentované, môže mať menej výrazný priamy vplyv na rozhodovanie o sporení, pokiaľ nie sú spojené s jasne definovanými a relevantnými informáciami.

Celkovo tieto výsledky ukazujú, že účinnosť rôznych typov psychologického postrčenia môže výrazne kolísať v závislosti od toho, ako sú tieto techniky aplikované a integrované do finančných nástrojov a vzdelávacích iniciatív. Toto poukazuje na dôležitosť cielenej implementácie týchto prístupov v praxi, aby sa maximálne zvýšil ich potenciál ovplyvniť sporiace správanie.

## Záver

V tejto bakalárskej práci sme sa venovali analýze vplyvu psychologického postrčenia na rozhodnutia jednotlivcov v oblasti sporenia. Na základe dotazníkového experimentu s vizuálnymi stimulmi sme skúmali, ako rôzne obrázky bankových inštitúcií ovplyvňujú rozhodovanie respondentov o otvorení sporiaceho účtu. Pomocou metód deskriptívnej štatistiky sme poskytli podrobnú analýzu reakcií účastníkov a identifikovali kľúčové faktory, ktoré môžu slúžiť ako efektívne nástroje psychologického postrčenia v praxi.

Vplyv psychologického postrčenia na rozhodovanie o sporení je značný a rozmanitý. Získané výsledky ukázali, že najúčinnejšie psychologické postrčenie z hľadiska motivácie k sporeniu je význačnosť, ktorá zahŕňa zvýraznenie kľúčových informácií a dôležitých aspektov rozhodovania. Toto postrčenie vedie k zvýšeniu vnímania možností medzi respondentmi a posilňuje ich rozhodnutie sporiť.

Naopak, rámovanie, ktoré sa zameriava na prezentáciu informácií v určitom svetle, sa ukázalo ako menej efektívne. Tento typ postrčenia má nižší vplyv na rozhodnutia respondentov o sporení, čo naznačuje, že forma prezentácie môže mať menší vplyv na rozhodovacie procesy ako samotný obsah informácií.

Analýza tiež zdôraznila význam jednoduchosti a prístupnosti informácií, ktoré môžu zvýšiť pohodlie pri rozhodovaní o sporení. Predvolené možnosti a vonkajší pohľad poskytli nové perspektívy, ktoré mohli respondentov motivovať k premyslenejším finančným rozhodnutiam.

Na základe týchto zistení odporúčam finančným inštitúciám zvážiť integráciu efektívnejších psychologických postrčení do ich marketingových a operatívnych stratégií, aby lepšie oslovovali a podporovali finančné správanie svojich klientov. Výsledky tejto práce môžu slúžiť ako základ pre ďalší výskum v oblasti behaviorálneho finančníctva a poskytujú cenné informácie pre rozvoj nových produktov a služieb zameraných na podporu sporenia.

Výsledky našej štúdie ukazujú, že vizuálny obsah má významný vplyv na rozhodovanie účastníkov o sporení. Štatistická analýza odhalila štatisticky významné rozdiely medzi jednotlivými obrázkami, čo naznačuje, že niektoré vizuálne prezentácie sú účinnejšie v motivovaní respondentov k sporeniu než iné. Zároveň sme pomocou lineárnej regresie identifikovali, ktoré odpovede na otázky v dotazníku najlepšie predpovedajú preferenciu sporenia pri konkrétnom obrázku.

Naša práca prispieva k pochopeniu dôležitosti psychologických aspektov v oblasti osobných financií a poskytuje praktické návrhy pre bankové inštitúcie, ako využiť poznatky z behaviorálnej ekonómie pre zlepšenie stratégií zameraných na podporu sporenia. Zároveň otvára priestor pre ďalšie výskumy, ktoré by mohli skúmať hlbšie mechanizmy vplyvu psychologického postrčenia v rôznych finančných kontextoch.

Práca tiež poukazuje na potrebu ďalšieho štúdia v oblasti kognitívnych vplyvov a behaviorálnych predsudkov, ktoré môžu zásadne meniť finančné rozhodovanie jedincov. Významným prínosom je aj zdôraznenie role, ktorú hrajú emocionálne a sociálne faktory, nad rámec tradičných ekonomických a finančných ukazovateľov.

Nakoniec je dôležité zdôrazniť, že aj keď sme identifikovali určité vzorce a tendencie, ľudské správanie je komplexné a niekedy nepredvídateľné. Preto by každý nástroj postrčenia alebo stratégia mala byť aplikovaná s ohľadom na špecifický kontext a individuálne potreby a predpoklady každého jednotlivca.

V závere tejto práce by som chcela vyjadriť vďaku všetkým, ktorí sa podieľali na tomto výskume a dúfam, že jeho výsledky prinesú nové poznatky do praxe a prispesú k vytvoreniu účinnejších stratégií v oblasti osobných financií a sporenia.

## Zoznam použitej literatúry

BADDELEY, Michelle. Behavioural Economics and Finance. 2nd ed. London: Routledge, 2018. 348 s. ISBN 978-1-315-21187-9. [2024-05-03]. Dostupné online: <https://doi.org/10.4324/9781315211879>.

BIKAS, E. - JUREVIČIENE, D. Approach to personal behaviour finance. Wrocław University of Economics, 2009. 59, 75-88.

AJZEN, I. The social psychology of decision making. In: HIGGINS, E. T. - KRUGLANSKI, A. W. (Eds.). Social psychology: Handbook of basic principles. New York: Guilford Press, 1996, s. 297-325.

ESPINOSA, V. I. - WANG, W. H. Principles of Nudging and Boosting: Steering or Empowering Decision-Making for Behavioral Development Economics. Sustainability, 14(4), 2145. Dostupné na: <https://doi.org/10.3390/su14042145>.

SCHUBERT, C. Exploring the (behavioural) political economy of nudging. Journal of Institutional Economics, 2017, ročník 13, číslo 3, s. 499-522. doi:10.1017/S1744137416000448.

EARL, P. E. Richard H. Thaler: A Nobel Prize for Behavioural Economics. Review of Political Economy, 2018, ročník 30, číslo 2, s. 107–125. doi:10.1080/09538259.2018.1513236.

THALER, Richard H. - SUNSTEIN, Cass R. Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness. New Haven: Yale University Press, 2008.

THALER, Richard H. - SUNSTEIN, Cass R. Nudge. Yale University Press. [Supra note 1], s. 19–22.

THALER, Richard H. - SUNSTEIN, Cass R. Nudge. Yale University Press. [Supra note 1], s. 19.

STANOVICH, Keith E. *Rationality and the Reflective Mind*. Yale University Press. [Supra note 29], s. 6.

THE DECISION LAB. Framing effect. The Decision Lab, 2021. Dostupné na: <https://thedecisionlab.com/biases/framing-effect>.

ZHAO, N., LIU, X., LI, S., ZHENG, R. Nudging effect of default options: a meta-analysis. *Advances in Psychological Science*, 2022, ročník 30, číslo 6, s. 1230.

LINDENBERG, S. - PAPIES, E. K. Two Kinds of Nudging and the Power of Cues: Shifting Salience of Alternatives and Shifting Salience of Goals. *International Review of Environmental and Resource Economics*, 2019, ročník 13, číslo 3-4, s. 229-263.

CHADIMOVA, K. Timing, Deterrence & Simplicity in Repetitive Nudges. 2023. Dostupné na: SSRN 4455664.

PAVLOSVSKÝ, Patrik. *Teória postrčenia v koncepciách verejnej politiky a spravovania: (a príklady jej aplikácie v rámci slovenskej samosprávy)*. Břeclav: Městská knihovna Břeclav, 2020. 27 s. ISBN 978-80-905381-5-3.

HANSEN, Pelle Guldborg a JESPERSEN, Andreas. *Nudge and the Manipulation of Choice: A Framework for the Responsible Use of Nudge Approach to Behaviour Change in Public Policy*. December 01, 2013.

BRAIKER, Harriet B. *Who's Pulling Your Strings? How To Break The Cycle of Manipulation And Regain Control Of Your Life*. New York: McGraw-Hill, 2004.

SELINGER, Evan, a WHYTE, Kyle. "Is there a right way to nudge? The Practice and Ethics of Choice Architecture". *Sociology Compass*, roč. 5, č. 10 (2011), s. 923–935.

HANSEN, Pelle Guldborg a JESPERSEN, Andreas. *Nudge and the Manipulation of Choice: A Framework for the Responsible Use of Nudge Approach to Behaviour Change in Public*

Policy. December 01, 2013. Dostupné na SSRN: [https://ssrn.com/abstract=2555337](https://ssrn.com/abstract=2555337)

BOVENS. "The Ethics of Nudge", supra poznámka 14, na str. 4.

HANSEN, Pelle Guldborg a JESPERSEN, Andreas. Nudge and the Manipulation of Choice: A Framework for the Responsible Use of Nudge Approach to Behaviour Change in Public Policy. December 01, 2013. Dostupné na SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2555337>

THALER, R. H., & BENARTZI, S. (2004). Save More Tomorrow™: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*. <https://doi.org/3555217>

MADRIAN, B. C., & SHEA, D. F. (2001). The Power of Suggestion: Inertia in 401(k) Participation and Savings Behavior. *The Quarterly Journal of Economics*, 116(4), 1149-1187. <https://doi.org/10.1162/003355301753265543>

NOVY-MARX, R., RAUH, J. J. *Finance* 66, 1211 (2011).

BENARTZI, S., LEWIN, R. *Save More Tomorrow: Practical Behavioral Finance Solutions to Improve 401(k) Plans*. Penguin, New York, 2012.

VOLPP, K.G. et al. *JAMA* 300, 2631 (2008).

BENARTZI, S., & THALER, R. H. (2013). Behavioral Economics and the Retirement Savings Crisis. *Science*. <https://doi.org/1231320>

NOFSINGER, J.R. (2017). *The Psychology of Investing* (6th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315230856>

LUSARDI, A., & MITCHELL, O. S. (2007). Financial Literacy and Retirement Preparedness: Evidence and Implications for Financial Education. *Business Economics*, 42(1), 35-44.

THALER, R. H., & SUNSTEIN, C. R. (2009). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Penguin Books. ISBN: 9780141040011

MAISON, D. (2019). *Saving and Investing: The Psychology of Financial Consumer Behavior*. ISBN 978-3-030-10569-3.

Tu máš upravenú citáciu s odkazom:

NOFSINGER, J.R. (2017). *The Psychology of Investing* (6th ed.). Routledge. Dostupné na:  
[<https://doi.org/10.4324/9781315230856>](<https://doi.org/10.4324/9781315230856>)

## **PRÍLOHY**

## Príloha č.1: Dotazník

1. Pohlavie:

- a) Muž
- b) Žena

2. Vek:

3. Vzdelanie:

- a) Základné
- b) Stredné (s vyučením/bez vyučenia, s maturitou/bez maturity, odborné i neodborné)
- c) Vyššie odborné
- d) Vysokoškolské - bakalársky titul
- e) Vysokoškolské - magisterský titul
- f) Vysokoškolské - doktorský titul alebo vyšší

4. Zamestnanie

- a) Zamestnaný
- b) Nezamestnaný
- c) Študent

5. Aké sú Vaše hrubé mesačné príjmy? (*Vyplňte iba v prípade, že pracujete.*)

- a) Menej ako 500€
- b) 500 - 1000€
- c) 1001 - 1500€
- d) 1501 - 2000€
- e) Viac ako 2000€

6. Môžete prosím na tejto škále opísať Váš postoj k sporeniu?

- 1. Veľmi negatívny
- 2. Negatívny
- 3. Normálny
- 4. Pozitívny

5. Veľmi pozitívny

7. Ako často sporíte?

1. Denne
2. Týždenne
3. Mesačne
4. Ročne
5. Nikdy

8. Akú časť svojich príjmov si ukladáte na účet?

- a) Menej ako 10%
- b) 10-20%
- c) 20-30%
- d) Viac ako 30% Nič

9. Ako vnímate riziko spojené so sporením/ investíciami?

1. Veľmi nízke
2. Nízke
3. Žiadne
4. Vysoké
5. Veľmi vysoké

10. Akú úlohu zohráva pri vašom rozhodovaní o sporení výška úrokových sadzieb?

1. Veľmi obmedzenú
2. Obmedzenú
3. Žiadnu
4. Trochu významnú
5. Významnú úlohu

11. Akú úlohu zohráva pri vašom rozhodovaní o sporení dôveryhodnosť banky/inštitúci?

1. Veľmi obmedzenú úlohu
2. Obmedzenú úlohu
3. Žiadnu úlohu
4. Čiastočne významnú úlohu
5. Významnú úlohu

12. Akú úlohu zohráva pri vašom rozhodovaní o sporení poplatky v danej banke?

1. Veľmi obmedzenú úlohu
2. Obmedzenú úlohu
3. Žiadnu úlohu
4. Čiastočne významnú úlohu
5. Významnú úlohu

13. Akú úlohu zohráva pri vašom rozhodovaní o sporení pohodlie a prístup danej banky (onlin bankovníctvo, pobočky)?

1. Veľmi obmedzenú úlohu
2. Obmedzenú úlohu
3. Žiadnu úlohu
4. Čiastočne významnú úlohu
5. Významnú úlohu

14. Aké sú Vaše skúsenosti so sporením a investovaním?

1. Začiatok
2. Pokročilý začiatok
3. Pokročilý
4. Viac pokročilý
5. Expert

15. Ako často uvažujete o budúcnosti a dlhodobých finančných cieľoch?

1. Menej často
2. Často

3. Normálne
4. Viac ako často
5. Dennodenne

16. Cítite sa motivovaní k sporeniu kvôli budúcnosti, alebo je to skôr prezentované ako povinnosť?

1. Nie som motivovaný/á k sporeniu
2. Som trochu motivovaný/á k sporeniu
3. Som čiastočne motivovaný/á k sporeniu
4. Som motivovaný/á k sporeniu
5. Určite motivovaný/á k sporeniu

17. Aký vplyv má vaša dôvera vo finančné inštitúcie a produkty na vaše rozhodnutia o sporení?

1. Žiadny vplyv
2. Má trochu vplyv
3. Normálny vplyv
4. Väčší vplyv
5. Veľký vplyv

18. Máte nejaké finančné ciele, ktoré by ste chceli dosiahnuť prostredníctvom sporenia?

1. Nie – sporenie ma nezaujíma
2. Sporenie ma zaujíma trochu
3. Normálne
4. Mám nejaké ciele
5. Áno – mám jasné ciele

19. Ako veľmi dôležité sú pre vás odmeny alebo stimuly ako motivácia na sporenie?

1. Nedôležité
2. Trochu dôležité
3. Normálne
4. Dôležité

5. Veľmi dôležité

20. Aký veľký vplyv má vaša dôvera v ekonomickú stabilitu krajiny na vaše rozhodnutia o sporení?

1. Žiadny vplyv
2. Trochu vplyv
3. Normálny vplyv
4. Väčší vplyv
5. Veľký vplyv

21. Ako často sa cítite motivovaní/-á k tomu, aby ste začali alebo pokračovali vo svojom sporení?

1. Zriedkavo
2. Viac ako zriedkavo
3. Celkom často
4. Často
5. Veľmi často

22. Ako často sa stretávate s tlakom alebo očakávaniami od rodiny alebo priateľov týkajúcich sa vašich sporných rozhodnutí?

1. Zriedkavo
2. Viac ako zriedkavo
3. Celkom často
4. Často
5. Veľmi často

23. Ako často sa stretávate s tlakom alebo očakávaniami od rodiny alebo priateľov týkajúcich sa vašich sporných rozhodnutí?

1. Zriedkavo
2. Viac ako zriedkavo
3. Celkom často
4. Často

## 5. Veľmi často

### Sporiaci účet

Sporte si rýchlo a jednoducho so zvýhodneným úrokom 0,10 % p. a.

- ◇ Sporenie **od 20 €** do 1000 € mesačne.
- ◇ **Úspory** máte k dispozícii **ihneď a bez poplatku**.
- ◇ Možnosť až **5 sporiacich účtov zadarmo**.

Kalkulačka



1. Vôbec
2. Trochu
3. Normálne
4. Viac
5. Úplne

24. Nakoľko by vás tento obrázok motivoval k sporeniu v danej banke?

## FINANČNÝ PLÁN

Stačí pár klikov a nastavíme vám jasný finančný plán presne na mieru. Vytvorí si sporenie, zodpovedne investovať, poistiť sa či zabezpečiť si slušný dôchodok tak bude jednoduchšie.

Váš vek  rokov

Čistý mesačný príjem  €

Vaše úspory v Slovenskej sporiteľni  €

● Dôchodkové sporenie  
 II. pillar  III. pillar

● Mesačne vám ostáva  €  
 Použiť pomocníka

Vaše úspory mimo Slovenskej sporiteľne  €

● Sporíte si pravidelne?

A blue smartphone character with a smiling face and arms is the central focus. It is surrounded by various financial and lifestyle icons: a TV, a shopping cart, a gift box, a stack of coins, a credit card, and a document. The background is light blue with a circular pattern of dashed lines.

1. Vôbec
2. Trochu
3. Normálne
4. Viac
5. Úplne

## 25. Nakoľko by vás tento obrázok motivoval k sporeniu v danej banke?



### Sporenie s úrokom až 1,5 %

Pripravte sa na neočakávané situácie. Peniaze máte vždy poruke. Vklady a výbery kedykoľvek.

[Zistiť viac](#)



### Termínovaný vklad

Uložte si úspory na termínovaný vkladový účet s výhodným úrokom až 3 % ročne.

[Zistiť viac](#)



### Investičné sporenie

Vždy je správny čas začať investovať už od 20 € mesačne. Bez poplatkov a jednoducho online.

[Zistiť viac](#)

1. Vôbec
2. Trochu
3. Normálne
4. Viac
5. Úplne

## 26. Nakoľko by vás tento obrázok motivoval k sporeniu v danej banke?

### Spôsoby sporenia

**Sporenie<sup>TB</sup>** k účtu vám pomáha odkladať si peniaze tak, ako vám to najviac vyhovuje. Na výber máte hneď niekoľko možností. Všetky spôsoby si môžete aktivovať cez mobilnú aplikáciu **Tatra banka** (od verzie 3.2) alebo cez **Internet banking<sup>TB</sup>**.

#### 1. Sporenie pri každej platbe kartou

Z každej sumy, ktorú zaplatíte v obchode debetnou kartou, odvedieme vami zvolené percento na vaše **Sporenie<sup>TB</sup>** k účtu.



#### Výhody sporenia kartou:

- sporíte prakticky pri každej platbe svojou debetnou platobnou kartou
- sami rozhodujete, aké percento z platby, prípadne aká minimálna či maximálna suma bude pri platbe odvádzaná na vaše **Sporenie<sup>TB</sup>** k účtu

1. Vôbec
2. Trochu

3. Normálne
4. Viac
5. Úplne

27. Nakoľko by vás tento obrázok motivoval k sporeniu v danej banke?

**Vyberte si vaše sporenie**

<p>Sporenie k Osobnému účtu</p>  <p>viac &gt;&gt;</p>	<p>Sporenie k Študentskému účtu</p>  <p>viac &gt;&gt;</p>	<p>Sporenie k Detskému účtu</p>  <p>viac &gt;&gt;</p>
--	--	--

1. Vôbec
2. Trochu
3. Normálne
4. Viac
5. Úplne