

ŠTEDNJA U DOBA PANDEMIJE

Uštedjeni euro je isto što i zaradjeni

U Njemačkoj je u junu štednja domaćinstava porasla 21 odsto u odnosu na decembar, u Austriji za 28, a u Holandiji 35 odsto. Kako su ovo velika emitivna turistička tržišta, ovaj rast uzrokovan je i nemogućnošću putovanja, ali razlog za ovako velike stope rasta definitivno leži u ljudskoj potrebi za obezbjeđivanjem sigurnosti u sve neizvjesnijoj budućnosti

Piše: Miodrag RADONJIĆ
viceguverner

Ovih dana često čujemo: „Poslije korone ništa više neće biti isto!“ Hoće li i čovjekova sklonost potrošnji i štednji ostati ista? Sam čin konzumacije dobara i usluga, i sa druge strane, odlaganja njihovog korišćenja, će biti isti, jer je to iskonski definisano našom prirodom, ali način pribavljanja, kanali distribucije, motivacija za štednjom i potrošnjom, sigurno će biti znatno drugačiji nego prije pandemije covid-19.

U savremenom, potrošačkom društvu, svakog dana smo suočeni sa najsofisticiranijim metodama u kreiranju potreba i stimulisanju želje za potrošnjom, ne bi li se stvorio toliko jak osjećaj nedostatka da se ne možemo oduprijeti potrošnji. Istovremeno, naučeni smo da je štednja osnov za investicije i, samim tim, osnov prosperiteta.

U posljednjih nekoliko godina bilježimo značajan pad kamatnih stopa na štednju uz istovremeni rast svih vrsta depozita i svih oblika štednje. Da li to znači da je štednja postala neosjetljiva na cijenu? Sigurno da nije, ali svijest o neophodnosti štednje je sve prisutnija i jača. Ako pogledamo statistiku u prethodnih pet godina, jasno se vidi da se upravo u



Crnoj Gori desila navedena situacija – da je štednja rasla uz sve manju kamatnu stopu na depozite. Ovaj podatak, na jedan vrlo slikovit način, potvrđuje da je štednja prevashodno motivisana čuvanjem realne vrijednosti novca, a ne zaradom na uloženi novac. Jednostavnije rečeno, ako nam kamata na štednju omogućuje da nakon isteka oročenja možemo da kupimo istu ili veću količinu roba i usluga nego na dan kad smo je stavili na banku, onda je štednja ispunila svoj osnovni zadatak. Navedeno je najjednostavnije potvrditi tako što ćemo uporediti kamatne stope u dužem periodu sa stopom inflacije. U slučaju Crne Gore vidimo da su kamatne stope veće od stope obezvređivanja novca u dužem

periodu.

Jednako je važno da ambijent u kome čuvamo vrijednost zarađenog novca za buduće vrijeme, bude siguran i stabilan, i u tom smislu Centralna banka ima ključnu ulogu i zadatak da to bezuslovno obezbijedi. Globalna epidemija izazvana korona virusom, sućelila je čovječanstvo sa izazovima koji su ranije doživljavani kao malo ili nimalo izvjesni, i sada svi težimo da budući mogući scenario dočekamo što spremniji i sa što je moguće većim stepenom sigurnosti. Malo nam što kao novac daje sigurnost i to će, očigledno, biti najvažniji motiv za buduću štednju, koja će biti sve značajnija poluga i oružje u borbi sa posljedicama pandemije. Zanimljivo je analizirati

dešavanja u godini pandemije na tržištima zapadnoevropskih zemalja sa dugom tradicijom štednje, kao što su Njemačka, Austrija i Holandija. U Njemačkoj je na datum 30. 6. 2020. štednja domaćinstava bila veća za 21 odsto u odnosu na kraj prošle godine, u Austriji za 28 odsto, a u Holandiji čak za 35 procenata. Moramo uzeti u obzir da su ovo velika emitivna turistička tržišta, pa je ovaj rast uzrokovan i nemogućnošću putovanja, ali razlog za ovako velike stope rasta definitivno leži u ljudskoj potrebi za obezbeđivanjem sigurnosti u sve neizvjesnijoj budućnosti.

Koliko god da je pandemija duboko oslabila svjetsku ekonomiju, a pogotovo ekonomije orjentisane na



Ako nam kamata na štednju omogućuje da nakon isteka oročenja možemo da kupimo istu ili veću količinu roba i usluga nego na dan kad smo je stavili na banku, onda je štednja ispunila svoj osnovni zadatak

turizam i transport, i sa tim u vezi izazvala pad prihoda i gubitak poslova, potreba za štednjom je sve jača i neminovno će doći do njenog snaženja. Ovo snaženje se neće odnositi samo na obim, već i na značaj i upotrebu instrumenata štednje, i to ne samo u bankarskoj industriji, već i u oblasti osiguranja. Kako je neminovan rast na strani tražnje za štednim proizvodima, tako će, sigurno, i kreatori ponude reagovati adekvatno, pa u tom smislu možemo očekivati pojavu novih štednih proizvoda kod banaka, ali i štednoosiguravajućih proizvoda kod osiguravajućih društava ili nekih kombinovanih ponuda.

Potreba da smanjimo neizvjesnost tako što ćemo se suzdržati od potrošnje danas, da bi sutra bili spremni da sigurnije dočekamo neku nepovoljnu situaciju, danas je stvar vaspitanja, opšte kulture i odnosa prema novcu. Sklonost ka štednji nije samo racionalan čin, već je uzrokovana i kulturnim ambijentom. Mi pripadamo južnoevropskom regionu koji, tradicionalno, nije poznat po štednji, već upravo obrnuto, ali to nam nameće dodatnu potrebu za jačom finansijskom edukacijom, učenjem i vaspitanjem, kako bismo gradili dobar i zdrav odnos prema novcu, uz puno razumijevanje da je uštedjeni euro isto što i zaradjeni.