

# BUSINESS INSIDER Polska

Sponsor projektu:



Bank Polski

Partner merytoryczny:

*Maison*  
& PARTNERS



## Portret Finansowy Polaków

Raport z badania ilościowego, maj 2025 r.

# SPIIS TREŚCI

|                                                 |            |
|-------------------------------------------------|------------|
| <b>Najważniejsze odkrycia badania .....</b>     | <b>4</b>   |
| <b>Informacje o badaniu.....</b>                | <b>8</b>   |
| <b>Wyniki</b>                                   |            |
| Portret Finansowy: indeks i jego komponenty.... | <b>12</b>  |
| Oszczędzanie.....                               | <b>30</b>  |
| Inwestowanie.....                               | <b>40</b>  |
| Pożyczanie i wydawanie.....                     | <b>50</b>  |
| Ubezpieczanie się.....                          | <b>62</b>  |
| Wiedza finansowa.....                           | <b>68</b>  |
| Podejście do pieniędzy i pomagania innym.....   | <b>80</b>  |
| Nowe technologie w finansach.....               | <b>92</b>  |
| Aneks: sytuacja socjoekonomiczna.....           | <b>100</b> |

**Pieniądze nieustannie towarzyszą życiu każdego człowieka. „Portret Finansowy Polaków” to próba kompleksowego spojrzenia na to, jak Polacy postrzegają swoje finanse, jak nimi zarządzają i jaką rolę odgrywają pieniądze w ich codziennym życiu.**

W badaniu zebrano dane dotyczące postaw i zachowań związanych z różnymi aspektami zarządzania finansami: wydatkami, oszczędzaniem, inwestowaniem i zaciąganiem zobowiązań. Istotnym elementem analizy jest zrozumienie, co motywuje Polaków do podejmowania decyzji finansowych, a co ich przed tym powstrzymuje – zarówno w kontekście czynników socjodemograficznych, jak i psychologicznych. Poznanie tych mechanizmów może stanowić punkt wyjścia do tworzenia skutecznych działań na rzecz edukacji finansowej oraz wzmacniania bezpieczeństwa finansowego Polaków.

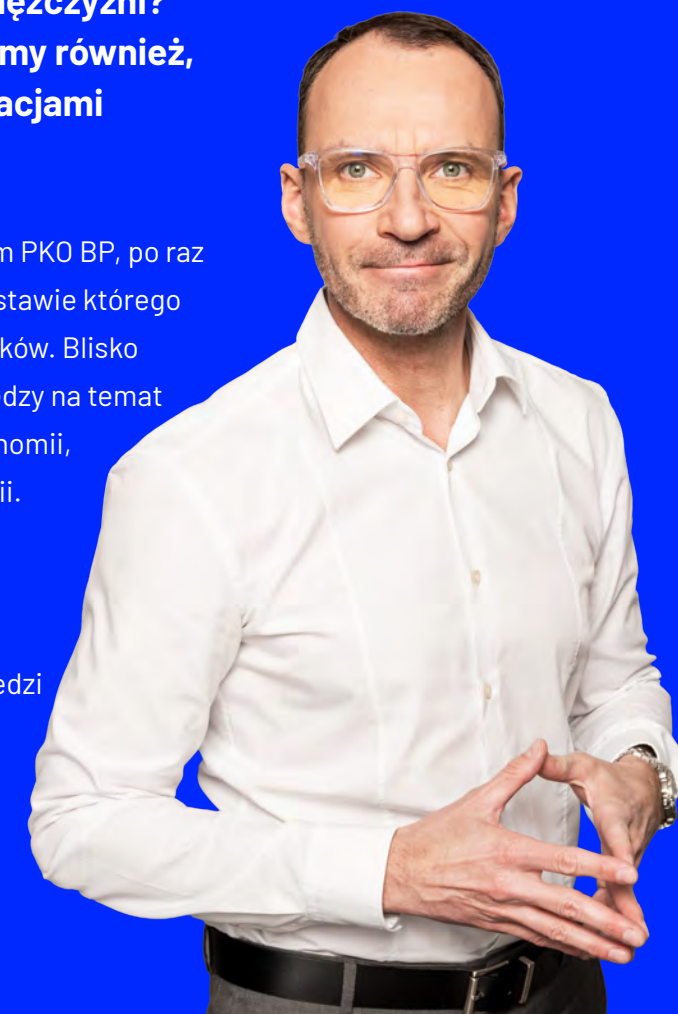
**Profesor Dominika Maison, UW**  
**Chief Science Partner firmy Maison & Partners**

**Czy dajemy swoim dzieciom pieniądze? Jak zarządzamy finansami w związku, jak podchodzą do tego kobiety, a jak mężczyźni? To nie wszystko, co udało nam się sprawdzić. Wiemy również, czy i jak dzielimy się ze swoimi partnerami informacjami o poziomie zarobków.**

Business Insider Polska, wspólnie z największym polskim bankiem PKO BP, po raz pierwszy w historii przeprowadził ogólnopolskie badanie, na podstawie którego pracownia Maison&Partners opracowała Portret Finansowy Polaków. Blisko stustronicowy dokument to pierwsze tego typu kompendium wiedzy na temat edukacji ekonomicznej i zachowań naszych rodaków na polu ekonomii, finansów osobistych, inwestycji czy związanych z nimi technologii.

Raport jest wyjątkowy, gdyż powstał na podstawie ponad 12 tys. rozbudowanych ankiet, które czytelnicy Business Insider Polska wypełnili na przełomie lutego i marca 2025 r., udzielając odpowiedzi na ponad 60, w większości złożonych, pytań – co wymagało poświęcenia kilkunastu minut (taki był mój osobisty wynik).

**Mikołaj Kunica**  
**Redaktor Naczelny Business Insider Polska**



**Portret Finansowy Polaków nie tylko pokazuje jak zarządzamy swoimi finansami oraz jak podchodzimy do oszczędzania.**

Mamy dobrą wiedzę na temat finansów oraz samokontrolę związaną z budżetem osobistym. Powinniśmy być jednak bardziej zapobiegawczy w sferze przyszłości finansowej i oszczędności. Mamy też wciąż duży potencjał do większego wykorzystywania nowych technologii w finansach. Jesteśmy jednak na dobrej drodze, by nasz finansowy portret był jeszcze lepszy.

Portret Finansowy Polaków pokazuje, jak zarządzamy swoimi finansami oraz jak podchodzimy do oszczędzania. To dla nas wszystkich także cenna wskazówka. Polakom pokazuje, jak lepiej pokierować finansową przyszłością, a bankom mówi, w których obszarach jeszcze lepiej wspierać klientów.

**Szymon Midera**  
**Prezes Zarządu PKO Banku Polskiego**



## BUSINESS INSIDER Polska



# Najważniejsze odkrycia badania

Sponsor projektu:



Bank Polski

Partner merytoryczny:



## Portret Finansowy Polaków – ogólna diagnoza



### Czynniki różnicujące:

- płeć
- wiek
- dochody
- wykształcenie
- zadowolenie z życia

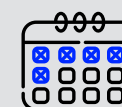
### Najsilniejsze strony:

- wiedza finansowa
- samokontrola budżetu

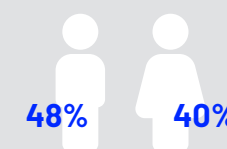
### Największe słabości:

- oszczędzanie
- inwestowanie
- technologie

## Oszczędzanie



**80%** Polaków ma oszczędności, ale tylko **1/3** ma ich na tyle dużo, aby w razie potrzeby wystarczyć na więcej niż pięć miesięcy.



Mężczyźni oszczędzają bardziej regularnie.

Młodzi chętniej deklarują, że lubią oszczędzać – dobre prognozy na przyszłość.

Większość oszczędzających Polaków trzyma swoje środki na kontach oszczędnościowych i/lub lokatach.



### Główne motywy:

- 42%** – zabezpieczenie przyszłości, na czarną godzinę
- 39%** – na emeryturę

## Inwestowanie

Doświadczeniem inwestycyjnym może się pochwalić

**46%** Polaków.

**38%** korzystało z kilku produktów inwestycyjnych, a **8%** z wielu.

### Najpopularniejsze formy inwestycji:

- fundusze i waluty (40%)
- obligacje (33%)
- GPW (30%)

Ostrożność jednak dominuje: **82% Polaków woli bezpieczeństwo niż ryzyko.**

Polacy zapytani o to, co zrobiliby z wolnymi 10 000 zł, najczęściej deklarują, że... **odłożyliby je.**

## Pożyczanie i wydatki

**63%**

Polaków miało kredyt ratalny.

**53%**

pożyczkę gotówkową w banku.



Połowa polskich gospodarstw domowych funkcjonuje w modelu **równopodziału kosztów utrzymania**, choć mężczyźni częściej znajdują się wśród tych, którzy deklarują, że dokładają się więcej.

### Najczęstsze cele pożyczek



sprzęt RTV/AGD



mieszkanie



samochód

## Ubezpieczenia

**65%**

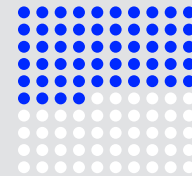
posiada dobrowolne ubezpieczenia.



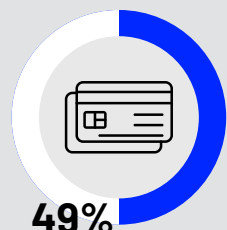
**Kobiety:** częściej pozytywnie nastawione do ubezpieczania się, choć częściej deklarują, że nie stać je na to, aby się ubezpieczać.



**Mężczyźni:** większa nieufność wobec firm ubezpieczeniowych (54%).



## Wiedza finansowa



Polaków nie wie, że **karta kredytowa to kredyt**.



**30%** Polaków uważa, że ma dużą wiedzę finansową.



**20%** że małą.



Kobiety częściej uczą się **od innych**, mężczyźni – **z mediów**.

### Najczęstsze źródła wiedzy:

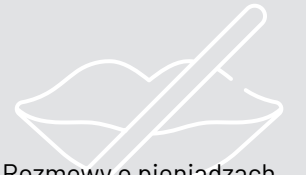
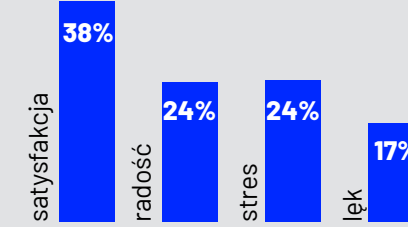
- portale tematyczne
- specjaliści
- rodzina



Mimo powszechnego dostępu do informacji **Polacy wskazują na problemy z przystępnością i wiarygodnością** dostępnych materiałów.

## Pieniądze i emocje

Najczęściej wskazywane uczucia w kontekście myślenia o pieniądzu to **satisfakcja** i **radość**, ale aż co czwarty Polak przyznaje, że myślenie o finansach wywołuje u niego **stres**, a 17% – **lęk**.



Rozmowy o pieniądzu wciąż są **tematem tabu** – 24% Polaków, a jeszcze częściej kobiety (27%), wstydzi się rozmawiać o finansach.

**96%**

Polaków uważa jednak, że **edukacja finansowa powinna zaczynać się już w dzieciństwie**.

## Pomoc finansowa



**80%**

Polaków przekazało kiedykolwiek 1,5% podatku na cel charytatywny lub wsparło akcję charytatywną.

**27%**

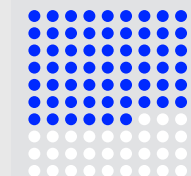
**27%** ogółu nie pomaga, bo „nie widzi w tym korzyści” – to jednak aż 40% mężczyzn i tylko 14% kobiet.

## Nowe technologie w finansach

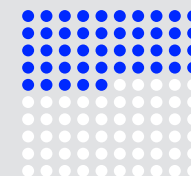


**75%**

Polaków preferuje płatności bezgotówkowe.



**66%** używa BLIKA.



**45%** regularnie płaci zbliżeniowo za pomocą telefonu lub zegarka.



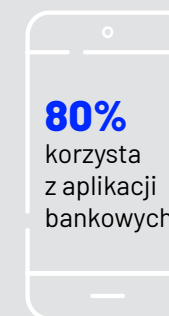
**42%**

twierdzi, że ma doświadczenie z ChatGPT.



**14%**

posiadało kiedykolwiek kryptowaluty.



**80%**

korzysta z aplikacji bankowych.

### AI w finansach

**68%**

Polaków dostrzega jej potencjał.

**55%**

ma wobec tej technologii obawy.



# O BADANIU

## Metodologia i cel badania

### **Cel:**

Sprawdzenie, jakie emocje towarzyszą Polakom w kontekście finansów, jakie mają przekonania dotyczące oszczędzania, inwestowania, pożyczania, ubezpieczeń oraz jak odnajdują się w świecie nowych technologii związanych z finansami.

### **Rodzaj próby:**

Reprezentatywna próba internautów 18+ ze względu na podstawowe zmienne demograficzne (płeć, wiek, wykształcenie, wielkość miejsca zamieszkania).

### **Wielkość próby:**

N = 12 050 osób

### **Termin realizacji:**

Luty i marzec 2025 roku.

### **Lokalizacja:**

Cała Polska.

Sponsor projektu:



Bank Polski

Partner merytoryczny:

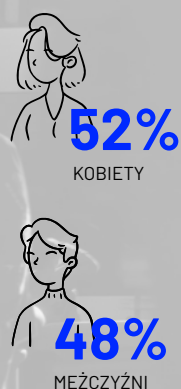


\* Dane zostały poddane ważeniu analitycznemu w celu zrównania struktury zrealizowanej próby z populacją dorosłych polskich internautów pod względem zmiennych demograficznych: płeć, wiek, poziom wykształcenia oraz województwo i wielkość miejscowości zamieszkania. Struktura populacji internautów pochodzi z badania MediaPanel firmy Gemius SA, stan za rok 2024.

N = 12 050

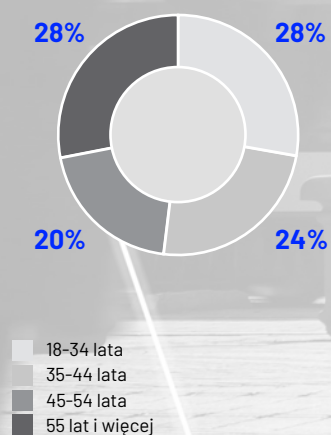
# Charakterystyka demograficzna próby

## Płeć

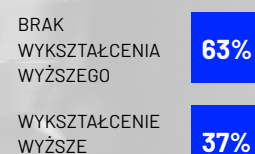


UWAGA: w ankiecie była możliwość zaznaczenia przy pytaniu o płeć także opcji „inna” – taką odpowiedź wybrał 1% społeczeństwa; ze względów metodologicznych (duża różnica w liczebności podpróby) różnice demograficzne w dalszej części raportu zostały pokazane na zmiennej dychotomicznej (kobiety vs. mężczyźni)

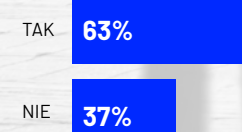
## Wiek



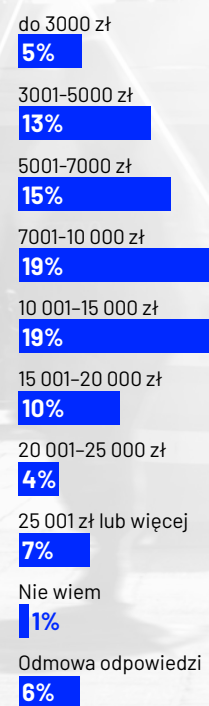
## Wykształcenie



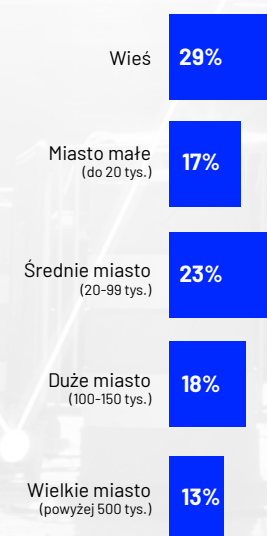
## Posiadanie dzieci



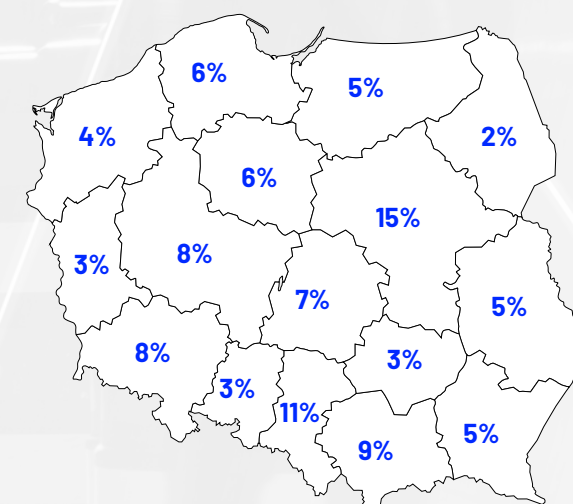
## Dochód gospodarstwa domowego



## Wielkość miejsca zamieszkania



## Województwo





# Portret Finansowy

## Indeks i jego komponenty

### Indeks Finansowy

## Czym jest?

**Portret Finansowy pozwala na kompleksową analizę podejścia do finansów osobistych.**

Stworzyliśmy go z myślą o tych, którzy pragną zrozumieć i mieć możliwość doskonalenia swoich finansowych kompetencji, aby móc podejmować przemyślane decyzje, zwiększając przy tym swoje bezpieczeństwo ekonomiczne oraz niezależność finansową.

To odzwierciedlenie postaw i zachowań w pięciu kluczowych obszarach: od oszczędzania po wykorzystanie nowych technologii w obszarze związanym z finansami.

## Indeks Finansowy przyjmuje wartości od 0 do 100.

### 0

Wartość 0 jest przypisana osobom, które deklarują całkowity brak zaangażowania oraz wiedzy w zakresie zarządzania finansami osobistymi – zarówno w obszarach oszczędzania, inwestowania, kontroli wydatków, zapobiegawczości, jak i wykorzystania nowych technologii w sferze finansów.

### 100

Wartość 100 otrzymują osoby wykazujące się największą wiedzą finansową, pozytywnymi postawami wobec oszczędzania i inwestowania, przykładające dużą wagę do racjonalnej kontroli wydatków i zabezpieczania swojej przyszłości oraz korzystające w sferze finansów z nowoczesnych technologii.

Pozostałe osoby w populacji otrzymują wartości zróżnicowane – w zależności od przejawianych postaw oraz zachowań w tym zakresie.

# Z jakich komponentów się składa?

Zarówno cały INDEKS FINANSOWY, jak i każdy spośród stworzonych komponentów niezależnie mogą służyć do pomiaru ewentualnych zmian postaw i zachowań na przestrzeni czasu.



## OSZCZĘDZANIE-INWESTOWANIE

Ocenia umiejętności w budowaniu kapitału i świadomym inwestowaniu.



## SAMOKONTROLA FINANSOWA

Dotyczy zarządzania budżetem i wydatkami na co dzień.



## ZAPOBIEGAWCZOŚĆ

Ocenia dążenie do zabezpieczania się na wypadek nieprzewidzianych zdarzeń.



## WIEDZA FINANSOWA

Ocenia wiedzę z obszaru finansów.



## NOWE TECHNOLOGIE W FINANSACH

Pokazuje otwartość i gotowość do wykorzystywania nowoczesnych narzędzi finansowych do zarządzania swoimi środkami.

UWAGA: Ze względu na dużą próbę dla niektórych zmiennych demograficznych nawet niewielkie różnice pomiędzy podgrupami okazywały się istotne statystycznie. Stąd możliwe są sytuacje, gdzie wynik pokazany na liczbie całkowitej (tj. podawany w zaokrągleniu do 0 miejsc po przecinku) wydaje się nie różnić od średniej dla ogółu, a został oznaczony jako istotnie statystycznie różny.

Indeks Finansowy i jego komponenty

# Najważniejsze wyniki

Choć ogólny poziom wiedzy oraz postawy i zachowania w pięciu kluczowych obszarach – od oszczędzania po wykorzystanie nowych technologii w obszarze związanym z finansami – są w Polsce na raczej przeciętnym poziomie (średni wynik indeksu to 57/100 punktów), istnieją znaczne różnice w zależności od płci, wieku, poziomu edukacji czy dochodów.

Polacy najlepiej wypadają w obszarze **wiedzy** związanej z finansami oraz **samokontroli** budżetu osobistego. Najmniej korzystnie wypadamy w kategoriach oszczędzania i inwestowania oraz wykorzystywania nowych technologii w sferze finansów.

W większości przypadków lepsze wyniki uzyskują mężczyźni (bez względu na wiek), osoby z wykształceniem wyższym oraz osoby, których dochód netto gospodarstwa domowego przekracza 7000 zł miesięcznie. Indeks przyjmuje też wyższe wartości wraz ze wzrostem zadowolenia z życia, co można tłumaczyć wpływem, jaki obserwujemy w wielu innych badaniach: choć „pieniądze szczęścia nie dają” (nie są głównym czynnikiem je budującym), osoby o wyższych dochodach często deklarują także większe zadowolenie z życia.

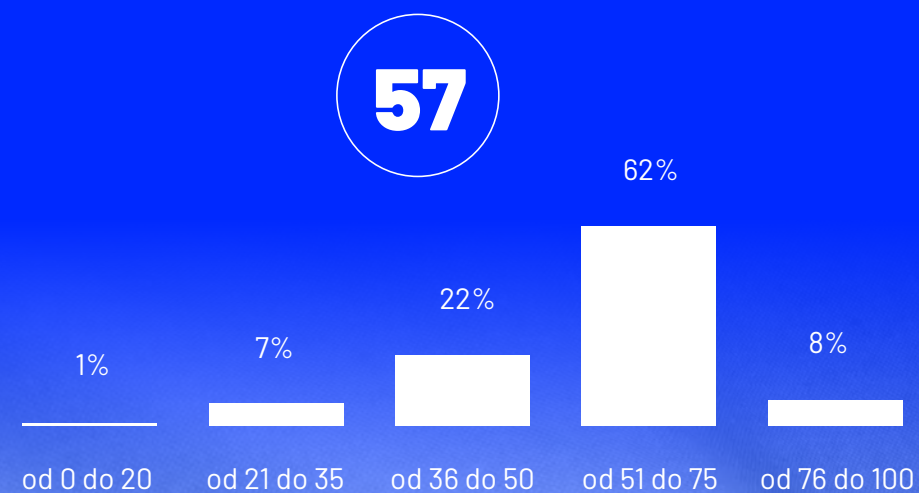
Wiek jest najbardziej różnicującą kategorią i w zależności od konkretnego komponentu w różnym stopniu wpływa na wyniki (np. najmłodszy lepiej wypadają na wymiarze korzystania z nowych technologii w świecie finansów, choć miewają problemy z samokontrolą finansową, która wzrasta wraz z wiekiem).

Indeks Finansowy  
i jego komponenty

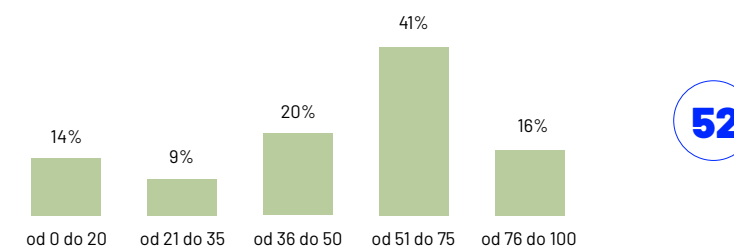
N = 12 050

## Średnie poziomy i rozkład wartości dla ogółu Polaków

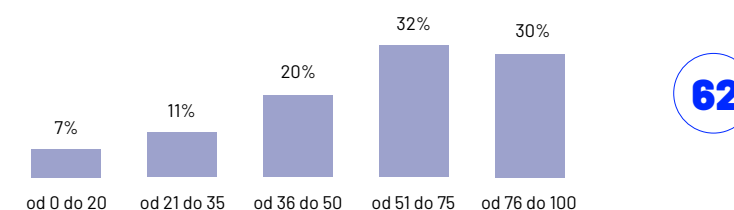
### INDEKS FINANSOWY (total)



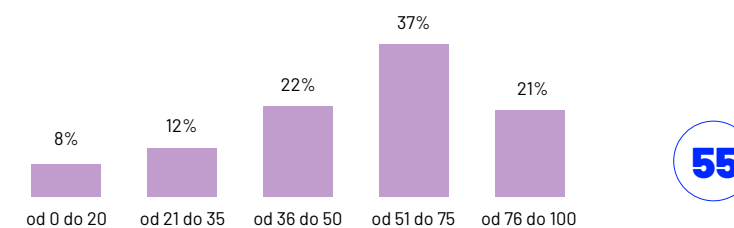
### OSZCZĘDZANIE- INWESTOWANIE



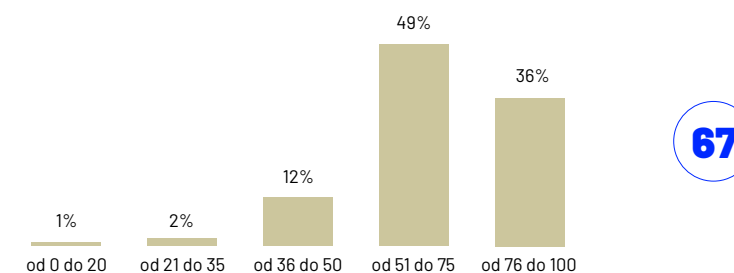
### SAMOKONTROLA FINANSOWA



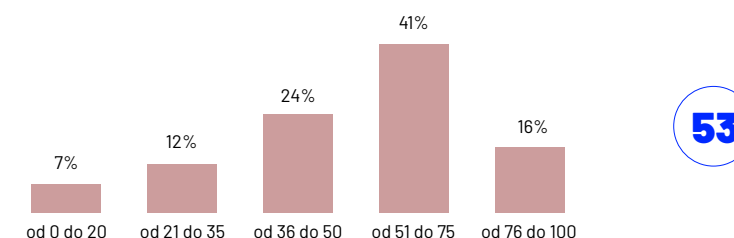
### ZAPOBIEGAWCZOŚĆ



### WIEDZA FINANSOWA



### NOWE TECHNOLOGIE W FINANSACH



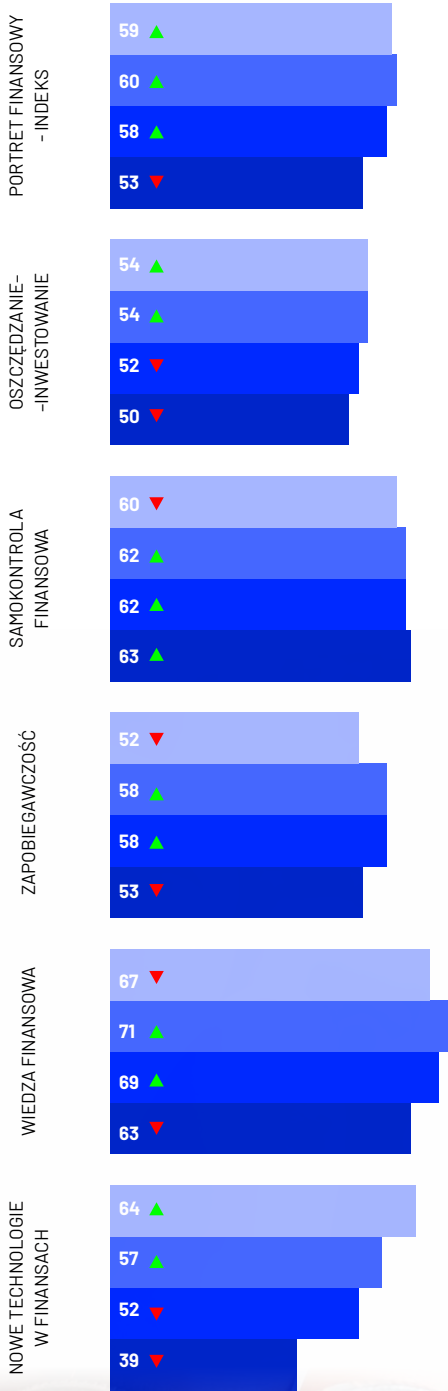
# Indeks Finansowy i jego komponenty

## Uśredniony profil w poszczególnych kohortach wiekowych

Wiek różnicuje wyniki zarówno dla całego indeksu, jak i dla jego poszczególnych składowych, choć kierunek zależności nie wszędzie jest jednakowy. Osoby w wieku 55+ uzyskiwały na ogół niższe wyniki, choć dla samokontroli finansowej wiek był czynnikiem warunkującym wyniki wyższe. Starsi (powyżej 45. roku życia) wypadają jednak niezaprzeczalnie słabiej niż młodszy w kwestii korzystania z nowych technologii w sferze finansów czy oszczędzania i inwestowania. Osoby w średnim wieku (35-54 lata) cechowały zaś najwyższe poziomy zapobiegawczości czy wiedzy finansowej, co niewątpliwie można tłumaczyć zmieniającymi się wyzwaniami na poszczególnych etapach życia.

- 18-34 lata, N = 3302
- 35-44 lata, N = 2887
- 45-54 lata, N = 2446
- 55 lat i powyżej, N = 3415

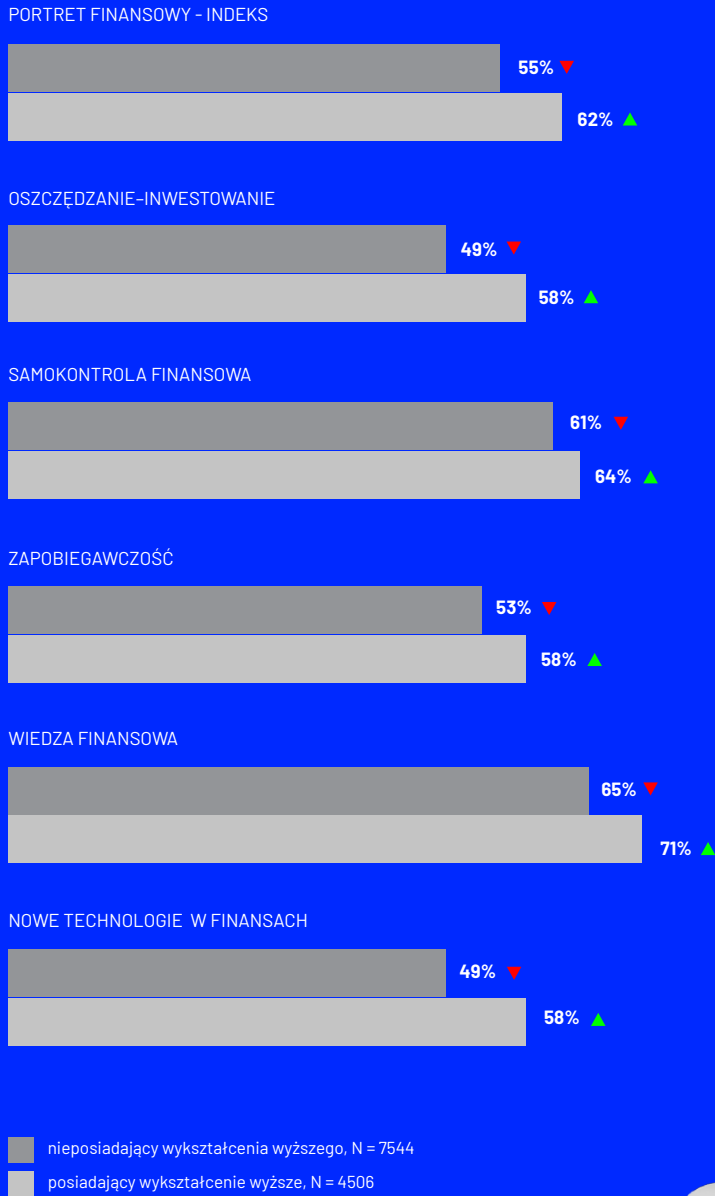
▲▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków



# Indeks Finansowy i jego komponenty

## Uśredniony profil a wykształcenie wyższe

Posiadający wykształcenie wyższe uzyskiwali wyższe wyniki zarówno w odniesieniu do całego indeksu, jak i wszystkich jego poszczególnych składowych. Wykształcenie wyższe w największym stopniu różnicowało wymiary takie jak: korzystanie z nowych technologii w sferze finansów oraz oszczędzanie i inwestowanie (przynajmniej częściowo związane zapewne z posiadaną wiedzą finansową, względem której różnice między posiadającymi wykształcenie wyższe a nieposiadającymi wykształcenia wyższego też były jednymi z większych).



▲▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków



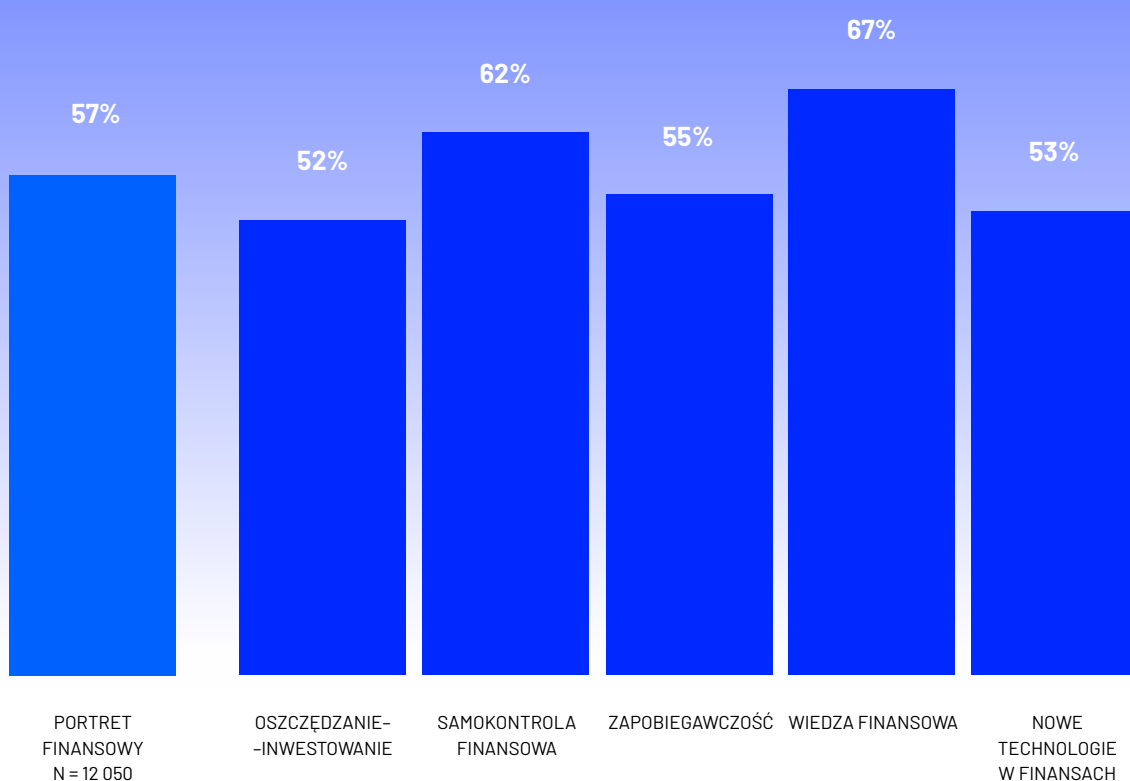
Portret Finansowy - Indeks i jego komponenty

## Średnie poziomy i rozkład wartości dla ogółu Polaków

Średni wskaźnik całościowego indeksu finansowego dla ogółu Polaków wynosi 57/100 punktów, co jest wynikiem przeciętnym.

Nasze **mocne strony** to na ogół dość dobra **wiedza** związana z obszarem finansów (średnio aż 67/100 punktów) oraz **samokontrola** związana z budżetem osobistym (62/100 punktów). Jako społeczeństwo raczej przeciętnie wypadamy na wymiarze zapobiegawczości (55/100 punktów), co może świadczyć o tendencji niedoceniań przez nas roli ubezpieczeń oraz zabezpieczania finansowego przyszłości swojej i osób nam bliskich.

Najniższe wyniki uzyskujemy na wymiarach **oszczędzania i inwestowania** (średnio 52/100 punktów) **czy wykorzystywania nowych technologii w finansach** (średnio 53/100 punktów). Należy mieć jednak na uwadze to, że porównujemy tu poszczególne komponenty, nie wychodząc poza nasz kraj. Ewentualne przyszłe analizy mogłyby rzucić nieco więcej światła na kontekst międzykulturowy.

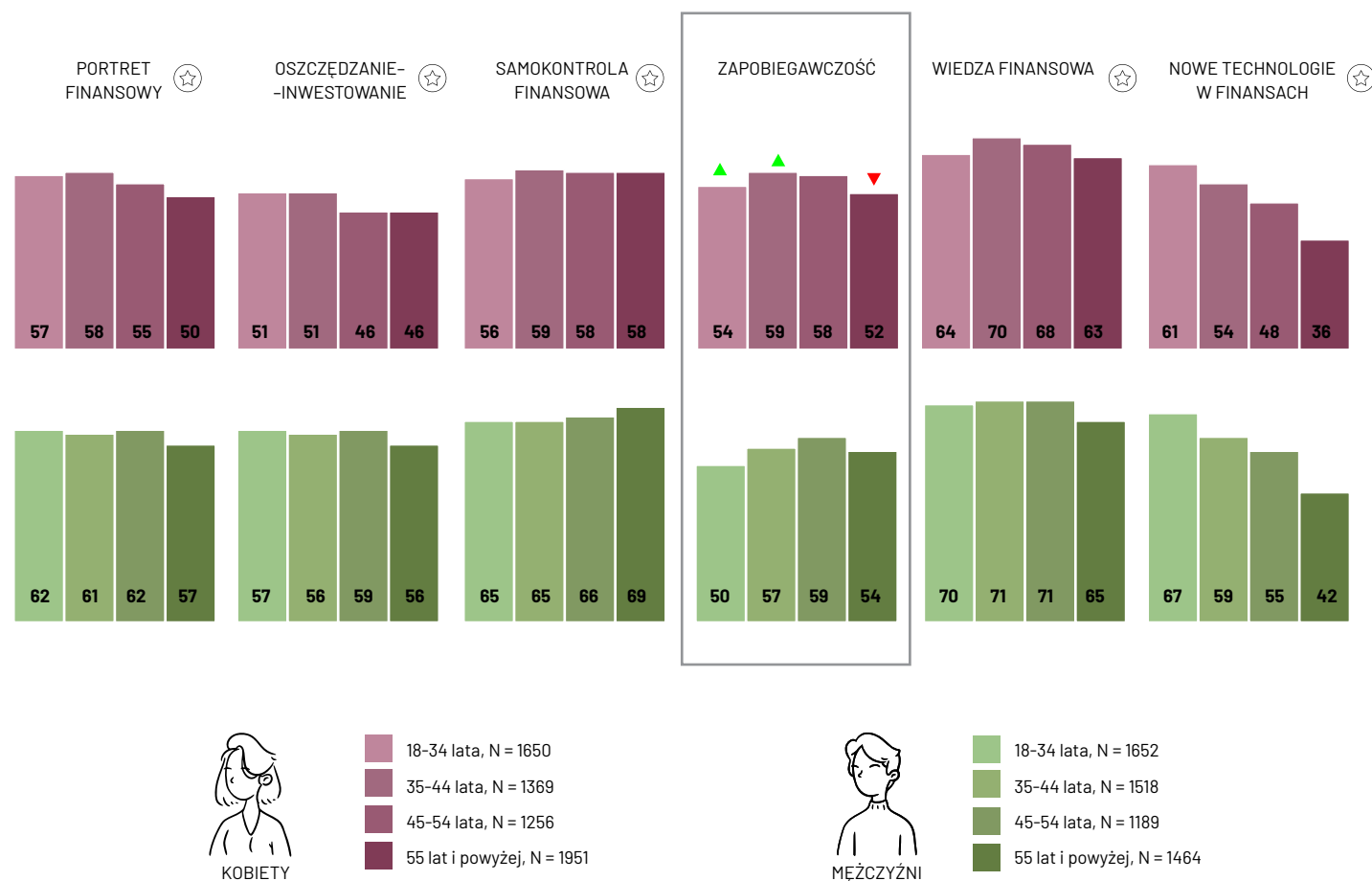


Indeks Finansowy i jego komponenty

## Uśredniony profil dla kobiet vs. mężczyzn w poszczególnych kohortach wiekowych

W odniesieniu zarówno do całego indeksu, jak i niemal wszystkich jego komponentów **kobiety uzyskiwały (bez względu na grupę wiekową!) średnio niższe wyniki niż mężczyźni**, co może być przejawem nie tylko wciąż istniejących nierówności w kwestii wiedzy w obszarze finansów, ale także kształtowanych i później przejawianych przez kobiety postaw. Jedynym komponentem, który nie różnicował kobiet i mężczyzn lub różnicował płcie na korzyść kobiet, była

zapobiegawczość. Kobiety do 45. roku życia wykazują się przeciętnie wyższą zapobiegawczością, między 45. a 55. rokiem życia różnice dla płci nie są istotne, natomiast powyżej 55. roku życia mężczyźni znowo osiągają wyższe wyniki niż kobiety.



☆ Różnica między kobietami a mężczyznami istotna statystycznie (na poziomie 95%) dla wszystkich kategorii wiekowych

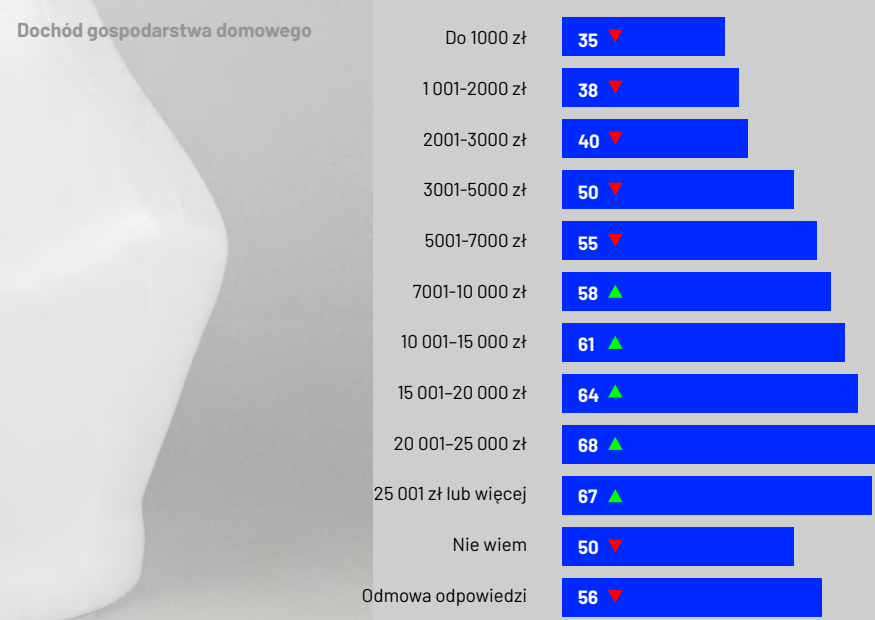
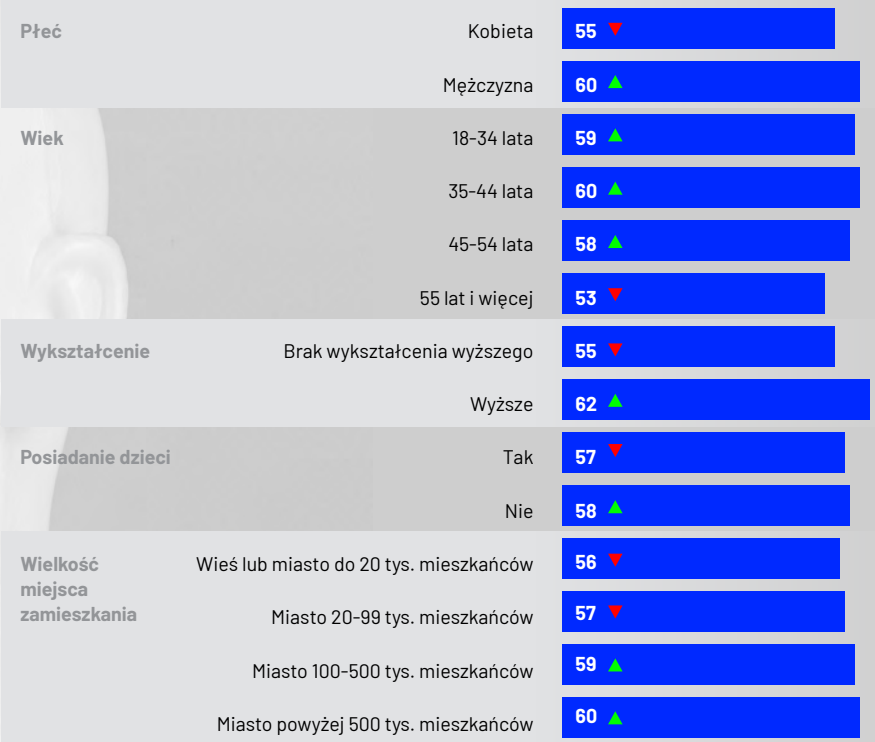
▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż mężczyźni w tej samej grupie wiekowej

# Indeks Finansowy

## a cechy społeczno-demograficzne

Średni wskaźnik całościowego indeksu finansowego jest wyższy wśród mężczyzn, osób przed 55. rokiem życia, niemających dzieci, ale posiadających wykształcenie wyższe oraz mieszkańców miast powyżej 100 tys. mieszkańców. Ponadto wraz ze wzrostem miesięcznego dochodu netto (dla całego gospodarstwa domowego) średnie uzyskiwane wyniki przyjmowały wyższe wartości (zwłaszcza powyżej dochodu przekraczającego 7000 zł netto miesięcznie).

Średni poziom dla ogółu Polaków (na skali 0-100): **57**

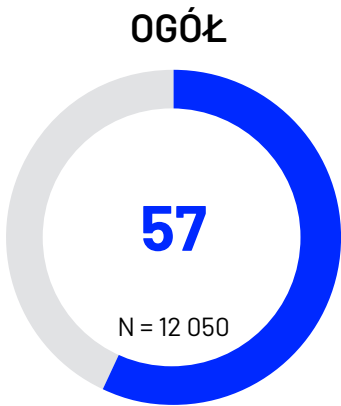


▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

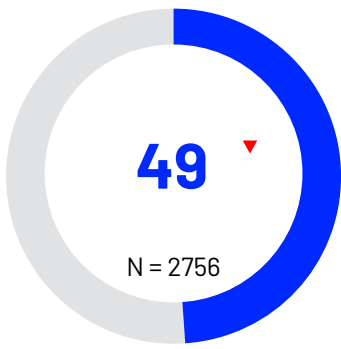
# Indeks Finansowy

## a zadowolenie z życia

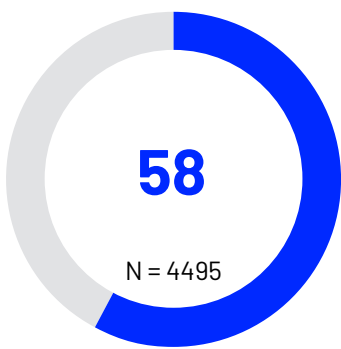
Indeks Finansowy przyjmuje wyższe wartości wraz ze wzrostem zadowolenia z życia. Ponieważ bardzo widoczna jest również zależność całego indeksu oraz jego poszczególnych komponentów od zarobków (osoby o wyższych zarobkach uzyskują wyższe wyniki), najprawdopodobniej należy tłumaczyć to wpływem, jaki obserwujemy w wielu innych badaniach: choć „pieniądze szczęścia nie dają” (nie są głównym czynnikiem je budującym – największy wpływ na budowanie poczucia szczęścia mają dobre relacje społeczne, a pieniądze leżą raczej u podstaw budowania poczucia bezpieczeństwa, choć bez wątplenia są czynnikiem odejmującym zmartwień), osoby je posiadające są często bardziej zadowolone z życia. Prawdopodobnie więc związek między zadowoleniem z życia a indeksem wykazuje podobną, pośrednią, zależność.



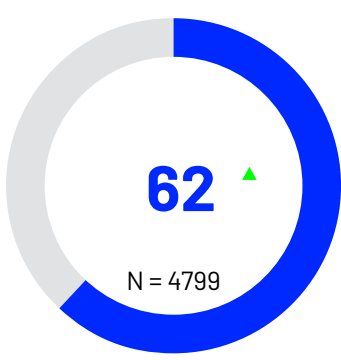
Mało zadowoleni z życia



Przeciętnie zadowoleni z życia



Zadowoleni z życia



▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

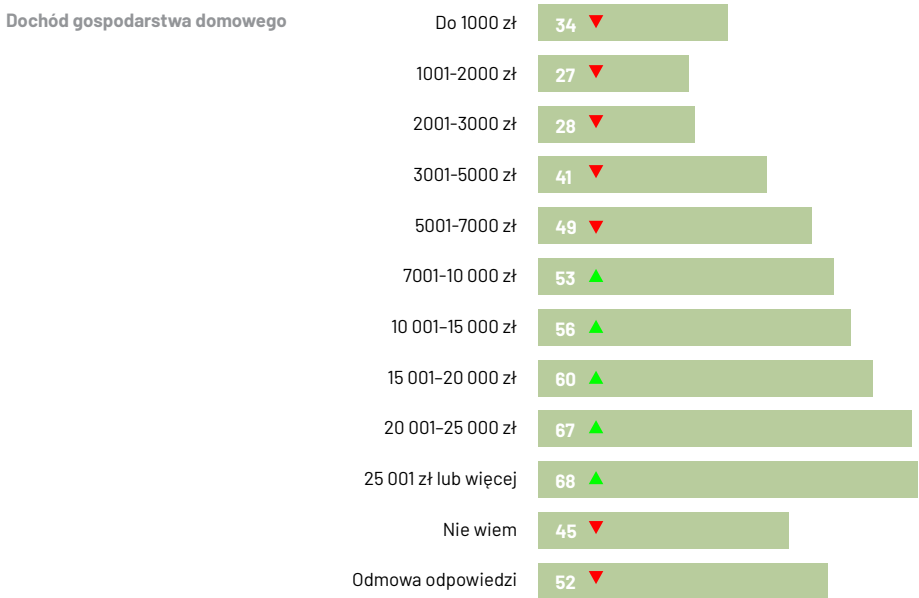
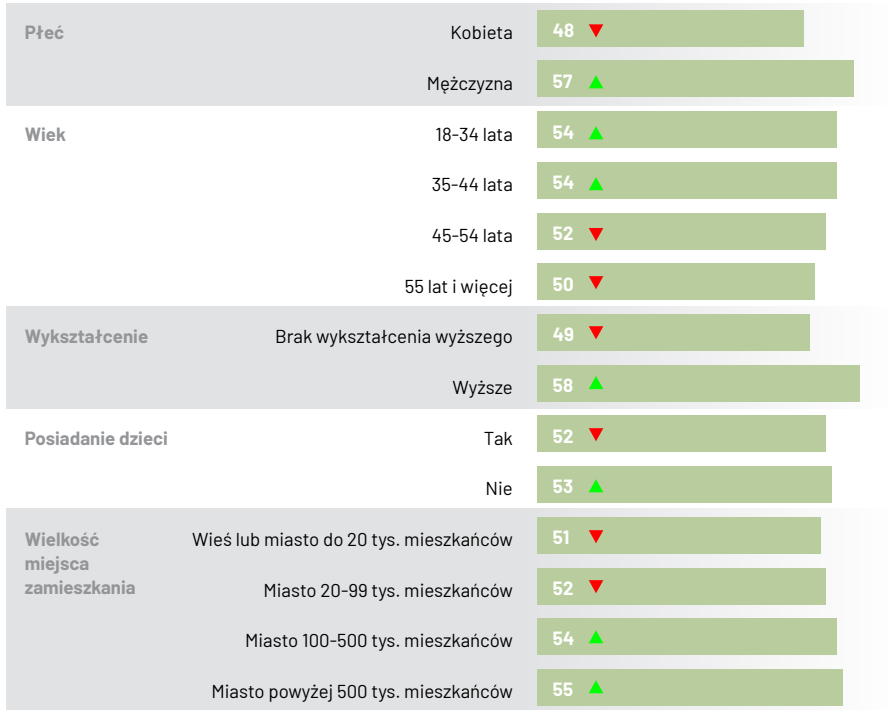
Komponent

# OSZCZĘDZANIE-INWESTOWANIE

a cechy społeczno-demograficzne

Średni wskaźnik komponentu oszczędzanie-inwestowanie jest wyższy wśród mężczyzn, osób poniżej 45. roku życia, niemających dzieci, ale posiadających wykształcenie wyższe oraz mieszkańców miast powyżej 100 tys. mieszkańców. Ponadto wraz ze wzrostem miesięcznego dochodu netto (dla całego gospodarstwa domowego) średnie uzyskiwane wyniki przyjmowały wyższe wartości (zwłaszcza powyżej dochodu przekraczającego 7000 zł netto/miesięcznie).

Średni poziom dla ogółu Polaków (na skali 0-100): 52



▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

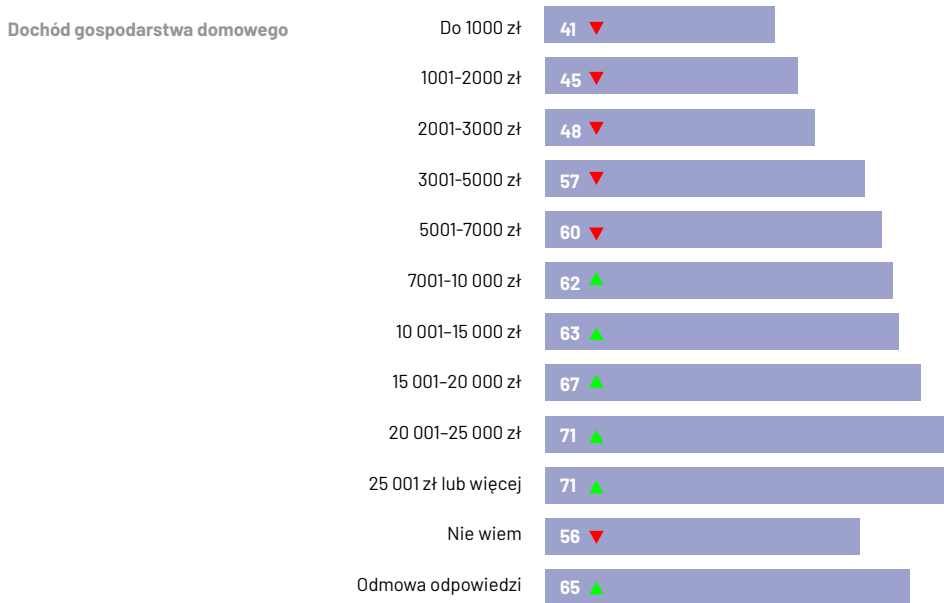
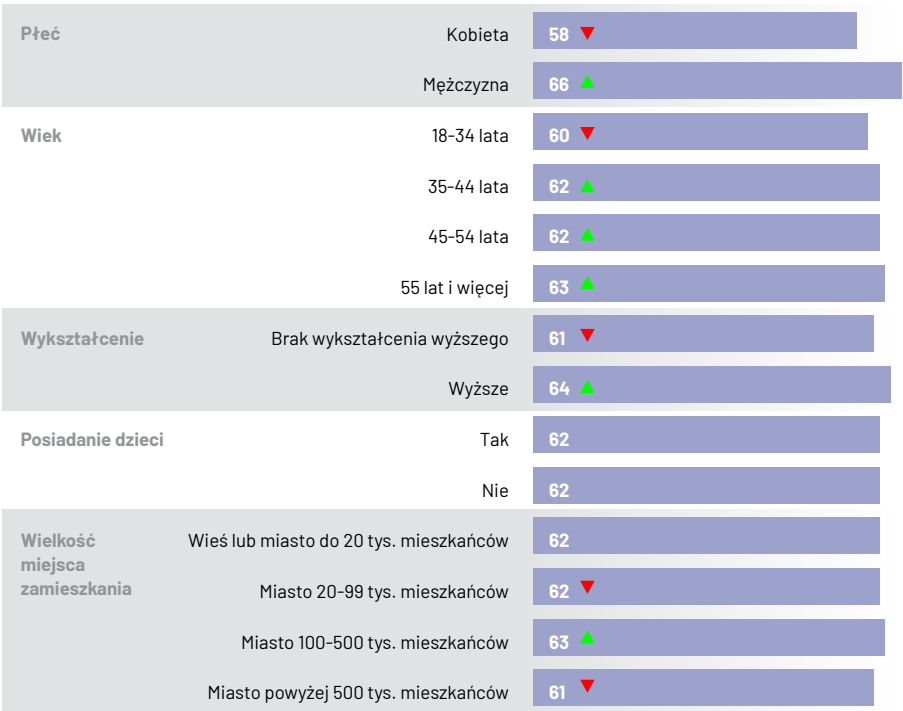
Komponent

# SAMOKONTROLA FINANSOWA

a cechy społeczno-demograficzne

Średni wskaźnik komponentu samokontrola finansowa jest wyższy wśród mężczyzn, osób powyżej 34. roku życia oraz posiadających wykształcenie wyższe. Wraz ze wzrostem miesięcznego dochodu netto (dla całego gospodarstwa domowego) średnie uzyskiwane wyniki przyjmowały wyższe wartości (zwłaszcza powyżej dochodu przekraczającego 7000 zł netto/miesięcznie). Posiadanie dzieci nie miało jednak w tym przypadku wcale wpływu na wyniki, a wielkość miejsca zamieszkania – tylko niewielki.

Średni poziom dla ogółu Polaków (na skali 0-100): 62



▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

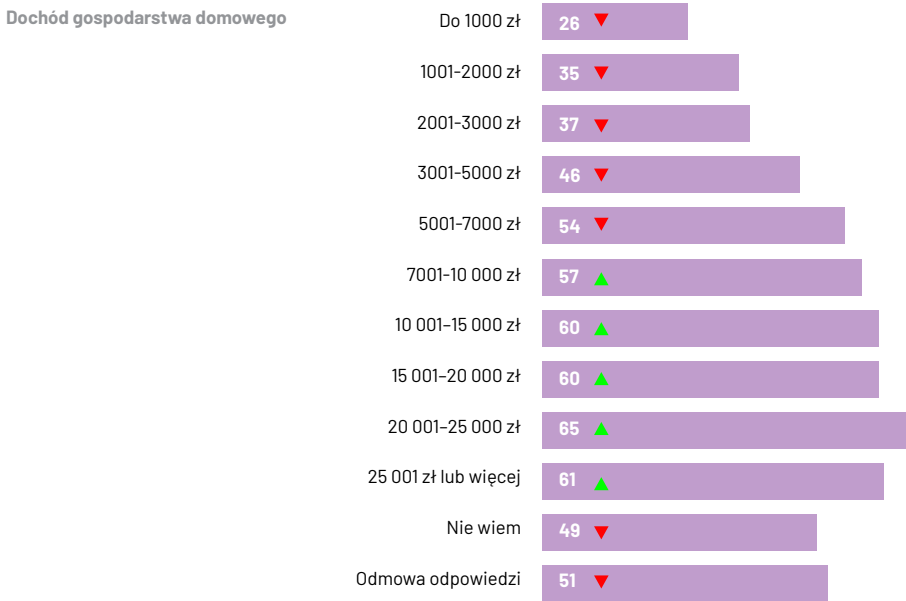
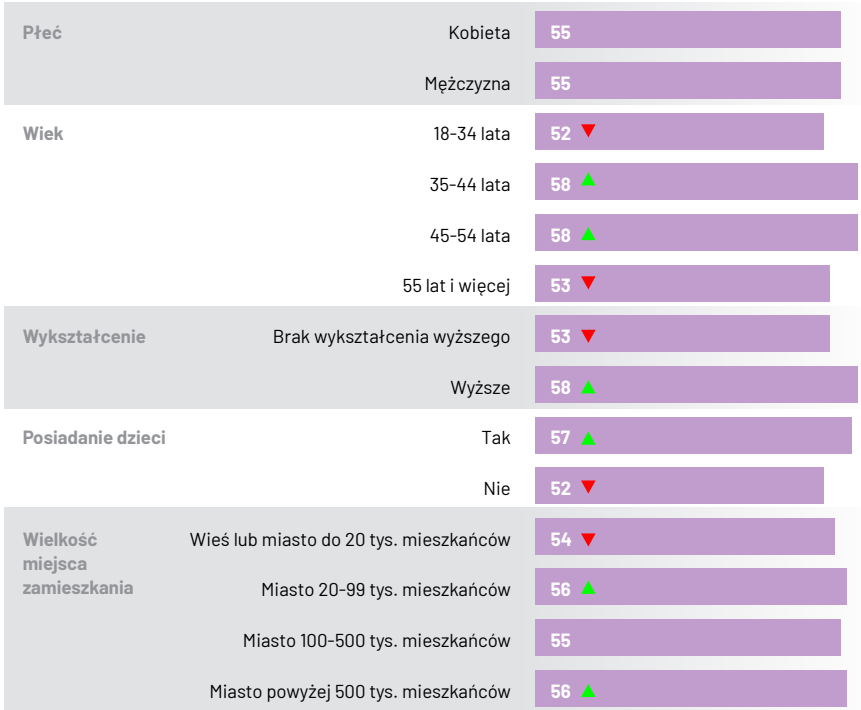
Komponent

# ZAPOBIEGAWCZOŚĆ

a cechy społeczno-demograficzne

Średni wskaźnik komponentu zapobiegawczość jest wyższy wśród osób między 35. a 54. rokiem życia, posiadających wykształcenie wyższe oraz mających dzieci. Wraz ze wzrostem miesięcznego dochodu netto (dla całego gospodarstwa domowego) uzyskiwane wyniki przyjmowały wyższe wartości (zwłaszcza powyżej dochodu przekraczającego 7000 zł netto miesięcznie). Nieco niższe wyniki niż mieszkańcy większych miejscowości uzyskiwali jednak mieszkańcy wsi i miast do 20 tys. mieszkańców. W przypadku tego komponentu nie zaobserwowaliśmy różnic dla ogółu kobiet vs. mężczyzn.

Średni poziom dla ogółu Polaków (na skali 0-100): **55**



▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

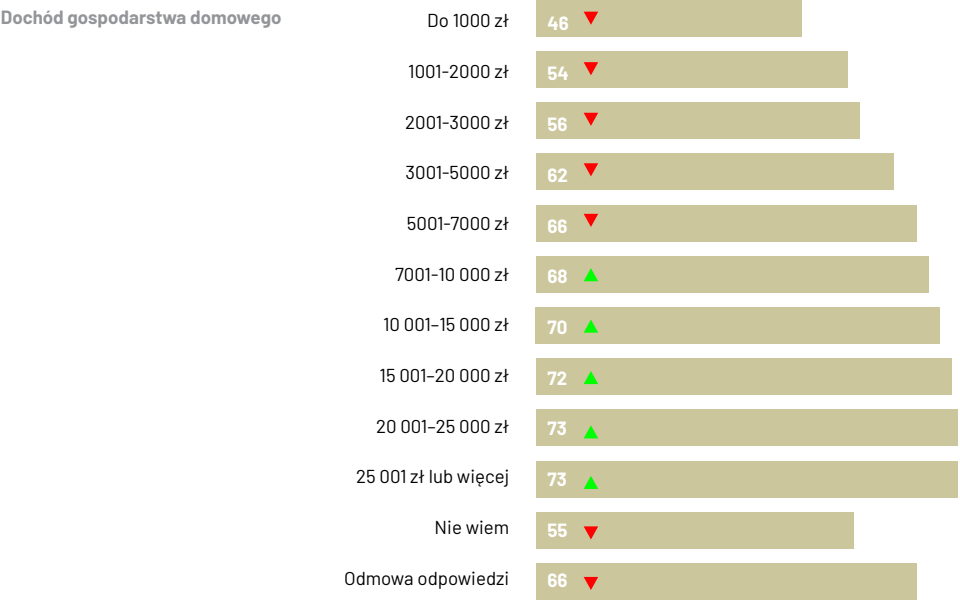
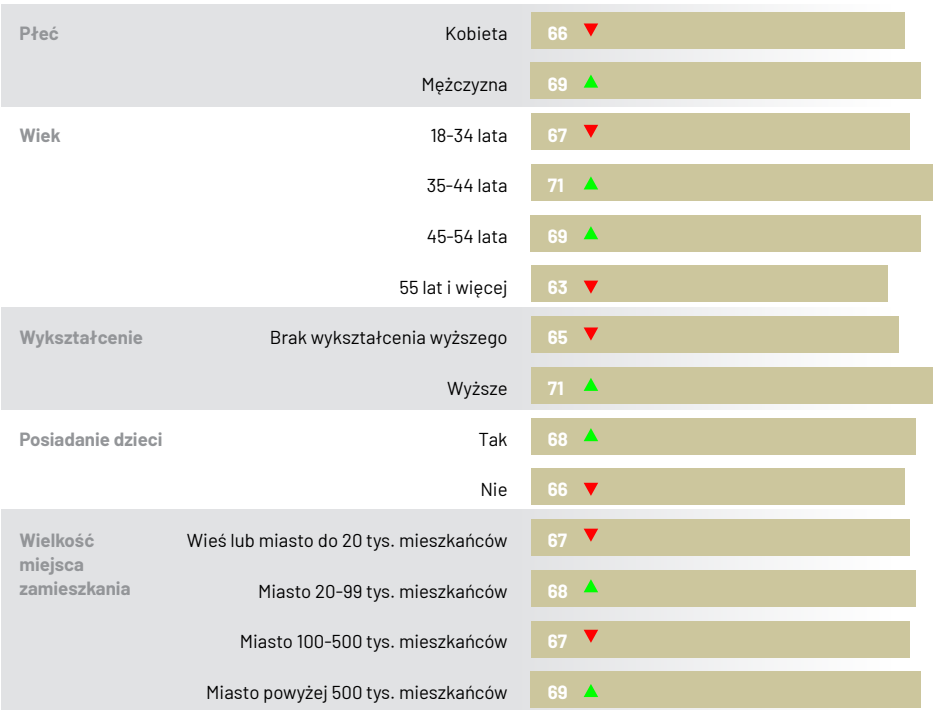
Komponent

# WIEDZA FINANSOWA

a cechy społeczno-demograficzne

Średni wskaźnik komponentu wiedza finansowa jest wyższy wśród mężczyzn, osób między 35. a 54. rokiem życia, posiadających wykształcenie wyższe oraz mających dzieci. Wraz ze wzrostem miesięcznego dochodu netto (dla całego gospodarstwa domowego) średnie uzyskiwane wyniki przyjmowały wyższe wartości (zwłaszcza powyżej dochodu przekraczającego 7000 zł netto miesięcznie).

Średni poziom dla ogółu Polaków (na skali 0-100): **67**



▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

Komponent

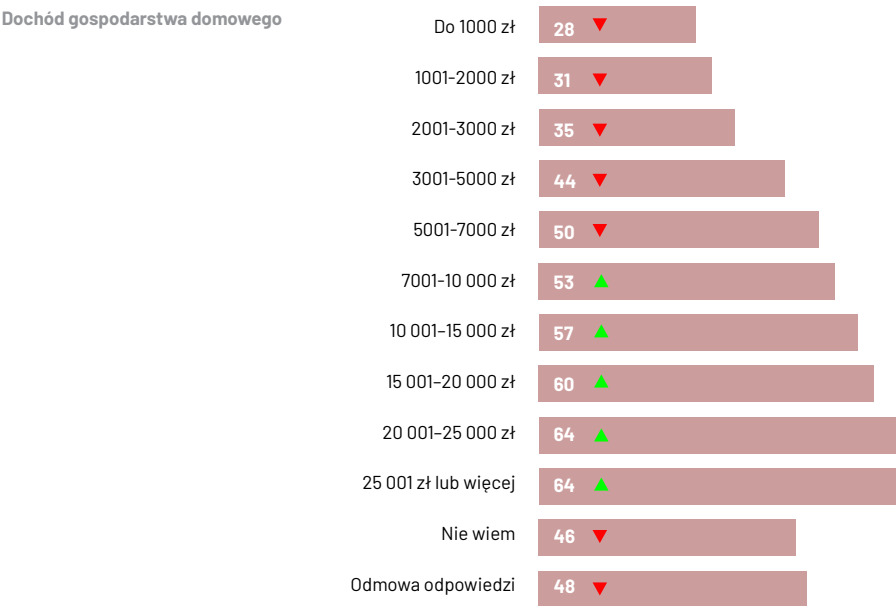
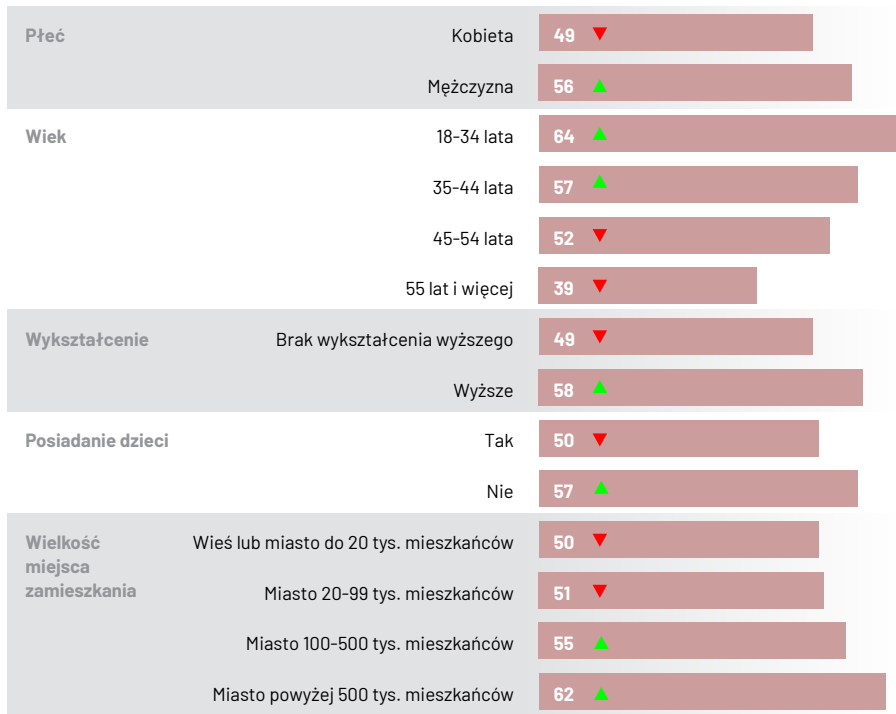
# NOWE TECHNOLOGIE W FINANSACH

a cechy społeczno-demograficzne

Średni wskaźnik komponentu nowe technologie jest wyższy wśród mężczyzn, osób przed 45. rokiem życia, posiadających wykształcenie wyższe oraz niemających dzieci. Wraz ze wzrostem wielkości miejsca zamieszkania oraz miesięcznego dochodu netto (dla

całego gospodarstwa domowego) średnie uzyskiwane wyniki przyjmowały wyższe wartości (zwłaszcza powyżej dochodu przekraczającego 7000 zł netto miesięcznie).

Średni poziom dla ogółu Polaków (na skali 0-100): **53**



▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

# Indeks finansowy

podsumowanie i wnioski

**Portret Finansowy pozwala na kompleksową analizę podejścia do finansów osobistych.**  
To odzwierciedlenie postaw i zachowań w pięciu kluczowych obszarach: od oszczędzania po wykorzystanie nowych technologii w obszarze związanym z finansami.

**Średni wynik ogólny indeksu:**  
57/100 – poziom przeciętny.

**Najlepsze wyniki:**  
wiedza finansowa i samokontrola budżetu osobistego.

**Najniższe wyniki:**  
oszczędzanie i inwestowanie oraz korzystanie z nowych technologii w finansach.

**Czynniki różnicujące:**

- Płeć:** mężczyźni uzyskują wyższe wyniki w większości komponentów, niezależnie od wieku.
- Wykształcenie:** osoby z wyższym wykształceniem wypadają lepiej.
- Dochód:** osoby z dochodem netto gospodarstwa domowego powyżej 7000 zł osiągają wyższe wartości indeksu.
- Zadowolenie z życia:** wzrost deklarowanego zadowolenia koreluje z wyższym wynikiem indeksu.
- Wiek:**

Młodsze osoby: lepsze wyniki w korzystaniu z nowych technologii w finansach.

Starsze osoby: wyższe wyniki w zakresie samokontroli finansowej.

## CO Z TEGO WYNIKA?

**Potrzeba zróżnicowanych interwencji edukacyjnych:** skoro najslabiej wypadamy w oszczędzaniu, inwestowaniu i technologiach, warto kierować działania edukacyjne właśnie w kontekście tych obszarów – z uwzględnieniem wieku i poziomu kompetencji cyfrowych odbiorców.

**Różnice pokoleniowe** powinny być brane pod uwagę przy projektowaniu narzędzi – młodzi potrzebują wsparcia w zakresie planowania i kontroli budżetu, starsi – w zakresie korzystania z nowoczesnych narzędzi i produktów cyfrowych.

**Luki kompetencyjne kobiet** mogą być wtórne wobec niższych dochodów lub gorszej pozycji zawodowej – wsparcie powinno łączyć edukację ze wzmacnianiem pewności siebie i sprawczości finansowej.

# Oszczędzanie

## Posiadanie oszczędności

**Niemal 80% Polaków posiada oszczędności, a prawie 70% Polaków to osoby oszczędzające – zarówno regularnie, jak i nieregularnie.**

Choć mężczyźni częściej znajdują się zarówno w grupie osób regularnie oszczędzających (48% mężczyzn vs. 40% kobiet), jak i posiadających wyższe (wystarczające na dłużej) oszczędności, a kobiety częściej w grupie osób nieposiadających/posiadających bardzo małe oszczędności, należy wziąć pod uwagę fakt, że to kobiety częściej niż mężczyźni znajdują się wśród osób najmniej zarabiających, a mężczyźni istotnie częściej wśród osób, których miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego przekracza 10 000 zł (zob. Aneks). Ponadto wysokość oszczędności wzrasta wraz z wiekiem, co wydaje się wynikiem dość intuicyjnym i uzależnionym od etapu życiowego.

## POSIADANIE OSZCZĘDNOŚCI

Które z poniższych określeń najlepiej oddaje Twoją sytuację związaną z OSZCZĘDZANIEM?  
N = 12 050 (ogół Polaków)

Nieposiadający oszczędności

**21%**

częściej kobiety (25%)  
niż mężczyźni (17%)

Posiadający oszczędności,  
ale obecnie nieodkładający

**10%**

Posiadający oszczędności  
i odkładający NIEregularnie

**25%**

**69%** Posiadający oszczędności  
i odkładający regularnie

**44%**

częściej mężczyźni (48%)  
niż kobiety (40%)

## WYSOKOŚĆ ZGROMADZONYCH OSZCZĘDNOŚCI

Gdyby nagle zdarzyła się taka sytuacja, że musiał(a)byś żyć tylko ze zgromadzonych oszczędności, to na jak długo by Ci wystarczyło? N = 9496 (posiadający oszczędności)

Mniej niż miesiąc

**1%**

Okolo 1-2 miesiące

**10%**

Okolo 3-5 miesięcy

**22%**

Okolo 6-12 miesięcy

**23%**

Na ponad rok

**37%**

Nie wiem, trudno powiedzieć

**7%**

częściej mężczyźni (43%)  
niż kobiety (32%)

częściej osoby powyżej  
45. roku życia (45%)

# Dysponowanie oszczędnościami

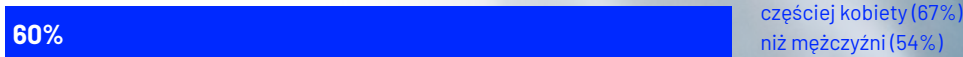
posiadający oszczędności  
(79% ogółu Polaków), N = 9496

**60% Polaków posiadających oszczędności trzyma je na kontach oszczędnościowych i/lub lokatach terminowych.**

Istotnie częściej są to kobiety (67%) niż mężczyźni (54%).  
Mężczyźni częściej niż kobiety inwestują swoje oszczędności w produkty finansowe i/lub emerytalne.

## Co robisz ze swoimi oszczędnościami?

Trzymam na koncie oszczędnościowym lub lokacie terminowej



Inwestuję w produkty finansowe (np. akcje, obligacje, fundusze inwestycyjne)



Inwestuję przez produkty emerytalne (np. IKE, IKZE, PPK)



Trzymam na zwykłym koncie, z którego korzystam



Inwestuję w dobra trwałe, np. nieruchomości



Trzymam w domu



Trzymam na kontach walutowych i/lub mam rachunek w banku za granicą



Inwestuję w alternatywne formy inwestowania (np. kryptowaluty, start-upy itp.)



Coś innego



# Przyczyny oszczędzania

Odkładający regularnie  
lub nieregularnie, N = 8 358

**Około 40% odkładających Polaków robi to w celu zabezpieczenia bliższej i/lub dalszej przyszłości.**

W kontekście krótkoterminowym częściej oszczędzają jednak kobiety, zaś długoterminowym – mężczyźni, co jest spójne z wybieranymi przez kobiety a mężczyzn produktami oszczędnościowymi/inwestycyjnymi.

## Dlaczego odkładasz pieniądze? Wskaż dwie główne przyczyny.

Na wszelki wypadek, żeby mieć zabezpieczenie na tzw. „czarną godzinę”



Na zabezpieczenie przyszłości (starość, emerytura)



Uważam, że oszczędzanie to podstawa budowy majątku, długoterminowy sposób na gromadzenie kapitału



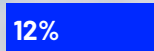
Lubię mieć poczucie, że mam pieniądze



Na konkretny, większy zakup (np. mieszkanie, samochód)



Na realizację moich marzeń / pasji (np. podróże, hobby)



Dla dzieci, na ich przyszłą edukację /mieszkanie; żeby zabezpieczyć ich przyszłość



Tak zostałem nauczony/a – w moim domu rodzinnym zawsze się oszczędzało



Aby kupić sobie coś „extra”, na co nie stać mnie na co dzień



# Przyczyny nieposiadania oszczędności

nieposiadający oszczędności (21% Polaków), N = 2554

**63% spośród 21% Polaków nieposiadających oszczędności podaje jako główną przyczynę zbyt niskie dochody. Istotnie częściej w grupie tej znajdują się kobiety (67% vs. 57% mężczyzn).**

Nieumiejętność oszczędzania była podawana jako drugi z najważniejszych powodów (17% z 21% Polaków nieposiadających oszczędności). Co ciekawe, **w tym przypadku różnice ze względu na płeć nie są istotne, jednak wyraźnie zarysowuje się tu zależność związana z wiekiem** – tę odpowiedź znacznie częściej wskazywały osoby młode.

## Dlaczego nie posiadasz oszczędności? Wskaż dwie główne przyczyny.

Nie stać mnie, starcza mi tylko na bieżące potrzeby

63%

częściej kobiety (67%)  
niż mężczyźni (57%)

Nie umiem oszczędzać, wszystkie pieniądze mi się jakoś „rozchodzą”

17%

częściej osoby w wieku 18-34 lata (28%)  
oraz 35-44 lata (23%)

Miałem/am oszczędności, ale wydałem/am je na duży zakup

17%

Uważam, że powinienem/powinnam oszczędzać, ale nie umiem się zmotywować

9%

Chciał(a)bym oszczędzać, ale nie wiem jak

5%

Uważam, że nie ma sensu oszczędzać, lepiej żyć chwilą

4%

Nie mam takiej potrzeby – stać mnie na to, czego potrzebuję

3%

Mam złe doświadczenia związane z oszczędzaniem

3%

Inny powód

8%

# Opinie na temat oszczędzania

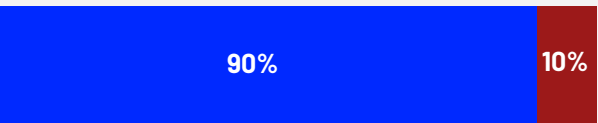
ogół Polaków, N = 12 050

## 3/4 Polaków twierdzi, że oszczędzanie sprawia im przyjemność.

Aż 90% Polaków postrzega oszczędności w kategorii zabezpieczenia finansowego „na wszelki wypadek”, choć ponad połowa (54%) nie posiada już w domu gotówki (lub posiada tylko niewielkie kwoty).

### Z poniższych par stwierdzeń wybierz jedno, które jest Ci bliższe.

Główną zaletą oszczędzania jest to, że ma się **większe poczucie bezpieczeństwa** i zapas finansowy, gdyby coś się stało



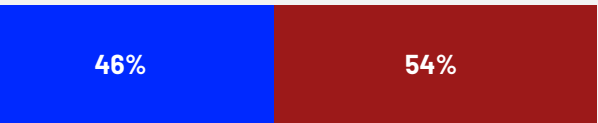
Główną zaletą oszczędzania jest to, że po **pewnym czasie można pozwolić sobie na większy zakup** za oszczędzone pieniądze

**Lubię oszczędzać** – sprawia mi to przyjemność



**Nie lubię oszczędzać** – jeśli już, to robię to z poczucia konieczności

Zawsze w domu **mam przynajmniej 1000 zł w gotówce** (na wszelki wypadek)



Zazwyczaj w domu **nie mam w ogóle gotówki** lub nieduże kwoty

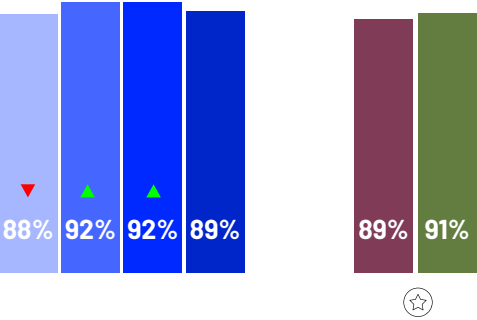


## Choć osoby w średnim wieku bardziej doceniają rolę oszczędności jako zabezpieczenia dającego poczucie bezpieczeństwa, największą przyjemność z oszczędzania czerpią osoby młode.

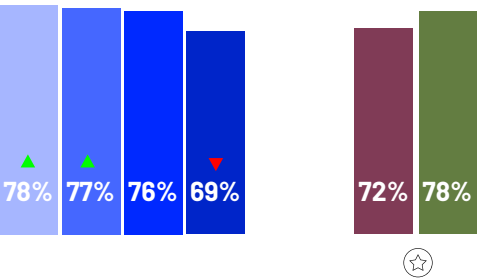
Co ciekawe, kobiety nie tylko rzadziej deklarują, że lubią oszczędzać, ale także nieco rzadziej niż mężczyźni zgadzają się ze stwierdzeniem, że główną zaletą oszczędzania jest bezpieczeństwo finansowe (choć nadal dla 89% z nich to ważniejsza zaleta oszczędzania niż możliwość dokonania większego zakupu).

### Z poniższych par stwierdzeń wybierz jedno, które jest Ci bliższe. Odpowiedzi w podziale na wiek i płeć.

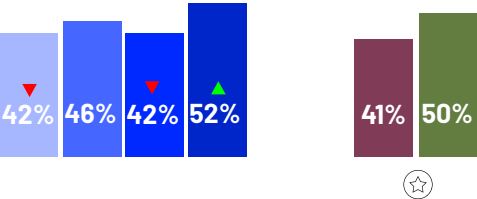
Główną zaletą oszczędzania jest to, że ma się większe poczucie bezpieczeństwa i zapas finansowy, gdyby coś się stało



Lubię oszczędzać – sprawia mi to przyjemność



Zawsze w domu mam przynajmniej 1000 zł w gotówce (na wszelki wypadek)



- 18-34 lata, N = 3302

35-44 lata, N = 2887

45-54 lata, N = 2446

55 lat i powyżej, N = 3415
- Kobiety, N = 6227

Mężczyźni, N = 5823

▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/nież niż ogół Polaków      ☆ Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

# Oszczędzanie

## podsumowanie i wnioski

90% Polaków uważa oszczędzanie za podstawę bezpieczeństwa finansowego.

79% Polaków posiada oszczędności, a 70% deklaruje, że oszczędza, choć nie zawsze regularnie. Systematyczne oszczędzanie deklaruje jednak więcej mężczyzn niż kobiet (48% vs. 40%).

75% Polaków deklaruje, że lubi oszczędzać – częściej są to mężczyźni i osoby młode.

37% Polaków ma oszczędności wystarczające na przynajmniej rok życia, 1/3 – na maksymalnie pięć miesięcy. Najwyższe oszczędności częściej mają osoby powyżej 45. roku życia. Kobiety i mężczyźni różnią się podejściem do oszczędzania (chęcią podejmowania ryzyka) – kobiety częściej trzymają pieniądze na kontach oszczędnościowych/lokatach, mężczyźni chętniej inwestują je w instrumenty finansowe lub emerytalne. Kobiety częściej niż mężczyźni martwią się o finansowe bezpieczeństwo w krótszym horyzoncie czasowym.

### Główne cele oszczędzania:

- 42% – zabezpieczenie na czarną godzinę (bliższa przyszłość),
- 39% – zabezpieczenie emerytalne (dalsza przyszłość).

## CO Z TEGO WYNIKA?

Różnice płciowe w oszczędzaniu nie wynikają jedynie z postaw, ale też z obiektywnych ograniczeń – kobiety częściej zarabiają mniej, co zawęża ich możliwości odkładania, a także wpływa na motywacje (większy nacisk na zabezpieczenie podstawowych potrzeb).

Zróżnicowane strategie oszczędzania wskazują na potrzebę personalizowania przekazów edukacyjnych – kobiety warto wspierać w budowaniu długofalowego planowania, mężczyzn – w większej dywersyfikacji środków i świadomym inwestowaniu.

Młodsze osoby mimo stosunkowo mniejszego doświadczenia finansowego wykazują pozytywne postawy wobec oszczędzania – to dobry moment na wzmacnianie ich kompetencji i przekładanie entuzjazmu na konkretne działania.

Oszczędzanie jest postrzegane jako wartość, ale nie dla wszystkich jest równo dostępne – edukacja powinna iść w parze z rozwiązaniami wspierającymi realne możliwości odkładania, zwłaszcza wśród grup o niższych dochodach.

# Oszczędzanie

Komentuje **Paulina Muskała-Ruszczyk**,  
dyrektor Departamentu  
Produktów Oszczędnościowych PKO Bank Polski

Pierwsze wrażenie, jakie płynie z „Portretu finansowego Polaków” w części dotyczącej oszczędzania, jest bardzo pozytywne – blisko 80% badanych ma oszczędności. W tej grupie połowa gromadzi kapitał, żeby zabezpieczyć swoje przyszłe potrzeby, w tym związane z planami na emeryturę. To oznacza, że obok poprawy kondycji finansowej Polaków i wzrostu dochodu do dyspozycji rośnie też świadomość, jak ważna jest poduszka finansowa.

Mimo to nasze nawyki oszczędnościowe wymagają doskonalenia – w sposób regularny oszczędza mniej niż połowa badanych, a 1/3 deklaruje, że ich oszczędności pozwolą im się utrzymać maksymalnie przez pięć miesięcy. Z kolei wśród osób, które nie oszczędzają, drugą największą barierą jest brak motywacji i wiedzy, jak zacząć. To pokazuje, jak ważna jest konsekwentna edukacja i dostęp do narzędzi, które motywują do gromadzenia kapitału, który będzie dla nas zabezpieczeniem.

Co ciekawe, według badania największą przyjemność z oszczędzania czerpią młodzi. To sygnał dla sektora finansowego, że głos młodych klientów jest szczególnie ważny przy tworzeniu narzędzi wspierających dobre nawyki finansowe. Powinniśmy mówić do klientów przystępnym językiem, angażować do oszczędzania i wspierać w realizacji celów oszczędnościowych na każdym etapie ich życia.

Na pewno cieszy fakt, że Polacy coraz chętniej korzystają z różnorodności rozwiązań, jakie są dostępne na rynku – obok klasycznych depozytów coraz chętniej wybieramy produkty inwestycyjne czy dedykowane produkty emerytalne: IKE, IKZE, PPK. To doskonały przykład, że długoterminowa edukacja przynosi pozytywne efekty.



”



# Inwestowanie

## Nastawienie do inwestowania

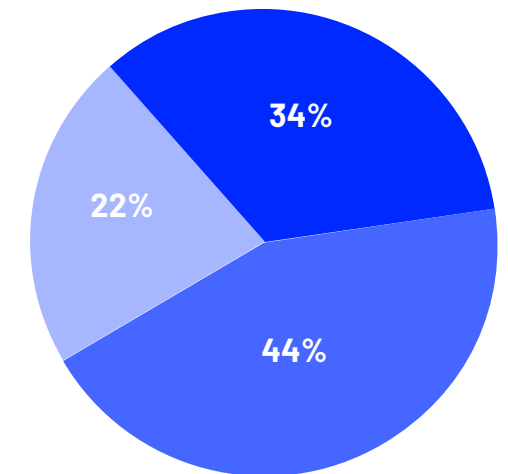
ogół Polaków, N = 12 050

**Większość Polaków jest pozytywnie  
nastawiona do inwestowania.**

34% deklaruje, że jest nim zainteresowana i ma wiedzę w tym zakresie, natomiast aż 44% interesuje się tematem, choć brakuje im wiedzy.

W obu grupach przeważają osoby młodsze (zwłaszcza do 34. roku życia) oraz mające wykształcenie wyższe. Kobiety częściej niż mężczyźni przyznają, że albo w ogóle nie interesuje ich inwestowanie (27% vs. 17% mężczyzn), albo interesuje, choć nie wiedzą, od czego zacząć – sądzi tak aż 48% kobiet i 39% mężczyzn.

Jakie jest Twoje ogólne nastawienie wobec inwestowania?



**Interesuje mnie to, mam wiedzę na ten temat**

- Mężczyźni (44% vs. 25% kobiety)
- Osoby 18-34 lata (39%)
- Mający wykształcenie wyższe (39%)

**Interesuje mnie to, ale nie wiem, od czego zacząć, nie znam się na tym**

- Kobiety (48% vs. 39% mężczyzn)
- Osoby 18-34 lata (48%) i osoby 35-44 lata (49%)
- Mający wykształcenie wyższe (46%)

**Nie interesuje mnie to**

- Kobiety (27% vs. 17% mężczyzn)
- Osoby w wieku 55+ (35%)
- Niemający wykształcenia wyższego (26%)



Sponsor projektu:



Bank Polski

Partner merytoryczny:





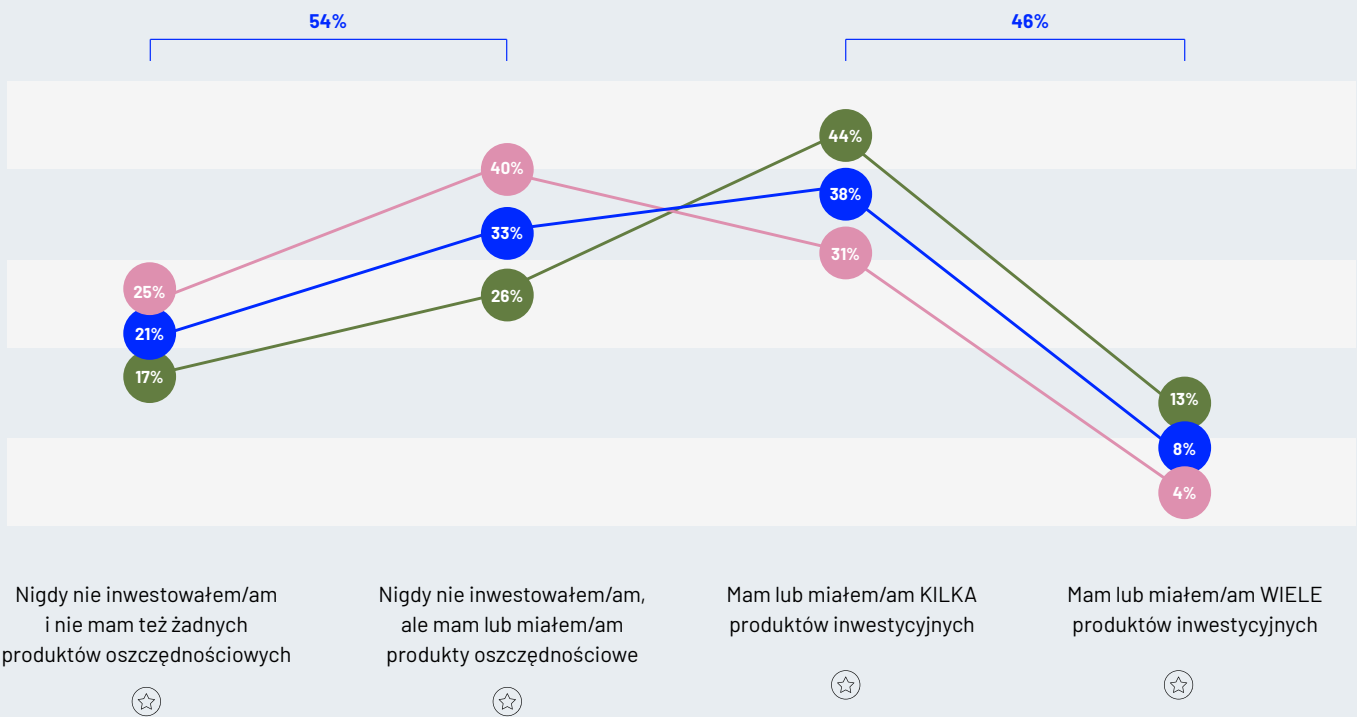
# Doświadczenie inwestycyjne

ogół Polaków

## 46% Polaków ma doświadczenie z produktami inwestycyjnymi

(z czego 38% z kilkoma, a 8% z wieloma), ale inwestujący to znacznie częściej mężczyźni. Kobiety częściej znajdują się wśród tych, którzy nie inwestowali, choć oszczędzali, oraz tych, którzy nie podejmowali żadnej z tych czynności.

### Jakie jest Twoje doświadczenie inwestycyjne?



Ogół Polaków, N = 12 050  
Kobiety, N = 6227  
Mężczyźni, N = 5823

☆ Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

# Opinie na temat inwestowania

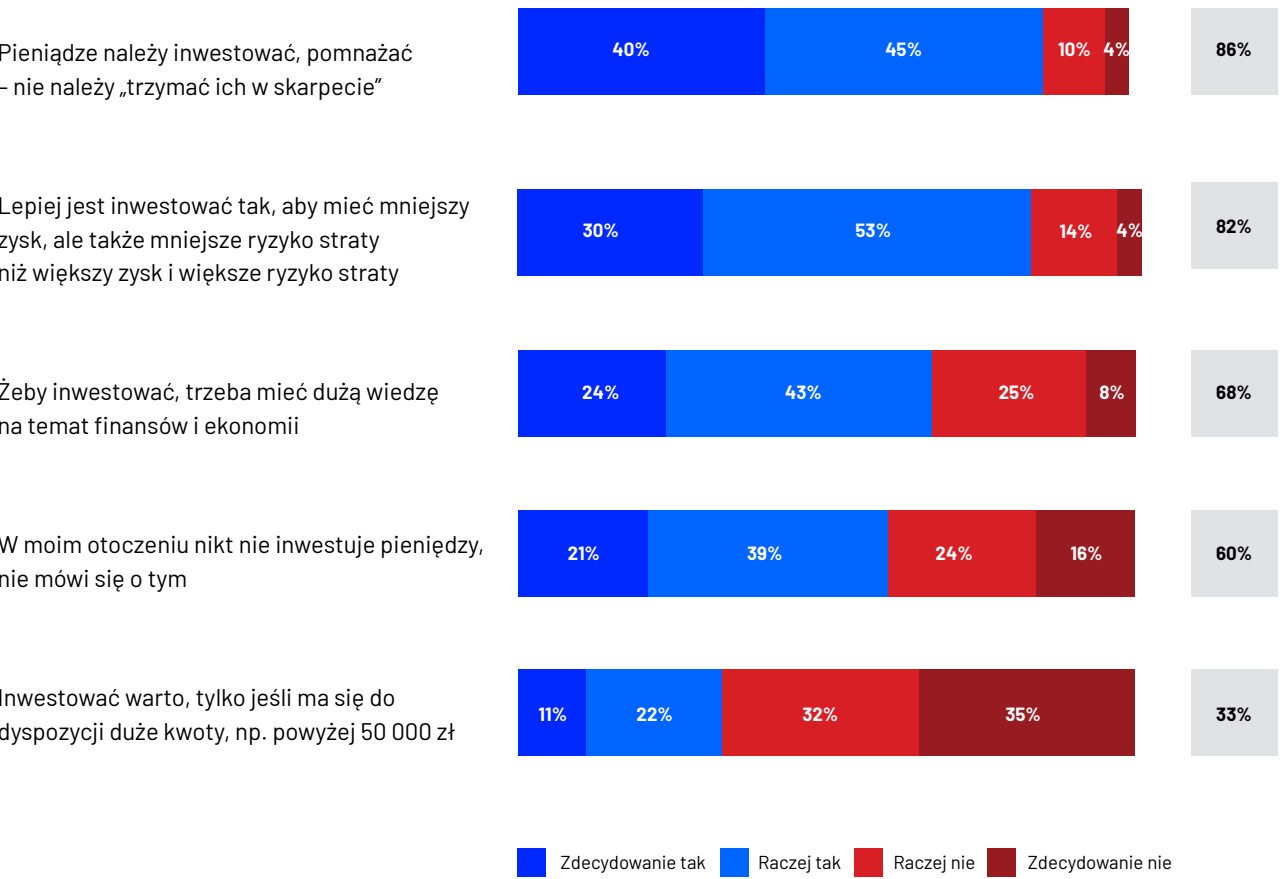
ogół Polaków, N = 12 050

86% Polaków zgadza się ze stwierdzeniem, że pieniądze lepiej inwestować niż trzymać „w skarpecie”, choć 82% twierdzi, że lepiej jest inwestować tak, aby mieć mniejszy zysk, ale też mniejsze ryzyko straty niż większy zysk i większe ryzyko straty.

Ponad połowa (60-70%) deklaruje przy tym, że ma raczej niewielką wiedzę na temat finansów i ekonomii, a w ich otoczeniu nie rozmawia się na takie tematy. Dobrym sygnałem jest jednak to, że 2/3 badanych uważa, że inwestować można nawet mniejsze (poniżej 50 000 zł) kwoty.

## Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami na temat inwestowania?

Top2boxes\*



\* Suma odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak

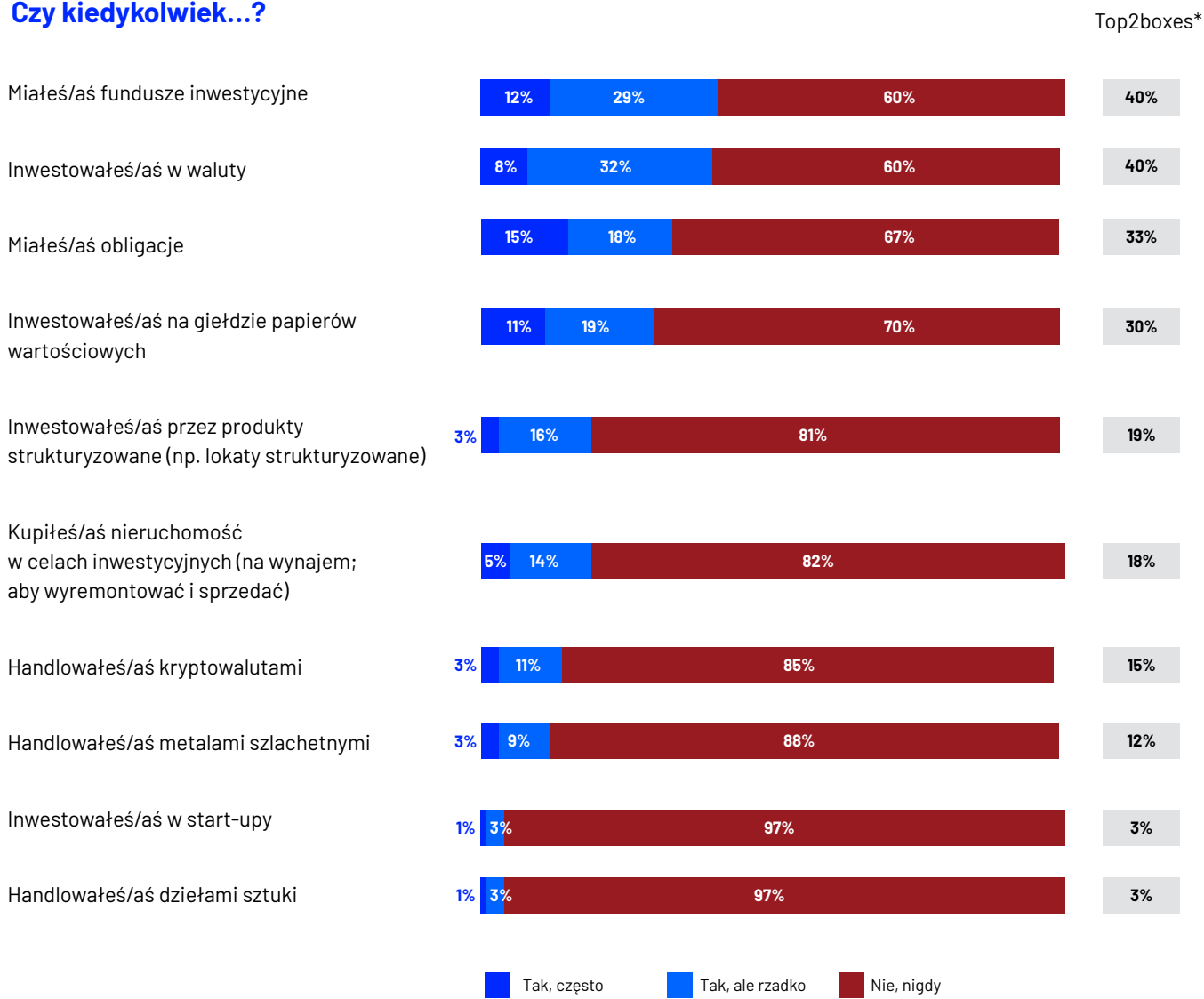
# Posiadane produkty inwestycyjne

ogół Polaków, N = 12 050

**Najpopularniejszym produktem inwestycyjnym są w Polsce fundusze inwestycyjne (miało je 40% rodaków).**

Podobną popularnością cieszy się inwestowanie w waluty. Co trzeci Polak nabył obligacje, a prawie co piąty – produkty strukturyzowane (np. lokatę strukturyzowaną). Najmniej popularne produkty inwestycyjne (zaledwie po 3%) to dzieła sztuki oraz inwestycje w start-upy.

## Czy kiedykolwiek...?

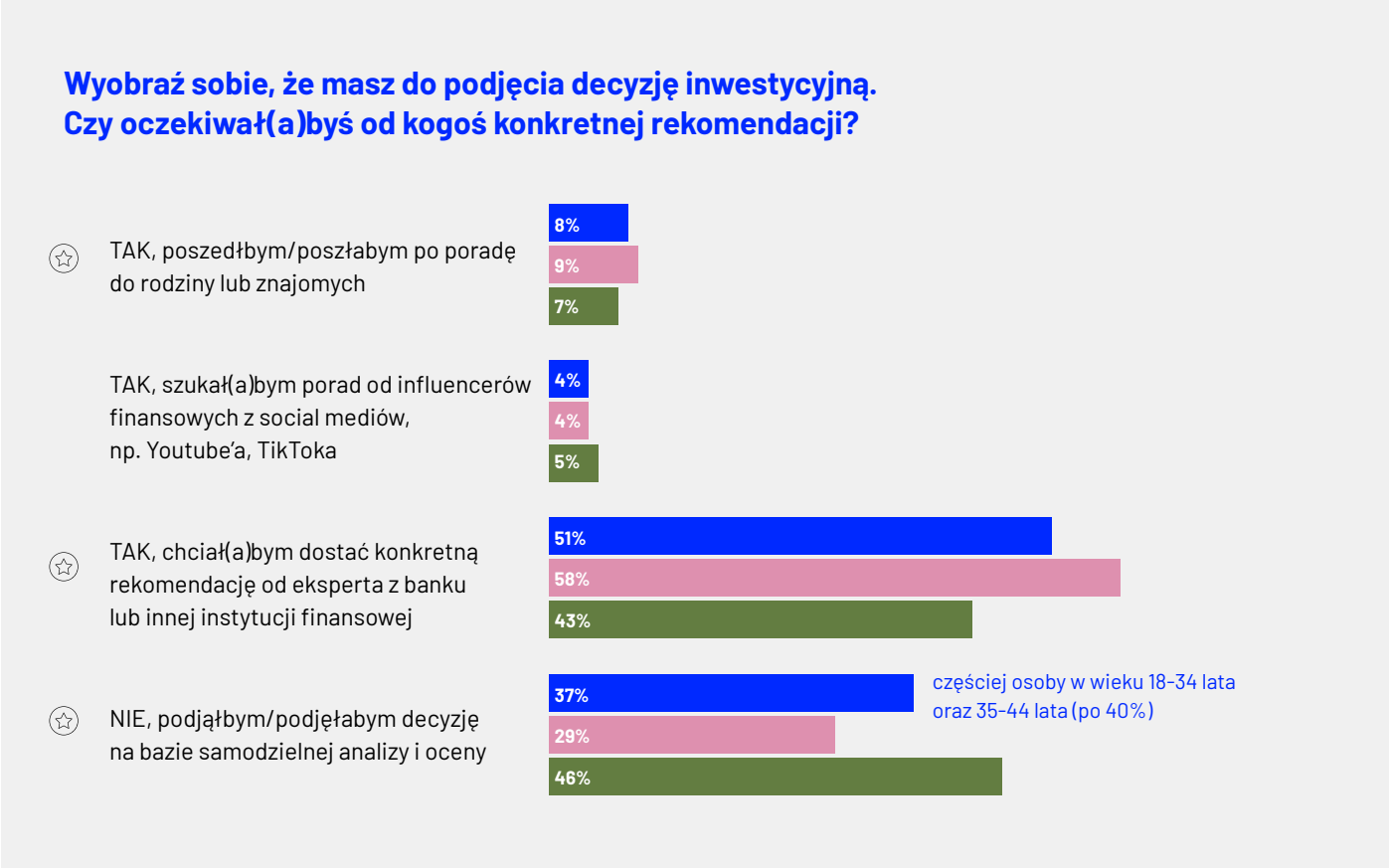


\*Suma odpowiedzi tak, często i tak, ale rzadko

# Potrzeba otrzymania porady inwestycyjnej

ogół Polaków

**51% ogółu Polaków (a 58% kobiet) w obliczu konieczności podjęcia decyzji inwestycyjnej chciałoby skorzystać z rekomendacji eksperta, np. pracownika banku, a 37% (a 46% mężczyzn) polegałoby na własnym osądzie. Co ciekawe, na własnym osądzie częściej polegaliby też młodszy, tj. osoby poniżej 45. roku życia.**



Ogół Polaków, N = 12 050  
Kobiety, N = 6227  
Mężczyźni, N = 5823  
Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

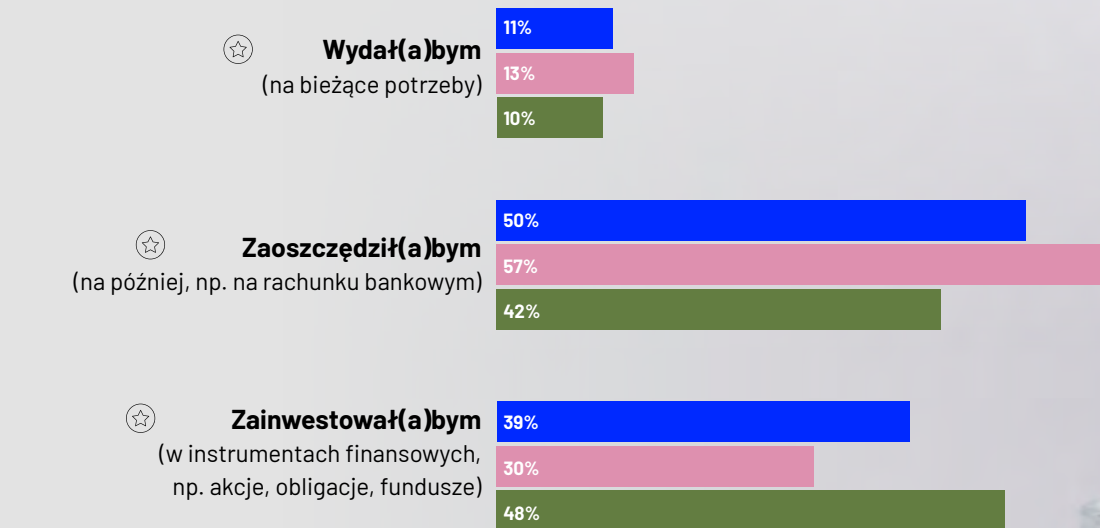
# Pomysł na zagospodarowanie wolnych 10 000 zł

ogół Polaków

Połowa Polaków i aż 57% kobiet w przypadku dysponowania wolną kwotą 10 000 zł oszczędziłaby te pieniądze (np. na rachunku bankowym).

39% rodaków pieniądze te chciałoby zainwestować, przy czym ryzyko inwestycyjne chętniej podjęliby mężczyźni (48%).

Jeśli miał(a)byś dodatkowe 10 000 zł wolnych środków, co najprawdopodobniej byś z nimi zrobił/a?



■ Ogół Polaków, N = 12 050  
■ Kobiety, N = 6227  
■ Mężczyźni, N = 5823

☆ Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

## w podziale na wiek

Wolne środki w wysokości 10 000 zł zainwestowałoby aż 45% najmłodszych (18-34 lata) vs. tylko 31% najstarszych (55+).

Najstarsi postanowiliby z kolei wydać je na bieżące potrzeby częściej (14%) niż młodszy (18-34 lata: 12% i 35-44 lata: 9%). Częściej niż najmłodszy podjęliby się także zaoszczędzenia

zamiast zainwestowania pieniędzy – ku takiemu rozwiązaniu skłania się aż 55% osób w wieku 55+ vs. 44% osób w wieku 18-34 lata. **Młodszy chętniej podjęliby więc ryzyko inwestycyjne**, co prawdopodobnie idzie w parze z rosnącą z roku na rok świadomością i posiadaną wiedzą finansową, która mimo tego nie zawsze nakłada się na realne możliwości inwestycyjne.

Jeśli miał(a)byś dodatkowe 10 000 zł wolnych środków, co najprawdopodobniej byś z nimi zrobił/a?



▲ ▼ Statystycznie istotnie wyżej/nież niż ogół Polaków

# Inwestowanie

## podsumowanie i wnioski

**86% Polaków zgadza się, że pieniądze warto inwestować zamiast „trzymać w skarpecie”.** 82% preferuje jednak mniejszy, ale bezpieczny zysk zamiast wyższego, obarczonego ryzykiem, a 66% uważa, że inwestowanie możliwe jest nawet przy mniejszych kwotach (poniżej 50 000 zł). Na pytanie o wykorzystanie wolnych 10 000 zł 50% wolałoby je oszczędzić, a 39% – zainwestować.

**34% Polaków deklaruje, że interesuje się inwestowaniem** i ma w tym zakresie wiedzę. 44% interesuje się tematem, ale twierdzi, że nie ma wystarczającej wiedzy, by zacząć. W obu tych grupach dominują osoby **do 34. roku życia oraz z wykształceniem wyższym.**

Inwestują zdecydowanie częściej mężczyźni; kobiety częściej pozostają przy oszczędzaniu lub nie podejmują żadnych działań finansowych. Rzadziej też interesują się tematem inwestowania.

**46% Polaków** ma doświadczenie inwestycyjne: 38% – posiadało jeden lub kilka produktów, 8% – wiele produktów.

**Najpopularniejsze produkty inwestycyjne** to: fundusze inwestycyjne (40%), waluty (40%) i obligacje (33%), a najmniej popularne: dzieła sztuki oraz start-upy (po 3%).

**51% Polaków** chciałoby przed podjęciem decyzji inwestycyjnej zasięgnąć porady eksperta (częściej kobiety – 58%). 37% polegałoby na własnym osądzie – częściej mężczyźni (46%) i osoby młodsze.

### CO Z TEGO WYNIKA?

Ogólny klimat wokół inwestowania jest pozytywny, ale ostrożny – Polacy popierają ideę inwestowania, jednak dominujące strategie są raczej zachowawcze. Choć **zainteresowanie inwestowaniem rośnie, zwłaszcza wśród młodych i lepiej wykształconych, wiedza wciąż jest barierą.** Odpowiedzi wskazują na silną potrzebę edukacji finansowej w zakresie produktów inwestycyjnych i oceny ryzyka – z uwzględnieniem ograniczeń i możliwości osób z różnych pokoleń.

**Kobiety częściej czują się wykluczone ze świata inwestycji,** co może wynikać zarówno z barier mentalnych, jak i niższego poziomu dochodów czy wcześniejszych doświadczeń. Potrzebne są inicjatywy aktywizujące i wspierające je w podejmowaniu samodzielnych decyzji inwestycyjnych.

**Popularność funduszy i walut wskazuje na relatywnie prosty dostęp i znajomość tych narzędzi** – mniej zrozumiałe (lub bardziej elitarne) formy inwestowania, takie jak dzieła sztuki czy start-upy, pozostają na razie niszowe.

# Inwestowanie

Komentuje **Samer Masri,**  
dyrektor Biura Maklerskiego  
PKO Banku Polskiego

Jesteśmy obecnie świadkami wielu zmian na rynku, które wpływają na zainteresowanie inwestowaniem. Jak wynika z badania, większość Polaków jest pozytywnie nastawiona do inwestowania, a niemal 90% zgadza się ze stwierdzeniem, że lepiej, gdy pieniądze pracują. Co ważne, 2/3 z nas uważa, że nie potrzebujemy dużych kwot, by inwestować.

Jednak ponad połowa Polaków (60-70%) ma raczej niewielką wiedzę na temat finansów i ekonomii, a w ich otoczeniu nie rozmawia się na takie tematy. Chcemy to zmienić i pomóc zadbać o przyszłość finansową Polaków, m.in. poprzez nowości wprowadzane do naszych kont zabezpieczenia emerytalnego – IKE oraz IKZE. Pomożemy bardziej aktywnie i świadomie inwestować oszczędności, co wpłynie na zamożność społeczeństwa. Inwestowanie jeszcze nigdy nie było tak dostępne – a najlepszy moment, żeby zacząć, jest właśnie teraz.





# Pożyczanie i wydawanie

## Nastawienie do pożyczania pieniędzy od innych

ogół Polaków, N = 12 050

Niemal 1/4 Polaków zdecydowanie unika pożyczania pieniędzy i nigdy nie miała żadnego kredytu ani pożyczki. W grupie tej częściej są nie tylko młodzi (18-34 lata), ale także osoby 55+.

45% rodaków raczej unika pożyczania, choć zdarzyło im się to w sytuacjach, które uznali za konieczne. Nieco ponad 25% zaś przyznaje, że zdarza im się pożyczać na ważne cele lub duże potrzeby. W grupie 5% pożyczających regularnie najczęściej znajdują się osoby między 35. a 44. rokiem życia oraz mężczyźni.

Które z poniższych określeń najlepiej oddaje Twoje podejście do POŻYCZANIA pieniędzy od kogoś? Pomyśl o różnych formach pożyczania, zarówno kredytach i pożyczkach bankowych czy z instytucji pozabankowych, jak i o pożyczaniu od znajomych, bliskich itp.

### ZDECYDOWANIE UNIKAM POŻYCZANIA

nigdy nie miałem/am żadnego kredytu ani pożyczki

24%

Częściej młodzi (18-34 lata: 32%)  
oraz najstarsi (55+: 27%)

### RACZEJ UNIKAM POŻYCZANIA

od instytucji lub innych osób, ale kilka razy mi się to zdarzyło, bo było to konieczne w tamtej sytuacji

45%

### ZDARZA MI SIĘ POŻYCZAĆ PIENIĄDZE, JAK MUSZĘ

od instytucji lub innych osób, jak mam dużą potrzebę/ważny cel

26%

### CZĘSTO POŻYCZAM PIENIĄDZE

od instytucji lub innych osób w różnych sytuacjach – zarówno w przypadku mniejszych wydatków, jak i większych

5%

Częściej osoby w wieku 35-44 lata (7%);  
częściej mężczyźni (6%)



# Źródła i cele zaciąganych pożyczek

osoby, którym zdarzyło się korzystać z pożyczania pieniędzy, N = 9106

**63% Polaków miało/ma kredyt ratalny, a 53% – pożyczkę gotówkową w banku.**

Prawie połowa rodaków miała/ma kredyt hipoteczny, a 37% pożyczało pieniądze od bliskich/znajomych. Najczęstszym celem był zakup RTV/AGD i/lub małej elektroniki (52%) oraz większe inwestycje, jak zakup mieszkania (50%) czy samochodu (38%).

# Postawy i zachowania: oszczędzanie i wydawanie

ogół Polaków, N = 12 050

**90% Polaków stara się mieć odłożone jakieś pieniądze w celu zabezpieczenia na wszelki wypadek.**

Około 1/3 przyznaje się do wydawania pieniędzy na rzeczy, które uznają ostatecznie za niepotrzebne, a następnie żałują podjętych decyzji. 14% (częściej kobiety) przyznaje również, że zdarza im się podjąć impulsywne decyzje związane z rzeczami, na które mają bardzo dużą ochotę, co potrafi pociągać za sobą brak środków w dłuższej perspektywie.

## RODZAJ KREDYTU/POŻYCZKI

Czy zdarzyło Ci się kiedykolwiek skorzystać z...?

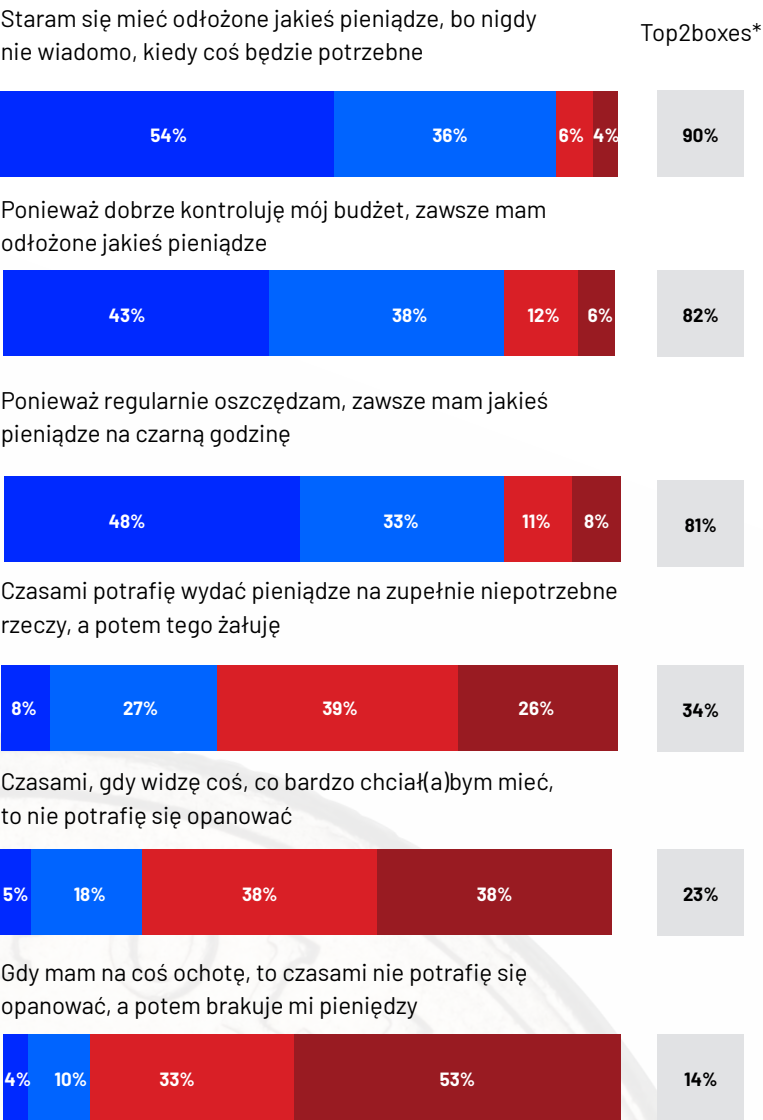


## CEL KREDYTU/POŻYCZKI

Na jakie cele zdarzyło Ci się pożyczyć pieniądze?



## Określ, w jakim stopniu zgadzasz się z tymi stwierdzeniami:



Częściej kobiety (18% vs. 10% mężczyźni)

■ Zdecydowanie się zgadzam ■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam ■ Zdecydowanie się nie zgadzam  
\* Suma odpowiedzi zdecydowanie się zgadzam i raczej się zgadzam

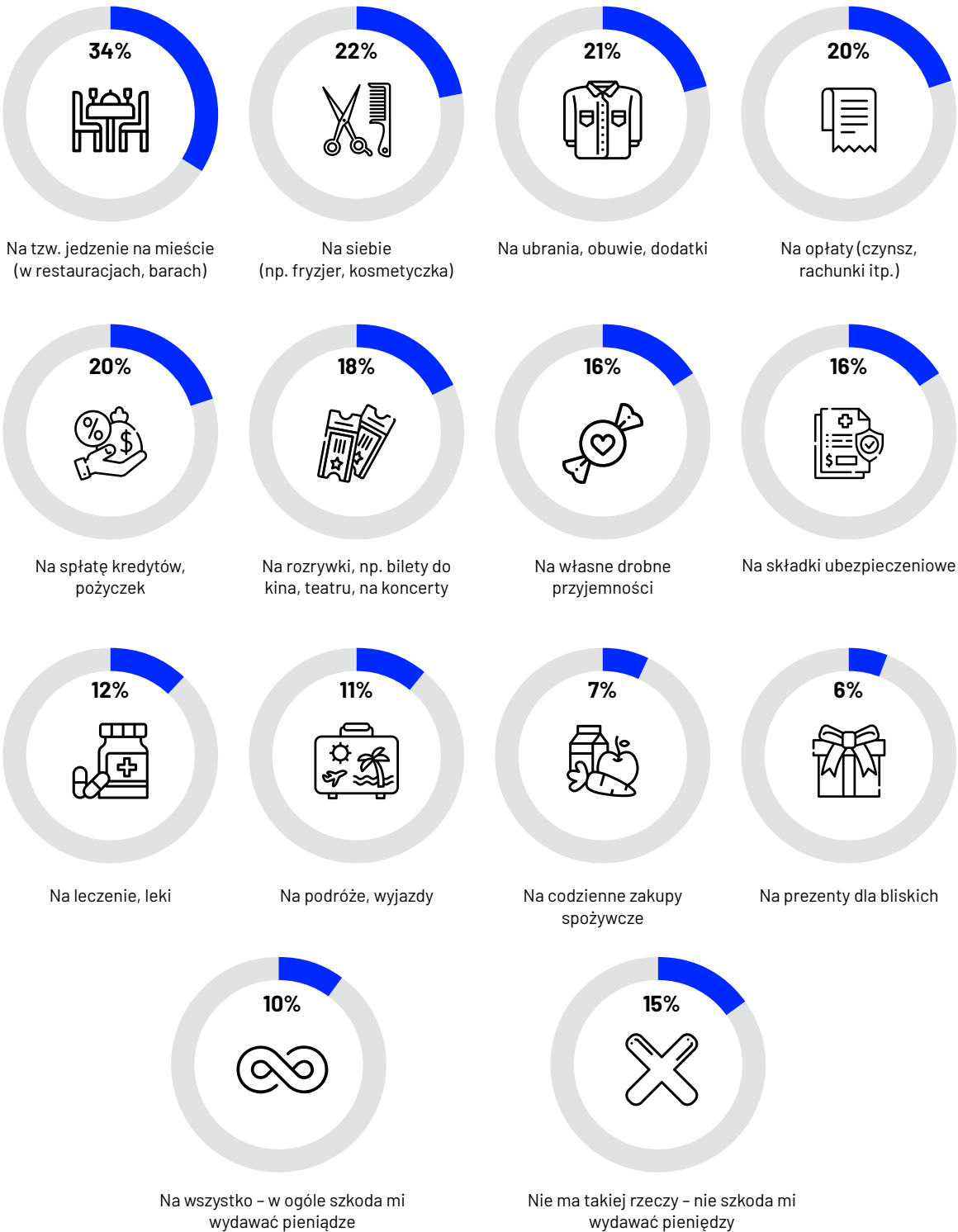
# Podejście do wydawania

ogół Polaków, N = 12 050

**Najczęściej podawany wydatek, na który Polakom szkoda jest pieniędzy, to jedzenie w lokalach (34%).**

Znacznie niżej, choć nadal na szczycie listy, są kwestie dotyczące dbania o siebie: usługi związane z segmentem urody (fryzjer, kosmetyczka itp.; 22%) oraz ubrania, obuwie i dodatki (21%).

**Na co najbardziej szkoda Ci wydawać pieniądze?** dowolna liczba odpowiedzi



# Podział wydatków

ogół Polaków, N = 12 050

[średnio]

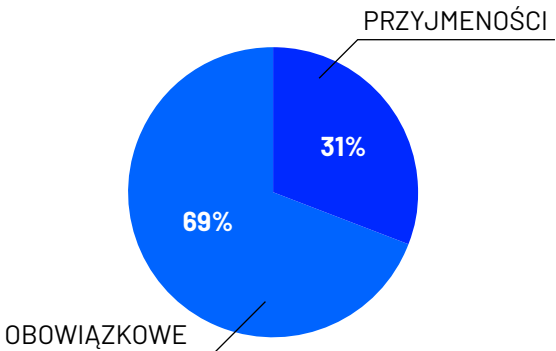
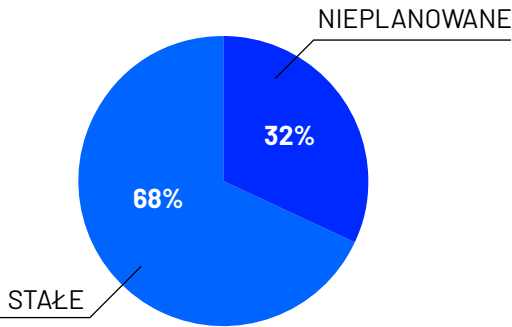
**Dla większości Polaków wydatki stałe/obowiązkowe stanowią około 70% budżetu, natomiast te nieplanowane/przyjemnościowe – około 30%.**

Ponadto więcej stałych/obowiązkowych wydatków mają osoby, które mają dzieci (69% stałe i 71% obowiązkowe), co może świadczyć o większej potrzebie planowania, stabilizacji i bezpieczeństwa finansowego.

Pomyśl o swoich przeciętnych wszystkich wydatkach w miesiącu i wyobraź sobie, że stanowią one 100%. Jaką część z nich (jaki procent, orientacyjnie) stanowią wydatki stałe (opłaty, codzienne zakupy, zaplanowane wydatki w danym miesiącu itp.), a jaką wydatki nieprzewidziane/mniej planowane (np. naprawa zepsutego sprzętu)?

A jaką część swoich przeciętnych wszystkich miesięcznych wydatków (które stanowią 100%) przeznaczasz na konieczne/obowiązkowe zakupy, a jaką na przyjemności?

## WYDATKI



# Dawanie pieniędzy dzieciom

mający dzieci

72% Polaków daje swoim dzieciom pieniądze.

Nie ma istotnych różnic ze względu na płeć rodzica, choć wraz ze wzrostem dochodu netto gospodarstwa domowego odsetek rodziców dających pieniądze swoim dzieciom wzrasta wręcz liniowo. Pieniądze dawane są dzieciom najczęściej z okazji uroczystości/świąt (57%) i/lub na konkretne potrzeby (52%).

Czy dajesz swoim dzieciom pieniądze?  
N = 7623

W jakich okolicznościach dajesz pieniądze swoim dzieciom? Zaznacz wszystkie pasujące odpowiedzi. N = 5482 (dający swoim dzieciom pieniądze)

## DAWANIE DZIECIOM PIENIĘDZY



## OKOLICZNOŚCI DAWANIA DZIECIOM PIENIĘDZY

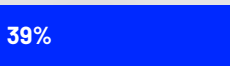
Pieniężne prezenty przy szczególnych okazjach (np. urodzin, świąt itp.)



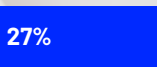
Różne kwoty w różnym czasie – na konkretne potrzeby



Regularna kwota – tzw. kieszonkowe



„Dopłata” do oszczędności zbieranych na jakiś cel



Nagroda, np. za szczególne osiągnięcia, dobre stopnie itp.



Codziennie niewielkie sumy na drobne wydatki



Wynagrodzenie, np. za prace domowe



Inne



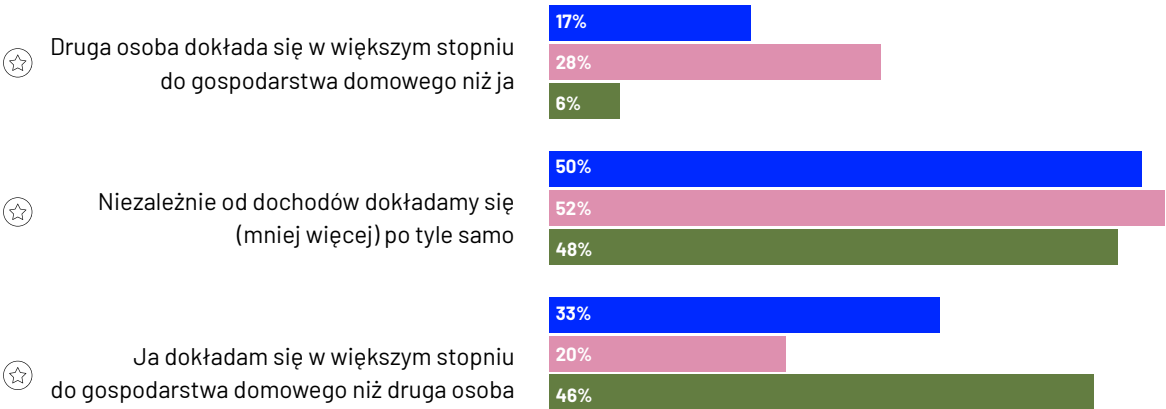
# Model zarządzania finansami w związku

będący w związku

Połowa Polaków będąca w związkach niezależnie od dochodów partycypuje w kosztach utrzymania gospodarstwa domowego w równym stopniu – istotnie częściej w takim modelu funkcjonują kobiety niż mężczyźni (52% vs. 48%).

Mężczyźni znacznie częściej znajdują się wśród tych, którzy w przypadku dysproporcji partycypacji w kosztach w większym stopniu dokładają się do utrzymania gospodarstw domowych (to aż 46% mężczyzn vs. 20% kobiet).

Jak w Twoim związku wygląda model zarządzania finansami domowymi między partnerami?



Ogół Polaków, N = 8983

Kobiety, N = 4406

Mężczyźni, N = 4576

Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

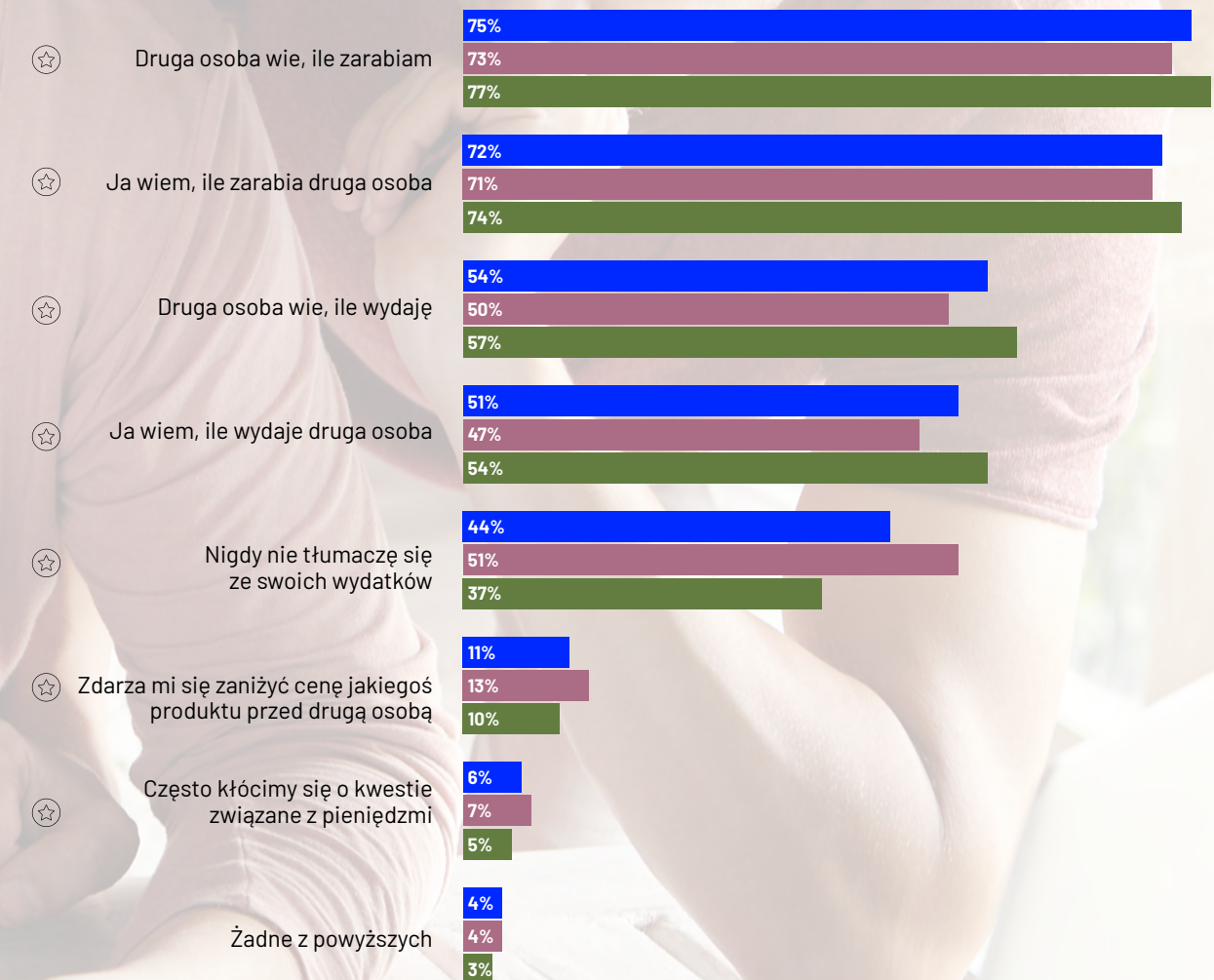
## Dzielenie się z partnerem informacjami o zarobkach/ wydawanych kwotach

będący w związku

**3/4 Polaków będących w związkach dzieli się z partnerem informacją na temat swoich zarobków.**

Istotnie częściej są to jednak mężczyźni (77%) niż kobiety (73%). Podobnie ma się kwestia z wydawaniem – 57% mężczyzn oraz 50% kobiet twierdzi, że ich partnerzy wiedzą, ile wydają. Co ciekawe, to kobiety częściej są w grupie osób, które deklarują, że nigdy nie tłumaczą się ze swoich wydatków (51% vs. 37% mężczyzn, a 44% ogół). Z drugiej strony częściej przyznają też, że zdarza im się zaniżać przed partnerem cenę jakiegoś produktu (13% vs. 10% mężczyzn) oraz kłócić się o kwestie związane z pieniędzmi (7% vs. 5% mężczyzn).

**Które z poniższych stwierdzeń są prawdziwe w przypadku Twojego związku?**



Ogół Polaków, N = 8983

Kobiety, N = 4406

Mężczyźni, N = 4576

Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

# Pożyczanie i wydawanie

## podsumowanie i wnioski

**24% Polaków unika pożyczania i twierdzi, że nigdy nie miało żadnego kredytu. 45% unika pożyczek, ale korzystało z nich w sytuacjach koniecznych.** 25% pożyczka na większe potrzeby lub ważne cele, 5% zaś pożyczka regularnie – częściej mężczyźni i osoby w wieku 35–44 lata.

**Najczęściej posiadane przez Polaków produkty finansowe z tego obszaru to kredyty ratalne (63%), pożyczki gotówkowe w banku (53%), kredyty hipoteczne (47%) oraz pożyczki od rodziny/znajomych (37%).** Najczęstsze cele pożyczania to sprzęt RTV/AGD (52%), mieszkanie (50%) i/lub samochód (38%).

Wydatki, na które Polakom najczęściej szkoda pieniędzy, to jedzenie w lokalach (34%), usługi z branży beauty (22%) oraz ubrania i obuwie (21%).

**72% rodziców daje swoim dzieciom pieniądze** – częściej ma to jednak miejsce w gospodarstwach o wyższych dochodach (wręcz liniowa zależność). Najczęstsze ku temu okazje to święta (57%) i konkretne potrzeby (52%).

50% Polaków (częściej, bo 52% kobiet vs. 48% mężczyzn) deklaruje równy udział w kosztach utrzymania gospodarstwa domowego. Mężczyźni częściej niż kobiety dokładają się ponadproporcjonalnie (46% vs. 20%).

7% kobiet i 5% mężczyzn często kłóci się w związkach na tematy dotyczące finansów.

### Transparentność wydatków:

- 57% mężczyzn i 50% kobiet twierdzi, że ich partnerzy wiedza, ile wydają;
- 51% kobiet i 37% mężczyzn deklaruje, że nigdy nie tłumaczy się przed partnerem ze swoich wydatków;
- 13% kobiet i 10% mężczyzn zdarzyło się zaniżyć cenę produktu przed partnerem.

## CO Z TEGO WYNIKA?

- **Podejście Polaków do pożyczania jest raczej ostrożne i utylitarne** – decyzje o kredytach zapadają głównie w sytuacjach uznanych za konieczne. Regularne korzystanie z pożyczek pozostaje marginalne.
- **Wydatki postrzegane jako zbędne** (np. jedzenie na mieście, usługi kosmetyczne) mogą sugerować istnienie norm społecznych nakładających ograniczenia na tzw. przyjemności konsumenckie.
- **Rodzice chętnie wspierają finansowo swoje dzieci**, zwłaszcza jeśli mogą sobie na to pozwolić (wyższe dochody).
- **Model równego podziału kosztów w gospodarstwie domowym jest już dosyć powszechny, mężczyźni wciąż jednak przeważają wśród dokładających więcej** – może to wynikać z różnic w dochodach, ale też ze społecznego oczekiwania, by „więcej zarabiający więcej wnosili”.
- **Kobiety częściej niż mężczyźni ukrywają niektóre decyzje finansowe**, co może być wynikiem napięć między autonomią finansową a relacyjnymi oczekiwaniami w związku.

# Pożyczanie i wydawanie

Komentuje **Mariusz Dymowski**, dyrektor Pionu Produktów Detalicznych i Firm w PKO Banku Polskim

Decyzja o kredycie, niezależnie od jego rodzaju, powinna być zawsze poprzedzona dokładnym przemyśleniem swoich preferencji i warunków finansowych. Przede wszystkim trzeba określić cel finansowania, czas, w którym możemy spłacić zobowiązanie, maksymalną wysokość miesięcznej raty, tak aby nie nadwyrężała domowego budżetu. Tych warunków jest kilka, ale jak wynika z badania „Portret finansowy Polaków”, Polacy podchodzą do pożyczania rozsądnie. Ponad połowa badanych sięgała po pożyczki tylko w wyjątkowych sytuacjach, a co czwarty Polak nigdy nie korzystał z kredytu ani pożyczki.

Najpopularniejszymi formami zadłużenia są kredyty ratalne i gotówkowe. Jednym z powodów, dlaczego rośnie popularność kredytów gotówkowych, jest ich bardzo wysoka dostępność – wygoda procesów bankowych sprawia, że są one często brane impulsywnie. Oczywiście zawsze mogą pojawić się też potrzeby konsumpcyjne, takie jak remont czy zakup samochodu, które sfinansujemy dzięki pożyczce, lub po prostu niespodziewany wydatek przy braku odpowiednich oszczędności. Coraz więcej osób też refinansuje swoje dotychczasowe zobowiązania, łącząc kilka kredytów w jeden.

Po drugiej stronie mamy kredyt hipoteczny. W przeciwieństwie do pożyczki gotówkowej decyzja o kredycie na mieszkanie jest zawsze przemyślana i nie jest impulsywna. Dla większości osób, które decydują się na to rozwiązanie, kredyt hipoteczny jest jedynym sposobem, który umożliwia kupno mieszkania, co jest gwarantem stabilności i bezpieczeństwa. Według badania niemal połowa Polaków korzystała lub korzysta z tego sposobu finansowania.





# Ubezpieczanie się

## Podejście do ubezpieczania się

ogół Polaków, N = 12 050

**23% Polaków posiada jedynie  
ubezpieczenia obowiązkowe  
i nie zamierza kupować innych.  
Aż 65% posiada jednak różne  
produkty ubezpieczeniowe  
– nie tylko te obowiązkowe.**

Choć kobiety i mężczyźni ubezpieczają się porównywalnie często, klientami firm ubezpieczeniowych znacznie częściej są osoby, które mają dzieci (71% tej grupy) oraz osoby pomiędzy 35. a 54. rokiem życia (gdzie aż 73% posiada nieobowiązkowe ubezpieczenia).

**Które z poniższych stwierdzeń najlepiej  
opisuje Twoje podejście do produktów  
ubezpieczeniowych?**

Nie mam żadnych ubezpieczeń i nie zamierzam się ubezpieczać

6%

Obecnie nie mam żadnych ubezpieczeń,  
ale zamierzam się ubezpieczać w przyszłości

6%

Posiadam głównie ubezpieczenia obowiązkowe  
(np. OC samochodu) i nie zamierzam kupować  
innych ubezpieczeń

23%

Posiadam różne produkty ubezpieczeniowe,  
nie tylko obowiązkowe

65%

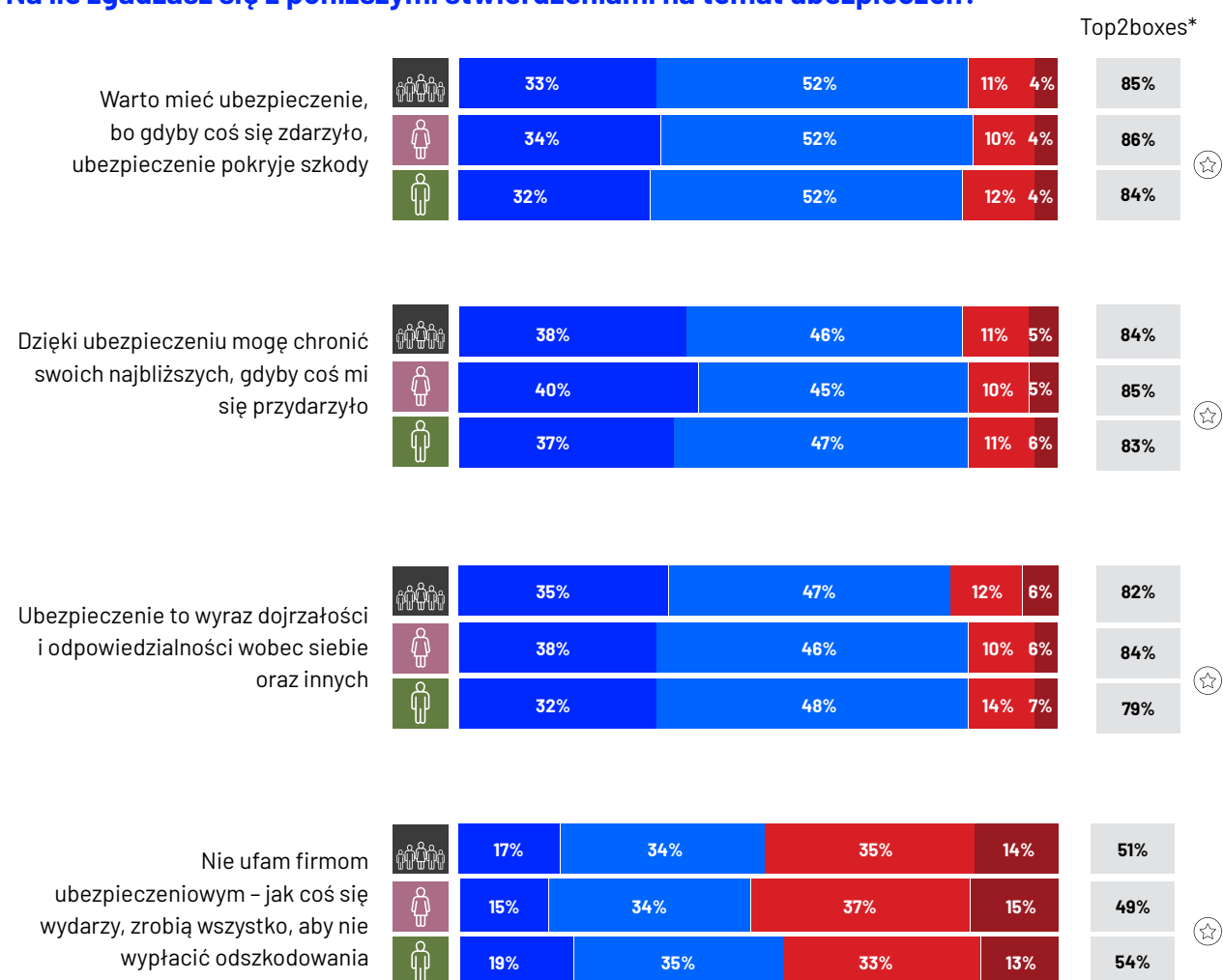
częściej osoby w wieku 35-44 lata (73%)  
i 45-54 lata (73%); częściej mający dzieci (71%)

# Opinie na temat ubezpieczeń

ogół Polaków

Kobiety częściej niż mężczyźni mają pozytywne postawy wobec ubezpieczeń. Postrzegają je jako formę zabezpieczenia oraz wyraz dojrzałości i odpowiedzialności wobec siebie i innych. Mężczyźni częściej niż kobiety nie ufają firmom ubezpieczeniowym – 54% z nich vs. 49% kobiet jest zdania, że jeśli coś się wydarzy, firmy te zrobią wszystko, aby nie wypłacić odszkodowania.

**Na ile zgadzasz się z poniższymi stwierdzeniami na temat ubezpieczeń?**



■ Ogół Polaków, N = 12 050

■ Kobiety, N = 6227

■ Mężczyźni, N = 5823

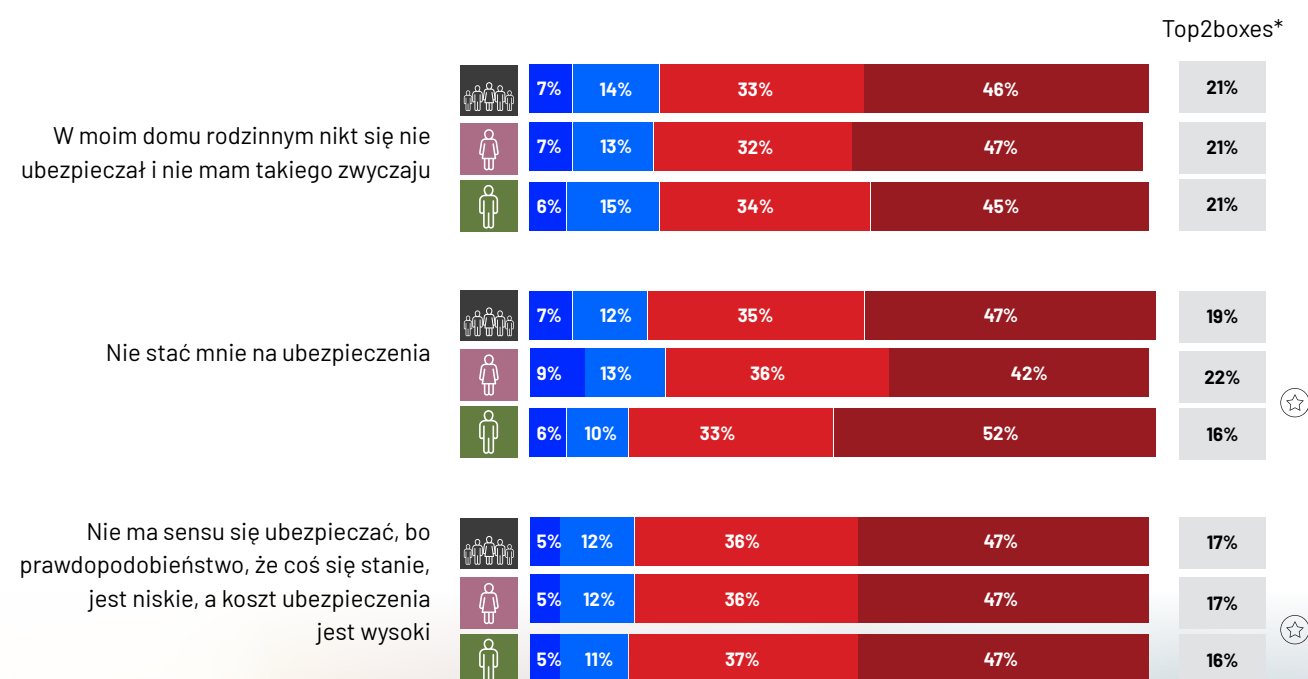
■ Zdecydowanie się zgadzam ■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam ■ Zdecydowanie się nie zgadzam

☆ Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

\* Suma odpowiedzi zdecydowanie się zgadzam i raczej się zgadzam

**Kwestia nawyku ubezpieczania się wynikająca z wychowania nie różnicowała kobiet i mężczyzn.**

Niemniej jednak, mimo że to **kobiety mają bardziej pozytywne postawy** zarówno wobec ubezpieczeń, jak i samych firm ubezpieczeniowych oraz widzą większy sens w ubezpieczaniu się, **częściej niż mężczyźni twierdzą, że nie stać je na to**, żeby się ubezpieczać.



■ Ogół Polaków, N = 12 050

■ Kobiety, N = 6227

■ Mężczyźni, N = 5823

■ Zdecydowanie się zgadzam ■ Raczej się zgadzam ■ Raczej się nie zgadzam ■ Zdecydowanie się nie zgadzam

★ Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

# Ubezpieczanie się

## podsumowanie i wnioski

### CO Z TEGO WYNIKA?

**65% Polaków** ma przynajmniej jedno ubezpieczenie nieobowiązkowe. **23%** ma wyłącznie obowiązkowe ubezpieczenia i nie zamierza wykupywać dodatkowych. **Wychowanie i wzorce rodzinne** (czy w domu ubezpieczano się, czy nie) **nie różnicują postaw** między kobietami a mężczyznami.

**Częściej ubezpieczone są osoby mające dzieci** (71% tej grupy) oraz będące w wieku 35–54 lata (73%), co w dużej mierze jest ze sobą skorelowane.

**Nie ma dużych różnic między kobietami a mężczyznami** w samym posiadaniu ubezpieczeń, choć:

- **kobiety częściej mają pozytywne nastawienie** do ubezpieczeń – traktują je jako wyraz odpowiedzialności;
- **mężczyźni częściej wyrażają brak zaufania** do firm ubezpieczeniowych (54% vs. 49% kobiet);
- **kobiety częściej dostrzegają wartość ubezpieczeń**, ale też częściej deklarują, że je na nie nie stać.

**Postawy wobec ubezpieczeń są w dużej mierze pozytywne**, ale ograniczenia finansowe (zwłaszcza wśród kobiet) mogą blokować przekładanie ich na realne działania.

**Brak różnic w uwarunkowaniach wyniesionych z domu** wskazuje, że współczesne postawy wobec ubezpieczania się kształtują się raczej w dorosłości i pod wpływem aktualnych sytuacji życiowych niż na podstawie wzorca wychowania.

**Brak zaufania do instytucji** – zwłaszcza wśród mężczyzn – może obniżać skłonność do zakupu polis. Wskazuje to na potrzebę **wzmacniania przejrzystości i edukacji** w zakresie działania produktów ubezpieczeniowych.

**Rodzicielstwo i wiek średni** sprzyjają częstszemu ubezpieczaniu się, co sugeruje, że ważną motywacją jest poczucie odpowiedzialności za innych oraz większe ryzyko finansowe związane z rodziną i dojrzałością życiową.

**Kobiety mają bardziej pozytywny stosunek do ubezpieczeń, ale mniejsze możliwości finansowe** – to potencjalna bariera, która wymaga uwzględnienia w projektowaniu produktów: dostępność cenowa i elastyczność mogą być kluczowe dla tej grupy.

# Ubezpieczanie się

## Komentuje Leszek Skop, prezes zarządu PKO Ubezpieczenia

Nasze badanie pokazuje, że aż 1/3 Polaków powyżej 18. roku życia nie posiada żadnych ubezpieczeń lub ogranicza się wyłącznie do obowiązkowej ochrony, takiej jak OC komunikacyjne. Taka sytuacja jest skutkiem niskiej świadomości ubezpieczeniowej czy ograniczonego zaufania do naszej branży. Luka ubezpieczeniowa jest zjawiskiem obecnym w Polsce od lat, a jako ubezpieczyciele podejmujemy coraz więcej inicjatyw, aby ją zmniejszyć. Przykładem takich działań są kampanie społeczne, działania edukacyjne czy współpraca ze środowiskami akademickimi, które wspierają rozwój wiedzy finansowej i ubezpieczeniowej. Równie istotne jest wzmacnianie zaufania do branży poprzez prostą i zrozumiałą komunikację, oferowanie produktów o dużej wartości dla klienta oraz szybką i sprawną likwidację szkód. Budowanie pozytywnych doświadczeń klientów wpływa na wzrost zaufania do firm ubezpieczeniowych.

Pozytywnym sygnałem płynącym z badania jest to, że 65% Polaków posiadających ubezpieczenia dobrowolne dostrzega wartość dodatkowej ochrony, jeśli jest ona dobrze dopasowana do ich potrzeb i stylu życia. Co więcej, aż 85% ankietowanych uważa, że warto mieć ubezpieczenie – to wyraźny sygnał, że powinniśmy jeszcze bardziej skoncentrować się na rozpoznaniu potrzeb klientów, lepszej personalizacji ofert oraz aktywnej obecności w codziennym życiu klientów.

Badania potwierdzają także, że jednym z najważniejszych momentów, w których Polacy decydują się na zakup ubezpieczenia, jest założenie rodziny. To wydarzenie często staje się impulsem do przemyślenia przyszłości oraz potrzeby zabezpieczenia najbliższych. Co ważne, to kobiety częściej postrzegają zakup polisy jako wyraz dojrzałości i odpowiedzialności. Dodatkowo deklarują większe zaufanie do firm ubezpieczeniowych niż mężczyźni. Warto również zauważyć, że w wielu polskich domach ubezpieczenia są postrzegane jako naturalny element życia. Aż 79% respondentów przyznaje, że w ich rodzinach „ubezpieczało się od zawsze”, co świadczy o silnym zakorzenieniu potrzeby ochrony na różnych etapach życia.

”





# Wiedza finansowa

## Samooce nawiedzy finansowej

ogół Polaków, N = 12 050

**Blisko połowa Polaków  
ocenia swoją wiedzę na temat  
zagadnień finansowych jako  
średnią.**

Okolo 20% uważa, że ich wiedza w tym obszarze jest mała lub bardzo mała, a niemal 30% ocenia ją jako dużą lub bardzo dużą. Swoją wiedzę finansową istotnie lepiej oceniają mężczyźni niż kobiety (33% vs. 23% z nich uznaje, że jest ona na dobrym poziomie). Wyższej niż ogół Polaków samooceny w tym zakresie dokonują też raczej ludzie młodzi i w średnim wieku (do 44. roku życia) niż starsi, osoby z wykształceniem wyższym czy osoby, których miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego przekracza 15 000 zł.

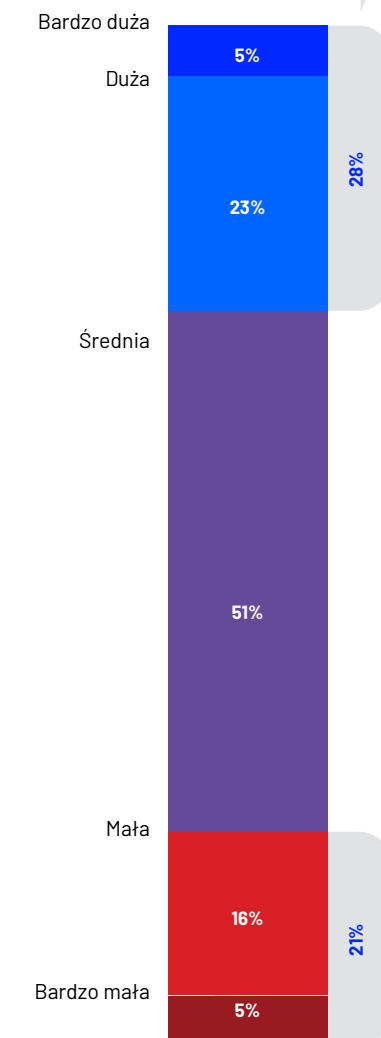
### Jak oceniasz swoją wiedzę na temat zagadnień finansowych?

Mężczyźni (33% vs. 24% kobiety)

Osoby do 44. roku życia (33% dla kohorty do 34. roku życia i tyle samo dla kohorty 35-44 lata)

Osoby z wykształceniem wyższym (35%)

Osoby o miesięcznym dochodzie netto gospodarstwa domowego 10 000 zł i więcej (uwaga: im wyższe zarobki, tym większy odsetek grupy ocenia swoją wiedzę jako dużą i bardzo dużą)



# Samoocena wiedzy finansowej

a średnie miesięczne dochody netto gospodarstwa domowego

Wśród osób deklarujących miesięczny dochód netto gospodarstwa domowego przekraczający 15 000 zł najczęściej jest osób oceniających swoją wiedzę na temat zagadnień finansowych jako dobrą i bardzo dobrą.

Co więcej, im wyższy dochód netto gospodarstwa domowego, tym częściej posiadana wiedza w zakresie finansów oceniana była jako duża i/lub bardzo duża.

Jak oceniasz swoją wiedzę na temat zagadnień finansowych?

|             | do 3000 zł | 3001–<br>–5000 zł | 5001–<br>–7000 zł | 7001–<br>–10 000 zł | 10 001–<br>–15 000 zł | 15 001–<br>–20 000 zł | 20 001–<br>–25 000 zł | 25 001 zł<br>lub więcej |
|-------------|------------|-------------------|-------------------|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------------------------|
| N =         | 644        | 1577              | 1811              | 2334                | 2319                  | 1205                  | 536                   | 792                     |
| Bardzo duża | 8%         | 3%                | 3%                | 3%                  | 4%                    | 7%                    | 10%                   | 13%                     |
| Duża        | 10%        | 16%               | 19%               | 20%                 | 26%                   | 27%                   | 37%                   | 44%                     |
| Średnia     | 39%        | 47%               | 56%               | 56%                 | 54%                   | 54%                   | 41%                   | 36%                     |
| Mała        | 31%        | 24%               | 17%               | 18%                 | 13%                   | 8%                    | 9%                    | 5%                      |
| Bardzo mała | 12%        | 10%               | 5%                | 3%                  | 2%                    | 3%                    | 3%                    | 2%                      |

% Istotnie statystycznie wyżej niż ogół Polaków  
% Istotnie statystycznie niżej niż ogół Polaków



# Test wiedzy

odpowiedzi na twierdzenia, które są PRAWDZIWE lub bardzo prawdopodobne, N = 12 050

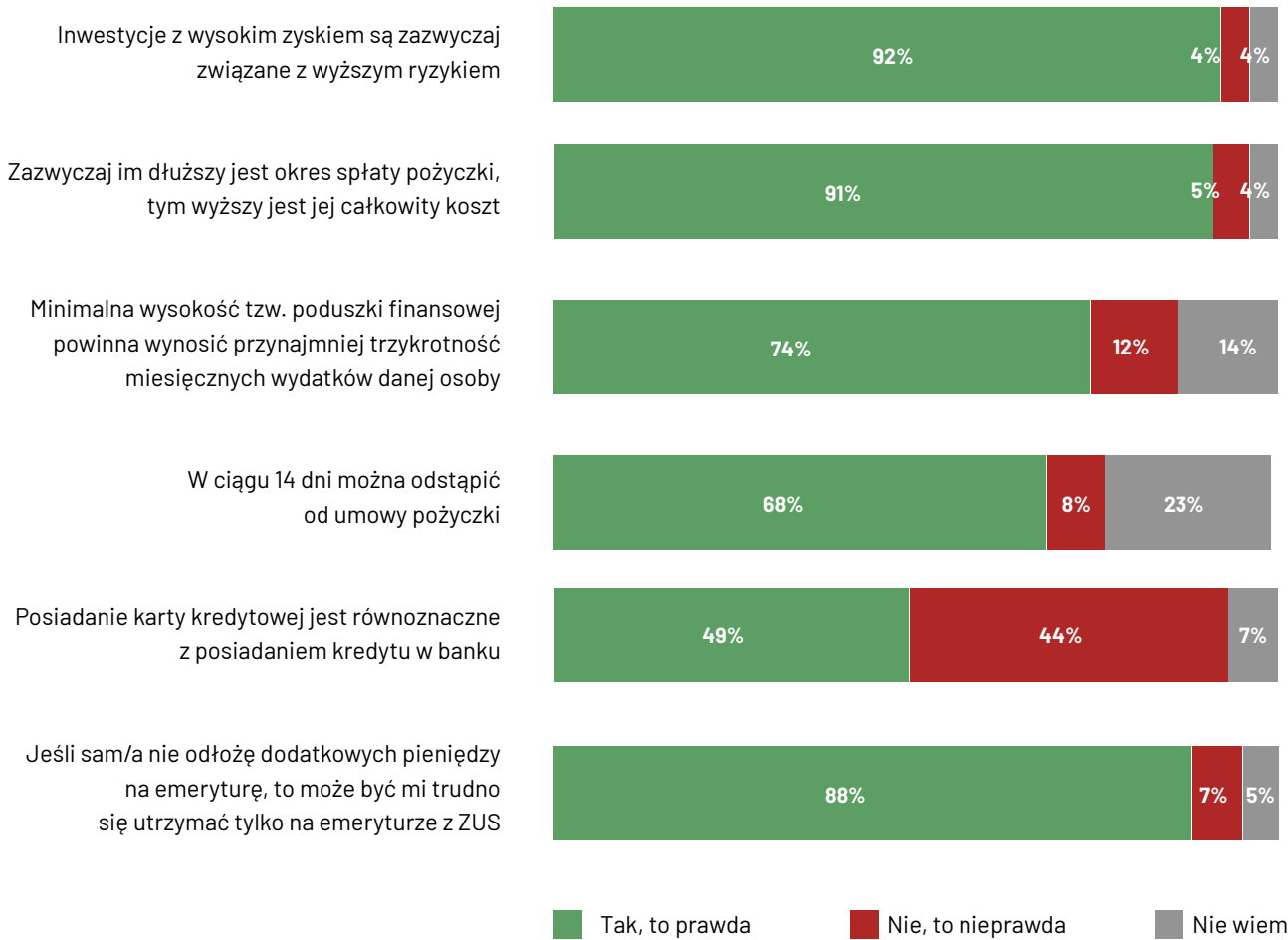
**Ponad 90% Polaków rozumie zależność między potencjalnym ryzykiem a zyskiem z inwestycji czy związki między dłuższym okresem spłaty a wyższymi kosztami pożyczek.**

3/4 zgadza się ze stwierdzeniem, że optymalna poduszka finansowa powinna równać się trzykrotności miesięcznych wydatków, a ponad 2/3 ma świadomość możliwości odstąpienia od umowy pożyczki w ciągu 14 dni od jej zawarcia.

Jednak tylko 49% uczestników ankiety uznaje posiadanie karty kredytowej za równoznaczne z posiadaniem kredytu w banku, co może wskazywać na potrzebę dalszej edukacji finansowej w zakresie rozumienia produktów bankowych.

Aż 88% Polaków jest też zdania, że powinno podjąć dodatkowe działania w celu zabezpieczenia przyszłej emerytury.

## Czy prawdziwe są Twoim zdaniem poniższe stwierdzenia?



# Test wiedzy

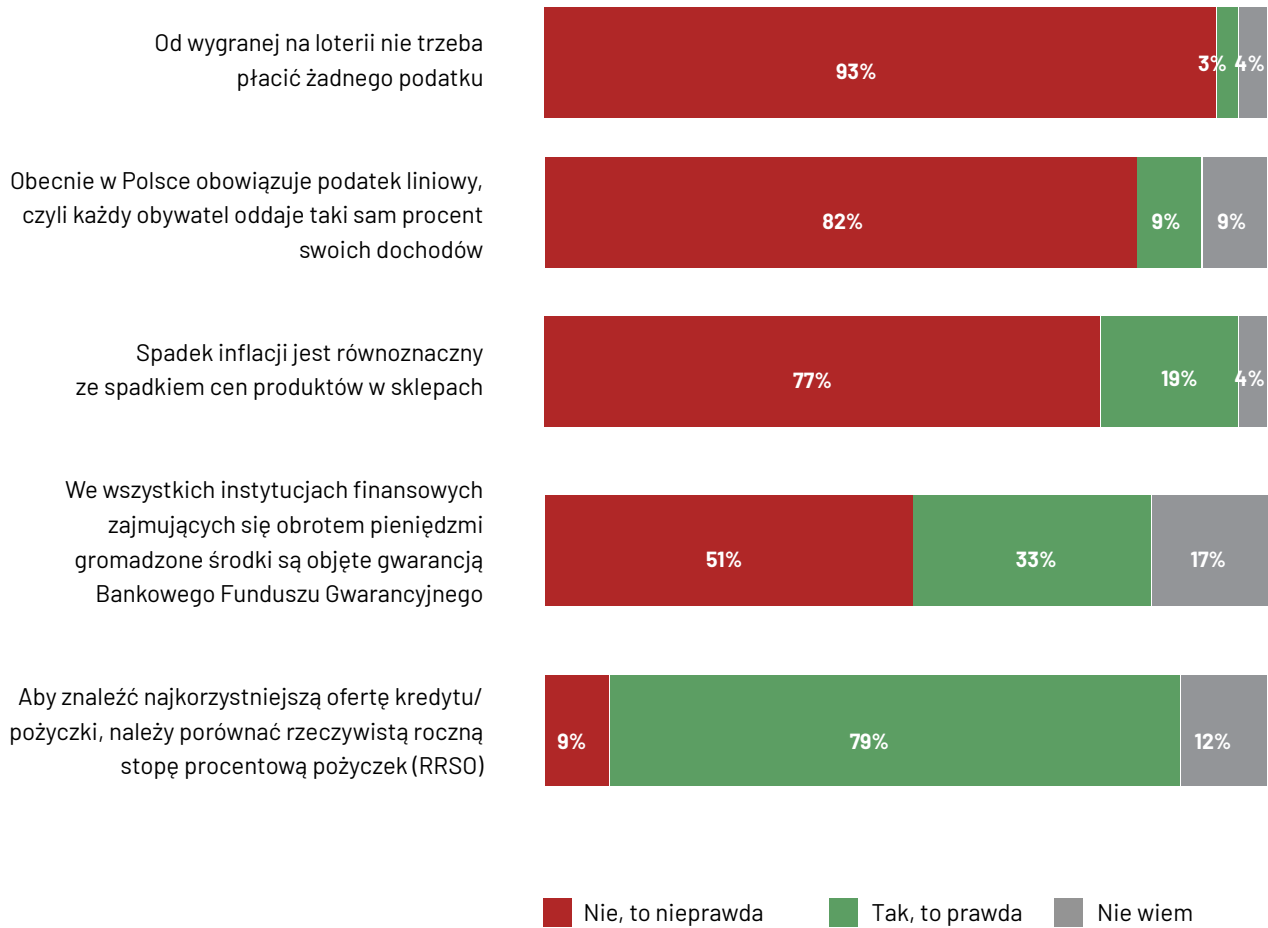
odpowiedzi na twierdzenia, które są FAŁSZYWE, N = 12 050

**Większość Polaków prawdopodobnie ma świadomość tego, jak działa podatek Belki, oraz raczej orientuje się, że w Polsce nie każdego obowiązuje podatek liniowy.**

3/4 rodaków rozumie, że spadek inflacji nie jest równoznaczny ze spadkiem cen produktów w sklepach.

Mimo to niemal połowa Polaków prawdopodobnie nie do końca rozumie, czym jest i które instytucje finansowe są objęte gwarancją BFG oraz to, że aby wybrać najkorzystniejszą ofertę kredytu/ pożyczki, należy tak naprawdę wziąć pod uwagę nie tylko RRSO, ale przede wszystkim jej całkowity koszt.

## Czy prawdziwe są Twoim zdaniem poniższe stwierdzenia?



Nie, to nieprawda    Tak, to prawda    Nie wiem

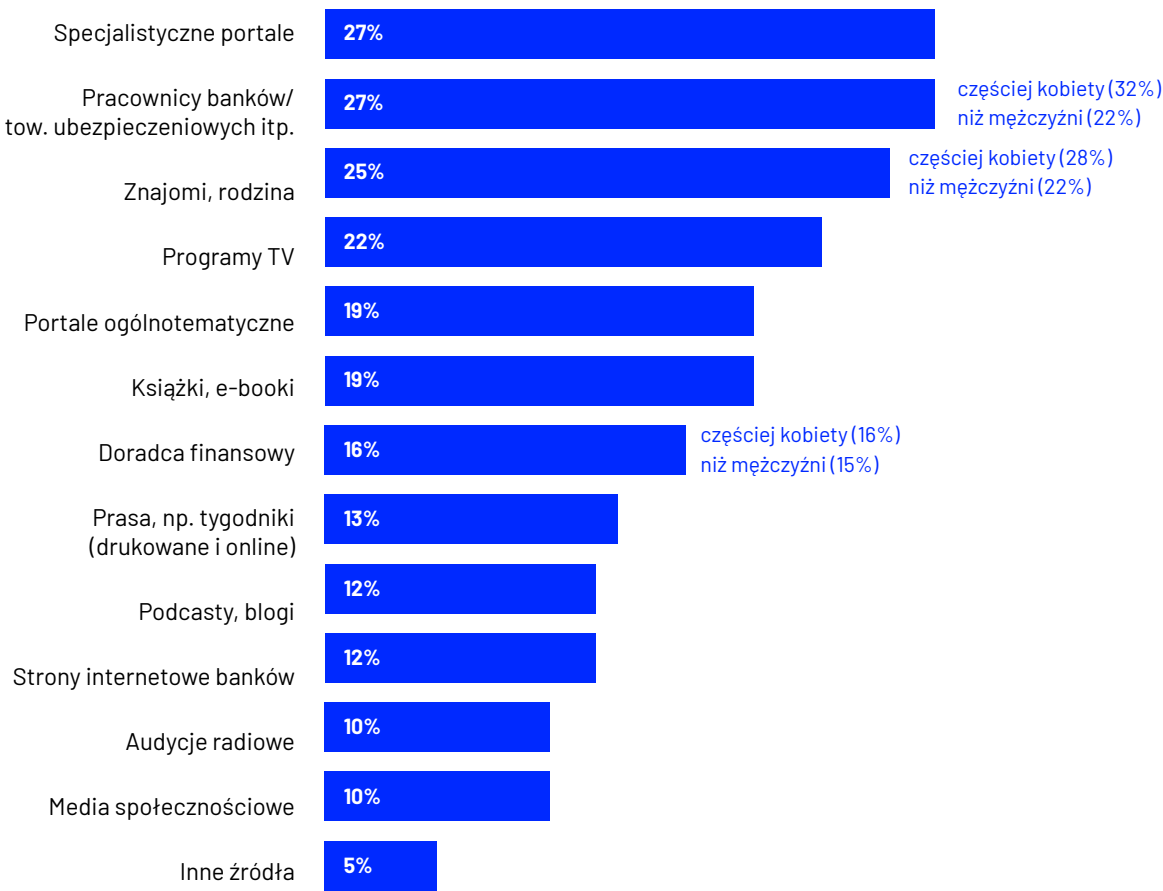
# Źródła informacji na tematy finansowe

ogół Polaków, N = 12 050

Większość Polaków czerpie wiedzę na tematy finansowe ze specjalistycznych portali poświęconych tematyce finansów (27%). Równie często sięgają po poradę pracowników banków czy towarzystw ubezpieczeniowych oraz innych komercyjnych instytucji finansowych.

Co czwarty Polak polega w tym zakresie na wiedzy znajomych i rodziny. Co ciekawe, kobiety częściej niż mężczyźni czerpią wiedzę na tematy finansowe bezpośrednio od innych ludzi (zarówno specjalistów, jak i znajomych/rodziny), mężczyźni zaś chętniej polegają na źródłach pisanych oraz mediach (zarówno massmediach, jak i mediach społecznościowych).

Skąd czerpiesz informacje na tematy finansowe? Wskaż maksymalnie 3 najczęściej wykorzystywane źródła.



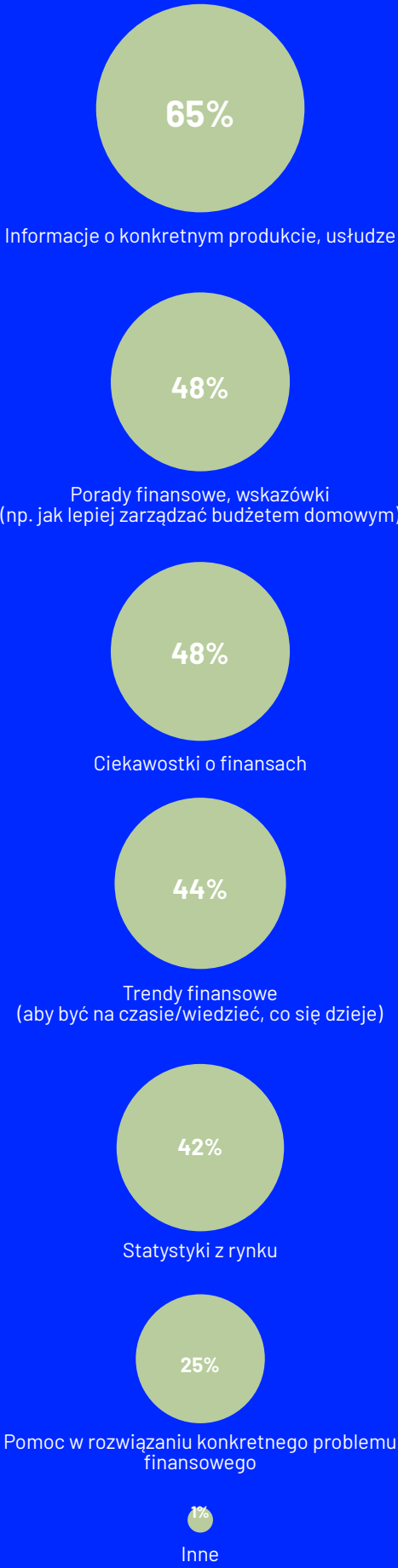
# Wyszukiwane informacje finansowe

poszukujący informacji finansowych w mediach oraz internecie (62% ogółu Polaków), N = 7414

Najczęstszą motywacją do poszukiwania informacji z obszaru finansów jest chęć znalezienia informacji o konkretnym produkcie (65% przypadków).

W drugiej kolejności można mówić o grupie motywacji dotyczących zaznajomienia się z poradami, wskazówkami, trendami oraz statystykami rynkowymi (40-50%).

Jakiego typu informacji finansowych zdarzyło Ci się szukać w internecie?



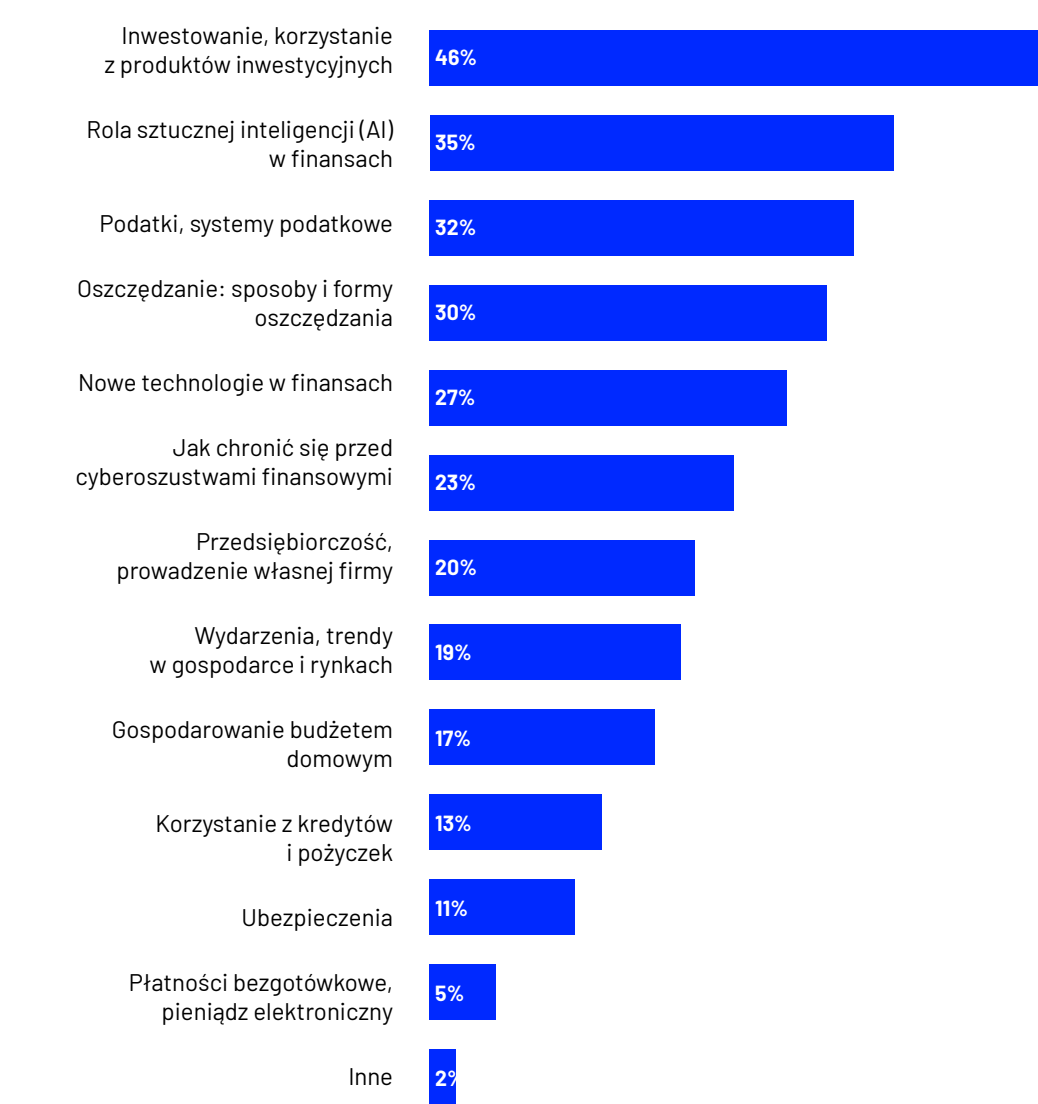
# Wyszukiwane informacje finansowe

poszukujący informacji finansowych w mediach oraz internecie  
(62% ogółu Polaków), N = 7414

Najbardziej pożądanymi (według 46% poszukujących informacji finansowych w mediach oraz internecie) tematami z obszaru finansów są te dotyczące inwestowania i korzystania z produktów inwestycyjnych.

Wysoko na liście (35% tej grupy) znalazła się też kwestia związana z AI w finansach oraz podatkami.

## Informacji na jakie tematy finansowe przede wszystkim Ci brakuje?



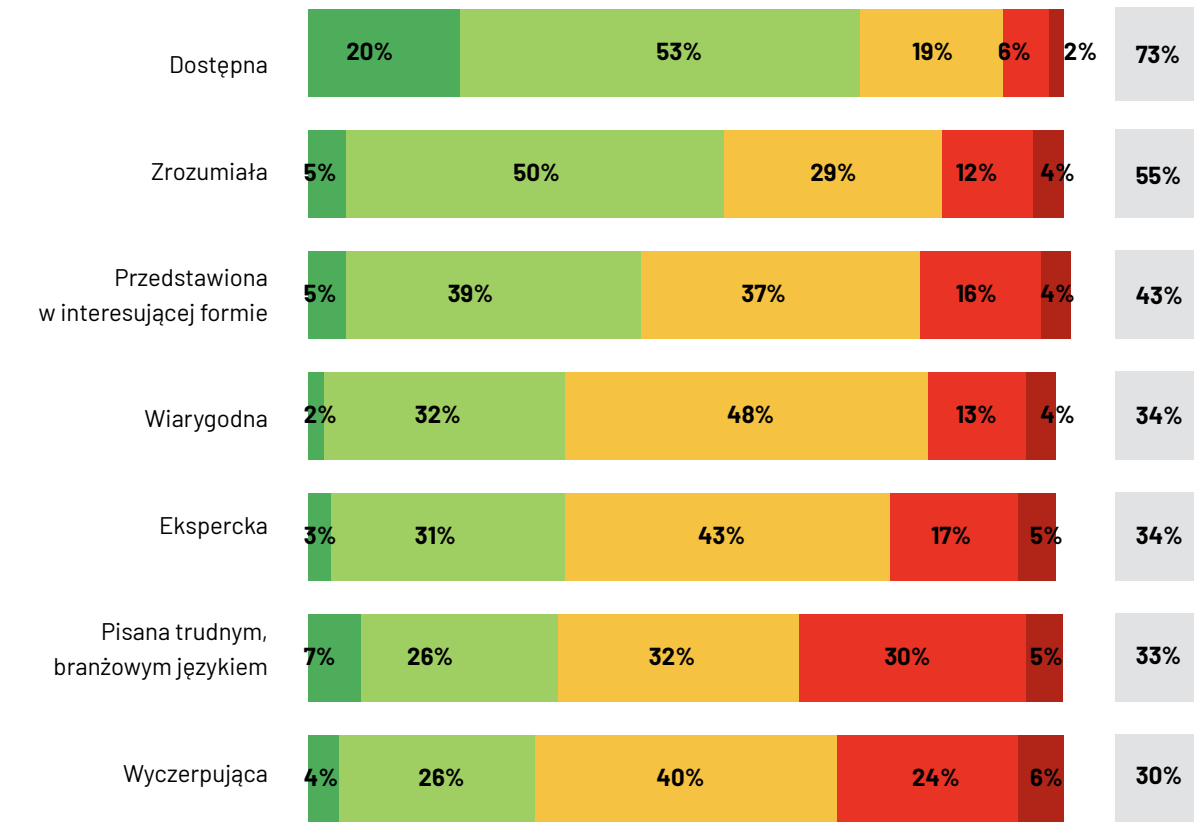
# Ocena wiedzy finansowej dostępnej w internecie

ogół Polaków, N = 12 050

Wiedza finansowa w internecie wydaje się Polakom przede wszystkim dostępna (twierdzi tak 73% społeczeństwa).

Dla ponad połowy rodaków jest to także wiedza raczej zrozumiała. Nieco gorzej wypada jednak pod kątem formy (jej przystępności), wiarygodności czy wystarczającego pogłębiania danego tematu.

## Na ile wiedza finansowa w internecie wydaje Ci się...? Top2boxes\*



Zdecydowanie tak    Raczej tak    Ani tak, ani nie    Raczej nie    Zdecydowanie nie

\* Suma odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak

# Wiedza finansowa

## podsumowanie i wnioski

**Blisko 50% Polaków ocenia swoją wiedzę finansową jako średnią.** 20% uznaje ją za niską lub bardzo niską, a prawie 30% za dużą lub bardzo dużą. Jako społeczeństwo dobrze znamy podstawowe zasady, takie jak zależność zysk–ryzyko czy wpływ długości spłaty na koszt pożyczki. 90% ma także świadomość potrzeby dodatkowego zabezpieczenia emerytalnego, choć tylko 49% wie, że karta kredytowa to forma kredytu.

### W teście wiedzy finansowej lepiej wypadają:

- mężczyźni,
- osoby w wieku 35–54 lata,
- osoby z wykształceniem wyższym,
- osoby o dochodach gospodarstwa domowego powyżej 7000 zł netto.

### Źródła wiedzy finansowej, z których korzystają Polacy:

- najczęściej: portale finansowe, porady pracowników instytucji finansowych, rodzina i znajomi,
- kobiety częściej korzystają z wiedzy przekazywanej ustnie, mężczyźni – z mediów i źródeł pisanych.

**Najczęściej poszukiwane informacje dotyczą produktów finansowych i inwestycji,** choć Polacy stosunkowo często poszukują też informacji związanych z podatkami. Rośnie też zainteresowanie sztuczną inteligencją w finansach. Główne bariery w zdobywaniu wiedzy finansowej to trudność w znalezieniu rzetelnych i przystępnych informacji.

## CO Z TEGO WYNIKA?

**Ocena własnej wiedzy a faktyczny jej poziom** mogą się rozmijać – dane pokazują, że deklaracje są zróżnicowane, ale realna znajomość kluczowych pojęć (jak np. karta kredytowa = kredyt) nadal pozostawia wiele do życzenia. **Wysoki poziom podstawowej świadomości ekonomicznej** (zysk–ryzyko, koszt kredytu) to dobra baza, ale konieczne jest pogłębianie wiedzy w zakresie konkretnych produktów i mechanizmów finansowych. **Edukacja finansowa powinna iść w parze z budowaniem zaufania do instytucji oraz praktycznymi umiejętnościami,** które przekładałyby się na świadome decyzje w codziennym życiu.

**Różnice między kobietami i mężczyznami** w sposobach zdobywania wiedzy sugerują potrzebę **różnicowania kanałów edukacyjnych,** np. więcej treści w formie rozmów, webinarów i kontaktów interpersonalnych dla kobiet, treści eksperckie, analityczne i tekstowe dla mężczyzn.

**Dostęp do informacji to za mało** – barierą jest ich **jakość, wiarygodność i forma przekazu.** Konieczne jest tworzenie materiałów, które łączą eksperckość z przystępnością, bez nadmiernej specjalizacji czy uproszczeń.

**Popularność tematów inwestycyjnych i podatkowych** oraz rosnące zainteresowanie AI pokazują, że Polacy **chcą się rozwijać,** ale potrzebują **nawigacji w gąszczu informacji** – zarówno pod względem treści, jak i narzędzi edukacyjnych.

# Wiedza finansowa

Komentuje **Rafał Madej,**  
prezes zarządu PKO Towarzystwo  
Funduszy Inwestycyjnych S.A.

Obserwujemy postępujący wzrost poziomu wiedzy ekonomicznej Polaków. Ponad 90% badanych potwierdziło znajomość podstaw wiedzy o rynku finansowym w zakresie ryzyka inwestycji i kosztów pożyczek. Blisko 90% zdaje sobie sprawę z konieczności oszczędzania na emeryturę. Jednocześnie następuje postęp w sposobie postrzegania oszczędzania i wzrost skłonności do odkładania pieniędzy.

To budzi nadzieję, że w nadchodzących latach będziemy świadkami intensywniejszego rozwoju rynku finansowego klientów indywidualnych i wzrostu zainteresowania jego różnymi produktami. Osobiście mam nadzieję, że obok lokowania w tradycyjne formy, takie jak depozyty bankowe, wzrośnie zainteresowanie rynkiem kapitałowym, inwestycjami, a szczególnie funduszami inwestycyjnymi.

Ambitne cele klientów będą wiązały się z koniecznością wydłużania horyzontu inwestycyjnego i rewizją podejścia do ryzyka. Dlatego istotnym elementem edukacji finansowej będzie kształtowanie umiejętności planowania finansowego i dywersyfikacji oszczędności, czyli umiejętnego dzielenia gromadzonych środków w różne produkty rynku finansowego. Pozwoli to na bardziej efektywne pomnażanie posiadanych środków i ułatwi realizację celów finansowych.





# Podejście do pieniędzy i pomagania innym

## Emocje towarzyszące myśleniu o pieniądzu

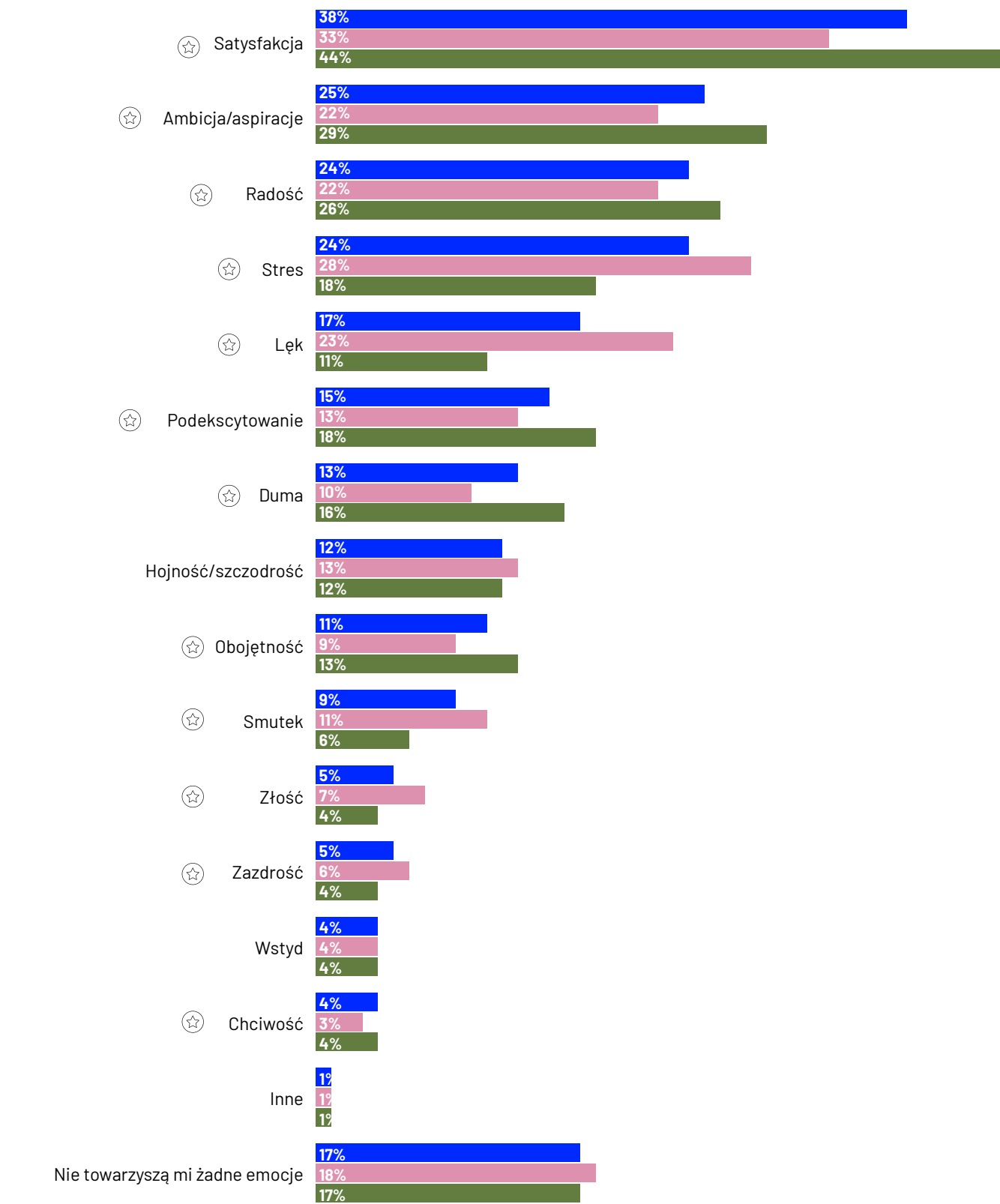
ogół Polaków

**Myśląc o pieniądzu, Polacy doświadczają dosyć ambiwalentnych emocji, bez względu na wiek.**

Najczęściej jest to satysfakcja (38%) i radość (24%), choć także stres (24%) oraz lęk (17%). Co ciekawe, podczas myślenia o pieniądzu kobietom znacznie częściej niż mężczyznom towarzyszą emocje negatywne, a mężczyznom – pozytywne. Ponadto, co dosyć intuicyjne, pozytywne emocje w związku z myśleniem o pieniądzu częściej towarzyszą osobom o miesięcznych dochodach netto gospodarstwa domowego przekraczających 10 000 zł, a negatywne – nieprzekraczającym 5000 zł.

Jakie emocje towarzyszą Ci najczęściej, gdy myślisz o pieniądzach?

max. 3 odpowiedzi



Ogół Polaków, N = 12 050  
Kobiety, N = 6227  
Mężczyźni, N = 5823

Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

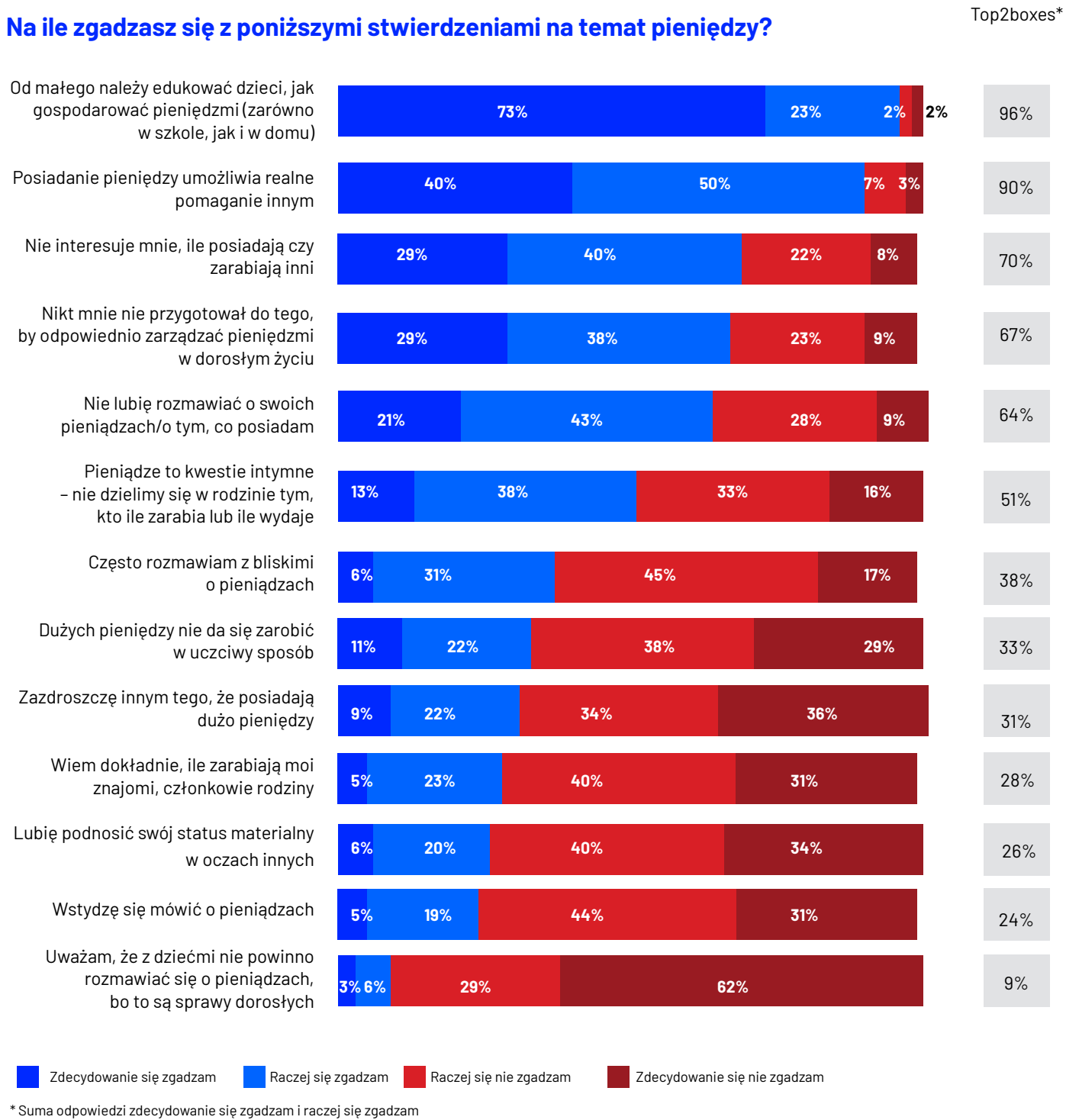
Opinie na temat pieniędzy

ogół Polaków, N = 12 050

Aż 96% Polaków uważa, że edukować finansowo należy już od najmłodszych lat, a 67% jest zdania, że w przeszłości nikt nie przygotował ich wystarczająco dobrze do tego, by odpowiednio zarządzać finansami w dorosłym życiu.

Co trzeci Polak zgadza się ze stwierdzeniem, że dużych pieniędzy nie da się zarobić w uczciwy

sposób. Prawie tyle samo (31%) rodaków przyznaje się do tego, że zazdrości innym posiadania dużych pieniędzy. 24% Polaków (a jeszcze częściej kobiety: 27%, niż mężczyźni: 21%) wstydzi się mówić o pieniądzach, 9% zaś (bez względu na płeć) jest zdania, że z dziećmi nie powinno rozmawiać się o pieniądzach, gdyż są to sprawy dorosłych.



Zdecydowanie się zgadzam  
Raczej się zgadzam  
Raczej się nie zgadzam  
Zdecydowanie się nie zgadzam

\* Suma odpowiedzi zdecydowanie się zgadzam i raczej się zgadzam

# Opinie na temat budowania majątku

ogół Polaków

Najczęściej podzielana przez Polaków opinia na temat tego, skąd ludzie mają duże pieniądze, to ta, że pochodzą z bogatej, zamożnej rodziny, (50%, a jeszcze częściej kobiety: 55%).

Około 1/4 wiąże tę sytuację z kreatywnością, skutecznym inwestowaniem oraz ciężką pracą. Co ciekawe, z tymi stwierdzeniami (poza kwestią związaną z inwestowaniem, gdzie nie ma różnic) znacznie częściej zgadzają się jednak mężczyźni niż kobiety.

Jak Ci się wydaje, skąd ludzie mają duże pieniądze? Maksymalnie 2 odpowiedzi



Ogół Polaków, N = 12 050  
Kobiety, N = 6227  
Mężczyźni, N = 5823

Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

# Postawy wobec pieniędzy

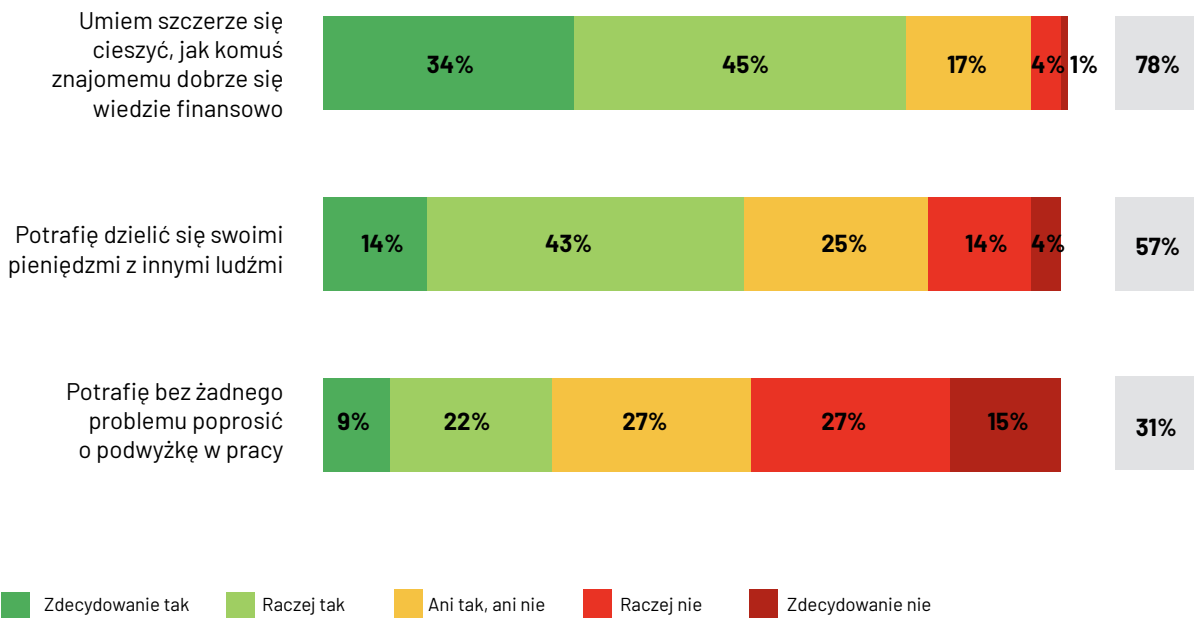
ogół Polaków, N = 12 050

Choć ponad 3/4 Polaków twierdzi, że potrafi szczerze cieszyć się, gdy ich znajomym wiedzie się finansowo, a 57% uważa, że potrafi dzielić się swoimi pieniędzmi z innymi ludźmi, tylko 31% jest zdania, że bez problemu potrafi poprosić o podwyżkę w pracy.

Większą swobodę negocjacji stawki własnego wynagrodzenia deklarują jednak osoby do 44. roku życia oraz mężczyźni.

Pomyśl teraz o sobie, na ile posiadasz poniższe umiejętności?

Top2boxes\*



Zdecydowanie tak    Raczej tak    Ani tak, ani nie    Raczej nie    Zdecydowanie nie

\* Suma odpowiedzi zdecydowanie tak i raczej tak

Częściej osoby do 44. roku życia (35%) i mężczyźni (39% vs. 23% kobiety)

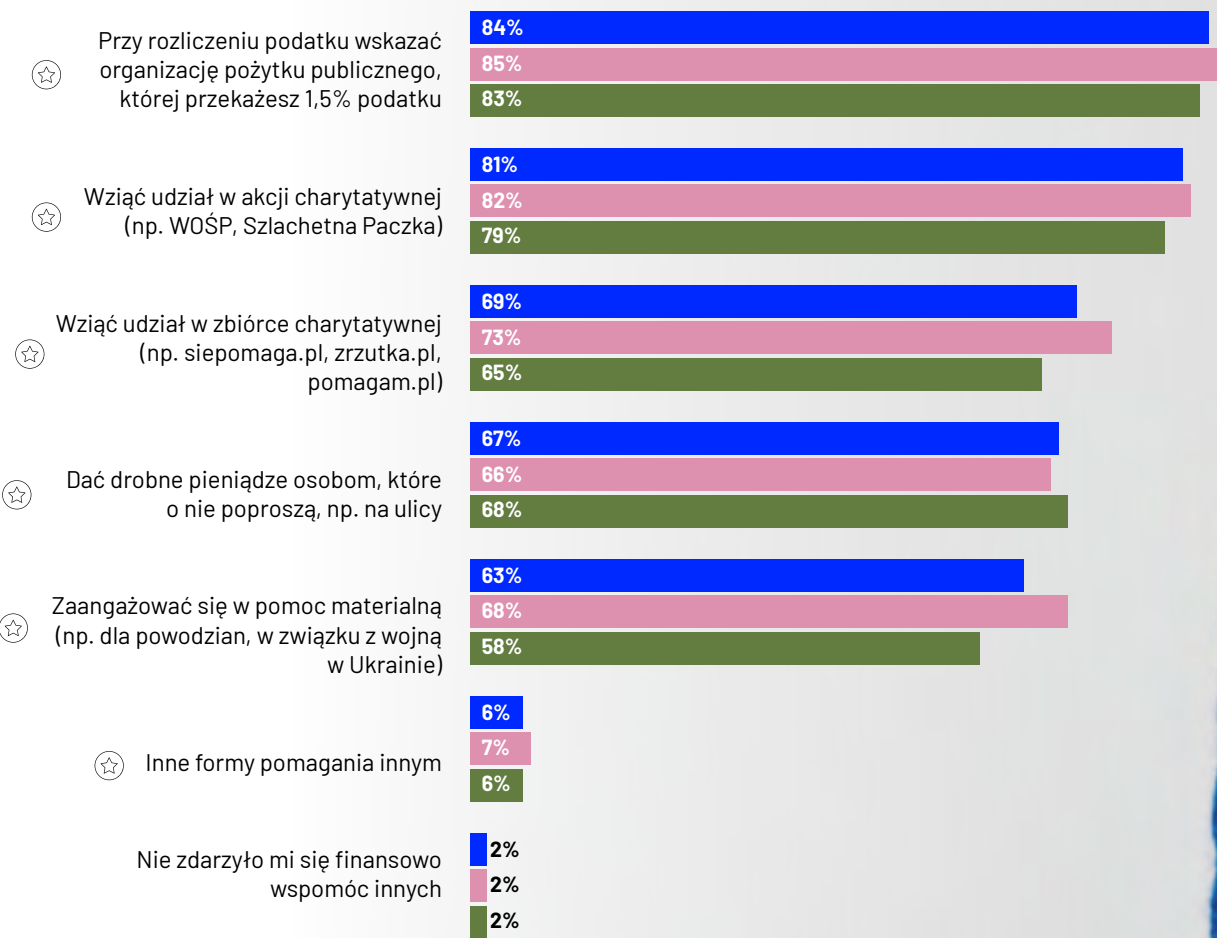
# Udział w akcjach charytatywnych i przekazywanie datków

ogół Polaków

Około 80% Polaków przynajmniej raz przekazało na cel charytatywny 1,5% podatku i/lub wzięło udział w akcji charytatywnej, takiej jak WOŚP czy Szlachetna Paczka.

60-70% rodaków angażowało się także w inne formy pomocy, jak zbiórki czy niewielkie darowizny. Co jednak interesujące, to kobiety częściej niż mężczyźni angażowały się w niemal każdą tego typu formę pomocy.

## Czy zdarzyło Ci się kiedykolwiek...?



Ogół Polaków, N = 12 050  
Kobiety, N = 6227  
Mężczyźni, N = 5823

Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)



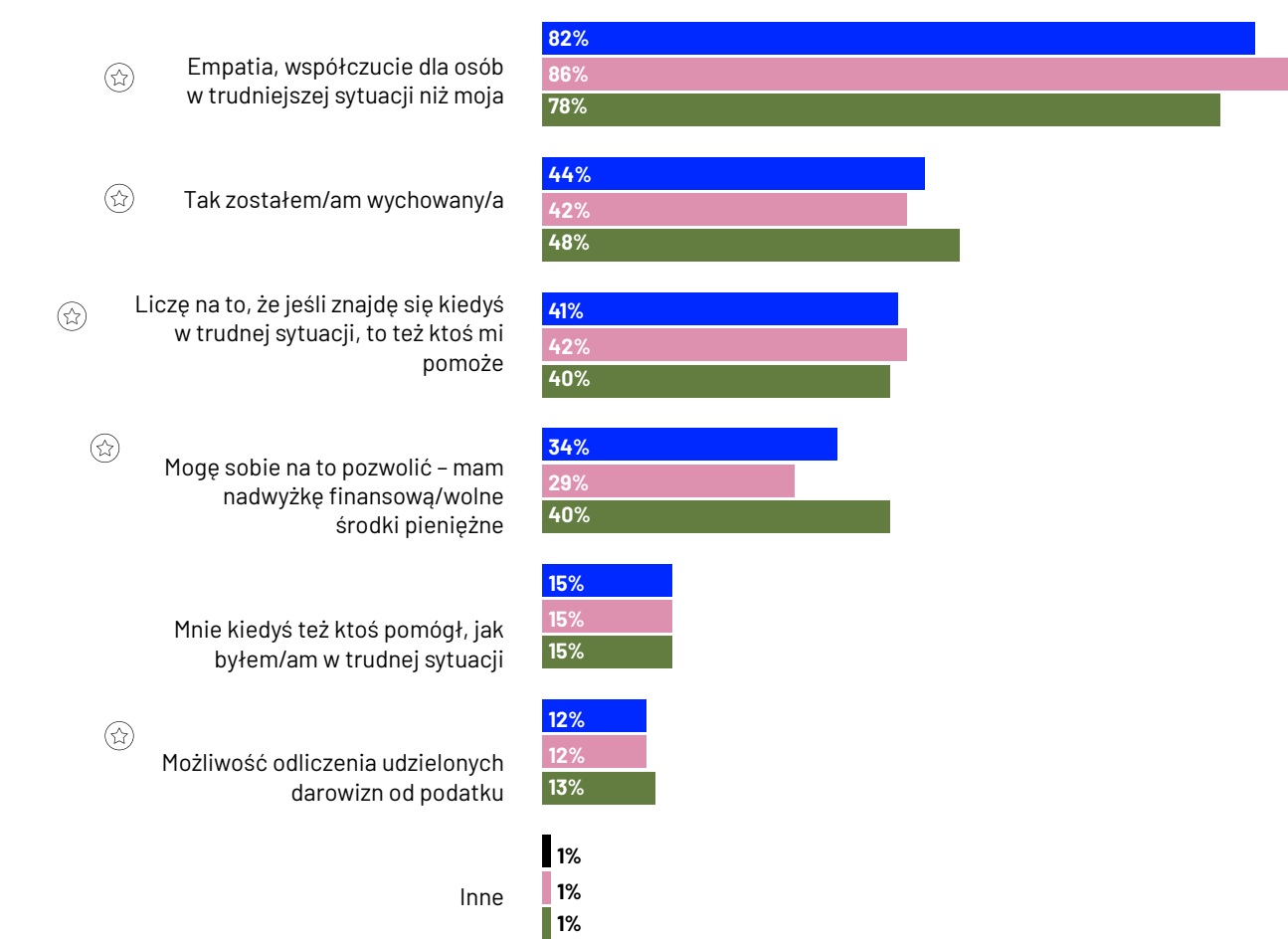
# Motywy stojące za wspieraniem finansowym innych

osoby, którym zdarzyło się wspomóc innych finansowo

Najczęściej wskazywanym motywem angażowania się w pomoc finansową innym jest empatia (82%), rzadziej zaś wychowanie (44%) czy nadzieja, że okazane dobro kiedyś wróci (41%).

Kobiety częściej niż mężczyźni wskazują na motywacje wewnętrzne (empatia), natomiast mężczyźni – motywacje zewnętrzne (wychowanie czy możliwość odliczenia darowizn od podatku).

Co sprawia, że finansowo wspomagasz innych? Zaznacz wszystkie odpowiedzi, które do Ciebie pasują.



Ogół Polaków, N = 11 825  
Kobiety, N = 6111  
Mężczyźni, N = 5714

Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

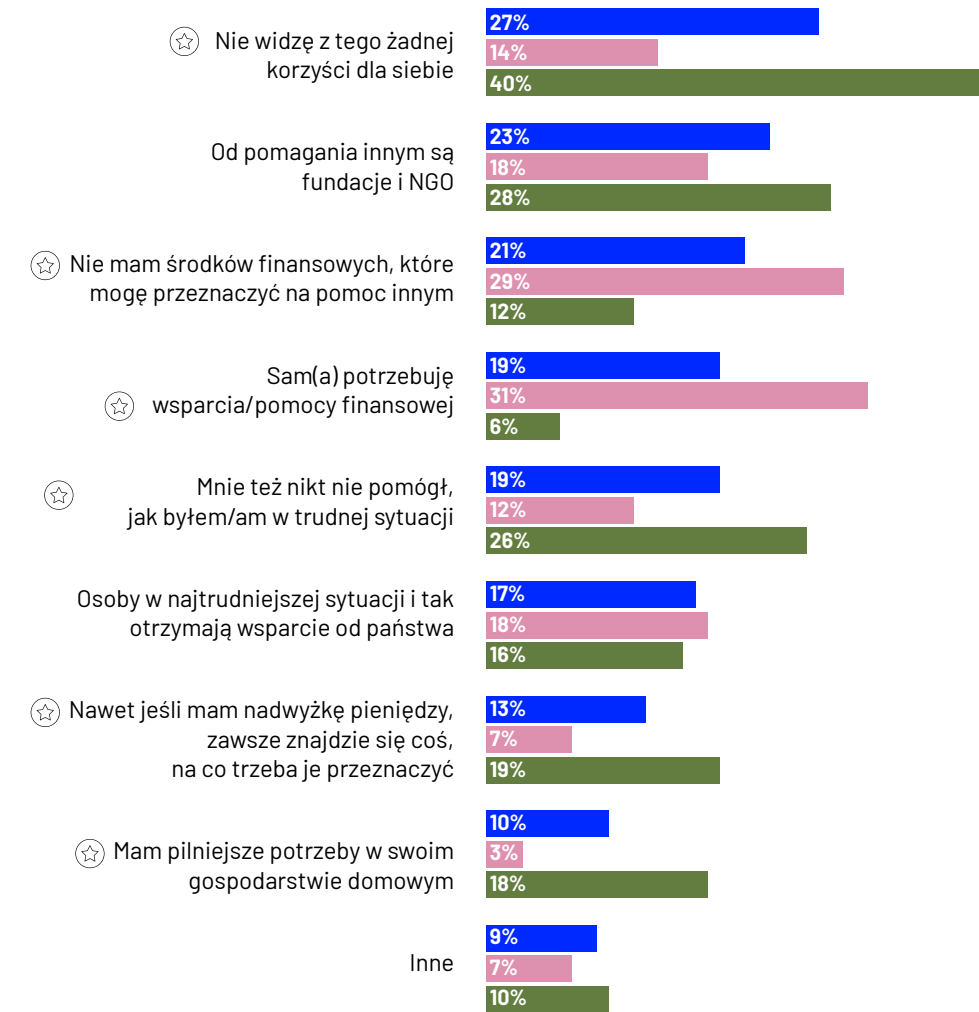
# Motywy stojące za niewspieraniem innych finansowo

osoby, którym nie zdarzyło się wspomóc innych finansowo

Najczęściej podawaną przyczyną niewspierania innych finansowo jest brak wymiernej korzyści dla siebie (27% ogół, a jeszcze częściej mężczyźni: 40% vs. tylko 14% kobiety) oraz przeświadczenie, że taką działalnością zajmują się fundacje i organizacje pozarządowe (23%).

Mężczyźni częściej niż kobiety nie czują potrzeby i korzyści z podejmowania działań tego typu, a kobiety częściej są zdania, że nie dysponują wystarczającymi środkami i same potrzebują takiej pomocy.

Z jakiego powodu nie wspierasz innych finansowo? Zaznacz wszystkie odpowiedzi, które do Ciebie pasują.



Ogół Polaków, N = 225  
Kobiety, N = 116  
Mężczyźni, N = 109

Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)

# Podejście do pieniędzy i pomagania innym

## podsumowanie i wnioski

### Najczęstsze emocje towarzyszące Polakom

związane z myśleniem o pieniądzu to: satysfakcja (38%) i radość (24%), ale też stres (24%) i lęk (17%).

Kobiety częściej doświadczają negatywnych emocji (np. lęku), mężczyźni – pozytywnych (np. satysfakcji).

### Rozmowy o finansach są wciąż tematem tabu:

24% Polaków (a 27% kobiet) wstydzi się o nich mówić.

### 96% badanych uważa, że edukację finansową należy

**zaczynać od dzieciństwa.** Zarazem 67% przyznaje,

że sami nie zostali przygotowani do zarządzania

finansami w dorosłym życiu.

### Co trzeci Polak (33%) sądzi, że **dużych pieniędzy nie**

**da się zarobić uczciwie,** a 31% przyznaje, że zazdrości innym bogactwa.

80% przekazało kiedyś 1,5% podatku lub

uczestniczyło w akcji charytatywnej, a 60–70% brało

udział w innych formach pomocy (zbiórki, darowizny).

### Najczęstsze motywy pomocy to empatia – 82%,

wychowanie – 44% oraz wiara w to, że dobro wraca

– 41%. Kobiety częściej kierują się motywacjami

wewnętrzными (współczucie), mężczyźni

– zewnętrznymi (np. odliczenia podatkowe).

### Powody braku zaangażowania w pomoc

**finansową to najczęściej brak postrzeganych**

**korzyści dla siebie** – 27% ogółu (ale 40% mężczyzn

vs. 14% kobiet). Mężczyźni częściej nie doświadczają

potrzeby pomagania, z kolei kobiety częściej

wskazują, że same mają ograniczone środki

i potrzebują wsparcia.

## CO Z TEGO WYNIKA?

### Emocje związane z finansami są silnie

**spolaryzowane ze względu na płeć** – kobiety

częściej przeżywają napięcie i niepokój,

co może wynikać z większej niepewności

dochodowej lub odpowiedzialności za budżet

domowy (częściej są w grupie rodziców

samotnie wychowujących dzieci).

### Rozmowy o pieniądzu wciąż są w wielu

**domach tabu, co utrudnia przekazywanie**

**wiedzy** – stąd zapewne tak powszechna zgoda

na konieczność edukacji od najmłodszych lat.

Jednak **wysoki poziom podejrzliwości wobec**

**dużych pieniędzy oraz zazdrość finansowa**

**mogą wskazywać na brak sprawczości**

**i przekonania o równym dostępie do**

**sukcesu, co z kolei może ograniczać chęć**

**do rozwoju kompetencji finansowych.**

### Gotowość do pomagania finansowo

**jest powszechna, ale motywacje**

**różnią się płciowo** – kobiety kierują się

empatia, mężczyźni częściej kalkulacją

lub wychowaniem.

Niechęć do pomocy finansowej u części

badanych (zwłaszcza mężczyzn) **może**

**wynikać z instrumentalnego podejścia do**

**finansów i koncentracji na własnej korzyści.**

### Kobiety częściej deklarują brak możliwości

**udzielenia wsparcia** – co nie wynika

z niechęci, lecz z realnych ograniczeń

finansowych, co może być dodatkowym

dowodem na potrzebę wsparcia ich

w budowaniu stabilności ekonomicznej.

# Podejście do pieniędzy i pomagania innym

Komentuje **Maciej Kuziemski**,  
prezes Fundacji PKO Banku Polskiego

Jako społeczeństwo wiele razy mieliśmy okazję do sprawdzenia się w sytuacjach kryzysowych. Trzy lata temu był to wybuch pełnoskalowej wojny w Ukrainie, a ostatniej jesieni powódź, która dotknęła południowo-zachodnią część Polski. Takie momenty to wielki test zaufania, który jako społeczeństwo obywatelskie za każdym razem zdajemy śpiewająco.

Solidarność finansowa nie jest nam, Polakom, obca. Jak pokazuje badanie „Portret finansowy Polaków”, 80% badanych przekazało 1,5% podatku dochodowego na cele społeczne lub wzięło udział w innej akcji charytatywnej. Najczęstszą motywacją do pomagania jest empatia i współczucie osobom w trudniejszej niż nasza sytuacji.

Jako Fundacja PKO Banku Polskiego dynamicznie reagujemy na zmieniające się potrzeby społeczne. Naszym obowiązkiem jest angażować się tam, gdzie to konieczne, a przykład jesiennej powodzi dobitnie pokazuje, jak ważna jest harmonijna współpraca państwa, przedsiębiorstw i trzeciego sektora, a także cierpliwość, by wspierać wybrane cele długoterminowo.

”





# Nowe technologie w finansach

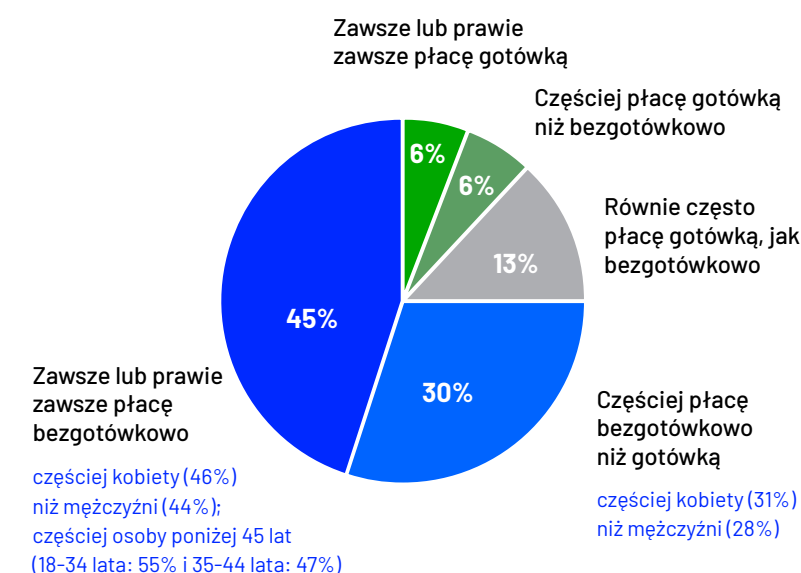
## Preferencja sposobu płatności i korzystanie z aplikacji finansowych

ogół Polaków, N = 12 050

**75% Polaków dokonuje  
płatności głównie lub tylko  
bezgotówkowych. Istotnie  
częściej są to kobiety i osoby  
poniżej 45. roku życia. Niemal  
80% rodaków korzysta z aplikacji  
banków, w których posiada  
produkty.**

Częściej ze wszystkich aplikacji  
finansowych korzystają jednak młodzi  
(do 34. roku życia) oraz mężczyźni  
(z wyjątkiem aplikacji wspierających  
planowanie budżetu oraz do  
zarządzania długami, dla których  
nie ma różnic między kobietami  
a mężczyznami).

**Którą z form płatności – gotówkę czy formy  
bezgotówkowe (karta płatnicza, płatność telefonem  
/zegarkiem itp.) – wybierasz częściej?**



**Z których z poniższych aplikacji finansowych  
korzystasz?**

Banku/banków, z których korzystam

79%

Do zarządzania płatnościami

18%

Do inwestowania

16%

Do śledzenia wydatków

6%

Do zarządzania oszczędnościami

5%

Wspierające planowanie budżetu

5%

Do zarządzania długami

1%

Nie korzystam z żadnych

17%

# Korzystanie z nowych technologii w obszarze finansów

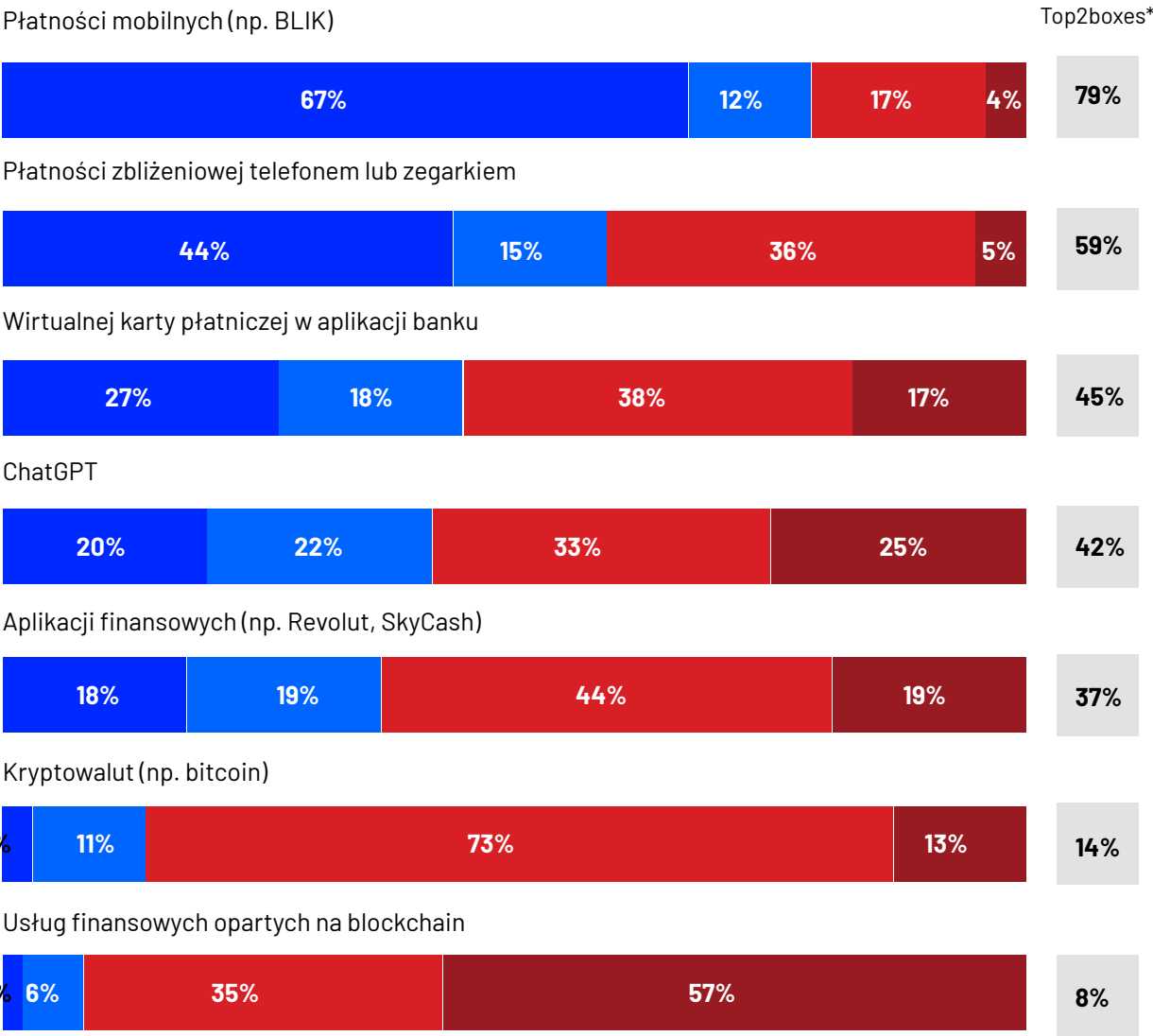
ogół Polaków, N = 12 050

Najpopularniejsze w Polsce rozwiązania związane z nowymi technologiami w sferze finansów to płatności mobilne (dwóch na trzech Polaków twierdzi, że często korzysta z BLIKA) oraz płatności zbliżeniowe (44% rodaków korzysta z nich często, a 15% rzadko).

42% Polaków twierdzi, że ma doświadczenie z ChatGPT, a 37% z aplikacjami typu Revolut. Najmniej popularne są kryptowaluty (14%) oraz świadomość tego, czym są usługi finansowe oparte na blockchain (tylko 8% Polaków deklaruje, że z nich korzysta, i aż 57% nie wie, czym są).



## Czy zdarzyło Ci się kiedykolwiek skorzystać z:



Tak, często korzystam   Tak, ale rzadko korzystam   Nie, ale słyszałem/am o tym rozwiązaniu   Nie i nie wiem, co to jest

\* Suma odpowiedzi tak, często i tak, ale rzadko

# Opinie na temat wykorzystywania AI w finansach

ogół Polaków, N = 12 050

Większość (68%) Polaków jest zdania, że rozwój AI przyniesie rozwiązania, które ułatwią im codzienne zarządzanie pieniędzmi.

Mimo to 55% społeczeństwa ma raczej duże obawy w związku z wykorzystywaniem AI w sferze finansów, a ewentualna chęć vs. awersja w kontekście korzystania z rozwiązań finansowych opartych na tej technologii dzieli Polaków praktycznie na pół.

Co sądzisz o wykorzystaniu sztucznej inteligencji (AI) w finansach? Z poniższych par stwierdzeń wybierz jedno, które jest Ci bliższe.

Rozwój sztucznej inteligencji w obszarze finansowym przyniesie rozwiązania, które **utrudnią** mi codzienne zarządzanie pieniędzmi



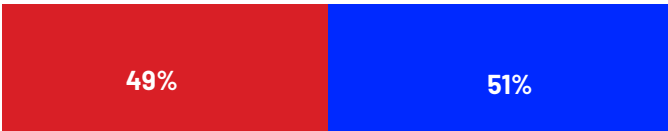
Rozwój sztucznej inteligencji w obszarze finansowym przyniesie rozwiązania, które **ułatwią** mi codzienne zarządzanie pieniędzmi

Mam **duże obawy** związane z rozwojem sztucznej inteligencji w finansach



Mam **duże nadzieje** związane z rozwojem sztucznej inteligencji w finansach

Rozwiązania finansowe wykorzystujące AI **NIE są dla mnie** – nie chcę z nich skorzystać



Rozwiązania finansowe wykorzystujące AI **są dla mnie** – chętnie z nich skorzystam

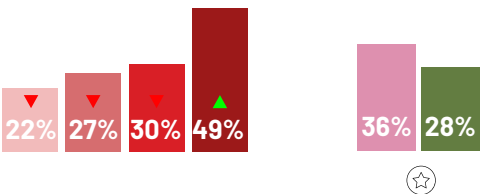
# Opinie na temat wykorzystywania AI w finansach

w podziale na wiek i płeć

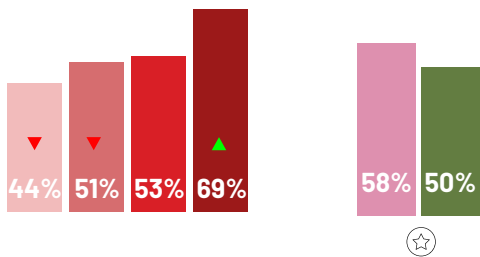
Osoby powyżej 55. roku życia oraz kobiety mają większe obawy, bardziej negatywne postawy oraz niższą gotowość do korzystania w obszarze finansów z nowych technologii opartych na AI.

Co sądzisz o wykorzystaniu sztucznej inteligencji (AI) w finansach? Z poniższych par stwierdzeń wybierz jedno, które jest Ci bliższe.

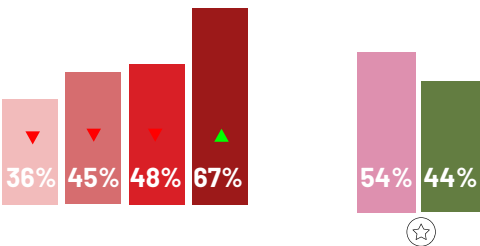
Rozwój AI w obszarze finansowym przyniesie rozwiązania, które **UTRUDNIĄ** MI CODZIENNE ZARZĄDZANIE PIENIĘDZMI



**MAM DUŻE OBAWY** związane z rozwojem AI w finansach



Rozwiązania finansowe wykorzystujące AI **NIE SĄ DLA MNIE** – nie chcę z nich skorzystać



18-34 lata, N = 3302  
35-44 lata, N = 2887  
45-54 lata, N = 2446  
55 lat i powyżej, N = 3415  
Kobiety, N = 6227  
Mężczyźni, N = 5823

☆ Różnica między odpowiedziami kobiet i mężczyzn istotna statystycznie (na poziomie 95%)  
▲▼ Statystycznie istotnie wyżej/niżej niż ogół Polaków

# Nowe technologie w finansach

## podsumowanie i wnioski

**75% Polaków preferuje płatności bezgotówkowe.** Częściej kobiety i osoby poniżej 45. roku życia.

**80% aktywnie korzysta z aplikacji bankowych.** Najczęściej mężczyźni i osoby do 34. roku życia.

**2/3 Polaków korzysta regularnie z BLIKA, a 44% z płatności zbliżeniowych przez telefon lub smartwatch.**

**42% miało styczność z ChatGPT,** a 37% z aplikacjami typu Revolut, SkyCash (około 20% używa ich często).

**Doświadczenie z kryptowalutami ma 14% Polaków, a wiedzę na temat tego, czym jest blockchain – jedynie 8%.**

**68% wierzy, że rozwój AI w dziedzinie finansów może ułatwić zarządzanie pieniędzmi. 55% ma obawy przed jej wykorzystaniem.** Najwięcej wątpliwości mają osoby 55+ i kobiety – te same grupy rzadziej korzystają też z innych nowoczesnych technologii finansowych.

## CO Z TEGO WYNIKA?

**Nowe technologie finansowe stały się standardem codziennych transakcji,** zwłaszcza wśród młodszych i osób bardziej oswojonych z cyfrowym środowiskiem. Wysoki odsetek użytkowników BLIKA i aplikacji bankowych świadczy o ich powszechności.

**Starsze osoby i kobiety są mniej zaawansowane cyfrowo,** co może wynikać z barier technologicznych, mniejszego zaufania do rozwiązań cyfrowych lub obaw o bezpieczeństwo danych. Bariery te pokazują konieczność wprowadzenia bardziej przystępnych narzędzi i edukacji w duchu inkluzywności cyfrowej. **Znaczna nieświadomość dotycząca technologii blockchain** i stosunkowo niska znajomość kryptowalut pokazują, że mimo medialnej obecności tematów związanych z innowacjami finansowymi **wiedza Polaków na ten temat jest powierzchowna** – to przestrzeń do dalszej edukacji.

**Stosunkowo wysoki poziom deklarowanego zaufania do AI** jako potencjalnego wsparcia finansowego nie przekłada się jeszcze na jej pełną akceptację – obawy (zwłaszcza wśród kobiet i osób starszych) pokazują potrzebę transparentności, edukacji i budowania poczucia kontroli nad technologią.

**Młodzi użytkownicy chętnie eksplorują nowe narzędzia,** takie jak ChatGPT czy Revolut – to sygnał, że w tej grupie można skutecznie testować i rozwijać innowacyjne rozwiązania fintechowe.

**Technologie są bardziej akceptowane, jeśli są proste, dostępne i zintegrowane z codziennością** – sukces BLIKA i płatności zbliżeniowych pokazuje, że kluczem do adaptacji innowacji jest ich wygoda i funkcjonalność, niekoniecznie zaś stopień zaawansowania.

# Nowe technologie w finansach

Komentuje **Michał Macierzyński,** dyrektor Departamentu Usług Cyfrowych w PKO Banku Polskim

Aplikacja bankowa, płatności mobilne, cyfrowa karta – to już codzienność Polaków, którzy chętnie i często korzystają z takich rozwiązań. Pokazuje to też raport i badanie „Portret finansowy Polaków”. **Niemal 80% rodaków korzysta z bankowych aplikacji mobilnych** – to świetny wynik, ale już nie zaskakuje. Bankowość mobilna to dziś dojrzały i kluczowy kanał dystrybucji usług bankowych, a coraz częściej także pozabankowych. Klienci, którzy używają aplikacji PKO Banku Polskiego, mogą za jej pomocą np. kupić bilet do kina, bilet miejskiej komunikacji czy zapłacić za parkowanie. Bank w smartfonie jest już czymś naturalnym, a wygodne bankowanie „spod palca” ułatwia życie i oszczędza czas.

Polski sektor bankowy i polscy klienci od 25 lat są w światowej czołówce cyfrowej transformacji. Polacy niezmiennie pozytywnie podchodzą do technologicznych nowinek, choć jak teraz pokazuje badanie „Portret finansowy Polaków”, w przypadku sztucznej inteligencji w sektorze finansowym widać pewną konsumencką ostrożność. Zdajemy sobie sprawę z tego, że klienci nie zawsze chcą AI i że jest to narzędzie dla człowieka, a nie „za człowieka”. Naszym celem jest rozsądne wykorzystywanie potencjału nowych technologii, by wspierały klientów i pracowników. Zarówno obecnie, jak i w najbliższych latach kluczowe będzie dostarczanie nowych usług w środowisku, w którym klient czuje się bezpiecznie. Takim miejscem jest bankowość cyfrowa. Klienci mają zaufanie do aplikacji i serwisów bankowych, znają je, umieją się w nich poruszać i korzystają z nich codziennie. Nasza rola to nie tylko oferowanie najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych, ale przede wszystkim wykorzystywanie ich do tworzenia korzyści dla klientów. Najbliższa przyszłość to tworzenie ekosystemu finansowego, który będzie odpowiadał na codzienne potrzeby konsumentów, dostarczał im produkty i usługi, których potrzebują, i wykraczał poza tradycyjną bankowość.



”

Partner merytoryczny:

*Naison* & PARTNERS

## A smiling woman with long brown hair, wearing a green t-shirt, holding a black credit card in her right hand.

# Ocena sytuacji materialnej

ogół Polaków, N = 12 050

**Obecnie większość Polaków ocenia swoją sytuację materialną średnio lub dobrze.**

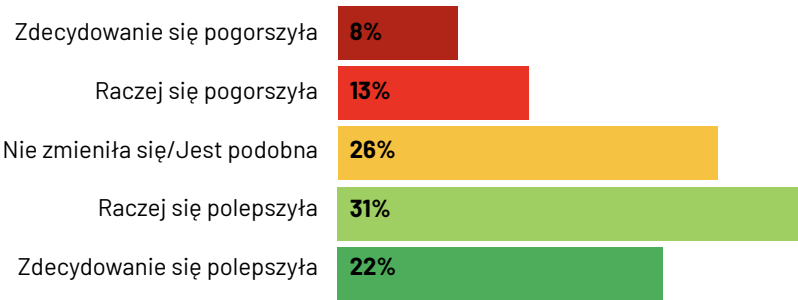
W odniesieniu do sytuacji sprzed pięciu lat 53% Polaków jest zdania, że ich sytuacja materialna się poprawiła, a 26% – że nie zmieniła

się/jest podobna. W przyszłość spoglądamy z umiarkowanie optymistycznym nastawieniem – 51% rodaków jest zdania, że w ciągu najbliższych 12 miesięcy ich sytuacja materialna się nie zmieni, natomiast 24% twierdzi, że raczej się poprawi.

## Jak oceniasz swoją obecną sytuację materialną?



## Pomyśl teraz, jak było około pięciu lat temu – jak zmieniła się Twoja sytuacja materialna w porównaniu z sytuacją sprzed pięciu lat?



## Czy uważasz, że Twoja sytuacja finansowa w ciągu najbliższych 12 miesięcy...



# Przyczyny pogorszenia sytuacji materialnej w ciągu ostatnich pięciu lat

osoby, których sytuacja materialna się pogorszyła, N = 2544

**Prawie 2/3 z grupy Polaków, których sytuacja materialna w ciągu ostatnich pięciu lat się pogorszyła, za główną przyczynę tego stanu rzeczy podaje wysoką inflację i wzrost cen towarów oraz usług.**

Niemal 25% – wzrost cen paliw napędowych, zaś około 20% – brak podwyżek zarobków oraz konieczność spłacania kredytu (którego dodatkowo w ciągu ostatnich pięciu lat oprocentowanie mogło znacząco wzrosnąć).

## Co najbardziej wpłynęło na pogorszenie Twojej sytuacji materialnej w porównaniu z sytuacją sprzed pięciu lat? Wskaż maksymalnie 2 najważniejsze przyczyny.



# Polacy na drodze do finansowej dojrzałości

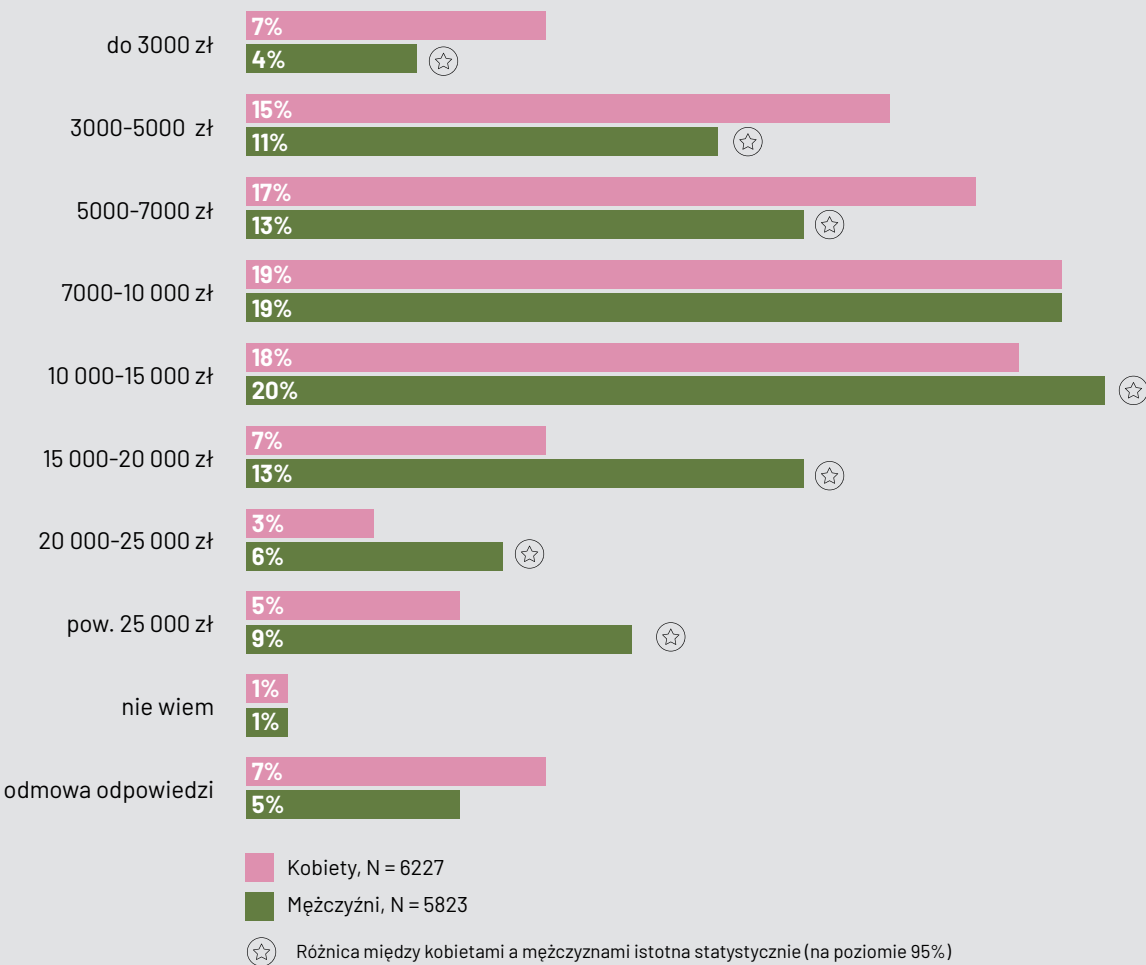
w podziale na płeć

**Kobiety częściej niż mężczyźni znajdują się w grupach gospodarstw o niższym (nieprzekraczającym 7000 zł netto miesięcznie) dochodzie. Mężczyźni zaś częściej znajdują się w grupach gospodarstw przekraczających 10 000 zł netto dochodu miesięcznego.**

Kobiety znacznie częściej znajdowały się także wśród osób bezrobotnych (3% kobiet vs. 2% mężczyzn), zajmujących się domem (3% vs. 1% mężczyzn) czy przebywających na urlopie wychowawczym (1,3% vs. 0,2% mężczyzn).

Choć nie zbieraliśmy w niniejszym badaniu informacji na temat stanu cywilnego, według danych GUS pochodzących z Narodowego Spisu Powszechnego Ludności i Mieszkań z 2021 roku liczba rodziców samotnie wychowujących dzieci wynosiła około 1,65 mln, co stanowiło około 18% wszystkich rodzin. Z tego 84% stanowiły samotne matki, co oznacza, że w Polsce kobiety wciąż znacznie częściej niż mężczyźni są samotnymi rodzicami, co pośrednio może (choć nie musi!) przekładać się także na ich możliwości w kwestii oszczędzania i inwestowania.

**Wybierz przedział, w którym mieszczą się średnie dochody miesięczne netto [„na rękę”] Twojego gospodarstwa domowego.**



# Polacy na drodze do finansowej dojrzałości

”

Komentuje **Marta Petka-Zagajewska**, dyrektorka Biura Analiz Makroekonomicznych w PKO Banku Polskim

Ostatnie 20 lat to proces sukcesywnego doganiania przez polską gospodarkę bogatszych państw Europy Zachodniej, które znacząco poprawiło sytuację finansową krajowych gospodarstw domowych. Badania GUS pokazują, że odsetek gospodarstw mogących oszczędzać (od 2012, gdy rozpoczęto badania) wzrósł dwukrotnie, do około 60%, a odsetek zmuszonych do korzystania z oszczędności lub zaciągania długów jest blisko trzykrotnie mniejszy niż w 2012 (około 6%). **Poprawę sytuacji finansowej gospodarstw domowych potwierdza także „Portret finansowy Polaków”, według którego większość badanych ocenia swoją sytuację materialną jako średnią lub dobrą i zauważa poprawę w ciągu ostatnich lat.**

Choć Polakom łatwiej dziś wiązać koniec z końcem, to rosnąca zasobność stawia przed nami nowe wyzwania, związane z zarządzaniem nadwyżkami finansowymi. **Mimo że 85% badanych uważa, iż pieniądze należy inwestować, tylko 40% skorzystało kiedykolwiek z jednego z prostszych produktów inwestycyjnych, którym są fundusze inwestycyjne.** Wytłumaczeniem tego paradoksu może być powszechne przeświadczenie (68%), że inwestowanie wymaga dużej wiedzy na temat finansów i ekonomii, zestawione z tym, że zaledwie 28% respondentów ocenia poziom swojej wiedzy w tym zakresie jako duży. Badanie pokazuje, że budowanie wiedzy finansowej to w dużym stopniu zadanie dla instytucji finansowych. To one są drugim głównym źródłem wiedzy Polaków na tematy finansowe. To od nich badani najchętniej zaczerpnęliby porady inwestycyjne.

Inny paradoks dotyczy oszczędzania na emeryturę. Choć 88% badanych uważa to za konieczne, produkty emerytalne posiada jedynie 28% z nich.

**Polacy dopiero zaczynają budować swoje majątki, co naturalnie stawia nas na wczesnym etapie ścieżki uczenia się zarządzania finansami.** Brakuje nam w tym zakresie przykładów wśród znajomych i tradycji inwestowania wyniesionej z domów. O sile tej ostatniej świadczyć może m.in. zakorzeniona w badanych świadomość, że warto się ubezpieczać (85%), powiązana z powszechnym (79%) doświadczeniem korzystania z ubezpieczeń w domach rodzinnych. Przed Polakami stoi teraz nowe wyzwanie – nie tylko zwiększać swoje dochody, ale także świadomie i odważnie zarządzać budowanym majątkiem.

