

Junior w świecie nowoczesnych usług finansowych

EDYCJA 2024



Z | P | F

Związek
Przedsiębiorstw
Finansowych
w Polsce

 **TRAMPKI
NA GIEŁDZIE**

Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce (wcześniej Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce) powstał 27 października 1999 roku i obecnie skupia ponad 100 przedsiębiorstw z wielu sektorów polskiego rynku finansowego, w tym bankowości, zarządzania wierzytelnościami, pośredników finansowych, instytucji pożyczkowych, zarządzających informacją gospodarczą, odwróconej hipoteki w modelu sprzedażowym, fintech. Jest największą multisektorową organizacją podmiotów rynku finansowego w Polsce.

Od ponad 25 lat ZPF działa na rzecz rozwoju rynku finansowego w Polsce i podnoszenia standardów etycznych w branży, występuje aktywnie jako partner społeczny w procesach legislacyjnych, a także reprezentuje polskie instytucje finansowe w UE. ZPF to członek dwóch organizacji samorządowych na szczeblu europejskim: EUROFINAS (European Federation of Finance House Associations), zrzeszającej instytucje związane z rynkiem kredytu konsumenckiego w Europie oraz FENCA (Federation of European National Collection Associations), która reprezentuje interesy sektora zarządzania wierzytelnościami w Europie.

ZPF ma w swoim dorobku badawczym kilkanaście raportów branżowych. Jest też organizatorem kongresów, webinarów i innych inicjatyw dla branży finansowej.



Trampki na giełdzie to edukacja finansowa i inwestycyjna skierowana do dzieci, nastolatków i rodziców. Trampki zostały wpisane na listę inicjatyw Roku Edukacji Ekonomicznej i objęte Patronatem m.in. przez Fundację GPW, Izbę Domów Maklerskich, Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Izbę Zarządzających Funduszami i Aktywami, Izbę Gospodarczą Towarzystw Emerytalnych. Wśród Partnerów Trampek są m.in. BM Pekao, XTB, Skarbiec TFI, PKO TFI, Noble Securities, BetaETF, Walutomat.

Ideą Trampek jest edukacja młodego pokolenia prowadzona z samego serca sektora finansów – przez Mentorów, w których rolę wcielają się praktycy sektora finansowego – Mentorami są finansiści, prawnicy, marketingowcy na stanowiskach specjalistycznych, analitycznych, zarządczych. Wśród Mentorów jest już ponad 80 osób.

Wśród naszych formatów edukacyjnych prowadzimy: flagowe konferencje, czyli całodzienne wydarzenia na 250 młodych uczestników, warsztaty dla klas w całej Polsce, wywiady telewizyjne z przedstawicielami sektora finansów czy program edukacji medialnej dla studentów „Finanse Bez Filtrów”, którego celem jest stworzenie redakcji dostarczającej młodzieżowe treści mediom i instytucjom finansowym, badania i raporty *Finanse oczami Generacji Z* wydawane w ramach rodziny publikacji www.Polak-Inwestor.pl).

Więcej informacji o działaniach Trampek: www.trampkinagieldzie.pl.

Opracowanie: Agnieszka Koziół, Łukasz Pałka

COPYRIGHT © Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce

Raport ten nie może być rozpowszechniany za pomocą jakiegokolwiek nośnika bez zgody ZPF wyrażonej pisemnie. Cytowanie wyników jedynie za podaniem źródła: „*Junior w świecie nowoczesnych usług finansowych. Edycja 2024*, Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Gdańsk 2024”.

Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce
ul. Długie Pobrzeże 30
80-888 Gdańsk
info@zpf.pl

Spis treści

| | |
|---|-----------|
| Wstęp | 4 |
| Rozwiązania finansowe i rola Juniorów w świecie fintech | 5 |
| Wyniki badania ankietowego | 8 |
| Komentarze ekspertów | 24 |
| Wnioski i rekomendacje | 29 |

Wstęp



Marcin Czugań
Prezes Zarządu ZPF

Szanowni Państwo,

co dziesiąta osoba w wieku 13–17 lat nie wie, co to jest bankowość online. To jeden z najbardziej niepokojących wyników badania, które Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce przeprowadził wspólnie z Fundacją Trampki na giełdzie.

Podczas lektury raportu *Junior w świecie nowoczesnych usług finansowych*, powstałego na bazie wspomnianego badania, z pewnością zwróca Państwo również uwagę na wręcz marginalną rolę nauczycieli jako źródła informacji w zakresie usług finansowych. W ten sposób potwierdziły się wyniki wcześniejszego badania ZPF, w którym ponad 60% Polaków stwierdziło, iż poziom edukacji finansowej w szkołach nie jest wystarczający.

Te dane to dowód na to, jak kluczowa jest rola rodziców i opiekunów, a także instytucji finansowych w kształtowaniu postaw młodych ludzi, by w przyszłości prawidłowo zarządzali własnymi finansami. Nasz raport wyraźnie pokazuje zresztą, że dzieci, które rozmawiają w domach o finansach, mają większą wiedzę w tym zakresie w porównaniu do rówieśników, z którymi takich rozmów się nie podejmuje.

Raport *Junior w świecie nowoczesnych usług finansowych* to nasza pierwsza próba zaprezentowania osób z grupy wiekowej 13–17 lat w szerszym kontekście usług finansowych. Temat jest bardzo istotny, bo to właśnie ta grupa w perspektywie kilku lat będzie mogła korzystać z pełnego pakietu usług finansowych, zaciągając zobowiązania czy inwestując zgromadzone środki. A przecież odpowiednie przygotowanie młodych klientów do funkcjonowania w świecie nowoczesnych finansów jest kluczowe również z punktu widzenia bezpieczeństwa samych instytucji finansowych – im mniejsza wiedza klientów, tym większe prawdopodobieństwo, że padną ofiarą wyłudzeń.

Warto zatem pamiętać o tym, że intensywna edukacja młodych osób w zakresie finansów leży w interesie wszystkich uczestników rynku.

Dziękuję wszystkim instytucjom i osobom zaangażowanym w powstanie niniejszego raportu. Zapraszam do lektury i dzielenia się wnioskami.

Marcin Czugań
Prezes Zarządu ZPF



Część 1.

Rozwiązania finansowe i rola Juniorów w świecie fintech

Oto czynniki, które decydują o tym, że młode pokolenie odgrywa coraz większą rolę w świecie fintech:

- **Cyfrowe płatności i bankowość mobilna:** juniorzy są głównymi użytkownikami technologii mobilnych. Firmy fintech dostosowują swoje usługi do młodego pokolenia, oferując innowacyjne rozwiązania płatnicze, takie jak wirtualne portfele i płatności mobilne.
- **Edukacja finansowa:** dzięki różnego rodzaju aplikacjom fintech nastolatki mają łatwiejszy dostęp do narzędzi edukacyjnych, które pomagają im zarządzać finansami osobistymi. To z kolei zwiększa ich świadomość finansową i przygotowuje do dorosłego życia.
- **Personalizacja usług:** firmy z sektora fintech mogą dostosowywać produkty oraz usługi finansowe do indywidualnych potrzeb i preferencji Juniorów, a dzięki wykorzystaniu zaawansowanych technologii mogą oferować bardziej spersonalizowane rekomendacje, np. przewidywanie przyszłych wydatków. To pomaga klientom lepiej zarządzać finansami osobistymi. Z kolei chatboty i wirtualni asystenci w oparciu o AI mogą dostarczać szybkich i precyzyjnych odpowiedzi na pytania klientów.
- **Wpływ na rynek:** nastolatki, jako konsumenci, mają znaczący wpływ na kształtowanie trendów rynkowych. Ich preferencje i nawyki konsumenckie zmuszają firmy do ciągłego dostosowywania się i wprowadzania nowych technologii.

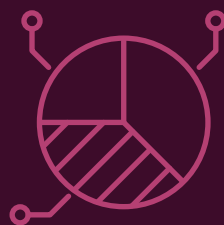
Bez względu na wiek klientów kluczowe w działalności instytucji finansowych jest zrozumienie ich indywidualnych potrzeb i preferencji, by odpowiednio dopasować do nich swoją ofertę.

Co to jest fintech?

Tym pojęciem (Financial Technology) określa się innowacyjne usługi finansowe, przede wszystkim w kanałach online. Usługi z zakresu fintech mogą oferować zarówno banki, jak i instytucje płatnicze, pożyczkowe, ubezpieczeniowe, inwestycyjne itp.

Podmioty działające w sektorze fintech proponują klientom m.in. aplikacje mobilne, nowoczesne formy szybkich płatności, wymianę walut online, pożyczki online, porównywarki ofert produktów finansowych i szereg innych rozwiązań.

Wszystkie mają w założeniu ułatwiać konsumentom zarządzanie finansami i podejmowanie decyzji w tym zakresie.



Część 2.

Wyniki badania ankietowego

Profil Juniorów w świecie finansów

W tej części raportu prezentujemy wyniki badania wśród Juniorów, przeprowadzonego w IV kwartale 2024 r. na zlecenie Związku Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce we współpracy z Fundacją Trampki na giełdzie.

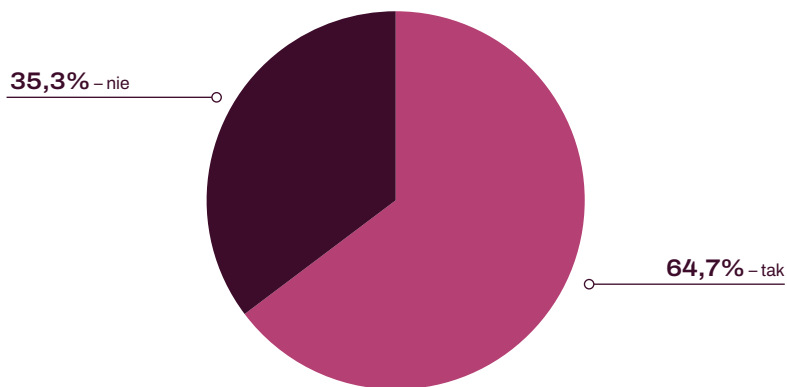
Badaniem została objęta grupa 771 osób w wieku 13–17 lat. Na tej podstawie powstał profil Juniora we wskazanej grupie wiekowej. Poniżej prezentujemy jego najważniejsze cechy.

Profil Juniora – najważniejsze cechy

- **90,2%** ankietowanych osób ma własne konto w banku,
- **71,3%** Juniorów regularnie korzysta z bankowości online,
- **49,3%** ankietowanych uważa, że nowoczesne technologie w świecie finansów powstają z myślą o Juniorach,
- **Internet** – to najpopularniejsze źródło informacji o technologicznych nowinkach związanych z finansami. Zwracają uwagę, że w zrozumieniu usług w świecie finansów pomoże odpowiednia edukacja dotycząca poruszania się w świecie finansów online,
- **64,7%** Juniorów deklaruje, że ich rodzice bądź opiekunowie rozmawiają z nimi o finansach i zarządzaniu pieniędzmi.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, jedynie niecałe dwie trzecie rodziców bądź opiekunów rozmawia z Juniorami o finansach. Wyniki prezentujemy na poniższym wykresie. W dalszej części raportu będziemy analizować różne obszary w podziale na grupy, które rozmawiają w domach o finansach, i te, które tego nie robią.

Wykres 1. Czy rodzice/opiekunowie rozmawiają z Tobą o finansach i zarządzaniu pieniędzmi?



Źródło: ZPF.

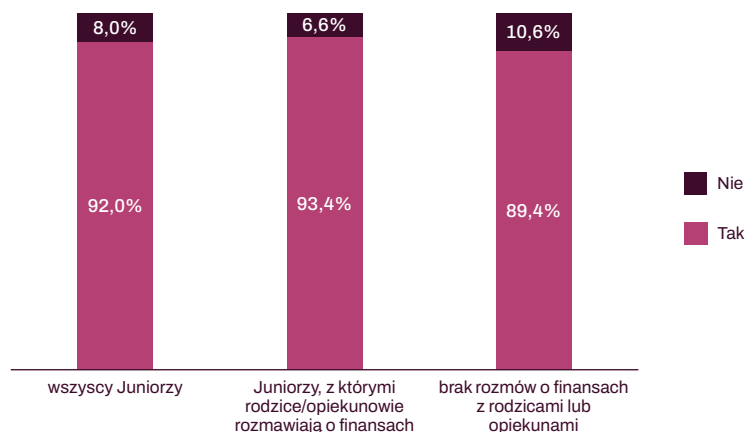
Dlaczego warto rozmawiać z dziećmi o finansach?

- Odpowiednie wprowadzenie nastolatków w świat finansów pomaga im zbudować świadomość finansową.
- Wiedza z zakresu zarządzania pieniędzmi, zdobyta w młodym wieku, pomaga radzić sobie z codziennymi wyzwaniami finansowymi i świadomie podejmować decyzje zakupowe.
- Edukacja finansowa pomaga unikać błędów, takich jak nadmierne zadłużenie czy nieprzemysłane inwestycje.
- Juniorzy, którzy poszerzają wiedzę na temat finansów, czują się pewniej w podejmowaniu decyzji finansowych.

Juniorzy a ocena nowoczesnych technologii w finansach

Na pytanie „czy dobrze radzisz sobie z korzystaniem z cyfrowych technologii?” aż 92,0% ankietowanych młodych osób odpowiedziało twierdząco. W grupie respondentów, z którymi opiekunowie rozmawiają o finansach, odsetek ten jest jeszcze wyższy i sięga 93,4%. Brak rozmów o finansach powoduje, że pewność siebie w tym aspekcie wyraźnie spada – w tej grupie odsetek deklarujących dobre radzenie sobie z korzystaniem z cyfrowych technologii spada do 89,4%.

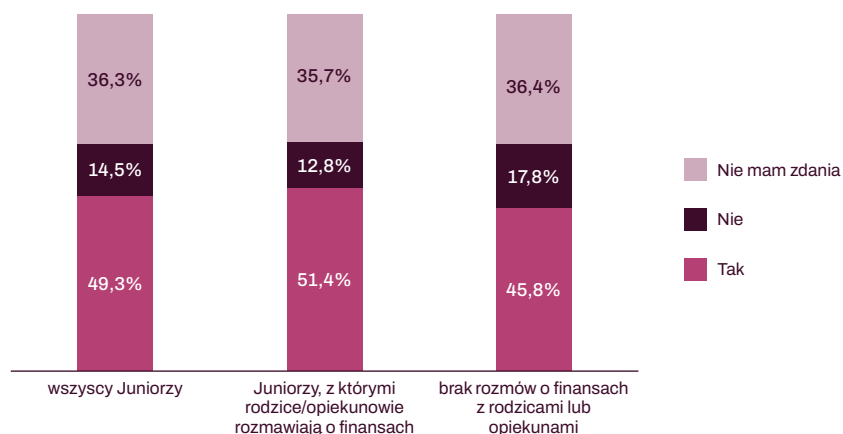
Wykres 2. Czy dobrze radzisz sobie z korzystaniem z cyfrowych technologii?



Źródło: ZPF.

Chociaż według własnej oceny Juniorzy dobrze radzą sobie z korzystaniem z cyfrowych technologii, to jedynie połowa z nich twierdzi, że instytucje finansowe tworzą rozwiązania z myślą o klientach z tej grupy wiekowej. Na tej podstawie można wnioskować, że Juniorzy nie znajdują w instytucjach finansowych rozwiązań, które w pełni odpowiadają ich oczekiwaniom.

Wykres 3. Czy nowoczesne technologie finansowe powstają z myślą o Juniorach?

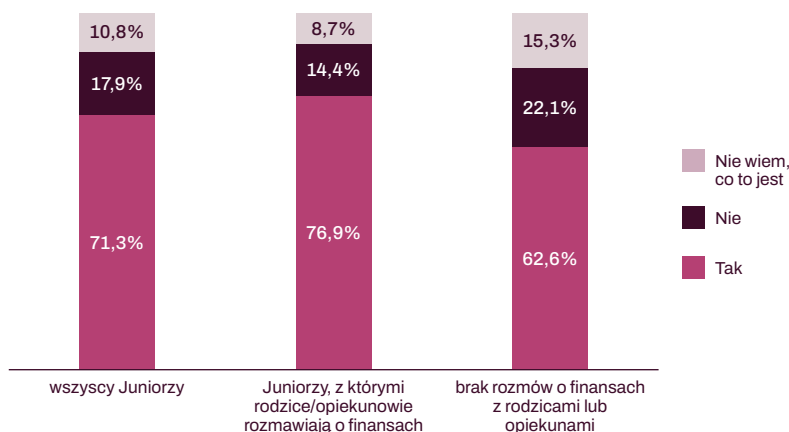


Źródło: ZPF.

Juniorzy a bankowość internetowa i mobilna

Prawie trzy czwarte ankietowanych Juniorów wskazuje, że regularnie korzysta z bankowości internetowej (71,3%). Jednocześnie warto jednak zwrócić uwagę na niepokojący wynik, że co dziesiąta osoba w wieku 13–17 lat nie wie, czym jest bankowość online. Odsetek korzystających z bankowości internetowej jest wyższy w grupie nastolatków, z którymi opiekunowie rozmawiają o finansach (76,9%).

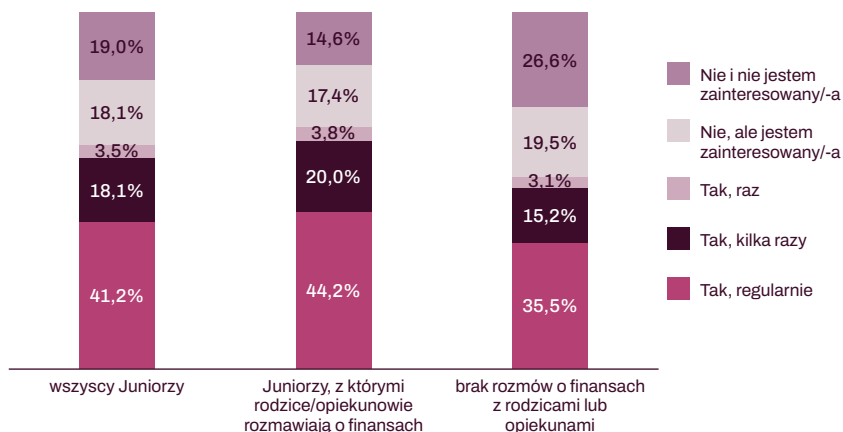
Wykres 4. Czy korzystasz regularnie z bankowości online?



Źródło: ZPF.

Z aplikacji mobilnych do zarządzania finansami przynajmniej raz skorzystało 62,9% Juniorów, a 41,2% korzysta z nich regularnie. Udział użytkowników takich narzędzi jest wyższy wśród Juniorów, z którymi ich opiekunowie omawiają kwestie finansowe. Tam, gdzie nie przeprowadza się w domach rozmów na temat finansów, rośnie z kolei odsetek tych, którzy nie korzystają z aplikacji mobilnych do zarządzania finansami i nie są zainteresowani tym tematem.

Wykres 5. Czy kiedykolwiek korzystałeś/-aś z aplikacji mobilnych do zarządzania finansami?

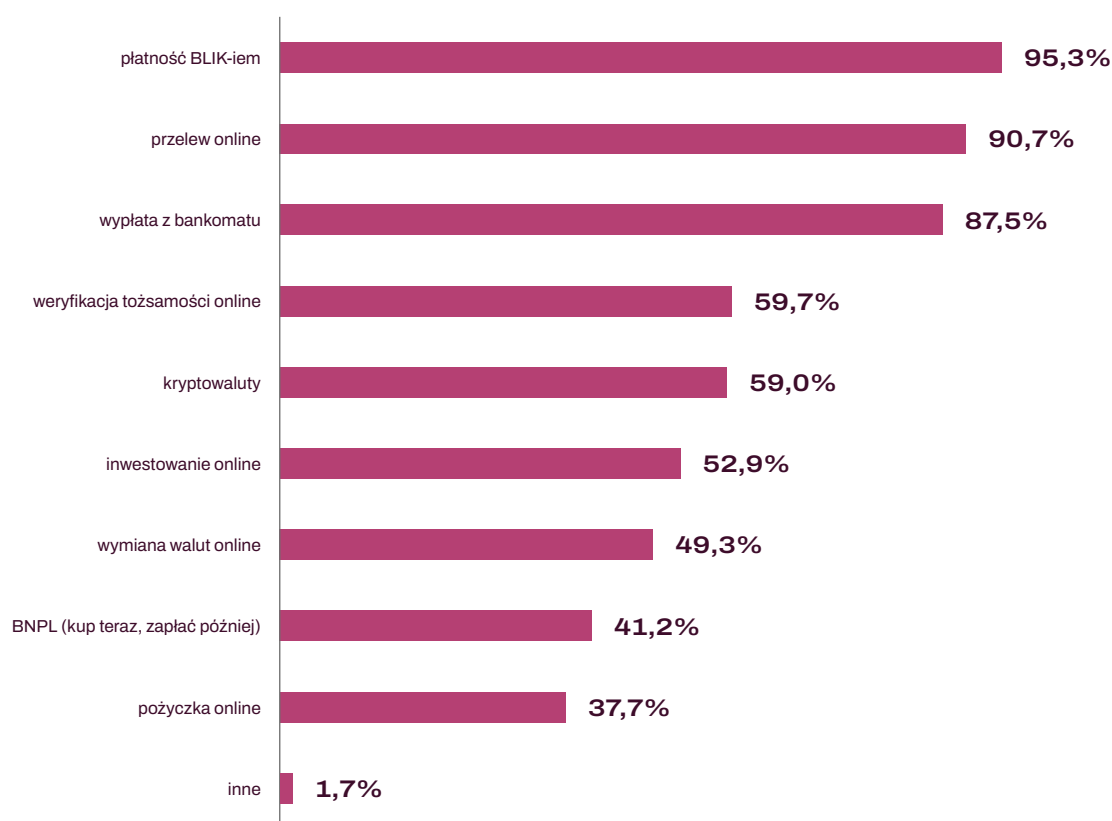


Źródło: ZPF.

Wśród rozwiązań finansowych, które są znane Juniorom, wyróżniają się przede wszystkim płatności BLIK-iem (95,3%) oraz przelewy online (90,7%), a podium zamykają wypłaty z bankomatu – znane prawie 9 na 10 respondentom (87,5%).

Zdecydowanie mniejszą znajomością cieszą się w tej grupie wiekowej produkty kredytowe, jak np. pożyczki online lub BNPL. Powodów tej sytuacji należy upatrywać w ograniczonym dostępie i możliwościach skorzystania z rozwiązań, które stają się dostępne dla osób pełnoletnich. Nie zmienia to faktu, że warto tłumaczyć młodym osobom zasady działania kredytów i pożyczek.

Wykres 6. Które spośród wymienionych nowoczesnych usług finansowych są Ci znane?



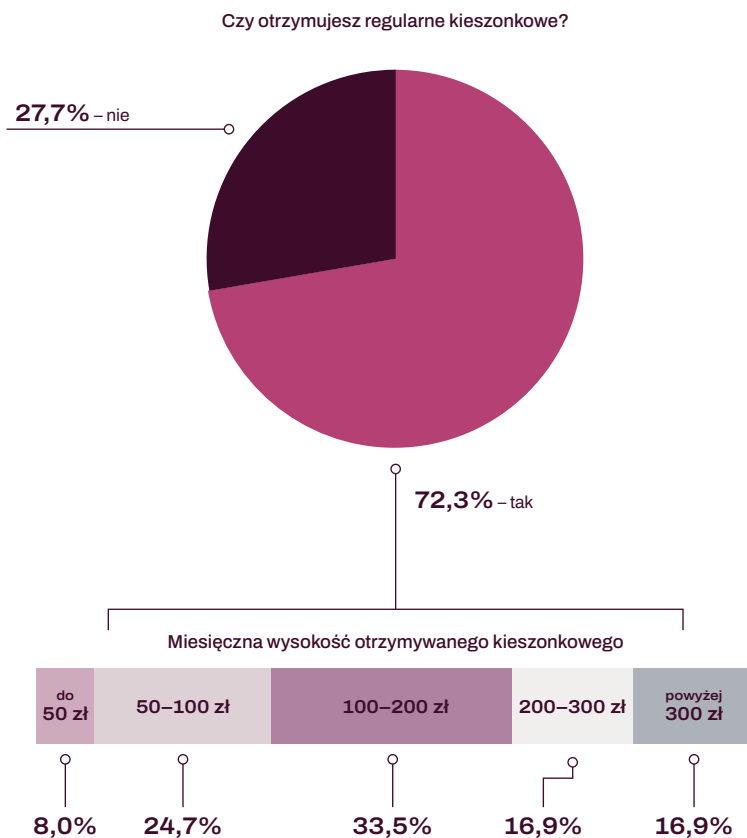
Źródło: ZPF.

Kieszonkowe. Sposób na zbudowanie świadomości finansowej Juniorów

Posiadanie własnych pieniędzy, otrzymywanych w ramach kieszonkowego, przynosi Juniorom wiele korzyści, zarówno w kontekście edukacji finansowej, jak i rozwoju osobistego.

Nastolatki uczą się w ten sposób planowania wydatków, oszczędzania oraz podejmowania decyzji finansowych. Zdobywają umiejętności, które będą przydatne w dorosłym życiu. Własne środki dają Juniorom poczucie niezależności i samodzielności – mogą samodzielnie decydować, na co chcą wydać swoje środki, co buduje ich pewność siebie.

Wykres 7. Kieszonkowe Juniorów



Źródło: ZPF.

72,3%

Juniorów otrzymuje regularnie kieszonkowe. W tej grupie prawie 60% dostaje kwoty w wysokości od 50 do 200zł miesięcznie. Najpopularniejszą formą wypłaty kieszonkowego jest przelew na konto (78,8%).

90,7%

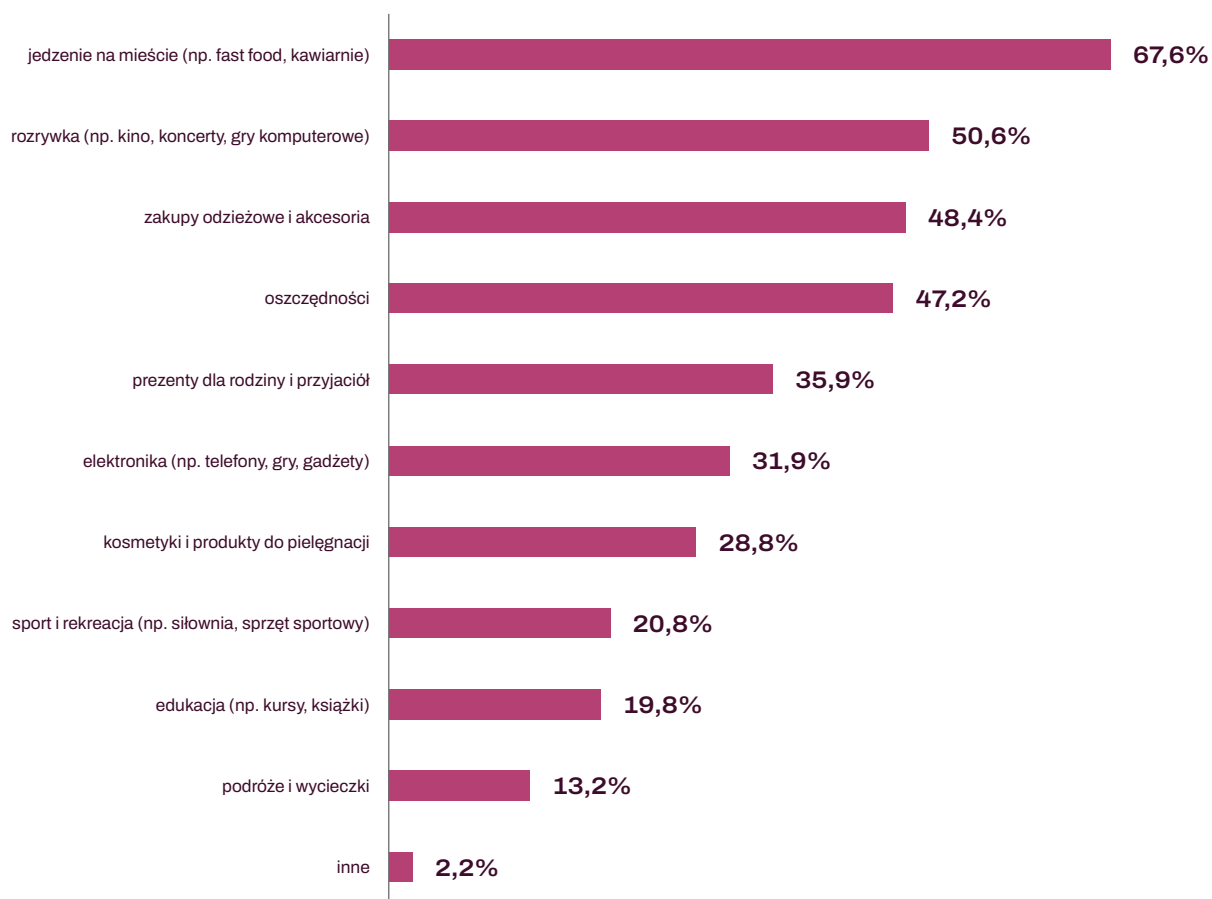
ankietowanych młodych osób chociaż raz zapłaciło za coś online.

Zapytani o to, na co najczęściej przeznaczają swoje kieszonkowe, Juniorzy wskazują zwykle jedzenie na mieście (67,7%) oraz rozrywkę (np. kino, koncerty). Deklarują również wydatki na gry komputerowe (50,6%) oraz odzież i akcesoria (48,4%).

Najmniejszy odsetek Juniorów wydaje pieniądze na podróże i wycieczki, co wynika pośrednio z wieku respondentów i tego, że najczęściej takie formy spędzania czasu opłacają im opiekunowie.

Warto zwrócić uwagę, że prawie połowa (47,2%) nastolatków oszczędza pieniądze z kieszonkowego lub prezentów. To cenna informacja, pokazująca, jak istotne jest rozwijanie w młodych ludziach zdrowych nawyków finansowych, by w przyszłości potrafili budować „poduszkę finansową” i kapitał emerytalny.

Wykres 8. Na co najczęściej przeznaczasz swoje pieniądze?

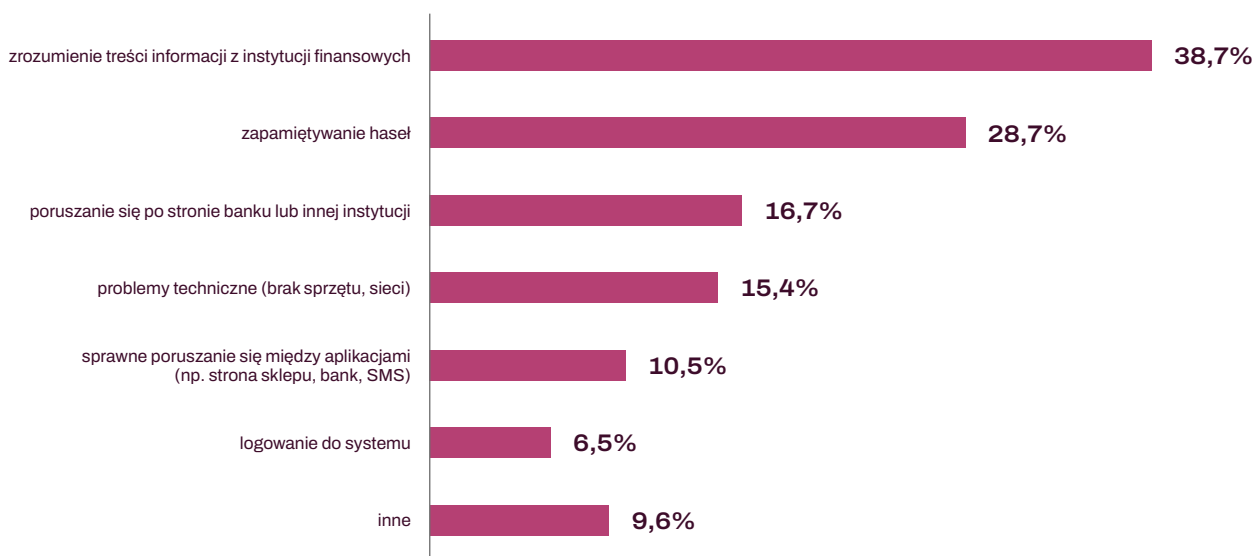


Źródło: ZPF.

Problemy, z którymi spotykają się Juniorzy w świecie nowoczesnych usług finansowych.

Młode pokolenie spotyka się z różnymi wyzwaniami w korzystaniu z finansów w sieci. Tym najczęściej zgłaszanym okazuje się zrozumienie treści informacji z instytucji finansowych (38,7%). Zapamiętywanie haseł zostało wskazane przez prawie 30% ankietowanych. Stosunkowo często wskazania respondentów padały również na problem ze sprawnym poruszaniem się po stronie internetowej banku czy innej instytucji finansowej (16,7%).

Wykres 9. Co sprawia Ci największy kłopot w korzystaniu z finansów w internecie?



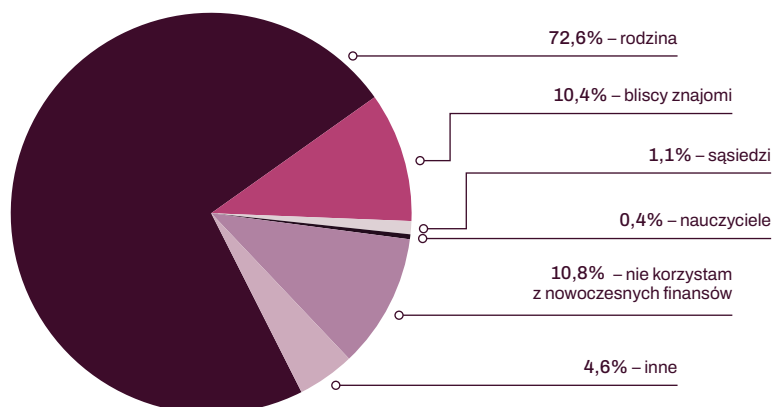
Źródło: ZPF.

Kto wspiera Juniorów w zrozumieniu świata finansów?

To rodzina i bliscy znajomi w największej mierze odpowiadają za wyjaśnianie Juniorom niuansów związanych z rozwiązaniami oferowanymi przez instytucje finansowe. Potwierdzają to odpowiedzi na pytanie o to, do kogo zwracają się Juniorzy w razie problemów z korzystaniem z nowych technologii: prawie trzy czwarte wskazuje na członków rodziny, a co dziesiąta osoba – na bliskich znajomych.

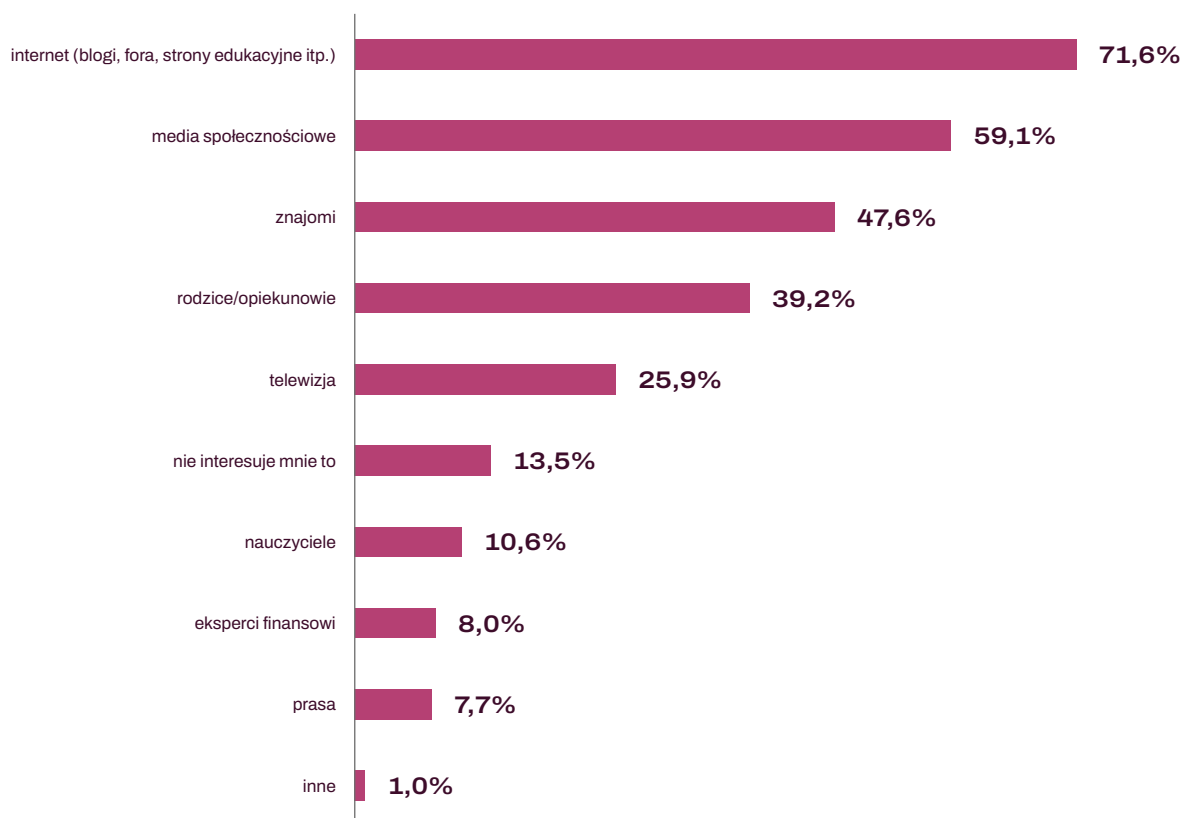
Z kolei w przypadku źródeł, z których Juniorzy pozyskują informacje na temat technologicznych nowinek związanych z finansami, kluczowym jest internet – wskazuje go prawie trzy czwarte badanych. Duże znaczenie mają dla nastolatków media społecznościowe (59,1%). Uwagę w odpowiedziach zwraca niewielki udział nauczycieli jako źródła informacji o świecie finansów. Potwierdza to opinie o niewystarczającej ofercie edukacyjnej szkół w tym zakresie.

Wykres 10. Jeśli korzystanie z nowoczesnych finansów sprawiło Ci kiedyś problem, to do kogo się zwróciłeś/-aś?



Źródło: ZPF.

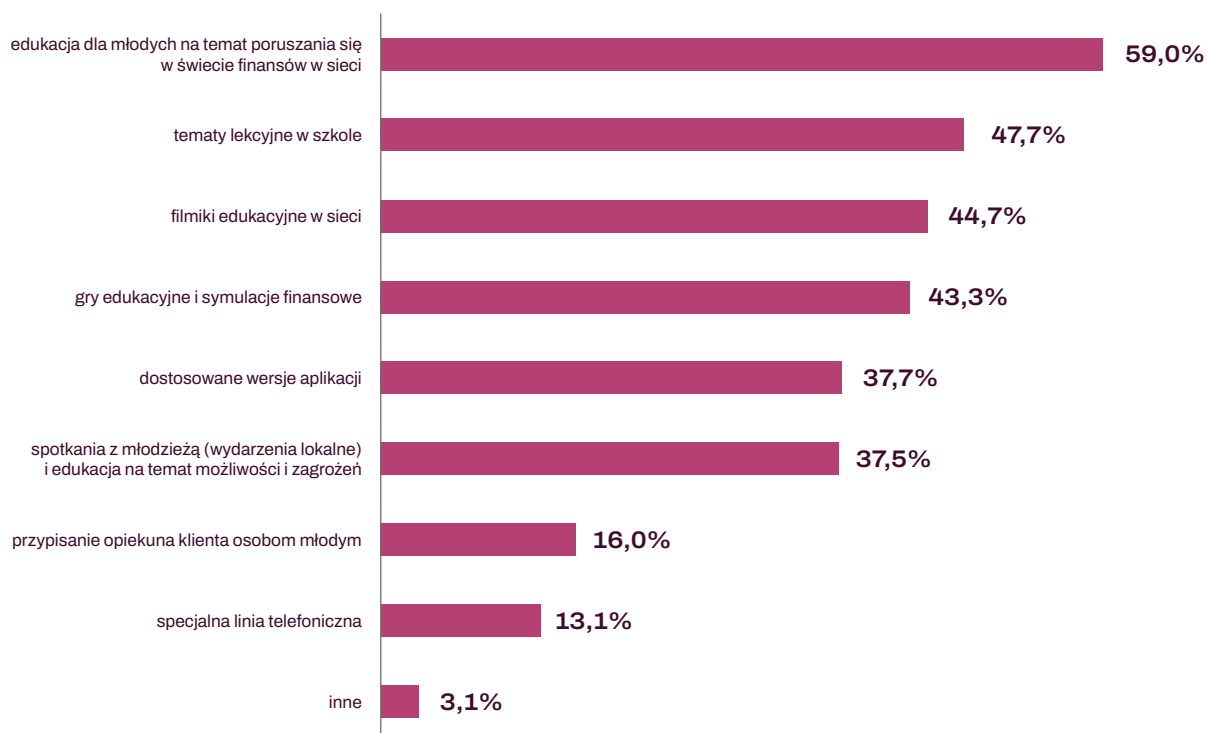
Wykres 11. Skąd najczęściej dowiadujesz się o technologicznych nowinkach związanych z finansami?



Źródło: ZPF.

Badanie wyraźnie pokazuje, że Juniorzy są zainteresowani pozyskiwaniem wiedzy na temat możliwości poruszania się po świecie usług finansowych. 59% wskazuje na konieczność rozwoju projektów edukacyjnych skierowanych do młodych osób. Uwagę zwraca fakt, że duże nadzieje w tym zakresie Juniorzy pokładają w placówkach oświatowych i odpowiednio dobrane tematy lekcyjne pomogłyby im lepiej zrozumieć świat finansów (47,7%). Juniorzy akcentują, że w kręgu ich zainteresowań znalazłyby się też specjalne filmiki edukacyjne w sieci (44,7%) czy gry edukacyjne i symulacje finansowe (43,3%). Z najmniejszym zainteresowaniem spotykałby się przypisany opiekun klienta dla młodej osoby (16,0%) czy specjalna linia telefoniczna (13,1%).

Wykres 12. Które spośród wymienionych inicjatyw mogłyby Twoim zdaniem pomóc młodzieży w zrozumieniu nowoczesnych technologii finansowych?

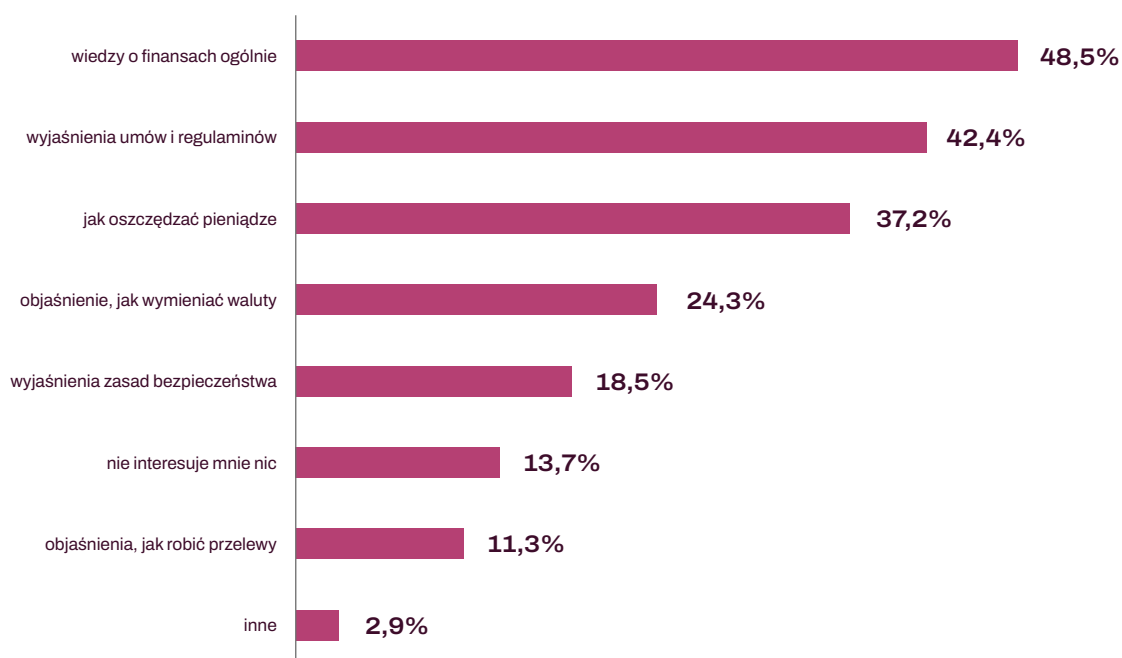


Źródło: ZPF.

Potrzeby Juniorów w świecie finansów

Prawie połowa respondentów wskazała na potrzebę zwiększenia ogólnie swojej wiedzy o finansach (48,5%). Znacząca grupa zgłosiła również zapotrzebowanie w zakresie wyjaśnienia umów i regulaminów (42,4%). Podium zamyka wątek oszczędzania – wiedzę na ten temat chętnie poszerzyłoby 37,2% ankietowanych.

Wykres 13. Jakich informacji na temat finansów najbardziej potrzebujesz?



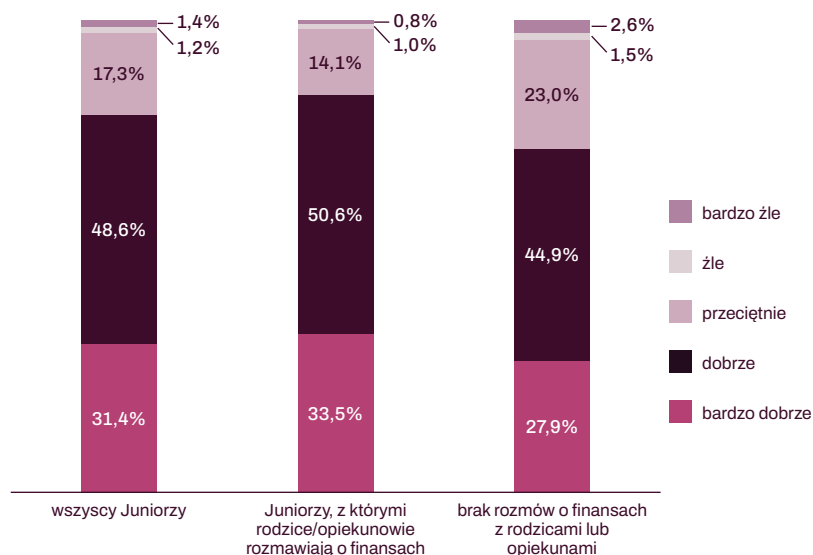
Źródło: ZPF.

Bezpieczeństwo Juniorów. Jak poważny jest problem wyłudzeń?

Wśród ankietowanych młodych osób 80,1% dobrze ocenia swój poziom wiedzy na temat cyberbezpieczeństwa. Odsetek ten jest naturalnie większy (84,1%) w grupie osób, z którymi opiekunowie rozmawiają o finansach i niższy (72,8%) wśród tych, które nie prowadzą takich rozmów rodzicami domach.

Młode osoby czują się dobrze wyedukowane w zakresie bezpieczeństwa w sieci, ale należy pamiętać, że to ich własna subiektywna ocena. Na Juniorów na co dzień korzystających z wielu rozwiązań online czai się wiele zagrożeń. Kluczowa pozostaje więc ciągła edukacji w tym zakresie.

Wykres 14. Jak oceniasz swój poziom wiedzy na temat cyberbezpieczeństwa (bezpieczeństwa w sieci)?



Źródło: ZPF.

Czy młode pokolenie jest przygotowane do walki z nadużyciami?

W najnowszym raporcie *Nadużycia w sektorze finansowym. Edycja 2024*, opracowanym przez ZPF oraz EY Polska szczególną uwagę zwrócono na pokolenie, które wchodzi na rynek jako nowi klienci instytucji finansowych.

Młodzi ludzie dorastają obecnie w świecie cyfrowym, co wpływa na ich nawyki, oczekiwania i sposób interakcji z usługami finansowymi. Ekspertzy zajmujący się problemem nadużyć w firmach z sektora finansowego oceniają, że poziom przygotowania młodego pokolenia do wyzwań związanych z nadużyciami na rynku finansowym nie jest odpowiedni.

Według nich młodsze osoby są często bardziej ufne wobec nowych rozwiązań finansowych, co może narażać je na nowe typy oszustw. Ich nawyki obejmujące spędzanie życia online mogą zwiększać ryzyko wystąpienia na ataki phishingowe oraz inne metody socjotechniczne. Młode osoby mogą być również mniej ostrożne w kwestii dzielenia się danymi osobowymi online, co również zwiększa ryzyko nadużyć.

38%

instytucji finansowych wskazuje, że w 2024 roku intensywność występowania oszustw finansowych wzrosła.

Źródło: *Nadużycia w sektorze finansowym. Edycja 2024*, ZPF, EY Polska.

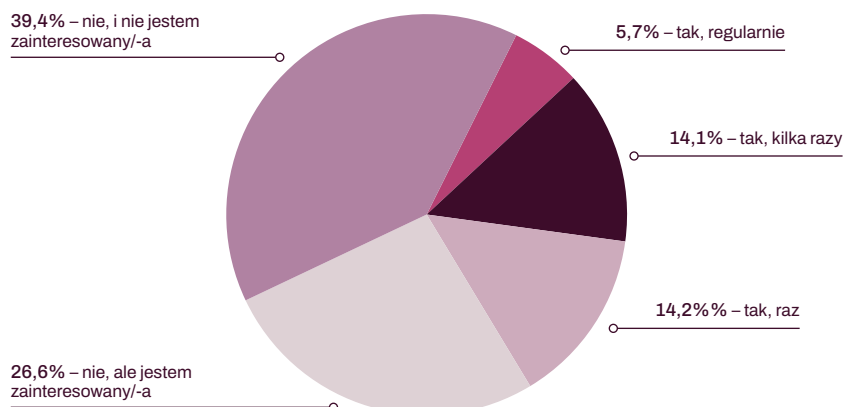
Przyszłość Juniorów. Czy są zainteresowani inwestowaniem?

Z badania wynika, że wirtualne gry edukacyjne z zakresu inwestowania nie cieszą się zbyt dużą popularnością wśród Juniorów. Jedynie jedna trzecia ankieterów przyznaje, że przynajmniej raz brała udział w grach edukacyjnych z zakresu inwestowania.

Po osiągnięciu pełnoletności 26,8% Juniorów planuje rozpocząć przygodę z inwestowaniem na Giełdzie Papierów Wartościowych, a 22,5% myśli o innego rodzaju inwestycjach i lokowaniu pieniędzy.

Zachęcanie Juniorów do inwestowania w przyszłości może być kluczowe dla ich finansowej stabilności i sukcesu, jednak w tym przypadku warto pamiętać o edukowaniu młodych osób w zakresie określenia realistycznych celów finansowych. W przyszłości może ich to uchronić przed stratą pieniędzy np. w wyniku ulokowania środków na oszukańczych platformach inwestycyjnych, kuszących potencjalne ofiary wizją wysokich i pewnych zysków.

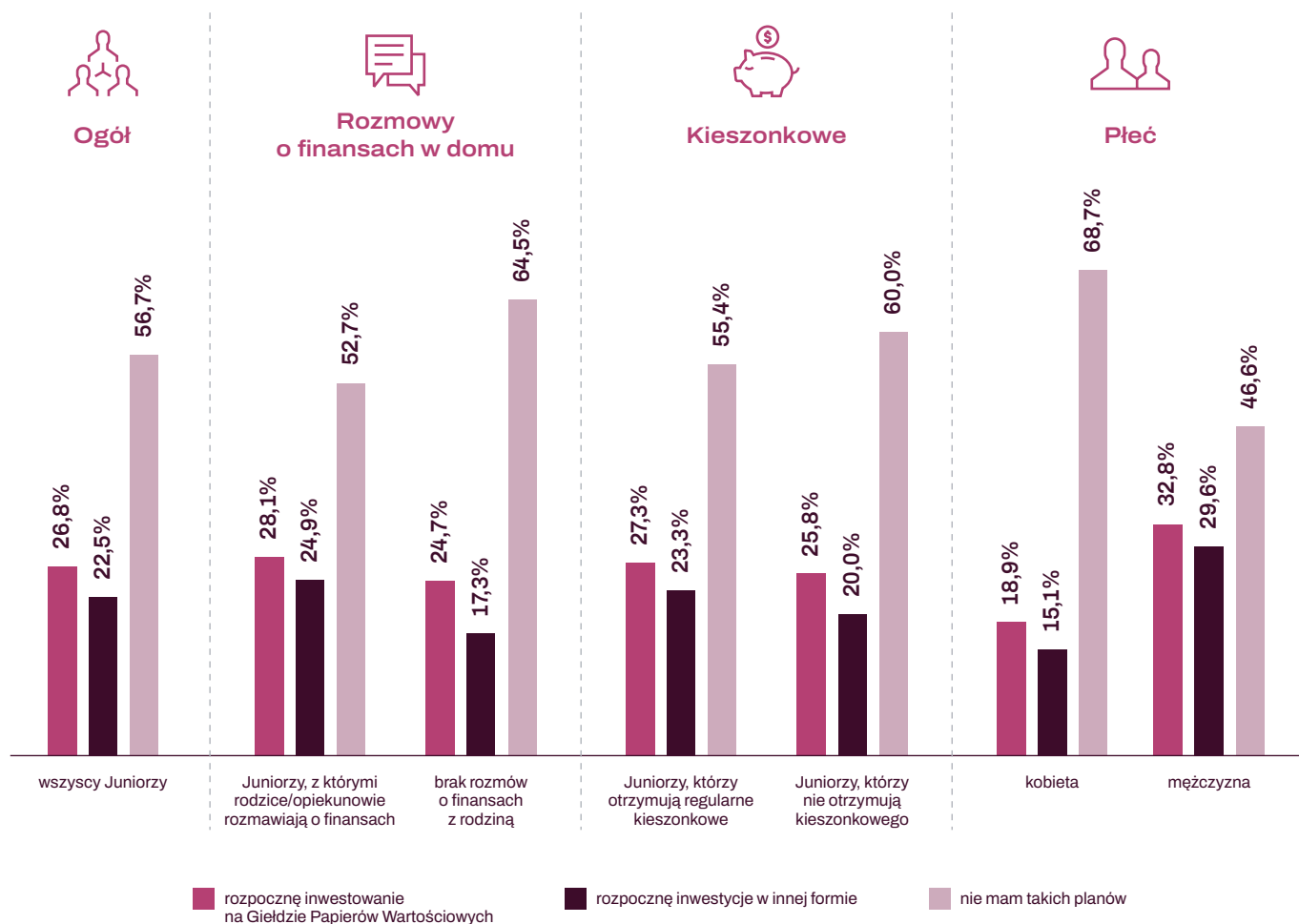
Wykres 15. Czy kiedykolwiek brałeś/brałaś udział w wirtualnych grach edukacyjnych w zakresie inwestowania?



44,1%

osób w wieku 13–17 lat wskazuje, że interesuje je inwestowanie po osiągnięciu pełnoletności. Większe zainteresowanie w tym zakresie przejawiają nastolatki, z którymi opiekunowie lub rodzice rozmawiają o finansach (48,0%), niż ci, z którymi nie rozmawia się na takie tematy (36,4%). Większy apetyt na zyski z inwestycji w przyszłości młodzi mężczyźni (54,0%) niż kobiety (34%).

Wykres 16. Zainteresowanie inwestowaniem po osiągnięciu pełnoletności





Część 3.

Komentarze ekspertów



Powinniśmy czym prędzej edukować rodziców

Izabela Kozakiewicz-Frańczak

CEO Trampki na giełdzie, CEO iKsync, VP Invest Cuffs

Dzisiejsi nastolatki, dorośli jutra, to z jednej strony młodzi, przed którymi świat stoi otworem, a z drugiej – zagubieni, bombardowani w sieci setkami wzorów do naśladowania, marketingiem produktów i usług, papką informacyjną, z którą my dorośli radzimy sobie nie do końca dobrze, a nasze dzieci radzą sobie jeszcze gorzej. W pogoni za światem, o którym marzymy, produktami konsumenckimi, których chcemy coraz więcej i coraz to nowszych, zapominamy o tym, co może dać nam bezpieczeństwo finansowe i spokój w głowie – o zarządzaniu finansami osobistymi. Polacy i Polki ze zdrowiem finansowym nadal mają pod górkę, a w związku z tym nie mają też odpowiednich umiejętności, aby przekazywać je następnym pokoleniom. Biorąc pod uwagę powyższe, z zapałem zabraliśmy się do realizacji badania, którego efektem jest niniejszy raport. Wnioski z naszego badania uderzyły mnie w trzech wymiarach. Pierwszy wymiar dotyczy tego, na ile rodzice rozmawiają dziś z dziećmi o finansach (tylko 65% takie rozmowy prowadzi). Drugi – jak takie rozmowy wpływają na dzisiejsze rozumienie finansów i korzystanie z usług finansowych przez młodych. Okazuje się, że u młodych, z którymi rodzice rozmawiają o pieniądzu, znajomość każdego rodzaju usług finansowych jest znacznie wyższa, począwszy od wszechobecnego BLIKa, a kończąc na inwestowaniu online. Znacznie więcej tych młodych korzysta też z bankowości online (77% vs 63%), znacznie więcej z nich zwróci się do rodziców w przypadku gdy ma problem związany z finansami (78% vs 62%) i znacznie więcej traktuje rodziców jako dobre źródło do czerpania informacji o nowinkach świata finansów (47% vs 25%). Nastolatki, w których domach finanse nie są tematem

tabu, też znacznie lepiej radzą sobie z oszczędzaniem – 54% z nich przeznacza część swoich pieniędzy na oszczędności, podczas gdy jedynie 37% nastolatków, którzy w rodzinie mierzą się z finansowym tabu, podejmuje takie działanie.

Trzeci wymiar, który mnie zaskoczył i jednocześnie zatrzymał, to rozbieżność, jaką widać w podejściu do finansów między nastoletnimi dziewczynkami a chłopcami, i jak bardzo ta rozbieżność na tak wczesnym etapie życia może wpłynąć na dalsze postawy finansowe jutrzejszych dorosłych. Pojęcie inwestowania online znane jest 64% młodych mężczyzn i tylko 37% młodych kobiet. Po osiągnięciu pełnoletniości 47% mężczyzn nie ma planów inwestowania i nie ma ich aż 69% kobiet. Znacznie mniej dziewczynek ma doświadczenie w korzystaniu z aplikacji do zarządzania finansami i znacznie więcej nie jest nimi zainteresowana. Za to młode dziewczyny mają większą ufność do czerpania nowinek technologicznych od rodziców i wskazują, że w edukacji o finansach pomogłyby im aplikacje dostosowane do młodych.

Z badania nasuwają się istotne wnioski: powinniśmy czym prędzej edukować rodziców, aby ci potrafili i chcieli rozmawiać z dziećmi o finansach i powinniśmy wspierać młodych tak, aby bez względu na płeć dbali o zdrowie finansowe od nastoletniego wieku i szli w dorosłość z takimi umiejętnościami, które wesprą ich bezpieczeństwo finansowe na długie lata. W kontekście postępującej depopulacji polskiego społeczeństwa i zwiększającej się długości życia, edukacja ta jest niezwykle ważna, a tym pilniejsza, że młodzi wchodzący za chwilę na rynek pracy powinni być wyposażeni w wiedzę, która pozwoli im żyć spokojnie na wszystkich etapach życia.



Zapala się pomarańczowa lampka. Dlaczego?

Agnieszka Salach

Kierowniczka Działu Public Relations, Rzeczniczka prasowa, Obszar Dyrektora Generalnego, KRUK S.A.

Z jednej strony raport pokazuje, że aż 90 proc. młodzieży w Polsce korzysta z bankowości elektronicznej. To wskazuje na ich biegłość w wykorzystywaniu technologii w codziennych czynnościach finansowych i pokazuje, że ta grupa osób preferuje korzystanie z cyfrowych rozwiązań. Na to wskazuje też dość wysoki odsetek ankietowanych, którzy nie mają obaw przed płatnościami online. Kiedy jednak przyjrzymy się źródłom, z których młodzież czerpie wiedzę finansową, to zapala się pomarańczowa lampka. Dlaczego? Bo ponad 70% młodych ludzi korzysta z internetowych forów i blogów, które mimo że mogą dostarczać cennych informacji, często mogą zawierać błędne opinie. Podobnie jest z wykorzystywaniem w tym celu mediów społecznościowych, z których korzysta niemal 60% młodzieży. W mojej ocenie te źródła nie są najlepszym miejscem na zdobywanie solidnej wiedzy finansowej. Warto też dodać, że jednocześnie największy odsetek młodych osób, które wzięły udział w badaniu, wskazuje, że wiedza finansowa przekazywana w internecie przez instytucje finansowe jest niezrozumiała. To pokazuje też potrzebę posługiwania się prostym językiem, który będzie bardziej zrozumiały – jak uważam – nie tylko dla osób młodych. Ten raport, jak i wiele znanych mi badań, niesie za sobą ważny przekaz, aby zwrócić większą uwagę na potrzebę edukacji finansowej młodych osób. Aż 48 proc. zgłasza potrzebę wzmocnienia ogólnej wiedzy finansowej. Mam też podstawę, aby twierdzić, że wiedza ta powinna być przekazywana od jak najmłodszych lat, bo nauka finansów rozpoczyna się od nauki dobrych wzorców i nawyków, jak chociażby mechanizm pożyczania i oddawania, którego przykre konsekwencje – jak się okazuje – poznają już dzieci w klasach 1–3 szkół podstawowych (sześcioro na dziesięcioro trzecioklasistów zgłasza problem z odzyskaniem pożyczonego kieszonkowego lub jakiejś rzeczy). Istotną umiejętnością może też być krytyczne myślenie na temat źródeł informacji i wskazywanie tych sprawdzonych, które faktycznie umożliwią podejmowanie młodym ludziom świadomych i odpowiedzialnych decyzji finansowych w swoim dorosłym życiu.



Wiele pracy przed nami wszystkimi

Barbara Sęk

Dyrektor zarządzająca Kancelarią Prawną SVEA

Już od najmłodszych lat warto wprowadzać dziecko w świat finansów. Musimy pamiętać, że dziś juniorzy bardzo chętnie korzystają z różnego rodzaju aplikacji mobilnych, ten cyfrowy świat postępuje bardzo szybko. Dlatego tak bardzo ważna jest wczesna edukacja finansowa, aby każda młoda osoba wchodząca w wiek pozwalający na dokonywanie czynności cywilno-prawnych miała za sobą jak największe możliwe doświadczenia w tym obszarze.

Raport pokazuje też, jaką rolę w codziennym życiu i edukacji finansowej odgrywamy jako rodzice. Ponad 35% ankietowanych nastolatków odpowiedziało, że nie rozmawia z nami o swoich finansach i zarządzaniu pieniędzmi. A przecież to, jak przygotujemy młodzież w tym zakresie, będzie miało największy efekt w ich dorosłym życiu.

Niepokoje też fakt marginalnego wręcz poziomu szukania informacji na temat nowoczesnych finansów wśród nauczycieli. To pokazuje, jak bardzo edukacja finansowa została zaniedbana w polskim szkolnictwie. A to w końcu tam nastolatki w tym wieku spędzają większość swojego życia.

Warto zwrócić uwagę, że 90% ankietowanych posiada własny rachunek bankowy. To powinno cieszyć, bo użytkowanie tego typu usługi finansowej na tak wczesnym etapie życia z pewnością pozwala nabrać doświadczenia. Tylko patrząc na wcześniejsze uwagi, istotnym będzie, aby to korzystanie z konta było w pełni świadome i podparte zdobywaną wiedzą.

Reasumując, wiele pracy przed nami wszystkimi. Jednym z największych wyzwań będzie niewątpliwie również sfera bezpieczeństwa. Choć 80% ankietowanych odpowiedziało, że ocenia swój poziom wiedzy na temat cyberbezpieczeństwa bardzo dobrze, to ważne, aby być tutaj szczególnie wyczulonym, zwłaszcza pod kątem coraz większej liczby nowych pomysłów cyberprzestępców, którzy, nie zapominajmy, również się szkolą.



Rozmawiajmy o finansach

Maciej Kikta

Manager ds. Public Relations, Smartney

Według danych prezentowanych przez NBP prawie 92% Polaków posiada przynajmniej jedno konto bankowe. Odsetek zbliża się do 100% dla respondentów ze średnim lub wyższym wykształceniem. Korzystanie z nowoczesnych usług finansowych stało się praktycznie niezbędne w codziennym życiu – umożliwia odbieranie wynagrodzenia, opłacanie rachunku, dokonywanie zakupów w internecie czy korzystanie z instrumentów inwestycyjnych. Jak na tak istotny element życia, zadziwiająco mało jednak rozmawiamy o finansach.

Młodzi ludzie z prowadzoną przez szkoły edukacją finansową mają okazję zetknąć się dopiero w liceum, mając 16–17 lat. Konto bankowe, za zgodą rodziców, założą jednak już w swoje 13 urodziny. Ponad 80% nastolatków deklaruje, że kieszonkowe otrzymuje przelewem na konto. Szeroko pojmowany biznes oddaje zatem młodzieży dostęp do instrumentów finansowych zanim formalnie zostanie ona wyedukowana na temat potencjalnych niebezpieczeństw związanych z gospodarowaniem pieniędzmi online. Rolę szkoły muszą zatem w tym aspekcie przejmować same instytucje finansowe, sprzedające swoje produkty niepełnoletnim Klientom, oraz ich rodzice chcący zadbać o bezpieczeństwo swoich pociech.

Bezpieczeństwo i edukacja to obszary, w których sektor finansowy chętniej współpracuje, niż konkuruje – dlatego to ważne, by z jednej strony zadbał o dostarczanie swoim niepełnoletnim Klientom wysokiej jakości treści – napisanych zrozumiałym językiem, konkretnych, przydatnych, nienastawionych na sprzedaż, a z drugiej przygotowywał

narzędzia, które w rozmowach ze swoimi dziećmi będą mogli wykorzystać rodzice. One pagery, infografiki, przystępne językowo słowniki finansowe – rodzicom wyposażonym w takie pomoce łatwiej będzie rozmawiać ze swoimi dziećmi o finansach. Robi to już ponad 60% z nich.

Bądźmy tam, gdzie jest młodzież

Z badania poświęconego zwyczajom Polaków w sieci, zleconego przez Smartney w 2021 roku, wynikało, że dla 17% Polaków pierwszym źródłem wiedzy na temat rozwiązań finansowych były media społecznościowe. Według danych prezentowanych w niniejszym raporcie, aż 59% respondentów o nowościach związanych z finansami dowiaduje się z takich mediów. To druga najchętniej wybierana odpowiedź. Czas zacząć rozmawiać o finansach tam, gdzie jest młodzież: w social mediach.

W social mediach nie możemy jednak mówić językiem poważnych ekspertów, używających fachowego języka i trudnej do przyswojenia terminologii. Co więcej, każde z nowych mediów wymaga zastosowania innego języka, przedstawienia treści w inny sposób i skupienia się na innej grupie odbiorców. Koniec z uniwersalnością przekazu. Nie było chyba jeszcze lepszego momentu w historii, by przypomnieć sobie słowa Lotariusza i zacząć się zmieniać wraz ze zmieniającymi się czasami. A pierwszym krokiem, żeby to zrobić, jest uświadomienie sobie dwóch rzeczy. Po pierwsze, w szkole nastolatkowie uczą się o finansach dopiero w liceum, a po drugie utrzymanie ich uwagi na materiale edukacyjnym przez ponad 3 minuty zakrawa na cud.



Część 4.

Wnioski i rekomendacje

O czym powinny pamiętać instytucje finansowe, by odpowiedzieć na potrzeby młodego pokolenia?

- ZPF rekomenduje rozpoczęcie dyskusji na temat tego, jak dostosować zasady dobrych praktyk instytucji finansowych, by właściwie odpowiedzieć na potrzeby klientów z grupy wiekowej 13–17. Młodszy konsumenci są wrażliwi, głównie z powodu mniejszej wiedzy na temat praw konsumentów.
- Kluczowe dla sektora finansowego jest zapewnienie bezpieczeństwa wszystkim grupom wiekowym klientów. Warto postawić na intensywną edukację Juniorów w zakresie bezpieczeństwa, by w przyszłości współpracować z klientami, którzy będą znacznie bardziej świadomi zagrożeń.
- Instytucje finansowe nie mogą zapominać, że prosty język zwiększa zaufanie klientów. Młodzi klienci oczekują jasnej i zrozumiałej komunikacji.
- W warstwie edukacyjnej warto postawić na dotarcie do młodych osób kanałami, które one same wskazują jako interesujące. W badaniu Juniorzy dość jasno wskazują, że są to np. filmy edukacyjne w sieci, gry i symulacje finansowe.

Z | P | F | Związek
Przedsiębiorstw
Finansowych
w Polsce

www.zpf.pl