
Inwestoskop
Czy OKI zrobi z Polaków inwestorów?
Pokolenia wobec oszczędzania i inwestowania.
VIG
C-Quadrat
Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych
KOZMINSKI UNIVERSITY
Warszawa, 19 listopada 2026
Inwestoskop.pl

O badaniu

Część I

Wstęp

Współczesny krajobraz gospodarczy stawia przed polskim społeczeństwem bezprecedensowe wyzwania i szanse. Z jednej strony Polska zyskuje coraz większe uznanie na arenie międzynarodowej, będąc powoli rozpoznawaną jako kluczowy partner globalny. Z drugiej strony, stabilność finansowa gospodarstw domowych w coraz większym stopniu zależy od zdolności jednostek do efektywnego zarządzania nadwyżkami kapitałowymi. Choć Polacy doskonale rozumieją już potrzebę budowania poduszki finansowej i zabezpieczenia swojej przyszłości, to tradycyjne podejście do oszczędzania okazuje się niewystarczające w obliczu inflacji oraz dynamicznych zmian rynkowych. Kluczem do długoterminowego utrzymania wartości pieniądza w czasie staje się aktywne i przemyślane inwestowanie.

Samo wejście na rynek kapitałowy wciąż jednak napotyka w naszym kraju na istotny opór. Jak pokazują obserwacje rynkowe, proces ten bywa paraliżowany przez zakorzeniony lęk przed ryzykiem oraz brak głębszego zrozumienia mechanizmów giełdowych. W polskim społeczeństwie uwidacznia się wyraźna luka w wiedzy operacyjnej. O ile produkty depozytowe, takie jak standardowe lokaty bankowe, są powszechnie znane i akceptowane, o tyle nowoczesne instrumenty finansowe – w tym fundusze inwestycyjne czy fundusze ETF – wciąż są omijane przez szerokie grono potencjalnych inwestorów. Brak tej wiedzy niesie za sobą podwójne ryzyko: z jednej strony odcina Polaków od realnych stóp zwrotu, z drugiej zaś zwiększa ich podatność na nierealne, często rzekomo pozbawione ryzyka obietnice zysków oferowane przez nieuczciwe podmioty.

W tym kontekście narodził się projekt badawczy „Inwestoskop – indeks postawy inwestycyjnej Polaków", zrealizowany wspólnie przez VIG / C-QUADRAT TFI S.A. oraz Akademię Leona Koźmińskiego. Głównym celem badania, przeprowadzonego wiosną 2026 roku na reprezentatywnej ogólnopolskiej próbie ponad tysiąca dorosłych Polaków, było wyjście poza tradycyjne, czysto ilościowe ramy analizy majątku. Zamiast pytać wyłącznie o stan konta, badanie to wnika głęboko w inwestycyjne emocje, bariery behawioralne oraz psychospołeczne uwarunkowania decyzji finansowych.

Zrozumienie, jak Polacy myślą o pieniądzach, pozwala zidentyfikować faktyczne źródła obaw przed rynkiem kapitałowym. Niniejszy raport stanowi próbę odpowiedzi na pytanie, jak skutecznie wspierać Polaków w podejmowaniu świadomych decyzji inwestycyjnych, jak edukować rynek w sposób operacyjny oraz jak systemowo budować kulturę długoterminowego oszczędzania. Tylko poprzez rzetelną diagnozę barier behawioralnych możliwe jest stworzenie narzędzi, które zamienią paraliżujący lęk w mądre zarządzanie ryzykiem.

Zespół Inwestoskopu

3 wymiary badania Inwestoskop:

1

Indeks Postawy Inwestycyjnej

Zbudowaliśmy Indeks Postawy Inwestycyjnej Polaków, który przyjmuje wartość od 0 do 30 punktów. Składa się on z trzech składowych: Przekonań, Emocji i Intencji. Każda składowa przybiera wartość od 0 do 10. Główne wyniki z tego zakresu badania zaprezentowaliśmy w czerwcu 2026.

2

Portrety

Uzyskane wyniki pozwoliły wyłonić 6 profili Polaków, które różnią się postawą i zachowaniami wobec oszczędzania i inwestowania. Wyniki z tego zakresu badania zaprezentowaliśmy w czerwcu 2026.

3

Pokolenia

Przegląd wyników badania w podziale na 4 pokolenia Polaków pozwala wyciągnąć dodatkowe wnioski dotyczące postaw. Wyniki z tego zakresu badania udostępniamy w listopadzie 2026.

Struktura próby

REALIZACJA

Marzec 2026
Badanie ogólnopolskie

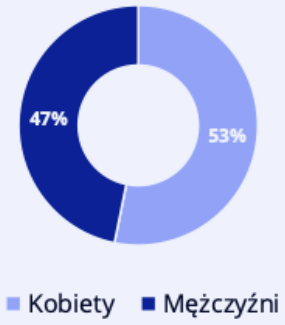
METODA

CAWI
ankieta internetowa

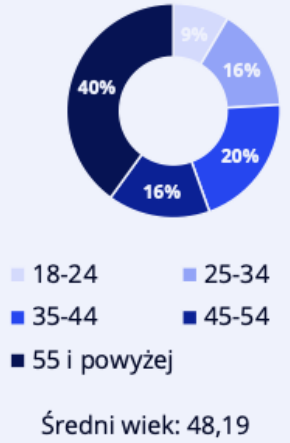
PRÓBA

N = 1078, osoby 18+
Ogólnopolska próba losowo-kwotowa.
Kwoty łączne według płci, wieku i wielkości miejscowości zamieszkania

Płeć



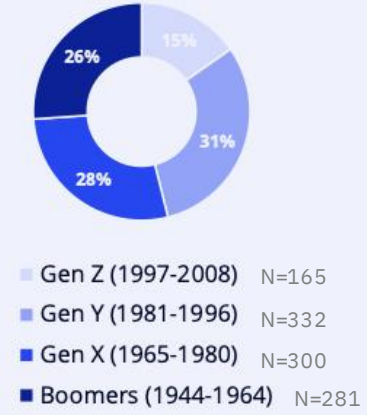
Wiek

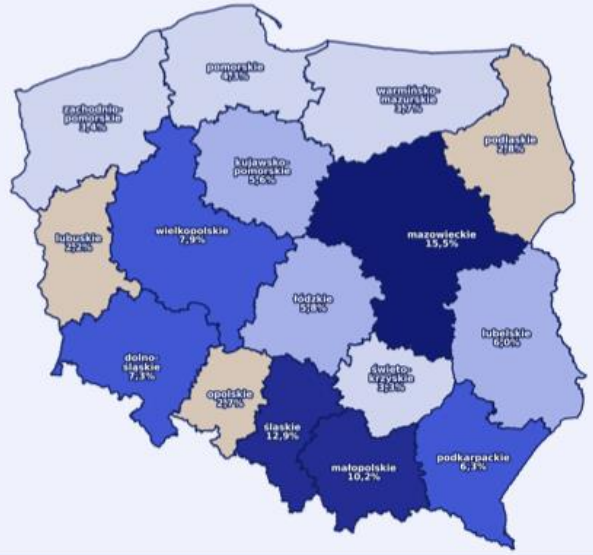


Wykształcenie



Respondenci wg pokoleń





Decyzyjność finansowa w gospodarstwie domowym:

49%	Decydowanie samodzielnie
40%	Decydowanie wspólne
5%	Nie uczestniczę w podejmowaniu decyzji
3%	Nie wiem
3%	Wolę nie odpowiadać

Indeks Postawy Inwestycyjnej

Część II

Indeks Postawy Inwestycyjnej – składowe:

Przekonania

- **Pomnażanie majątku**
- **Wiedza o instrumentach**
- **Analiza opcji**
- **Akceptacja ryzyka**
- **Sens inwestowania**

Emocje

Emocje pozytywne:

- Radość
- Nadzieja
- Ufność

Niskie bariery:

- Niższy dystans
- Łatwiejszy start
- Mniejsza niechęć
- Otwartość

Intencje

- **Zamierzam inwestować**
- **Zamierzam korzystać z nowych produktów**

Indeks mierzy postawę wobec inwestowania rozumianą jako konfigurację przekonań, emocji i intencji behawioralnych związanych z inwestowaniem. Nie mierzyliśmy wiedzy inwestycyjnej ani doświadczenia inwestycyjnego, lecz postawę wobec inwestowania. Struktura indeksu została wyprowadzona empirycznie z danych, potwierdzona na poziomie modelu pomiarowego i wykazuje wysoką spójność wewnętrzną poszczególnych skal.

Konstrukcja postawy inwestycyjnej

Skalowanie do 0-30

Składowe indeksu

Przekonania

Skalowanie do 0-10

wagi

100% Średnia z 5 stwierdzeń

Emocje

Skalowanie do 0-10

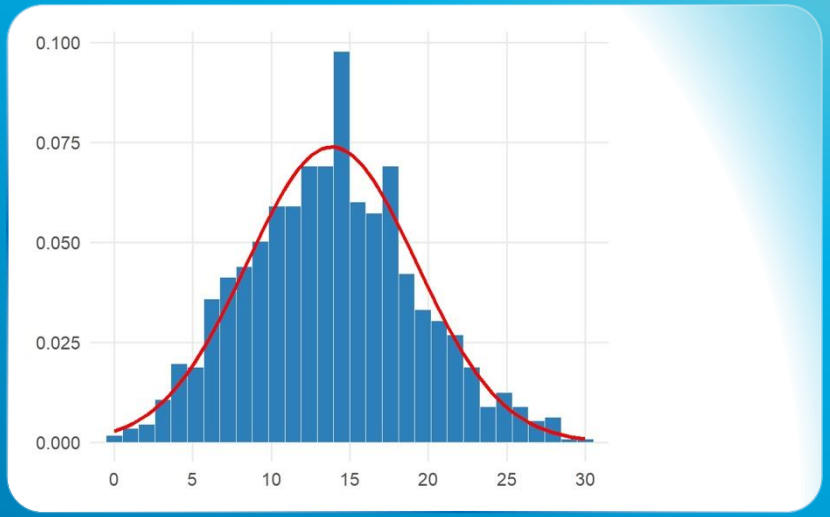
50% Średnia z 3 stwierdzeń

50% Średnia z 4 stwierdzeń

Intencje

Skalowanie do 0-10

100% Średnia z 2 stwierdzeń



Podsumowanie

Indeks postawy inwestycyjnej jest dobrze zróżnicowany – obejmuje zarówno osoby bardzo niechętne inwestowaniu, jak i osoby o wysokiej gotowości do działania.
Większość Polaków osiąga umiarkowany poziom postawy inwestycyjnej. Skrajnie wysokie i skrajnie niskie wyniki występują rzadziej, co oznacza, że o potencjale rozwoju rynku decydują przede wszystkim osoby znajdujące się „pośrodku” – jeszcze nie aktywni inwestorzy, ale już otwarci na inwestowanie.

Interpretacja:	Przekonania	Emocje	Intencje	
Wyniki niskie (< -0.5 SD)	< 5.16	< 3.41	< 1.92	**< 11.16**
Wyniki przeciętne (-0.5 SD do +0.5 SD)	5.16 -7.04	3.41 - 5.38	1.92 - 4.78	**11.16 - 16.55**
Wyniki wysokie (0.5 SD >)	7.04 >	5.38 >	4.78 >	**16.55 >**

Indeks Postawy Inwestycyjnej Polaków 2026

13,86

M=13.86 (SD=5.4)

0 — 30

Indeks Postawy Inwestycyjnej Polaków wynosi 13,86 punktu na 30 możliwych, co oznacza umiarkowaną gotowość do inwestowania. Polacy nie są grupą niechętną inwestowaniu, ale nie są też grupą o wysokiej gotowości do działania. Najciekawsze jest jednak to, z czego ten wynik się składa.

Na poziomie przekonań osiągamy wynik 6,1 na 10. Oznacza to, że większość Polaków rozumie sens inwestowania i dostrzega jego potencjalne korzyści.

Niżej wypadają emocje związane z inwestowaniem (4,4/10). Inwestowanie częściej budzi niepewność niż entuzjazm, a dla części osób pozostaje obszarem psychologicznego dystansu.

Najniższy wynik obserwujemy w obszarze intencji (3,36/10). To właśnie tutaj pojawia się największa luka. Wielu Polaków uważa, że inwestowanie ma sens, ale znacznie mniej deklaruje gotowość do podjęcia konkretnych działań w najbliższym czasie.

Innymi słowy: problemem nie jest wyłącznie brak wiedzy o inwestowaniu. Znacznie częściej wyzwaniem jest przełożenie pozytywnych przekonań na emocjonalną gotowość i realną decyzję inwestycyjną.

Przekonania 6,1 / 10

M=6.1 (SD=1.88)

Emocje 4,4 / 10

M= 4.4 (SD=1.97)

Intencje 3,36 / 10

M= 3.36 (SD= 2.86)

Intencje najbliżej działania



Wzrost szans bycia inwestorem

Emocje +53%

Przekonania +65%

Intencje +92%

Podsumowanie

Regresja logistyczna pokazuje, że wszystkie trzy komponenty zwiększają prawdopodobieństwo inwestowania, ale najsilniejszym predyktorem jest **komponent intencyjny**.

Portrety

Część III

Skąd się biorą portrety?

6 profili oszczędzania i inwestowania



1. Dojrzały Inwestor

- Minimum 2 klasyczne instrumenty
- Zróżnicowany portfel
- Szeroki kontakt z inwestowaniem
- Średni wiek: 44 lata

N=71



2. Inwestor

- Minimum 1 klasyczny instrument
- Mniej rozbudowany portfel
- Aktywny kontakt z inwestowaniem
- Średni wiek: 48 lat

N=157



3. Oszczędzający programowo

- Brak klasycznych instrumentów
- Aktywne IKE / IKZE / PPK / PPE
- Inwestowanie przez programy
- Średni wiek: 45 lat

N=187



4. Oszczędzający regularnie

- Regularnie odkłada pieniądze
- Gotówka / konto / oszczędności / lokata
- Bez klasycznego inwestowania
- Średni wiek: 47 lat

N=213



5. Oszczędzający nadwyżkowo

- Odkładanie okazjonalne
- Oszczędności w płynnych formach
- Gotówka i konta bankowe
- Średni wiek: 50 lat

N=400



6. Pasywny

- Brak potwierdzonego oszczędzania
- Brak inwestowania i programów
- Najniższa aktywność finansowa
- Średni wiek: 53 lata

N=50

Uwaga: Portrety opisują wzorce zachowań finansowych. Nie są oceną osób.

Indeks Postawy Inwestycyjnej w Portretach:

1. Dojrzały Inwestor


7,9


6,2


6,5

20,6
N=71

2. Inwestor


6,9


5,3


5,0

17,3
N=157

3. Oszczędzający programowo


6,4


4,4


4,0

14,8
N=187

4. Oszczędzający regularnie


6,0


4,1


2,9

12,9
N=213

5. Oszczędzający nadwyżkowo


5,6


3,9


2,3

11,8
N=400

6. Pasywny


4,7

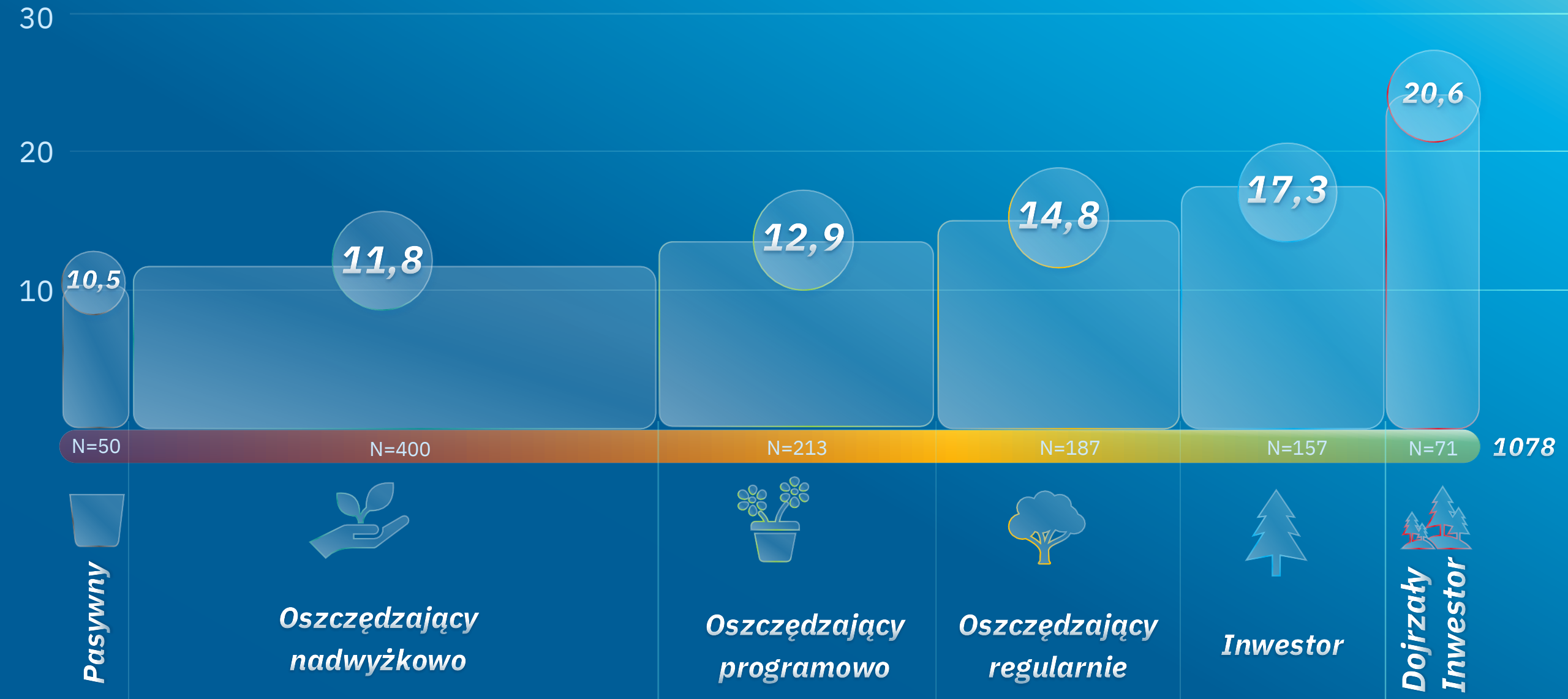

3,9


1,8

10,5
N=50

Inwestoskop skala: 0-30, Składowe skala: 0-10

Portrety – liczebność i indeks



Uwaga: Portrety opisują wzorce zachowań finansowych. Nie są oceną osób.

Pokolenia

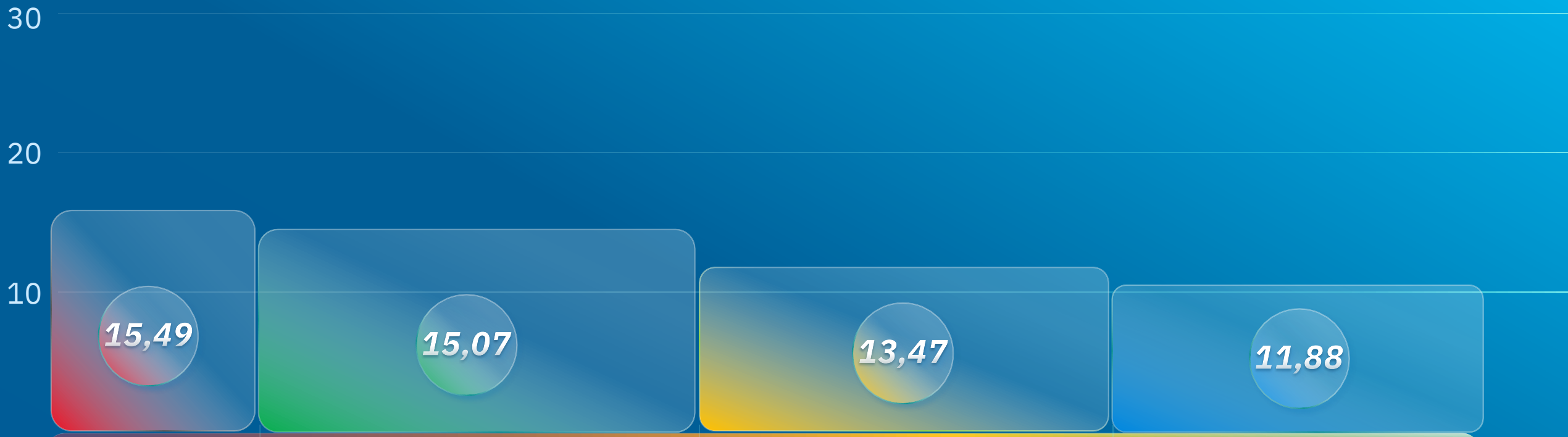
Część IV

Cztery pokolenia – pięć wniosków:

1. *Oszczędzanie daje spokój, inwestowanie budzi emocje. Każde pokolenie przeżywa je inaczej.*
2. *Millenialsi są mistrzami finansowej systematyczności. To oni najczęściej oszczędzają z planem.*
3. *Wiedza przychodzi z wiekiem, ale odporność na finansowe pułapki już nie. Najmłodsi najlepiej dostrzegają, że inwestowanie nie wymaga fortuny.*
4. *O inwestowaniu myślimy podobnie. Różni nas gotowość, by zacząć.*
5. *Starsze pokolenia często lepiej znają programy emerytalne, ale niekoniecznie częściej z nich korzystają*

Pokolenia – liczebność i indeks

Średnia = 13,86



Pokolenie Z
18-29 lat

Pokolenie Y
30-45 lat

Pokolenie X
46-61 lat

Boomers
62-84 lata

Oszczędzanie i inwestowanie: dwa różne światy skojarzeń



Podsumowanie

Oszczędzanie ma wyraźnie „bezpiecznościowy” obraz: kojarzy się z poduszką finansową, spokojem, zabezpieczeniem i przyszłością. Nie jest więc dla ludzi abstrakcyjną kategorią, lecz sposobem odzyskiwania kontroli i działań przezornościowych.

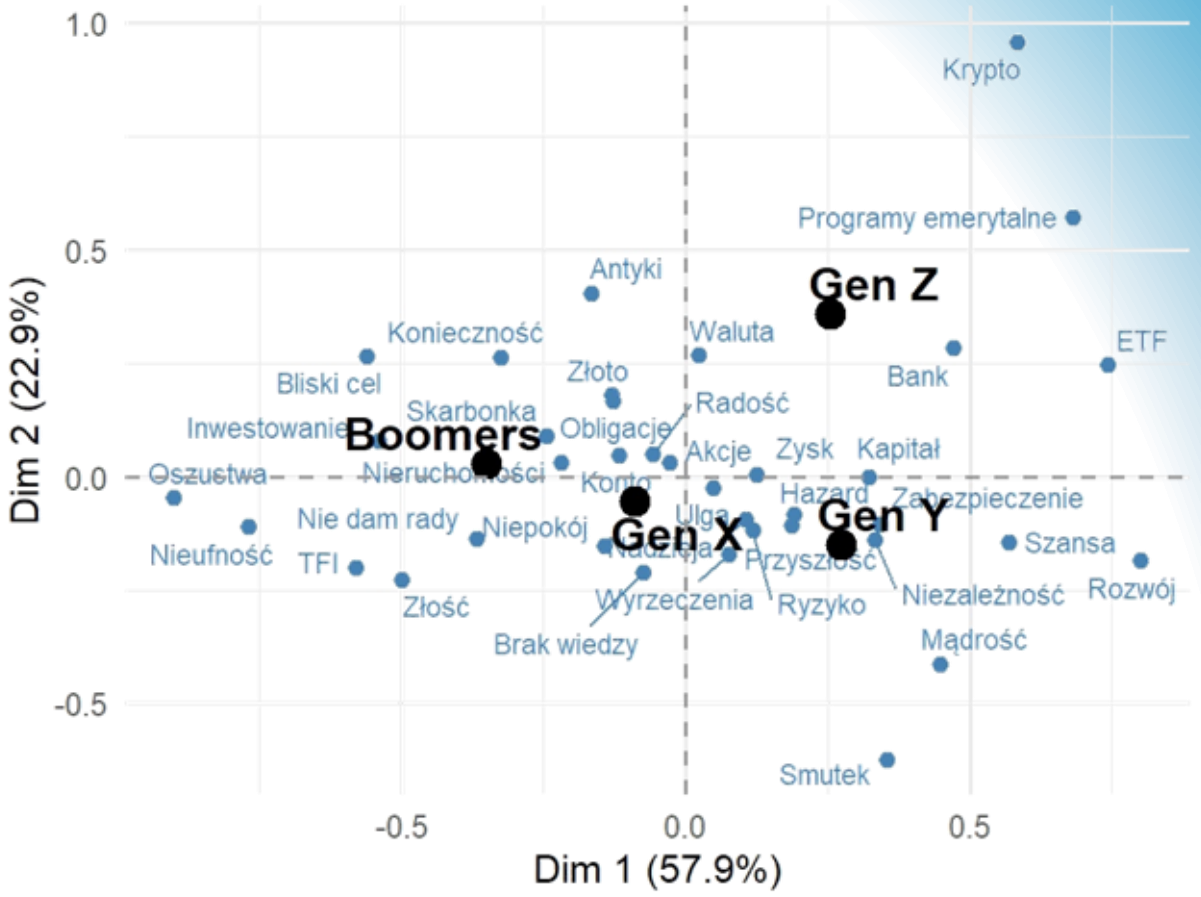
Oszczędzanie i inwestowanie: dwa różne światy skojarzeń



Podsumowanie

Inwestowanie uruchamia inny zestaw skojarzeń: obok zysku, wzrostu i akcji bardzo silnie pojawiają się ryzyko, strata i niepewność. To pokazuje, dlaczego sama zachęta do „pomnażania pieniędzy” może nie wystarczyć – trzeba równolegle oswajać ryzyko.

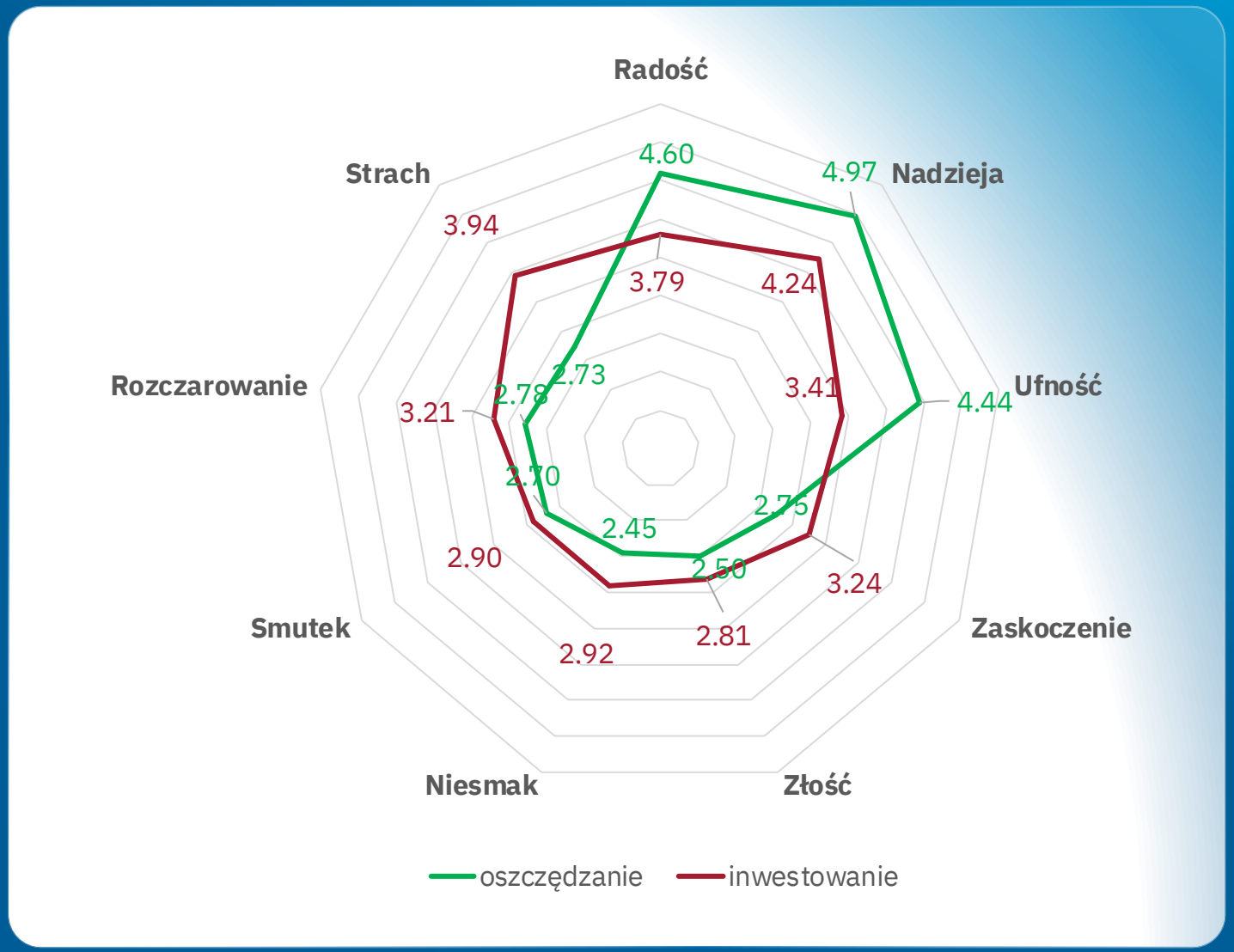
Mapa mentalnych reprezentacji inwestowania



Podsumowanie

Pokolenia różnią się nie tyle samym poziomem znajomości inwestowania, ile sposobem jego mentalnego „zakotwiczenia”. Dla Gen Z inwestowanie częściej łączy się z nowymi i bardziej dynamicznymi formami lokowania środków, takimi jak krypto, ETF-y czy programy emerytalne, podczas gdy u Boomersów silniej pojawiają się skojarzenia ostrożnościowe: oszustwa, nieufność, konieczność czy „nie dam rady”. Gen Y i Gen X lokują się bliżej centrum mapy, łącząc inwestowanie zarówno z klasycznymi instrumentami, jak i z kategoriami szansy, ryzyka, zysku oraz przyszłości.

Emocje wobec oszczędzania i inwestowania



Podsumowanie

Emocje związane z inwestowaniem organizują się wokół dwóch podstawowych wymiarów

- **Negatywne emocje (**Złość, Niesmak, Smutek, Rozczarowanie, Strach)
- **Pozytywne emocje (**Radość, Nadzieja, Ufność)

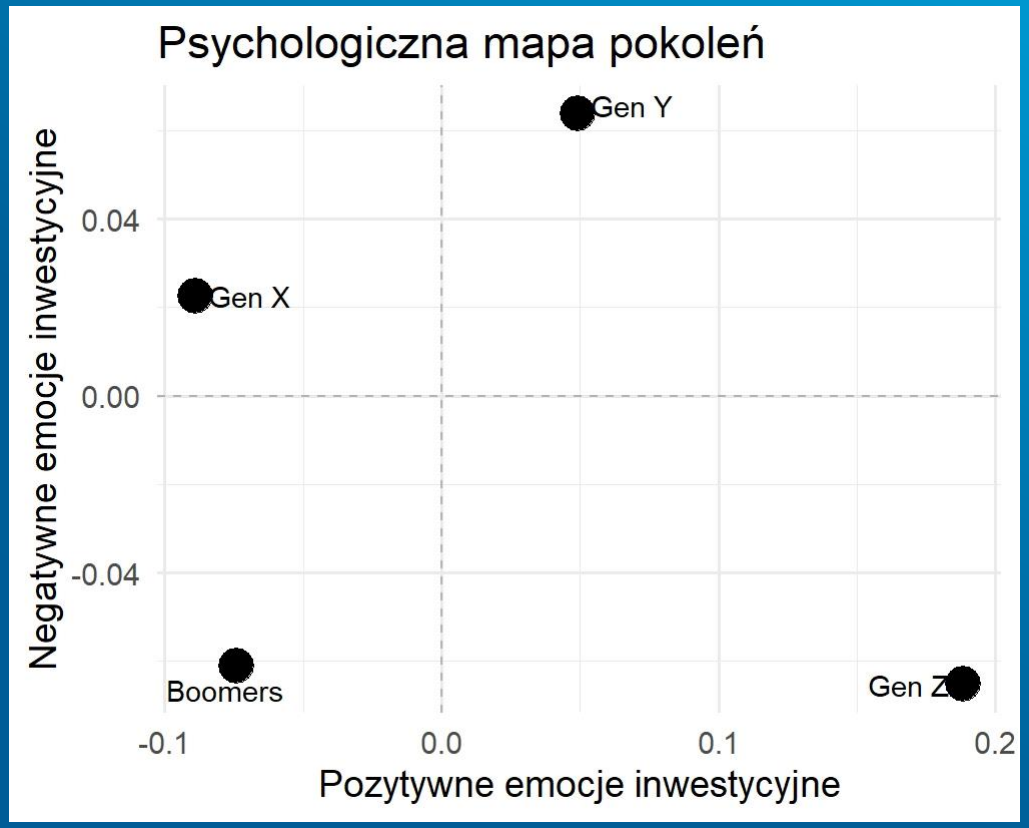
Osoby odczuwające więcej pozytywnych emocji wobec inwestowania odczuwają również nieco więcej negatywnych emocji (r = 0,30)

Wniosek

Inwestowanie nie jest emocjonalnie neutralne: budzi mniej radości, nadziei i ufności niż oszczędzanie, a jednocześnie więcej strachu.

Emocje pokoleń wobec inwestowania

umiarkowany sceptycyzm



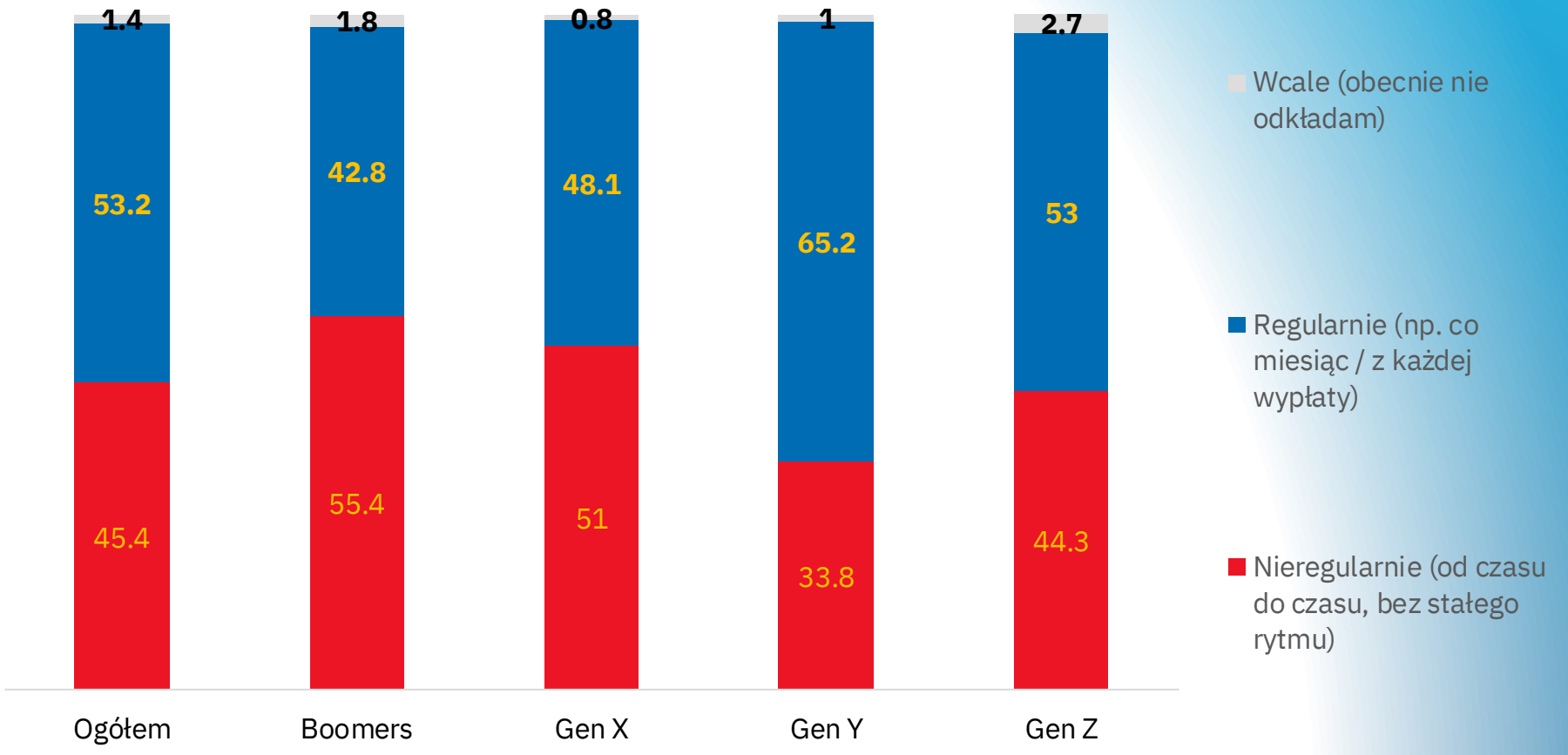
najbardziej emocjonalnie zaangażowany w inwestowanie

inwestowanie nie jest dla nich szczególnie istotnym psychologicznie obszarem

= obszarem szans (zysków), a nie zagrożeń (strat)

Największą różnicą między pokoleniami nie jest poziom strachu przed inwestowaniem, lecz stopień, w jakim inwestowanie w ogóle wywołuje emocjonalną reakcję.

Pokolenie Y wyróżnia się regularnością i planowym sposobem oszczędzania

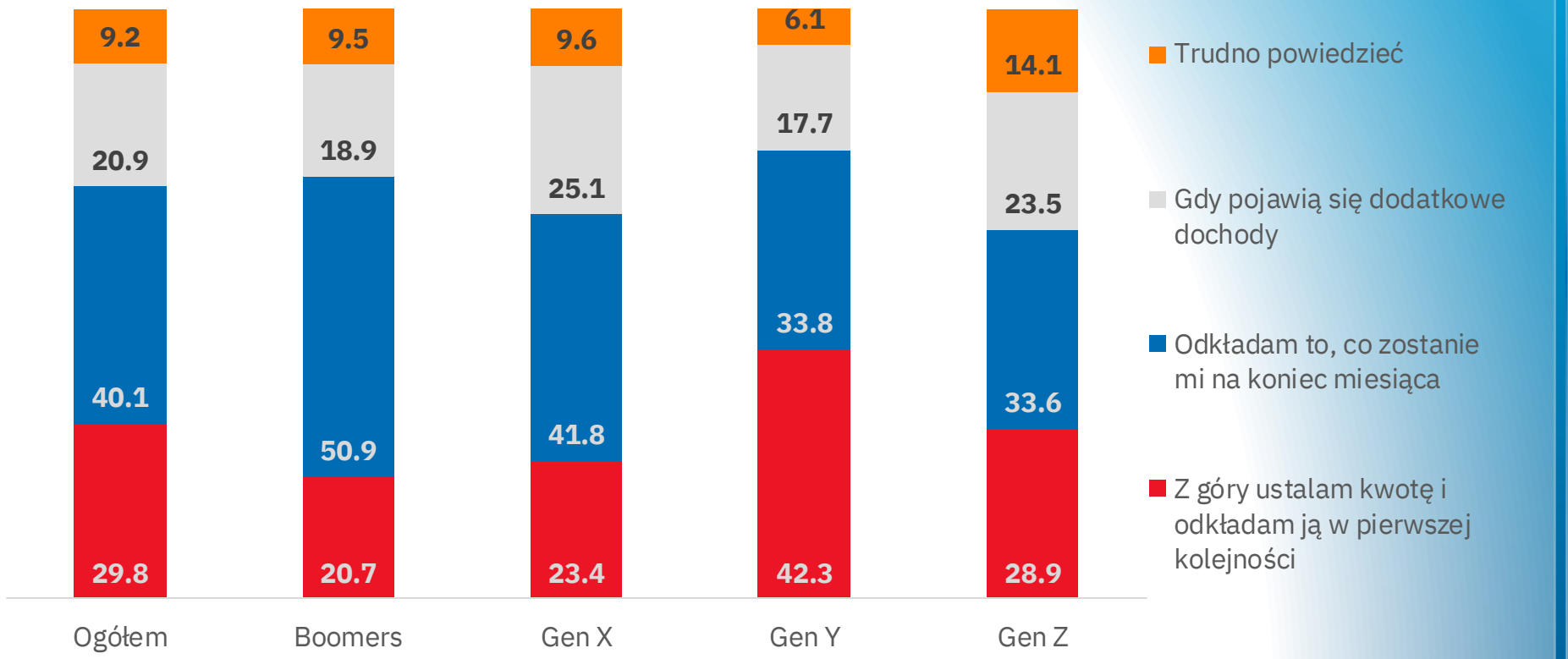


Podsumowanie

Regularność oszczędzania nie rośnie liniowo wraz z wiekiem. Najbardziej systematyczni w oszczędzaniu są przedstawiciele pokolenia Y: jego przedstawiciele deklarują regularne odkładanie pieniędzy. Boomersi i Gen X częściej oszczędzają nieregularnie, natomiast Gen Z osiąga regularność zbliżoną do średniej, ale nieco częściej w ogóle nie odkłada.

Podstawa: osoby odpowiadające na pytania o sposób odkładania, **N=903**

W jaki sposób najczęściej odkładasz pieniądze? vs. POKOLENIA

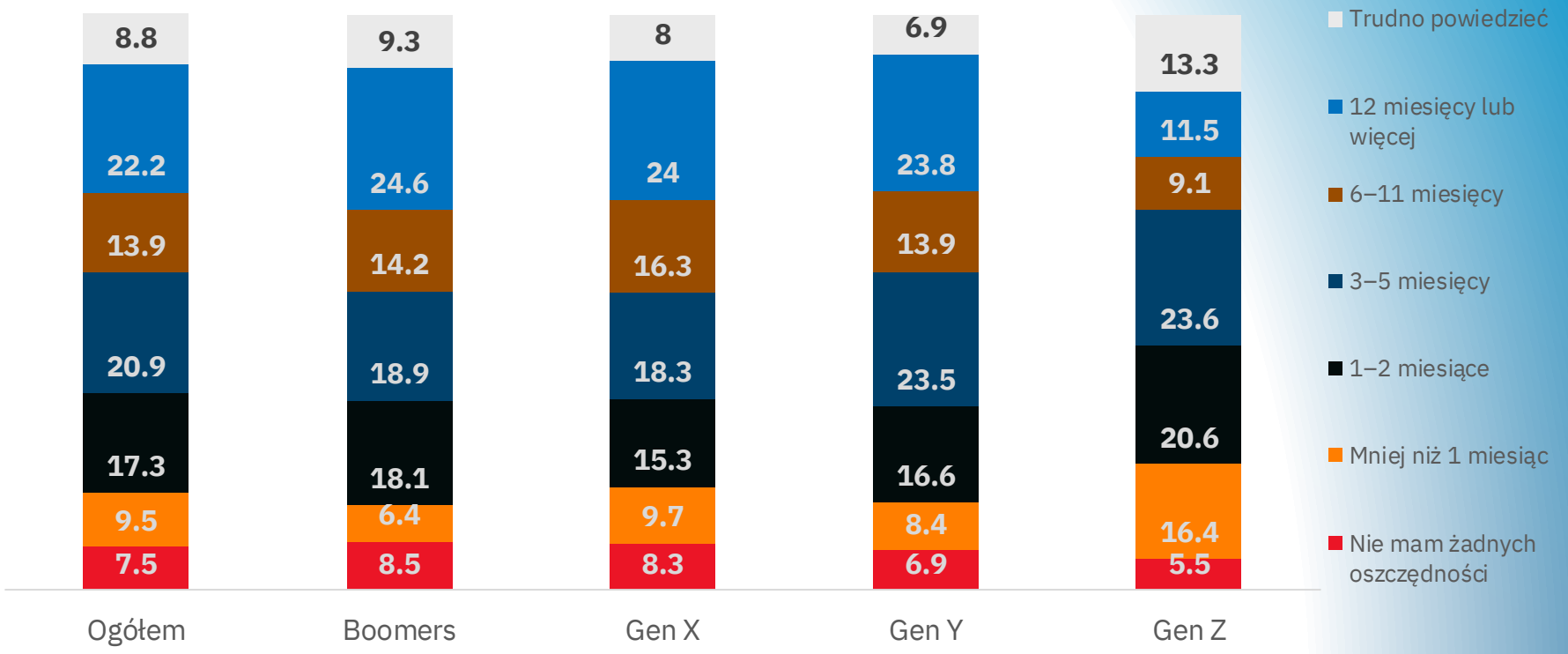


Podsumowanie

Gen Y wyróżnia się najbardziej planowym sposobem oszczędzania: 42% z nich odkłada z góry ustaloną kwotę w pierwszej kolejności. Boomersi najczęściej odkładają dopiero to, co pozostanie im na koniec miesiąca, natomiast Gen Z częściej korzysta w tym celu z dodatkowych dochodów, a także nie ma jednoznacznie określonego sposobu odkładania. Najsilniej ukształtowany nawyk „najpierw zapłać sobie” widać wśród przedstawicieli pokolenia Gen Y.

Poduszka finansowa i wartość zasobów vs. POKOLENIA

Gdybyś od jutra nie miał(a) żadnych dochodów, na ile czasu wystarczyłyby Ci Twoje oszczędności (bez pożyczania)? Podstawa: Wszyscy



Podsumowanie

Poduszka finansowa rośnie wraz z etapem życia, choć różnice między pokoleniami są umiarkowane.

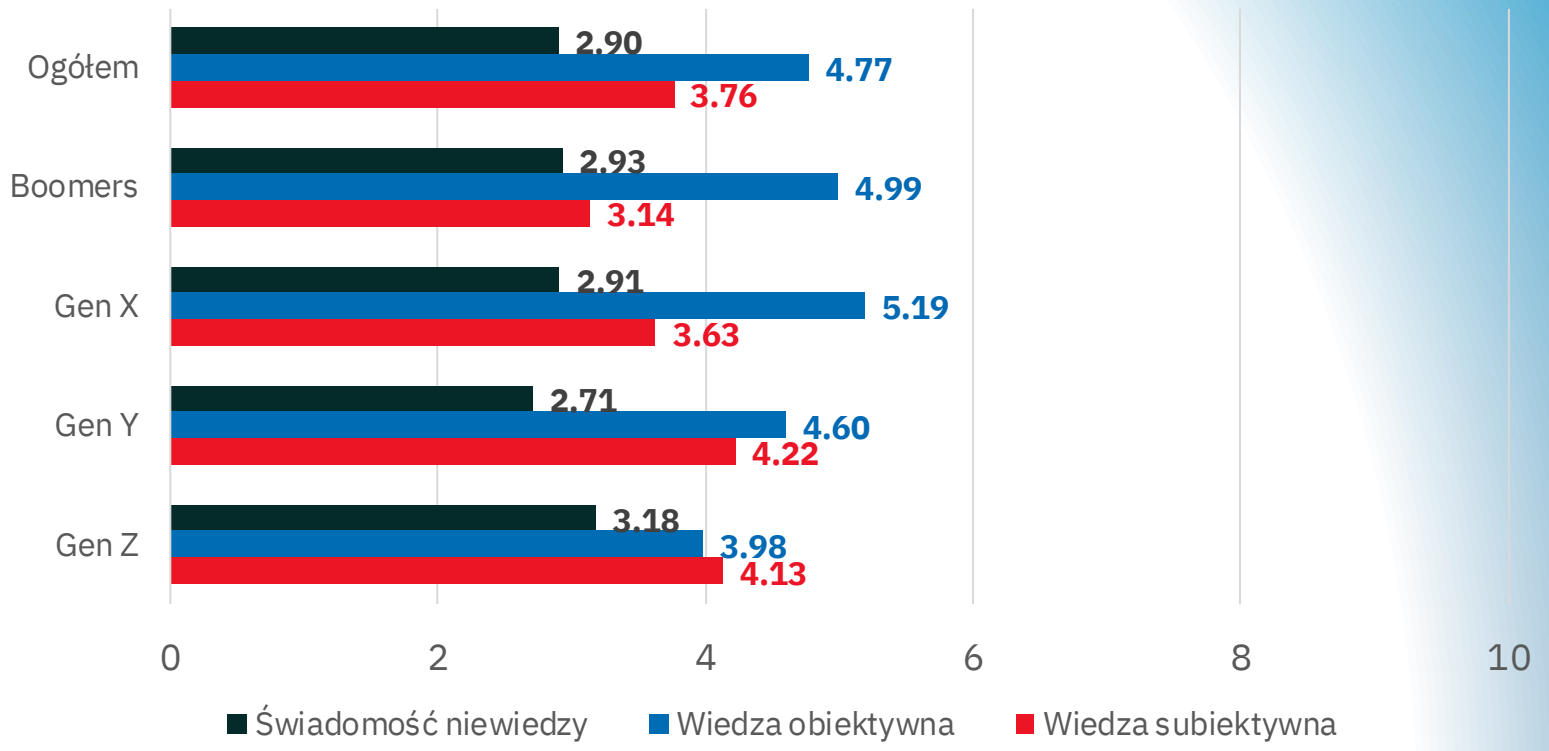
Boomers i Gen X najczęściej deklarują możliwość utrzymania się przez co najmniej rok bez dochodów, podczas gdy Gen Z częściej funkcjonuje z zabezpieczeniem nieprzekraczającym kilku miesięcy.

Wyniki sugerują, że długość poduszki finansowej jest w dużej mierze związana z etapem akumulacji majątku i cyklem życia gospodarstwa domowego.

Wiedza obiektywna i samoocena wiedzy układają się inaczej w pokoleniach

Wiedza subiektywna vs obiektywna vs świadomość niewiedzy: POKOLENIA

Podstawa: Wszyscy

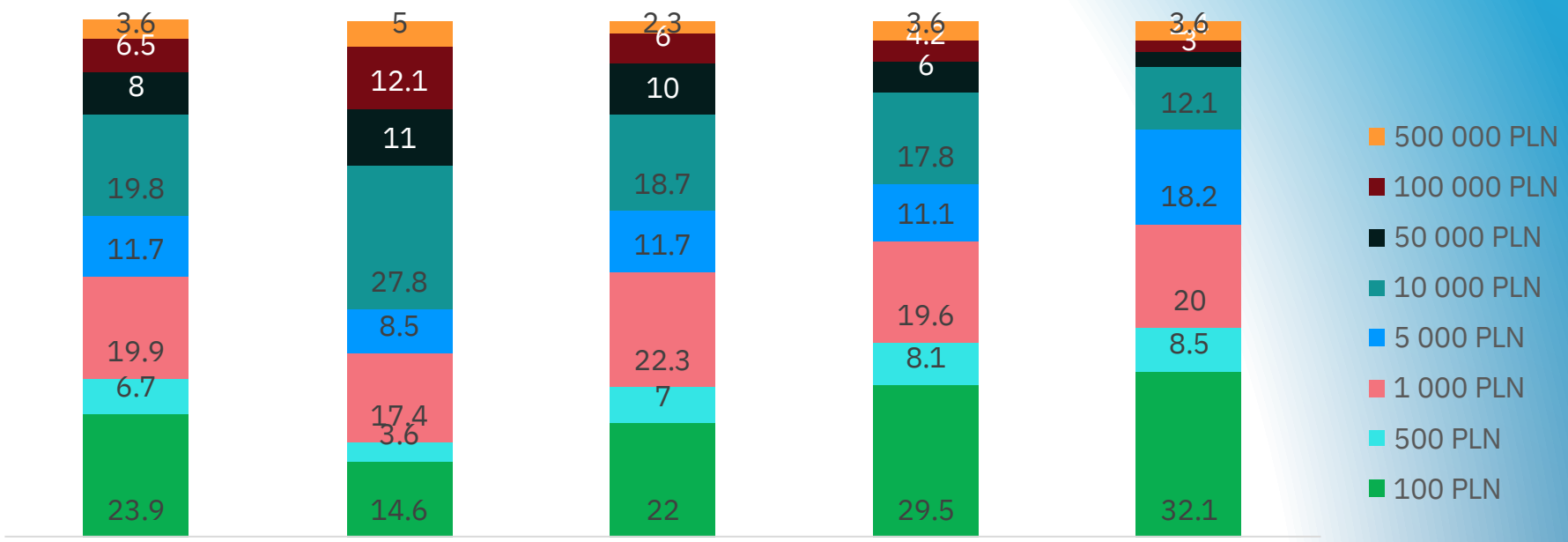


Podsumowanie

W podziale na pokolenia widać rozbieżność między wiedzą obiektywną a samooceną wiedzy. Najwyższe wyniki w teście wiedzy obiektywnej osiągają Gen X i Boomers, ale jednocześnie te grupy oceniają swoją wiedzę relatywnie ostrożnie. Z kolei Gen Z ma niższy wynik wiedzy obiektywnej, ale porównywalną lub wyższą samoocenę wiedzy niż starsze pokolenia.

Wyniki sugerują więc, że pokolenia różnią się nie tylko poziomem wiedzy finansowej, ale także sposobem jej interpretowania. U starszych badanych widoczna jest większa ostrożność w ocenie własnych kompetencji, natomiast u najmłodszych większa pewność subiektywna przy słabszym wyniku obiektywnym. Świadomość niewiedzy pozostaje obecna we wszystkich grupach, choć jej znaczenie jest nieco większe w Gen Z.

Postrzegany próg wejścia jest wyższy wśród Boomersów



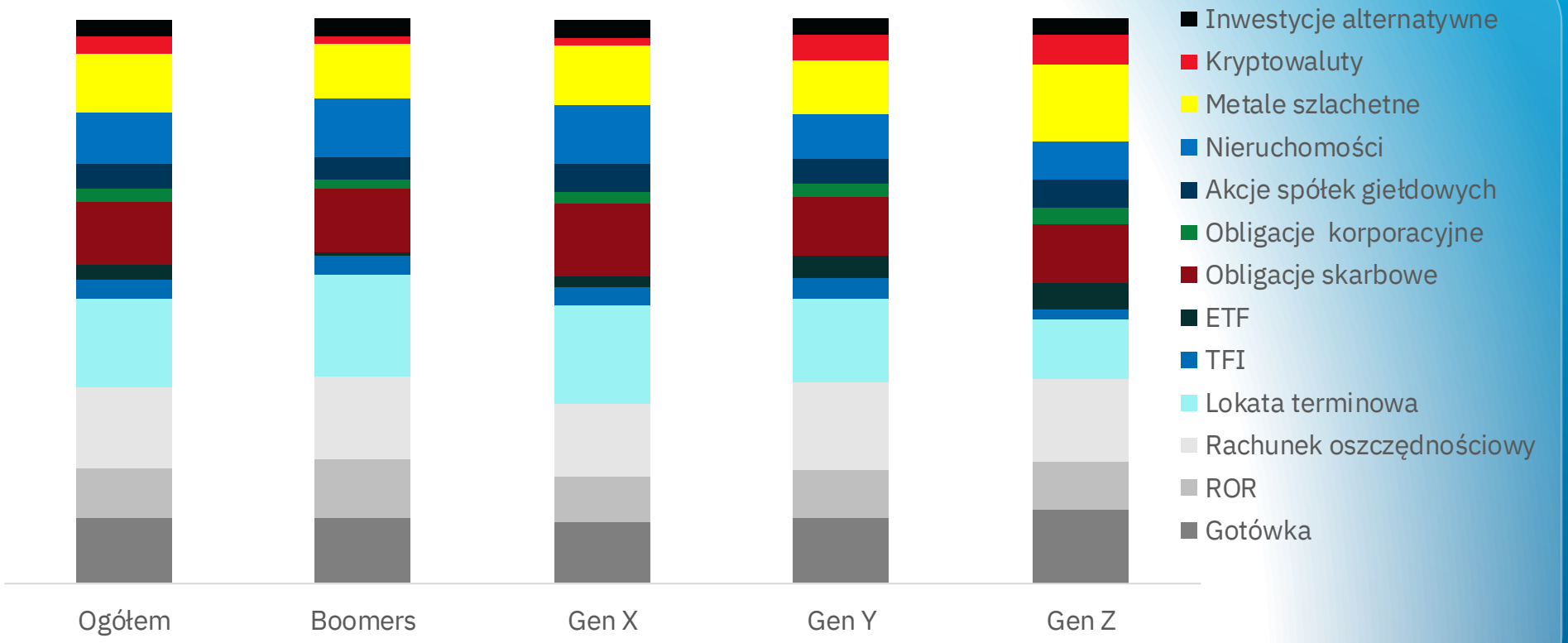
	Ogółem	Boomers	Gen X	Gen Y	Gen Z
Średnia	31 388 zł	45 936 zł	25 397 zł	27 902 zł	24 517 zł
Mediana	1 000 zł	10 000 zł	1 000 zł	1 000 zł	1 000 zł

Podsumowanie

Pokolenia różnią się przede wszystkim postrzeganą dostępnością inwestowania. Boomersi częściej uważają, że rozpoczęcie inwestowania wymaga znaczącego kapitału, podczas gdy dla przedstawicieli Gen X, Gen Y i Gen Z inwestowanie jest mentalnie dostępne już od relatywnie niewielkich kwot.

Wyniki sugerują, że wraz z młodszymi kohortami zanika przekonanie, że inwestowanie jest aktywnością wyłącznie dla osób z dużym majątkiem.

Hipotetyczny portfel vs. POKOLENIA
dane w: %



Podsumowanie

Różnice pokoleniowe dotyczą przede wszystkim wyboru instrumentów, a nie ogólnej skłonności do zabezpieczania kapitału.

Boomers / Gen X
→ lokaty, **nieruchomości**, obligacje

Gen Y
→ większa dywersyfikacja

Gen Z
→ ETF-y, kryptowaluty, **złoto**

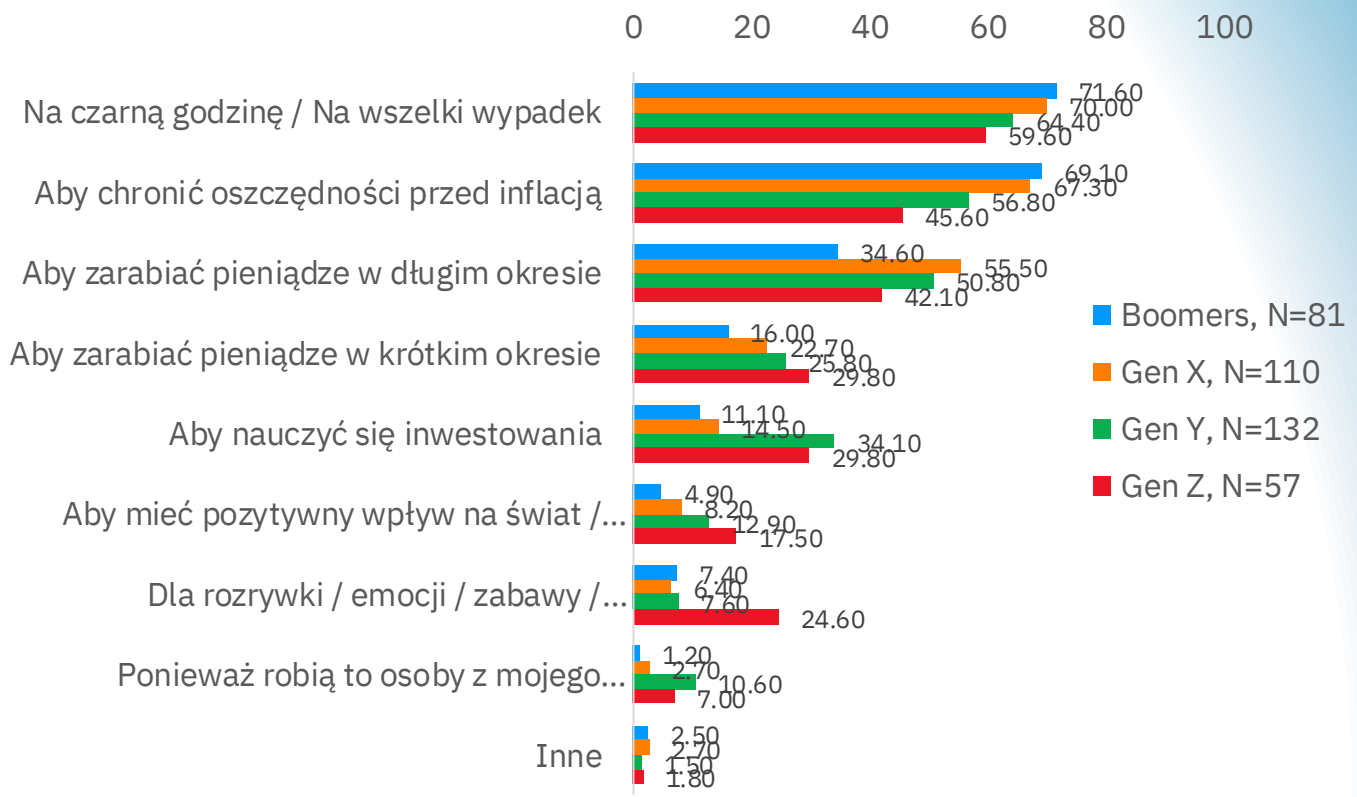
Dla Boomersów bezpieczeństwo oznacza lokatę i nieruchomość.

Dla Gen Z bezpieczeństwo może oznaczać … złoto.

Podstawa: osoby odpowiadające na pytania o sposób odkładania, **N=903**

Dlaczego Polacy inwestują? POKOLENIA

Które z poniższych stwierdzeń opisują Twoje powody inwestowania? (pytanie wielokrotnego wyboru) Podstawa: Osoby z częścią kapitału ulokowanym poza produktami bankowymi, N=380



Podsumowanie

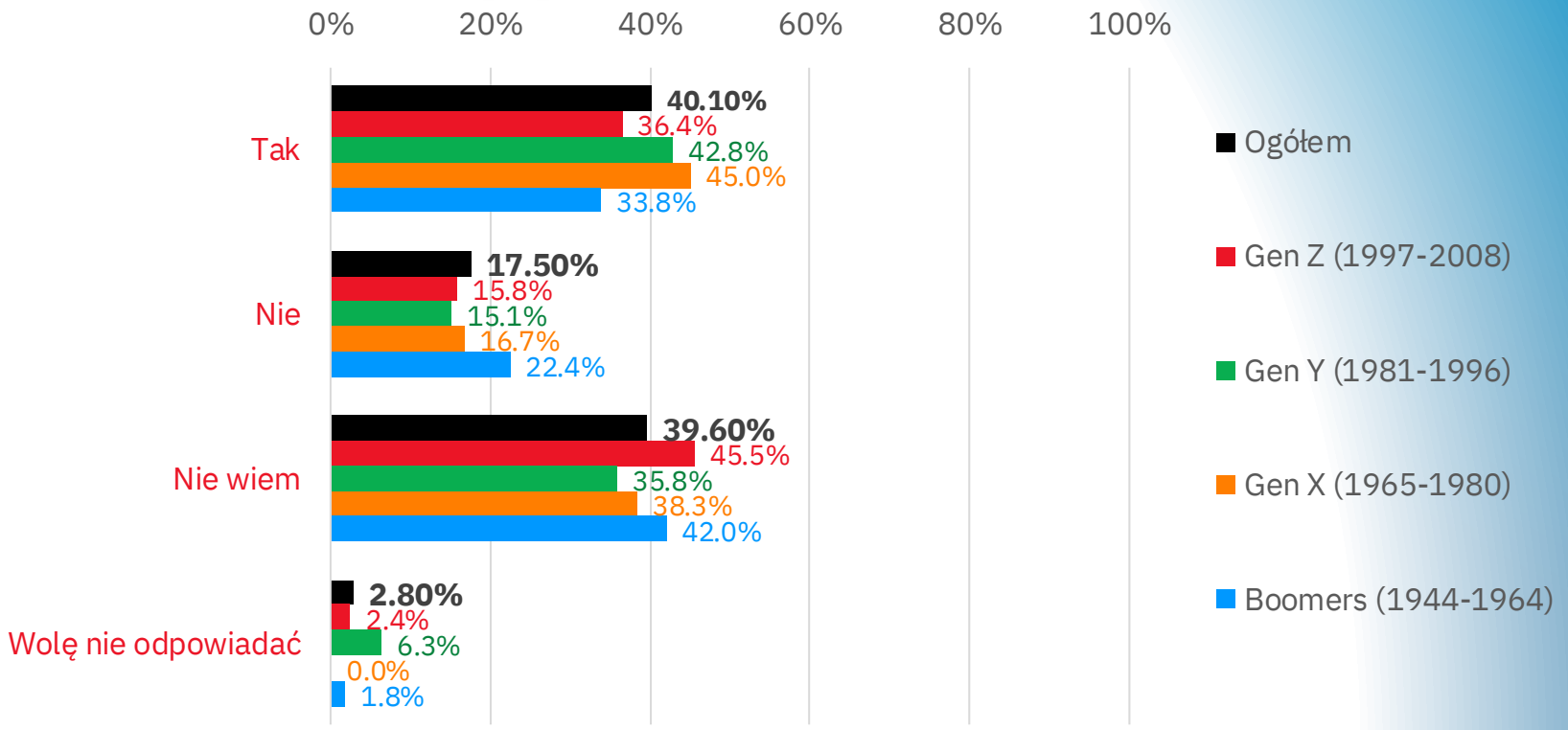
We wszystkich pokoleniach dominują motywacje ochronne: inwestowanie jest przede wszystkim sposobem zabezpieczenia się „na czarną godzinę” i ochrony oszczędności przed inflacją. Różnice pokoleniowe dotyczą głównie dodatkowych znaczeń inwestowania: starsze pokolenia częściej akcentują stabilność i długoterminowe pomnażanie kapitału, natomiast Gen Z relatywnie częściej traktuje inwestowanie jako przestrzeń nauki, krótkoterminowego zarabiania, emocji i eksperymentowania.

Obietnica „25% rocznie bez ryzyka” znajduje zainteresowanie w każdym pokoleniu

„25% rocznie bez ryzyka przez 5 lat – inwestujesz?”

POKOLENIA - Podstawa: Wszyscy, dane w: %

p<.001



Podsumowanie

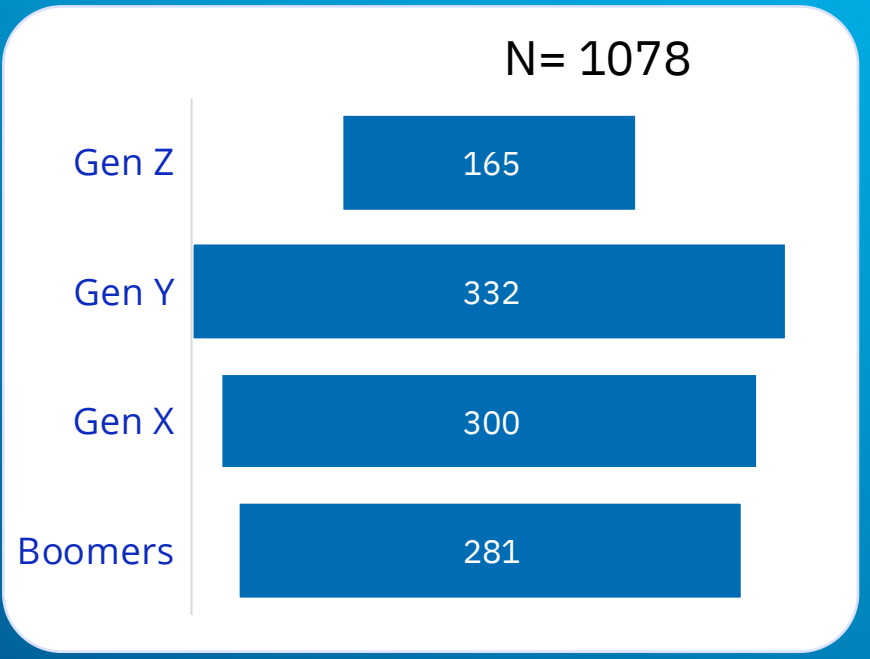
W podziale na pokolenia widać istotne różnice reakcji na obietnicę „25% rocznie bez ryzyka”, ale nie tworzą one prostego wzoru większej odporności którejś grupy wieku. We wszystkich pokoleniach duża część badanych albo deklaruje gotowość inwestowania, albo wybiera odpowiedź „nie wiem”, co oznacza, że nierealistyczna obietnica wysokiego zysku nie jest jednoznacznie odrzucana.

Gen X relatywnie częściej deklaruje gotowość inwestycji, natomiast Gen Z częściej pozostaje w niepewności. Starsze pokolenia nieco częściej odpowiadają „nie”, ale także wśród nich udział odpowiedzi „tak” i „nie wiem” pozostaje wysoki.

Wyniki sugerują więc, że praktyczna odporność na bardzo atrakcyjne, ale mało wiarygodne obietnice zysku jest problemem przekrojowym, a nie specyficznym dla jednego pokolenia.

Pokolenia różnią się bardziej intencją inwestowania niż przekonaniami na jego temat

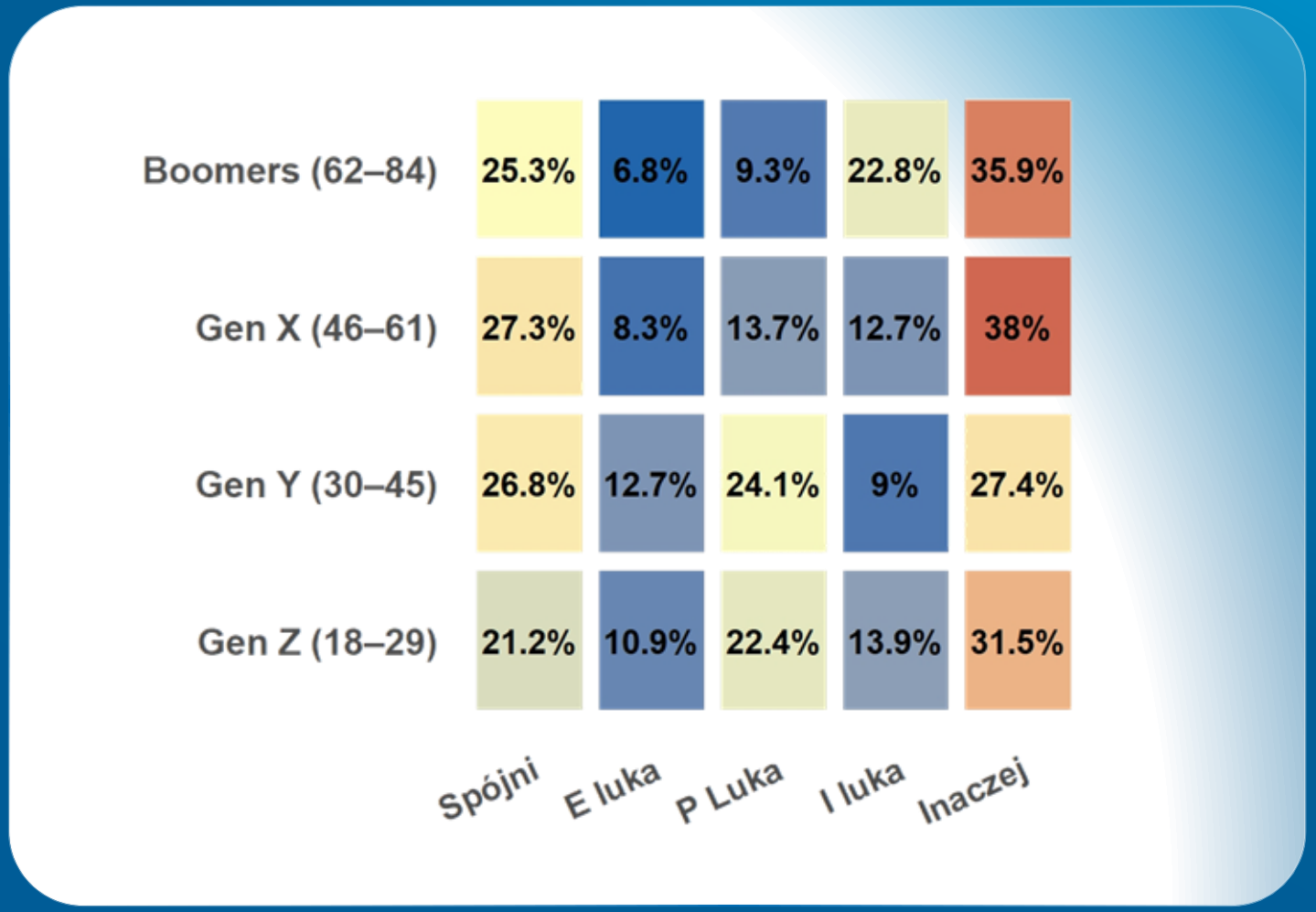
		P	E	I	INDEX
62–84 lat	Boomers, N=281	5.88	3.97	2.03	11.88
46–61lat	Gen X, N=300	6.05	4.27	3.15	13.47
30–45 lat	Gen Y, N=332	6.28	4.62	4.17	15.07
18–29 lat	Gen Z, N=165	6.24	4.89	4.36	15.49

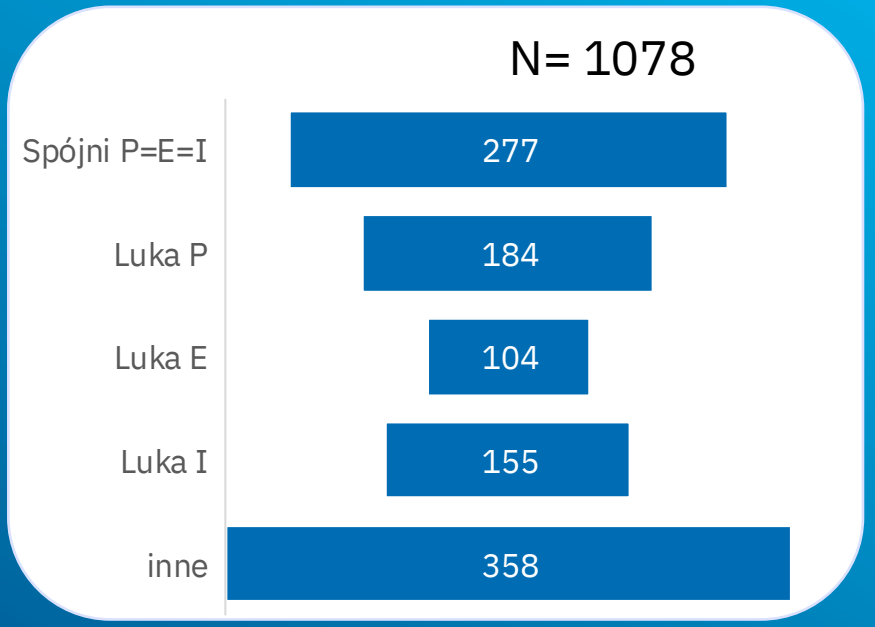


Podsumowanie

Różnice pokoleniowe dotyczą przede wszystkim gotowości do działania, a nie oceny inwestowania. Młodsze pokolenia nie tyle bardziej wierzą w inwestowanie, ile częściej przekładają pozytywne przekonania i emocje na realną intencję inwestowania.

Mają też różny stopień spójności komponentów postawy: przekonań, emocji i intencji





Podsumowanie

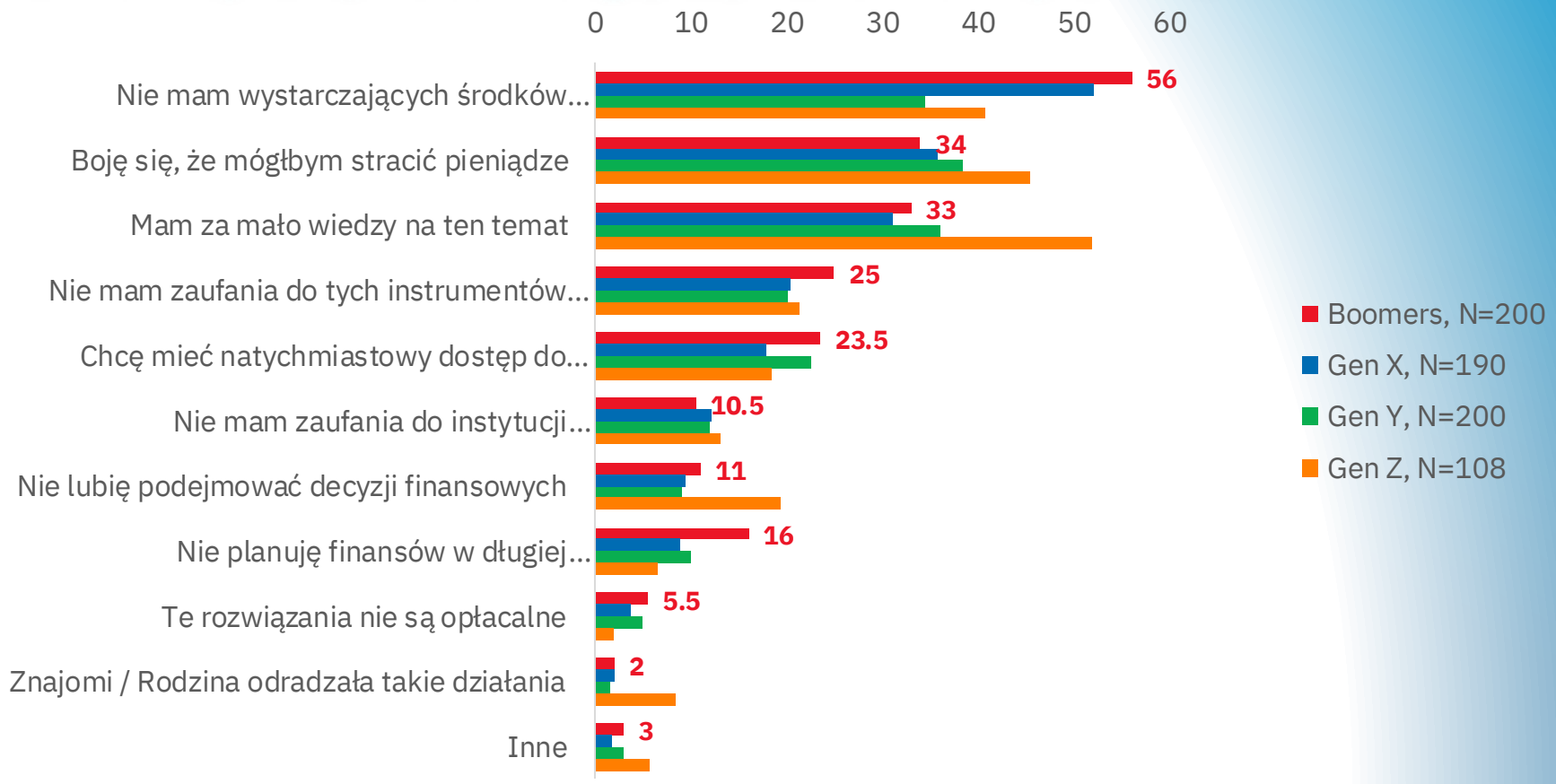
Pokolenia różnią się przede wszystkim rodzajem występującej luki psychologicznej, a nie samą spójnością postawy inwestycyjnej.

U starszych pokoleń częściej występuje luka intencyjna („wiem i akceptuję, ale nie działam"), natomiast u młodszych częściej obserwujemy lukę poznawczą („chcę inwestować, ale moje przekonania i wiedza nie są jeszcze w pełni ukształtowane"). Negatywne emocje wobec inwestowania stanowią relatywnie rzadką barierę we wszystkich grupach wiekowych.

Nieinwestujący z Gen Z najczęściej wskazują brak wiedzy i obawę przed stratą

Które z poniższych stwierdzeń posują do Twojej sytuacji? (pytanie wielokrotnego wyboru)

Podstawa: Osoby bez kapitału ulokowanego poza produktami bankowymi, N=698,



Podsumowanie

Bariery inwestowania różnią się między pokoleniami, ale we wszystkich grupach tworzą podobny zestaw: brak wystarczających środków, obawa przed stratą i poczucie zbyt małej wiedzy. U Boomersów silniej wybrzmiewają bariery związane z zasobami, zaufaniem i perspektywą planowania finansowego, natomiast u Gen Z bardziej widoczne są bariery poznawczo-emocjonalne: brak wiedzy, lęk przed stratą, niechęć do decyzji finansowych oraz wpływ otoczenia.
Wyniki pokazują więc, że brak inwestowania nie jest jednorodnym zjawiskiem. U starszych grup częściej wiąże się z ograniczeniami finansowymi i ostrożnością, a u najmłodszych — z niepewnością, niskim poczuciem kompetencji i trudnością wejścia w świat decyzji inwestycyjnych.

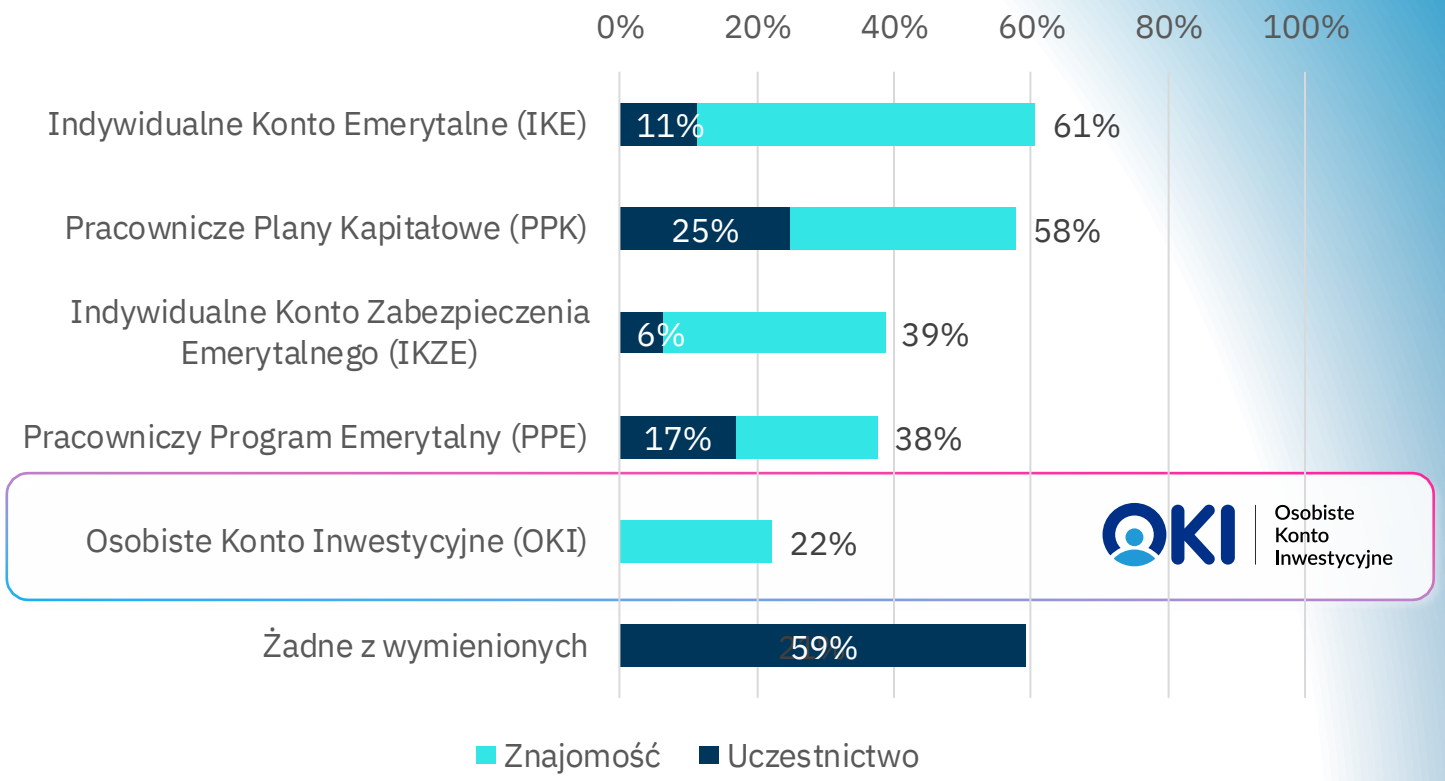
OKI | Osobiste Konto Inwestycyjne

Część V

Programy emerytalne i długoterminowe budowanie kapitału

Podstawa: Wszyscy, dane w: %

Znajomość i uczestnictwo w programach inwestycyjnych



Podsumowanie

Znajomość programów emerytalnych i inwestycyjnych jest wyraźnie wyższa niż faktyczne uczestnictwo w nich.

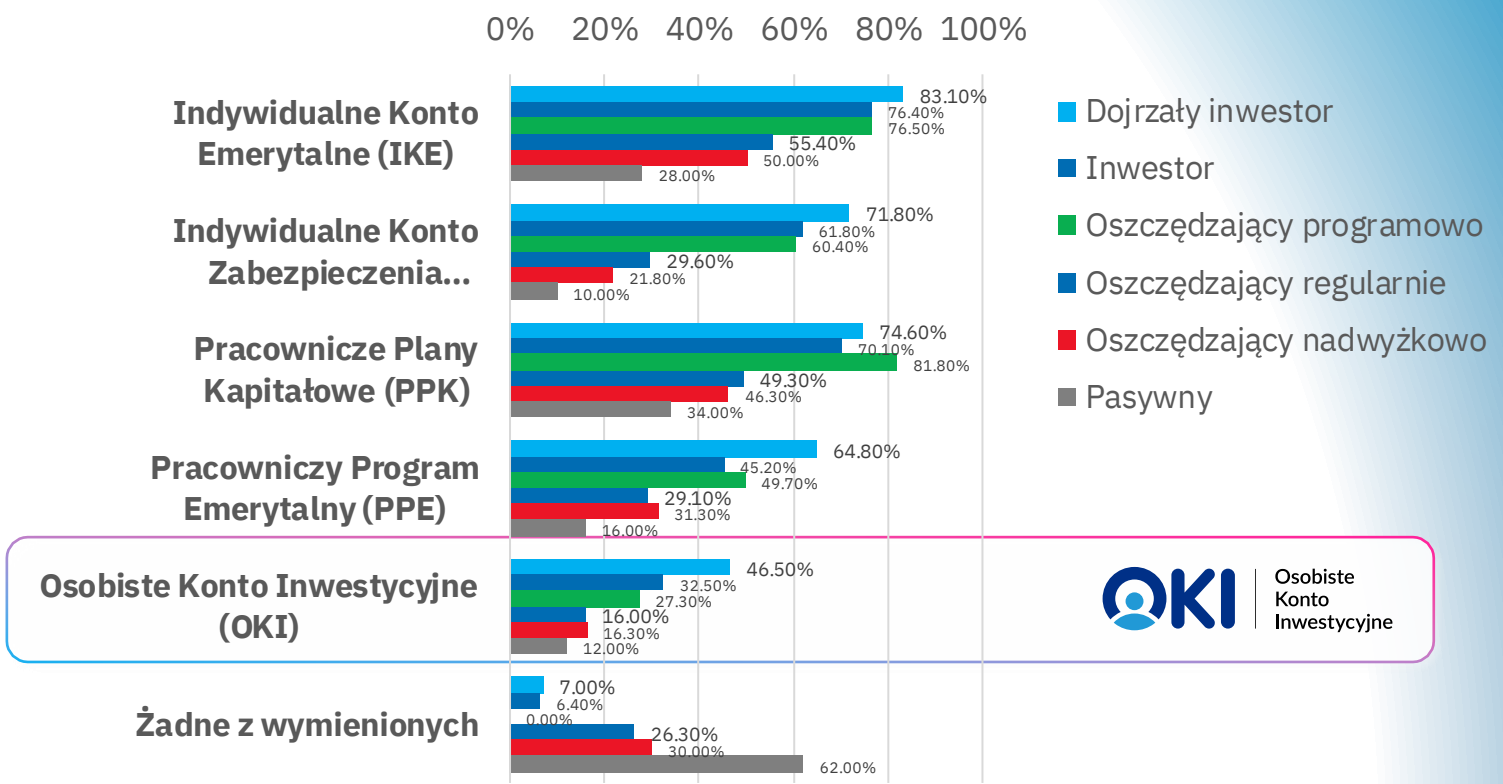
Najbardziej rozpoznawalne są IKE i PPK, jednak tylko w przypadku PPK uczestnictwo osiąga relatywnie wysoki poziom, prawdopodobnie ze względu na jego pracowniczy, częściowo automatyczny charakter.

W przypadku dobrowolnych rozwiązań indywidualnych, takich jak IKE czy IKZE, widać dużą lukę między świadomością istnienia programu a realnym korzystaniem z niego. Jednocześnie większość badanych nie uczestniczy w żadnym z wymienionych programów, co pokazuje, że długoterminowe budowanie kapitału emerytalnego pozostaje raczej praktyką mniejszościową. Dane sugerują więc, że sama znajomość nazw programów nie przekłada się automatycznie na zaangażowanie finansowe ani systematyczne oszczędzanie w tych formach.

Programy emerytalne i długoterminowe budowanie kapitału

Podstawa: Wszyscy, dane w: %

Znajomość programów inwestycyjnych - Portrety



Podsumowanie

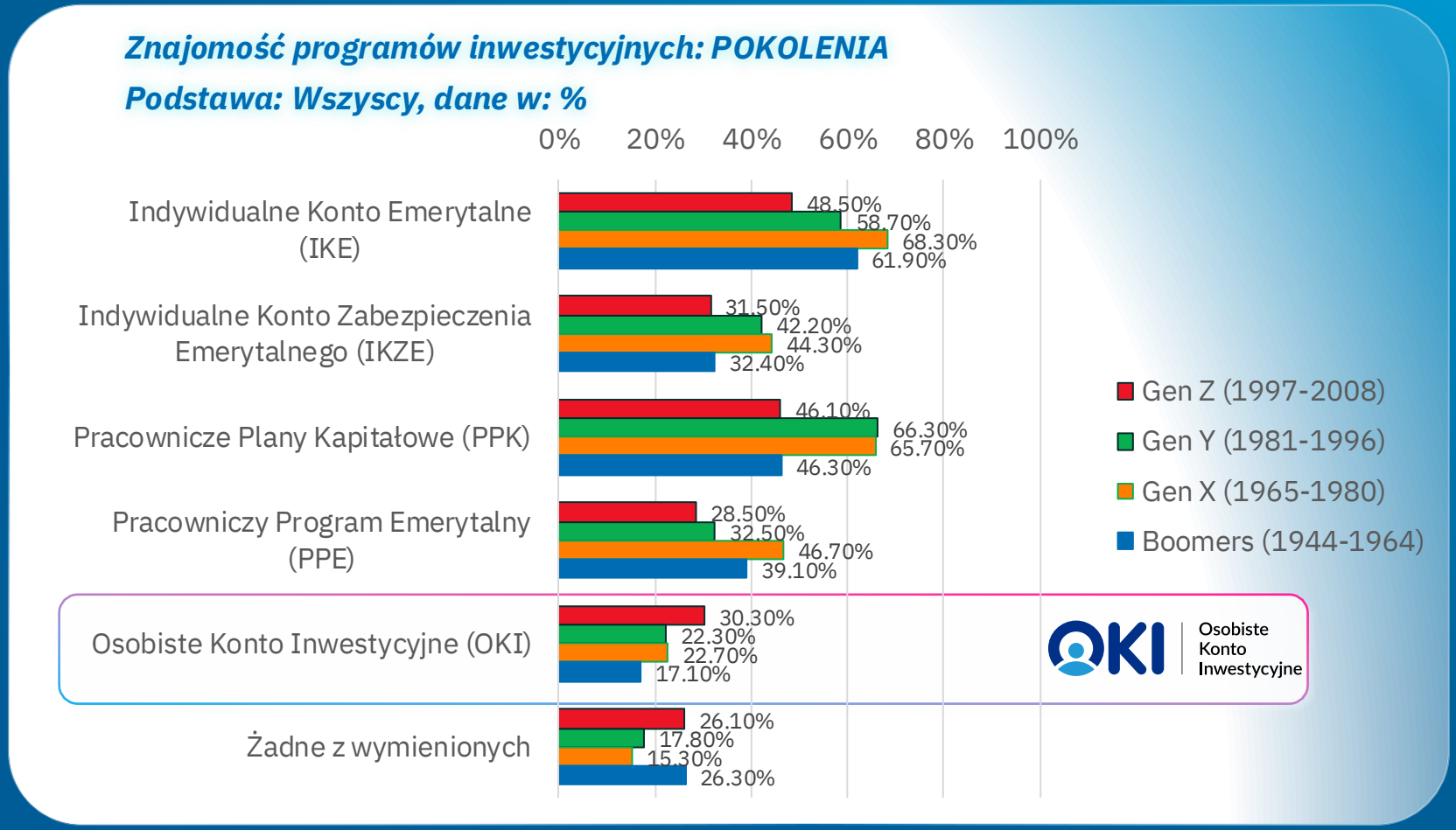
Znajomość programów emerytalnych i inwestycyjnych wyraźnie różnicuje grupy i układa się zgodnie z ich ogólnym zaawansowaniem finansowo-inwestycyjnym.

Najwyższą rozpoznawalność większości programów widać wśród dojrzałych inwestorów oraz inwestorów, natomiast w grupie osób pasywnych częściej pojawia się odpowiedź „żadne z wymienionych”.

Najbardziej znane są IKE i PPK, przy czym PPK wydaje się programem relatywnie szeroko rozpoznawalnym także poza najbardziej zaawansowanymi grupami. Słabiej zakorzenione w świadomości badanych są OKI oraz, w niektórych grupach, PPE.

Wyniki pokazują więc nie tylko różnice w uczestnictwie w rynku inwestycyjnym, ale też różnice w samej orientacji w dostępnych formach długoterminowego budowania kapitału.

W marcu 2026 nazwę OKI rozpoznawało 22,3% badanych



Podsumowanie

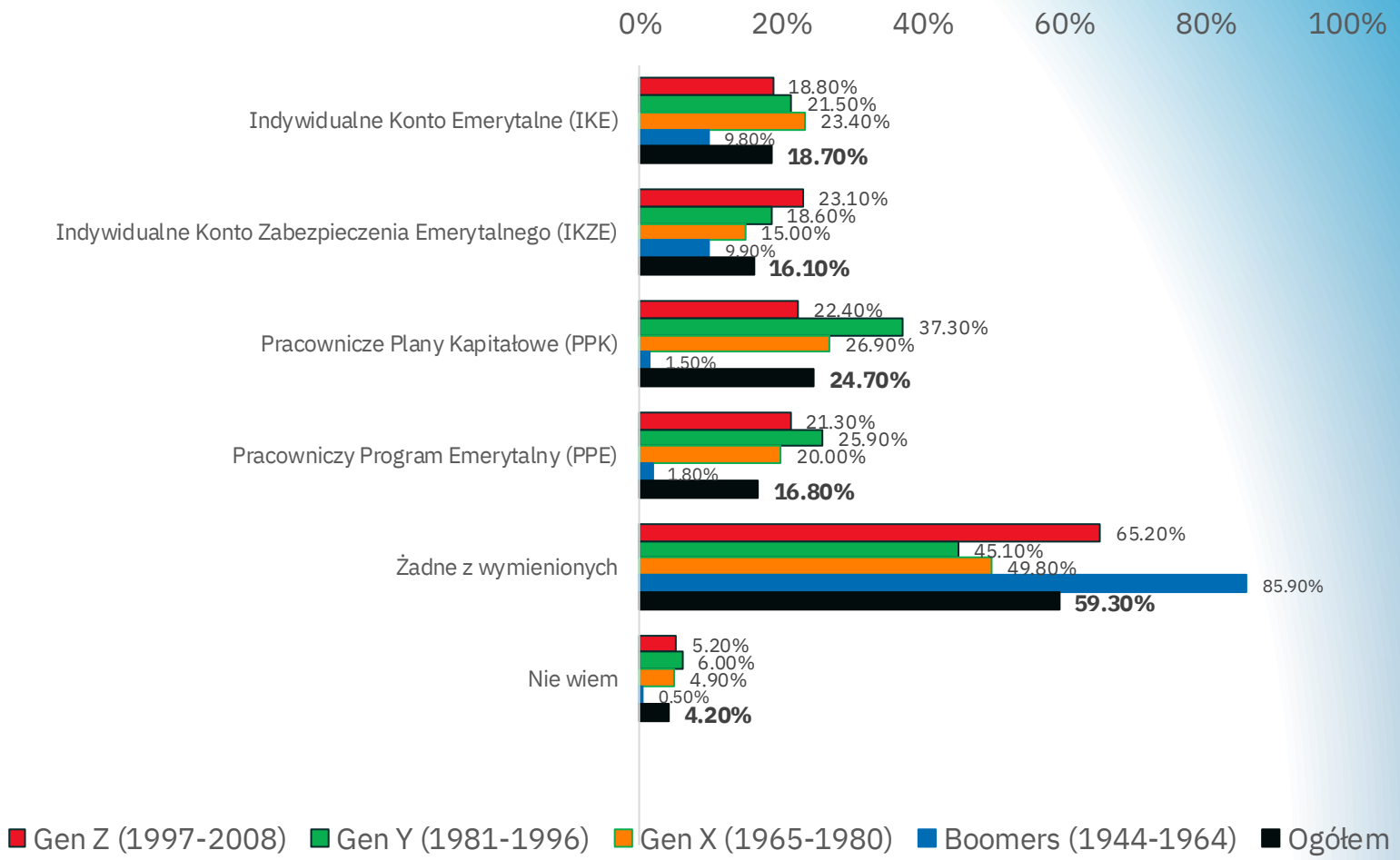
Znajomość programów emerytalnych i inwestycyjnych różni się między pokoleniami, ale nie układa się w prosty wzór „im starsi, tym większa znajomość”. Najbardziej rozpoznawalne pozostają IKE i PPK, przy czym IKE częściej wskazują pokolenia starsze i średnie, natomiast PPK jest szczególnie dobrze znane wśród Gen Y i Gen X, czyli grup silnie obecnych na rynku pracy.

W przypadku IKZE i PPE widoczna jest umiarkowana rozpoznawalność, najwyższa raczej w pokoleniach aktywnych zawodowo niż wśród najmłodszych. Z kolei OKI wyróżnia się nieco innym profilem: jest relatywnie lepiej rozpoznawane przez Gen Z niż przez starsze grupy, co może wskazywać na większą podatność najmłodszych na nowsze lub silniej obecne w komunikacji publicznej nazwy produktów. Odpowiedź „żadne z wymienionych” częściej pojawia się na krańcach struktury pokoleniowej, zwłaszcza wśród najmłodszych i najstarszych badanych.

Programy emerytalne i długoterminowe budowanie kapitału

Uczestnictwo w programach inwestycyjnych: POKOLENIA

Podstawa: Wszyscy, dane w: %



Podsumowanie

Uczestnictwo w programach inwestycyjno-emerytalnych wyraźnie różni się między pokoleniami.

Najsilniej wyróżnia się pokolenie Boomers, w którym dominuje odpowiedź „żadne z wymienionych”, a udział w PPK i PPE jest bardzo niski. Można to wiązać z innym etapem aktywności zawodowej oraz mniejszą ekspozycją na programy pracownicze.
Gen Y i Gen X częściej uczestniczą w rozwiązaniach pracowniczych, zwłaszcza PPK, co sugeruje, że jest to silnie związane z ich aktualnym funkcjonowaniem na rynku pracy. W przypadku Gen Z widoczny jest z kolei relatywnie wyższy udział w rozwiązaniach indywidualnych, takich jak IKE i IKZE, ale jednocześnie nadal wysoki pozostaje odsetek osób niewskazujących żadnego programu.

Ogólnie dane pokazują, że uczestnictwo w długoterminowym budowaniu kapitału nie jest równomiernie rozłożone między pokoleniami i zależy zarówno od wieku, jak i od typu programu.

Podsumowanie i rekomendacje

Część VII

Jak można wspierać świadome inwestowanie?

1. Sama zachęta do inwestowania może nie wystarczyć. Deklarowane bariery obejmują środki finansowe, wiedzę, obawę przed stratą i potrzebę dostępności pieniędzy.
2. Mała kwota obniża tylko jeden z progów wejścia. Pozostają pytania: „czy rozumiem produkt?”, „czy akceptuję ryzyko?” i „czy mogę przeznaczyć te środki na dłużej?”.
3. Edukacja powinna obejmować ocenę konkretnych ofert. Znajomość pojęć i wyższe wykształcenie nie oznaczają automatycznego odrzucenia nierealistycznej obietnicy zysku.
4. Przynależność do pokolenia jest punktem wyjścia do komunikacji. Dobór wsparcia wymaga także uwzględnienia zachowań, doświadczenia i sytuacji finansowej.
5. Celem jest decyzja adekwatna do możliwości i potrzeb. Dla części osób pierwszym krokiem będzie inwestowanie, dla innych budowanie zabezpieczenia finansowego.

Dwa wyzwania: gotowość do działania i jakość decyzji

Większa gotowość nie zawsze idzie w parze z większą wiedzą. Gen Z ma najwyższy poziom intencji, ale najniższy wynik testu wiedzy.

Wyższa wiedza nie oznacza większej ostrożności wobec konkretnej oferty. Gen X najlepiej wypada w teście, a zarazem najczęściej deklaruje zainteresowanie „25% rocznie bez ryzyka”.



25%

“Zysk bez ryzyka”

Naiwność nie ma numeru PESEL

Nierealistyczna obietnica zysku bez ryzyka kusi przedstawicieli każdego pokolenia.

#rynek pracy

Na emeryturze od 2006/2011
Do 25% rynku pracy

#mood

.prl
.patriotyzm, jedność, wolność
.lojalność i mało zmian pracodawcy
.cierpliwi

#media

Prasa i TV
Facebook, YouTube, LinkedIn

#influ

Marka z tradycją
i reputacją
Wysoka waga rekomendacji

1945 - 1964

Baby Boomers

#inwestowanie:

- Ochrona kapitału. Główny cel to obrona przed inflacją.
- Klasyczne bezpieczeństwo. Dominacja lokat bankowych i nieruchomości.
- Brak zaufania. Silna obawa przed oszustwem i instytucjami.
- Wysoki próg wejścia. Przekonanie o konieczności posiadania dużego majątku.



9 mln
22,8%

62-84 lata

#rynek pracy

Wiodąca rola w grupie menedżerskiej
33% aktywnych zawodowo Polaków
Pierwszy emeryt w 2030

#media

Internet (www,e-mail), TV, sms,
Facebook, YouTube, LinkedIn

#mood

."klucz na szyi"
.dobrobyt, adaptacja & praca
.transformacja do gospodarki rynkowej
.MTV

#influ

Marka z historią
Sprawdzone produkty
Wysoka waga rekomendacji
Patrzą na celebrytów

1965 - 1980



8 mln
20,6%

46-61 lat

#inwestowanie:

- Wysokie kompetencje. Najwyższa wiedza obiektywna w badaniu.
- Niedocenianie możliwości. Zbyt ostrożna samoocena własnych sił.
- Patriotyzm inwestycyjny. 76% środków lokowanych na rynku krajowym.
- Ochrona majątku. Duży bufor finansowy, ale potrzeba dywersyfikacji.

#rynek pracy

Główna część rynku pracy – 35%
Pierwszy emeryt w 2040

#influ

Średnia waga marki
Ważniejsza autentyczność i wartości
Bardzo wysoka waga rekomendacji
Patrzą na rówieśników i influencerów

#media

Internet (content marketing),
Instagram, Facebook, YouTube

#mood

.dzieci „helikopterowych rodziców”
.doświadczenie ponad posiadanie
.cyfrowość

1981 - 1996

y

8 mln
20,8%

30-45 lata

#inwestowanie:

- Mistrzowie planowania. Silny nawyk systematycznego odkładania.
- Płacenie sobie. 42% odkłada środki w pierwszej kolejności.
- Inwestowanie programowe. Wysokie uczestnictwo w mechanizmach PPK.
- Emocjonalne zaangażowanie. Rynek jako przestrzeń szansy i rozwoju.

#mood

.digital natives
.Wysoka świadomość społeczna i ekologiczna
.Wysoka wrażliwość
.silny wpływ pandemii i wojny w Ukrainie
.indywidualizm, roszczeniowość

#influ

Średnia waga marki
Ważna autentyczność
Ważne zaangażowanie w kwestie społeczne i środowiskowe
Bardzo wysoka waga rekomendacji i influencerów

#rynek pracy

20% rynku pracy
Pierwszy emeryt w 2057

#media

TikTok, Instagram, Snapchat
Influencerzy

1997 - 2012

Z

#inwestowanie:

- Gotowość do działania. Najwyższy Indeks Postawy Inwestycyjnej (15,49).
- Nowa definicja bezpieczeństwa. Otwartość na fundusze ETF i kryptowaluty.
- Nieskalibrowana pewność. Wysoka samoocena przy najniższej wiedzy obiektywnej.
- Paraliż decyzyjny. Blokujący lęk przed stratą i presją otoczenia.



9 mln
23,7%

18-29 lat


KOZMINSKI UNIVERSITY
VIG
C-Quadrat
Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych
Inwestoskop.pl