

Consumers' Financial Literacy in Poland – the Research and the Resulting Conclusions Wiedza finansowa konsumentów w Polsce – badania i wnioski	
Nazwa/tytuł	
Typ zasobu	artykuł
Autor (zy), redaktor (zy) * lub instytucja	Andrzej Bień, Łukasz Gębski
Nazwa czasopisma lub wydawca lub instytucja badawcza/ sprawcza	Journal of Banking and Financial Economics
Rok wydania (publikacji)	2024
Rodzaj dostępu	otwarty (Open Access)
Link do zasobu w wersji elektronicznej	https://press.wz.uw.edu.pl/cgi/viewcontent.cgi?article=1120&context=jbfe
Notka bibliograficzna do cytowania	Bień, A., & Gębski, Ł. (2024). <i>Consumers' Financial Literacy in Poland-the Research and the Resulting Conclusions</i> . Journal of Banking & Financial Economics, 1 (21).
Słowa kluczowe	wiedza finansowa; Finanse behawioralne; Błędy poznawcze konsumentów; Kredyty; Produkty finansowe; Usługi finansowe
Język publikacji	angielski
Zasięg przestrzenny badań	Polska (świat)
Podstawowy rodzaj i poziom edukacji, do jakiej odnoszą się badania	→ edukacja pozaformalna – dorośli → edukacja nieformalna – dorośli
Streszczenie (opis wyników badań)	Artykuł porusza zagadnienia związane z wiedzą finansową konsumentów w Polsce, wskazując na ograniczoną skuteczność działań edukacyjnych oraz wysoki odsetek błędnych decyzji finansowych. Autorzy zauważają, że wysoka samoocena wiedzy finansowej nie znajduje potwierdzenia w praktyce, a popełniane błędy wynikają nie tylko z braku wiedzy, lecz także z cech osobowości i sposobu postrzegania rzeczywistości. W 2023 roku przeprowadzono ankietowe badanie online na reprezentatywnej próbie dorosłych Polaków (N=1003), które miało za zadanie zdiagnozować wiedzę i umiejętności finansowe Polaków. Następnie przeprowadzone przez autorów badanie porównano do wyników polskich i zagranicznych badań w tym zakresie. Oprócz samooceny, uwzględniono pytania weryfikujące praktyczną wiedzę i zachowania konsumentów na rynku finansowym. Wyniki potwierdziły, że mimo deklarowanej wiedzy i doświadczenia w korzystaniu z produktów i usług finansowych, konsumenci popełniają istotne błędy, takie jak brak analizy umów kredytowych, nieporównywanie ofert finansowych oraz przeszacowanie swojej wiedzy. Artykuł podkreśla konieczność zwiększenia ochrony instytucjonalnej na rynku finansowym oraz identyfikuje luki edukacyjne. Analiza interakcji między wiedzą, doświadczeniem a praktyką na rynku finansowym wskazuje kierunki dalszych badań nad wpływem heurystyk na zachowania konsumentów oraz ich związkiem z poziomem wiedzy i ochroną instytucjonalną.
Dodatkowa materiały, informacje i uwagi	

* zgodnie z przyjętymi założeniami nie podaje się stopni i tytułów naukowych autorów

