

Edukacja ekonomiczna dziewczynek i chłopców w polskich domach

– czy matki i ojcowie edukują
w ten sam sposób?

RAPORT Z BADANIA ILOŚCIOWEGO
CZERWIEC 2022



Partnerzy projektu



Współpraca merytoryczna



Edukacja ekonomiczna dziewczynek i chłopców w polskich domach

Można wymienić trzy kluczowe obszary zdrowia wpływające na jakość naszego życia – zdrowie fizyczne, psychiczne i finansowe. Choć zazwyczaj znacznie więcej uwagi poświęca się dwóm pierwszym, to ostatnie lata pandemii, a później miesiące rosnących stóp procentowych i wysokiej inflacji pokazały, że zdrowia finansowego nie wolno nam lekceważyć.

Podstawą zdrowego funkcjonowania finansowego są odpowiednie postawy, przekonania oraz nawyki połączone z wiedzą i umiejętnościami w tym zakresie. Nabywamy je przez całe życie w procesie edukacji ekonomicznej już od najmłodszych lat i to właśnie najwcześniejsze doświadczenia stanowią fundament zdrowia finansowego w dorosłym życiu lub jego brak.

Dzieci i młodzież uczą się zarządzania pieniędzmi, podpatrując zachowania i słuchając innych ludzi oraz podejmując swoje własne decyzje finansowe. Dlatego rola rodziców w tym procesie jest kluczowa. Dostarczają oni bowiem informacji, stają się wzorcem postaw, przekonań i zachowań finansowych oraz regulują możliwość zdobywania własnych doświadczeń konsumenckich przez dziecko. Interesujące jest jednak, jak realizują te zadania matki i ojcowie oraz czy można wskazać znaczące różnice między ich działaniami edukacyjnymi wobec córek i synów.

Mimo upływu lat i zmian społecznych oraz kulturowych w Polsce wciąż silne są stereotypy ról społecznych kobiet i mężczyzn, które przypisują płciom różne kompetencje w zakresie zarządzania finansami. Są one powielane w mediach i znajdują odzwierciedlenie w postawach, przekonaniach i zachowaniach wielu rodziców wobec ich córek i synów. Pojawia się pytanie – czy wobec tego rodzi-

ce inaczej edukują finansowo córki i synów, czym wzmacniają stereotypy, czy też im przeciwdziałają?

Biorąc pod uwagę wyżej wymienione kwestie, przeprowadziliśmy badanie, którego nadrzędnym celem było przyjrzenie się zagadnieniu edukacji ekonomicznej w polskich domach i sprawdzenie, czy proces socjalizacji ekonomicznej przebiega inaczej, gdy w świat finansów wprowadzany jest chłopiec, niż gdy dotyczy to dziewczynki oraz na ile sposób socjalizowania dzieci zależy od płci rodzica i jego przekonań. Badanie przeprowadzono z udziałem reprezentatywnej ogólnopolskiej próby 745 matek i ojców dzieci w wieku od 7 do 12 lat.

Uzyskane wyniki pokazały, że niemal wszystkie polskie dzieci otrzymują w domach jakąś formę edukacji ekonomicznej, która wykracza poza przypadkową obserwację rodziców w czasie czynności konsumenckich. Jednocześnie zaobserwowano różnice w edukacji dziewczynek i chłopców oraz w zachowaniach edukacyjnych matek i ojców. Należy podkreślić, iż wciąż przynajmniej część rodziców wzmacnia swoimi zachowaniami stereotypy ról płciowych, co zdaje się szczególnie ważnym wnioskiem z przedstawianych badań.



*Anna Bichta
Prezes
Fundacja Rozwoju
Społeczeństwa Wiedzy
Think!*

Edukacja ekonomiczna dziewczynek i chłopców w polskich domach

ING Bank Śląski oraz powołana przez bank Fundacja ING Dzieciom od wielu lat wyrównują nierówności społeczne, zwiększając szanse dzieci na lepszy start w dorosłość. Umiejętność postępowania z pieniędzmi jest jedną z kluczowych życiowych kompetencji, dlatego tak ważnym elementem naszych działań jest edukacja finansowa najmłodszych.

Mądre zarządzanie finansami to niezbędny warunek wzrastania dzieci w stabilności i bezpieczeństwie. Możliwość rozwijania talentów i zainteresowań, dzięki którym staną się spełnionymi dorosłymi zaczyna się od drobnych decyzji dotyczących codziennych wydatków, planowania i oszczędzania. Samodzielności i odpowiedzialności nie można nauczać poprzez samą rozmowę, ważne są dobre praktyki.

Edukacja finansowa to priorytet działań wolontariuszy ING, którzy doskonale rozumieją, że ta wiedza procentuje w dorosłym życiu. W ramach programu grantowego Dobry Pomysł wolontariusze ING organizują akcje w swoich lokalnych społecznościach, odwiedzają szpitale, szkoły i przedszkola, gdzie podczas kreatywnych warsztatów zaznajamiają dzieci w zasadami prowadzenia konta bankowego i oszczędzania.

Na stronach internetowych ING znajdują się poradniki na temat edukacji finansowej dla rodziców i gry dla dzieci uczące zarządzania pieniędzmi. Jedną z nich

jest gra edukacyjna MIASTO ING. To nowoczesny i przyjazny sposób zdobywania wiedzy finansowej przez młodych.

ING Bank Śląski jest pierwszym bankiem, który ze swoją grą edukacyjną pojawił się na platformie Roblox. Gra polega na zarabianiu pieniędzy poprzez wykonywanie zadań i pokonywanie wyzwań oraz na robieniu zakupów i oczywiście na oszczędzaniu. Wszystkie decyzje młody gracz podejmuje dokładnie tak samo jak w codziennym, prawdziwym życiu.

Poważne traktowanie dzieci, dawanie im zaufania i warunków do podejmowania samodzielnych decyzji kształtuje ich pewność siebie. Niewielkie kwoty kieszonkowego, którymi dzieci mogą dysponować, przy wsparciu dorosłych, uczą dobrego gospodarowania pieniędzmi. Dlatego wprowadzamy dzieci w świat finansów już od najmłodszych lat.



*Joanna Dymna-Oszek
Dyrektor Biura Zarządu
ING Banku Śląskiego
Prezes Fundacji ING Dzieciom*

CELE BADANIA

Nadrzędnym celem badania było sprawdzenie, jak przebiega proces socjalizacji ekonomicznej realizowany przez matki i ojców w polskich domach i czy wygląda on inaczej, gdy socjalizowany jest chłopiec, od tego, gdy w świat finansów wprowadzana jest dziewczynka.

PYTANIA BADAWCZE

Niniejsze badanie miało na celu w szczególności odpowiedzieć na poniższe pytania badawcze:

1. Jak wygląda edukacja ekonomiczna w polskich domach?
2. Czy edukacja ekonomiczna chłopców i dziewczynek rozpoczyna się w tym samym momencie?
3. Czy rozmowy o finansach przeprowadzane są tak samo, gdy rozmówcą jest chłopiec lub dziewczynka?
4. Czy rodzicom towarzyszą niewspierające przekonania względem socjalizacji dziewczynek w porównaniu z przekonaniem do socjalizacji chłopców i czy te przekonania utrwalają stereotypy płci?
5. Czy sposoby/techniki/narzędzia edukacji ekonomicznej wykorzystywane podczas socjalizacji chłopców i dziewczynek są takie same?
6. Czy różnice w socjalizacji ekonomicznej chłopców i dziewczynek są obserwowane zarówno wśród matek, jak i ojców?

PRÓBA

Badanie przeprowadzono z udziałem reprezentatywnej ogólnopolskiej próby 745 matek i ojców dzieci w wieku od 7 do 12 lat.

TECHNIKA ZBIERANIA DANYCH

Badanie zostało zrealizowane techniką CAWI (Computer Assisted Web Interview) na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna.

TERMIN REALIZACJI BADANIA

Czerwiec 2022 r.

WIEDZA EKONOMICZNA RODZICÓW I UMIEJĘTNOŚĆ JEJ PRZEKAZANIA DZIECIOM – SAMOCENA

Ojcowie oceniają swoją wiedzę z zakresu finansów i ekonomii lepiej niż matki. Niemal 60% ojców ocenia ją jako co najmniej „raczej dobrą”, podczas gdy wśród matek tego zdania jest 29% osób. Oceniana przez rodziców ich zdolność do przekazywania wiedzy z zakresu finansów i ekonomii swoim dzieciom jest na podobnym poziomie u matek i ojców – połowa rodziców uznaje własne umiejętności w tym zakresie za co najmniej „raczej dobre”.

W przypadku wiedzy dotyczącej świadomej i rozważnej konsumpcji postrzegana wiedza matek i ojców jest na podobnym poziomie – ok. 60 % rodziców obu płci ocenia własną wiedzę w tym zakresie jako co najmniej „raczej dobrą”. Jednocześnie rodzice wyżej oceniają swoje umiejętności przekazania wiedzy konsumenckiej niż finansowej. Prawie 70% matek i niemal 60% ojców ocenia je jako co najmniej „raczej dobre”.

EDUKACJA EKONOMICZNA W DOMU

Około 73% polskich dzieci doświadcza jakiejś formy edukacji ekonomicznej w domu. W niemal równym stopniu dotyczy to dziewczynek i chłopców i to zarówno, gdy edukuje mama, jak i tata.

Zazwyczaj edukacja finansowa w domach polskich dziewczynek i chłopców rozpoczyna się chwilę po tym, gdy dziecko skończy 5 lat, przy czym to matki wcześniej niż ojcowie podejmują pierwsze próby edukacyjne.



ELEMENTY SOCJALIZACJI EKONOMICZNEJ – UCZESTNICTWO W ŻYCIU KONSUMENCKIM RODZINY

Zakupy

Niemal wszystkie dzieci mają doświadczenia w robieniu zakupów (zarówno stacjonarnych, jak i on-line) z matką i z ojcem. Dotyczy to codziennych zakupów i kupowania droższych produktów.

Połowa dzieci często robi codzienne stacjonarne zakupy z rodzicami, a co trzecie dziecko często jest obecne podczas poważniejszych zakupów w sklepach. Jednocześnie 30% dzieci często towarzyszy rodzicom przy zakupach on-line.

Dziewczynki mają nieco więcej doświadczeń zakupowych niż chłopcy, co wynika z tego, że matki częściej robią zakupy z córkami niż z synami, podczas gdy ojcowie zabierają na zakupy równie często dziewczynki i chłopców. Warto jednak zwrócić uwagę, że generalnie matki zabierają dzieci na zakupy częściej niż ojcowie.



ELEMENTY SOCJALIZACJI EKONOMICZNEJ – UCZESTNICTWO W ŻYCIU KONSUMENCKIM RODZINY

Bank i bankowość elektroniczna

Ogólnie rzecz biorąc, dziewczynki towarzyszą rodzicom przy czynnościach bankowych z podobną częstotliwością co chłopcy. Połowa dzieci towarzyszy rodzicom przy wypłatach pieniędzy z bankomatu oraz podczas stacjonarnych wizyt w banku, zaś około 70% dzieci (z 5-procentową przewagą dziewczynek) towarzyszy rodzicom przy wypłacie pieniędzy z bankomatu.

Warto zwrócić uwagę, że matki odwiedzają banki częściej z córkami niż z synami (50% vs. 41%), a niemal dwa razy więcej synów niż córek (18% vs. 10%) nigdy nie towarzyszyło matkom podczas korzystania z bankowości elektronicznej.

Jednocześnie wciąż ok. 17% dziewczynek i chłopców w wieku 7-12 lat nigdy nie było z rodzicem w oddziale banku, 13% nigdy nie towarzyszyło rodzicom podczas obsługi elektronicznego konta bankowego, a 4% dzieci nie widziało, jak rodzice wypłacają pieniądze z bankomatu.



ELEMENTY SOCJALIZACJI EKONOMICZNEJ – AKTYWNOŚCI DODATKOWE

Połowa dzieci w wieku 7-12 lat uczestniczyła w dodatkowych zajęciach z zakresu edukacji ekonomicznej, 70% grało w gry ekonomiczne, a 65% poznało chociaż jedną książkę ekonomiczną, przy czym każdorazowo dotyczy to w większym stopniu chłopców niż dziewczynek. Co więcej, to chłopcy zdobywają kolejne doświadczenia w tych aktywnościach z nieco większą częstotliwością niż dziewczynki. Odwrotny trend obserwuje się w przypadku zabawy w sklep/bank, w co częściej bawią się dziewczynki niż chłopcy.

Warto zauważyć, że książki o tematyce finansowej/konsumenckiej częściej czytają dzieciom ojcowie niż matki. Ponadto, ojcowie czytają równie często córkom i synom, podczas gdy matki częściej czytają o finansach chłopcom.

ELEMENTY SOCJALIZACJI EKONOMICZNEJ – WŁASNE DOŚWIADCZENIA, ŹRÓDŁA POSIADANYCH PIENIĘDZY

Niemal wszystkie dzieci w wieku 7-12 lat posiadają pieniądze do swojej dyspozycji. Dotyczy to 99,5% dziewczynek i chłopców. 90% dzieci otrzymuje pieniądze w postaci nieregularnych prezentów od innych członków rodziny. Co ważne, 41% dziewczynek i chłopców otrzymuje regularne kieszonkowe, a kolejne 15% otrzymuje kieszonkowe nieregularnie. Wypłacanie kieszonkowego w polskich domach zaczyna się zazwyczaj, gdy dziecko ma 6,5 roku – nie ma znaczenia, jakiej płci jest dziecko.

Niestety wciąż ponad 15% dzieci nie ma żadnych doświadczeń w zarządzaniu ograniczonym budżetem w określonym czasie, co byłoby możliwe dzięki kieszonkowemu.

ELEMENTY SOCJALIZACJI EKONOMICZNEJ – WŁASNE DOŚWIADCZENIA, WYKORZYSTANIE POSIADANYCH PIENIĘDZY

Niemal wszystkie dzieci posiadają skarbonki i z nich korzystają. Ponadto, troje na czworo dzieci ma możliwość odłożenia swoich pieniędzy na (sub)koncie bankowym rodziców, przy czym dotyczy to nieco częściej chłopców niż dziewczynek.

Około 71% dziewczynek i chłopców może samodzielnie dysponować swoimi pieniędzmi, jeśli kupują drobiazgi, zaś większe zakupy konsultuje z rodzicami. Pełną swobodę wydawania swoich pieniędzy ma jednak znacznie mniej dzieci, ok. 19% chłopców i 16% dziewczynek.

ROZMOWY O PIENIĄDZACH

Ponad połowa polskich dzieci w wieku 7-12 lat przynajmniej od czasu do czasu rozmawia z rodzicami o pieniądzu. Najczęściej podnoszonymi tematami są zagadnienia związane z oszczędzaniem, zarabianiem pieniędzy i finansami domowymi. Najrzadziej zaś rozmawia się w polskich domach o inwestowaniu, pożyczaniu pieniędzy oraz o tym, jak działają banki. Niezależnie od tematu rozmów odnoszących się do pieniędzy, zarówno matki, jak i ojcowie zaczynają je podejmować nieco przed siódmymi urodzinami synów i córek.

W rozmowy o finansach nieco częściej angażują się matki niż ojcowie. Wyjątkiem są tematy związane z inwestowaniem oraz podatkami i dobrami publicznymi np. ochrona zdrowia, oświata, usługi policji czy straży miejskiej, które w rozmowach z dziećmi częściej podnoszą ojcowie niż matki.

Regularne rozmowy na większość tematów ekonomicznych dotyczą w podobnym stopniu dziewczynek i chłopców. Wyjątkiem są rozmowy o inwestowaniu, pożyczaniu pieniędzy oraz działaniu komunikatów perswazyjnych i reklamie, które przeprowadzane są częściej z chłopcami niż dziewczynkami.

Ojcowie częściej rozmawiają z synami niż z córkami o oszczędzaniu, inwestowaniu, pożyczaniu pieniędzy i działaniu banku, zaś z córkami chętniej podnoszą tematy zasad handlu, np. tego, na czym zarabia sklep, czym jest marża, zależności między cenami a popytem na dany produkt i jego podażą. Matki natomiast chętniej rozmawiają z synami o reklamie, pożyczaniu pieniędzy, inwestowaniu i wymianie handlowej. W przypadku pozostałych tematów rodzice nie różnicują częstotliwości rozmów w zależności od płci dziecka.

Najczęściej pomijanymi tematami rozmów o finansach są podatki, inwestowanie i pożyczanie pieniędzy, zaś najczęściej podnoszonym jest temat oszczędzania, na który nie rozmawia z rodzicami tylko 3% dzieci, oraz temat zarabiania pieniędzy, pomijany w 6% polskich domów. Warto zauważyć, że tematy finansowe są częściej omijane w rozmowach z dziewczynkami niż z chłopcami.



ZACHĘCANIE DZIECKA DO ŚWIADOMEJ KONSUMPCJI I ZACHWAŃ SPRZYJAJĄCYCH ZDROWIU FINANSOWEMU

55-67% dzieci jest przez rodziców słownie zachęcanych do podejmowania w przyszłości różnych działań mających na celu zapewnienie bezpieczeństwa finansowego. Matki motywują synów i córki w podobny sposób, przy czym jeśli chodzi o zachęcanie do oszczędzania, ojcowie silniej motywują córki niż synów.

Połowa rodziców uczy dzieci świadomej konsumpcji przez doświadczenie np. porównując wspólnie z dzieckiem składy produktów czy ich gramaturę przed zakupem. Nieco częściej zachęcane są do tego dziewczynki niż chłopcy, tak przez matki, jak i ojców.

REAKCJA NA PYTANIA ZADAWANE PRZEZ DZIECKO

Polscy rodzice nie zbywają pytań dzieci o finanse. Niezależnie od tematu zadanego pytania mierzy się z nim co najmniej 95% rodziców. Zwykle ok. 40% odpowiedzi stanowi wyjaśnienie zjawiska, kolejne 40% odpowiedzi objaśniających jest wzbogaconych obrazującym je przykładem. Umożliwianie zdobycia własnych doświadczeń pojawia się najczęściej w kontekście pytań o zarabianie pieniędzy, oszczędzanie i konsumpcję.

Generalnie, zarówno matki, jak i ojcowie częściej pozwalają synom niż córkom uczyć się przez doświadczenie. Jest to szczególnie widoczne w przypadku niektórych tematów, np. zarówno matki, jak i ojcowie częściej pozwalają zdobywać synom niż córkom własne doświadczenia w zakresie finansów i bankowości oraz zarabiania pieniędzy, ojcowie są także bardziej przychylni nabywaniu własnych doświadczeń przez chłopców w zakresie oszczędzania, odkładania na procent, pożyczek i konsumpcji.

Co ciekawe, dzieci częściej pytają ojców niż matki o zagadnienia związane z finansami i bankowością oraz o kwestie związane z konsumpcją i zachowaniami konsumenckimi.

Na tle innych tematów finansowych zagadnienia podatków cieszą się najmniejszym zainteresowaniem dzieci (12% dzieci nigdy nie pytało rodziców o te kwestie).

PROŚBY ZAKUPOWE ZE STRONY DZIECKA

Prośby dzieci o zakup produktu, którego rodzice z różnych względów woleliby nie kupować, nie są przez nich zbywane. Najczęstszą reakcją na prośbę o zakup zbyt drogiego, niechcianego przez rodziców produktu lub produktu wskazywanego przez dziecko ze względu na posiadanie go przez kolegów jest odmowa i wyjaśnienie jej powodów. W jednym przypadku na pięć rodzice dyskutują z dzieckiem na temat tego, czy dany produkt jest mu potrzebny i w oparciu o wynik dyskusji podejmują decyzję o zakupie. Zachęcanie dziecka przez rodzica do samodzielnego zakupu pożądanego produktu zależy od powodu odmowy zakupu przez rodzica, ale zawsze dotyczy częściej chłopców niż dziewczynek.

REAKCJE RODZICÓW NA MARNOWANIE PIENIĘDZY PRZEZ DZIECKO

Reakcja rodziców na zachowania dzieci powodujące zniszczenie posiadanych zabawek lub marnowanie zasobów (np. bezrefleksyjne zużywanie wody, energii elektrycznej) w około 70% przypadków wiąże się w polskich domach z pożądanym edukacyjnie wyjaśnieniem dziecku, co złego jest w jego zachowaniu i prośbą o zmianę tego zachowania, jednak wciąż w wielu domach rodzice mówią dziecku, by zmieniło zachowanie, nie wyjaśniając przyczyn, a w 11% domów po prostu grozi się konsekwencjami. Groźby padają częściej pod adresem synów niż córek, częściej z ust matek niż ojców. Co ciekawe, ojcowie częściej ignorują niepożądane zachowania synów niż córek, zaś córkom częściej zakazują działań bez wyjaśnień. Matki natomiast częściej wyjaśniają, na czym polega problem dziewczynkom niż chłopcom, zaś chłopcom częściej mówią, by zaprzestali zachowania bez jakichkolwiek wyjaśnień.



PRZEKONANIA I POSTAWY DOTYCZĄCE EDUKACJI EKONOMICZNEJ DZIEWCZYNEK I CHŁOPCÓW

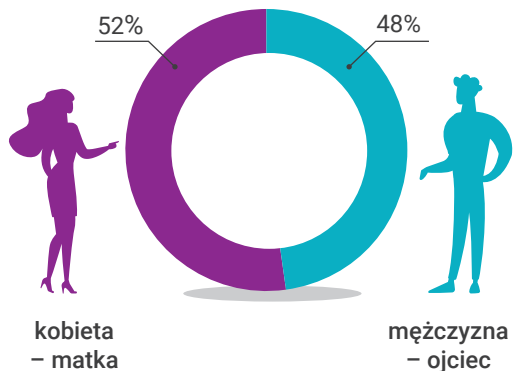
Niemal wszyscy rodzice na ogólnym poziomie uważają, że należy edukować dziewczynki i chłopców w taki sam sposób i rozpocząć edukację w tym samym momencie. Niemniej jednak wciąż 7% rodziców obu płci uważa, że dziewczynki powinny zacząć edukację wcześniej niż chłopcy.

Jednocześnie od 15 do 22% badanych (w zależności od obszaru edukacji) wskazało, że umiejętności finansowe powinny być w większym zakresie rozwijane u dziewczynek niż u chłopców. W przypadku matek niemal niezależnie od obszaru edukacji 10-11% wskazywało na konieczność nauki dziewczynek w większym zakresie niż chłopców, zaś w przypadku ojców konieczność uczenia dziewczynek w większym zakresie niż chłopców wskazywało aż 20-27% ojców.

W przypadku dziewczynek najczęściej wskazywanymi obszarami, w których zakres ich umiejętności powinien być rozwijany silniej niż u chłopców, były aspekty świadomej konsumpcji i związane z zarządzaniem budżetem domowym, a więc te stereotypowo przypisywane częściej kobietom niż mężczyznom. Natomiast w przypadku chłopców rodzice najczęściej wskazywali, że powinno się rozwijać ich kompetencje mocniej niż dziewczynek w zakresie oszczędzania, przedsiębiorczości, inwestowania i zarabiania pieniędzy, a więc w obszarach stereotypowo bliższych mężczyznom.

W dzisiejszych czasach opinia społeczna oczekuje równościowego podejścia do kobiet i mężczyzn, a co za tym idzie również do dziewczynek i chłopców. Niemal wszyscy rodzice wskazują więc takie podejście do edukacji ekonomicznej. Jednakże bardziej precyzyjne pytania oraz takie, które nie są zadawane wprost lub nie wymagają wyboru między płciami, pokazują nieco inny obraz. Wygląda na to, że przynajmniej część rodziców nie w pełni zachowuje się zgodnie z deklarowaną postawą równościową i decyduje się na inne metody, techniki, sposoby edukacji finansowej córek i synów oraz edukuje ich w różnym zakresie, powielając stereotypowy podział ról kobiety i mężczyzny w kontekście zachowań finansowych. Ponadto, wyniki przywoływanych badań pokazały, że w przypadku części rodziców ukryte, często nieuświadomiane postawy wobec edukacji dziewczynek i chłopców, budowane m.in. w oparciu o uprzedzenia, stereotypy, ale również własne akceptowane i nieakceptowane społecznie przekonania, mogą znajdować się w sprzeczności z wyrażanymi wprost postawami jawnymi.

Płeć respondentów



Wiek

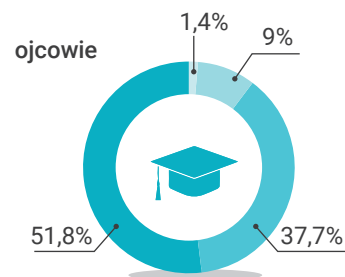
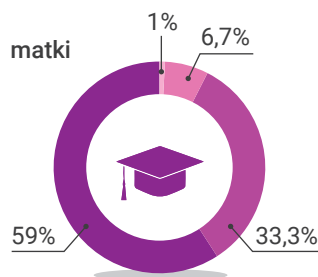
matka

26-59 lat; **średnia 38,04 lat** (SD: 5,62)

ojciec

27-67 lat; **średnia 40,72 lat** (SD: 6,45)

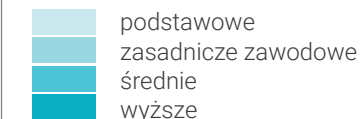
Wykształcenie



matki



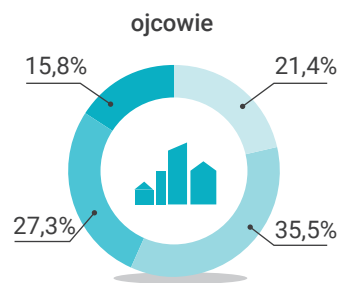
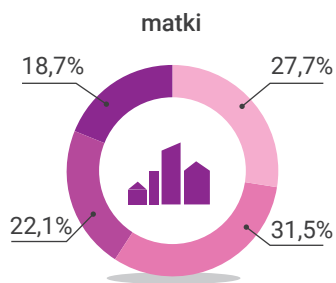
ojcowie



W badaniu wzięło udział 390 matek i 355 ojców dzieci w wieku od 7 do 12 lat.

Badane matki nie różniły się istotnie statystycznie od badanych ojców pod względem wieku, wykształcenia i wielkości miejscowości zamieszkania.

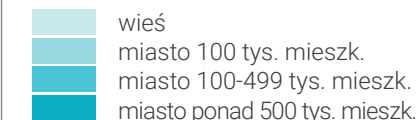
Wielkość miejscowości zamieszkania



matki

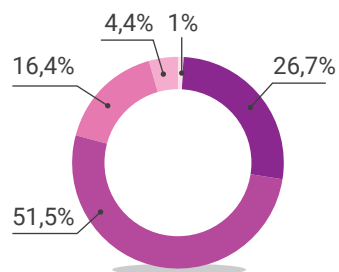


ojcowie

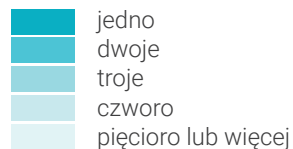
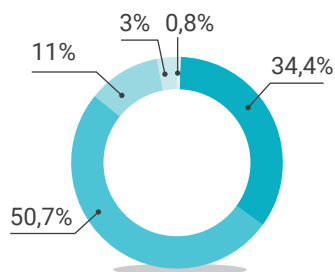


Liczba posiadanych dzieci

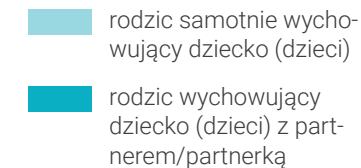
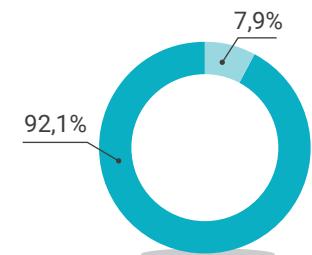
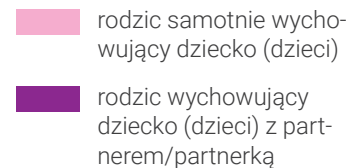
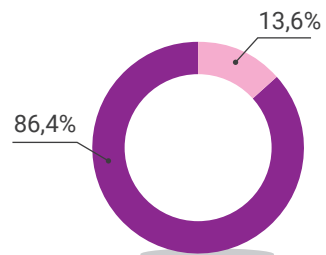
Liczba dzieci – matka



Liczba dzieci – ojciec



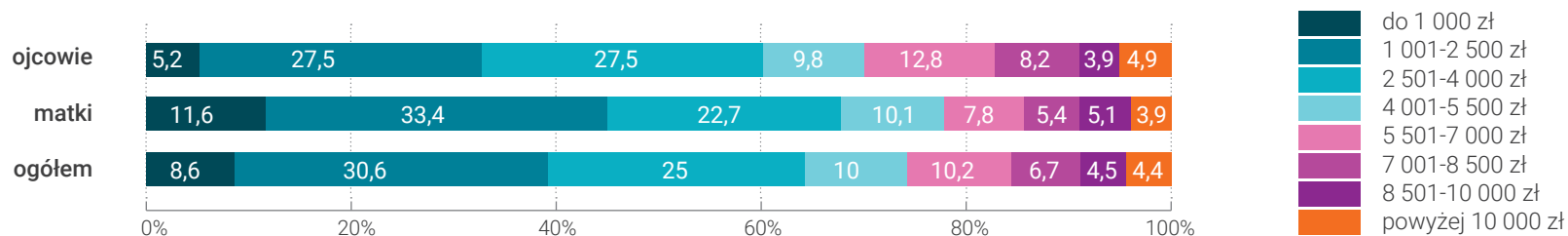
Sytuacja rodzinna



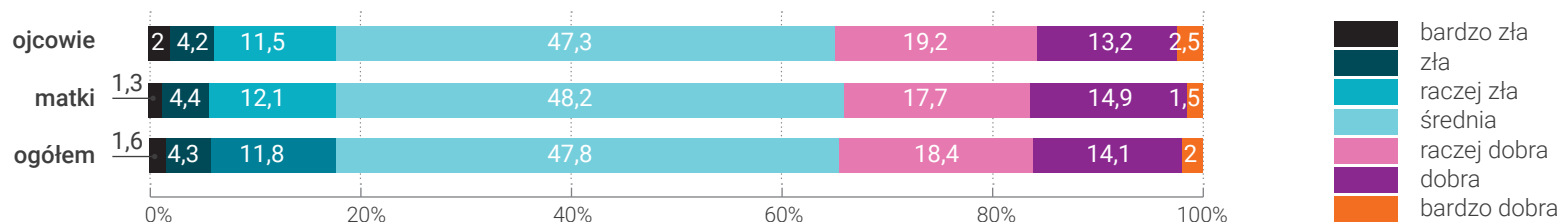
Rozkład liczby posiadanych dzieci u matek nie różnił się istotnie od rozkładu u ojców.

Jednakże istotnie więcej matek niż mężczyzn wskazało, że samotnie wychowuje swoje dziecko (dzieci).

Dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym



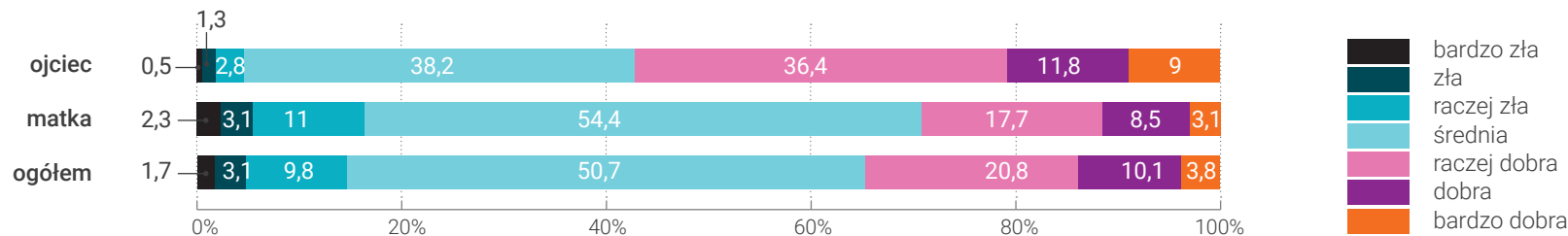
Subiektywna ocena sytuacji materialnej gospodarstwa domowego



Obiektywna sytuacja finansowa w gospodarstwach domowych badanych matek wydaje się trochę gorsza niż sytuacja w gospodarstwach badanych mężczyzn. 45% kobiet raportowało dochód na osobę poniżej 2500 zł, podczas gdy takiego wskazania dokonało tylko 33% mężczyzn.

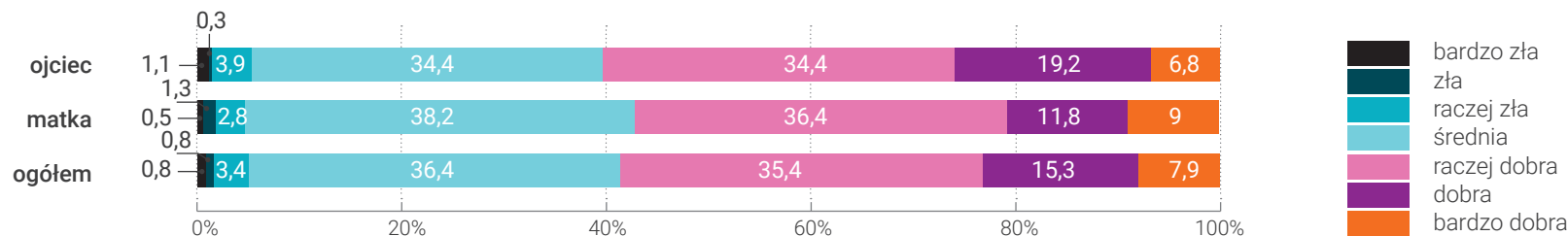
Co jednak kluczowe i ważniejsze w kontekście analizy procesów domowej edukacji ekonomicznej, subiektywna ocena sytuacji finansowej gospodarstw domowych była niemalże identyczna w badanej próbie mężczyzn i kobiet.

Jak ocenia Pan/Pani swoją wiedzę z zakresu finansów, ekonomii?



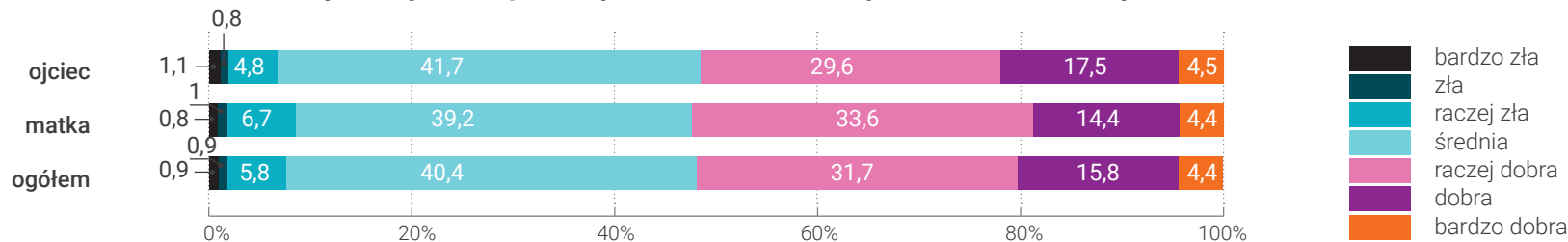
Większość matek ocenia swoją wiedzę z zakresu ekonomii i finansów jako „średnią” (54 %), 16% ocenia ją negatywnie, a pozostałe 30% wyżej niż średnio. Ojcowie oceniają swoją wiedzę z zakresu ekonomii i finansów bardziej pozytywnie niż matki. Aż 57% badanych szacuje swoją wiedzę wyżej niż średnio. Jedynie niespełna 5% badanych ocenia swoją wiedzę negatywnie.

Jak ocenia Pan/Pani swoją wiedzę dotyczące tego, jak mądrze kupować i konsumować produkty i usługi?



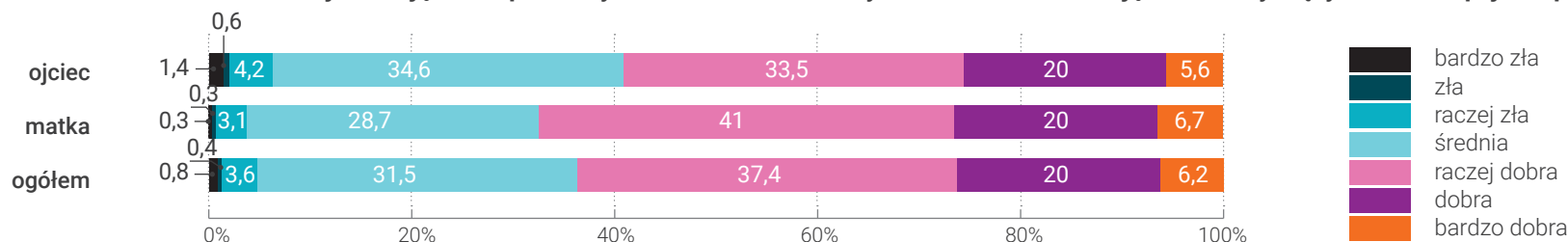
Różnice między matkami a ojcami obserwowane w przypadku subiektywnej oceny wiedzy z zakresu finansów i ekonomii zacierają się w przypadku oceny wiedzy z zakresu świadomej i mądrej konsumpcji. 57,5 % kobiet i 60,4% mężczyzn ocenia swoją wiedzę dotyczącą konsumpcji wyżej niż średnio, a jedynie ok. 4% kobiet i 5% mężczyzn ocenia ją negatywnie.

Jak ocenia Pan/Pani swoje umiejętności przekazywania dzieciom wiedzy i kształtowania umiejętności z zakresu finansów, ekonomii



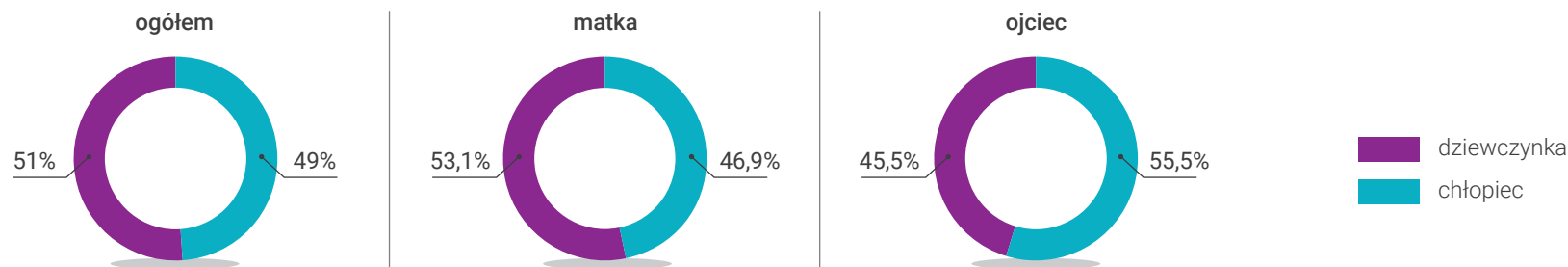
Przekonania matek i ojców dotyczące ich umiejętności edukowania dzieci z zakresu finansów i ekonomii są bardzo zbliżone. Ok. 52% rodziców twierdzi, że ich umiejętności w tym zakresie są co najmniej „raczej dobre”, negatywnej oceny dokonuje natomiast ok. 6% ojców i 8% matek.

Jak ocenia Pan/Pani swoje umiejętności przekazywania dzieciom wiedzy i kształtowania umiejętności dotyczących konsumpcji i kupowania



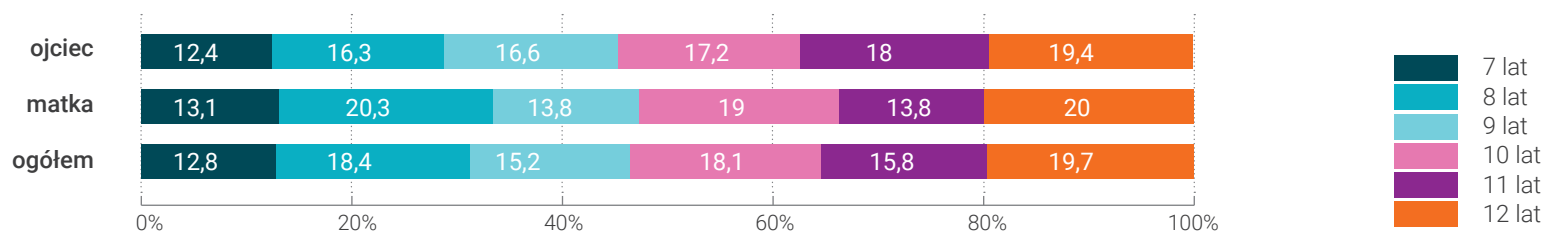
W przypadku edukacji konsumenckiej dzieci to matki lepiej oceniają swoje umiejętności – 68% matek ocenia je raczej dobrze lub wyżej, podczas gdy tych samych odpowiedzi udziela 59% ojców. Negatywnej oceny swoich umiejętności w tym zakresie dokonuje 6,3% ojców i 3,6% matek.

Płeć dziecka opisywanego w badaniu



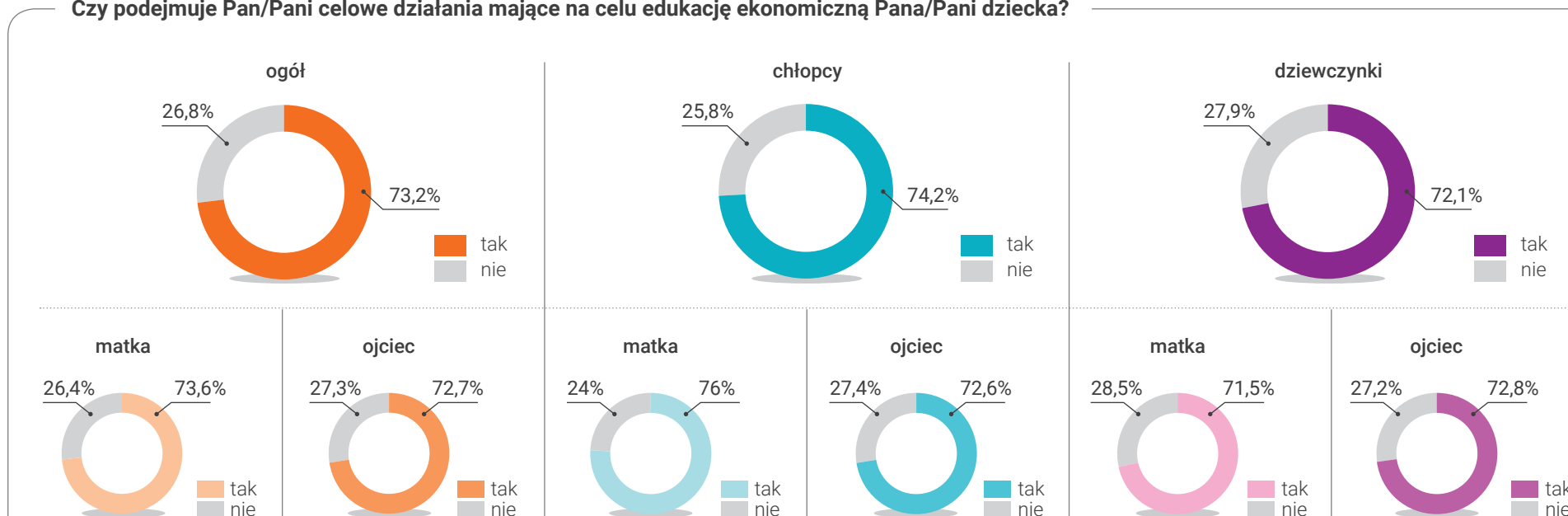
Matki istotnie częściej niż ojcowie opisywały w badaniu edukację finansową córek, podczas gdy ojcowie częściej opisywali edukację w odniesieniu do synów.

Wiek dziecka opisywanego w badaniu



Wiek dzieci, w odniesieniu do których rodzice wypełniali ankietę, nie różni się w zależności od płci rodzica (porównanie średnich nie wskazuje różnic między grupami – matka vs ojciec $t(743) = -0.82$; $p = .42$; analiza rozkładu liczebności pokazuje brak zależności ($\chi^2(5) = 4.97$; $p = .42$).

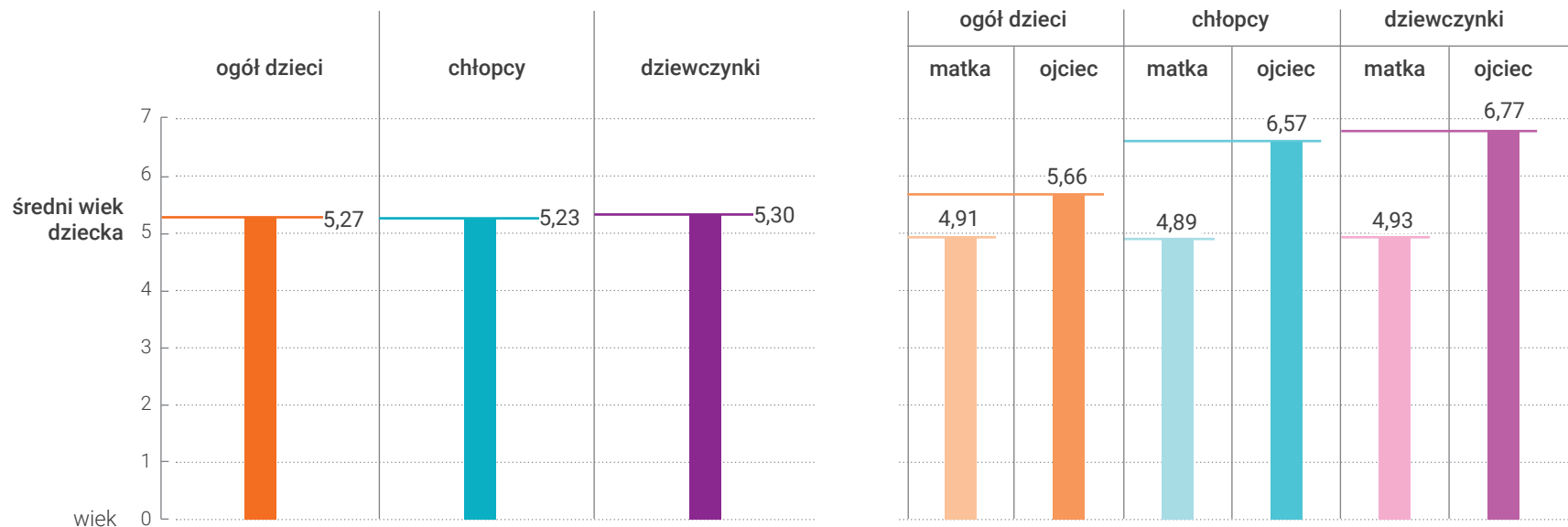
Czy podejmują Pan/Pani celowe działania mające na celu edukację ekonomiczną Pana/Pani dziecka?



Około troje na czworo polskich dzieci uczestniczy w domu w jakiejś formie edukacji finansowej, przy czym w zbliżonym stopniu dotyczy to dziewczynek i chłopców.

W przypadku chłopców to matki nieco częściej niż ojcowie edukują ekonomicznie, choć różnica wynosi jedynie 3,4%. W przypadku dziewczynek płeć rodzica nie miała znaczenia.

Kiedy rozpoczął Pan/rozpoczęła Pani edukację ekonomiczną swojego dziecka?*

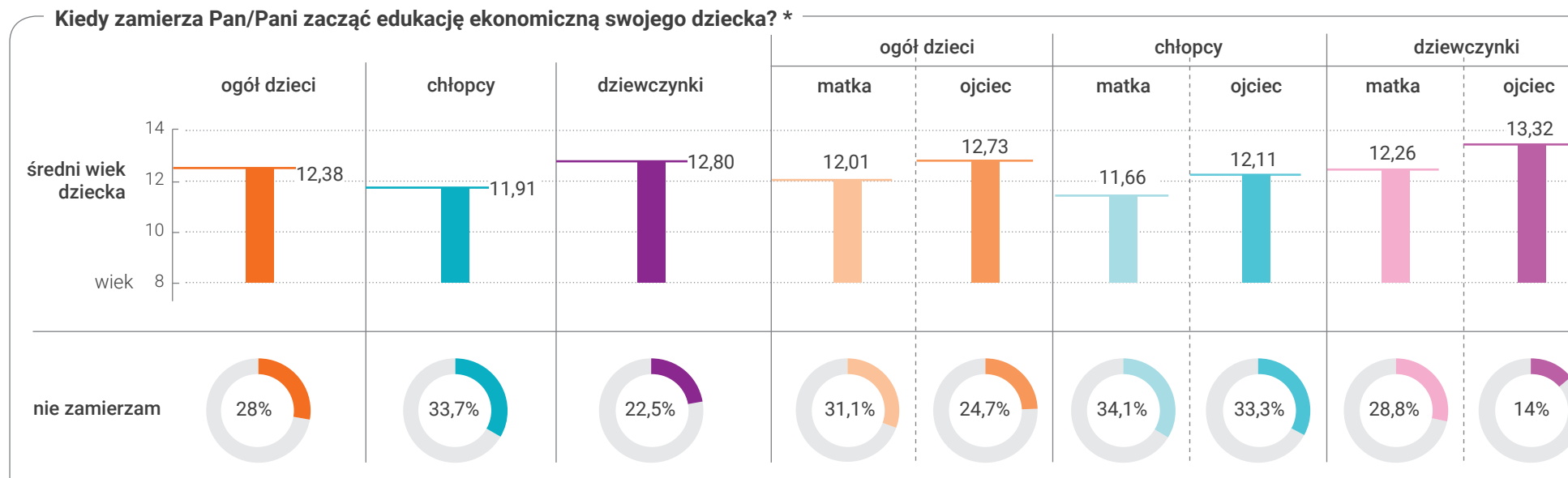


Generalnie rzecz biorąc, wiek rozpoczęcia domowej edukacji ekonomicznej dziewczynek oraz chłopców jest podobny i wynosi nieco ponad 5 lat, jednakże zarówno w przypadku córek, jak i synów to matki wcześniej niż ojcowie podejmują działania edukacyjne (synowie: $t(280) = -2,90$; $p < .004$; córki: $t(261) = -3,18$, $p < .002$).

Matki rozpoczynają proces nauki, gdy dziecko ma niespełna 5 lat, podczas gdy ojcowie rozpoczynają edukację ekonomiczną swoich dzieci około 2 lat później, gdy dzieci mają ponad 6,5 roku.

* wynik podano w skończonych latach

Planowane w przyszłości rozpoczęcia celowych działań w ramach edukacji ekonomicznej



Wśród rodziców, którzy nie zaczęli jeszcze edukacji ekonomicznej swoich dzieci, 28% nie zamierza tego również robić w przyszłości, przy czym istotnie częściej dotyczy to edukacji chłopców (33,7%) niż dziewczynek (22,5%; $t(142) = -2.29$; $p < .02$). Co ciekawe, w przypadku chłopców planowany brak edukacji ekonomicznej deklaruje co trzecia matka i co trzeci ojciec, jednak w przypadku dziewczynek wygląda to inaczej. 29% matek nie zamierza nigdy samodzielnie edukować ekonomicznie swoich córek, podczas gdy wśród ojców taką deklarację złożyło tylko 14% badanych.

Wśród osób, które jeszcze nie edukują swoich dzieci, ale mają takie działania w planach, ojcowie planują rozpoczęcie edukacji swoich córek istotnie później niż matki i, co ważne, plany ojców dotyczą kolejnego okresu rozwojowego dzieci następującego od 13 r.ż., co zakłada, że dziewczynki będą wkraczały w świat finansów stanowczo za późno – dopiero w ostatnim okresie rozwojowym – okresie operacji formalnych, który trwa już do dorosłości. W przypadku synów rodzice, którzy odkładają edukację ekonomiczną na później, zgodnie uznają wiek około 12 roku życia za odpowiedni na jej rozpoczęcie, co również jest bardzo późnym momentem. 12 lat to bowiem ostatni moment trzeciego okresu rozwoju dziecka – okresu operacji konkretnych, podczas gdy dziecko już 6-7, a czasem nawet 8 lat wcześniej może być efektywnie edukowane ekonomicznie.

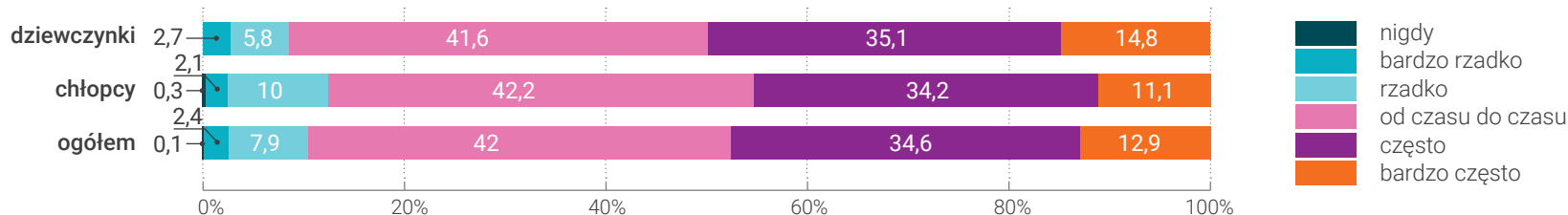
Warto również zauważyć, że ojcowie planują istotnie później rozpocząć edukację swoich córek niż synów. W przypadku matek ta różnica nie jest statystycznie istotna.

Elementy socjalizacji
ekonomicznej
– uczestnictwo w życiu
konsumenckim rodziny

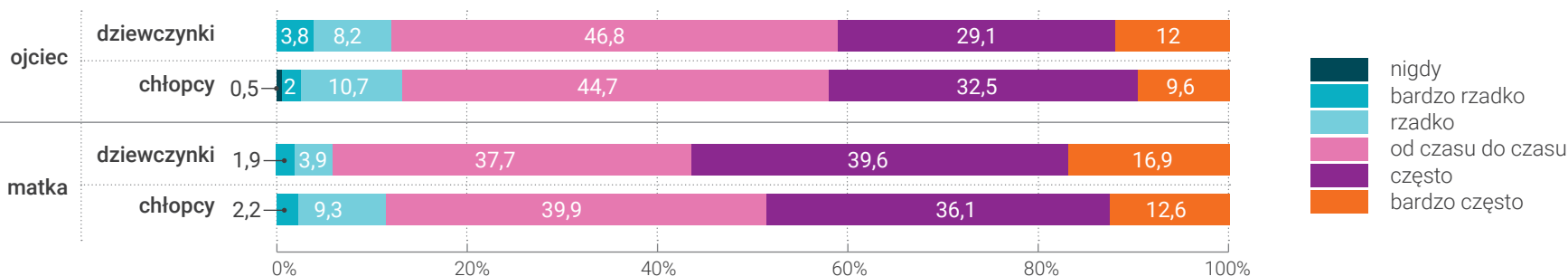


Towarzystwo rodzicom podczas codziennych zakupów w sklepach stacjonarnych

Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas codziennych zakupów w sklepach stacjonarnych? – ogółem



Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas codziennych zakupów w sklepach stacjonarnych? – matka vs. ojciec

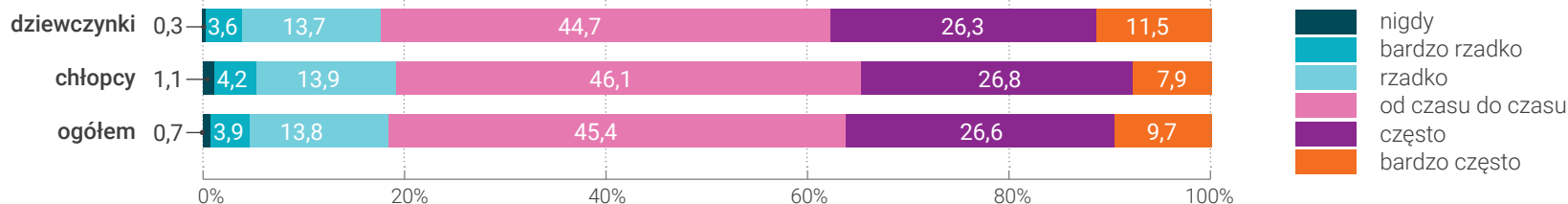


Obecność dzieci podczas codziennych zakupów jest podobna dla dziewczynek i chłopców z lekką przewagą w stronę dziewczynek, których połowa często uczestniczy w codziennych zakupach (wobec 45% chłopców).

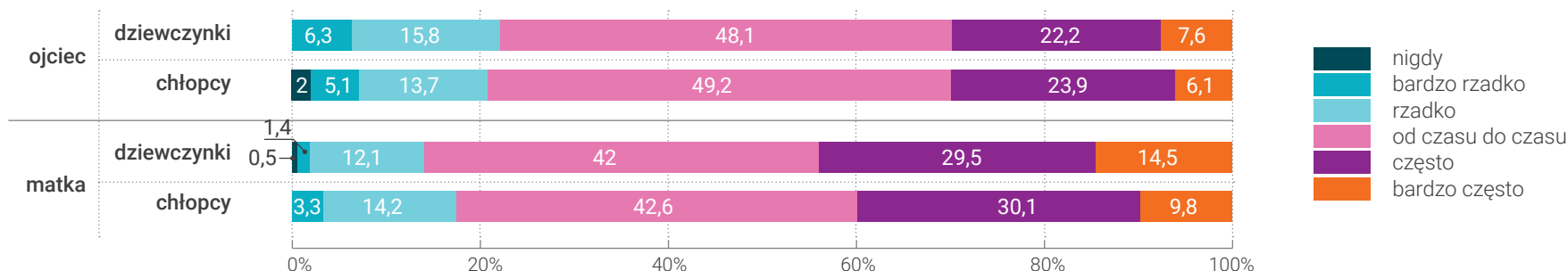
Różnice są jednak bardziej widoczne, jeśli spojrzymy oddzielnie na zakupy robione z matką i ojcem. Generalnie matki częściej niż ojcowie zabierają ze sobą dzieci na codzienne zakupy, często i bardzo często robi to 53% kobiet i 41% mężczyzn.

Szczególnie chętnie matki zabierają na zakupy córki (57% wobec 49% matek zabierających często synów na zakupy), podczas gdy ojcowie równie często zabierają na codzienne zakupy synów i córki.

Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas zakupu droższych produktów? – ogółem



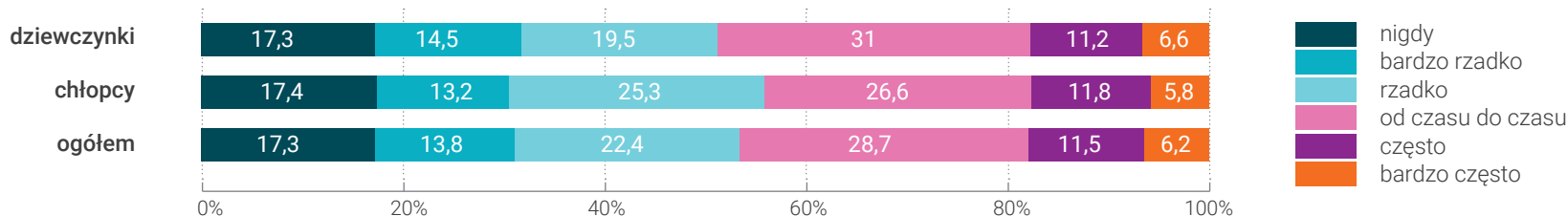
Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas zakupu droższych produktów? – matka vs. ojciec



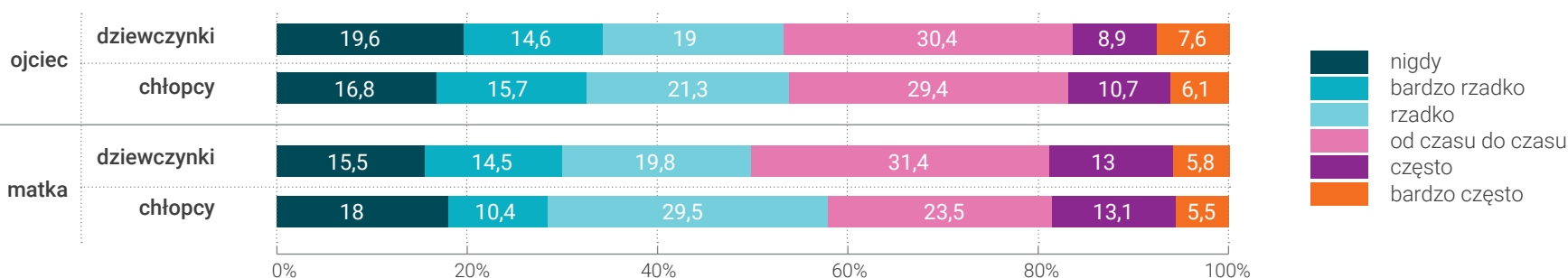
Generalnie, podobnie jak w przypadku codziennych zakupów, dziewczynki i chłopcy w podobnym stopniu uczestniczą w droższych zakupach dokonywanych na potrzeby swoich gospodarstw domowych. Obserwowana jest w tym kontekście tylko 2% przewaga dziewczynek nad chłopcami.

Podobieństwo do codziennych zakupów odnajdujemy również, przyglądając się preferencjom matek i ojców – matki chętniej niż ojcowie zabierają ze sobą dzieci na poważne zakupy, często robi to 42% matek i 30% ojców, przy czym matki chętniej zabierają ze sobą córki niż synów, podczas gdy dla ojców, w tym kontekście, płeć dziecka nie ma znaczenia.

Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas wizyty w banku? – ogółem



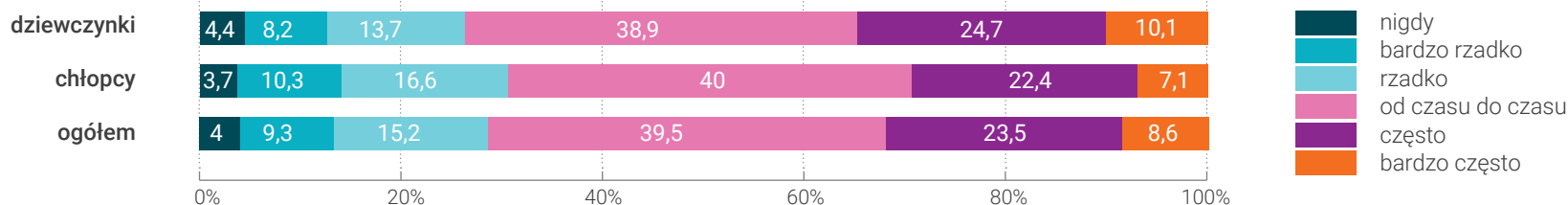
Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas wizyty w banku? – matka vs. ojciec



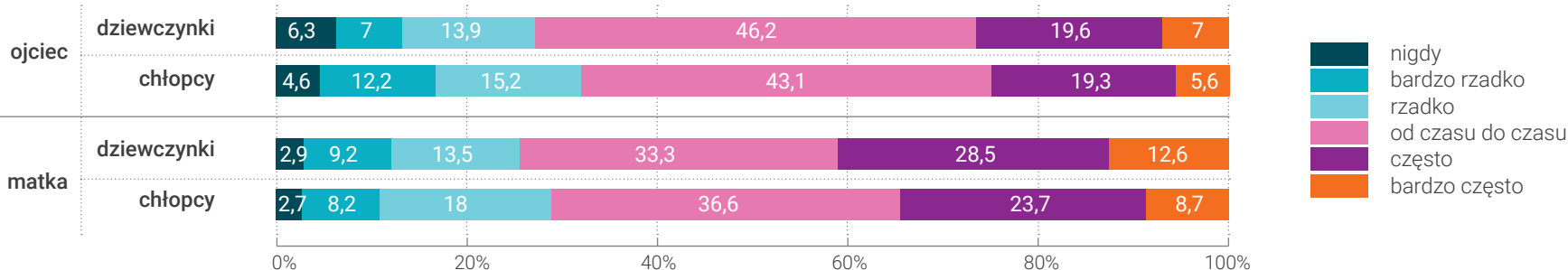
Generalnie dziewczynki towarzyszą rodzicom podczas wizyt w bankach z podobną częstotliwością co chłopcy. Co ważne i problematyczne, aż 17,3% dziewczynek i chłopców nigdy nie było z rodzicem w oddziale banku.

Ojcowie równie chętnie zabierają ze sobą do banku zarówno córki, jak i synów – przynajmniej od czasu do czasu robi to 48% badanych, podczas gdy w przypadku matek wyprawa do banku z córką zdarza się znacznie częściej niż z synem – połowa matek przynajmniej od czasu do czasu odwiedza bank z córką, a 41% z synem.

Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas wypłaty pieniędzy z bankomatu? – ogółem



Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas wypłaty pieniędzy z bankomatu? – matka vs. ojciec

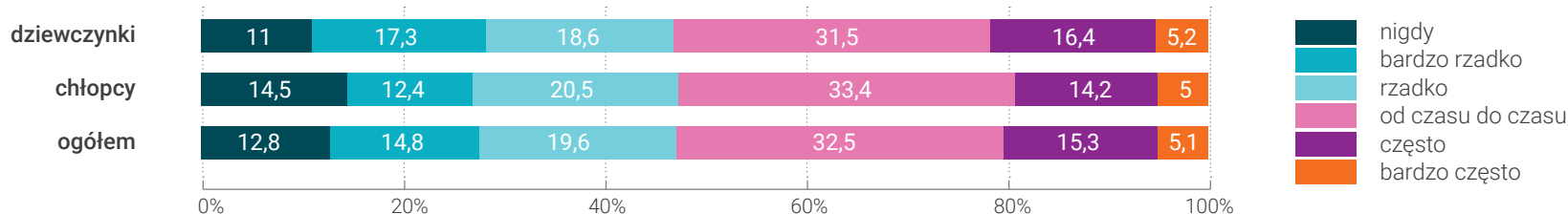


Dziewczynki nieco częściej niż chłopcy towarzyszą rodzicom podczas wypłat pieniędzy z bankomatu, jednak różnica ta nie jest duża – przynajmniej od czasu do czasu dotyczy to 74% dziewczynek i 69,5% chłopców. Podobne wartości obserwowane są, jeśli przyjrzymy się doświadczeniom dzieci zdobywanym niezależnie z ich matkami i ojcami.

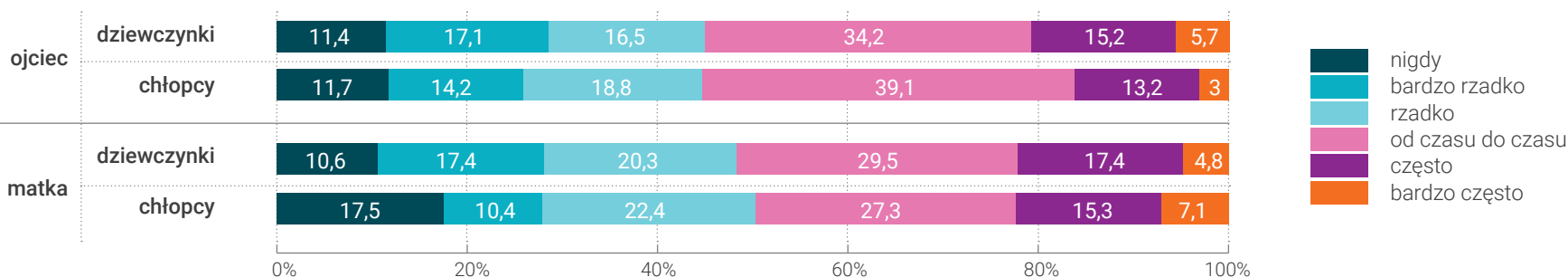
Warto jednak zwrócić uwagę, że 5,5% ojców i 2,8% matek nigdy nie wypłacało pieniędzy z bankomatu w obecności swojego dziecka.

Towarzystwo rodzicom podczas dokonywania operacji bankowych on-line

Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas korzystania z bankowości elektronicznej? – ogółem



Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas korzystania z bankowości elektronicznej? – matka vs. ojciec



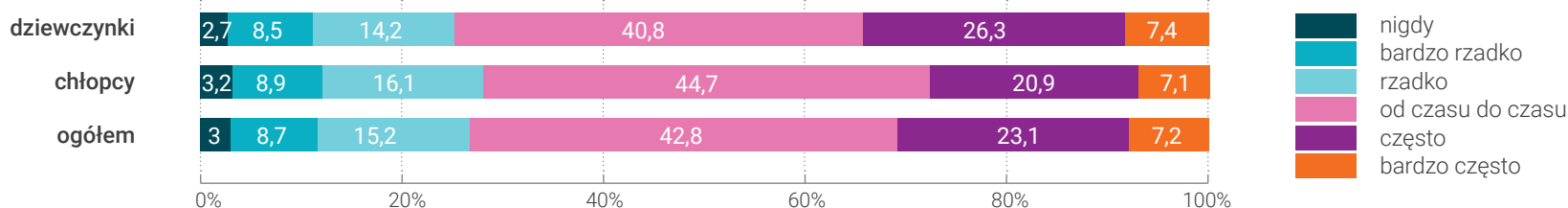
13% dzieci nigdy nie towarzyszyło rodzicom podczas korzystania z bankowości elektronicznej, przy czym dotyczy to nieco częściej chłopców (14,5%) niż dziewczynek (11%).

Równolegle ok. 53% dziewczynek i chłopców przynajmniej od czasu do czasu towarzyszy rodzicom podczas wykonywania czynności bankowych on-line.

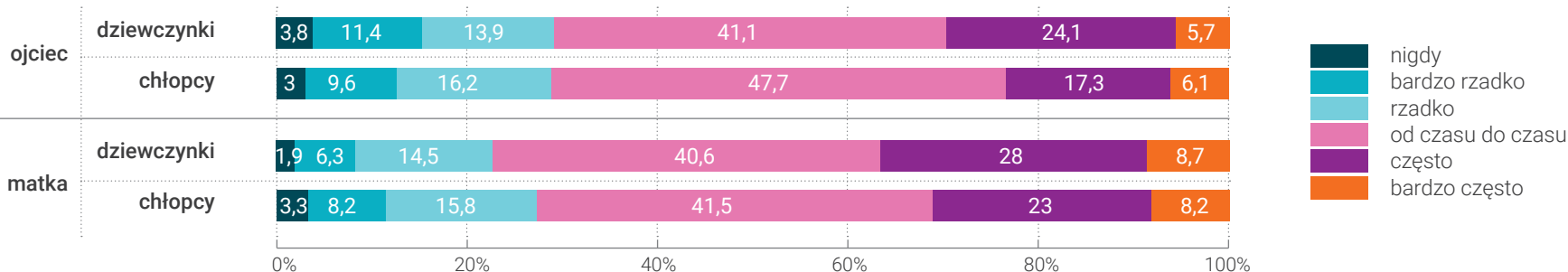
Należy jednak zaznaczyć, że dzieci towarzyszą przy tych czynnościach nieco częściej ojcom niż matkom, w przypadku ojców dotyczy to ok. 56% córek i synów, zaś w przypadku matek ok. 50% dzieci obu płci.

Warto zauważyć, że aż 17,5% synów nigdy nie towarzyszyło matkom podczas korzystania z bankowości elektronicznej, co stanowi najwyższy wynik spośród czterech analizowanych grup.

Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas dokonywania zakupów on-line? – ogółem



Czy Pana/Pani dziecko towarzyszy Panu/Pani podczas dokonywania zakupów on-line? – matka vs. ojciec



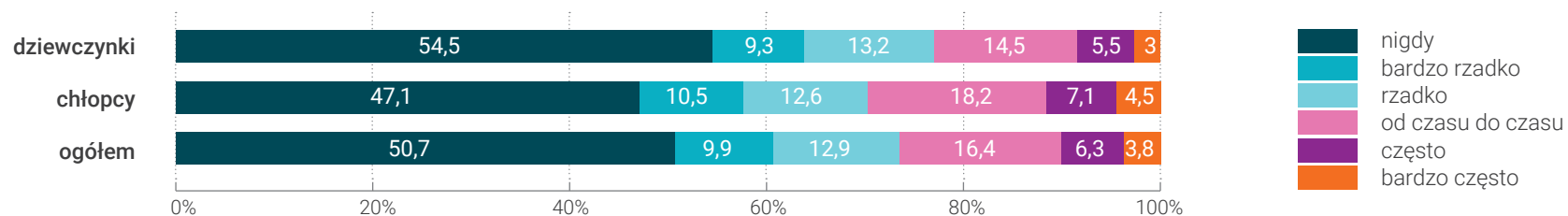
Niemal wszystkie dzieci mają doświadczenia robienia zakupów on-line tak z matką, jak i z ojcem (ok. 97%). Nie są obserwowane istotne ogólne różnice w doświadczeniach dziewczynek i chłopców, spośród których około 70% przynajmniej od czasu do czasu towarzyszy rodzicom podczas zakupów on-line. Niemniej jednak matki nieco częściej zapraszają do wspólnych zakupów córki niż synów – przynajmniej od czasu do czasu w zakupach on-line uczestniczy z matką 77% dziewczynek i 73% chłopców. W przypadku ojców różnice są pomijalne.

**Elementy socjalizacji
ekonomicznej
– aktywności dodatkowe**



Uczestniczenie w zajęciach z zakresu edukacji ekonomicznej

Czy Pana/Pani dziecko uczestniczyło w zajęciach, kursach, spotkaniach, webinarach etc. z zakresu edukacji ekonomicznej?



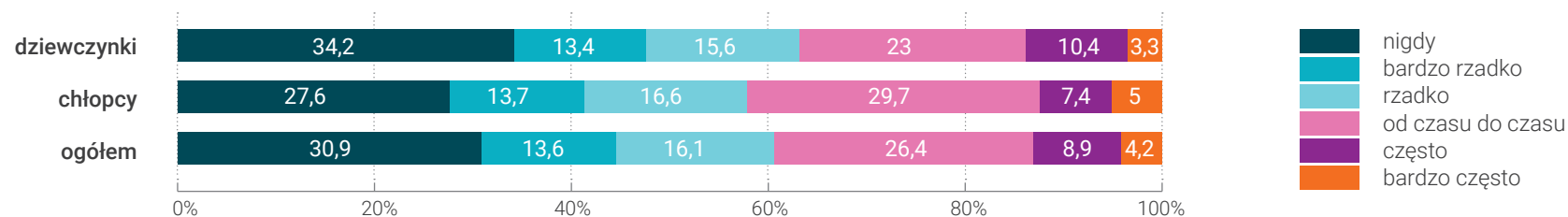
Połowa dzieci w wieku 7-12 lat uczestniczyła w dodatkowych, pozaszkolnych zajęciach z zakresu edukacji ekonomicznej, przy czym dotyczy to 53% chłopców i 45% dziewczynek.

Częstotliwość udziału w zajęciach wśród dzieci posiadających jakiegokolwiek doświadczenie w tym zakresie jest większa dla chłopców niż dla dziewczynek. Przynajmniej od czasu do czasu w takich zajęciach bierze udział 30% chłopców i 23% dziewczynek.



Granie w gry o tematyce ekonomicznej/ finansowej/konsumenckiej

Czy Pana/Pani dziecko gra w gry o tematyce ekonomicznej/finansowej/konsumenckiej?

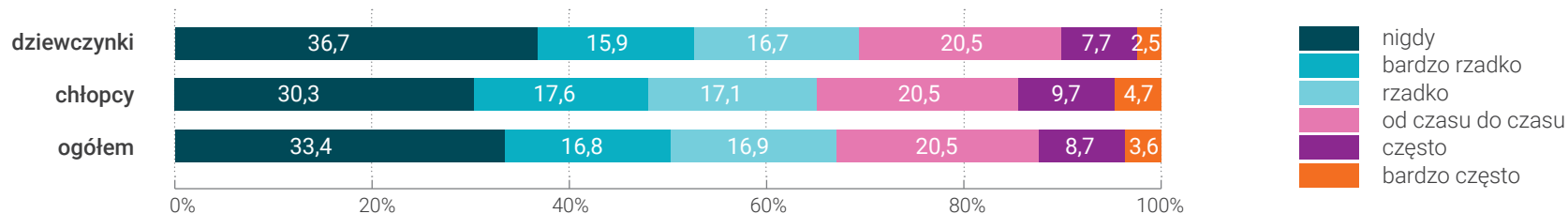


31% dzieci nigdy nie grało w gry ekonomiczne, przy czym dotyczy to częściej dziewczynek (34,2%) niż chłopców (27,6%). Wśród grających w gry ekonomiczne dominują chłopcy. Co najmniej od czasu do czasu gra ponad 42% chłopców i prawie 37% dziewczynek.



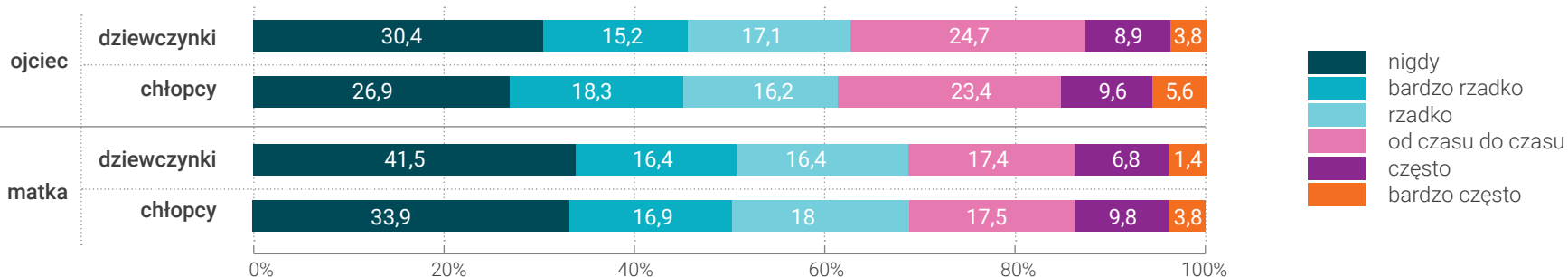
Czytanie literatury o tematyce ekonomicznej/finansowej/konsumenckiej

Czy Pana/Pani dziecko czyta samodzielnie lub Pan/Pani czyta dziecku książki, artykuły, opowiadania etc. o tematyce finansowej/konsumenckiej?



30% chłopców i prawie 37% dziewczynek w wieku 7-12 lat nie poznało jeszcze żadnej pozycji literatury o tematyce finansowej/konsumenckiej. Wśród czytelników sięgających po taki typ książek przynajmniej od czasu do czasu nieznacznie dominują chłopcy (ok. 35%) nad dziewczynkami (ok. 30%).

Czy czyta Pan/Pani swojemu dziecku książki, opowiadania etc. o tematyce finansowej/konsumenckiej?



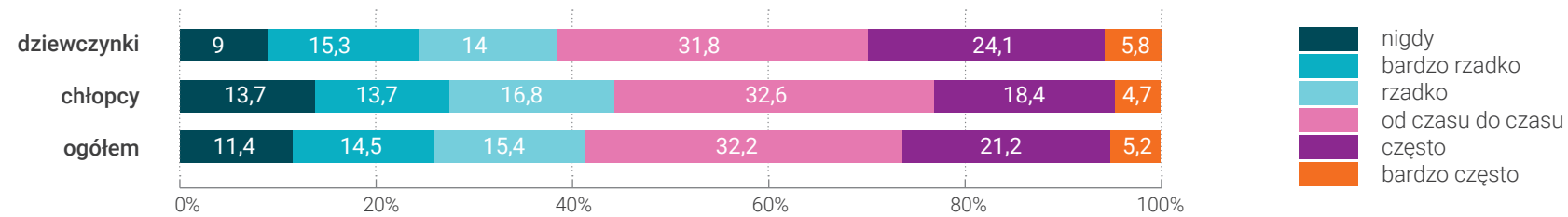
Warto zauważyć, że książki o tematyce finansowej/konsumenckiej częściej czytają dzieciom ojcowie niż matki.

Pozycje książkowe o finansach i konsumpcji są omijane częściej w biblioteczkach dziewczynek niż chłopców, zarówno przez ojców, jak i przez matki, choć w przypadku matek różnica ta jest bardziej widoczna (41,5% w przypadku dziewczynek i 34% w przypadku chłopców).

Około 37-39% ojców czyta przynajmniej od czasu do czasu finansowe książki zarówno córkom, jak i synom, podczas gdy matki robią to samo w stosunku do synów w 31 przypadkach na 100, a w przypadku córek czyni tak tylko 25% matek.

Zabawa w sklep/bank lub inną formę świadczenia usług konsumenckich

Czy Pana/Pani dziecko bawi się w sklep/bank lub inną formę świadczenia usług konsumenckich?



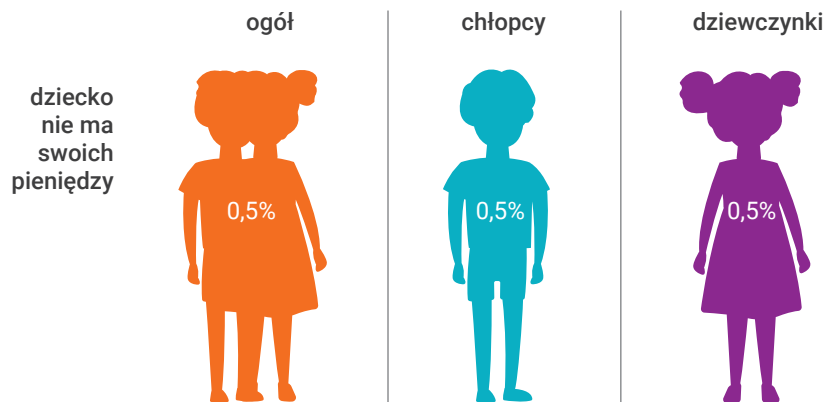
Więcej dziewczynek niż chłopców bawi się w sklep/bank etc. przynajmniej od czasu do czasu (62% vs 55%), co więcej, chłopcy częściej niż dziewczynki nie mają żadnych doświadczeń w takiej zabawie (ok.14% vs 9%).



Elementy socjalizacji ekonomicznej
– własne doświadczenia,
źródła posiadanych pieniędzy



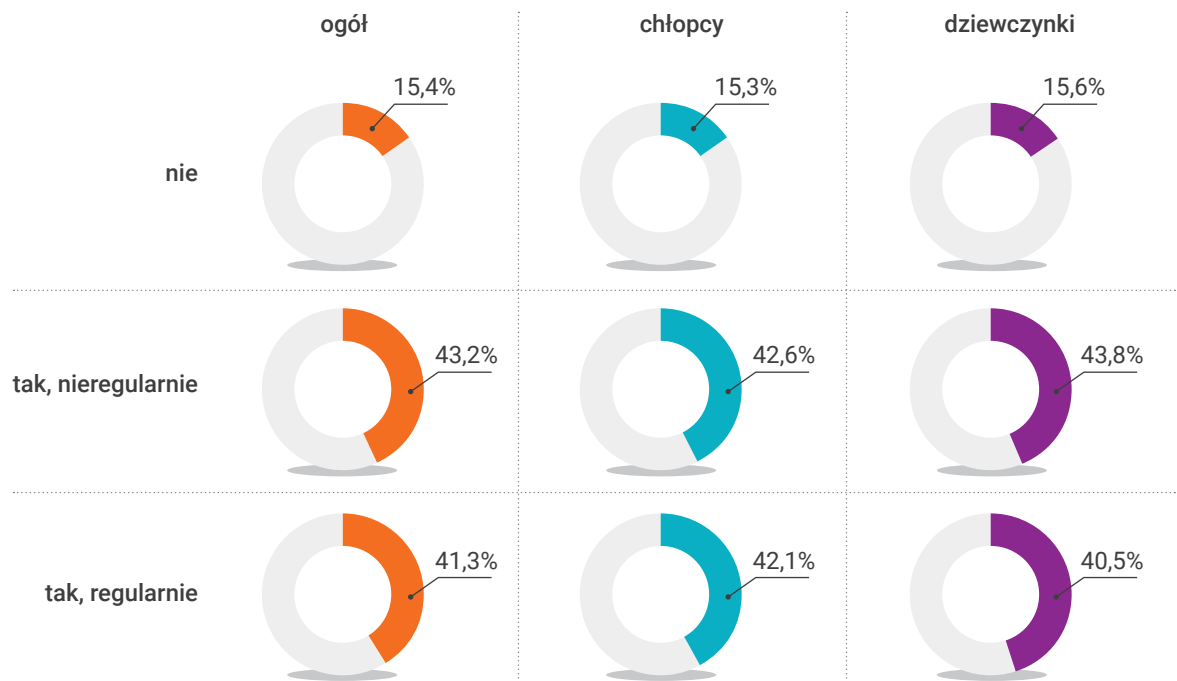
Czy Pana/Pani dziecko posiada jakiegokolwiek własne pieniądze?



Niemal wszystkie dzieci posiadają jakieś kwoty pieniędzy do swojej dyspozycji. Jedynie 0,5% dzieci w wieku 7-12 lat nie ma swoich pieniędzy, przy czym w równym stopniu dotyczy to dziewczynek i chłopców.



Czy Pana/Pani dziecko otrzymuje kieszonkowe?

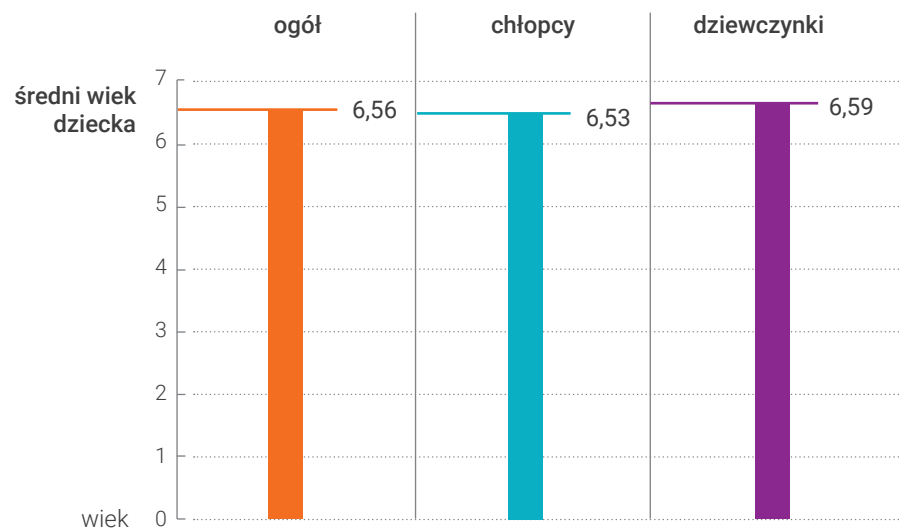


41% dzieci w wieku od 7 do 12 lat zgodnie z deklaracją rodziców otrzymuje regularne kieszonkowe. Jest to bardzo budujący wynik. Kolejne 43% dzieci otrzymuje kieszonkowe nieregularnie. To dobry punkt wyjścia i cieszy fakt, że rodzice próbują się mierzyć z zagadnieniem kieszonkowego. Należy jednak zaznaczyć, że tak przyznawane kieszonkowe nie spełnia całkowicie swojej funkcji i nie pozwala uczyć zarządzania danym budżetem również w określonym przedziale czasowym.

15,4% dzieci nie ma własnych doświadczeń w zarządzaniu ograniczonym budżetem.

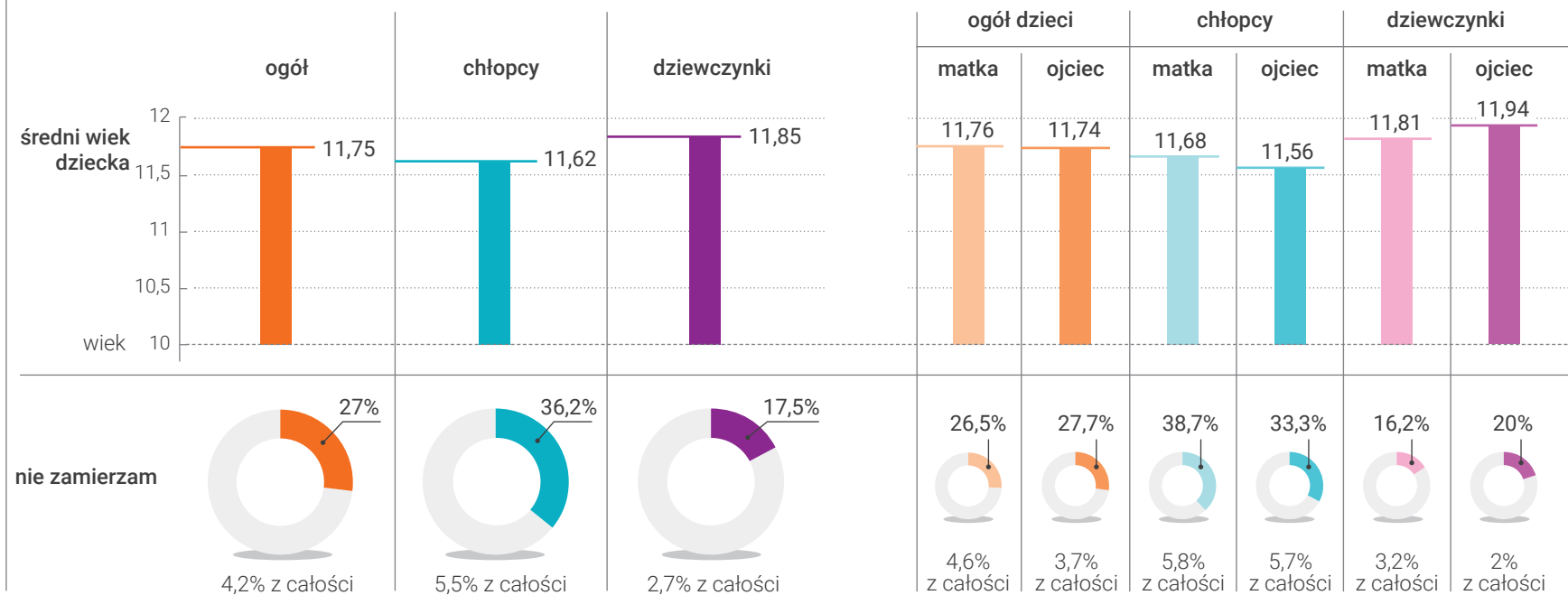
Należy podkreślić, że kieszonkowe (tak regularne, jak i nieregularnie wypłacane) w równym stopniu dotyczy dziewczynek i chłopców.

Ile miało lat Pana/Pani dziecko, gdy pierwszy raz otrzymało kieszonkowe? —



W badanej grupie zadeklarowano, że przeciętnie dzieci otrzymały pierwsze kieszonkowe, gdy miały skończone około 6,5 roku, przy czym nie zaobserwowano różnic między dziewczynkami a chłopcami.

Kiedy planuje Pan/Pani zacząć wypłacać swojemu dziecku kieszonkowe? *

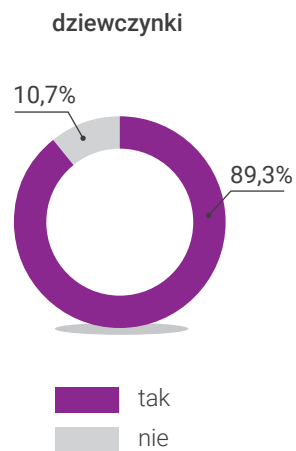
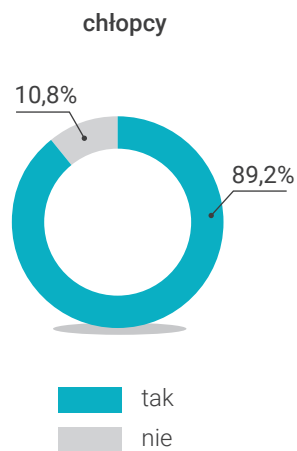
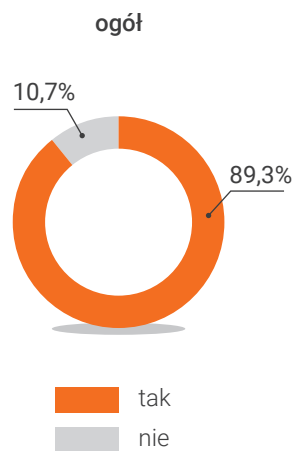


Osoby, które dziś deklarują, że ich dzieci nie otrzymują kieszonkowego, a planują zmienić ten stan rzeczy w przyszłości, wskazują na czas przed ukończeniem przez ich dziecko 12 r.ż, przy czym w podobnym stopniu dotyczy to dziewczynek i chłopców, niezależnie od płci rodzica.

Warto jednak zauważyć, że 27% osób, które dziś nie dają dziecku kieszonkowego, czyli nieco ponad 4% wszystkich badanych rodziców, nie zamierza w przyszłości zmieniać tego stanu rzeczy. Co więcej, dotyczy to w znacznie większym stopniu kieszonkowego dla chłopców – 36,2% dziś niewypłacających kieszonkowego nie zamierza wypłacać go w przyszłości (5,5% wszystkich badanych rodziców chłopców), niż kieszonkowego dla dziewczynek – 17,5% (2,7% wszystkich badanych rodziców dziewczynek ($t(142)=-2.29$; $p<.02$). Uzyskane wyniki dotyczą w takim samym stopniu matek i ojców.

* Pytanie zadawane wyłącznie rodzicom, którzy zadeklarowali, że ich dzieci nie otrzymują kieszonkowego

Czy Pana/Pani dziecko otrzymuje pieniądze od Pana/Pani lub kogoś innego w formie prezentu?

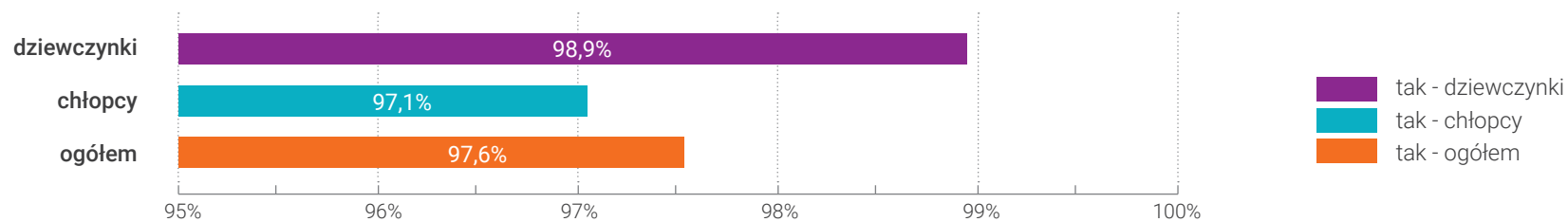


Niemal 90% dzieci otrzymuje pieniądze poza kieszonkowym, przy czym w równym stopniu dotyczy to dziewczynek i chłopców.

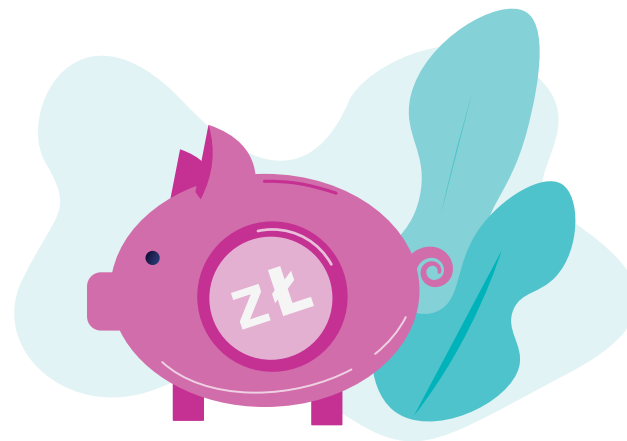
Elementy socjalizacji ekonomicznej
– własne doświadczenia,
wykorzystanie posiadanych pieniędzy



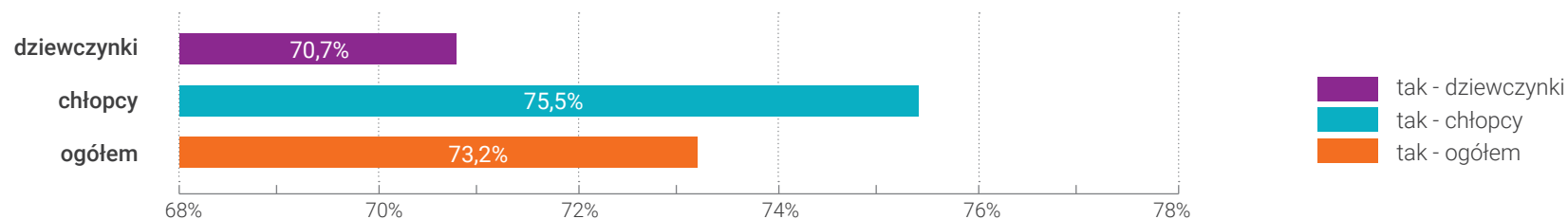
Czy Pana/Pani dziecko ma skarbonkę, z której korzysta?



Niemal wszystkie dzieci posiadają skarbonki i z nich korzystają. Dotyczy to 97% chłopców i niemal 99% dziewczynek.



Czy Pana/Pani dziecko ma możliwość odłożenia swoich pieniędzy na Pana/Pani koncie bankowym lub na subkoncie?



73% dzieci ma możliwość odłożenia swoich pieniędzy na (sub)koncie bankowym rodziców, przy czym dotyczy to 75,5% chłopców i 70,7% dziewczynek.



Możliwość podejmowania samodzielnych decyzji konsumenckich

Czy pozwala Pan/Pani swojemu dziecku samodzielnie decydować o tym, na co wydaje swoje pieniądze?*

	ogół	chłopcy	dziewczynki
Nie, każdorazowo uzgadnia z rodzicem zakup	11,7%	10,3%	13,2%
Może samodzielnie podejmować decyzje dotyczące drobnych zakupów, ale większe zakupy uzgadnia z rodzicem	70,6%	70,4%	70,8%
Tak, samodzielnie podejmuje wszystkie decyzje	17,7%	19,3%	16%

Chłopcy nieco częściej niż dziewczynki mogą w pełni samodzielnie podejmować decyzje, na co wydać swoje pieniądze. Zgodę na całkowicie samodzielne decyzje ma 19,3% chłopców i 16% dziewczynek.

Rodzice 71% dziewczynek i chłopców w wieku 7-12 lat pozwalają dzieciom podejmować decyzje konsumenckie opłacane z własnych pieniędzy bez konsultacji z mamą lub tatą tylko, jeśli wiążą się one z niewielkimi kosztami, w innym przypadku decyzja jest podejmowana wspólnie z rodzicem.

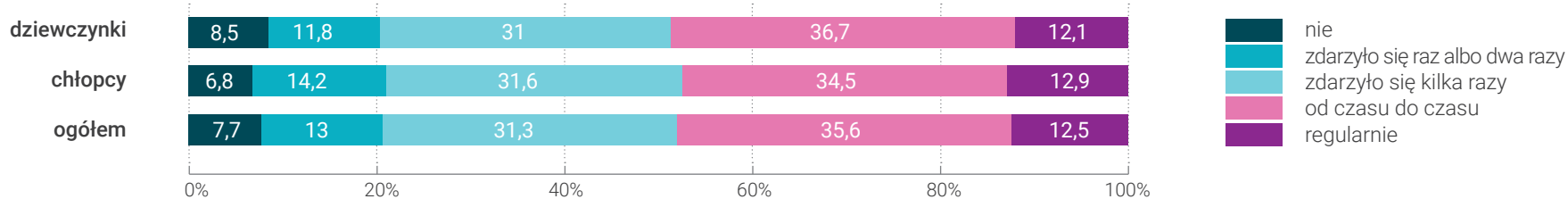
Nieco więcej dziewczynek niż chłopców (13% vs. 10%) musi każdorazowo uzgodnić zakup z rodzicem.

* Pytanie kierowane do rodziców, którzy zadeklarowali, że dziecko posiada własne pieniądze – 99,5% próby

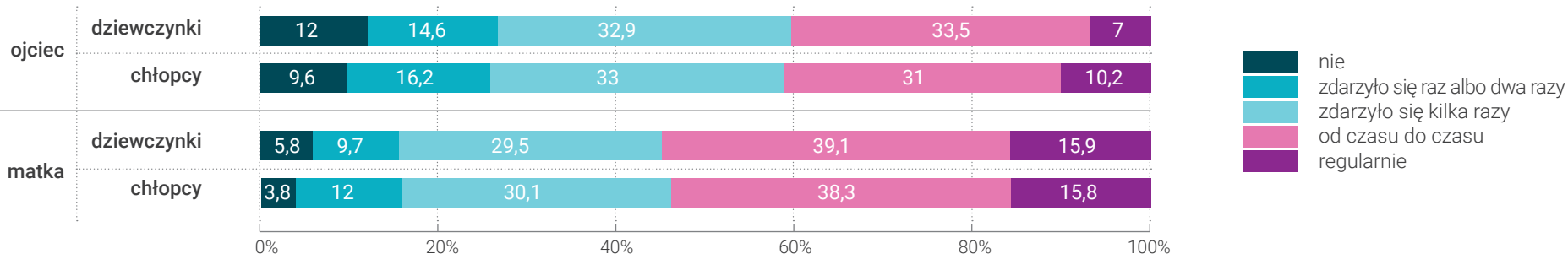
Rozmowy o pieniądzu



Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o sytuacji finansowej swojej rodziny? – ogółem



Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o sytuacji finansowej swojej rodziny? – matka vs. ojciec

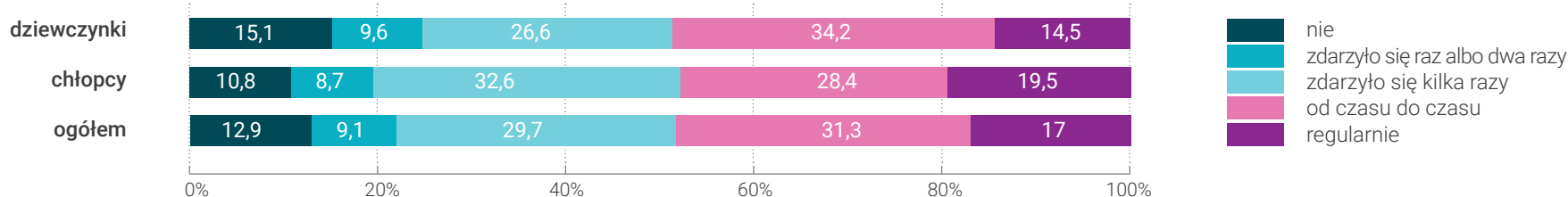


Ogólnie rzecz biorąc, rozmowy o finansach domowych w równym stopniu przeprowadzane są zarówno z chłopcami, jak i z dziewczynkami, przy czym wyraźnie częściej i bardziej regularnie przeprowadzają takie rozmowy matki niż ojcowie. Co najmniej od czasu do czasu rozmawia z dziećmi na ten temat 54% matek i 40% ojców.

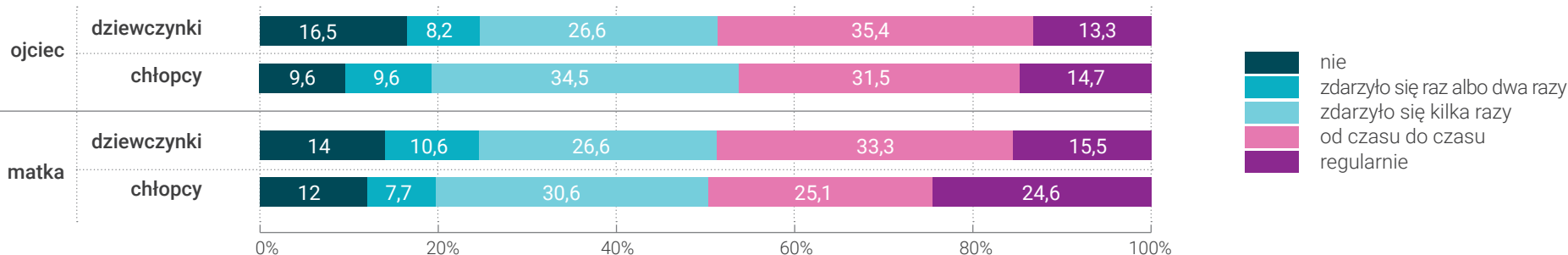
Od czasu do czasu rozmawia na ten temat z dziećmi 38,6% matek i 32,7% ojców, zaś regularne rozmowy podejmuje prawie 16% matek i 8,5% ojców.

Rozmowy o działaniu reklamy, promocji, komunikatów perswazyjnych

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o działaniu reklamy, promocji, komunikatów perswazyjnych? – ogółem



Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o działaniu reklamy, promocji, komunikatów perswazyjnych? – matka vs. ojciec



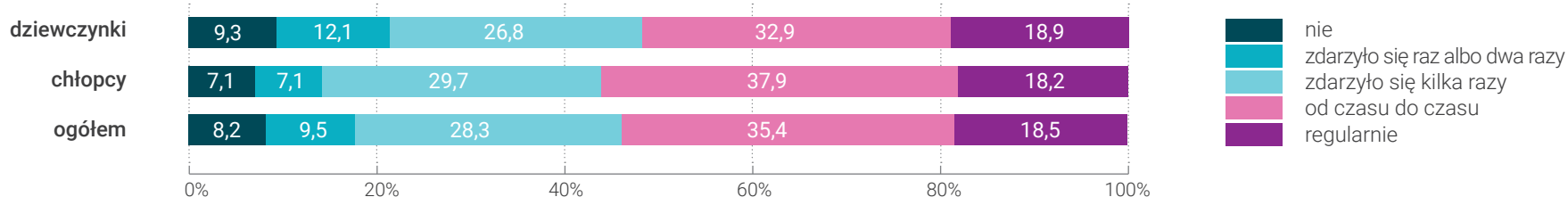
Regularne rozmowy o działaniu komunikatów perswazyjnych, reklamie etc. dotyczą częściej chłopców niż dziewczynek (19,5% vs 14,5%) i dzieje się tak przede wszystkim z udziałem matek. Prawie 25% matek rozmawia regularnie z synami na te tematy, co jest dużo wyższym wynikiem niż 15,5%, który to procent dotyczy odsetka matek rozmawiających na ten temat regularnie z córkami.

Ojcowie nie różnicują istotnie córek i synów w kontekście regularnych rozmów o działaniu reklamy.

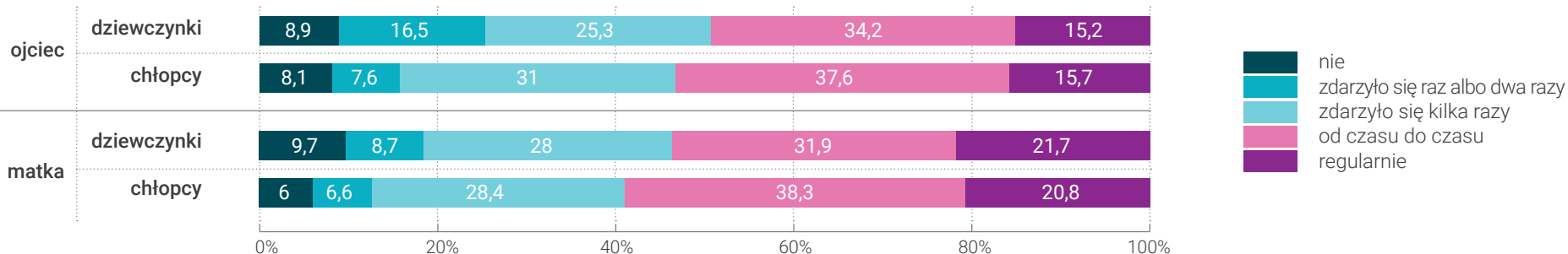
Jeśli jednak wziąć pod uwagę również rozmowy odbywające się od czasu do czasu, to różnice między dziewczynkami i chłopcami zupełnie się zacierają, zarówno w przypadku edukacji prowadzonej przez matki, jak i przez ojców, a dotyczą około połowy badanych.

Rozmowy o zasadach świadomej konsumpcji – porównywanie cen, składów produktów, wagi produktów, terminów przydatności do spożycia etc.

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać o zasadach świadomej konsumpcji (porównywanie cen, składów produktów etc.)? – ogółem



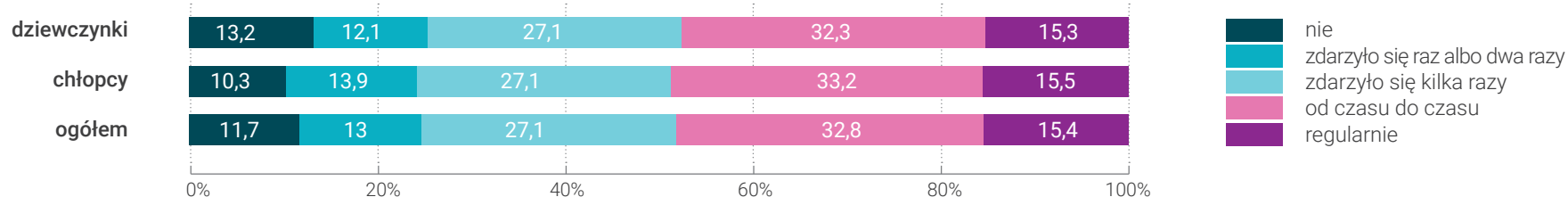
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać o zasadach świadomej konsumpcji (porównywanie cen, składów produktów etc.)? – matka vs. ojciec



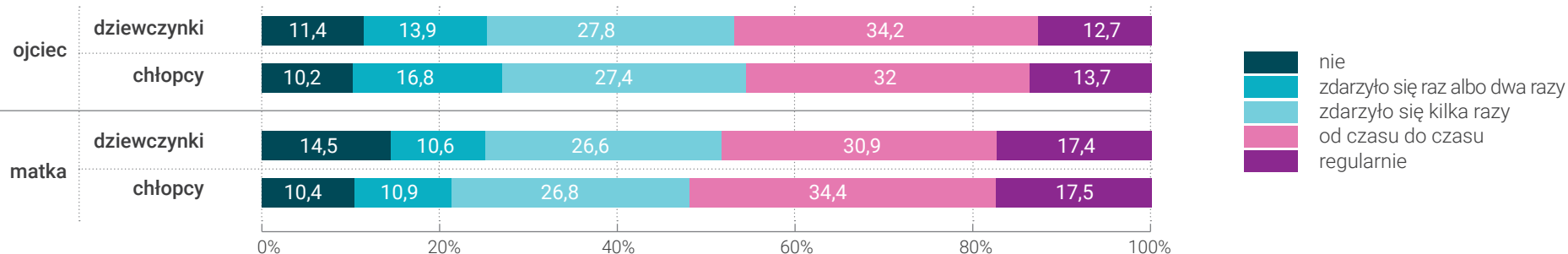
Regularne rozmowy o zasadach świadomej konsumpcji dotyczą w równym stopniu dziewczynek i chłopców, przy czym częściej angażują się w edukację w tym zakresie matki (ok. 21%) niż ojcowie (ok. 15,5%). Ponadto ponad połowa dzieci (56% chłopców i ok. 52% dziewczynek) rozmawia na ten temat z rodzicem przynajmniej od czasu do czasu.

Jeśli spojrzeć na odsetek dzieci, które w ogóle nie doświadczają rozmów o świadomej konsumpcji, to najczęściej dotyczy to dziewczynek, z którymi nie rozmawia na ten temat prawie 10% matek, a najmniej chłopców w relacji z matkami (tylko 6%).

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o zasadach wymiany handlowej – na czym zarabia sklep, co to jest reszta etc.? – ogółem



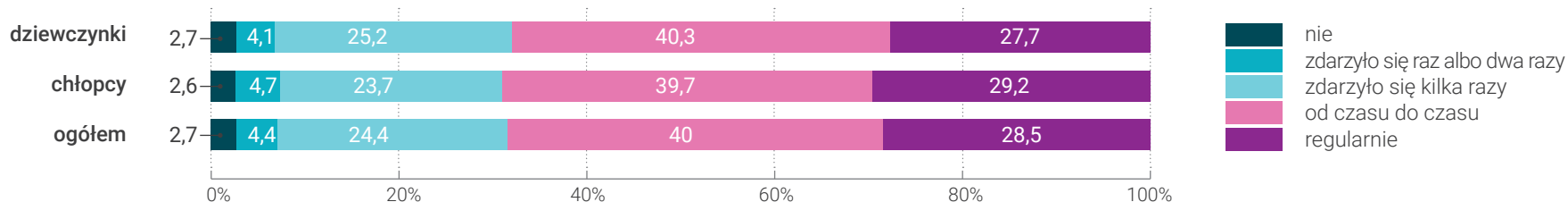
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o zasadach wymiany handlowej – na czym zarabia sklep, co to jest reszta etc.? – matka vs. ojciec



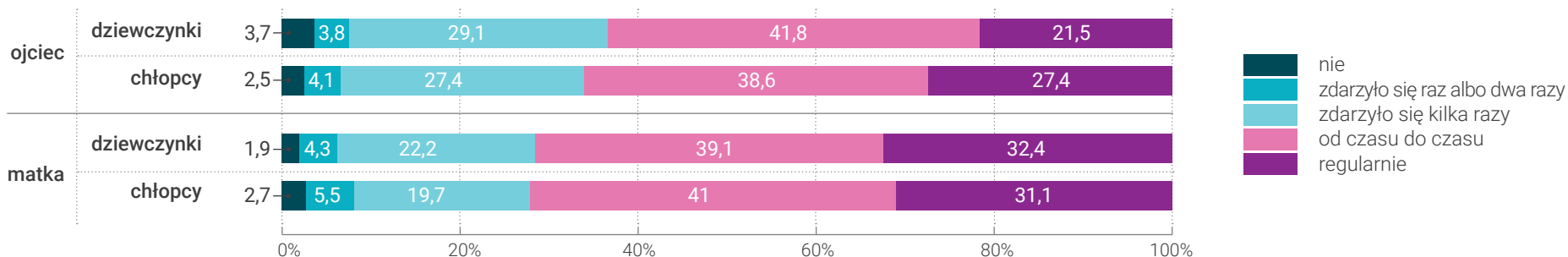
Około 50% dzieci obu płci przynajmniej od czasu do czasu rozmawia o zasadach wymiany handlowej (np. na czym zarabia sklep, czym jest marża, zależności między cenami a popytem na dany produkt i jego podażą) ze swoimi rodzicami.

Rozmowy o zasadach wymiany handlowej generalnie w równym stopniu dotyczą dziewczynek i chłopców, przy czym dziewczynki częściej niż chłopcy mogą liczyć na rozmowę z tatą, a chłopcy częściej niż dziewczynki na rozmowę z mamą. Co ciekawe, aż 14,5% matek wskazuje, że nigdy nie rozmawiało córkami na temat zasad wymiany handlowej, co o 4% przewyższa analogiczny odsetek dla synów oraz dla dzieci obu płci w kontekście rozmów prowadzonych przez ojców.

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o oszczędzaniu? – ogółem

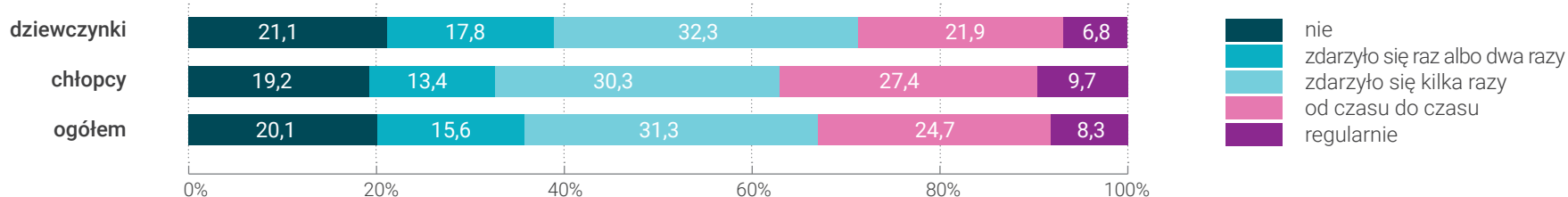


Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o oszczędzaniu? – matka vs. ojciec

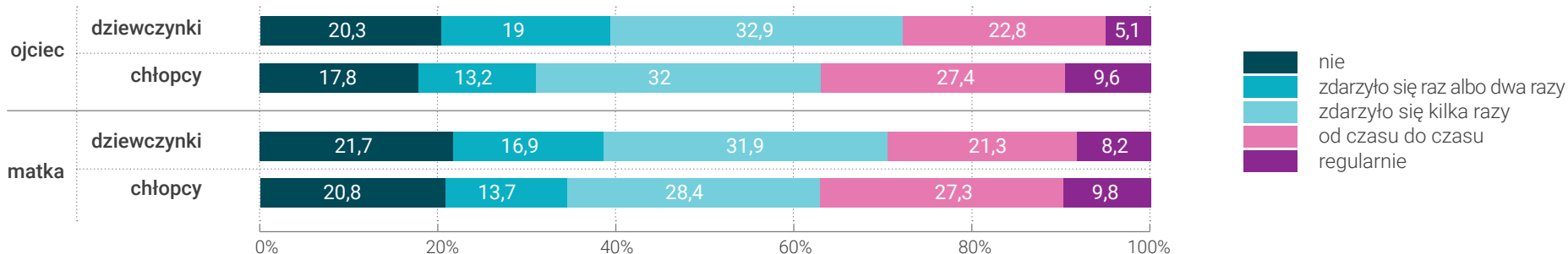


Generalnie rozmowy o oszczędzaniu dotyczą w równym stopniu dziewczynek i chłopców (ok. 68-69%). W przypadku rozmów prowadzonych przez matki różnica między dziećmi różnej płci również nie jest obserwowana, jednak regularne rozmowy o oszczędzaniu ojcowie częściej odbywają z synami (27,4%) niż z córkami (21,5%). Różnica ta zaciera się, jeśli wziąć pod uwagę również rozmowy odbywane od czasu do czasu.

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o inwestowaniu? – ogółem



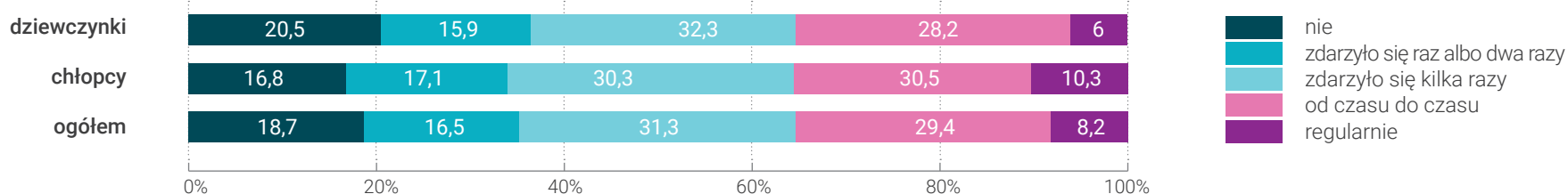
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o inwestowaniu? – matka vs. ojciec



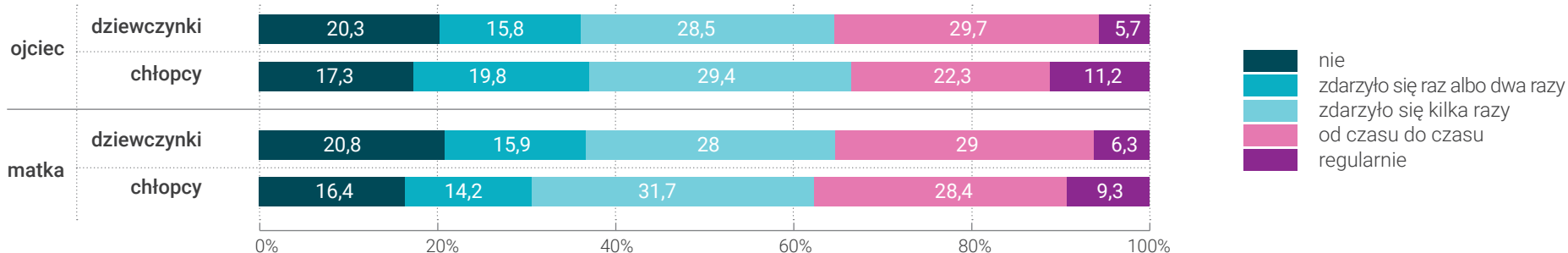
Ogólnie rzecz biorąc, około 33% dzieci w wieku 7-12 lat rozmawia o inwestowaniu przynajmniej od czasu do czasu, przy czym dotyczy to 37% chłopców i 29% dziewczynek.

Zarówno regularne rozmowy o inwestowaniu, jak i te odbywające się od czasu do czasu częściej dotyczą chłopców niż dziewczynek, przy czym trend ten utrzymuje się zarówno gry rozmówcą jest matka, jak i ojciec.

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o pożyczaniu pieniędzy – pożyczki i kredyty? – ogółem



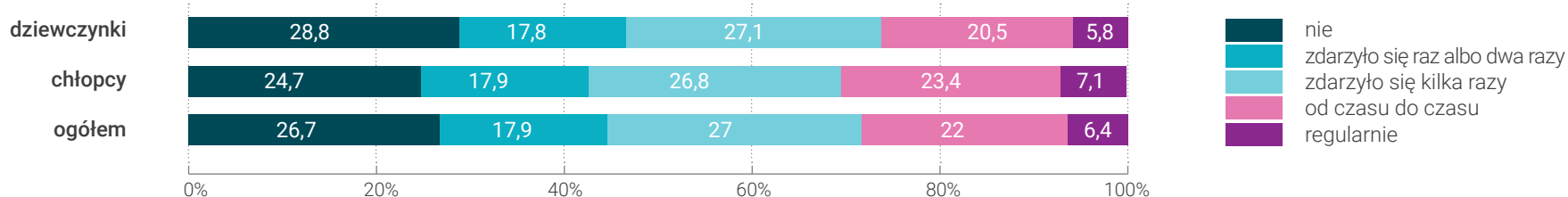
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o pożyczaniu pieniędzy – pożyczki i kredyty? – matka vs. ojciec



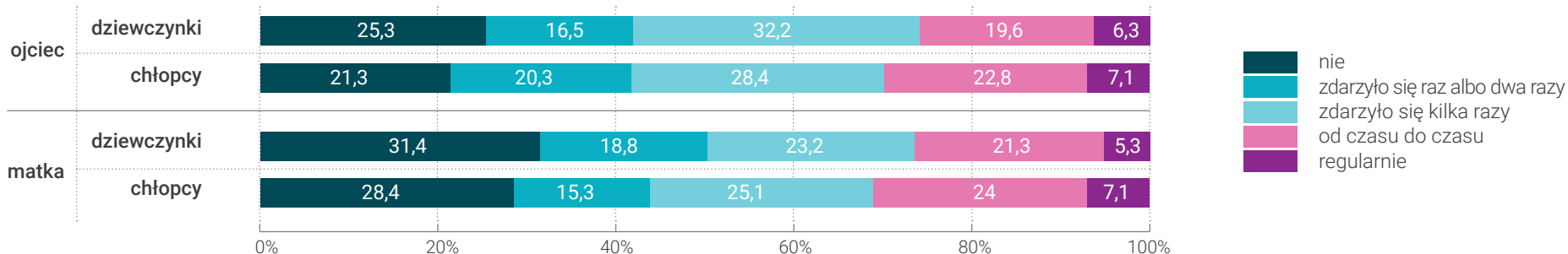
Regularne rozmowy o pożyczaniu pieniędzy dotyczą częściej chłopców niż dziewczynek (10,3% vs 6%), niemniej jednak różnice zacierają się, jeśli uwzględnić rozmowy odbywające się od czasu do czasu. Analogiczne wyniki obserwowane są w przypadku rozmów prowadzonych przez matki i ojców.

Jednocześnie 20% dziewczynek nigdy nie rozmawiało o pożyczaniu pieniędzy z żadnym z rodziców, podczas gdy to samo dotyczy 16-17% chłopców.

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o podatkach, dobrach publicznych? – ogółem



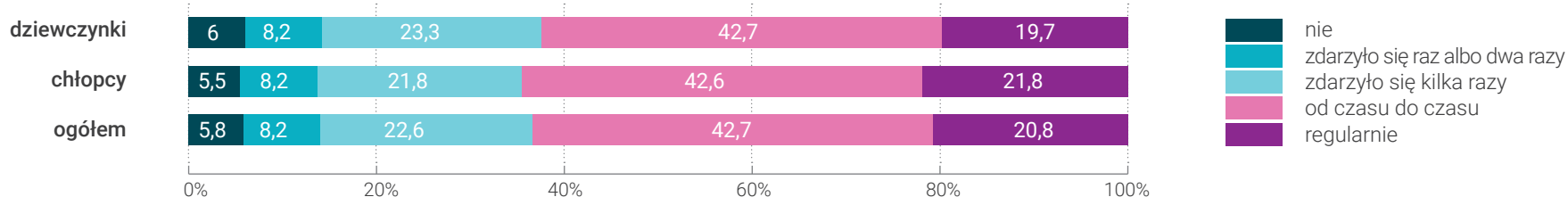
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o podatkach, dobrach publicznych? – matka vs. ojciec



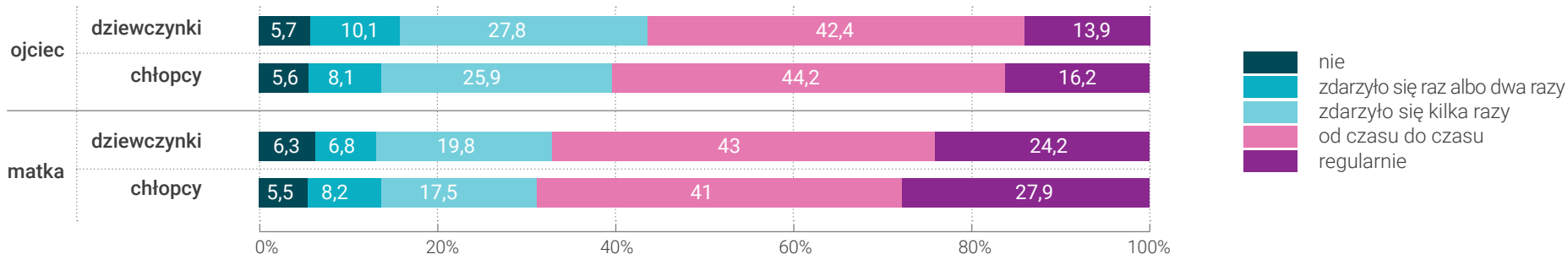
Regularne rozmowy o podatkach dotyczą w podobnym stopniu dziewczynek i chłopców, zarówno gdy prowadzone są z tatą, jak i z mamą. Tym niemniej pewne różnice są widoczne, jeśli uwzględnić rozmowy o mniejszej częstotliwości. Około 26% dziewczynek rozmawia z rodzicami o podatkach przynajmniej od czasu do czasu, podczas gdy dotyczy to 31% chłopców. Różnica ta jest widoczna zarówno w przypadku rozmów z matką, jak i z ojcem.

Co ciekawe, matki istotnie częściej niż ojcowie deklarują, że nigdy nie rozmawiały z dziećmi o podatkach, dotyczy to zarówno córek, jak i synów (odpowiednio 31% i 28% vs 25% i 21%).

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o zarabianiu pieniędzy? – ogółem



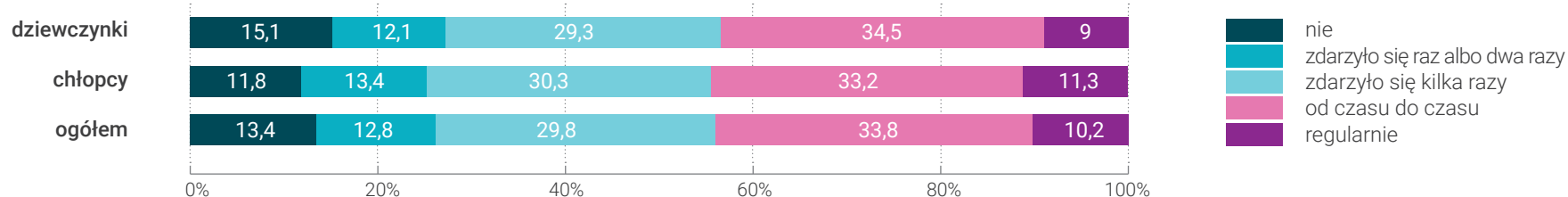
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o zarabianiu pieniędzy? – matka vs. ojciec



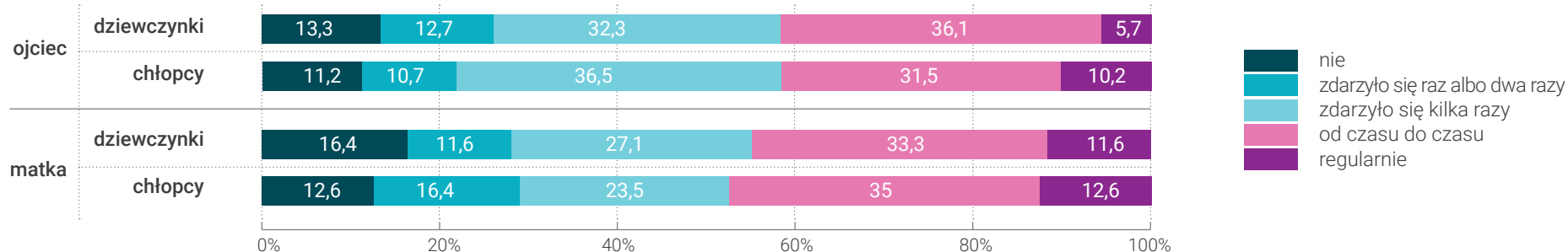
Zarówno regularne, jak i nieregularne, choć zdarzające się od czasu do czasu, rozmowy o zarabianiu pieniędzy, dotyczą w podobnym stopniu dziewczynek i chłopców (ok. 63% dzieci). Jednocześnie ok. 6% dziewczynek i chłopców nigdy nie rozmawiało z rodzicami na temat zarabiania pieniędzy.

Niezależnie od płci dziecka ojcowie podejmują temat zarabiania pieniędzy rzadziej niż matki. Ojcowie rozmawiają od czasu do czasu lub częściej w 58-60% przypadków, podczas gdy matki w 67-69%.

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o tym, czym jest bank, jak działa (np. po co wpłacamy tam pieniądze, ile pieniędzy mogę wypłacić z konta)? – ogółem



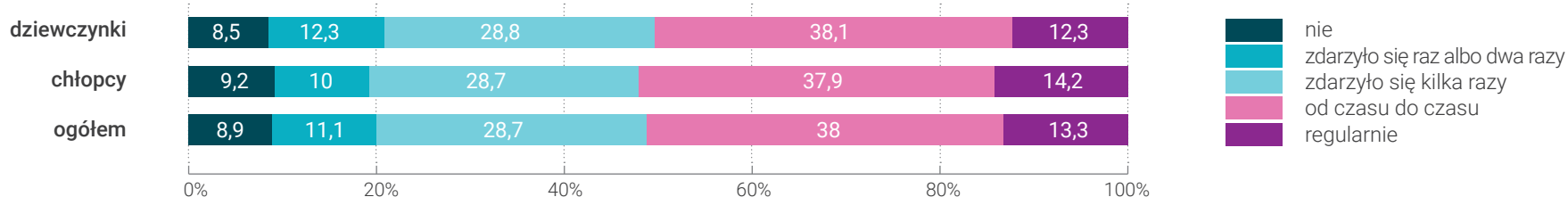
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o tym, czym jest bank, jak działa (np. po co wpłacamy tam pieniądze, ile pieniędzy mogę wypłacić z konta)? – matka vs. ojciec



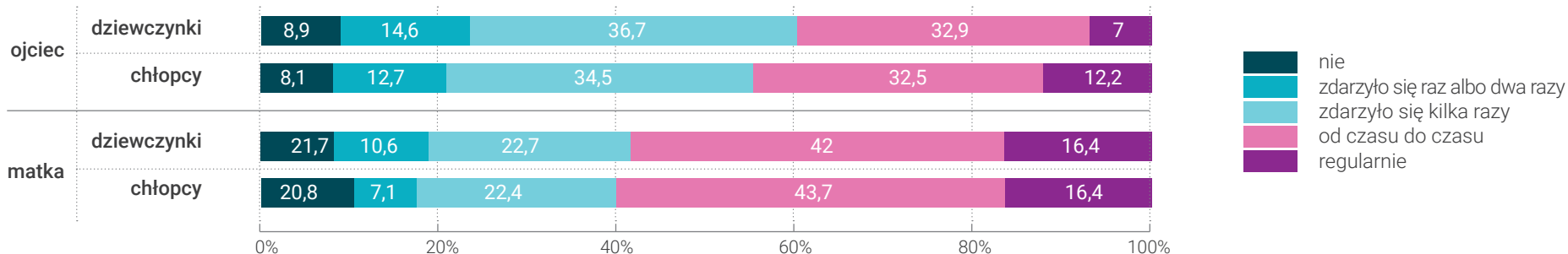
44% polskich dzieci w wieku 7-12 lat przynajmniej od czasu do czasu rozmawia z rodzicami o tym, czym jest bank i jak działa. Matki rozmawiają z dziećmi częściej niż ojcowie i nie różnicują częstotliwości rozmów ze względu na płeć dziecka. W przypadku ojców regularne rozmowy na ten temat odbywają oni częściej z synami, choć jeśli uwzględnić rozmowy odbywające się od czasu do czasu, to różnice między płciami dzieci się zacierają.

Z drugiej strony 13,4% dzieci nigdy nie rozmawiało z rodzicami o banku. Dotyczy to w większym stopniu dziewczynek niż chłopców (15,1% vs 11,8%), w szczególności w kontekście rozmów z matką (16,4% vs. 12,6%).

Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o planach waszej rodziny dotyczących większych zakupów? – ogółem



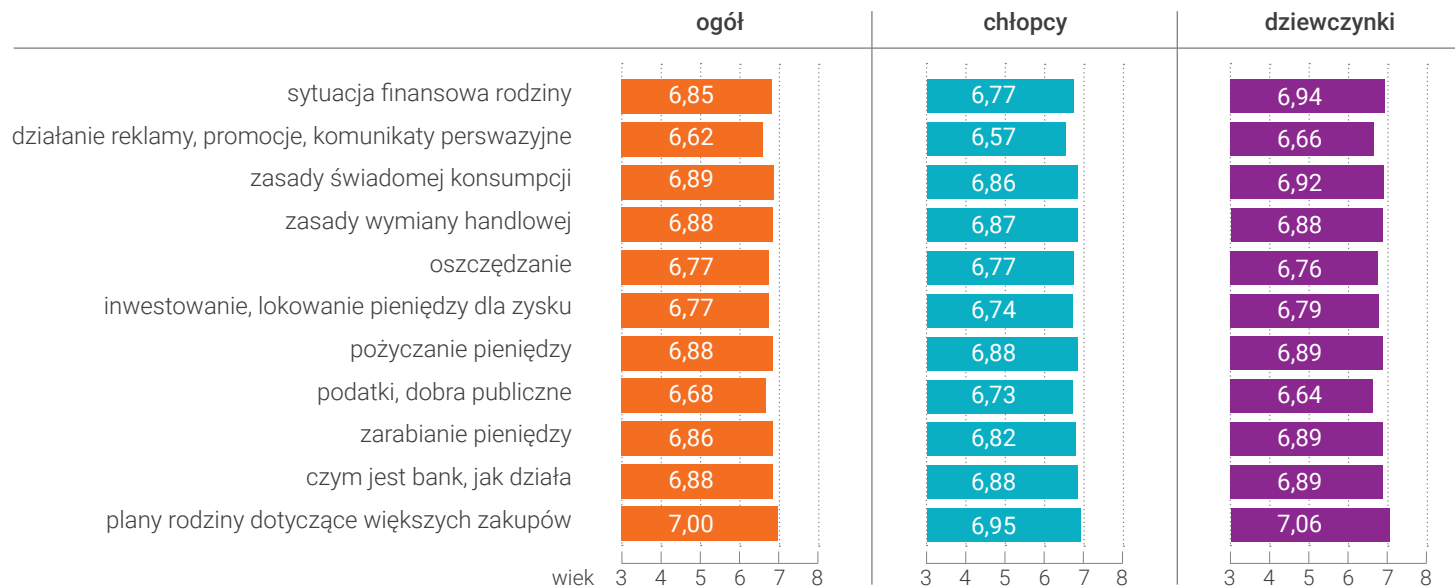
Czy zdarza się Panu/Pani rozmawiać ze swoim dzieckiem o planach waszej rodziny dotyczących większych zakupów? – matka vs. ojciec



W połowie polskich domów rozmawia się z dziećmi o planowanych większych zakupach, przy czym dotyczy to w równym stopniu rozmów z dziewczynkami i chłopcami.

Warto zauważyć, że wyraźnie częściej rozmowy o większych zakupach toczą się z matkami (58-60% matek rozmawia z dziećmi na ten temat przynajmniej od czasu do czasu) niż z ojcami (40-44% ojców).

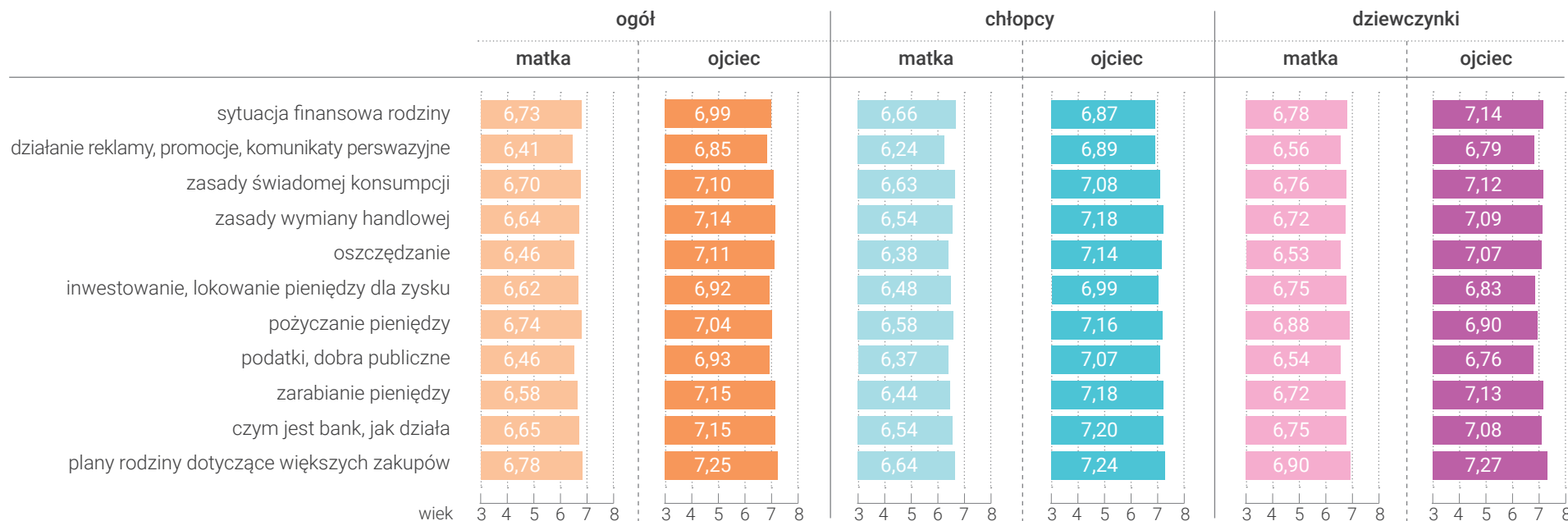
Ile lat miało Pana/Pani dziecko, gdy pierwszy raz rozmawiał(a) z nim Pan/Pani na niżej opisane tematy?*



* dane w wykresach wyrażone w latach

Niezależnie od tematu rozmów odnoszących się do pieniędzy rodzice zaczynają je podejmować nieco przed siódmymi urodzinami. Moment prowadzenia pierwszych rozmów jest zbliżony w przypadku dziewczynek i chłopców.

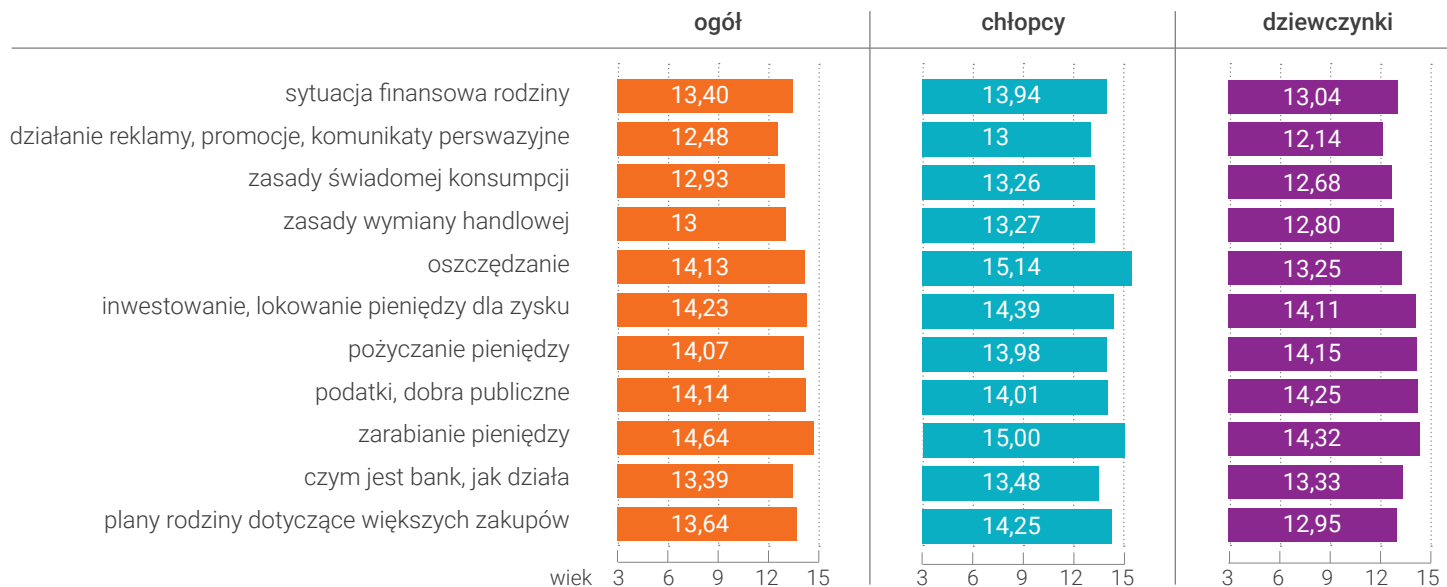
Ile lat miało Pana/Pani dziecko, gdy pierwszy raz rozmawiał(a) z nim Pan/Pani na niżej opisane tematy?*



* dane w wykresach wyrażone w latach

Nie obserwuje się różnic w czasie podejmowania pierwszych rozmów z synami i córkami ani u matek, ani u ojców. Co ciekawe, matki i ojcowie podejmują rozmowy o finansach z córkami w podobnym momencie, ale w przypadku rozmów z synami różnice między matkami a ojcami są istotne. Z wyjątkiem rozmów o sytuacji finansowej rodziny, niezależnie od tematu rozmowy dotyczącej pieniędzy, matki zaczynają ją istotnie wcześniej niż ojcowie.

Kiedy planuje Pan/Pani zacząć rozmawiać z dzieckiem na niżej wymienione tematy?*



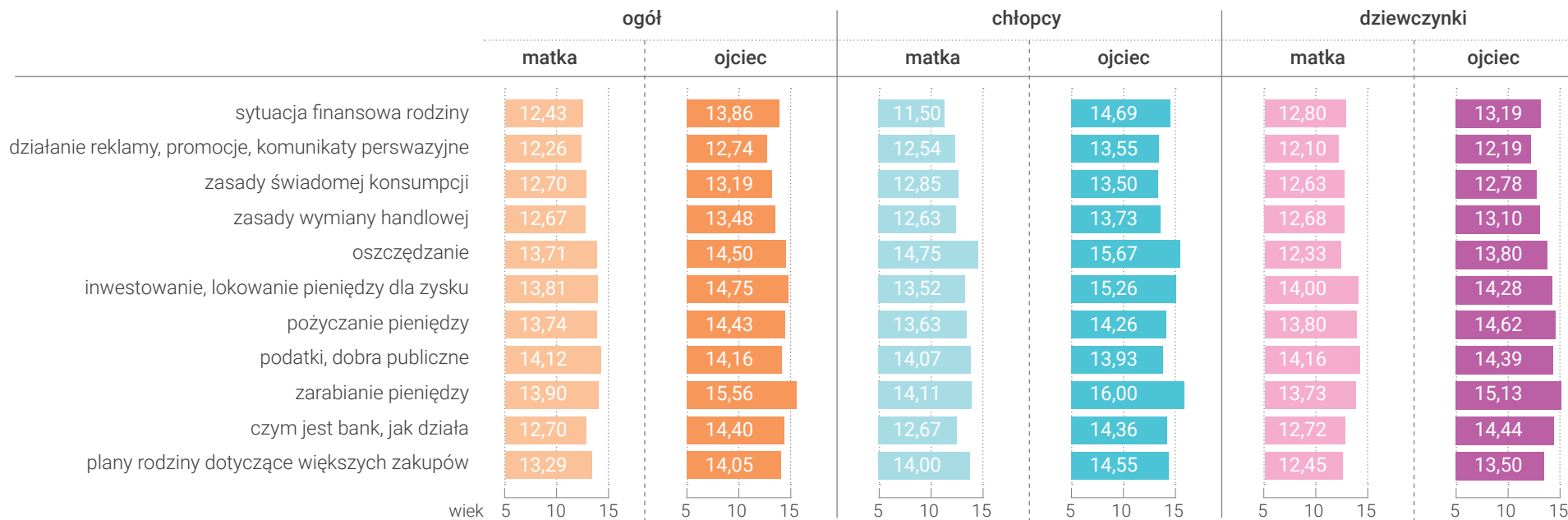
* dane w wykresach wyrażone w latach

Rodzice dzieci w wieku 7-12 lat, którzy jeszcze nie podjęli prób rozmów z dziećmi na poszczególne tematy związane z pieniędzmi, planują to zrobić bardzo późno – gdy dziecko będzie już w ostatnim okresie rozwoju poznawczego, a więc w wieku 13 lat i później.

Co ciekawe, w przypadku większości tematów rozmowy z dziewczynkami miałyby odbywać się istotnie wcześniej niż z chłopcami. Wyjątkiem są rozmowy o inwestowaniu i pożyczaniu pieniędzy, które miałyby mieć miejsce w podobnym momencie w obu grupach.

Planowany moment rozpoczęcia rozmów o pieniądzu

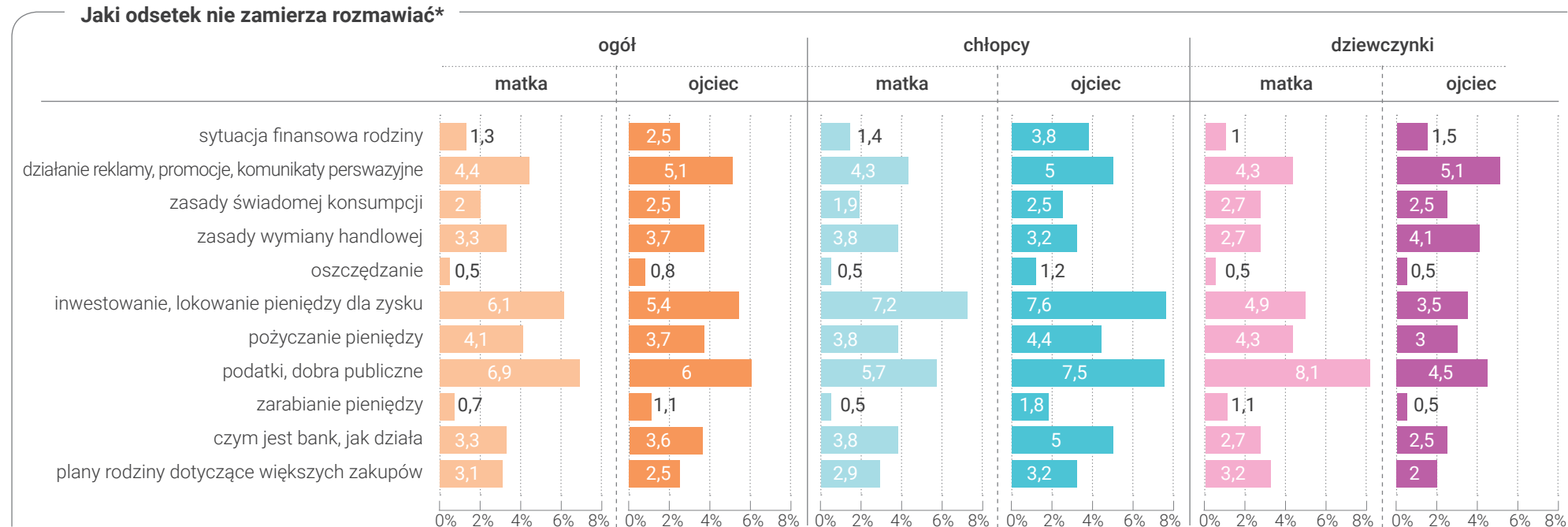
Kiedy planuje Pan/Pani zacząć rozmawiać z dzieckiem na niżej wymienione tematy?*



* dane w wykresach wyrażone w latach

Co więcej, zaobserwowano istotną różnicę w deklaracjach rodziców w kontekście momentu rozpoczęcia rozmów z dziećmi. W przypadku rozmów z chłopcami matki planują rozpocząć je istotnie wcześniej niż ojcowie. Wyjątkiem są wyłącznie rozmowy o podatkach, gdzie zależność jest odwrotna.

Jeśli zaś chodzi o rozmowy z dziewczynkami, to w większości przypadków nie zaobserwowano różnic między rodzicami, jednakże rozmowy o oszczędzaniu, pożyczaniu i zarabianiu pieniędzy, działaniu banku i większych planach zakupowych matki planują rozpocząć wcześniej niż ojcowie.



* w wykresach przedstawiono odsetek z całej podgrupy np. wszystkich matek, wszystkich matek chłopców, nie tylko tych, które jeszcze nie rozmawiają ze swoimi dziećmi.

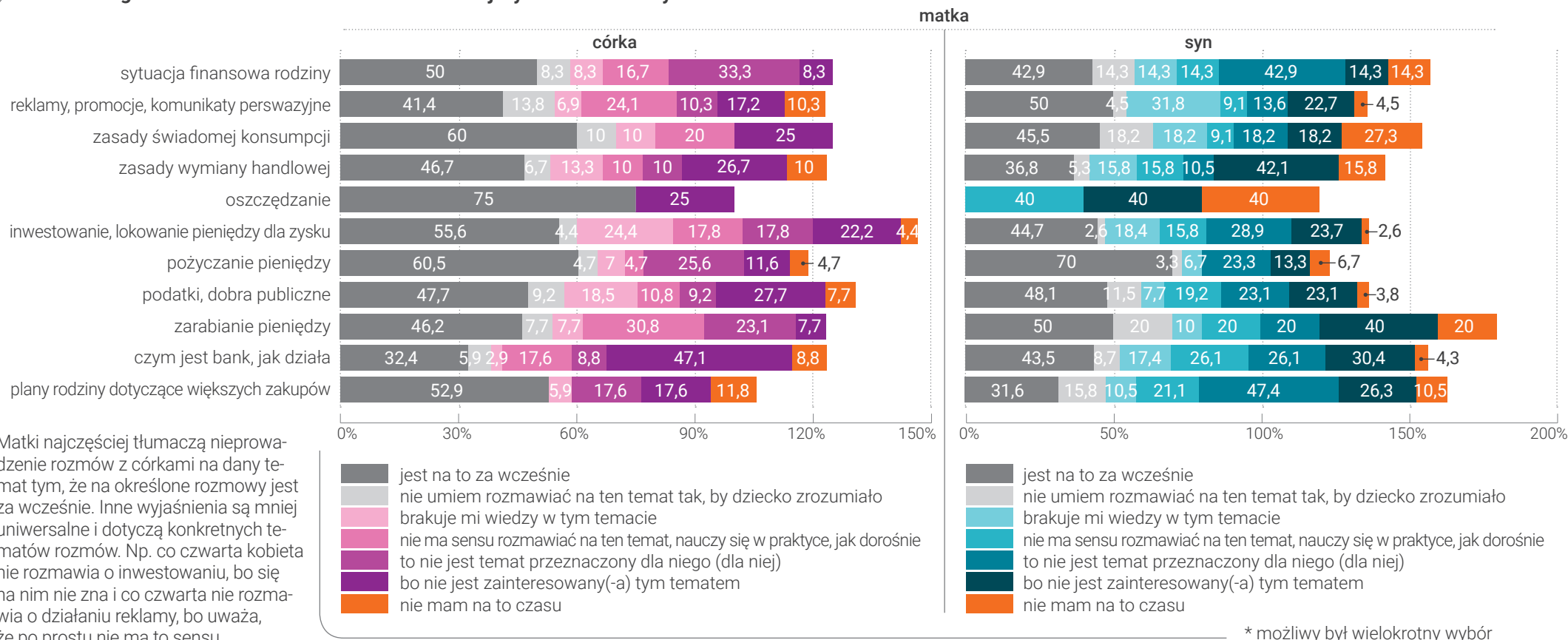
Generalnie rzecz biorąc, odrzucanie możliwości rozmowy o pieniądzu dotyczy istotnie częściej dziewczynek niż chłopców ($t(142)=-2.29; p<.02$).

Odsetek osób odrzucających możliwość rozmów z dzieckiem o pieniądzu różni się w zależności od obszaru tematycznego. Aż 7% matek i 6% ojców nie planuje rozmawiać ze swoimi dziećmi o podatkach i dobrach publicznych, zaś 6% matek i nieco ponad 5% ojców nie planuje rozmów o inwestowaniu. Około 4% rodziców nie zamierza rozmawiać o działaniu reklamy, pożyczaniu pieniędzy, zasadach wymiany handlowej i działaniu banku. Niemniej jednak niemal wszyscy rodzice (ponad 99%) rozmawiają lub planują rozmawiać ze swoimi dziećmi o oszczędzaniu.

Matki nieco rzadziej niż ojcowie odrzucają możliwość rozmów z synami o pieniądzu (wyjątkiem są rozmowy o zasadach handlu, gdzie efekt jest odwrotny).

Powody niepodejmowania z dziećmi rozmów o pieniądzu – matki

Dlaczego nie rozmawia Pani z dzieckiem na niżej wymienione tematy?*



Matki najczęściej tłumaczą nieprowadzenie rozmów z córkami na dany temat tym, że na określone rozmowy jest za wcześnie. Inne wyjaśnienia są mniej uniwersalne i dotyczą konkretnych tematów rozmów. Np. co czwarta kobieta nie rozmawia o inwestowaniu, bo się na nim nie zna i co czwarta nie rozmawia o działaniu reklamy, bo uważa, że po prostu nie ma to sensu.

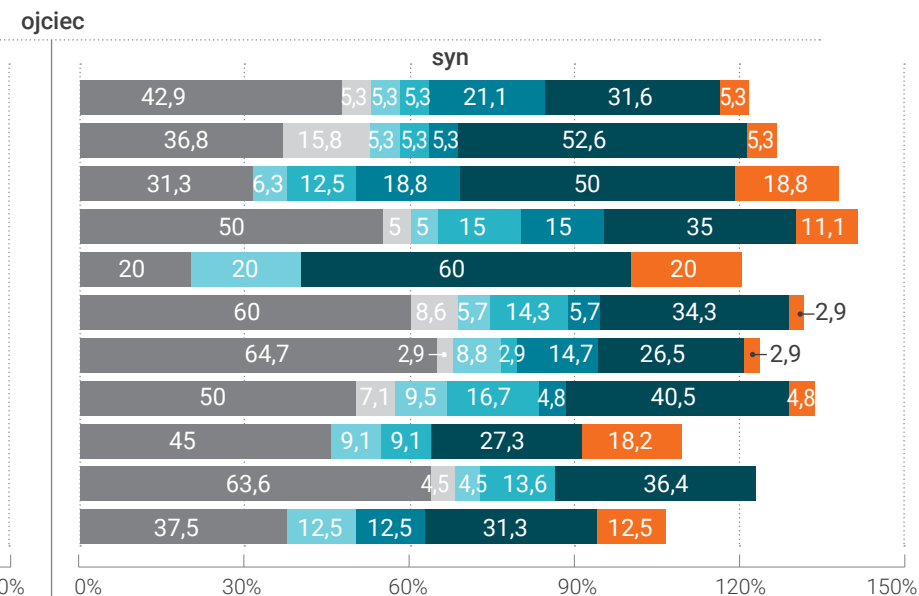
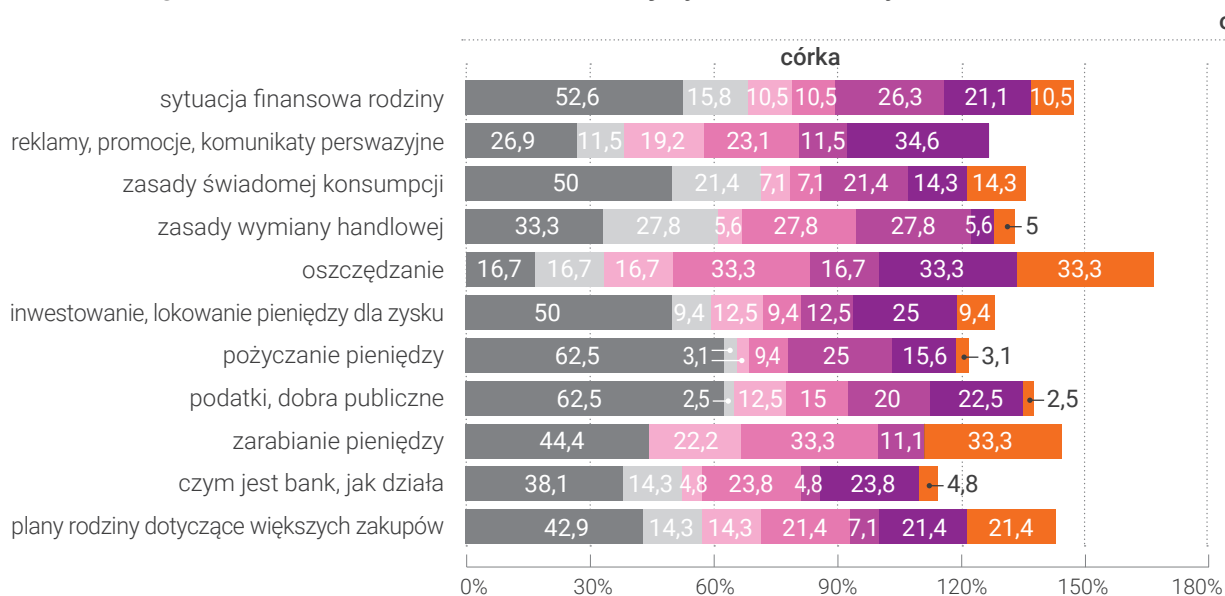
* możliwy był wielokrotny wybór

W przypadku większości tematów matki zwykle wyjaśniają brak rozmów z swoimi synami zbyt niskim wiekiem dziecka, jednak nie jest to tak uniwersalne wyjaśnienie, jak w przypadku dziewczynek. Dość częstym powodem niepodejmowania rozmów z dziećmi jest brak zainteresowania z ich strony, który w skrajnych przypadkach dotyczy 28% dziewczynek i aż 40% chłopców.

Co ważne i niepokojące, 33% matek uważa, że finanse rodziny nie są tematem do rozmów z córką, a 43% matek wskazuje, że nie jest to temat do rozmów z synem. Braki we własnej wiedzy i umiejętności jej przekazywania nie znajdują się wśród najczęściej wskazywanych przez matki powodów nierozmawiania z dziećmi o finansach.

Powody niepodejmowania z dziećmi rozmów o pieniądzu – ojcowie

Dlaczego nie rozmawia Pan z dzieckiem na niżej wymienione tematy?*



Podobnie do matek, ojcowie najczęściej tłumaczą nieprowadzenie rozmów z dziećmi na jakiś temat tym, że jest na to dla dziecka za wcześnie. Wyjątkiem są rozmowy o działaniu reklamy i oszczędzaniu, a w przypadku dziewczynek również o zasadach świadomej konsumpcji, których nieobecność mężczyźni tłumaczą przede wszystkim brakiem zainteresowania tematem ze strony dziecka.

- jest na to za wcześnie
- nie umiem rozmawiać na ten temat tak, by dziecko zrozumiało
- brakuje mi wiedzy w tym temacie
- nie ma sensu rozmawiać na ten temat, naucz się w praktyce, jak dorośnie
- to nie jest temat przeznaczony dla niego (dla niej)
- bo nie jest zainteresowany(-a) tym tematem
- nie mam na to czasu

- jest na to za wcześnie
- nie umiem rozmawiać na ten temat tak, by dziecko zrozumiało
- brakuje mi wiedzy w tym temacie
- nie ma sensu rozmawiać na ten temat, naucz się w praktyce, jak dorośnie
- to nie jest temat przeznaczony dla niego (dla niej)
- bo nie jest zainteresowany(-a) tym tematem
- nie mam na to czasu

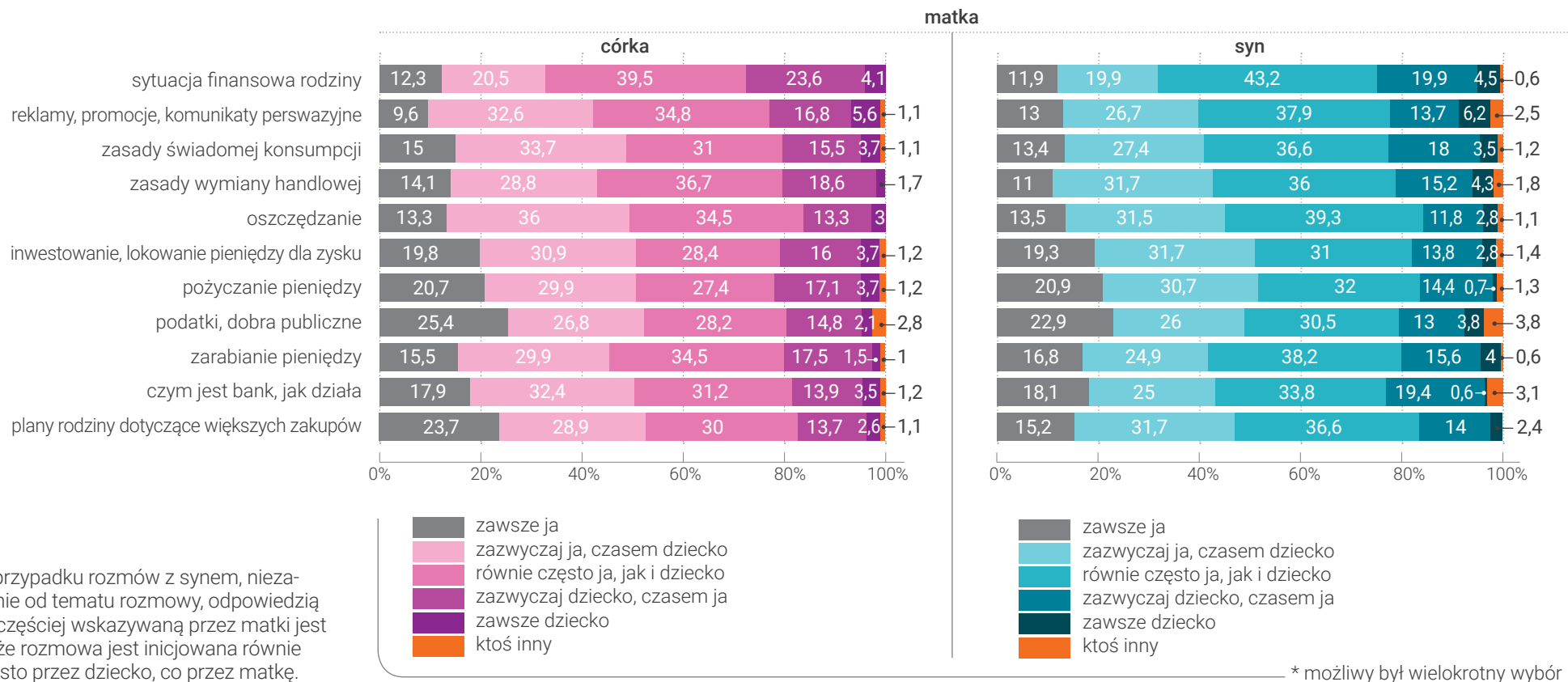
* możliwy był wielokrotny wybór

Zdaniem co czwartego ojca, który ma córkę i co piątego ojca, który ma syna, temat finansów domowych nie dotyczy dziecka i nie powinien w związku z tym być z nim poruszany. Choć odsetek wskazań jest w tym przypadku niższy niż u matek, to wciąż jest niepokojący.

Podobnie jak w przypadku matek brak własnej wiedzy i umiejętności jej przekazywania nie znajdują się wśród najczęściej wskazywanych przez ojców powodów nierozmawiania z dziećmi o finansach.

Inicjator rozmów o pieniądzu z dzieckiem

Kto inicjuje Pani rozmowy z dzieckiem na poniższe tematy? *

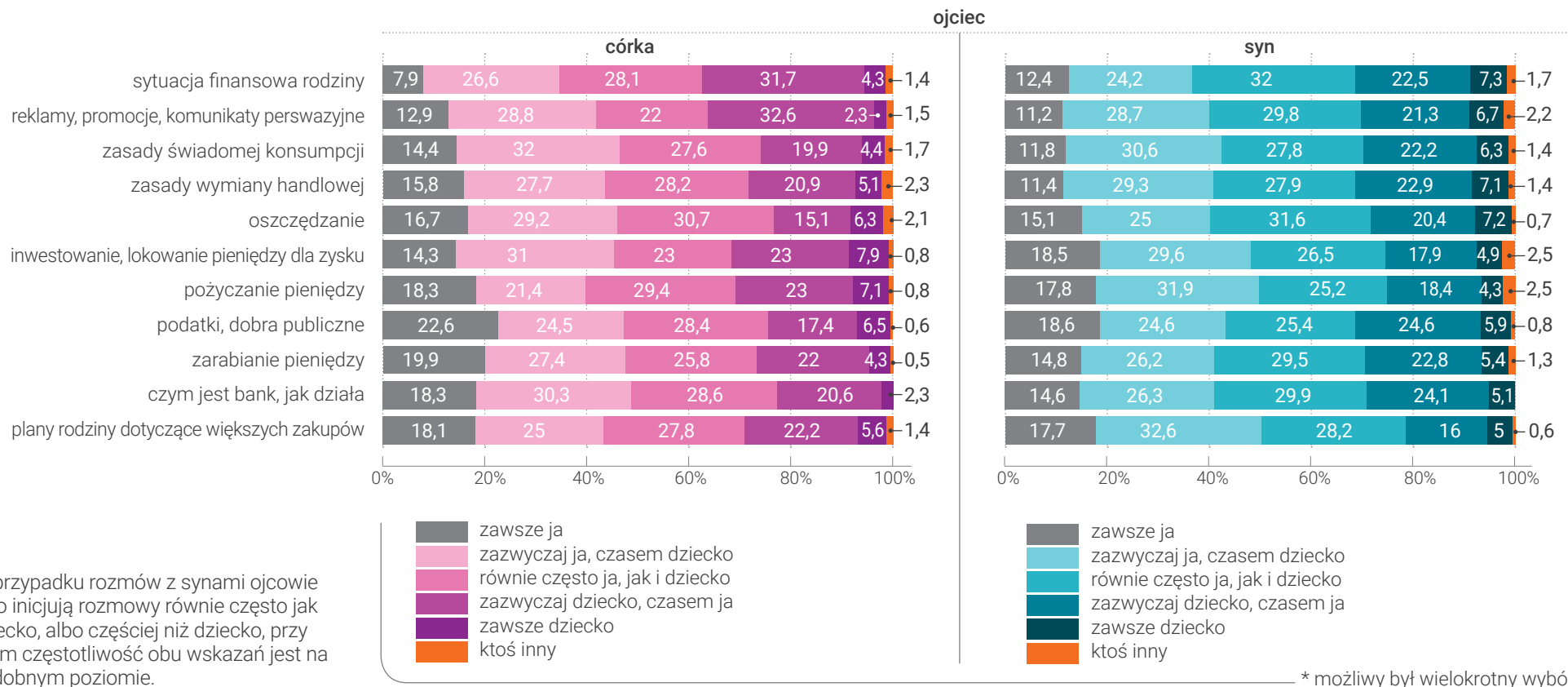


W przypadku rozmów z synem, niezależnie od tematu rozmowy, odpowiedzią najczęściej wskazywaną przez matki jest to, że rozmowa jest inicjowana równie często przez dziecko, co przez matkę.

W przypadku dziewczynek wyniki są analogiczne dla większości tematów poza rozmowami o świadomej konsumpcji, inwestowaniu, pożyczaniu pieniędzy i zasadach działania banku, w których to kategoriach matki najczęściej wskazywały, że zazwyczaj to one inicjują rozmowy, a córki robią to rzadziej.

Inicjator rozmów o pieniądzu ojca z dzieckiem

Kto inicjuje Pana rozmowy z dzieckiem na poniższe tematy? *



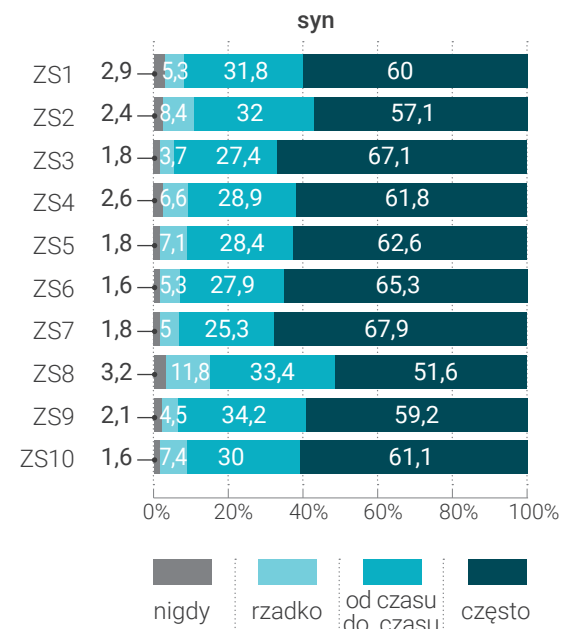
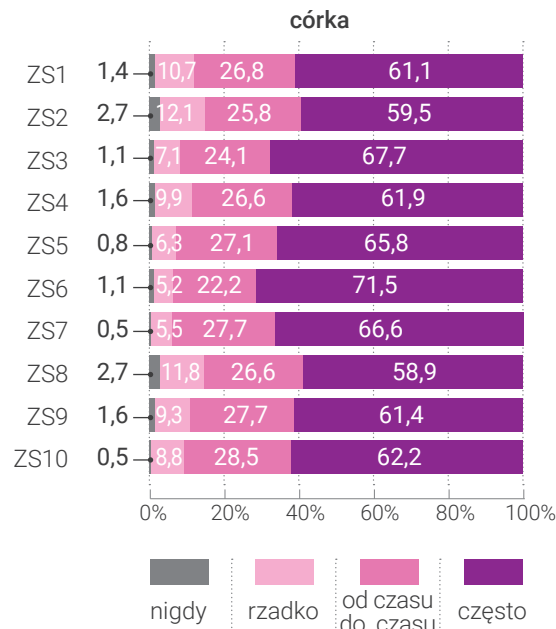
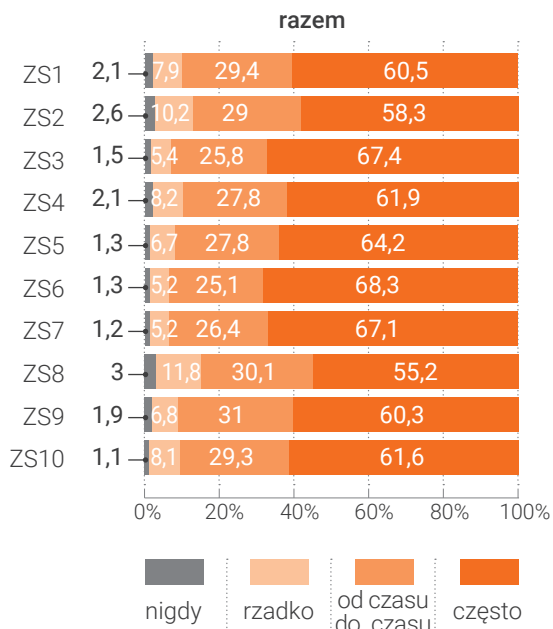
W przypadku rozmów z synami ojcowie albo inicjują rozmowy równie często jak dziecko, albo częściej niż dziecko, przy czym częstotliwość obu wskazań jest na podobnym poziomie.

Tymczasem w przypadku rozmów z córką taka zależność nie jest obserwowana dla wszystkich kategorii rozmowy. W przypadku rozmów o sytuacji finansowej rodziny i działaniach reklamy są one zwykle inicjowane przez córkę.

Zachęcanie dziecka
do świadomej konsumpcji
i zachowań sprzyjających
zdrowiu finansowemu



Czy zachęca Pan/Pani swoje dziecko do poniższych zachowań?*



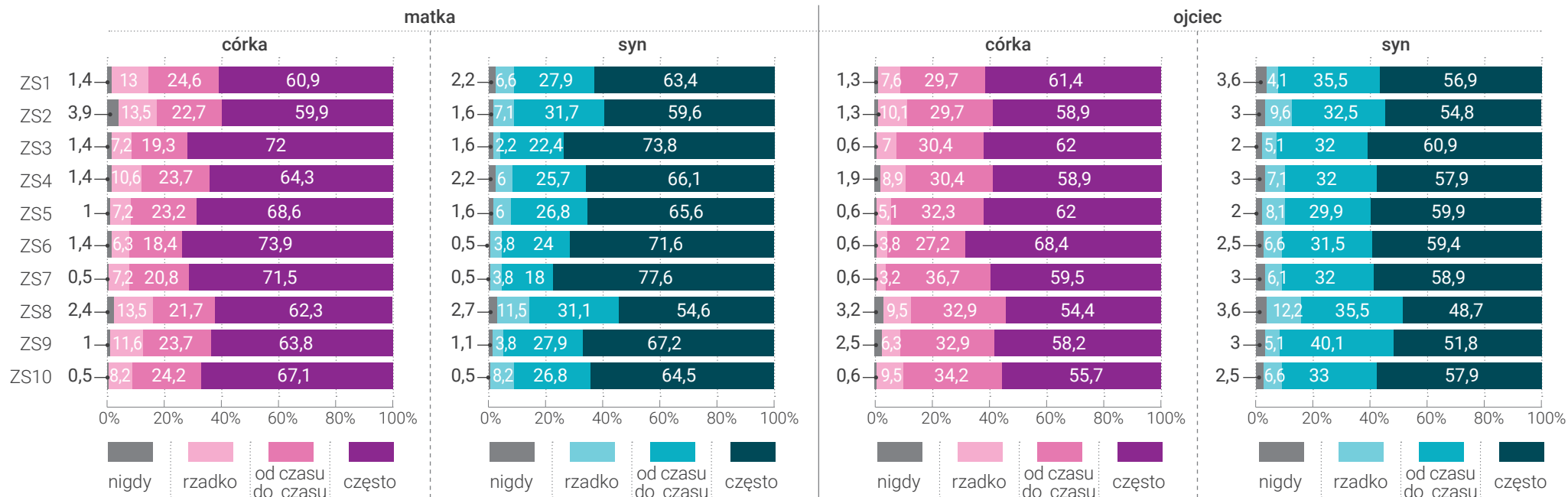
- ZS1. porównywania cen produktów
- ZS2. porównywania kupowanych produktów ze względu na ich właściwości – np. gramatura (choćby „na oko”), jakość, skład, termin przydatności do spożycia
- ZS3. zastanawiania się nad użytecznością kupowanych produktów (w ogóle lub w kontekście tego, co dziecko już posiada)
- ZS4. analizowania produktów pod kątem stosunku ich ceny do jakości

- ZS5. oszczędzania pieniędzy bezpośrednio (niewydawania ich)
- ZS6. oszczędzania pieniędzy pośrednio (oszczędzanie wody, prądu etc.)
- ZS7. odkładania pieniędzy na większy zakup w przyszłości
- ZS8. odkładania pieniędzy na „czarną godzinę”
- ZS9. odkładania pieniędzy na swoje bieżące zakupy w przyszłości
- ZS10. odkładania pieniędzy, żeby po prostu mieć ich więcej (np. w skarbnice)

* jednokrotny wybór w każdym ppkt

Generalnie dziewczynki są równie często zachęcane do podejmowania działań sprzyjających zdrowiu finansowemu co chłopcy. Co więcej, 55-67% (w zależności od tematu) dzieci doświadcza częstego motywowania ze strony rodziców.

Czy zachęca Pan/Pani swoje dziecko do poniższych zachowań?*



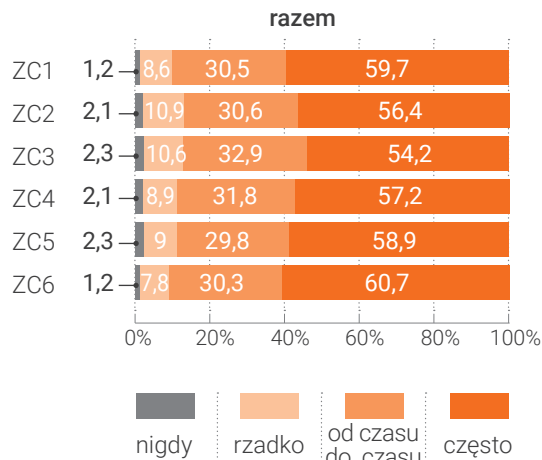
- ZS1. porównywania cen produktów
- ZS2. porównywania kupowanych produktów ze względu na ich właściwości – np. gramatura (choćby „na oko”), jakość, skład, termin przydatności do spożycia
- ZS3. zastanawiania się nad użytecznością kupowanych produktów (w ogóle lub w kontekście tego, co dziecko już posiada)
- ZS4. analizowania produktów pod kątem stosunku ich ceny do jakości

- ZS5. oszczędzania pieniędzy bezpośrednio (niewydawania ich)
- ZS6. oszczędzania pieniędzy pośrednio (oszczędzanie wody, prądu etc.)
- ZS7. odkładania pieniędzy na większy zakup w przyszłości
- ZS8. odkładania pieniędzy na „czarną godzinę”
- ZS9. odkładania pieniędzy na swoje bieżące zakupy w przyszłości
- ZS10. odkładania pieniędzy, żeby po prostu mieć ich więcej (np. w skarbnice)

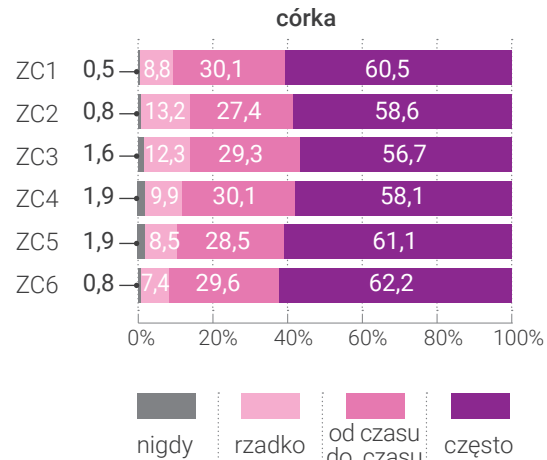
* jednokrotny wybór w każdym ppkt

Nie zaobserwowano różnic w motywowaniu córek i synów przez matki, zaś w przypadku ojców widać delikatnie więcej wskazań częstego motywowania dziewczynek niż chłopców. Ta różnica jest szczególnie widoczna przy zagadnieniach takich jak oszczędzanie pieniędzy pośrednio, odkładanie pieniędzy na „czarną godzinę” i odkładanie pieniędzy na swoje bieżące zakupy w przyszłości.

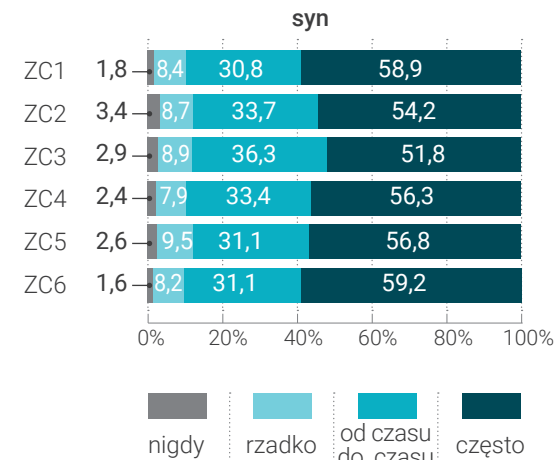
Czy podczas wspólnych zakupów z dzieckiem*:



- ZC1. porównujecie ceny produktów
- ZC2. porównujecie gramatury produktów i/lub sprawdzacie terminy ich przydatności do spożycia
- ZC3. rozmawiacie o użyteczności produktów „spoza planowanej listy zakupów” przed włożeniem ich do koszyka



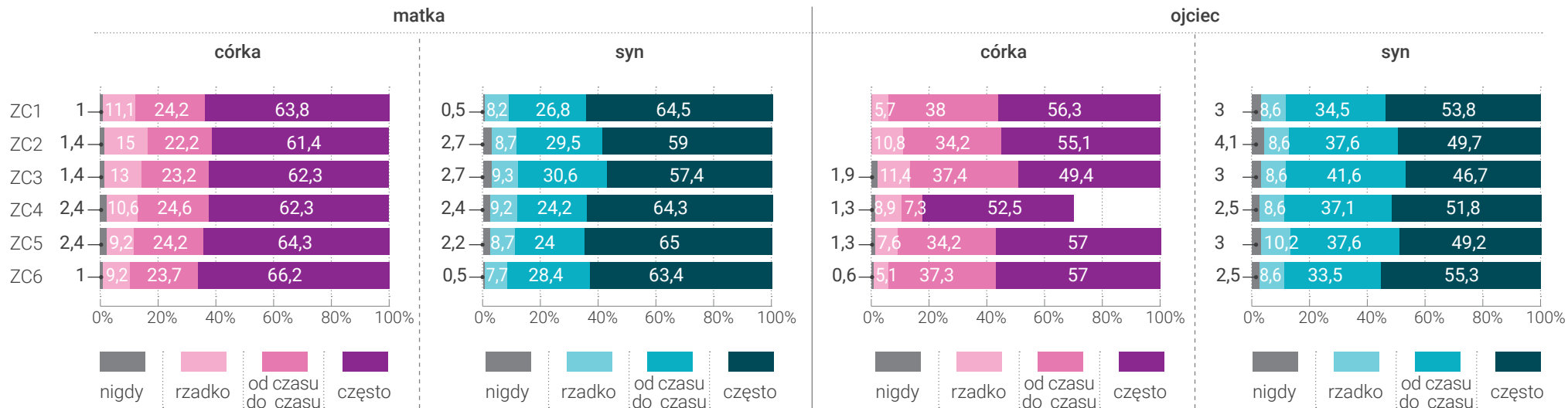
- ZC4. porównujecie jakość oglądanych/ kupowanych produktów
- ZC5. zastanawiacie się nad stosunkiem ceny do jakości wybieranych produktów
- ZC6. rozmawiacie o promocjach/rabatach, o tym jak działają i czy warto z nich skorzystać



* jednokrotny wybór w każdym ppkt

Nieco więcej dziewczynek niż chłopców jest często zachęcanych do zachowań sprzyjających zdrowiu finansowemu w formie nauki przez doświadczenie. Niemniej jednak w obu grupach edukuje się w ten sposób ponad połowa młodych ludzi.

Czy podczas wspólnych zakupów z dzieckiem*:



- ZC1. porównujecie ceny produktów
- ZC2. porównujecie gramatury produktów i/lub sprawdzacie terminy ich przydatności do spożycia
- ZC3. rozmawiacie o użyteczności produktów „spoza planowanej listy zakupów” przed włożeniem ich do koszyka

- ZC4. porównujecie jakość oglądanych/ kupowanych produktów
- ZC5. zastanawiacie się nad stosunkiem ceny do jakości wybieranych produktów
- ZC6. rozmawiacie o promocjach/rabatach, o tym jak działają i czy warto z nich skorzystać

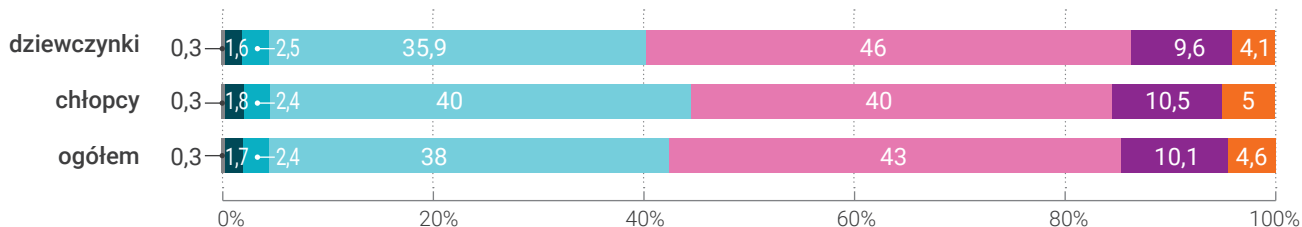
* jednokrotny wybór w każdym ppkt








Co ciekawe, w przypadku córek matki częściej deklarowały częste rozmowy o użyteczności dodatkowych zakupów w sklepie niż w przypadku chłopców. Jednocześnie ojcowie zdają się częściej analizować etykiety produktów i zastanawiać się nad stosunkiem ceny do jakości produktu podczas zakupów z córką niż z synem.

Reakcja na pytania zadawane przez dziecko

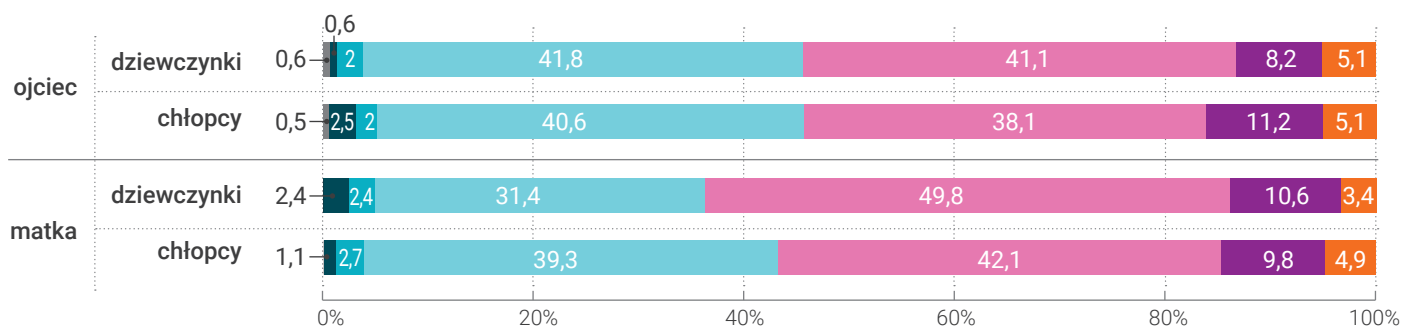


Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące sytuacji finansowej Pana/Pani rodziny? – ogółem



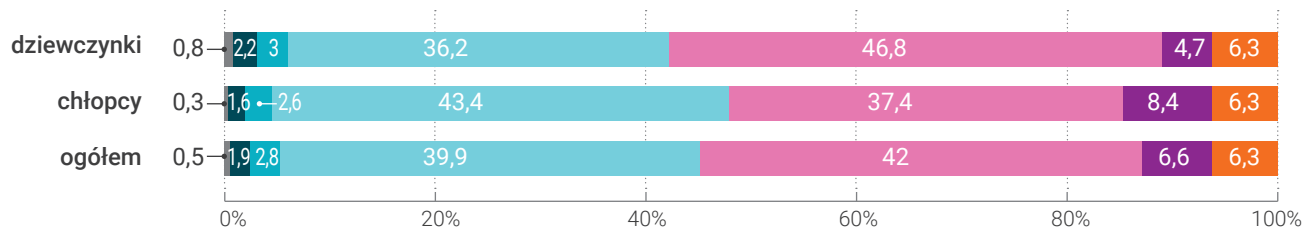
-  odwracam jego/jej uwagę lub ignoruję
-  mówię, że to nie jest temat dla niego/dla niej
-  odsyłam do innej osoby
-  odpowiadam/tłumaczę
-  tłumaczę w miarę możliwości, pokazuję na przykładach
-  tłumaczę, pokazuję na przykładach i w miarę możliwości pozwalam doświadczyć (np. grając w gry ekonomiczne, pozwalając podjąć samodzielną decyzję)
-  nie dotyczy, takie pytanie nigdy nie padło








Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące sytuacji finansowej Pana/Pani rodziny? – matka vs. ojciec



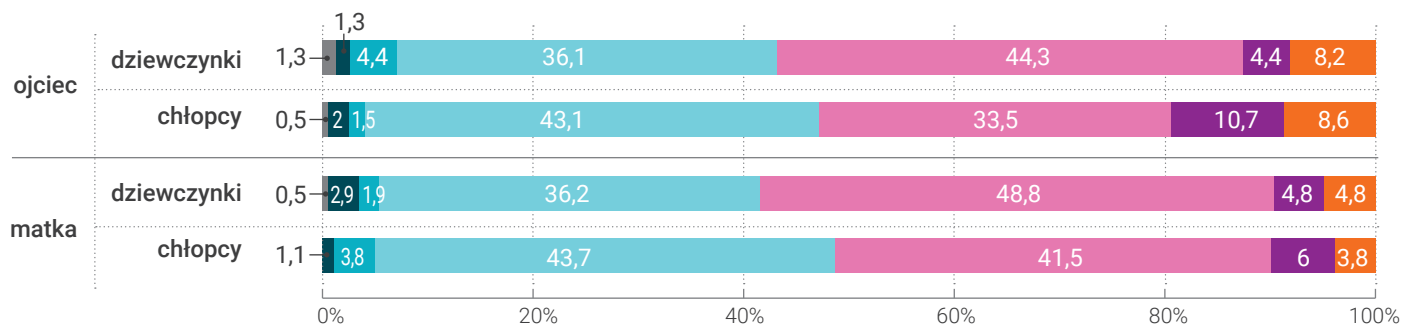
Rodzice nie zbywają pytań dzieci o finanse domowe, 96% próbuje to zagadnienie/ ten problem wytłumaczyć. Zwykle albo poprzestają na podaniu definicji, albo wzbogacają odpowiedź przykładami (po ok. 40% obserwacji). Co więcej, 10% rodziców stara się również pozwolić dziecku uczyć się przez doświadczenie. Warto zauważyć, że matki i ojcowie podchodzą do synów w podobny sposób, podczas gdy w przypadku pytań córek połowa matek wzbogaca tłumaczenie przykładami, to samo robi 41% ojców. Z drugiej strony 31,4% matek w takiej sytuacji poprzestaje na wyjaśnieniu problemu, z czego w rozmowie z córkami korzysta 41,8% ojców.

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące finansów lub księgowości (jak działa bank, skąd się biorą pieniądze w bankomacie etc.)? – ogółem



-  odwracam jego/jej uwagę lub ignoruję
-  mówię, że to nie jest temat dla niego/dla niej
-  odsyłam do innej osoby
-  odpowiadam/tłumaczę
-  tłumaczę w miarę możliwości, pokazuję na przykładach
-  tłumaczę, pokazuję na przykładach i w miarę możliwości pozwalam doświadczyć (np. grając w gry ekonomiczne, pozwalając podjąć samodzielną decyzję)
-  nie dotyczy, takie pytanie nigdy nie padło

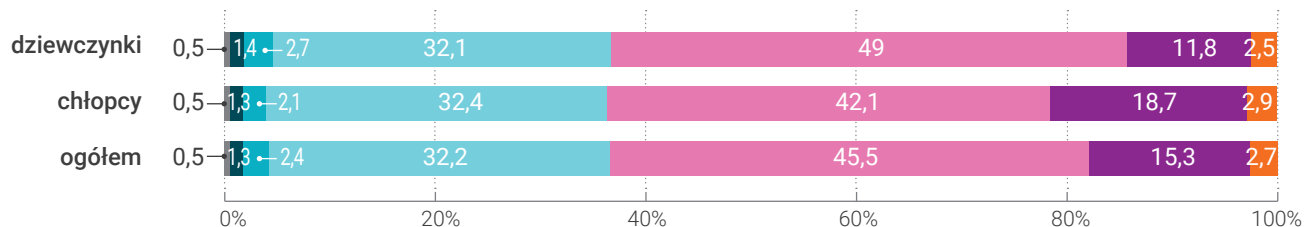
Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące finansów lub księgowości (jak działa bank, skąd się biorą pieniądze w bankomacie etc.)? – matka vs. ojciec










Rodzice nie unikają odpowiedzi na pytania o finanse lub bankowość. W przypadku chłopców tak ojcowie, jak i matki najczęściej poprzestają na tłumaczeniu zagadnienia, zaś w przypadku dziewczynek najczęściej wzbogacają wyjaśnienia przykładami. Zarówno matki, jak i ojcowie częściej pozwalają uczyć się przez doświadczenie chłopcom niż dziewczynkom, choć różnica jest wyraźniejsza w przypadku ojców.

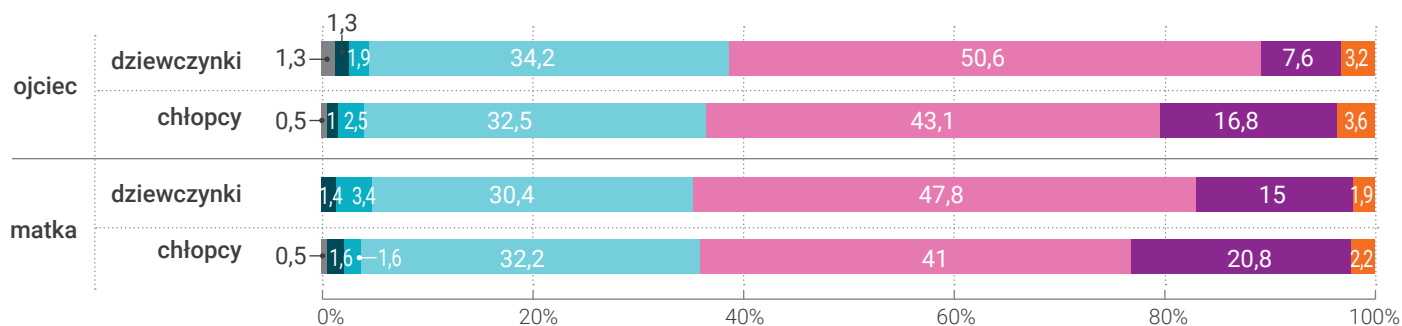
Co ciekawe, istotnie więcej ojców niż matek, tak w przypadku córek, jak i synów, wskazuje, że ich dziecko nigdy nie zadało im pytania o finanse lub bankowość.

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące finansów zarabiania pieniędzy? – ogólnie



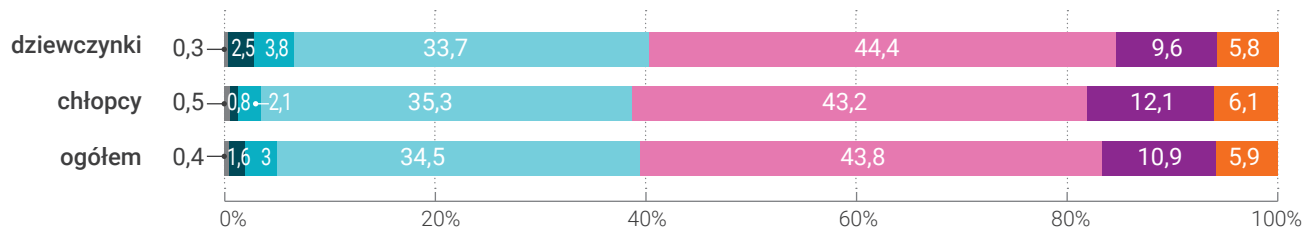
-  odwracam jego/jej uwagę lub ignoruję
-  mówię, że to nie jest temat dla niego/dla niej
-  odsyłam do innej osoby
-  odpowiadam/tłumaczę
-  tłumaczę w miarę możliwości, pokazuję na przykładach
-  tłumaczę, pokazuję na przykładach i w miarę możliwości pozwalam doświadczyć (np. grając w gry ekonomiczne, pozwalając podjąć samodzielną decyzję)
-  nie dotyczy, takie pytanie nigdy nie padło








Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące finansów zarabiania pieniędzy? – matka vs. ojciec



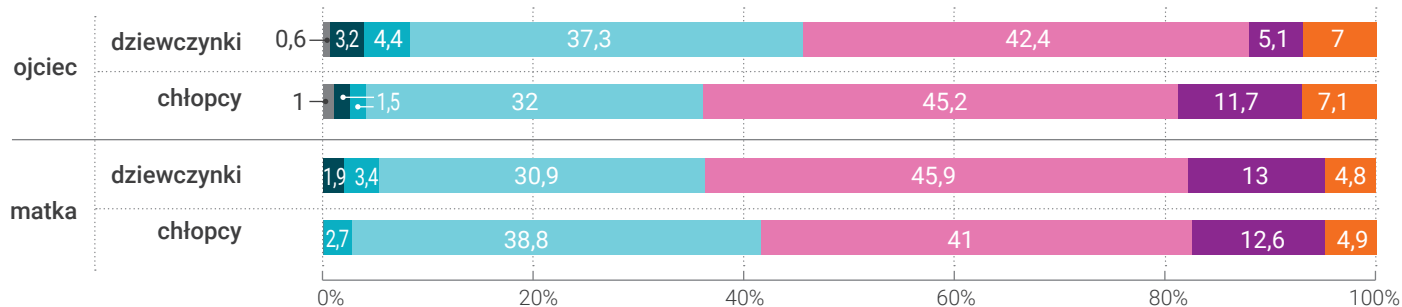
Co do zasady polscy rodzice odpowiadają na pytania dotyczące zarabiania pieniędzy. Najczęściej odpowiadają, tłumacząc poszczególne zagadnienia na przykładach. Robi tak 45,5% rodziców, są to nieco częściej ojcowie niż matki. Co ciekawe, zarówno ojcowie, jak i matki częściej tłumaczą tematy związane z zarabianiem pieniędzy na przykładach córkom niż synom, za to synom częściej niż córkom pozwalają uczyć się przez doświadczenie.

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące inwestowania/oszczędzania? – ogółem



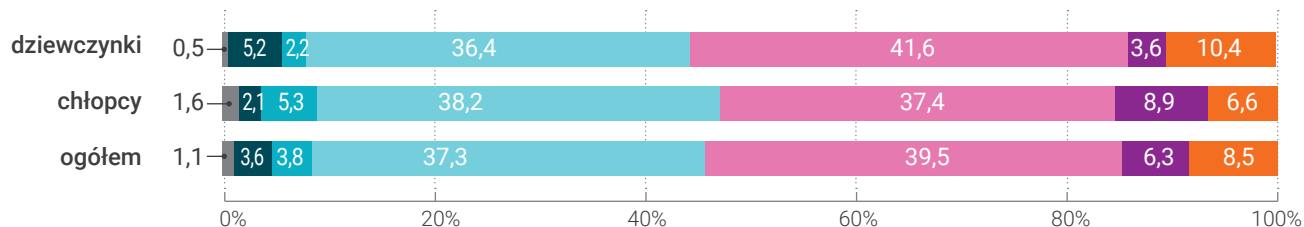
-  odwracam jego/jej uwagę lub ignoruję
-  mówię, że to nie jest temat dla niego/dla niej
-  odsyłam do innej osoby
-  odpowiadam/tłumaczę
-  tłumaczę w miarę możliwości, pokazuję na przykładach
-  tłumaczę, pokazuję na przykładach i w miarę możliwości pozwalam doświadczyć (np. grając w gry ekonomiczne, pozwalając podjąć samodzielną decyzję)
-  nie dotyczy, takie pytanie nigdy nie padło








Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące inwestowania/oszczędzania? – matka vs. ojciec



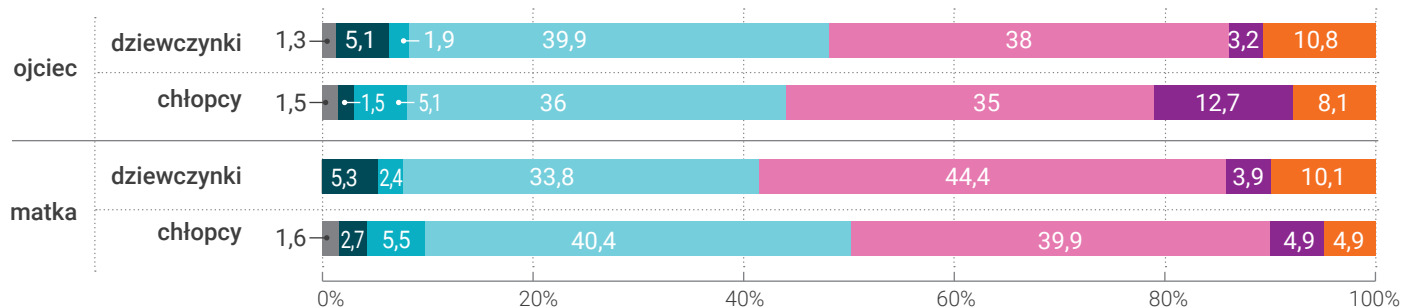
W kontekście pytań o zagadnienia związane z oszczędzaniem i inwestowaniem 44% rodziców odpowiada na nie, tłumacząc w oparciu o przykłady. 11% rodziców pozwala dzieciom uczyć się tych zagadnień przez własne doświadczenia, przy czym matki w równym stopniu pozwalają na to synom i córkom, podczas gdy ojcowie uczą synów oszczędzania/inwestowania przez doświadczenie dwa razy częściej niż córki (12% vs 5% wskazań).

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące kredytów/pożyczek? – ogółem



-  odwracam jego/jej uwagę lub ignoruję
-  mówię, że to nie jest temat dla niego/dla niej
-  odsyłam do innej osoby
-  odpowiadam/tłumaczę
-  tłumaczę w miarę możliwości, pokazuję na przykładach
-  tłumaczę, pokazuję na przykładach i w miarę możliwości pozwalam doświadczyć (np. grając w gry ekonomiczne, pozwalając podjąć samodzielną decyzję)
-  nie dotyczy, takie pytanie nigdy nie padło

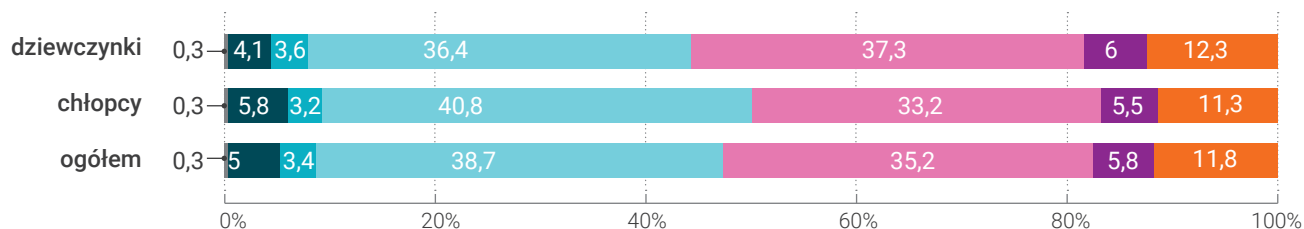
Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące kredytów/pożyczek? – matka vs. ojciec










Odpowiadając na pytania o kredyty i pożyczki, matki częściej niż ojcowie posługują się wyjaśnieniem popartym przykładem (36,5% vs 42,3%). Co ciekawe, zarówno matki, jak i ojcowie częściej posługują się przykładem w komunikacji z córką niż z synem. Jednocześnie ojcowie pozwalają uczyć się zasad pożyczek synom przez doświadczenie czterokrotnie częściej niż córkom (12,7% vs 3,2%).

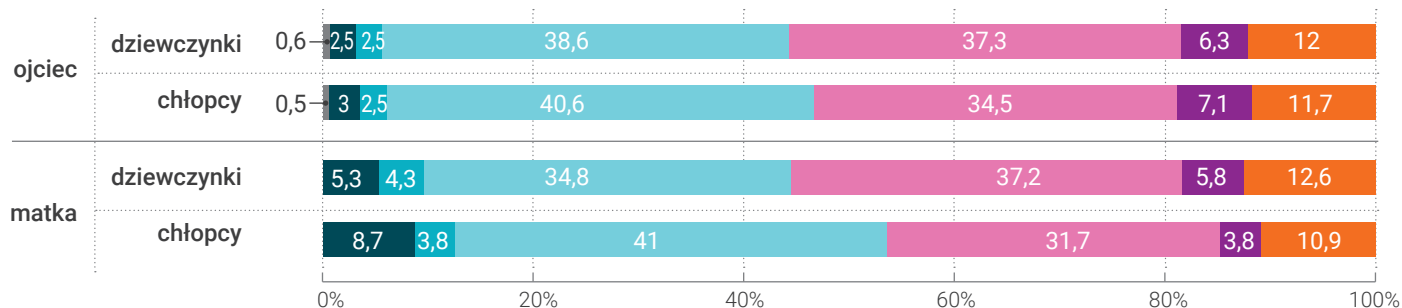
Warto też zauważyć, że co dziesiąta dziewczynka nigdy nie pytała rodziców o zagadnienia związane z pożyczkami/kredytami, podczas gdy miało to miejsce w przypadku 6% chłopców.

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące podatków? – ogółem



-  odwracam jego/jej uwagę lub ignoruję
-  mówię, że to nie jest temat dla niego/dla niej
-  odsyłam do innej osoby
-  odpowiadam/tłumaczę
-  tłumaczę w miarę możliwości, pokazuję na przykładach
-  tłumaczę, pokazuję na przykładach i w miarę możliwości pozwalam doświadczyć (np. grając w gry ekonomiczne, pozwalając podjąć samodzielną decyzję)
-  nie dotyczy, takie pytanie nigdy nie padło

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące podatków? – matka vs. ojciec



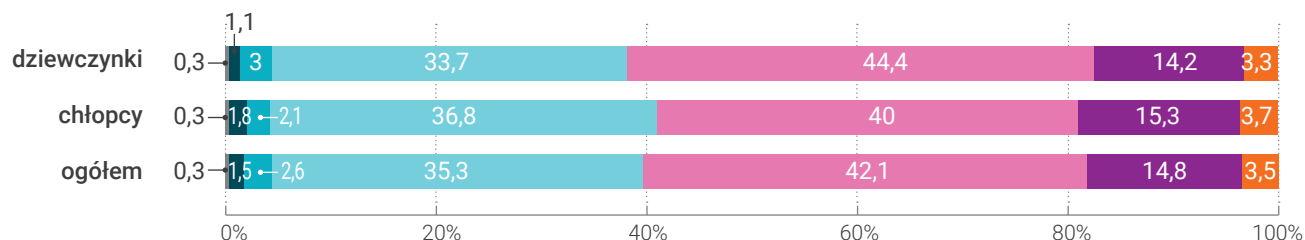
Na tle innych tematów finansowych kwestia podatków cieszy się najmniejszym zainteresowaniem dzieci, co skutkuje tym, że niemal 12% dzieci nigdy nie pytało rodziców o te kwestie.

Okolo 80% dzieci zadaje pytania i otrzymuje na nie odpowiedź będącą co najmniej wyjaśnieniem zagadnienia.

Zarówno matki, jak i ojcowie nieco częściej poprzestają na samym wytłumaczeniu zagadnienia w rozmowie z synem niż z córką, równolegle to córkom nieco częściej niż synom rodzice odpowiadają na pytania, obrazując odpowiedzi na nie przykładami.

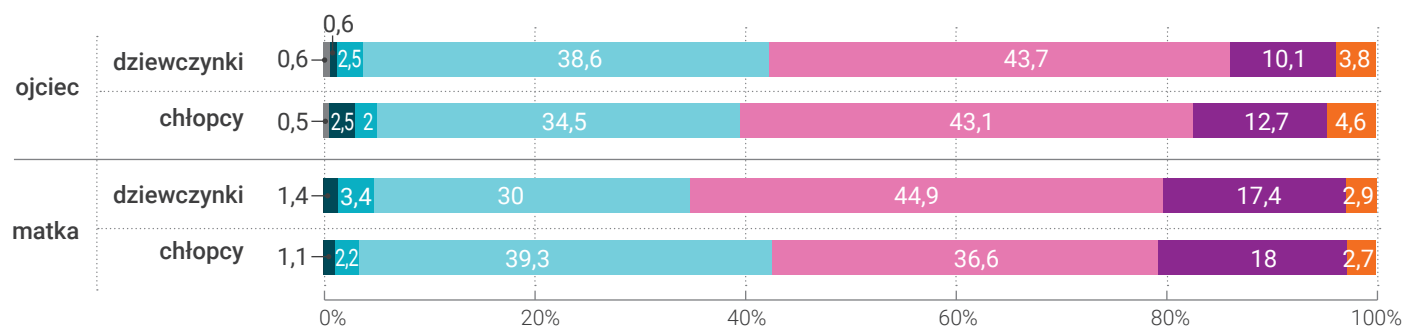
Pytania o kwestie dotyczące konsumpcji i wyborów konsumenckich

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące konsumpcji? – ogółem



- odwracam jego/jej uwagę lub ignoruję
- mówię, że to nie jest temat dla niego/dla niej
- odsyłam do innej osoby
- odpowiadam/tłumaczę
- tłumaczę w miarę możliwości, pokazuję na przykładach
- tłumaczę, pokazuję na przykładach i w miarę możliwości pozwalam doświadczyć (np. grając w gry ekonomiczne, pozwalając podjąć samodzielną decyzję)
- nie dotyczy, takie pytanie nigdy nie padło

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko pyta o kwestie dotyczące konsumpcji? – matka vs. ojciec



92% dzieci zadaje pytania dotyczące konsumpcji i uzyskuje na nie odpowiedzi od rodziców. Nieco częściej pytania te kierowane są do matek niż do ojców, zarówno w przypadku córek, jak i synów.

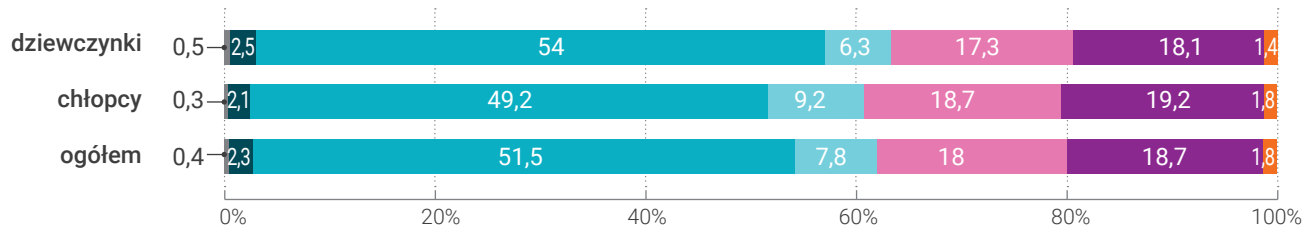
Ojcowie nieco częściej poprzestają na suchym wyjaśnieniu zjawiska w rozmowach z dziewczynkami niż chłopcami (39% vs. 35%), jednocześnie nieco częściej pozwalają uczyć się przez doświadczenie synom niż córkom (13% vs. 10%), zaś na wyjaśnienie poparte przykładem może liczyć ze strony ojca około 43-44% dzieci obu płci.








W przypadku matek uczenie konsumpcji przez doświadczenie w równym stopniu dotyczy dziewczynek i chłopców, tym niemniej różnice są zauważalne w kontekście odpowiedzi na pytania poprzestające na wyjaśnieniu definicji/zjawisk, co ma miejsce w przypadku 30% dziewczynek i ponad 39% chłopców oraz w kontekście odpowiadania podpartego przykładami, które częściej ma miejsce w rozmowach z córkami niż z synami (45% vs. 37%).

Prośby zakupowe
ze strony dziecka

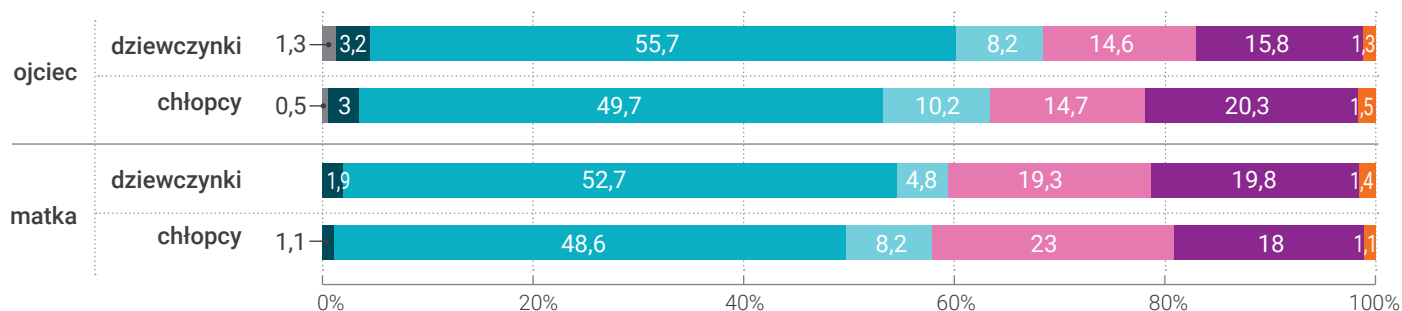


Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko prosi o zakup czegoś, czego Pan/Pani nie chce kupić, bo jest za drogie i nie bardzo możecie sobie pozwolić na taki zakup? – ogółem



-  nie reaguję, ignoruję prośbę
-  odmawiam bez wyjaśnienia
-  wyjaśniam, czemu nie kupię tej rzeczy
-  zachęcam, by dziecko zapłaciło samo za przedmiot z własnych środków, bez wyjaśniania czemu ja nie chcę tego zrobić
-  zachęcam, by dziecko zapłaciło samo za przedmiot z własnych środków, wyjaśniając czemu ja nie chcę tego zrobić
-  dyskutuję z dzieckiem na temat tego, czy jest mu ten przedmiot potrzebny i jeśli ustalimy, że rzeczywiście jest, to go kupuję
-  po prostu kupuję przedmiot, o który prosi dziecko

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko prosi o zakup czegoś, czego Pan/Pani nie chce kupić, bo jest za drogie i nie bardzo możecie sobie pozwolić na taki zakup? – matka vs. ojciec



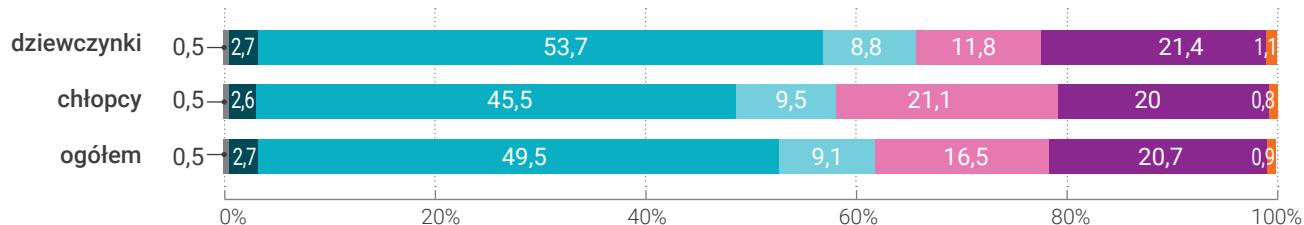
Najczęstszą reakcją tak matek, jak i ojców na prośbę o zbyt drogi zakup jest wyjaśnienie dziecku, czemu nie zostanie on dokonany, przy czym dotyczy to ok. 6% więcej córek niż synów w przypadku każdego z rodziców.

Matki częściej niż ojcowie reagują na prośby drogiego zakupu zachęceniem dziecka do samodzielnego zakupu, wyjaśniając przy tym, czemu same nie chcą go dokonać, przy czym proponują to 19% córek i 23% synów, podczas gdy ojcowie częściej niż matki zachęcają dzieci do samodzielnego zakupu bez podawania wyjaśnień – 8% wskazań w stosunku do córek i 10% w stosunku do synów.

Mniej więcej w jednym przypadku na pięć rodzice dyskutują z dzieckiem, czy dany produkt jest mu potrzebny i w oparciu o wynik dyskusji podejmują decyzję o zakupie.

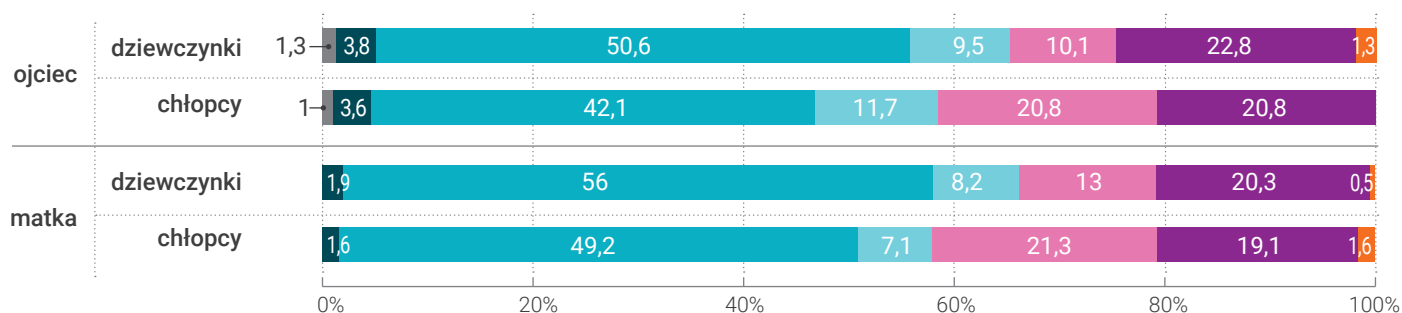
Prośba o zakup, którego rodzic nie aprobuje

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko prosi o zakup czegoś, czego Pan/Pani nie chce kupić, co nie wynika z możliwości finansowych? – ogółem



- nie reaguję, ignoruję prośbę
- odmawiam bez wyjaśnienia
- wyjaśniam, czemu nie kupię tej rzeczy
- zachęcam, by dziecko zapłaciło samo za przedmiot z własnych środków, bez wyjaśniania czemu ja nie chcę tego zrobić
- zachęcam, by dziecko zapłaciło samo za przedmiot z własnych środków, wyjaśniając czemu ja nie chcę tego zrobić
- dyskutuję z dzieckiem na temat tego, czy jest mu ten przedmiot potrzebny i jeśli ustalimy, że rzeczywiście jest, to go kupuję
- po prostu kupuję przedmiot, o który prosi dziecko

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko prosi o zakup czegoś, czego Pan/Pani nie chce kupić, co nie wynika z możliwości finansowych? – matka vs. ojciec



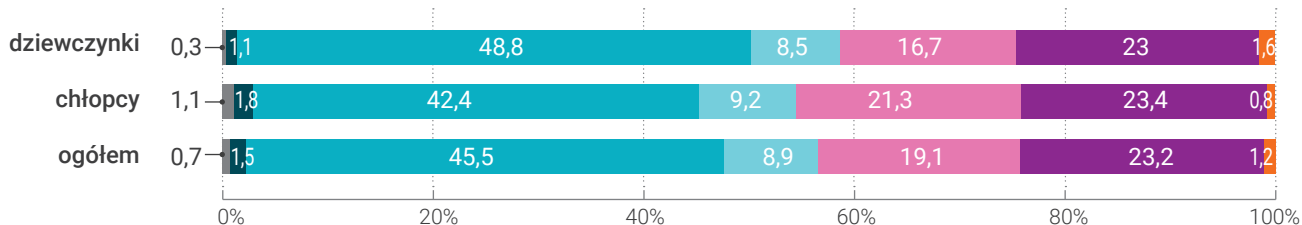
W sytuacji, gdy dziecko prosi o zakup, którego rodzic nie aprobuje, połowa rodziców wyjaśnia dziecku, czemu nie dokona zakupu.








Zarówno matki, jak i ojcowie chętniej wyjaśniają powody swojej decyzji dziewczynkom niż chłopcom, zamykając w ten sposób temat zakupu. Z drugiej strony i matki, i ojcowie częściej zachęcają chłopców (ok. 21%) niż dziewczynki (10-13%) do samodzielnej zapłaty za zabawkę, wyjaśniając, czemu sami nie chcą tego zrobić.

W jednym przypadku na pięć rodzice dyskutują z dzieckiem, czy dany produkt jest mu potrzebny i w oparciu o wynik dyskusji podejmują decyzję o zakupie.

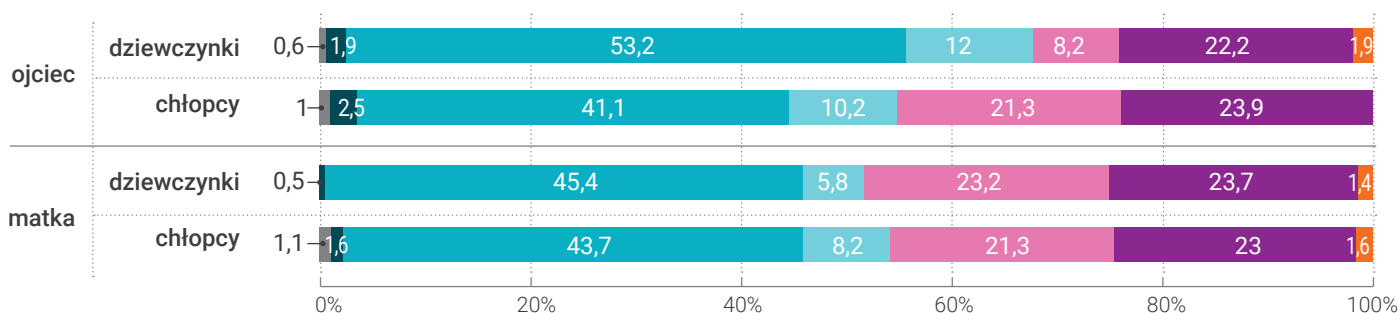
Prośba o zakup czegoś, co posiada kolega/koleżanka

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko prosi o zakup czegoś, tylko dlatego, że taką samą rzecz ma kolega/koleżanka? – ogółem



-  nie reaguję, ignoruję prośbę
-  odmawiam bez wyjaśnienia
-  wyjaśniam, czemu nie kupię tej rzeczy
-  zachęcam, by dziecko zapłaciło samo za przedmiot z własnych środków, bez wyjaśniania czemu ja nie chcę tego zrobić
-  zachęcam, by dziecko zapłaciło samo za przedmiot z własnych środków, wyjaśniając czemu ja nie chcę tego zrobić
-  dyskutuję z dzieckiem na temat tego, czy jest mu ten przedmiot potrzebny i jeśli ustalimy, że rzeczywiście jest, to go kupuję
-  po prostu kupuję przedmiot, o który prosi dziecko

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko prosi o zakup czegoś, tylko dlatego, że taką samą rzecz ma kolega/koleżanka? – matka vs. ojciec



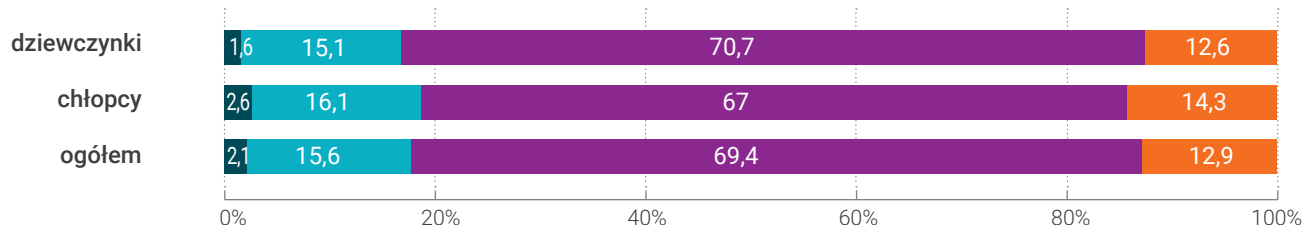
W sytuacji, gdy dziecko prosi o coś, co mają koledzy i tylko to ma być powodem zakupu, większość rodziców nie decyduje się na zakup, w tym 45,5% wyjaśnia dziecku, czemu podjęło taką decyzję, zamykając w ten sposób temat, a kolejne 9% wyjaśnia swoją decyzję, zachęcając jednocześnie dziecko do samodzielnego zakupu.

Co ciekawe, zachowania matek w stosunku do synów i córek w kontekście sposobu zakomunikowania swojej decyzji są takie same, za to ojcowie częściej wyjaśniają swoją decyzję dziewczynkom niż chłopcom bez zachęcania do samodzielnego zakupu (12% różnicy), zaś znacznie częściej zachęcają chłopców do zakupu z własnych środków, wskazując powody swojej odmowy, niż robią to w stosunku do dziewczynki (13% różnicy).

Reakcje rodziców
na marnowanie pieniędzy
przez dziecko

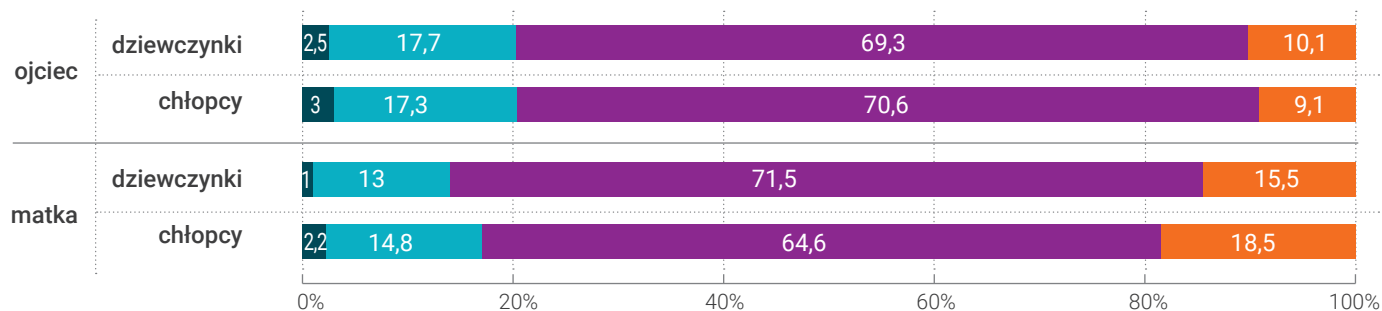


Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko używa posiadanych przedmiotów (np. zabawek) w sposób, który prowadzi do ich zniszczenia? – ogółem



- nie reaguję
- po prostu mówię/proszę, żeby przestało to robić (np. nie rzucało zabawką, gasiło światło etc.)
- wyjaśniam dlaczego to, co robi jest złym pomysłem i proszę, żeby przestało
- grożę konsekwencjami (nie kupuję nowej zabawki, potrączę z kieszonkowego etc.)

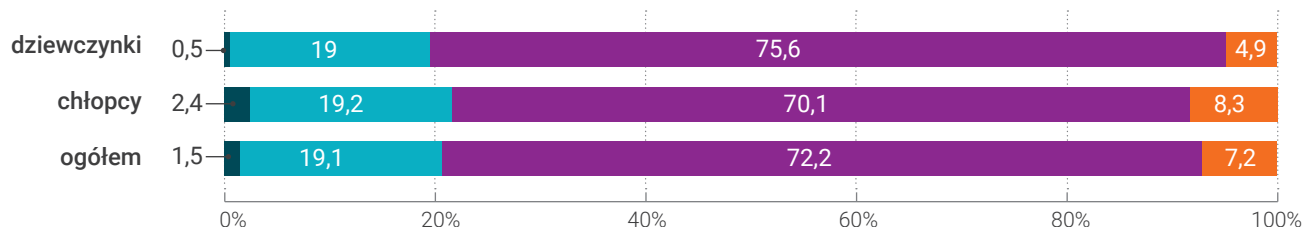
Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko używa posiadanych przedmiotów (np. zabawek) w sposób, który prowadzi do ich zniszczenia? – matka vs. ojciec



Generalnie reakcja na zachowania dzieci powodujące zniszczenie posiadanych zabawek w 70% przypadków wiąże się w polskich domach z pożądanym edukacyjnie wyjaśnieniem, co złego jest w zachowaniu dziecka i prośbą o zmianę zachowania. 15,6% dzieci w odpowiedzi na niszczenie zabawek słyszy po prostu, by przestało to robić, a 13% słyszy groźby konsekwencji takiego zachowania, np. nie kupię ci nowej zabawki, potrączę z kieszonkowego. Grożenie konsekwencjami bez wyjaśniania błędów popełnianego przez dziecko i (w tym przypadku) bezpośrednich skutków podejmowanych działań nie przyczynia się do zrozumienia sytuacji przez dziecko i jeśli oddziałuje na zmianę zachowania, to krótkotrwale, przesuwając również motywację w kierunku unikania kary, a nie zapobiegania negatywnym i bezpośrednim skutkom swoich działań.

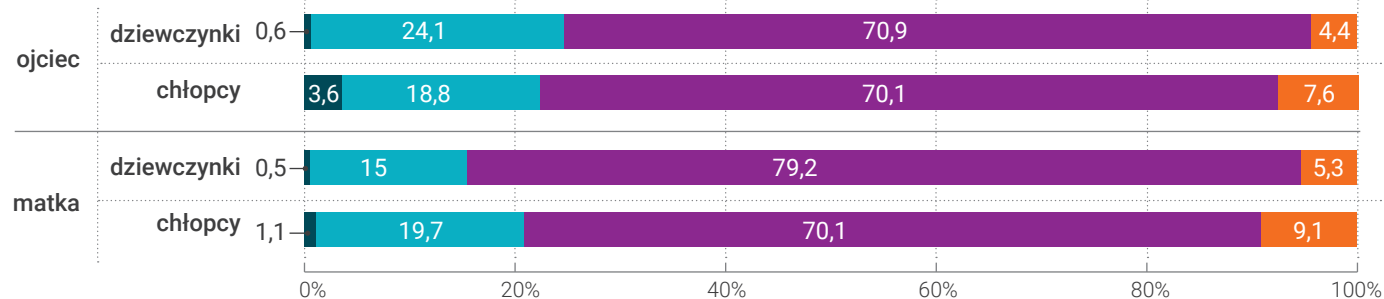
Proponowane kary za złe zachowanie dziecka (np. grożenie, pokrycia kosztów z środków finansowych dziecka) padają częściej z ust matek niż ojców, w szczególności te adresowane do chłopców, które formułuje 18,5% matek i 9% ojców. Matki bardziej różnicują dzieci w kontekście sposobu komunikacji niż ojcowie, np. 64,5% matek wyjaśnia synom, dlaczego ich zachowanie jest złe, podczas gdy w stosunku do córek robi tak 71,5% matek. Ojcowie w zasadzie nie różnicują komunikacji między dziećmi różnej płci.

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko zostawia zapalone światło w pokoju, z którego już wyszło, niepotrzebnie zużywa bardzo dużo wody myjąc ręce, marnuje jedzenie etc.? – ogółem



- nie reaguję
- po prostu mówię/proszę, żeby przestało to robić (np. nie rzucało zabawką, gasiło światło etc.)
- wyjaśniam dlaczego to, co robi jest złym pomysłem i proszę, żeby przestało
- grożę konsekwencjami (nie kupuję nowej zabawki, potrącę z kieszonkowego etc.)

Co zazwyczaj Pan/Pani robi, gdy Pana/Pani dziecko używa posiadanych przedmiotów (np. zabawek) w sposób, który prowadzi do ich zniszczenia? – matka vs. ojciec



Ogólnie rzecz biorąc, 72,2% rodziców w przypadku marnowania zasobów przez dziecko reaguje, tłumacząc, co jest złego w zachowaniu dziecka i prosząc o jego zmianę, jednak niemal w co piątym domu rodzice mówią dziecku, by zmieniło zachowanie, nie wyjaśniając przyczyn, a w 7% domów po prostu grozi się konsekwencjami.

Warto zauważyć, że to chłopcom częściej niż dziewczynkom grozi się karami za marnowanie zasobów (8,3 vs 4,9%) i robią tak zarówno matki, jak i ojcowie.

Co ciekawe, obserwuje się różnice w innych sposobach komunikacji między rodzicami. Ojcowie sześciokrotnie częściej zupełnie nie reagują na zachowania chłopców związane z marnowaniem zasobów niż w przypadku tych samych zachowań u dziewczynek (3,6% vs 0,6%), jednocześnie częściej prosząc dziewczynki, by zaprzestały działania bez wyjaśnienia niż dzieje się to w przypadku chłopców.

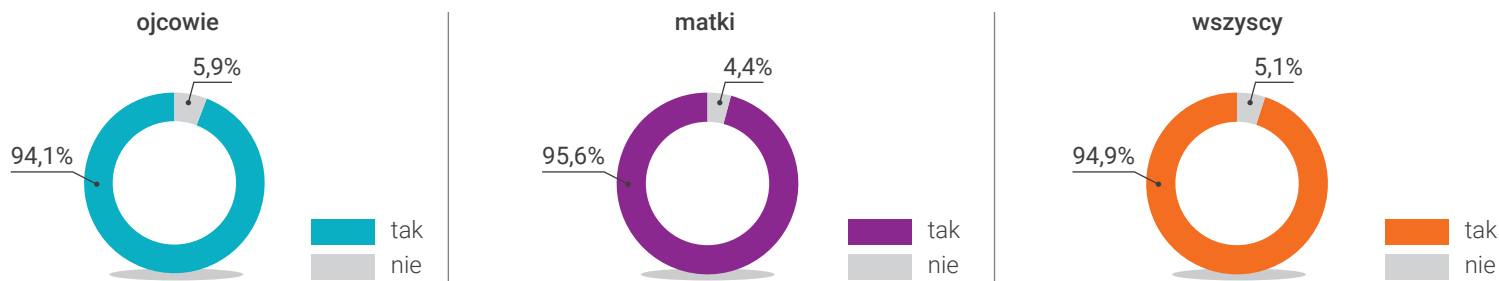
Matki natomiast częściej wyjaśniają dziewczynkom niż chłopcom, na czym polega problem, zaś chłopcom częściej po prostu mówią, by zaprzestali zachowania bez jakichkolwiek wyjaśnień.

Przekonania i postawy dotyczące edukacji ekonomicznej dziewczynek i chłopców

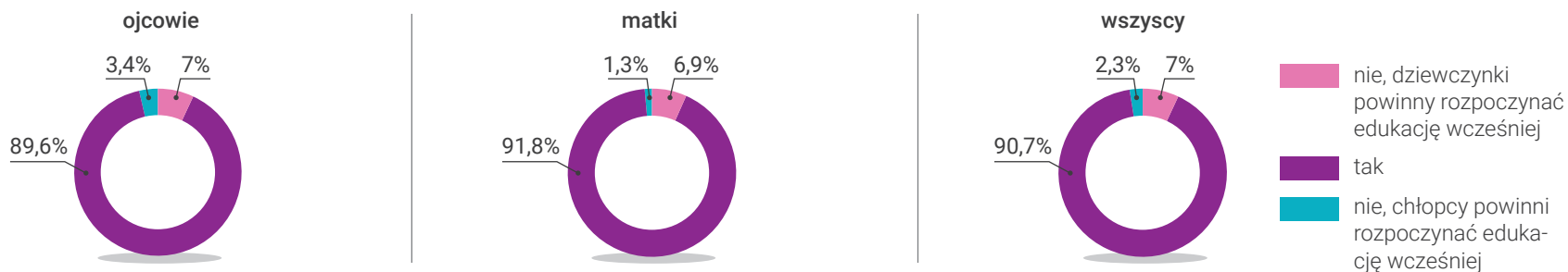


Przekonania i postawy dotyczące edukacji ekonomicznej dziewczynek i chłopców – ogólnie

Czy Pana/Pani zdaniem dziewczynki i chłopcy należy edukować ekonomicznie w ten sam sposób?



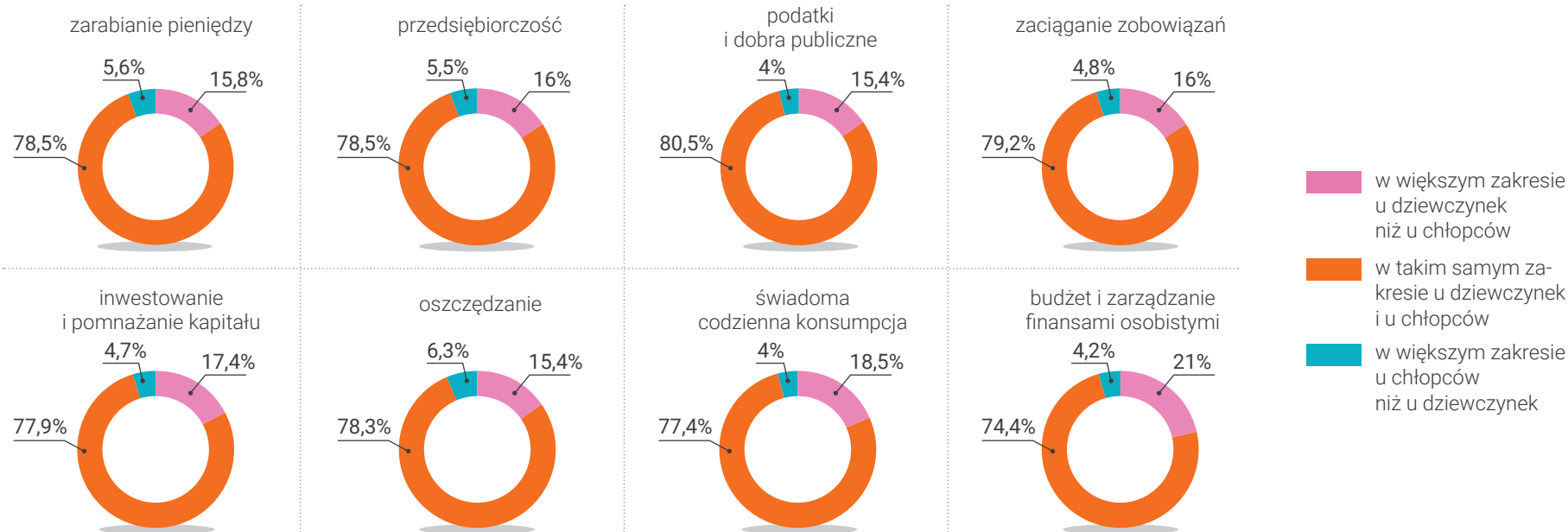
Czy Pana/Pani zdaniem dziewczynki i chłopcy należy edukować ekonomicznie w tym samym wieku?



Zdecydowana większość rodziców uważa, że powinno się zaczynać edukację ekonomiczną dziewczynek i chłopców w tym samym wieku, dotyczy to ok. 90% ojców i 92% matek. Jednocześnie 7% rodziców obu płci uważa, że dziewczynki powinny zacząć edukację wcześniej niż chłopcy.

Przekonania i postawy dotyczące edukacji ekonomicznej dziewczynynek i chłopców – zakres rozwoju kompetencji

W jakim zakresie Pana/Pani zdaniem powinny być rozwijane umiejętności dziewczynynek i chłopców odnoszące się do niżej wymienionych obszarów?

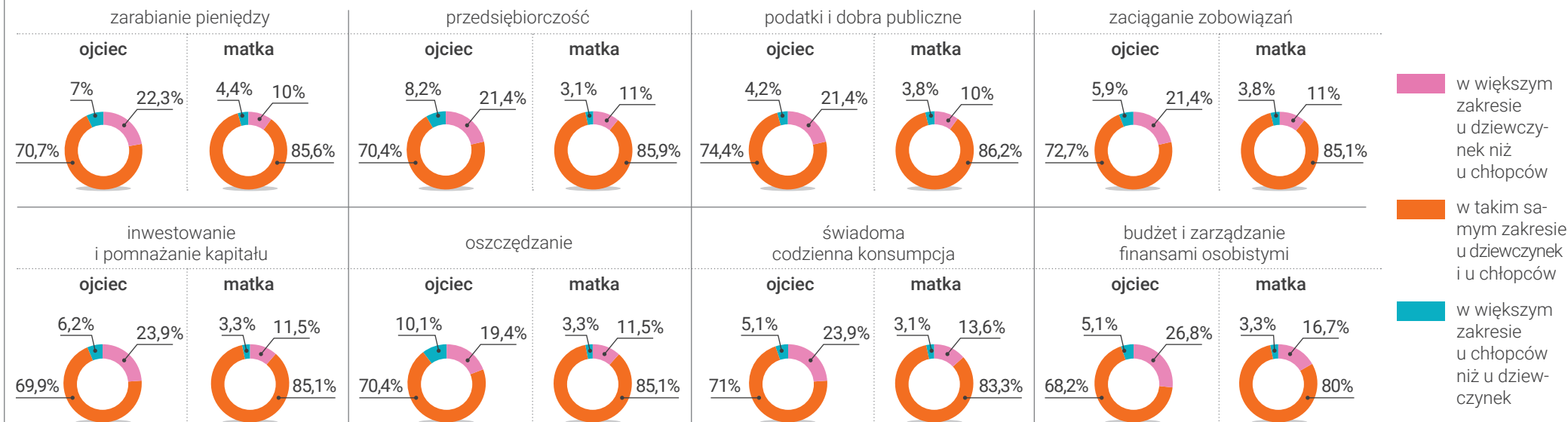


Wobec generalnej postawy niemal wszystkich rodziców, która wskazuje na potrzebę tożsamej edukacji ekonomicznej chłopców i dziewczynynek dziwi wynik uzyskany w pytaniu dotyczącym zakresu, w jakim powinny być rozwijane umiejętności ekonomiczne obu płci. Od 15,4% do nawet 21,5% badanych w zależności od obszaru edukacji wskazało, że umiejętności powinny być w większym zakresie rozwijane u dziewczynynek, wobec 5-6% wskazań dotyczących większego zakresu rozwijanych umiejętności u chłopców.

Być może obserwowana rozbieżność wynika z różnicy w zakresie jawnej i utajonej postawy rodziców w obszarze edukacji dziewczynynek i chłopców. Jawna postawa, odzwierciedlająca w dużej mierze to, czego dziś społeczeństwo od nas oczekuje, wskazuje na równość w traktowaniu dzieci obu płci, utajona, bazująca także na stereotypach, uprzedzeniach i własnych poglądach nie zawsze akceptowanych społecznie, może pokazywać nieco inny obraz. Oznaczałoby to, że część Polaków mimo deklarowanej postawy równościowej inaczej postrzega rolę i możliwości kobiet oraz mężczyzn w świecie konsumpcji i finansów.

Przekonania i postawy dotyczące edukacji ekonomicznej dziewczynynek i chłopców – zakres rozwoju kompetencji

W jakim zakresie Pana/Pani zdaniem powinny być rozwijane umiejętności dziewczynynek i chłopców odnoszące się do niżej wymienionych obszarów? – matka vs. ojciec



Dalsza analiza pokazała wyraźne różnice w podejściu do zakresu rozwoju kompetencji dzieci obu płci w zależności od płci rodzica. W przypadku matek niemal niezależnie od obszaru edukacji 10-11% wskazywało na konieczność nauki dziewczynynek w większym zakresie niż chłopców, wyjątkiem były dwa obszary o wyższym odsetku wskazań: aspekty świadomej konsumpcji (13,6% wskazań) i związane z zarządzaniem budżetem domowym (16,7%), a więc te stereotypowo przypisywane częściej kobietom niż mężczyznom.

W przypadku mężczyzn konieczność uczenia dziewczynynek w większym zakresie niż chłopców wskazywało aż 20-27% ojców, przy czym najwięcej wskazań odnotowano w tych samych kategoriach, co w przypadku wskazań matek.

Około 3-4% matek wskazywało na potrzebę edukacji chłopców w większym zakresie niż dziewczynynek we wszystkich analizowanych obszarach wiedzy ekonomicznej, co było wyraźnie niższym odsetkiem niż procent wskazań ojców, który mieścił się w przedziale od 5 do 10%, z najwyższym wynikiem dla zagadnień związanych z oszczędzaniem, przedsiębiorczością, inwestowaniem i zarabianiem pieniędzy, a więc obszarami stereotypowo bliższymi mężczyznom.

Zdaje się więc, że przynajmniej część rodziców powiela swoimi postawami i wynikającymi z nich przekonaniami stereotypowy podział ról kobiety i mężczyzny w kontekście zagadnień finansowych.

WYDAWCA:

Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!

Plac Kasztelański 3, 01-362 Warszawa
www.think.org.pl

© Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!, Warszawa, sierpień 2022

Publikacja jest częścią ogólnopolskiego projektu edukacyjno-społecznego „Zdrowie Finansowe Polaków” realizowanego przez Fundację Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy THINK! w partnerstwie ING Bank Śląski.

Badanie zostało zrealizowane we współpracy merytorycznej z Katedrą Psychologii Biznesu i Innowacji Społecznych na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego.

AUTORKA:

Dr Katarzyna Sekścińska,
Adiunkt w Katedrze Katedra Psychologii Biznesu
i Innowacji Społecznych,
Wydział Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego

KOORDYNACJA MERYTORYCZNA:

Anna Bichta
Małgorzata Polak
Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!

O AUTORCE:

Katarzyna Sekścińska – Doktor nauk społecznych w zakresie psychologii, coach i trener. Psycholog i ekonomistka. Jej zainteresowania naukowo-badawcze obejmują psychologię finansową, psychologię konsumenta i ekonomię behawioralną. Szczególnie interesują ją tematy związane z psychologicznymi i socjologicznymi czynnikami wpływającymi na ryzykowne wybory finansowe i wybory konsumenckie. Autorka i wykonawca wielu projektów z zakresu edukacji finansowej i konsumenckiej zrealizowanych we współpracy z kluczowymi instytucjami finansowymi w Polsce.

REDAKCJA:

Joanna Kluz
Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think!

PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD:

Iwona Piśmienny-Ścibor

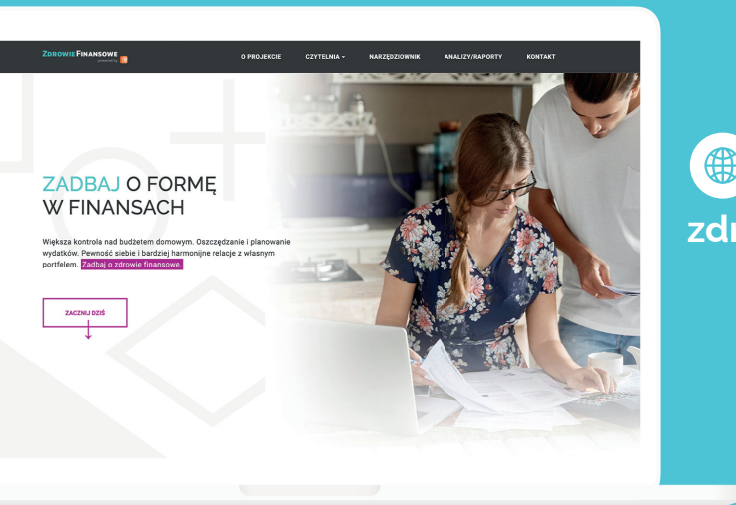
ZDROWIE FINANSOWE
powered by 

ING 

think!
FUNDACJA ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA WIEDZY



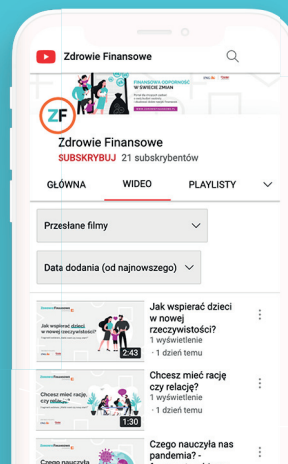
Dowiedz się więcej o projekcie Zdrowie Finansowe, zajrzyj na:



zdrowiefinansowe.pl



YouTube



Instagram



Facebook

