

(Nie)inwestycyjny obraz Polaków

Badanie Accenture dotyczące
polskich inwestorów indywidualnych


accenture

marzec 2024

Wstęp

Polak to wciąż jeszcze nie inwestor. Choć stajemy się coraz zamożniejsi, to niechętnie sięgamy po produkty inwestycyjne. Głównie dlatego, że się na nich nie znamy. Od lat edukacja finansowa w Polsce pozostaje piętą achillesową. Jeśli już mamy nadwyżki finansowe, to stawiamy głównie na bezpieczne instrumenty. Na tle innych nacji jesteśmy narodem finansowych konserwatystów.

Konserwatyzm i brak odpowiedniej edukacji finansowej mają swoją cenę. Polacy, którzy omijają rynek inwestycyjny i stawiają na bezpieczne rozwiązania, realnie tracą pieniądze. A przecież rynek inwestycyjny to szeroka paleta możliwości, która odpowiednio zaadresowana jest w stanie przynieść wymierne korzyści zarówno klientom, jak też instytucjom finansowym ich obsługującym. Inna sprawa, że lokalne podmioty muszą obecnie myśleć już nie tylko o tym, jak przyciągnąć nowych inwestorów, ale też jak zatrzymać tych już obecnych, szczególnie w kontekście rosnącej popularności zagranicznych brokerów.

Oferta zagranicznej konkurencji to dzisiaj m.in. większe możliwości na zagranicznych parkietach. Te powoli, ale systematycznie zdobywają coraz większe uznanie w oczach krajowych inwestorów, co jest wyzwaniem dla całego polskiego rynku kapitałowego. Do nich można także zaliczyć rozwijający się rynek kryptowalut. Obecni na nim są polscy inwestorzy, ale lokalne firmy inwestycyjne już niekoniecznie. Nawet 3 mln Polaków inwestujących w kryptowaluty to potencjał, obok którego trudno przejść obojętnie i polskie biura maklerskie muszą już dzisiaj myśleć o tym, jak znaleźć sobie miejsce również na tym rynku.

Aby móc rywalizować z zagraniczną konkurencją, polskie firmy jednocześnie muszą podjąć także wyzwanie technologiczne. Dzisiaj na tym polu ustępujemy konkurencji, a przecież wcale tak być nie musi. Doświadczenie i know-how technologiczny zgromadzony w bankach można z powodzeniem przełożyć też na branżę inwestycyjną.

Edukacja, nowe produkty i technologia – to dzisiaj główne pola walki firm inwestycyjnych. Polskie biura maklerskie w tej rywalizacji wcale nie stoją na straconej pozycji. Wychodząc z atrakcyjną, dobrze zaadresowaną ofertą, są w stanie skutecznie konkurować o klientów. Jest się o co bić, bo w polskim społeczeństwie wciąż tkwi uśpiony potencjał inwestycyjny.

Spis treści

Rozdział 1
Niewykorzystany potencjał?

4-7

Rozdział 2
Przekonać nieprzekonanych

8-15

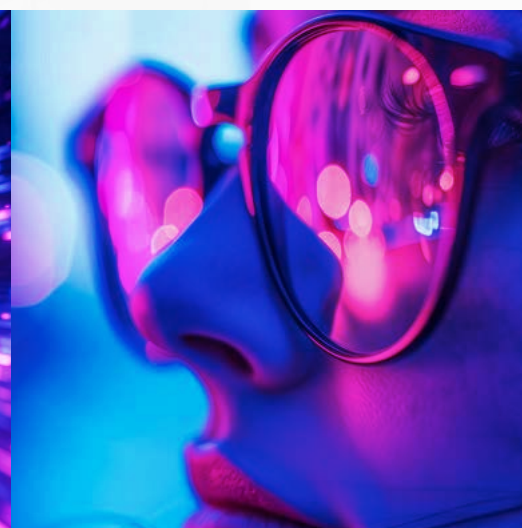
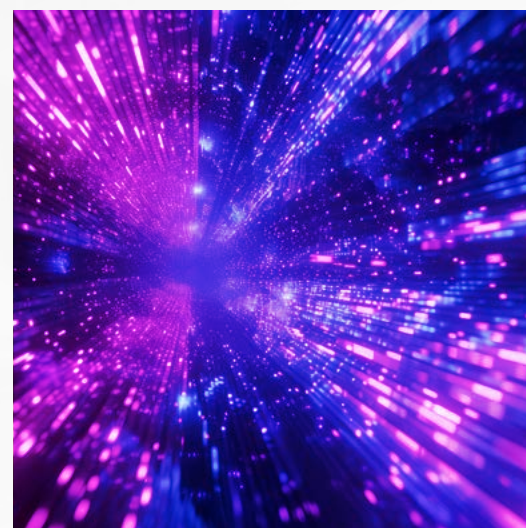
Rozdział 3
Polski inwestor ucieka z kapitałem

16-26



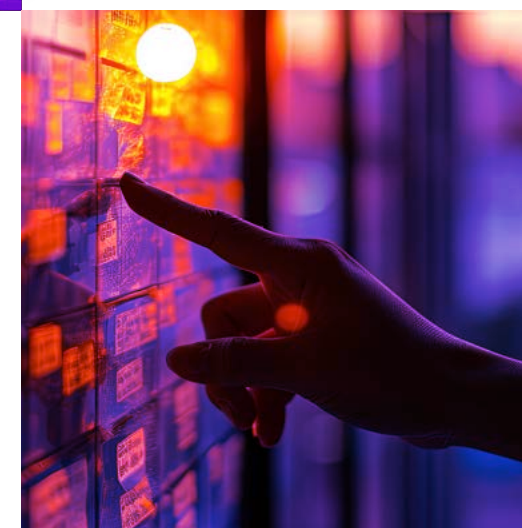
Rozdział 5
Rekomendacje

32-41



Rozdział 4
Postęp technologiczny musi przyspieszyć

27-32



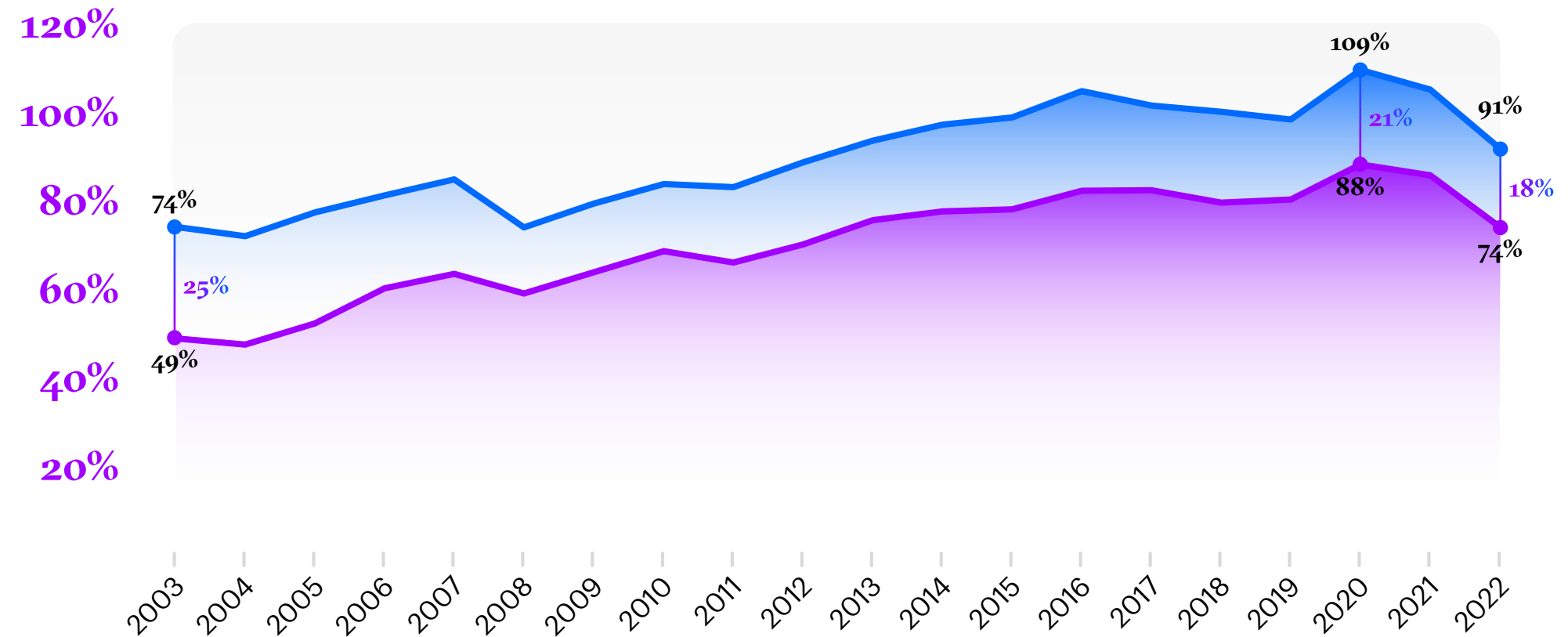
Rozdział 1

Niewykorzystany potencjał?

Zamożność Polaków rośnie wraz z gospodarką, ale...

Ostatnie 20 lat w Polsce przyniosło nie tylko istotny wzrost PKB, ale także jeszcze szybszy proces bogacenia się społeczeństwa. Potwierdzają to statystyki. Jeszcze w 2003 r. udział aktywów finansowych gospodarstw domowych w relacji do PKB wynosił 74 proc. Był to początek trendu wzrostowego, który doprowadził do tego, że w szczytowym momencie, czyli w 2020 r., odsetek ten osiągnął poziom 109 proc. Widoczny w latach 2021-2022 spadek tego odsetka (do poziomu 91 proc.) wynikał z szybszego wzrostu PKB (w ujęciu nominalnym) niż wzrostu wartości aktywów finansowych.

Aktywa finansowe gospodarstw domowych w relacji do PKB*



- Aktywa inwestycyjno-oszczędnościowe**
- Pozostałe aktywa finansowe***

*PKB w cenach bieżących

****Aktywa inwestycyjno-oszczędnościowe** = gotówka, depozyty, dłużne papiery wartościowe, kredyty i pożyczki, akcje notowane, udziały lub jednostki funduszy inwestycyjnych, uprawnienia z tytułu ubezpieczeń na życie, uprawnienia emerytalno-rentowe (II i III filar), instrumenty pochodne, pozostałe kwoty do otrzymania.

*****Pozostałe aktywa finansowe** = akcje nienotowane, inne udziały kapitałowe, rezerwy techniczne pozostałych ubezpieczeń osobowych i majątkowych

Źródło: Analiza Accenture na podstawie danych NBP i GUS

Inwestujemy mniej niż inni

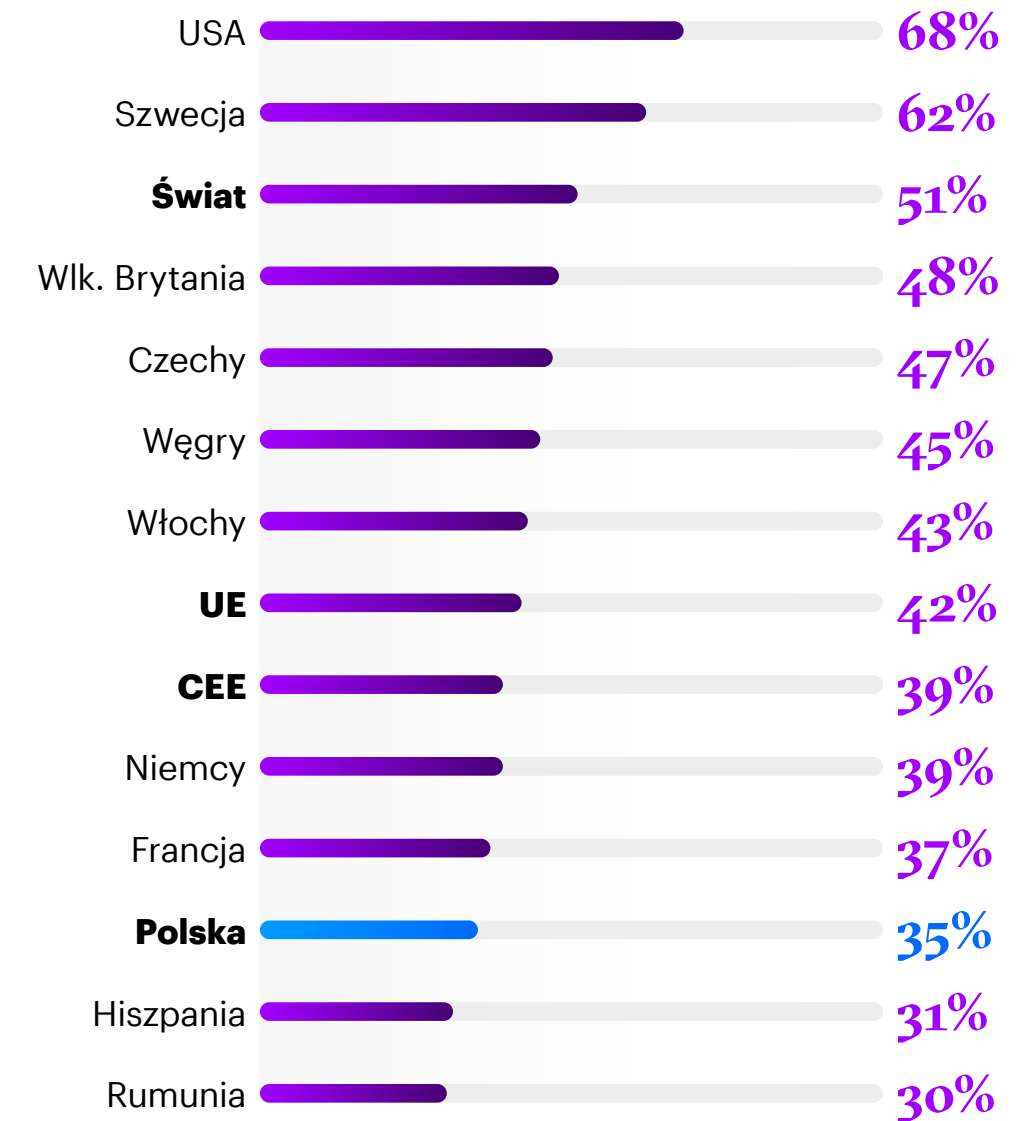
Za wzrost aktywów finansowych Polaków w ostatnich 20 latach odpowiadał przede wszystkim wzrost aktywów inwestycyjno-oszczędnościowych. W tym okresie w relacji do PKB urosły one o 25 pp. (z 49 proc. do 74 proc.), podczas gdy aktywa finansowe wzrosły o 17 pp. (z 74 proc. do 91 proc.).

Rosnący udział aktywów finansowych w relacji do PKB może cieszyć. Jest jednak też druga strona medalu. Okazuje się bowiem, że w porównaniu z innymi krajami nadal jesteśmy narodem, który stosunkowo niewielką część majątku ma ulokowaną w produktach finansowych, o czym świadczą statystyki dotyczące udziału aktywów finansowych w łącznych aktywach gospodarstw domowych.

Przegrywamy w tej klasyfikacji nie tylko z największymi, ale także z krajami naszego regionu. Liderem są Stany Zjednoczone, gdzie aż 68 proc. aktywów Amerykanów to produkty finansowe. Średnia dla świata to 51 proc., zaś dla krajów Unii Europejskiej 42 proc. W przypadku Polski odsetek ten kształtuje się na poziomie 35 proc. Dla porównania w takich krajach, jak Czechy czy też Węgry wynosi on odpowiednio 47 proc. i 45 proc. Niską popularność produktów inwestycyjnych w naszym kraju potwierdza też globalne badanie Accenture z 2023 r., gdzie jedynie co piąta osoba z Polski zadeklarowała posiadanie jakichkolwiek produktów inwestycyjnych (akcje, obligacje czy też fundusze inwestycyjne), co stawia nas pod koniec europejskiej stawki.

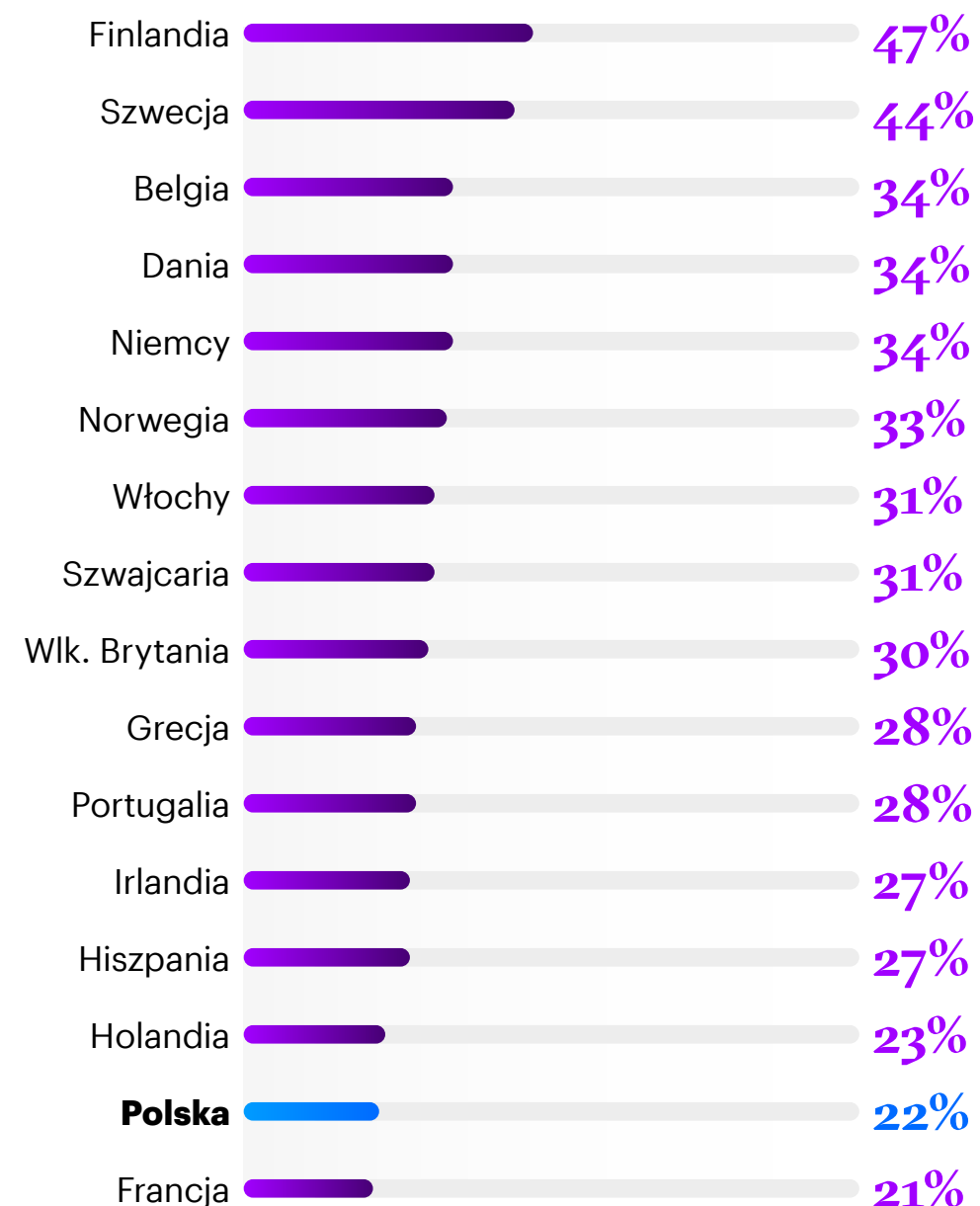
Udział aktywów finansowych w łącznych aktywach gosp. domowych:

Polska na tle wybranych krajów i regionów (2022)



Średnia dla UE na podstawie danych dla: Austrii, Belgii, Czech, Danii, Finlandii, Francji, Niemiec, Grecji, Węgier, Irlandii, Włoch, Holandii, Polski, Portugalii, Rumunii, Hiszpanii oraz Szwecji.
Źródło: UBS Global Wealth Report 2023

Odsetek osób posiadających przynajmniej jeden produkt inwestycyjny*



*W populacji osób dorosłych posiadających konto bankowe i korzystających z internetu. Jako produkt inwestycyjny zdefiniowano akcje, obligacje, bądź fundusze inwestycyjne. Źródło: Accenture Global Banking Consumer Study 2023

Skoro nie produkty inwestycyjne, to co? Polacy stawiają przede wszystkim na stosunkowo bezpieczne rozwiązania. Prym wiodą depozyty bankowe oraz gotówka, w których zgromadziliśmy ponad 1,5 bln zł. Zwłaszcza jeżeli popatrzymy na gotówkę, nie mamy sobie równych ani w Europie Środkowo-Wschodniej, ani w całej Unii Europejskiej, gdyż jej udział w płynnych aktywach finansowych¹ gospodarstw domowych w Polsce wynosi 18 proc. i jest najwyższy wśród wszystkich krajów Unii Europejskiej.

Z jednej strony statystyki te nie napawają optymizmem, ale jednocześnie też pokazują, że w Polsce wciąż jeszcze tkwi duży potencjał. Polska gospodarka po krótkiej zadyszce w 2023 r. znów powinna wejść na ścieżkę bardziej dynamicznego wzrostu. To powinno iść w parze z dalszym bogaceniem się społeczeństwa. Według naszych szacunków, przy zachowaniu obecnych preferencji odnośnie do oszczędzania, do końca roku 2025 Polacy mogą zgromadzić dodatkowe ponad 200 mld zł w gotówce, na rachunkach i lokatach. Gdyby tylko 1/2 z tych dodatkowych środków została przeznaczona np. na inwestycje w akcje, to ich wartość w portfelach gospodarstw domowych wzrosłaby dwukrotnie.

Jak przekonać Polaków do inwestowania? Co mogą w tym zakresie zrobić instytucje finansowe i na jakie produkty powinny postawić?

¹ Płynne aktywa finansowe = Gotówka + Depozyty + Dłużne papiery wartościowe oraz udzielone kredyty i pożyczki + Akcje notowane + Instrumenty pochodne + Udziały oraz jednostki funduszy inwestycyjnych + Uprawnienia z tytułu ubezpieczeń na życie o charakterze inwestycyjnym.





Rozdział 2

Przekonać nieprzekonanych

Z jednej strony rosnąca zamożność Polaków, ale z drugiej strony wciąż niewielka skłonność do inwestowania.

Przekonanie nieprzekonanych to dzisiaj główne wyzwanie dla branży finansowej. Wyzwania rodzą jednak też i szanse, które instytucje finansowe mogą wykorzystać, wychodząc do poszczególnych grup klientów z odpowiednimi produktami i usługami.

Aby spróbować znaleźć odpowiedź na pytanie, jak przekonać Polaków do inwestowania i na jakie produkty warto postawić, przeprowadziliśmy badanie, które skupiło się na pięciu grupach respondentów. W naszej ankiecie wzięli udział:

- Klienci polskich biur maklerskich – osoby, które mają doświadczenie inwestycyjne i posiadają swój główny rachunek w krajowych biurach i domach maklerskich.
- Klienci zagranicznych podmiotów – osoby mające swój główny rachunek maklerski w zagranicznym biurze maklerskim.
- Inwestorzy rynku kryptowalut – osoby, które zadeklarowały, że posiadają kryptowaluty w swoim portfelu inwestycyjnym.
- Inwestujący poza biurami maklerskim – osoby inwestujące na rynkach finansowych (np. poprzez fundusze lub obligacje skarbowe), ale nieposiadające rachunku maklerskiego i nieinwestujące w kryptowaluty.

- Tylko oszczędzający – osoby, które stronią od inwestycji, a swoje oszczędności trzymają głównie na lokatach i rachunkach bankowych.

Średnia wieku wśród respondentów (N=1163) wyniosła 45 lat. 56 proc. badanych to mężczyźni, a pod uwagę braliśmy osoby, których łączne oszczędności i inwestycje przekraczały 10 tys. zł.

Bezpiecznie jak w banku, ryzyko na giełdzie

Wyniki badania po raz kolejny potwierdziły, że Polacy ostrożnie podchodzą do lokowania i inwestowania pieniędzy. W każdej z grup respondentów produktem pierwszego wyboru są lokaty i rachunki bankowe. Produkty te można znaleźć w portfelu 59 proc. osób inwestujących na rynkach i aż u 78 proc. tych, którzy w ogóle nie inwestują². Do tego dochodzi duża popularność gotówki. Niezależnie od grupy, co druga osoba deklaruje posiadanie gotówki o wartości powyżej 5 tys. zł. Szukając bezpieczeństwa, Polacy chętnie sięgają także po obligacje oraz bony skarbowe.

Polacy relatywnie często stawiają też na waluty obce. I w tym przypadku pierwszym wyborem jest gotówka lub depozyty walutowe, a nie instrumenty finansowe związane z rynkiem walutowym. Te są wykorzystywane stosunkowo rzadko nawet przez osoby, które inwestują na rynkach finansowych.

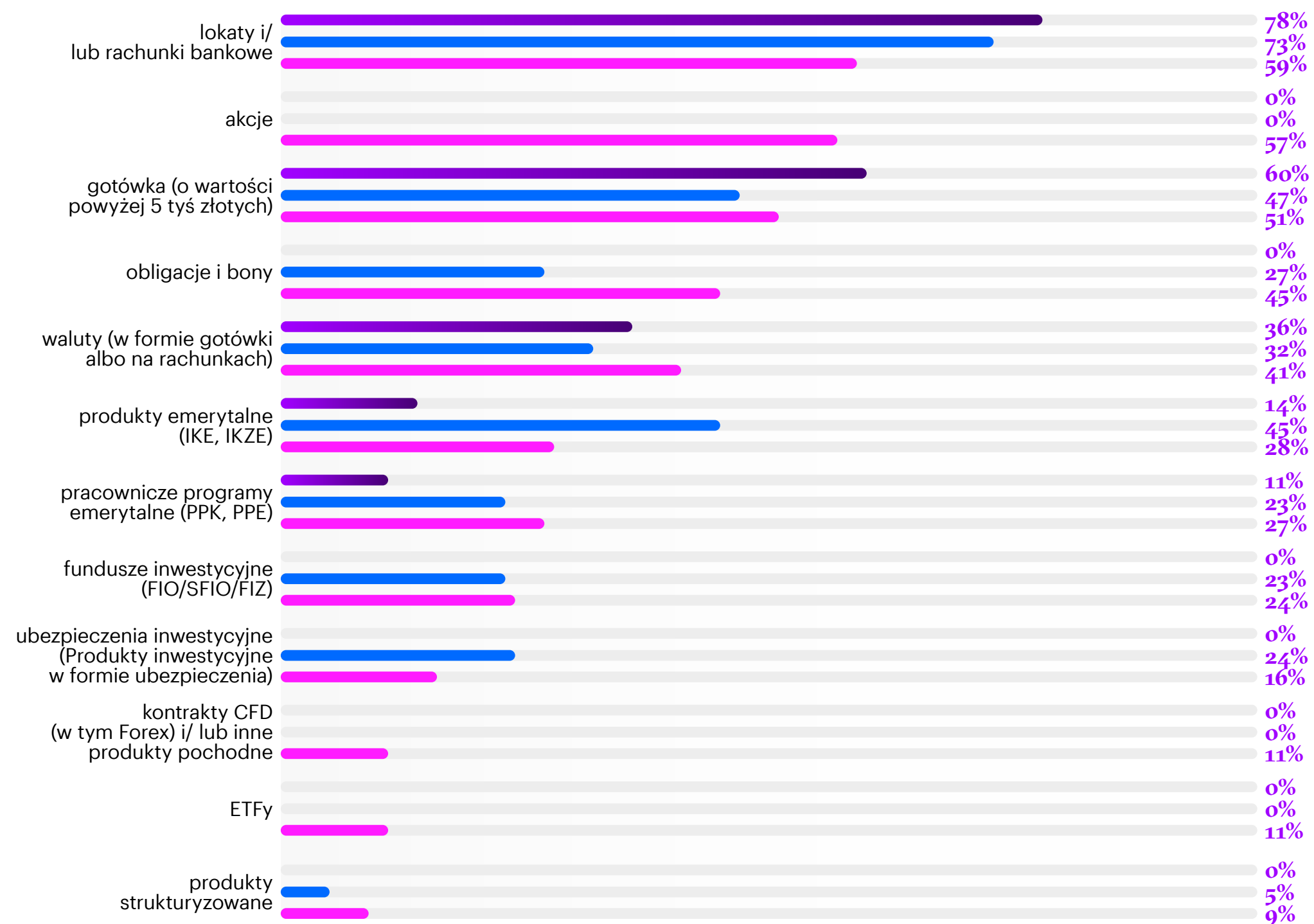
Klienci polskich i zagranicznych biur maklerskich, kiedy decydują się już na większe ryzyko, stawiają przede wszystkim na akcje. Ma je w portfelu blisko 60 proc. ankietowanych. Częściej niż w przypadku innych grup wybierają oni także aktywa fizyczne, takie jak chociażby złoto. Do ich posiadania przyznaje się co czwarty ankietowany. Nadal natomiast klienci biur maklerskich stosunkowo rzadko sięgają po fundusze typu ETF, co kontrastuje z trendami panującymi na największych światowych rynkach. Wg naszego badania w Polsce te produkty ma w portfelu jedynie 11 proc. inwestorów.

Ci, którzy szukają inwestycji poza rynkiem maklerskim, oprócz produktów o niskiej stopie ryzyka, wybierają z kolei rozwiązania długoterminowe. Blisko połowa z tej grupy ankietowanych przyznaje, że posiada produkty emerytalne typu IKE i IKZE, które zakupili poza biurami maklerskimi. Jest to także wybór oszczędzających głównie na lokatach i rachunkach bankowych. Produkty emerytalne w formie IKE i IKZE ma 14 proc. ankietowanych tej grupy, a 11 proc. posiada PPK lub PPE.

² Wszyscy respondenci zadeklarowali posiadanie rachunków bankowych, ale część z nich wykorzystuje je wyłącznie w celach transakcyjnych, a nie inwestycyjno-oszczędnościowych.

Posiadane produkty inwestycyjne

Odsetek ankietowanych, którzy zadeklarowali posiadanie danego aktywa w swoim portfelu



Inflacyjny dylemat

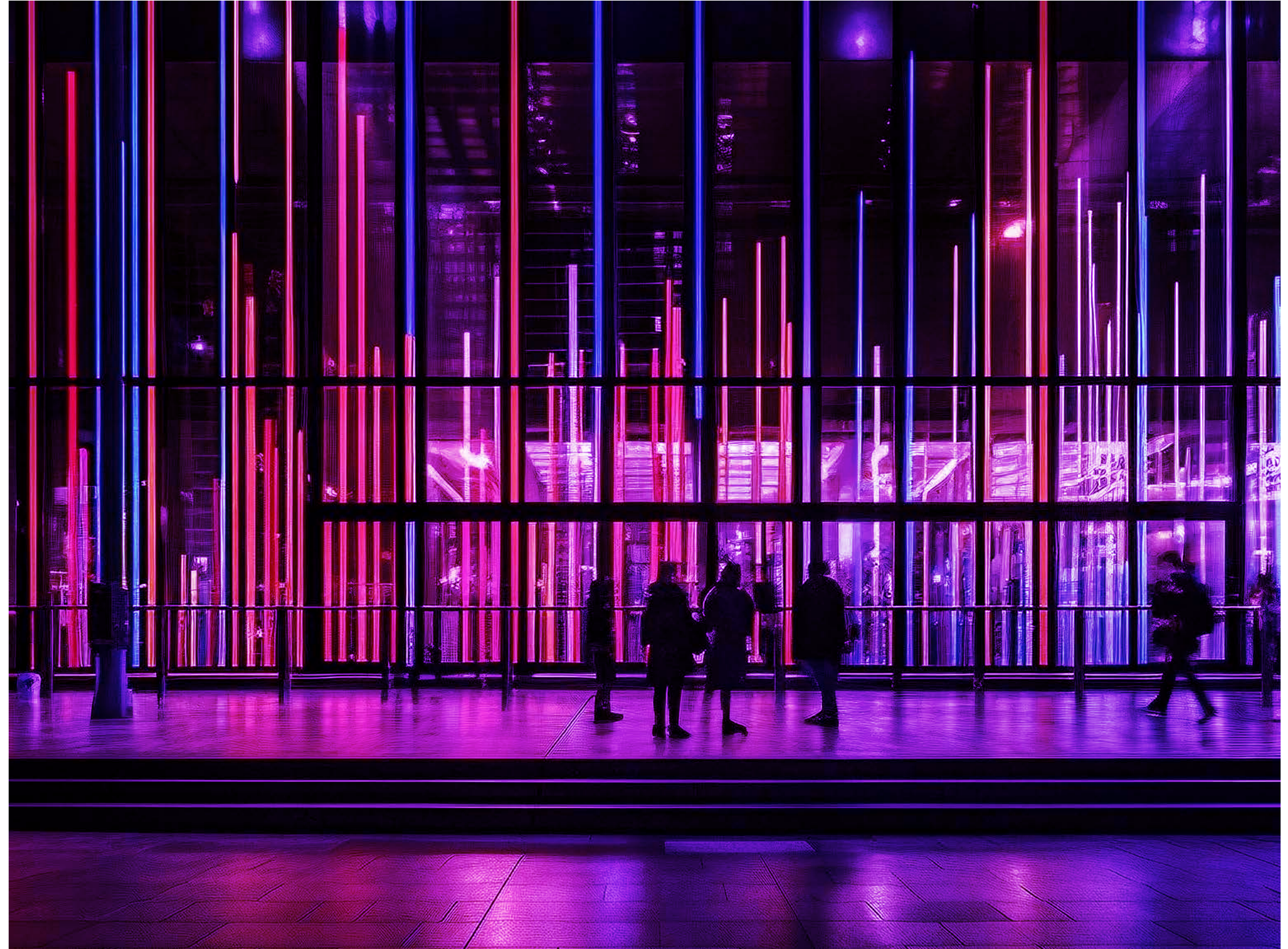
Badania pokazują, że główną motywacją oszczędzających Polaków, którzy wybierają lokaty i rachunki bankowe, jest budowanie rezerw finansowych oraz gromadzenie kapitału, który będzie buforem bezpieczeństwa w „nagłych wypadkach”. Tu kluczowe znaczenie ma łatwy dostęp do oszczędności i niska zmienność. Jednak prawie połowa osób wybiera te formy lokowania kapitału jako formę ochrony przed inflacją. Ponad 1/3 wskazuje z kolei, że oszczędza z myślą o emeryturze. Postawy te powinny dawać do myślenia szczególnie w okresie podwyższonej inflacji. Lokaty, również te długoterminowe (w portfelu ma je 20 proc. oszczędzających), nie gwarantują dodatnich realnych stóp zwrotu. Tymczasem rynek finansowy ma do zaoferowania alternatywne produkty dające wyższe stopy zwrotu o podobnym profilu ryzyka (m.in. obligacje skarbowe indeksowane inflacją). Rozwiązania te powodują, że ochrona przed inflacją czy też budowanie zabezpieczenia emerytalnego stają się bardziej efektywne dla klienta.

Typy respondentów

- tylko oszczędzający
- inwestujący poza biurami maklerskimi
- klienci polskich i zagranicznych biur maklerskich

Polacy inwestują konserwatywnie

Jakie zaś czynniki skłaniają nas do inwestowania? Przede wszystkim jest to chęć zabezpieczenia przyszłości zarówno swojej, jak i bliskich osób na wypadek zdarzeń losowych. Argument ten wskazała połowa ankietowanych. Ważnymi aspektami są także chęć osiągnięcia niezależności finansowej, budowanie majątku z myślą o emeryturze czy też próba ochrony wartości kapitału przed inflacją. Na czynniki ten wskazała ponad 1/3 respondentów. Inwestowanie rzadko nadal natomiast jest „sposobem na życie”. Na ten czynnik wskazało jedynie 15 proc. ankietowanych.



Co powstrzymuje polskiego inwestora



Edukacyjny deficyt

A dlaczego nie decydujemy się na inwestowanie? Kluczową rolę odgrywa tutaj wiedza. Wśród osób, które jedynie oszczędzają, prawie połowa przyznaje, że nie decyduje się na podjęcie większego ryzyka właśnie ze względu na brak wiedzy na temat tego, jakie ewentualnie instrumenty finansowe wybrać do portfela, brak przejrzystej oferty, a także ograniczone zaufanie do instytucji finansowych. Aspekty te powinny definiować działania branży finansowej. Kluczowa w tym kontekście wydaje się być więc edukacja, jasny przekaz komunikacyjny oraz zapewnienie odpowiedniego wsparcia w procesach inwestycyjnych.

Problem z wiedzą finansową dotyka jednak nie tylko oszczędzających. Nawet ci, którzy inwestują, widzą w tym aspekcie pole do poprawy. Ponad połowa ankietowanych, którzy posiadają rachunek maklerski, deklaruje, że ma jedynie ogólną wiedzę. Aż 15 proc. ocenia z kolei, że jest ona bardzo niska czy wręcz zerowa. Wyniki badań potwierdzają to, o czym głośno mówi się od dłuższego czasu na rynku kapitałowym: edukacja finansowa nadal jest piątą achillesową Polaków.

Brak zaufania do państwa

Problemów nie brakuje także i po stronie samego rynku. Podatek od zysków kapitałowych czy też duży wpływ polityki na rynek to elementy, które najbardziej „bolą” Polaków. Na ich negatywne oddziaływanie na decyzje o inwestowaniu

wskazuje ponad 30 proc. ankietowanych. Co czwarty pytany podkreśla także brak zaufania do państwa, co z kolei przekłada się na ograniczone zainteresowanie produktami emerytalnymi wśród części inwestorów.

Słabości polskiego rynku kapitałowego (Top 10)

Co Pana(i) zdaniem stanowi największą słabość polskiego rynku kapitałowego? Pytanie wielokrotnego wyboru.



W przyszłość patrzymy z optymizmem

Brak zaufania, ale także i brak stabilności politycznej, społecznej i gospodarczej (między innymi ze względu na pandemię COVID-19, wojnę w Ukrainie, wysoki poziom inflacji w Polsce oraz na świecie) w ostatnich latach powoduje, że Polaków nie tylko trudno przekonać do inwestowania. Czynniki te przekładają się także na zmniejszanie zaangażowania finansowego na rynku kapitałowym. Aż 36 proc. ankietowanych przyznało, że z tych powodów ograniczyło swoje inwestycje kapitałowe. Jedynie dla 14 proc. był to powód do zwiększenia zaangażowania.

W przyszłość patrzymy jednak z optymizmem. Blisko 35 proc. ankietowanych uważa, że ich sytuacja finansowa w ciągu roku się polepszy. Odmiennego zdania jest 27 proc. respondentów. Zdecydowanie większymi optymistami są klienci biur maklerskich. Aż 41 proc. z nich wierzy w poprawę swojej sytuacji finansowej. Wśród oszczędzających jest to 18 proc., aż 38 proc. osób w tej grupie widzi swoją przyszłość w ciemniejszych barwach.

ESG wciąż poza radarami

Badania pokazują, że Polacy nie tylko stosunkowo niechętnie inwestują. Przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych omijają także ogólnoświatowe trendy, do których można zaliczyć ESG. Dla 19 proc. czynnik ESG nie ma wręcz żadnego znaczenia przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych. 22 proc. respondentów byłoby w stanie rozważyć czynnik ESG, jeśli tego typu inwestycje miałyby być obarczone podobnym ryzykiem i dawały potencjalnie taką samą stopę zwrotu jak tradycyjne inwestycje. Jedynie 15 proc. jest w stanie zaakceptować niższą stopę zwrotu z inwestycji, ale uwzględniając elementy ESG. Aż 44 proc. ankietowanych przyznało, że nie ma wiedzy i wystarczających informacji na ten temat, co może wskazywać, że na polu edukacji inwestorów oraz dostarczeniu im rzetelnych informacji w obszarze ESG jest potencjalna luka do zaadresowania.

Uroki „generacji Z”

Do zaadresowania jest także cały obszar związany z dotarciem do młodszych klientów (z tzw. „generacji Z”) i zaproponowanie im produktów i rozwiązań adekwatnych do ich potrzeb i oczekiwań. Instytucje finansowe muszą w tym przypadku zachować dużą elastyczność, gdyż grupa ta charakteryzuje się sprzecznościami, które trzeba starać się pogodzić.

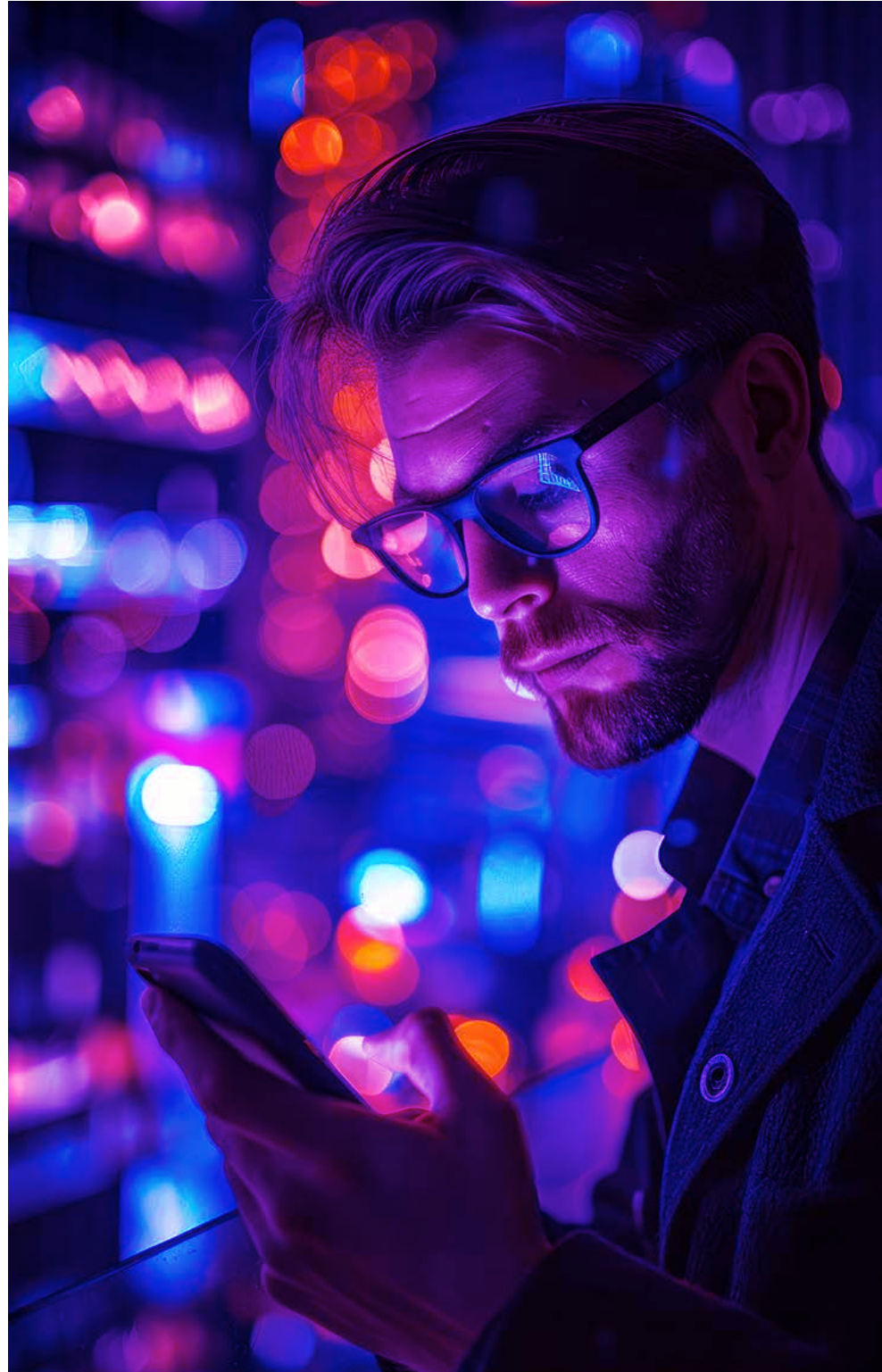
Nowe nie wyklucza „starego”

Z jednej bowiem strony „generacja Z” częściej otwarta jest na kontakt z doradcą inwestycyjnym poprzez chat lub wideorozmowę (w obu przypadkach aż o 13 pkt proc. więcej niż w starszych grupach inwestorów), ale jednocześnie osoby reprezentujące tę generację nadal na pierwszym miejscu stawiają kontakt osobisty z doradcą, czym nie różnią się od starszych pokoleń. Rozbieżności widać także, kiedy pytamy o aspekty związane z poziomem wiedzy finansowej. Odsetek osób w wieku poniżej 30 lat, które oceniają swoją wiedzę jako szeroką lub ekspercką, wynosi 32 proc. Dla osób



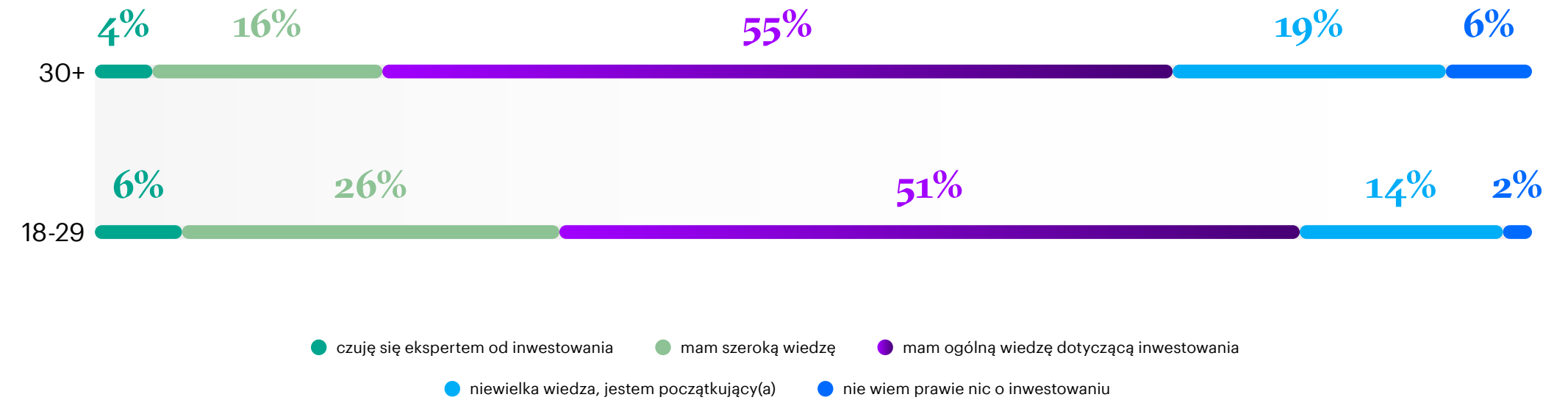
powyżej 30. roku życia odsetek ten kształtuje się na poziomie 20 proc. Jedynie 16 proc. ankietowanych z „generacji Z” twierdzi, że ma niską wiedzę finansową lub jej nie posiada. W przypadku starszego pokolenia wskazuje na to co czwarta osoba.

To z kolei kontrastuje z potrzebami wsparcia edukacyjnego. Te wśród osób między 19. a 29. rokiem życia pozostają bardzo duże. Grupa ta częściej sięga po rekomendacje biur maklerskich (w porównaniu z innymi grupami różnica wynosi 10 pkt proc.), a także korzysta z usług doradztwa przy zakupie funduszy inwestycyjnych. Tutaj różnica wynosi 12 pkt proc.



Samocena wiedzy na temat inwestowania wg wieku

Jak ocenia Pan(i) swoją wiedzę na temat inwestowania?



Grupa 30+: N=937; Grupa 18-29: N=226

W poszukiwaniu wsparcia

Młode pokolenie chętniej także wykorzystuje (lub zamierza to zrobić) materiały edukacyjne. Deklaruje to o ponad 20 pkt proc. więcej ankietowanych niż w przypadku osób, które przekroczyły 30. rok życia. Szczególnym powodzeniem cieszą się materiały i szkolenia oferowane przez instytucje finansowe, płatne materiały youtuberów czy też blogerów, a także możliwość wymiany wiedzy w grupie inwestorów. Również w przypadku poszukiwania informacji związanych z inwestowaniem „generacja Z” chętniej korzysta ze wsparcia

innych. Przejawia się to większym wykorzystaniem grup na Telegramie czy też WhatsAppie do wymiany informacji, czy też możliwości zamkniętych grup dyskusyjnych dla inwestorów. Korzysta z niego ponad dwa razy więcej osób niż w przypadku osób powyżej 30 lat. Co może być też ciekawe, wśród najmłodszej grupy inwestorów wykorzystanie platformy Facebook do wymiany informacji traci na popularności.

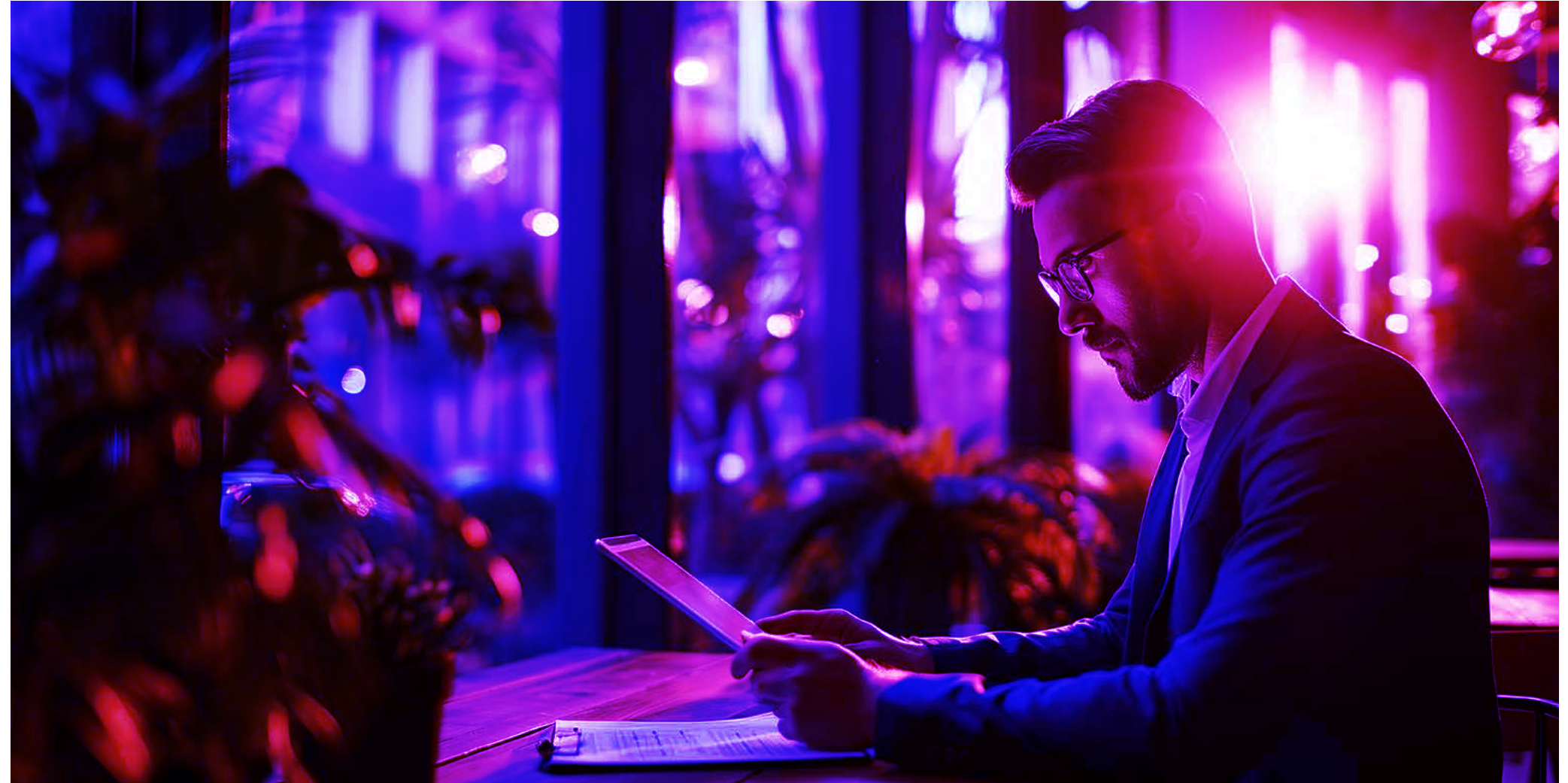
Rozdział 3

Polski inwestor ucieka z kapitałem

Polskie firmy inwestycyjne stoją nie tylko przed wyzwaniem skłonienia większej grupy społeczeństwa do inwestowania. Muszą one zadbać także o klientów, którzy korzystają już z rachunków maklerskich.

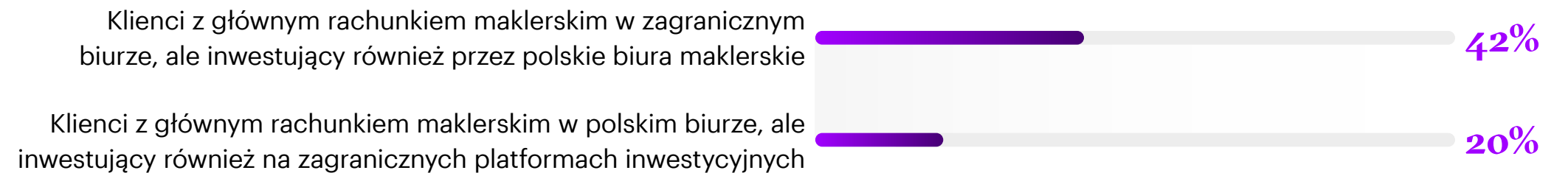
Nie tylko lokalnie, ale i globalnie

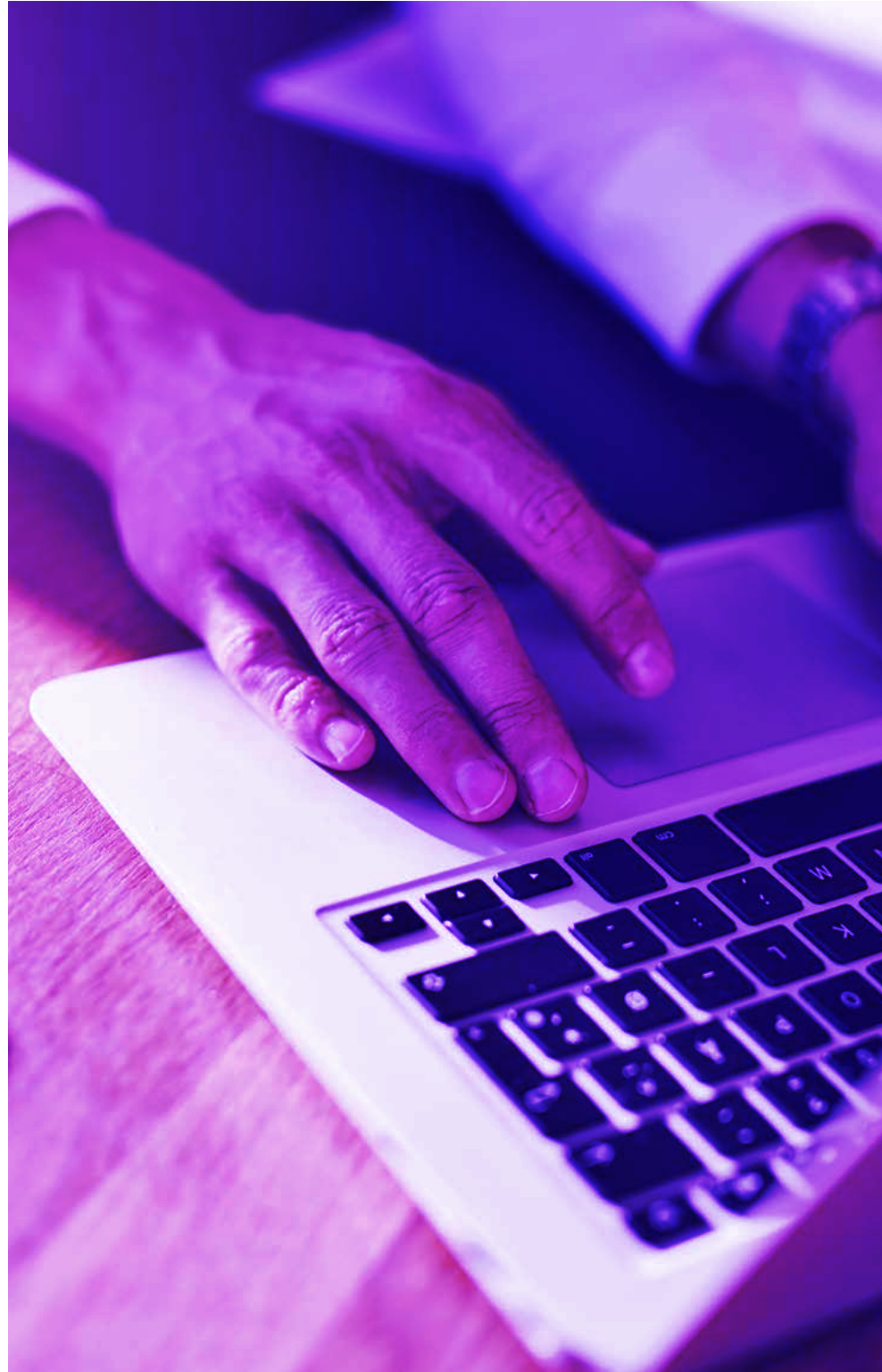
Rynki finansowe się zglobalizowały. To otwiera nowe możliwości zarówno dla inwestorów, jak również instytucji finansowych. Globalizacja to też jednak wyzwania, co dobrze widać na przykładzie polskiego rynku inwestycyjnego. Coraz niższe bariery wejścia powodują, że interesują się nim też zagraniczne podmioty. Efekt? Dzisiaj konkurencją dla polskich podmiotów, są już nie tylko lokalne firmy, ale też zagraniczne podmioty. Nasze badanie pokazuje, że dzisiaj już co piąty klient, który główny rachunek maklerski ma w polskiej firmie, korzysta również z usług zagranicznych platform inwestycyjnych. Z drugiej strony ponad 40 proc. inwestorów, dla których pierwszym wyborem jest rachunek w zagranicznej firmie, korzysta też z usług polskich biur maklerskich.



Jak często klienci korzystają zarówno z polskich jak i zagranicznych brokerów

Odsetek klientów inwestujących poprzez polskich i zagranicznych brokerów w zależności od dostawcy głównego rachunku maklerskiego





Przywiązanie klienta staje się mitem

Przeprowadzona ankieta pokazuje także, że klienci usług brokerskich coraz rzadziej wykazują przywiązanie do brokerów, co było ich cechą charakterystyczną jeszcze kilka lat temu. Coraz łatwiejsze sposoby otwierania rachunków, transferu papierów wartościowych pomiędzy brokerami, konkurencyjność opłat i prowizji oraz szeroki wybór oferty powodują, że obecnie ponad 40 proc. osób, które korzystają z usług zagranicznych podmiotów, deklaruje chęć zmiany firmy „z czystej ciekawości”. W przypadku klientów polskich biur maklerskich odsetek ten wynosi 34 proc. Przywiązanie do firm zagranicznych deklaruje jedynie co dziesiąta osoba, zaś do polskich brokerów co piąta. To z jednej strony jest szansa, ale też i zagrożenie dla krajowych firm inwestycyjnych.

Kusząca zagranica

Konkurencja bowiem nie śpi, a sami inwestorzy korzystający z usług zagranicznych brokerów przyznają, że zdecydowanie wyżej oceniają ich ofertę w porównaniu z tym, co proponuje krajowa branża maklerska. Średni odsetek osób zadowolonych z zagranicznych podmiotów jest o 15 pkt proc. wyższy niż w przypadku krajowych firm. Kluczowa jest tutaj oferta. W przypadku zagranicznych podmiotów respondenci wskazali, iż jest ona zdecydowanie bogatsza, dająca większe możliwości związane z rynkami zagranicznymi, a istotny jest również i aspekt edukacyjny oraz niższy poziom opłat.

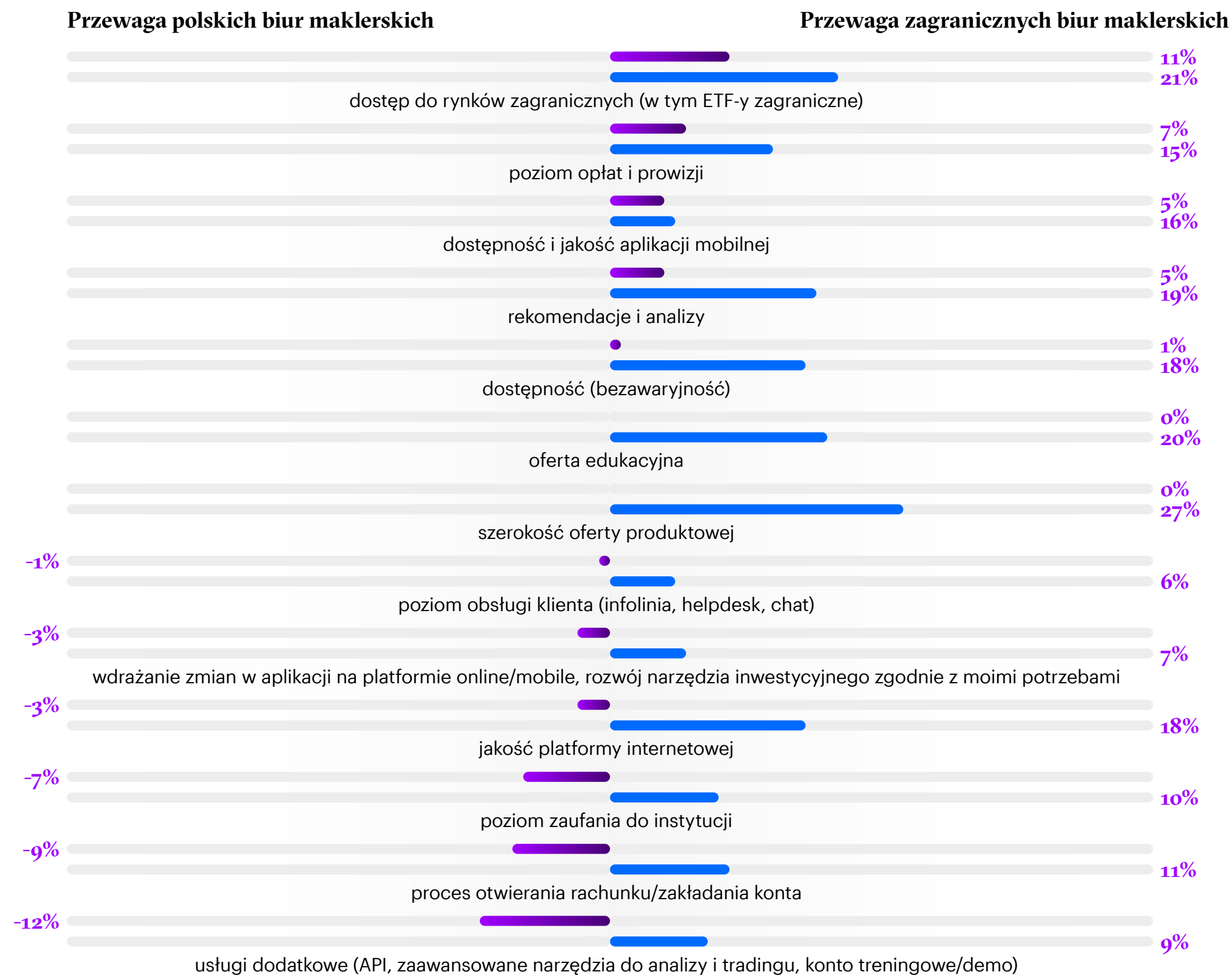
Aż tak dużych różnic nie dostrzegają osoby, które głównie korzystają z oferty krajowych instytucji, ale jednocześnie mają też rachunek u zagranicznego brokera. Jakie argumenty mają polskie podmioty? Zdaniem ankietowanych ich siłą są usługi dodatkowe związane z handlem, procesy związane z samym otwarciem rachunku czy też samo zaufanie do brokera. W przypadku zagranicznych firm doceniają oni szeroki dostęp do rynków zagranicznych (jest to szczególnie istotne w kontekście coraz większej aktywności polskich inwestorów poza GPW), poziom opłat, ale też jakość i dostępność aplikacji mobilnych.

Porównanie zadowolenia z oferty i funkcjonalności zagranicznych biur maklerskich w stosunku do polskich

Różnica pomiędzy odsetkiem osób które lepiej oceniły zagraniczne instytucje w stosunku do polskich, a odsetkiem osób które lepiej oceniły polskie instytucje w stosunku zagranicznych

● Klienci podmiotów zagranicznych posiadający także rachunki maklerskie w polskich biurach (N=74)

● Klienci zagranicznych podmiotów (N=327)



Młodość ma swoje prawa

Krajowi brokerzy powinni wziąć te czynniki pod uwagę w szczególności, kiedy myślą o tym, by walczyć o młodszych klientów. To właśnie oni częściej kierują się w stronę zagranicznych podmiotów. Jak pokazują statystyki, 68 proc. ankietowanych, którzy wybrali ofertę brokera spoza Polski,



to osoby poniżej 40. roku życia. Ich średnia wieku wynosi 35 lat, podczas gdy w przypadku klientów polskich biur maklerskich jest to 45 lat. Młodszy inwestor wcale natomiast nie oznacza, że nie ma on doświadczenia. Aż 72 proc. klientów zagranicznych firm to osoby, które mają co najmniej cztery lata stażu inwestorskiego. Średnio w tej grupie inwestorzy mają ponad siedem lat doświadczenia.

Doświadczenie rynkowe przekłada się na aktywność inwestorów, a także i ich zaangażowanie finansowe. To powoduje, że ta grupa klientów może być szczególnie atrakcyjna dla biur maklerskich. Ponad 55 proc. klientów biur zagranicznych wskazuje, że na inwestycje poświęca co najmniej kilka godzin w tygodniu. W przypadku osób, które wybierają usługi lokalnych brokerów, odsetek ten wynosi 45 proc. Polacy nie boją się też trzymać pieniędzy na zagranicznych rachunkach. Ponad 60 proc. inwestujących przez zagraniczne platformy ma tam zaangażowane ponad 30 proc. wartości swojego portfela. Wiele wskazuje na to, że odsetek ten będzie rósł. 39 proc. badanych deklaruje bowiem, że jest gotowych zwiększyć swoje zaangażowanie. Duża aktywność, rosnąca wielkość zaangażowanego kapitału powodują także, że badani chętnie korzystają z kont premium, które dają większe możliwości klientom. Deklaruje to 1/3 ankietowanych.

W poszukiwaniu brakującej oferty

Zagraniczni brokerzy to przede wszystkim ekspozycja na rynki zagraniczne. Aż 61 proc. osób, które mają rachunek w zagranicznym podmiocie, ma w portfelu również akcje firm zagranicznych. W przypadku klientów polskich biur deklaruje to 32 proc. badanych. Dla nich podstawowym wyborem są wciąż akcje notowane na GPW (69 proc. ankietowanych). Dla tych, którzy wybrali dostawców usług spoza Polski, odsetek ten wynosi 37 proc. Dużą popularnością wśród klientów zagranicznych biur cieszą się też kryptowaluty. Do handlu nimi przyznaje się 42 proc. ankietowanych. Zaskakiwać może stosunkowo niewielkie zainteresowanie funduszami ETF wśród badanych inwestorów, które są bardzo popularne na zagranicznych rynkach, ale też i kontraktów CFD. Tylko co piąty klient zagranicznej firmy sięga po te produkty.

Klienci zagranicznych firm szukają głównie produktów, które nie są dostępne w ofercie polskich brokerów, ale również chętnie korzystają z materiałów edukacyjnych. Aż dwa razy częściej od klientów polskich firm wskazują na poszukiwanie rozbudowanych treści edukacyjnych. Ponad 80 proc. korzysta już lub planuje skorzystać z takich materiałów (to o 10 pkt proc. mniej niż w wśród klientów polskich biur). Są oni również bardziej otwarci na płatne materiały znanych influencerów czy też szkolenia stacjonarne.

Kryptowalutowe szaleństwo

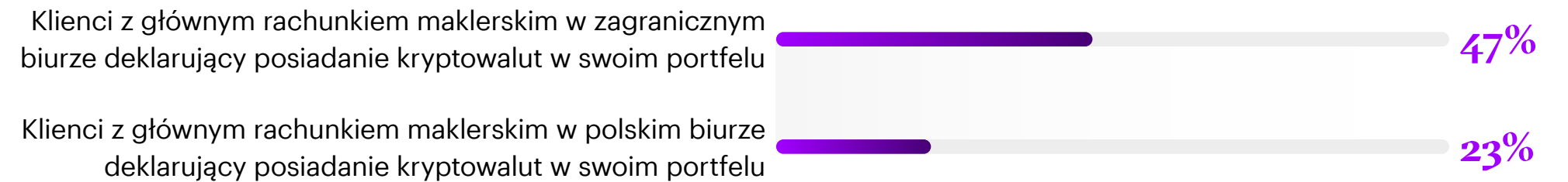
Rynek inwestycyjny rozwija się nie tylko, jeśli chodzi o technologię, ale także i aktywa. Przykładem są kryptowaluty. Ich popularność dotarła także do Polski. Szacujemy, że w Polsce w portfelu inwestycyjnym może je mieć od 2 mln do nawet 3 mln osób³. Wynik ten robi wrażenie, szczególnie mając na uwadze, że liczba Polaków posiadających rachunek IKE (ponad 800 tys.) jest co najmniej 2,5 razy mniejsza⁴.

Kryptomłodość

Po kryptowaluty sięgają zarówno osoby, które mają konta maklerskie w Polsce (co piąta osoba), ale także, i to zdecydowanie częściej, klienci, którzy korzystają z zagranicznych brokerów (co druga osoba). Znamienny jest zresztą fakt, że oprócz akcji zagranicznych kryptowaluty są również jednym z głównych powodów, dla których inwestorzy kierują się w stronę zagranicznych firm.

Popularność kryptowalut wśród klientów biur maklerskich

Odsetek klientów biur maklerskich deklarujących posiadanie kryptowalut w zależności od dostawcy głównego rachunku maklerskiego



Nowe rozwiązania są zazwyczaj domeną osób młodszych i nie inaczej jest w przypadku rynku inwestycyjnego. Średnia wieku osób (a są to głównie mężczyźni – 61 proc.), które posiadają kryptowaluty, wynosi 35 lat. Średnia wieku klientów polskich biur maklerskich wynosi z kolei 45 lat. I w tym przypadku niższy wiek nie przekłada się na niskie doświadczenie. Prawie 2/3 osób z rynku kryptowalut

ma powyżej czterech lat ogólnego stażu inwestycyjnego, a 40 proc. z nich przyznaje, że w same aktywa cyfrowe inwestuje od ponad dwóch lat. W tym przypadku można też mówić o sporym zaangażowaniu inwestorów. 63 proc. z nich poświęca kilka godzin w tygodniu na inwestycje w kryptowaluty. Dla porównania w przypadku klientów biur maklerskich wskazuje na to 45 proc. ankietowanych.

³Oszacowanie Accenture na bazie 1. PIE, „Popularność kryptowalut w Polsce”, 2023; 2. Komisja Europejska, „Retail Financial Services and Products”, 2022; 3. Accenture, „Global Banking Consumer Study”, 2023.

⁴KNF, „Informacje o rynku IKE według stanu na 30 czerwca 2023 roku”.

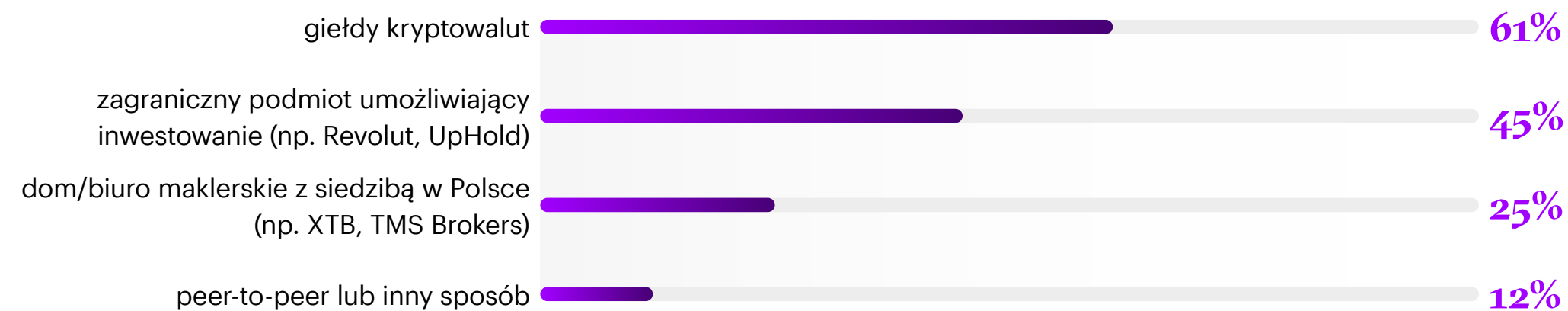
Nie tylko Bitcoin

Kiedy mowa o rynku kryptowalut, pierwszym skojarzeniem jest oczywiście Bitcoin. Badania to potwierdzają, ale jednocześnie wskazują one, że inwestorzy nie skupiają się wyłącznie na tym aktywie. Tylko 11 proc. ankietowanych ogranicza się wyłącznie do jednego rodzaju kryptowaluty. Prawie połowa posiada sześć lub więcej tego typu instrumentów. Najpopularniejszy co prawda pozostaje Bitcoin, jak i Ether, ale aż ponad 87 proc. ankietowanych wskazuje też, że posiada inne, mniej popularne kryptowaluty.

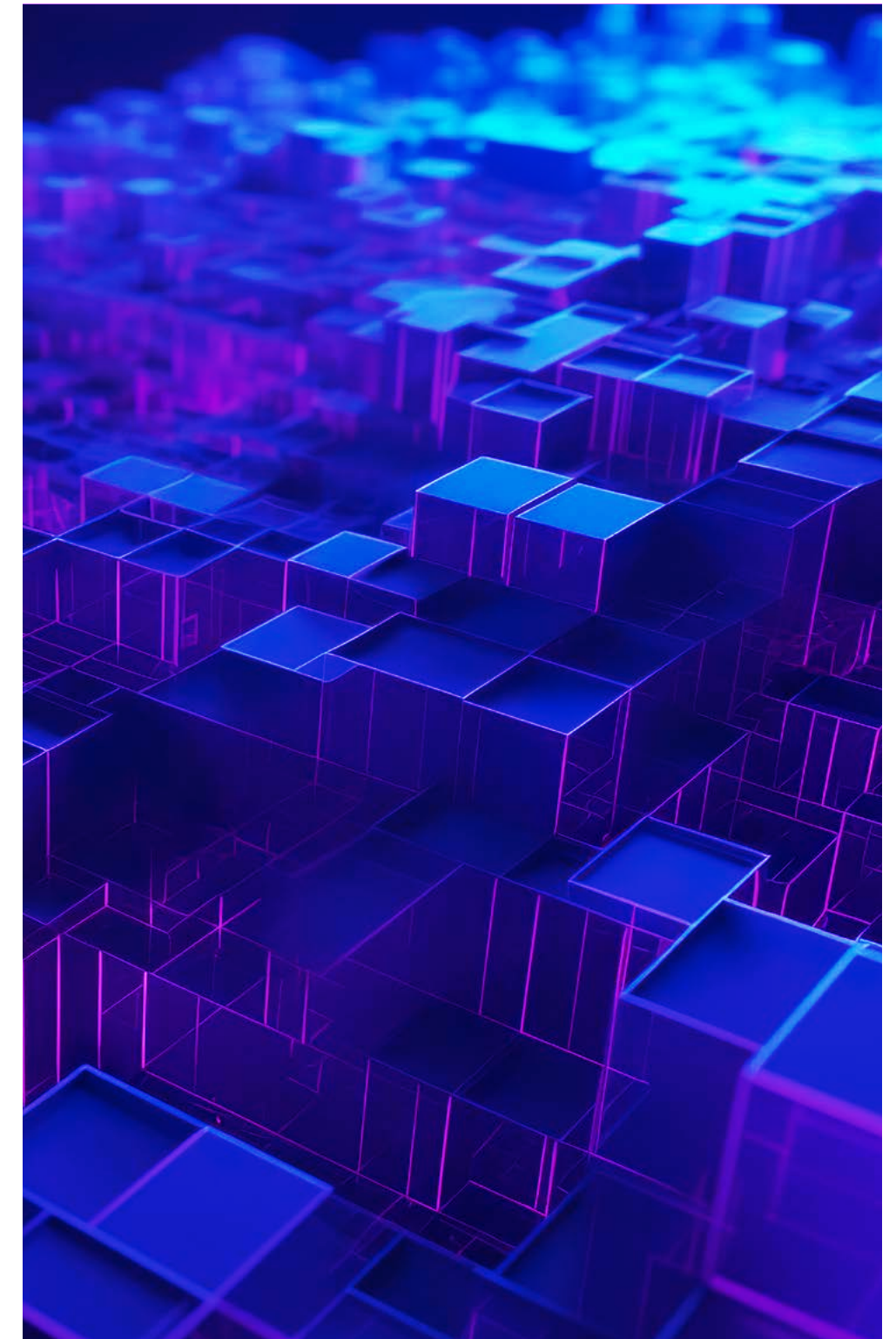
Polacy inwestują w kryptowaluty głównie poprzez wyspecjalizowane w tym obszarze giełdy. Wskazuje na to 61 proc. respondentów. Często (45 proc. wskazań) wybieramy także zagraniczne podmioty. Jedynie co czwarta osoba wybrała kontrakty CFD, których wartość podąża za cenami kryptoaktywów.

Gdzie Polacy nabywają kryptowaluty i inne cyfrowe aktywa

Odsetek osób deklarujących zakup kryptowaluty w danym miejscu.



Pytanie wielokrotnego wyboru.
N=361. Wszyscy posiadający kryptowaluty.



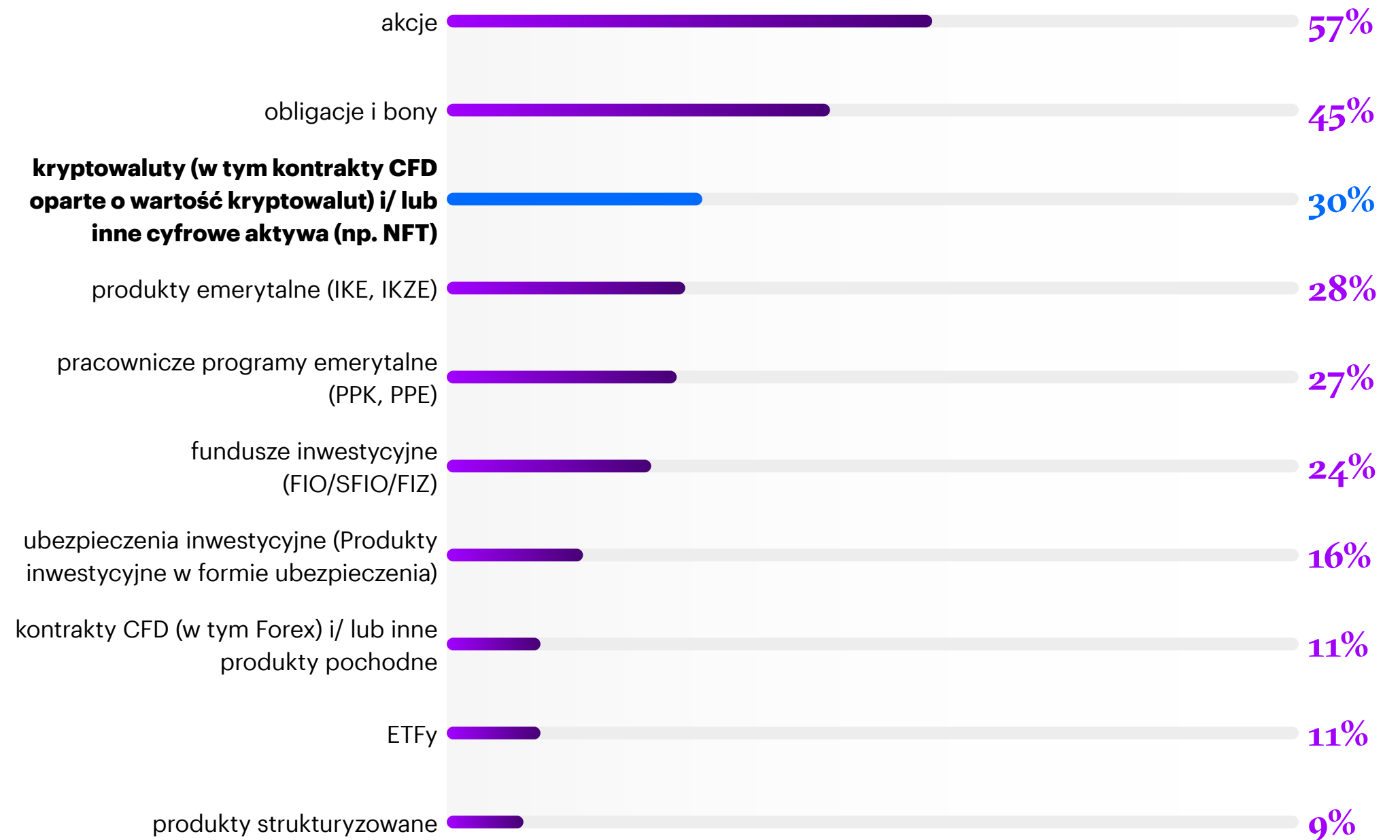
Przyszłość rynku

Istotne wzrosty notowań w ostatnim czasie na rynku kryptowalut czy też pojawienie się funduszy ETF na Bitcoina w Stanach Zjednoczonych wpływa na postrzeganie tego typu aktywów. Wśród klientów polskich i zagranicznych biur maklerskich popularnością przegrywają jedynie z akcjami i obligacjami, a zainteresowanie nimi jest z kolei porównywalne do tego, które można zaobserwować w przypadku różnego rodzaju produktów emerytalnych.

Są one już traktowane jako pełnoprawne aktywa finansowe, które zdaniem 40 proc. ankietowanych są przyszłością rynku finansowego. Dla 20 proc. jest to sposób na dywersyfikację portfela, a jedynie 15 proc. traktuje to jako instrumenty do spekulacji.

Produkty inwestycyjne w portfolio klientów polskich i zagranicznych biur maklerskich

Odsetek klientów biur maklerskich deklarujących posiadanie danego aktywa



N=529. Wszyscy klienci polskich i/lub zagranicznych biur maklerskich

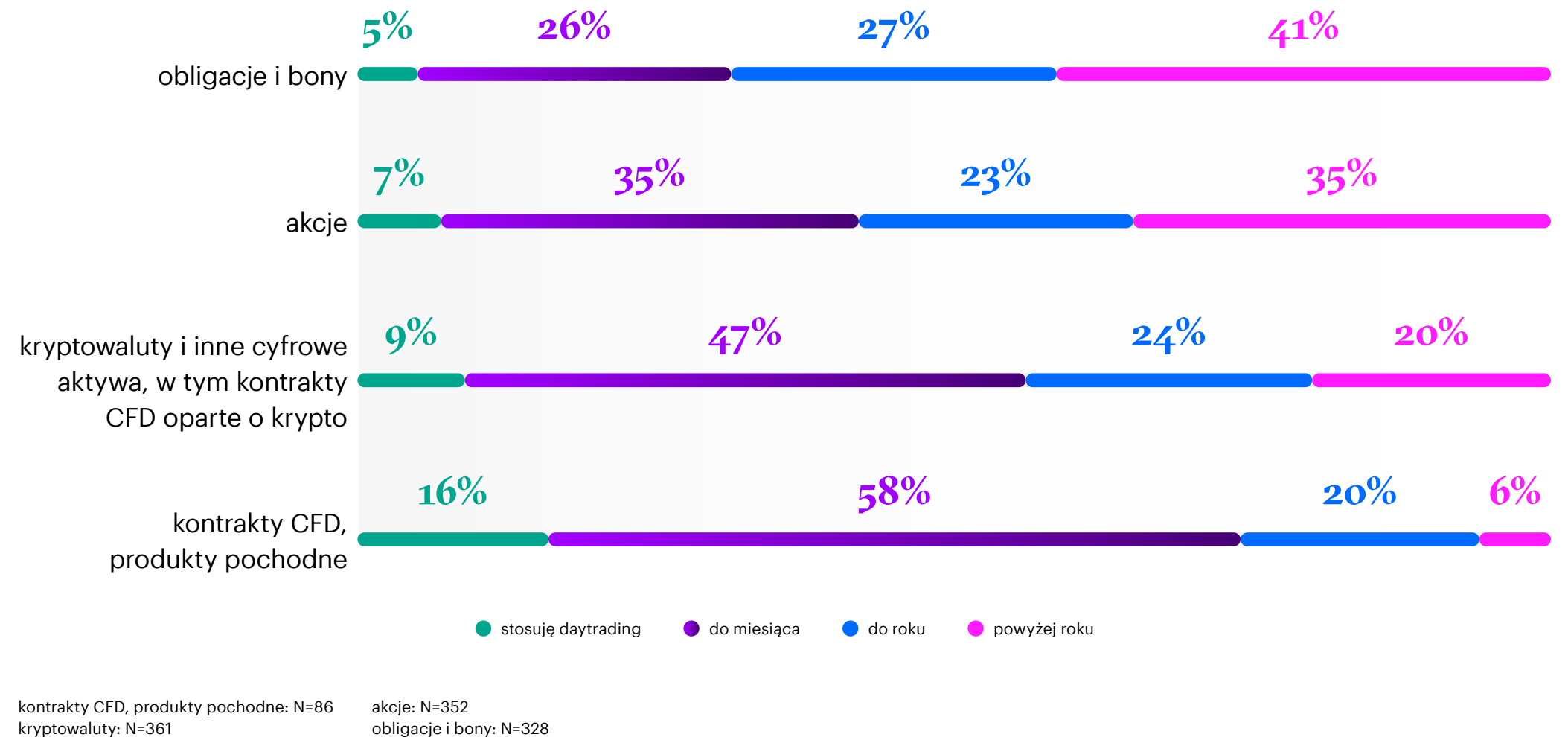
Między spekulacją a długim terminem

Chociaż zmienność na rynku kryptowalut potrafi być bardzo duża, a to sprzyja spekulacji i daytradingowi, to jednak wielu inwestorów patrzy na te aktywa z perspektywy długoterminowej. 40 proc. ankietowanych wskazuje, że traktuje kryptowaluty jako zabezpieczenie przyszłości swojej i bliskich na wypadek nieprzewidzianych zdarzeń. Są one także popularne jako opcja na osiągnięcie niezależności finansowej (47 proc. wskazań) oraz jako element budowy portfela emerytalnego (32 proc.). Tylko co piąta osoba wskazała, że kryptowaluty traktuje jako opcję zarobkową.

O tym, że kryptowaluty nie są postrzegane głównie jako aktywo spekulacyjne, wskazują także informacje dotyczące czasu trwania inwestycji. Prawie połowa ankietowanych wskazuje, że inwestuje w te aktywa na okres dłuższy niż miesiąc. Co piąta osoba trzyma je dłużej niż rok. Pod tym względem kryptowaluty plasują się pomiędzy typowo spekulacyjnym instrumentami takimi jak kontrakty CFD i pochodne, gdzie większy odsetek osób stawia na krótszy termin, a akcjami czy też obligacjami, które są traktowane częściej jako inwestycje długoterminowe.

Okres lokowania produktów inwestycyjnych

Na jaki okres najczęściej lokuje Pan(i) środki w produkty inwestycyjne?



Kolejnym argumentem potwierdzającym tezę o długoterminowej perspektywie jest wysoki odsetek inwestorów na rynku kryptowalut korzystających z opcji stakingu, która daje możliwość generowania dochodu

pasywnego poprzez zamrożenie swoich środków w portfelu cyfrowym. Do stosowania tego rozwiązania przyznaje się 38 proc. posiadaczy kryptowalut, a 29 proc. wskazuje, że jest zainteresowanych tą opcją.

Pokusa silniejsza niż obawy

Kryptowaluty, jak i inne instrumenty finansowe, wiążą się też z ryzykiem. Dla ankietowanych, zarówno tych, którzy już są obecni na tym rynku, jak i tych, którzy stronią od niego, główne zagrożenia to zmienność notowań i problem z oceną ich faktycznej wartości. Rynek kryptowalut to jednak też problem braku zaufania i wiedzy. Co trzeci inwestor na tym rynku przyznaje, że miał incydent związany z bezpieczeństwem aktywów cyfrowych. Mimo tych statystyk wiele osób się tym nie zraża i dalej próbuje swoich sił na rynku.



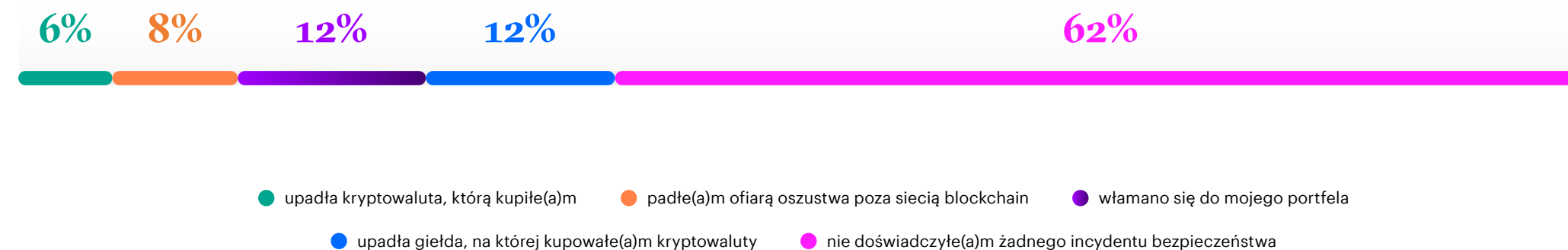
Bezpieczeństwo mile widziane

Prawie 60 proc. ankietowanych chciałoby, aby kryptowaluty były oferowane przez tradycyjne instytucje finansowe. Ich zdaniem wpłynęłoby to pozytywnie na problemy związane z ich przechowywaniem. Ma to szczególne znaczenie w kontekście niskiego zaufania do niektórych giełd kryptowalut lub trudności związanych z samodzielnym przechowywaniem tych aktywów.

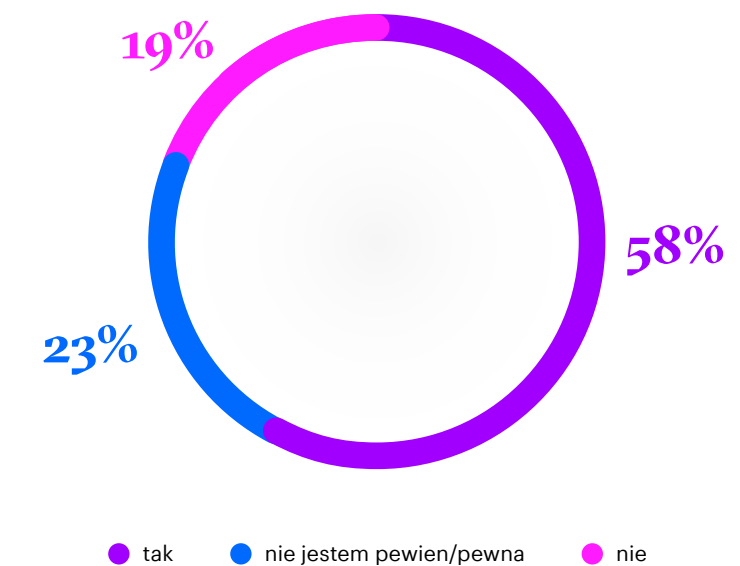
Czy chciał(a)by Pan(i), żeby kryptowaluty były oferowane przez instytucje główne/tradycyjne (banki, giełdy itp.)?

Incydenty bezpieczeństwa związane z kryptowalutami

Odsetek posiadaczy kryptowalut, którzy doświadczyli danego rodzaju incydentu bezpieczeństwa



N=361. Wszyscy posiadający kryptowaluty



N=361. Wszyscy posiadający kryptowaluty

Rozdział 4

**Postęp technologiczny
musi przyspieszyć**





Polskie biura maklerskie, myśląc o klientach, muszą jednak zwracać uwagę nie tylko na aspekt produktowy czy też edukacyjny. Dużo jest także do zrobienia w sferze technologicznej.

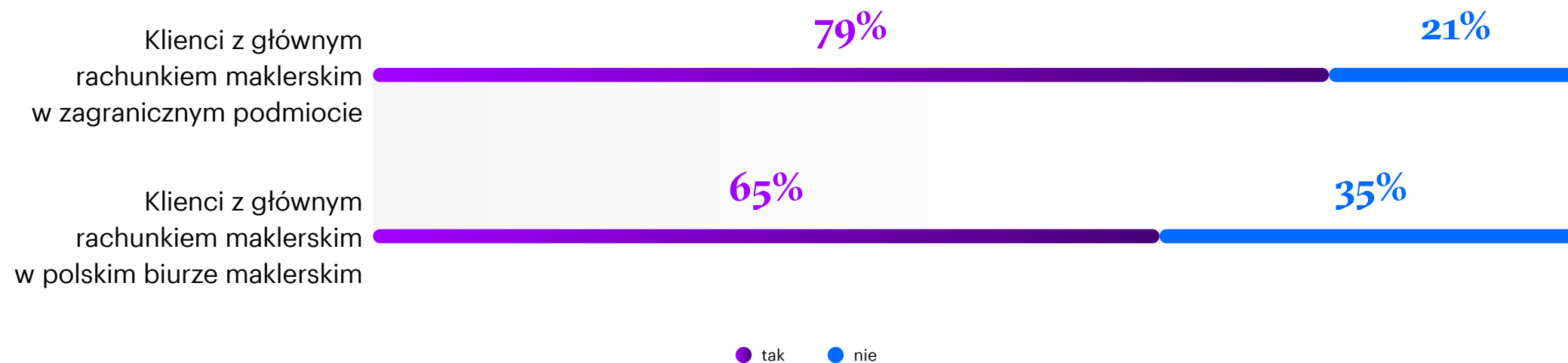
Zagraniczne aplikacje zawstydzają rodzimych brokerów

O ile bowiem w przypadku bankowości przez ostatnią dekadę mieliśmy do czynienia z rewolucją mobilną (liczba aktywnych użytkowników aplikacji mobilnych już prawie zrównała się

z liczbą aktywnych użytkowników bankowości internetowej), o tyle wygląda na to, że wciąż rewolucja ta omija branżę maklerską.

Poziom adopcji kanału mobilnego

Odsetek osób deklarujących korzystanie z aplikacji mobilnej oferowanej przez swoją główną instytucję do inwestowania

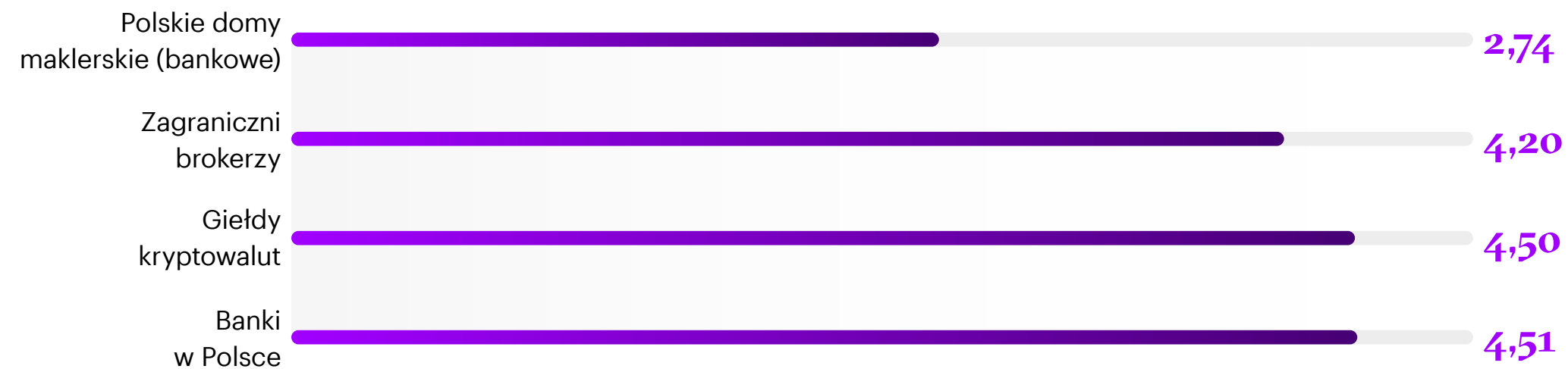


Nasze badanie pokazuje, że 65 proc. klientów polskich biur maklerskich korzysta z aplikacji mobilnej przeznaczonej do handlu rynkowego. Stosunek osób korzystających z rozwiązań mobilnych do osób korzystających z serwisów internetowych kształtuje się na poziomie 79 proc. W obu przypadkach wyniki te są zauważalnie mniejsze niż w przypadku klientów, którzy korzystają z zagranicznych biur. Dla nich jest to odpowiednio prawie 80 proc. i 90 proc. Z czego wynikają te dysproporcje? Wydaje się, że jedną z głównych przyczyn jest stosunkowo nie najlepsza jakość aplikacji mobilnych udostępnianych przez krajowych brokerów. Wskazują na to ich oceny w sklepach App Store i Google Play, które są wyraźnie niższe niż w przypadku analogicznych rozwiązań stosowanych przez zagranicznych konkurentów.

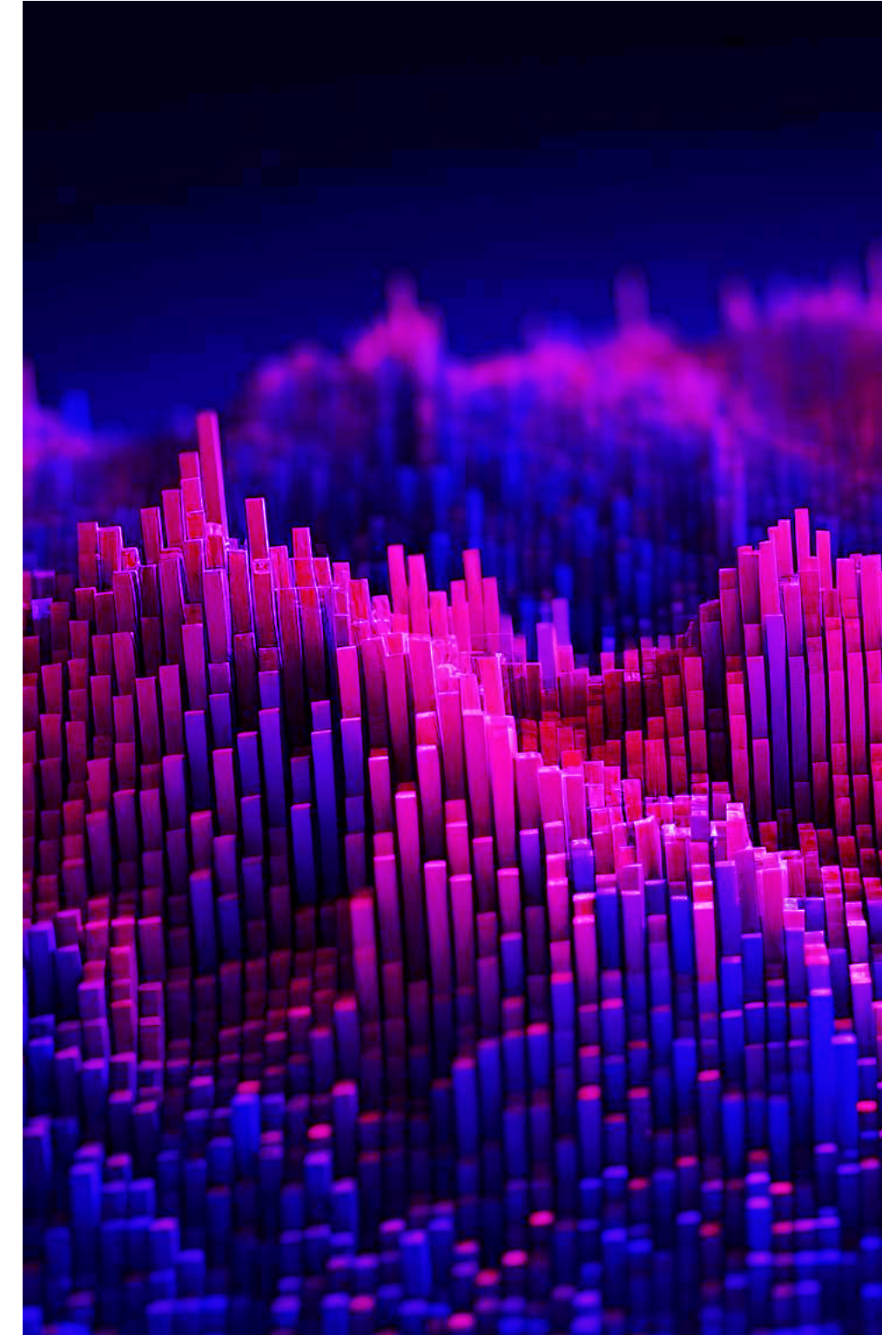
Pocieszający może być fakt, że przedstawiciele branży maklerskiej zdają sobie jednak sprawę z tego, że technologia na rynku odgrywa coraz ważniejszą rolę. To może sugerować, że kolejne lata przyniosą również rewolucję mobilną w tej branży i wyraźną poprawę w takich aspektach jak zakres funkcjonalności i dostępnych produktów czy też intuicyjność i przejrzystość, które dzisiaj są wymieniane jako największe

słabości po stronie aplikacji udostępnianych przez polskie biura. Branża maklerska nie stoi jednak na straconej pozycji. Mając na uwadze fakt, że wiele podmiotów jest integralną częścią grup bankowych, silną stroną we wdrażaniu nowych rozwiązań powinny być umiejętności oraz know-how technologiczny, który skutecznie został wykorzystany przy okazji tworzenia i rozwijania aplikacji bankowych.

Średnia ocen aplikacji mobilnych w App Store i Google Play



Analiza ocen aplikacji mobilnych na podstawie opinii z App Store i Google Play z lutego 2024. Obejmuje 9 aplikacji bankowych, 6 aplikacji biur maklerskich związanych z polskimi bankami, 7 aplikacji zagranicznych platform i biur maklerskich oraz 8 aplikacji do handlu kryptowalutami.



W algorytmach szansa

Dzisiaj, kiedy mowa jest o rozwoju technologicznym, siłą rzeczy poruszany jest także aspekt związany ze sztuczną inteligencją, a także robodoradztwem, które w Polsce stawia coraz odważniejsze kroki, głównie za sprawą działających na naszym rynku fintechów. Nasze badanie pokazuje zaś, że polscy inwestorzy nie boją się tych rozwiązań.

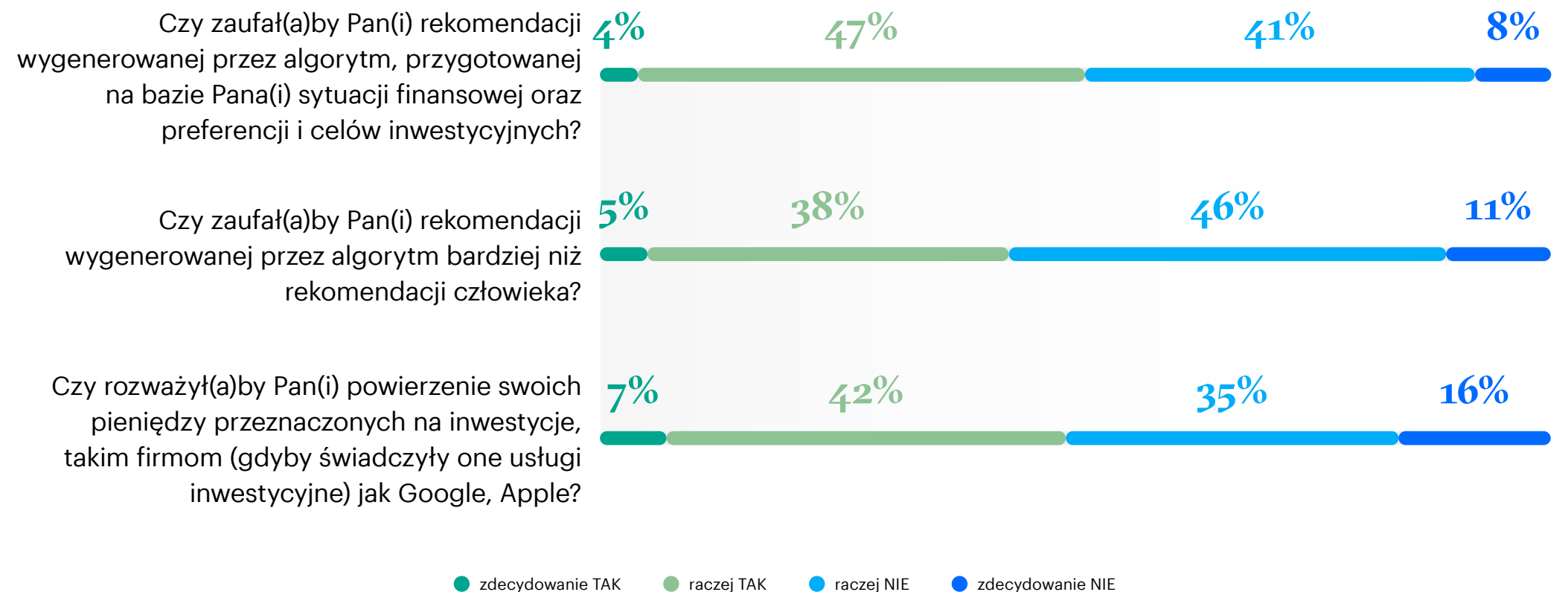
Zaufanie do algorytmów

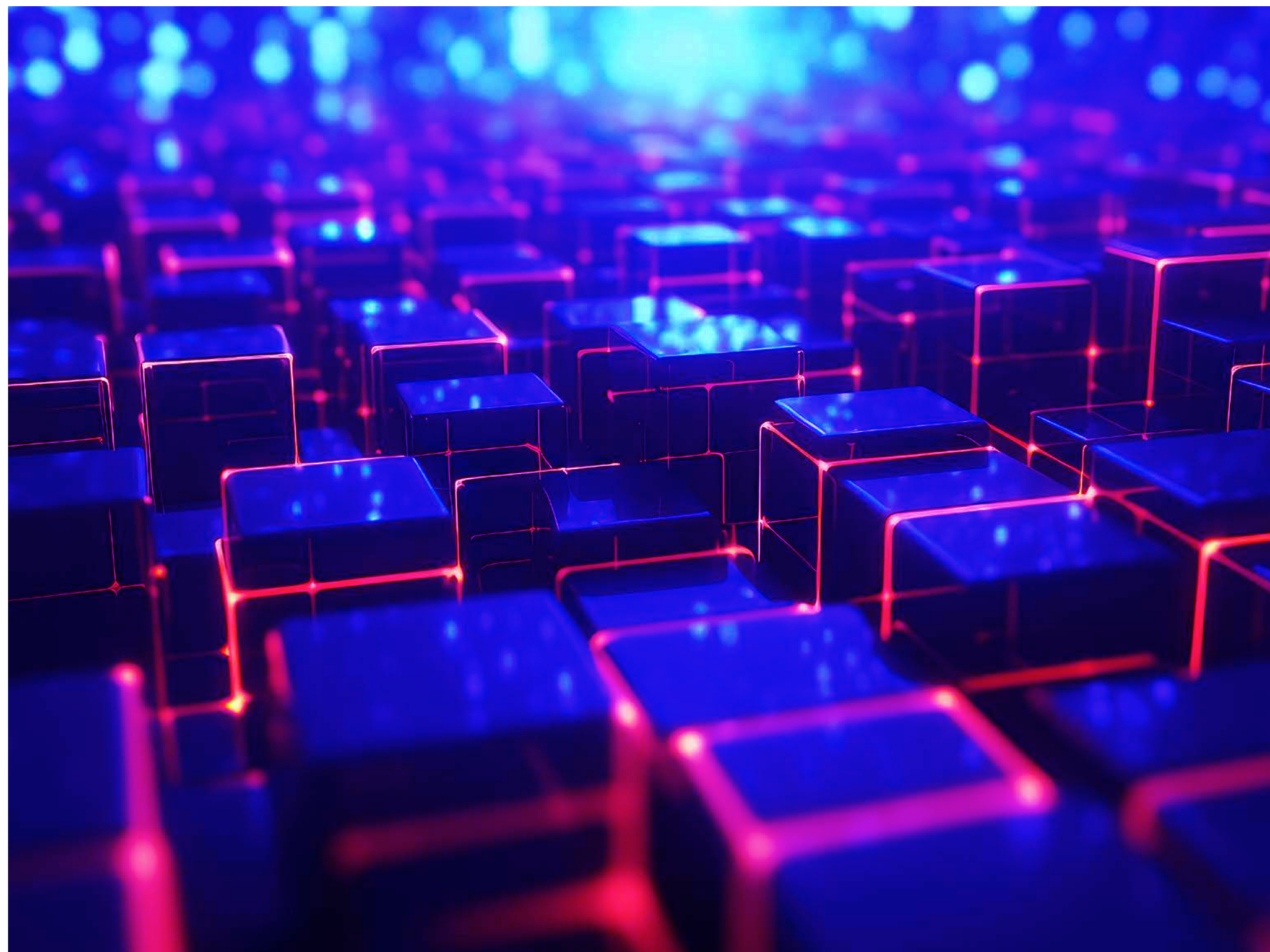
Ponad połowa ankietowanych jest w stanie zaufać rekomendacji inwestycyjnej stworzonej przez algorytm, który uwzględniłby sytuację finansową, preferencje (w tym profil ryzyka) oraz cele konkretnego inwestora. Jakby tego było mało, aż 43 proc. osób bardziej zaufałoby takiej rekomendacji niż tej przygotowanej przez wyspecjalizowane osoby działające w obszarze doradztwa inwestycyjnego.

W przypadku bardziej zaawansowanych technologicznie zagranicznych podmiotów słowa przekładają się także na czyny. Już ponad 50 proc. ankietowanych będących ich klientami skorzystało z opcji, w której to platforma automatycznie dokonuje transakcji bazujących na ustalonych algorytmach. Chętnych do tego, by oddać inwestycje

„w ręce” automatów, również nie brakuje. Prawie połowa ankietowanych deklaruje, że byłaby gotowa powierzyć swoje transakcje największym firmom technologicznym, gdyby te faktycznie świadczyły takie usługi.

Zaufanie do algorytmów i firm technologicznych w kwestii inwestowania





Klienci chcą nowości

Więcej rozwiązań technologicznych chętnie widzieliby jednak także klienci polskich biur maklerskich. Blisko 30 proc. z nich wskazało, że brakuje im teraz rozwiązań, które automatycznie tworzyłyby strategie inwestycyjne w oparciu o analizę danych rynkowych oraz wyniki ankiety MIFID. Co czwarty chciałby mieć dostęp do bota, który automatycznie przeprowadzałby transakcje na rynku w oparciu o zdefiniowane algorytmy. Jasno pokazuje to, że polscy inwestorzy otwarci są na zaawansowane technologicznie narzędzia usprawniające i upraszczające ich proces inwestycyjny i oczekują ich od instytucji rynkowych.

Rozdział 5

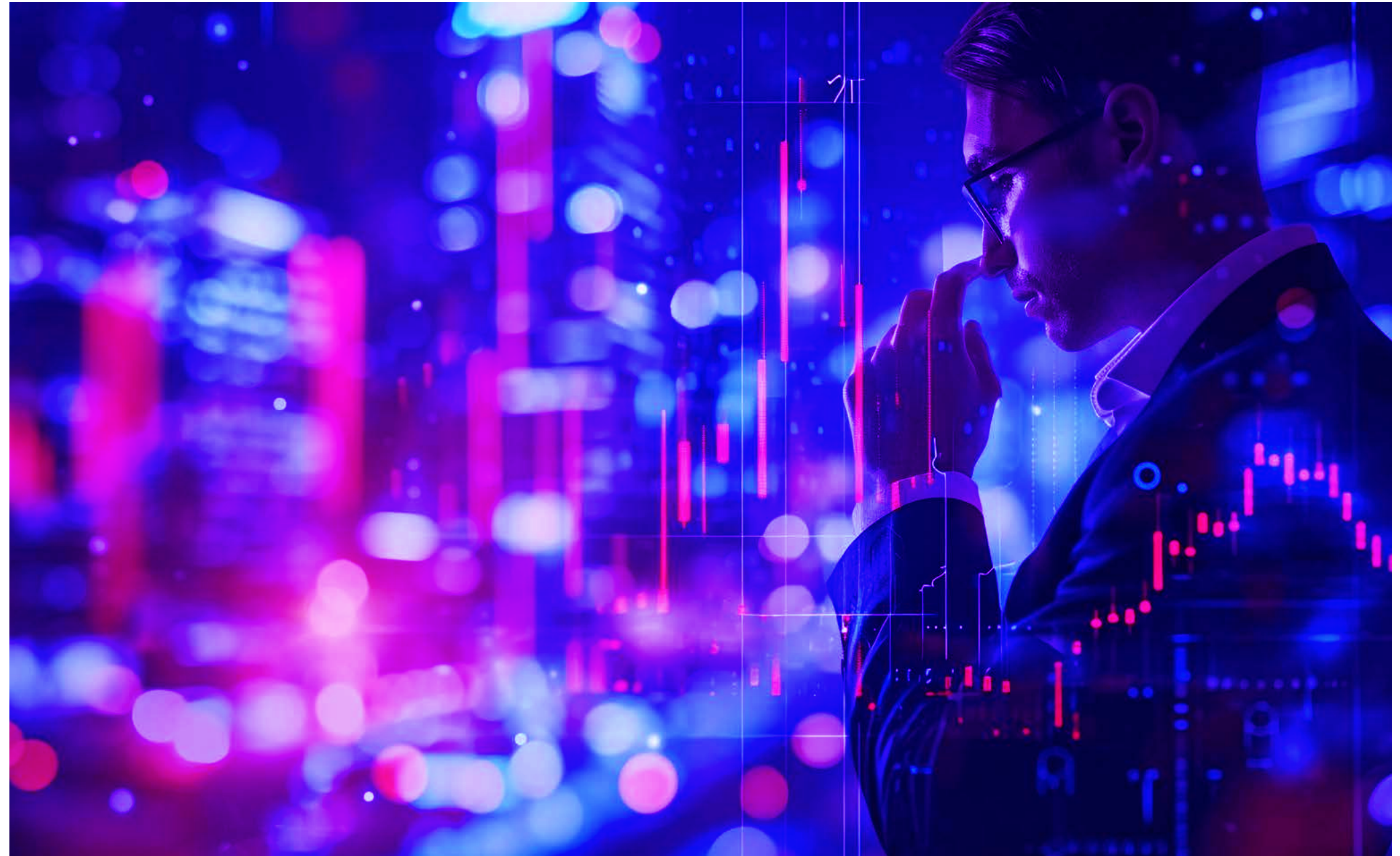
Rekomendacje



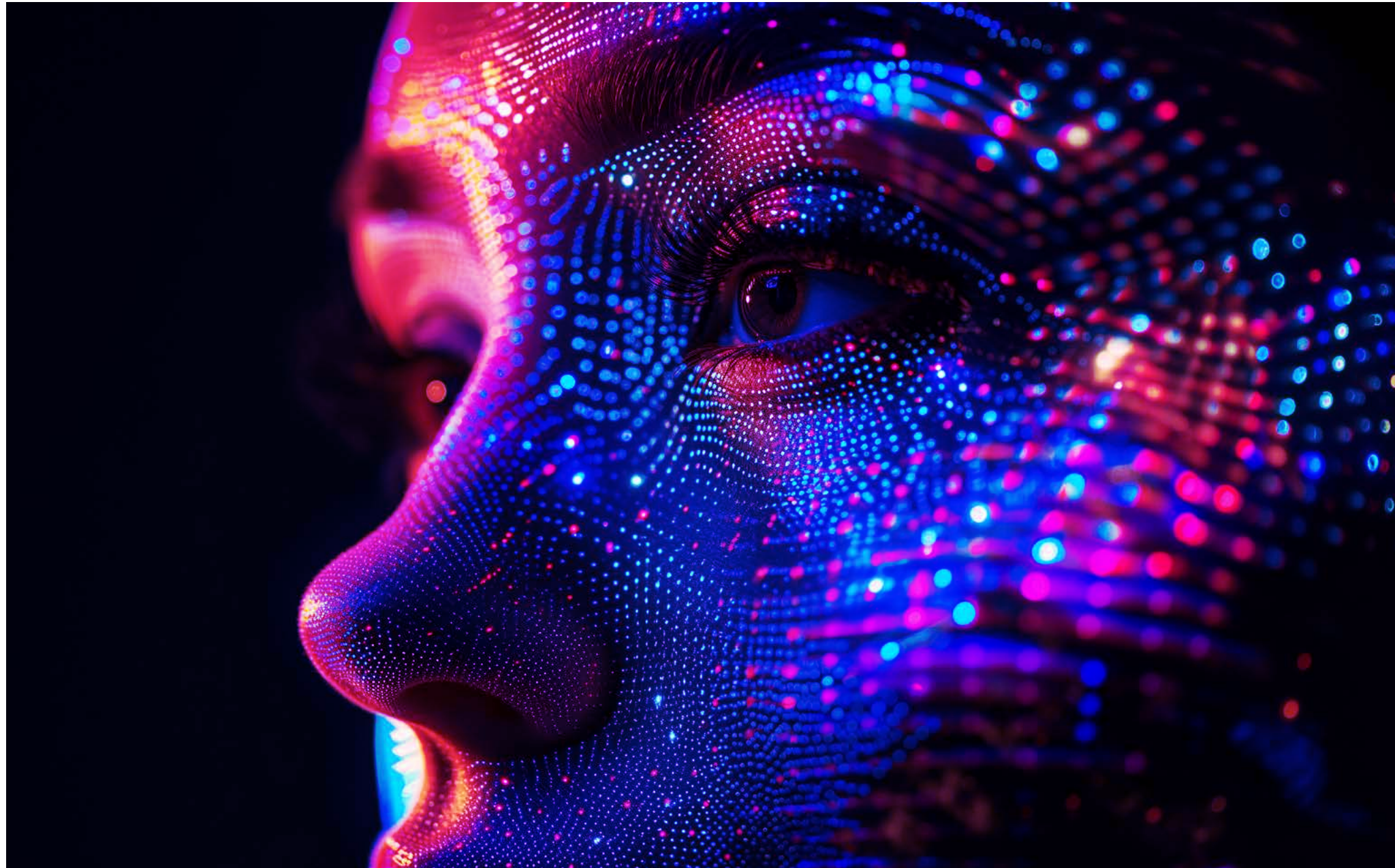
Inwestycje bez granic

Choć polskie domy maklerskie w ostatnich latach wykonały już spory krok naprzód, jeśli chodzi o ofertę inwestycji na rynkach zagranicznych, to nadal mają nad czym pracować. Aby móc skutecznie konkurować z zagranicznymi podmiotami i zachęcać klientów do dywersyfikacji geograficznej, w swoich działaniach powinny skupić się na:

- a.** uatrakcyjnieniu stawek prowizji, na przykład dzięki obniżeniu kosztów transakcyjnych – premia, którą polski inwestor jest w stanie zapłacić za wygodę i dodatkowe bezpieczeństwo wynikające z korzystania z rodzimej instytucji jest bardzo ograniczona,
- b.** dalszym rozwoju oferty produktowej, np. poprzez wprowadzenie możliwości zakupu akcji częściowych czy też zagranicznych obligacji oraz poszerzaniu zakresu geograficznego oferowanych rynków,
- c.** działaniach promocyjnych i edukacyjnych przybliżających krajowym inwestorom korzyści wynikające z globalnej dywersyfikacji portfela.



Potęga algorytmów



Świat inwestycyjny cały czas ewoluuje. Zachodzące na nim zmiany, również natury technologicznej, otwierają przed rynkami i inwestorami nowe możliwości. Wśród nich jest robodoradztwo, które cieszy się coraz większym zaufaniem klientów. Niższe koszty, oszczędność czasu, lepiej dopasowane produkty, niskie bariery wejścia to dzisiaj główne argumenty za doradztwem algorytmicznym. Tradycyjne instytucje finansowe nie stoją na straconej pozycji. Wykorzystanie robodoradztwa to też szansa na rozwinięcie i budowanie relacji z klientami w oparciu o:

- a.** przejrzystość i transparentność algorytmów,
- b.** stworzenie spersonalizowanej oferty, również w interaktywnej formie (np. dzięki wykorzystaniu GenAI),
- c.** efektywny sposób wykorzystania czasu i zaangażowania doradców dla wzmocnienia relacji i zbudowania zaufania. Pokolenia klientów się zmieniają, ale inwestorzy, nawet ci najmłodszy, nadal cenią sobie kontakt osobisty z doradcą.

Zwłaszcza ten ostatni punkt może być traktowany przez rodzime instytucje finansowe jako ich naturalna przewaga konkurencyjna nad zagranicznymi platformami.

Mobilna rewolucja w inwestowaniu

Institucje powinny traktować równorzędnie kanał mobilny z webowym, co pozwoli spełnić oczekiwania inwestorów, zwłaszcza tych młodszych.

Spodziewamy się, że w najbliższych latach polskie biura maklerskie silniej dołączą do rewolucji mobilnej, adresując główne bolączki aplikacji mobilnych, czyli zakres funkcjonalności i produktów oraz ich intuicyjność i przejrzystość. Aplikacja powinna nie tylko zapewniać dostęp do pełnej transakcyjności oraz umożliwiać podgląd całego portfela inwestora, ale również być dostosowana do specyfiki urządzeń mobilnych oraz ich różnych typów. Wszystko po to, by budować pozytywne doświadczenie użytkownika oraz ułatwiać mu proces inwestycyjny.

Jak pokazuje przykład banków, aby osiągnąć sukces na tym polu biura maklerskie muszą pozostać właścicielem doświadczenia klienta w kanałach mobilnym i webowym. Tym bardziej że know-how i umiejętności potrzebne do tego są dostępne na polskim rynku, co pokazuje rewolucja mobilna, która wydarzyła się w ostatnim dziesięcioleciu w polskiej bankowości detalicznej.



Edukacja szyta na miarę



Polacy nie inwestują na rynkach finansowych głównie z powodu niskiego poziomu wiedzy. Choć instytucje finansowe podejmują działania edukacyjne, to problem deficytu wiedzy ciągnie się od wielu lat. Istotnym wsparciem w tych procesach powinna być technologia (w tym GenAI). Jej odpowiednie wykorzystanie pozwoli tworzyć bardziej efektywne i atrakcyjne treści z punktu widzenia potencjalnych inwestorów, również tych zaliczanych do „generacji Z”, zwiększając tym samym skuteczność działań edukacyjnych.

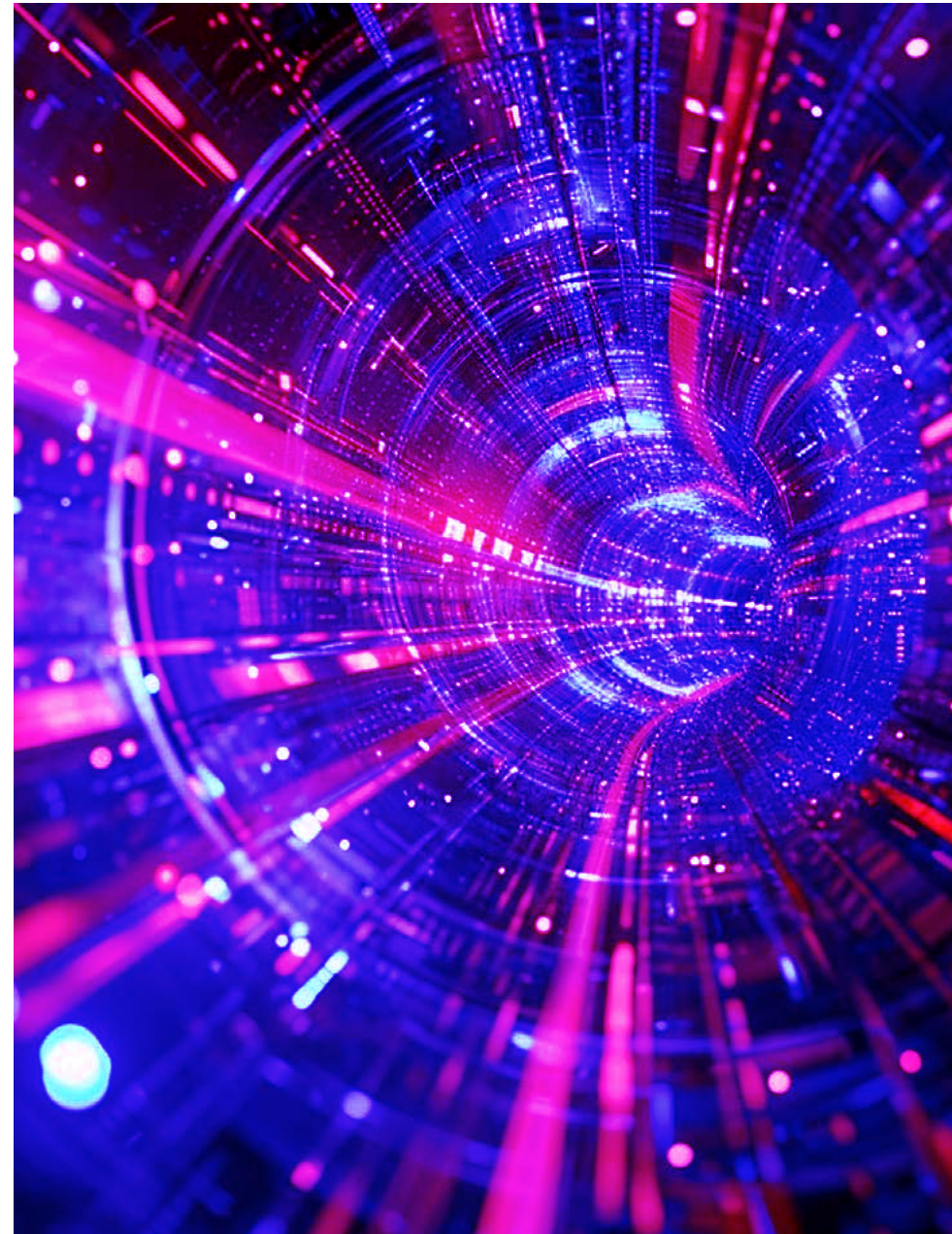
Aby poprawić atrakcyjność oferty edukacyjnej, również dla bardziej zaawansowanych osób, instytucje finansowe powinny rozważyć też współpracę z popularnymi influencerami oraz tworzenie (lub angażowanie się w istniejące) społeczności inwestorów. Im większa jakość materiałów edukacyjnych, tym większa jest też szansa na ich zmonetyzowanie.

Ucywilizowanie kryptowalut

Rynek kryptowalut, mimo swojej specyfiki (duża zmienność, nowa, nieprzetestowana technologia, incydenty bezpieczeństwa), zyskuje coraz większą popularność, również w Polsce. Kryptowaluty traktowane są już jako pełnoprawne aktywa, również z perspektywy inwestorów długoterminowych.

Na Zachodzie są już podejmowane działania mające na celu większe wykorzystanie kryptowalut w świecie inwestycyjnym, a najbardziej spektakularnym przykładem tego jest niedawne wyrażenie zgody przez Amerykańską Komisję Papierów Wartościowych i Giełd (SEC) na uruchomienie 11 ETF-ów opartych o Bitcoin SPOT, których suma aktywów przekroczyła wartość \$10 miliardów w mniej niż miesiąc od uruchomienia. Warto jednak pamiętać, że to tylko wycinek inwestycyjnego świata kryptowalut.

Bezpośrednia ekspozycja na kryptowaluty, nie za pomocą ETF-ów, pozwala użytkownikom na dużo szerszy udział w tym ekosystemie. Posiadacze kryptowalut mogą korzystać z nich jako zabezpieczenia w protokołach zdecentralizowanych finansów czy też wziąć udział w emisjach tokenów



rozproszonej sieci w zamian za udział w jej mechanizmach konsensusu. Mogą także głosować nad propozycjami zarządczymi protokołów lub uzyskiwać nowe tokeny za aktywne wykorzystanie protokołów. Widzimy jasny trend, gdzie instytucje właśnie zaczynają korzystać z tego ekosystemu jako infrastruktury wspierającej nowe produkty i usługi, nie ograniczając się tylko do inwestowania poprzez instrumenty pochodne.

Polskie instytucje finansowe dotychczas zdawały się nie reagować na ten trend. Natomiast wprowadzenie do swojej oferty możliwości inwestowania w kryptowaluty nie tylko zapewni im dodatkowe źródło dochodów, ale przede wszystkim pozwoli zwiększyć bezpieczeństwo pieniędzy swoich klientów, co powinno być też argumentem w dyskusji z regulatorami rynku. Jest to również ruch oczekiwany przez sporą grupę polskich inwestorów.

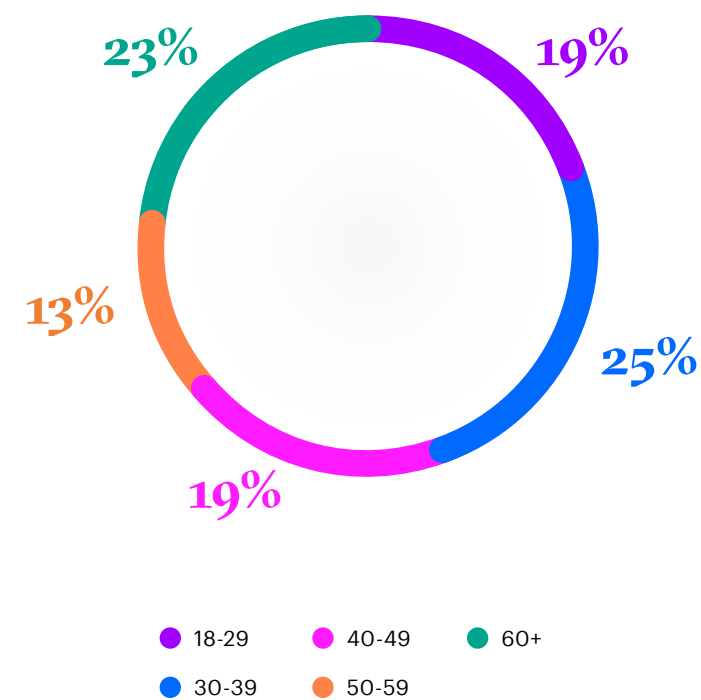
Metodologia

Badanie konsumenckie zostało przeprowadzone przez IQS na zlecenie Accenture na próbie N = 1163 mieszkańców Polski metodą CAWI (wywiady internetowe) w styczniu 2024 r. Próba obejmowała osoby w wieku 18+ z deklarowanym poziomem oszczędności powyżej 10 tys. złotych.

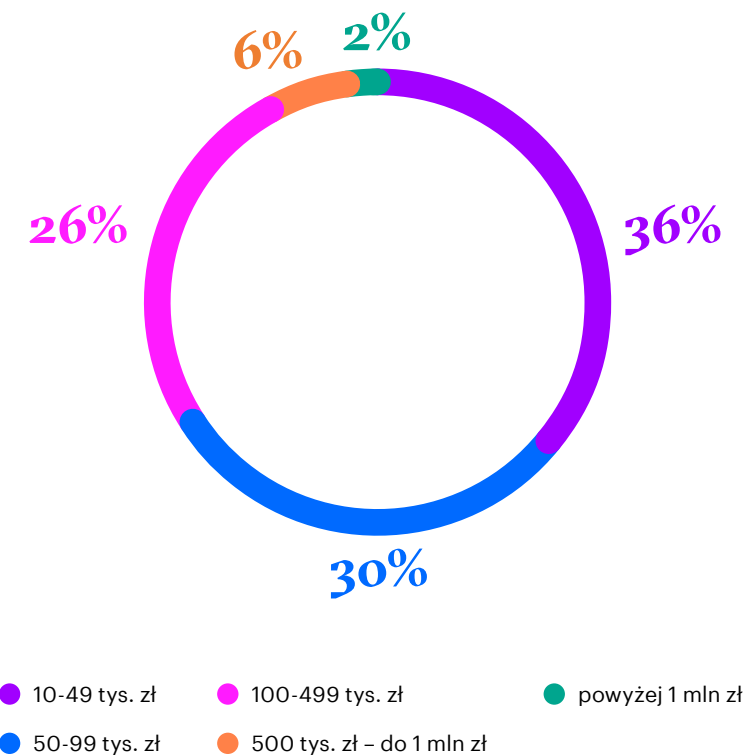
W badaniu wyodrębniono następujące segmenty respondentów: osoby inwestujące głównie poprzez rachunki maklerskie prowadzone przez polskie biura i domy maklerskie (N = 366), osoby inwestujące głównie poprzez rachunki maklerskie prowadzone przez zagraniczne podmioty

(N = 163), osoby inwestujące w kryptowaluty (N = 201), osoby inwestujące, ale nieposiadające rachunku maklerskiego ani kryptowalut (N = 196), osoby nieposiadające jakichkolwiek finansowych produktów inwestycyjnych (N = 237).

Wiek



Wartość portfela inwestycyjnego

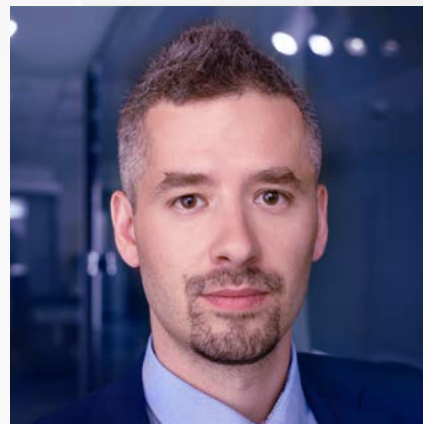


Autorzy raportu



Michał Bazarnik

**Managing Director
Capital Markets Lead
Accenture Polska**



Tomasz Bilczyński

**Senior Manager
Brokerage Business Lead
Accenture Polska**



Krystian Karwowski

**Senior Manager
Capital Markets
Accenture Polska**



Dariusz Orynek

**Research Manager
Accenture Polska**



Adam Wdowczyk

**Tech Innovation
Strategy Senior Manager
Accenture Polska**



O Accenture

Accenture to wiodąca, globalna firma świadcząca profesjonalne usługi na rzecz światowych liderów biznesu, organizacji rządowych i pozarządowych. Wspiera klientów w zakresie cyfryzacji, optymalizacji działalności operacyjnej, zwiększania rentowności, a także wzmacniania działań o charakterze prospołecznym, dostarczając skalowalne rozwiązania zapewniające szybkie i wymierne rezultaty. Firma, napędzana przez talenty oraz innowacje, zatrudnia blisko 743 tys. pracowników obsługujących klientów w ponad 120 krajach. W świecie, w którym technologia jest nieodzownym elementem wprowadzania zmian, Accenture - znając doskonale zależności ekosystemów - jest jednym ze światowych liderów w zakresie ich implementacji. Łączy potencjał technologiczny oraz wiodącą pozycję

w obszarach chmury obliczeniowej, przetwarzania danych i sztucznej inteligencji z wszechstronnym doświadczeniem branżowym, specjalistyczną ekspertyzą i globalnym zasięgiem. Dzięki połączeniu szerokiej gamy usług, rozwiązań i aktywów w ramach obszarów Strategy & Consulting, Technology, Operations, Industry X oraz Song, zapewnia firmom wymierne wyniki. Potencjał Accenture wraz z kulturą współdzielenia osiągnięć i tworzenia wartości 360°, pozwalają wspierać klientów w procesie transformacji oraz budowaniu długotrwałych relacji biznesowych opartych na zaufaniu. To właśnie wartość 360°, którą tworzymy dla klientów, naszej organizacji, akcjonariuszy, partnerów i społeczności jest miarą naszego sukcesu. Odwiedź nas na www.accenture.com.

Nota prawna

Opinie zawarte w raporcie wydane zostały na podstawie wiedzy pozyskanej z badania rynku, doświadczenia autorów i innych ekspertów branżowych Accenture wspierających tworzenie raportu. Autorzy nie biorą odpowiedzialności za decyzje podjęte na podstawie opinii wydanych w ramach raportu.