ISTRAŽIVANJE O DIGITALNIM FINANCIJAMA I KIBERNETIČKOJ SIGURNOSTI MLADIH



Listopad 2026.

Istraživanje provela agencija za istraživanje tržišta Karika

HRVATSKA UDRUGA BANAKA
CROATIAN BANKING ASSOCIATION

Metoda, uzorak i ciljevi

BROJ ISPITANIKA

503

DOBNA SKUPINA

18-35 godina

UZORAK

reprezentativan po dobi, spolu i regiji

VRIJEME PROVEDBE

rujan 2026.

CILJ

Istražiti kako mladi upravljaju novcem danas kada je novac u mobitelu, savjeti dolaze s društvenih mreža, kupnja je udaljena jedan klik, a AI može odgovoriti na gotovo svako financijsko pitanje.

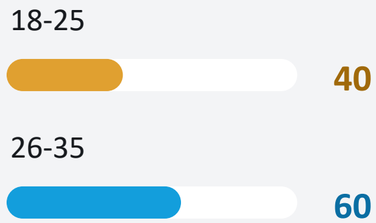
Struktura uzorka

UZORAK S OBZIROM NA REGIJU

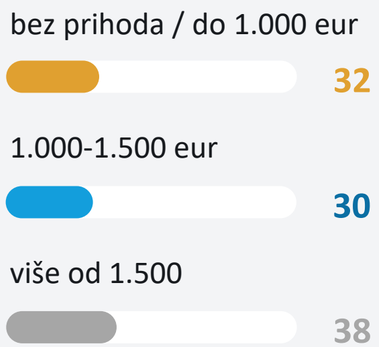


- **29%** Zagreb i okolica
- **23%** Središnja Hrvatska
- **18%** Slavonija
- **18%** Dalmacija
- **11%** Istra/Primorje/GK

UZORAK PREMA DOBI (%)



UZORAK PREMA PRIHODIMA (%)



UZORAK PREMA VELIČINI NASELJA (%)



Plaća je glavni izvor prihoda, pri čemu je dob ključan faktor diferencijacije. U skupini od 18 do 25 godina tek je polovica ispitanika ovisna o plaći, dok kod onih od 26 do 35 godina taj udio skače na 86%. Mlađi se znatno više oslanjaju na roditelje, honorarne poslove ili stipendije.

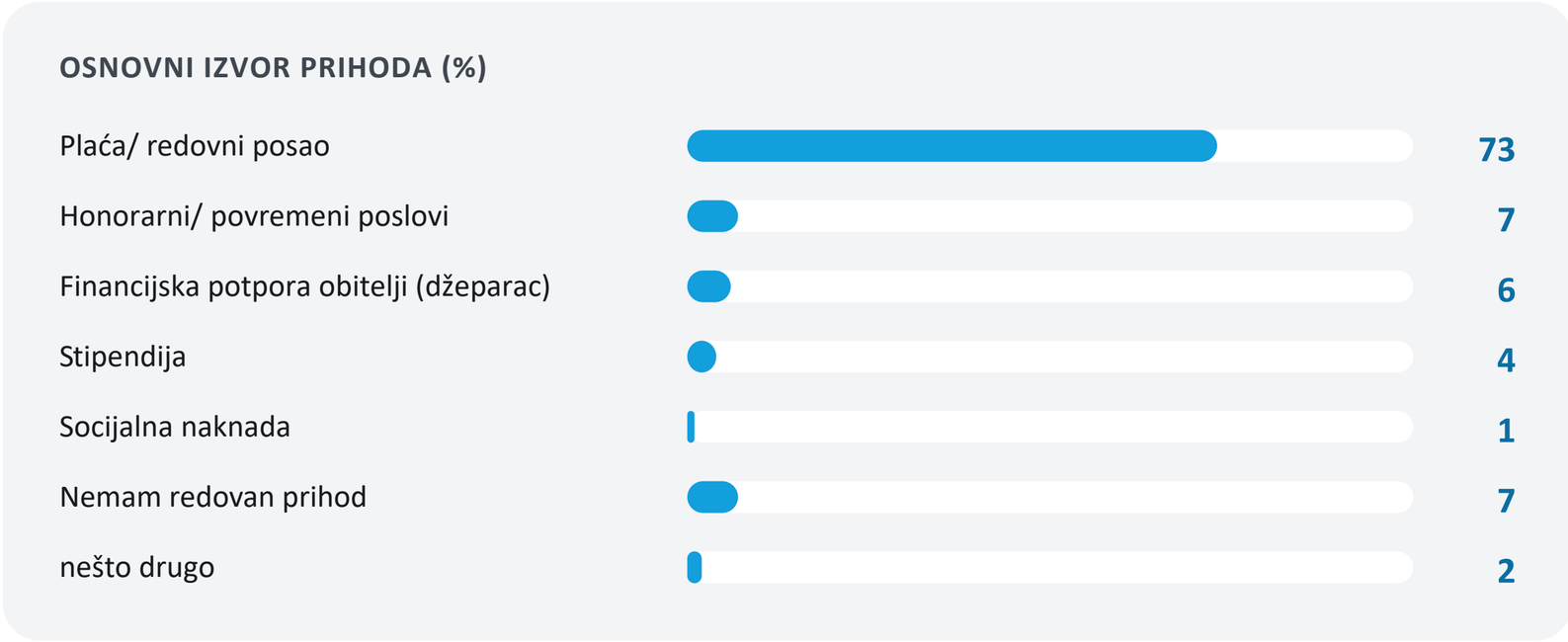
1.

PRAĆENJE POTROŠNJE I FINANCIJSKA DISCIPLINA

Dio koji govori o tome što je glavni izvor prihoda mladima i kakvo je financijsko samopouzdanje sudionika istraživanja



Plaća je osnovni izvor 73% ispitanika, no u skupini mlađih sudionika istraživanja (18-25 godina), ovaj postotak je 53%.



53 %

Mladi u dobi 18-25

86 %

Mladi u dobi 26-35

S5. Što je Vaš GLAVNI IZVOR PRIHODA? / N=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

Osnovni izvor prihoda

73 %

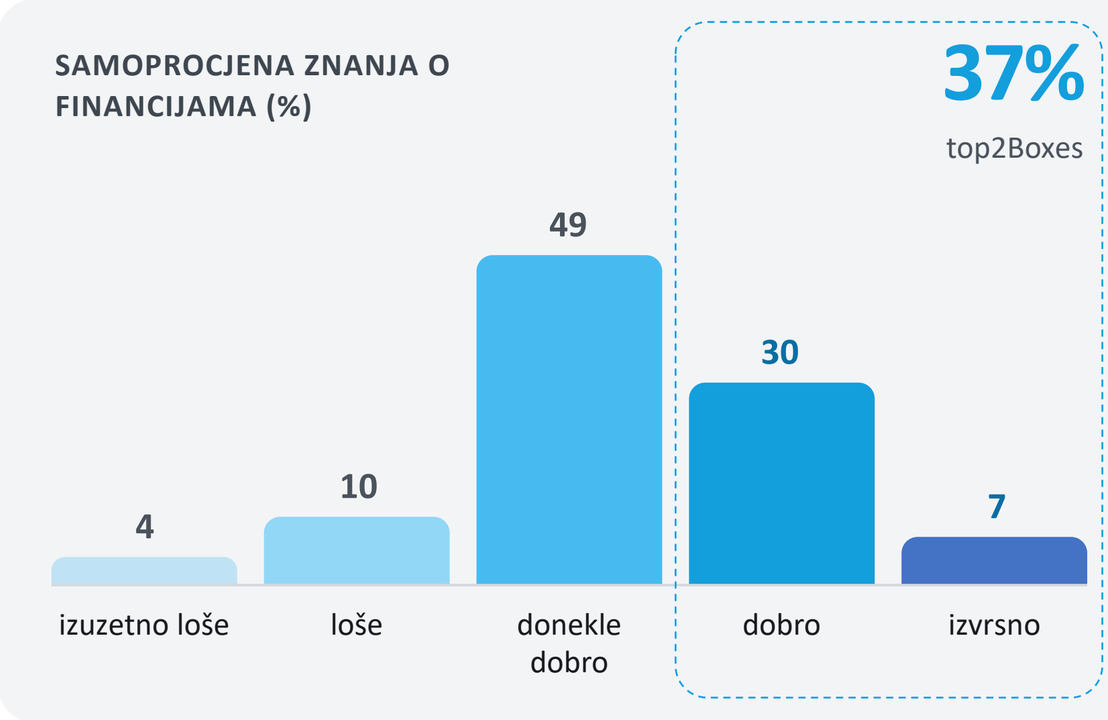
Plaća je glavni izvor prihoda za 73% ispitanika, no slika se bitno mijenja s dobi: kod dobne skupine 18–25 godina, udio onih kojima je glavni izvor prihoda plaća / redovni posao pada na 53%. Oni, očekivano, češće za glavni izvor prihoda navode potpore obitelji (13%), honorarne poslove (10%), stipendije (9%) ili jednostavno nemaju redovni prihod (12%). Žene su nešto manje ovisne o plaći (70%) nego muškarci (76%).

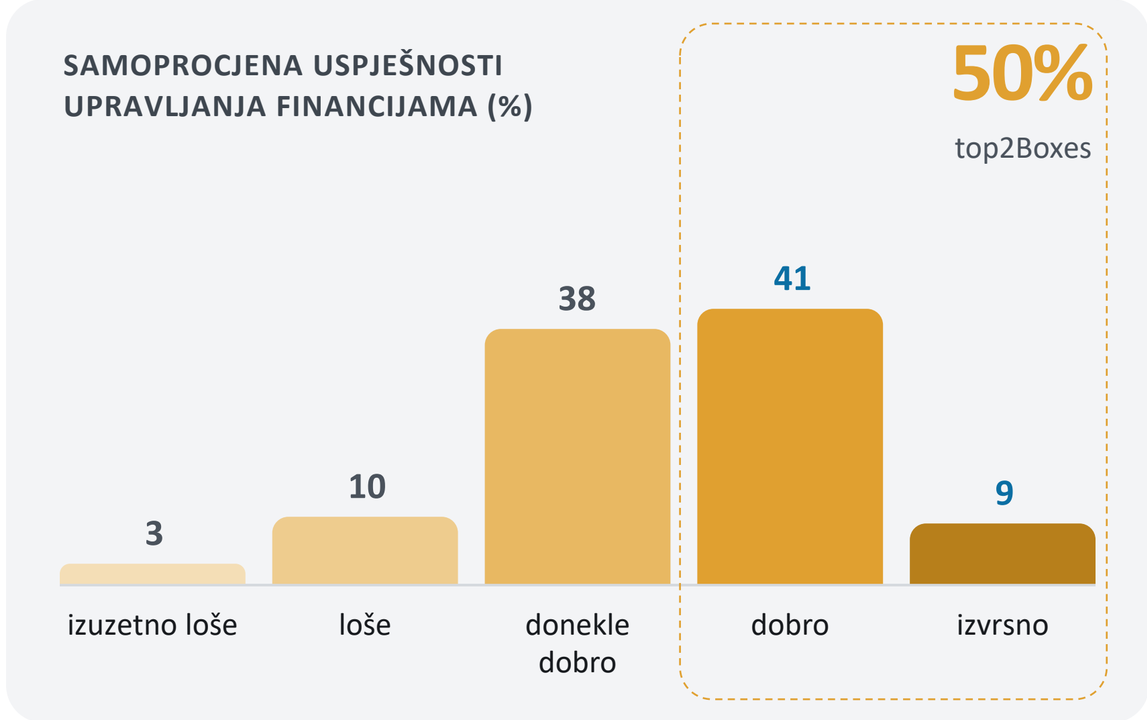
14 %

Zanimljivi su izvori prihoda učenika / studenata. 14% nema redovan prihod. Skoro polovica ima prihod koji ne dolazi od njihovog rada (stipendije 23% i financijska potpora roditelja 25%). Za relativno visok postotak glavni izvor prihoda je samostalno zarađen novac (20% plaća od redovnog posla, a 16% honorarni posao).

KOLIKO ISPITANICI VJERUJU DA RAZUMIJU I KONTROLIRAJU SVOJE FINANCIJE

Nešto više od 1/3 (37%) svoje znanje ocjenjuje dobrim, muškarci (47%) znatno više od žena (29%)





P5. Kako biste procijenili SVOJE ZNANJE o financijama? / N=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR
P6. što mislite, koliko DOBRO UPRAVLJATE svojim financijama? / N=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

1. Praćenje potrošnje i financijska disciplina

37 %

ZNANJE O FINANCIJAMA

37% svoje znanje ocjenjuje dobrim ili izvrsnim, dok gotovo polovica (49%) smatra da im je znanje donekle dobro. Sve ovo pokazuje da među mlađom populacijom dominira umjereno samopouzdanje, odn. da ispitanici teško mogu napraviti samoprocjenu vlastite financijske pismenosti. S druge strane su zanimljivi jer potencijalno mogu predstavljati najveću interesnu skupinu na temu digitalnih financija i kibernetičke sigurnosti. Oni su zbog česte upotrebe interneta u različite, pa i financijske svrhe, upravo skupina koja je izložena kibernetičkim napadima.

Također je zanimljivo da imamo veliki rodni jaz. Naime muški dio populacije se pokazao samouvjerenijim pa tako imamo podatak da 47% muškaraca naspram 29% žena smatra da ima dobro ili izvrsno znanje o financijama.

50 %

USPJEŠNOST UPRAVLJANJA

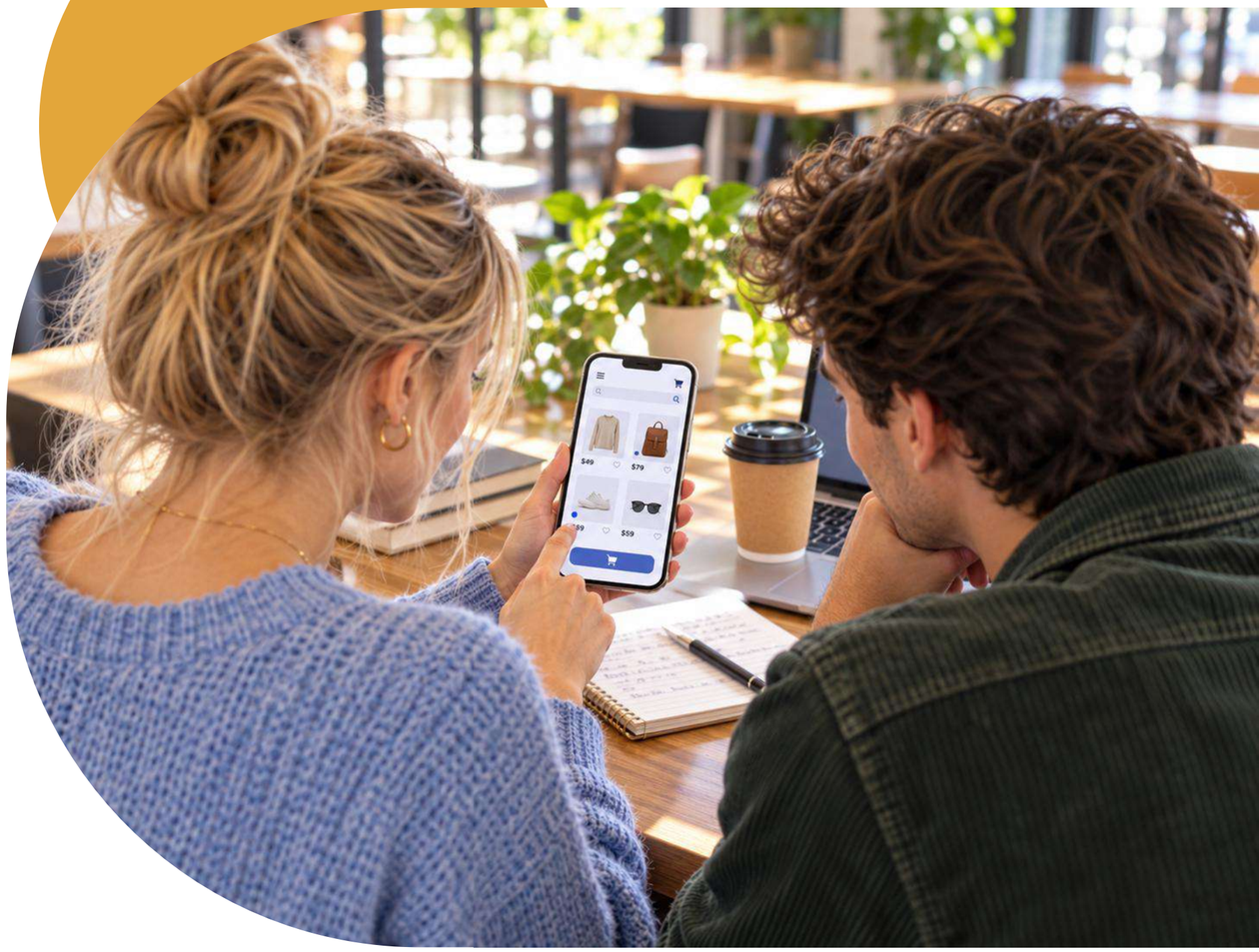
Polovica ispitanika (50%) smatra da izvrsno ili barem dobro upravljaju svojim financijama. Ovaj je postotak značajno viši nego Top2Boxes postotak kod samoprocjene znanja (37%). Ovo dovodi do zaključka da su mladi zadovoljniji načinom na koji upravljaju svojim financijama nego razinom znanja o financijama.

Razlike po spolu i dobi su male (53% muškarci vs. 47% žene, te 49% dobna skupina 18-25 vs. 50% dobna skupina 26-35 godina). Ono gdje postoje dramatične razlike su u usporedbi onih koji svoje znanje procjenjuju dobro ili izvrsno (82% smatra da dobro vodi financije) i onih koji svoje znanje procjenjuje loše ili izuzetno loše (20% smatra da dobro vodi svoje financije).

2.

SVAKODNEVNO FINANCIJSKO PONAŠANJE

Pretvara li se samopouzdanje u konkretno, svakodnevno ponašanje (praćenje troškova, BNPL; impulzivnost i štednja)

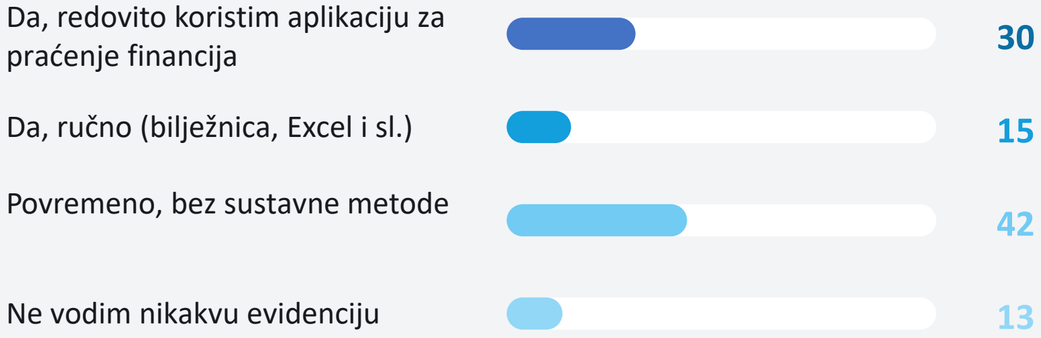


2. Svakodnevno financijsko ponašanje

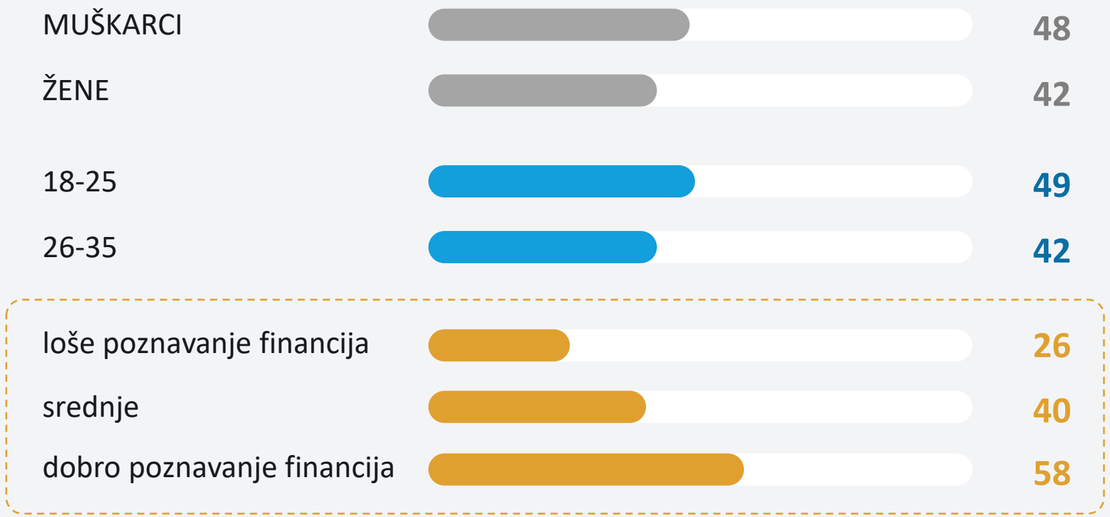
26 % onih koji procjenjuju da su slabijeg znanja vezano uz financije redovno prati troškove, u odnosu na 58 % onih koji smatraju da im je poznavanje financija dobro ili izvrsno.

PRAĆENJE TROŠKOVA I NAČIN PRAĆENJA (%)

45 %
sustavno prati troškove



SUSTAVNO PRAĆENJE TROŠKOVA PO PODSKUPINAMA (%)



Financijsko znanje je daleko najjači prediktor praćenja troškova

P1. Pratite li koliko novaca trošite mjesečno? / N=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

2. Svakodnevno financijsko ponašanje

45 %

PRAĆENJE TROŠKOVA:

45% sustavno prati troškove (30% aplikacijom, 15% ručno), 42% prati ih povremeno i bez metode, a 13% ne vodi nikakvu evidenciju.

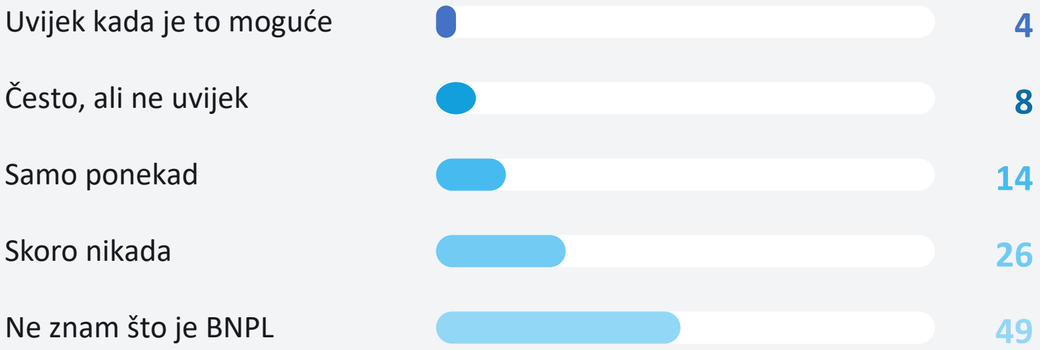
58 %

Praćenje troškova najsnažnije je povezano sa samoprocijenjenim financijskim znanjem: sustavno ih prati 58% onih koji svoje znanje ocjenjuju dobrim ili izvrsnim, ali samo 26% onih koji ga ocjenjuju lošim.

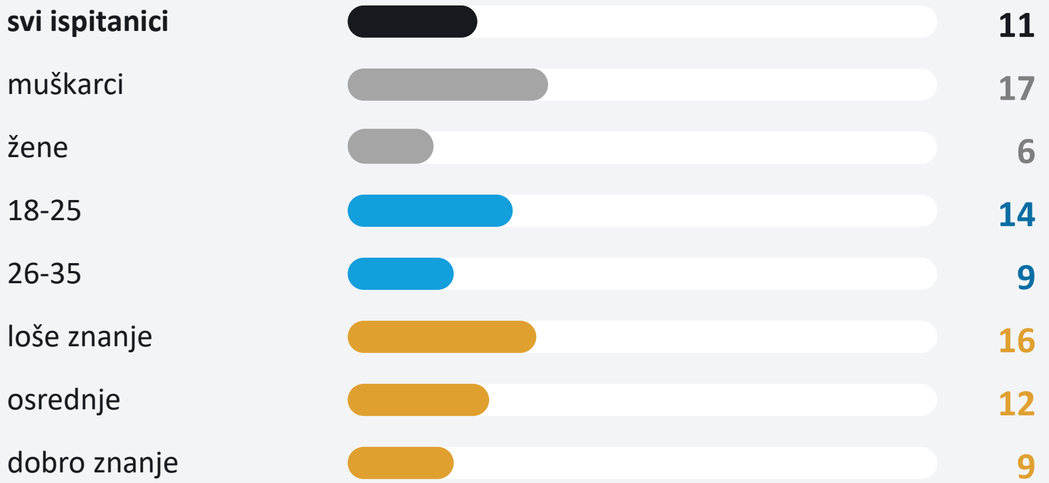
U ovom trenutku ne možemo sa sigurnošću utvrditi ima li samoprocjena utjecaj na praćenje troškova ili je obratno, redovito praćenje troškova daje dojam boljeg poznavanja vlastitih financija, ali možemo zaključiti da su ove dvije mjere u jakoj vezi.

Polovica ne zna što je BNPL, a aktivno ga koristi 11%. Muškarci gotovo trostruko češće nego žene. Korištenje BNPL-a opada s znanjem o financijama.

KORISTITE LI BNPL? (%)



UVIJEK KADA JE MOGUĆE + ČESTO PREMA RAZLIČITIM POTKATEGORIJAMA (%)



B2. Koliko često koristite BNPL usluge (fin. usluga često integrirana pri online kupnji koja vam omogućuje da proizvod dobijete odmah, a platite ga odgođeno ili ga podijelite na nekoliko manjih rata bez kamata (npr. preko servisa kao što su Leanpay ili Klarna))?/ N=503 / % / moguć je jedan odgovor.

2. Svakodnevno financijsko ponašanje

49 %

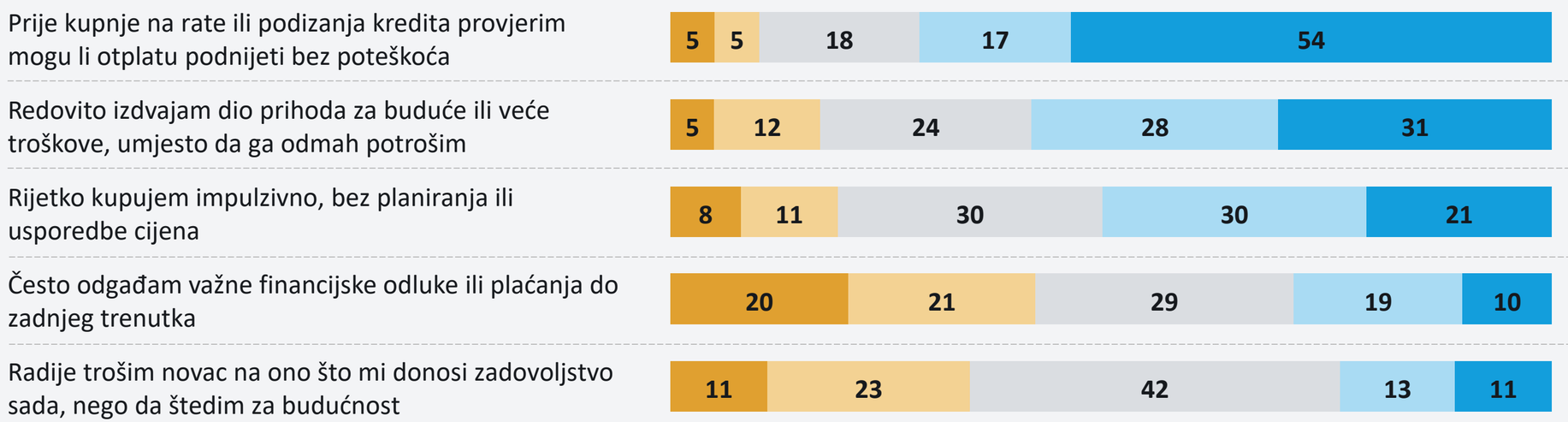
Termin BNPL je nepoznat mladima. U sklopu pitanja ponuđeno je objašnjenje. I nakon opbjašnjenja, polovica ispitanika označila je da ne znaju što BNPL predstavlja.

17 % vs. 6 %

Gotovo polovica ispitanika uopće ne zna što je BNPL. Kada usporedimo podatke aktivnog korištenja (Top2Boxes = uvijek kad je moguće + često, ali ne i uvijek) muškarci gotovo tri puta prednjače pred ženama (17% vs. 6%), a zanimljivo, aktivno korištenje BNPL-a blago OPADA s financijskim znanjem (16% kod onih s najmanjim znanjem o financijama do 9% onih s najvišim znanjem).

Odgovorno financijsko ponašanje (zaduživanje, štednja, planiranje…) usko je povezano s osobnom procjenom vlastitog financijskog znanja.

TVRDNJE VEZANE UZ STAVOVE O ŠTEDNJI, PROKASTINACIJI, PLANIRANJU, FINANCIJSKOJ ODGOVORENOSTI I KRATKOROČNOJ ORIJENTACIJI(%)



BOTTOM2 I TOP2 BOXES (%)

	BOTTOM 2 BOXES	TOP 2 BOXES
Prije kupnje na rate ili podizanja kredita provjerim mogu li otplatu podnijeti bez poteškoća	10	71
Redovito izdvajam dio prihoda za buduće ili veće troškove, umjesto da ga odmah potrošim	16	59
Rijetko kupujem impulzivno, bez planiranja ili usporedbe cijena	19	51
Često odgađam važne financijske odluke ili plaćanja do zadnjeg trenutka	41	30
Radije trošim novac na ono što mi donosi zadovoljstvo sada, nego da štedim za budućnost	34	24

P2. Na skali od 1 do 5 označite razinu slaganja sa sljedećim tvrdnjama.../ jedan odgovor po tvrdnji / N=503 / % /ljestvica slaganja 1–5 / Top2Box = ocjena 4 ili 5 / Bottom2Box = ocjena 1 ili 2 / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR PO TVRDNJI

2. Svakodnevno financijsko ponašanje

71 %

ODGOVORNO ZADUŽIVANJE:

Većina ispitanika svjesno provjerava mogu li otplatiti kredit ili rate prije nego se zaduže (71%). Ipak, među njima postoje razlike. S ovom tvrdnjom češće se slažu osobe koje smatraju da imaju dobro znanje o financijama (Top2Boxes = 80%) nego oni koji svoje znanje procjenjuju lošim (43%). Žene (75%) i stariji (76%) oprezniji su od muškaraca (66%) i mlađih (64%).

59 %

REDOVITA ŠTEDNJA:

59% štedi za buduće, veće troškove. Tu je zanimljivo da po pitanju štednje nema velikih razlika s obzirom na spol ili dob sudionika. Razlike postoje vezano uz znanje o financijama gdje svjesnost o štednji raste s razinom znanja (Top2 = 36% kod slabog, 57% kod srednjeg i 71% kod dobrog znanja).

51 %

PROMIŠLJENA KUPNJA:

Oko polovice svih ispitanika (51%) rijetko kupuje impulzivno. Stariji (54%) i oni s dobrim znanjem (61%) pokazuju veću kontrolu, dok mlađi (46%) ispitanici i skupine sa slabim i osrednjim znanjem (44% i 45%) pokazuju ispodprosjećni nivo kontrole. Iako su žene nešto impulzivnije u kupovini od muškaraca, po ovom kriteriju nema statistički značajne razlike između ove dvije skupine.

30 %

FINANCIJSKO ODGAĐANJE (PROKASTINACIJA):

41% odbacuje tvrdnju da odgađa financijske odluke, a relativno visokih 30% (skoro 1/3 svih sudionika) priznaje da to čini. Ponovo, skupina s dobrim znanjem o financijama izdvaja se s 49% (top2boxes) naspram 34% kod osoba slabog znanja.

24 %

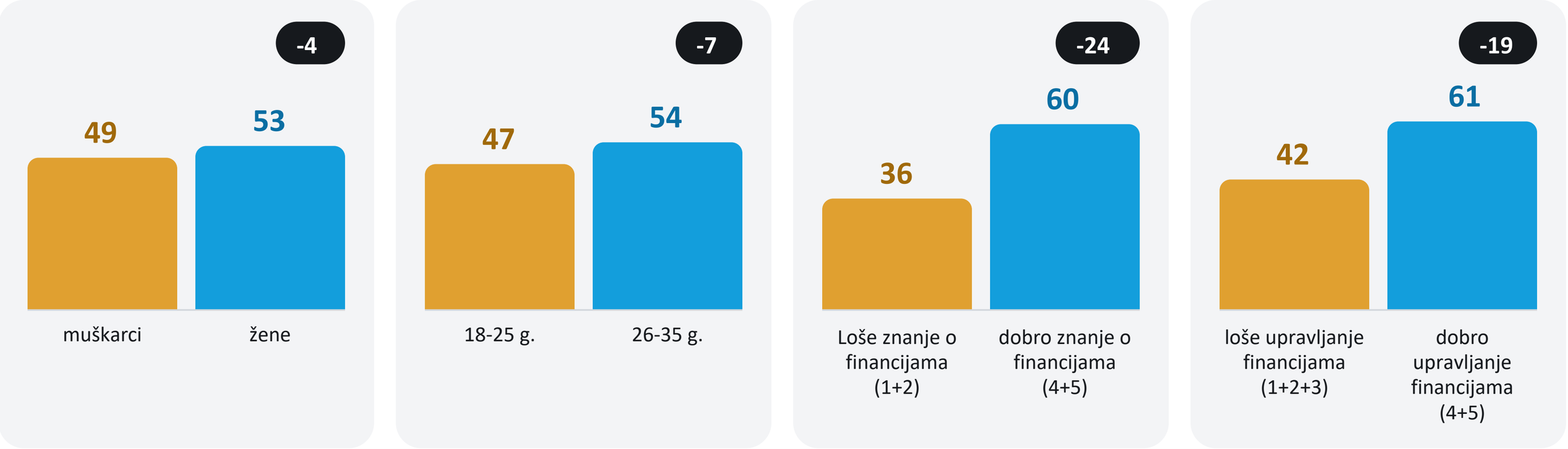
TRENUTNA POTROŠNJA:

Bottom2Boxes od 34% znači da se tek trećina ispitanika ne slaže s tvrdnjom da radije troši nego štedi. Pri tome je većina (42%) neutralna, a ¼ (24%) radije troši sada nego da štedi za budućnost. Žene su znatno štedljivije usmjerene (39% se ne slaže s tvrdnjom vs. 28% muškaraca), a najveću razliku ponovo imamo između onih skupina sudionika koji svoje znanje o financijama procjenjuju nisko (21%) i onih koji svoje znanje procjenjuju visoko (40%).

2. Svakodnevno financijsko ponašanje

INDEKS FINANCIJSKE DISCIPLINE (IFD INDEKS)

Odgovorno financijsko ponašanje uvjetovano je subjektivnom procjenom vlastite financijske pismenosti i vještinom upravljanja novcem. Uz to, odgovornijim ponašanjem ističu se žene te starija dobna skupina (26 – 35 godina) u usporedbi s mlađom (18 – 25 godina).



Indeks financijske discipline (IFD) predstavlja indeks izračunat iz 5 pitanja o ponašanju, isključivo za ovo istraživanje s ciljem jednostavnije usporedbe različitih podskupina.

2. Svakodnevno financijsko ponašanje

Indeks financijske discipline (IFD indeks) predstavlja prosječni Top2Boxes / Bottom2Boxes svih pet tvrdnji vezano uz financijsku disciplinu.

U izračun indexa uzimaju se Top2Box (ocjena 4 i 5) za provjeru odgovornog zaduživanja, redovite štednje i promišljene kupnje, a za obrnuto kodirane tvrdnje: prokastinacija i trenutna potrošnja, uzet je Bottom2Box (ocjena 1 i 2 na spomenutim tvrdnjama) budući da Bottom2 predstavlja željeno ponašanje.

IFD indeks jasnije prikazuje razlike između pojedinih podskupina vezano uz financijsku disciplinu.

Zanimljivo je da se muškarci ocjenjuju višim ocjenama na samoprocjeni znanja o financijama i na samoprocjeni umješnosti upravljanja financijama, a ipak imaju niži rezultat na indeksu koji mjeri stvarno ponašanje.

To nam pokazuje da samopouzdanje i disciplina nisu jednaka mjera. Kod muškaraca se razilaze u jednom smjeru (znanje procjenjuju visoko, ponašaju se manje disciplinirano), kod žena u drugom (podcjenjuju ga, a ponašaju se discipliniranije).

3.

ŠTEDNJA, CILJEVI ŠTEDNJE, PLANIRANJE I ULAGANJE

Koliko mladih štedi, za što i što ih sprječava u planiranju financija. Jesu li mladi skloniji štednji ili ulaganju?



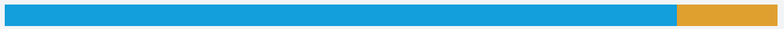
ŠTEDNJA I CILJEVI ŠTEDNJE

Svaki osmi ispitanik ne štedi, a kod osoba slabog znanja o financijama ne štedi skoro svaka treća osoba (30 %).

% štediša – TOTAL (N=503)

87 % štedim

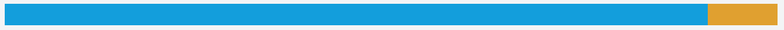
13 % ne štedim



% štediša; dobro znanje o financijama (n=186)

91 % štedim

9 % ne štedim



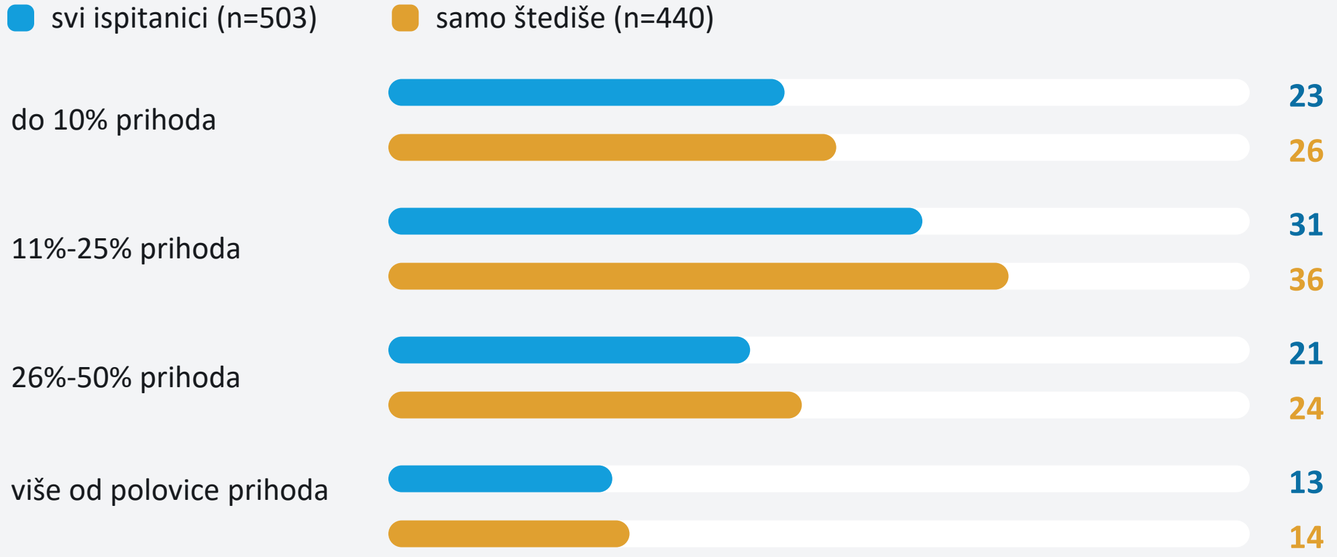
% štediša; nisko znanje o financijama (n=70)

70 % štedim

30 % ne štedim



KOJI POSTOTAK MJESEČNIH PRIHODA/DŽEPARCA USPIJEVATE UŠTEDJETI? (%)



P3. Ako štedite, koliki otprilike dio prihoda/džeparca uspijete uštedjeti?/ N=503 / % / moguć je jedan odgovor. Jedan od odgovora je „ne štedim”.

P4. Imate li definiran cilj za koji štedite (npr. putovanje, tehnika, stanovanje)? / n=440 /% / moguć je jedan odgovor.

3. Štednja, ciljevi štednje, planiranje i ulaganje

30 %

Financijsko znanje značajno determinira sklonost štednji. Čak 30% ispitanika s niskom razinom znanja uopće ne štedi, za razliku od svega 9% neštediša s dobrim ili izvrsnim znanjem.

Većina ispitanika (54% cjelokupnog uzorka i 62% podskupine koja štedi) odvaja do 25% mjesečnih prihoda (u prihode je uključen bilo kakav izvor prihoda).

41 %

Postotak muškaraca i žena koji dio prihoda izdvajaju u štednju je sličan (89% prema 86%) ali ono što ih razlikuje je koju količinu izdvajaju u štednju. Muškarci znatno češće nego žene izdvajaju više od četvrtine svojih prihoda (41% prema 27%).

Također, mlađa dobna skupina (18–25 god.) odvaja veći udio prihoda u štednju (42%) nego starija skupina (26–35 god.= 27%), što možda možemo objasniti manjim brojem fiksnih životnih troškova kod mlađih ispitanika.

35 %

IMATE LI KONKRETAN CILJ:

Samo 35% štediša ima konkretan cilj i iznos, 50% ima tek generalnu ideju, a 15% nema cilj. Muškarci (39%) češće konkretiziraju od žena (32%). Dobro financijsko znanje znatno povećava vjerojatnost konkretiziranja cilja (43% naspram 30%).

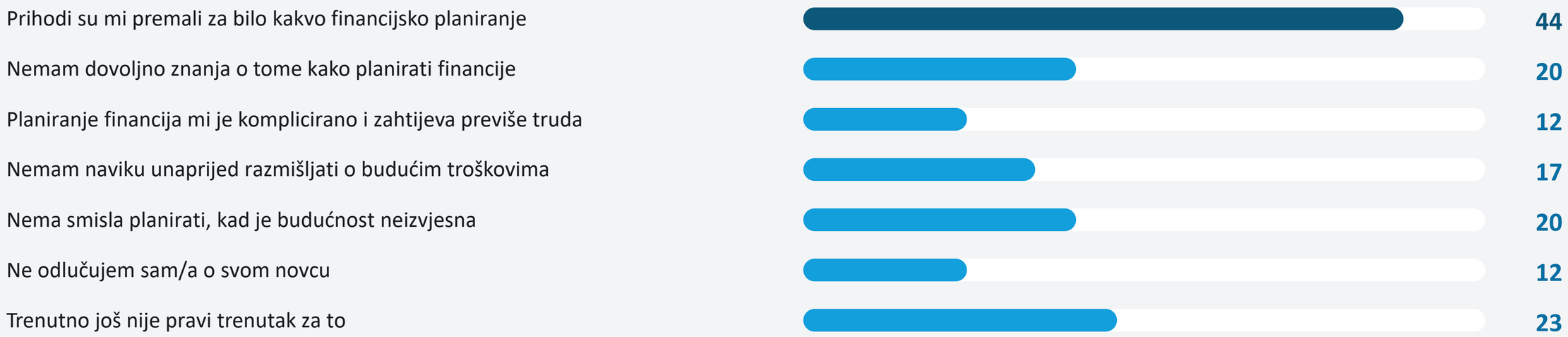
Konkretan cilj povezan je i s praćenjem troškova. 44% onih koji prate troškove ima i konkretan cilj zbog kojeg štede, naspram 19% onih koji ne vode evidenciju o troškovima

PREPREKE FINANCIJSKOM PLANIRANJU

Osnovna prepreka financijskom planiranju je visina prihoda.

Čak 44% premale prihode navodi kao jednu od smetnji. Skoro četvrtina smatra da još nije pravi trenutak za planiranje financija.

PREPREKE FINANCIJSKOM PLANIRANJU (%)



P7. Što Vas sve sprječava u financijskom planiranju?/ N=503 / % / MOGUĆE VIŠE ODGOVORA.

3. Štednja, ciljevi štednje, planiranje i ulaganje

44 %

Premali prihodi (44%) daleko su najčešća prepreka planiranju financija. Nakon toga slijede: „nije pravi trenutak“ (23%), neizvjesnost budućnosti (20%) i nedostatak znanja (20%). Uz nedostatak znanja čvrsto se veže i razlog da je planiranje kompleksno i zahtijeva previše truda (12%).

51 %

Žene znatno češće navode niske prihode kao razlog (51% vs. 36%) i kako je i očekivano, ovaj razlog češće navode i ispitanici s najnižim prihodima (59% osobe s prihodima do 1.000 eura).

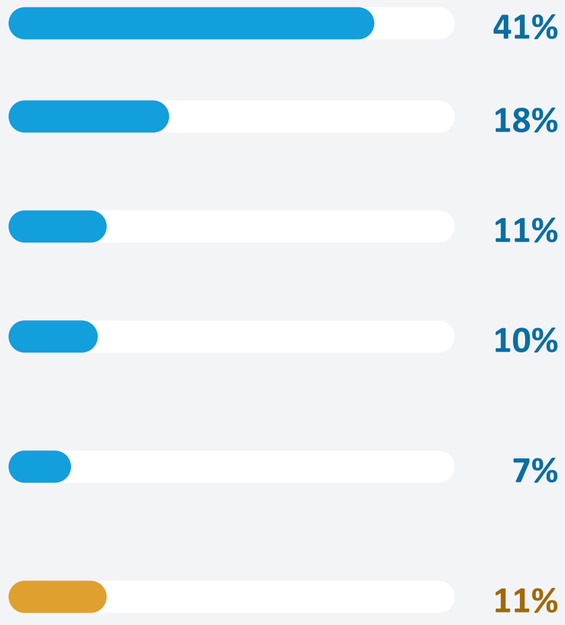
30 %

Iako značajno niža (30%), prepreka „premali prihodi“ ostaje osnovni razlog i kod osoba s višim primanjima (primanja viša od 1.500 EUR), pa zaključujemo da financijsko planiranje nije samo pitanje visine prihoda nego se radi o definiranju prioriteta i znanju.

3. Štednja, ciljevi štednje, planiranje i ulaganje

PREPREKE FINANCIJSKOM PLANIRANJU

KADA JE PRAVI TRENUTAK:



KADA JE PRAVI TRENUTAK ZA PLANIRANJE FINANCIJA:

Najčešći odgovor „kada prihodi postanu veći ili stabilniji" je ujedno i najzastupljeniji u svim podskupinama i gotovo je identičan po spolu i dobi (oko 41%), što ga čini općim stavom.

Osim ovog razloga, ostali razlozi su: zaposlenje ili promjena posla (20%), osamostaljivanje (11%), osnivanje obitelji (10%), a 7% ispitanika čeka konkretan poticaj.

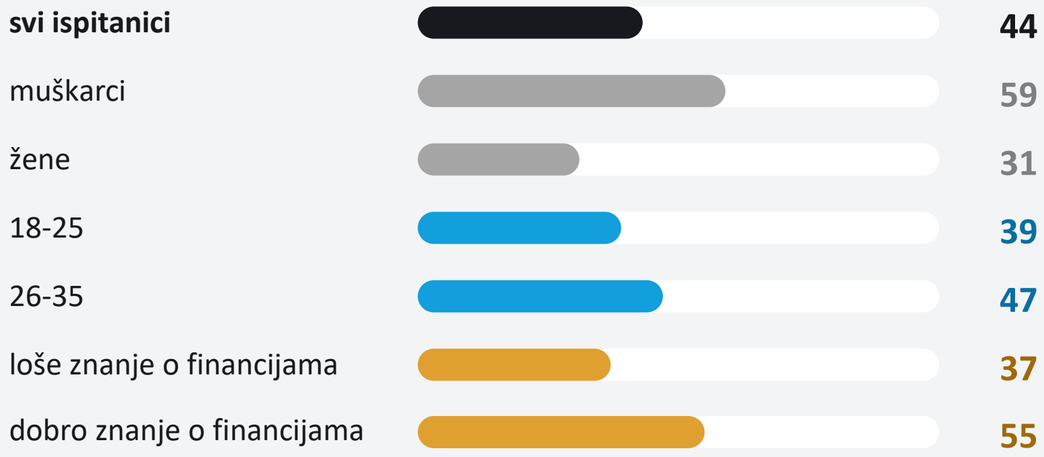
11% uopće ne razmišlja o planiranju svojih financija.

P8. Kada smatrate da je pravi trenutak za planiranje svojih financija?/ n=114 /% / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

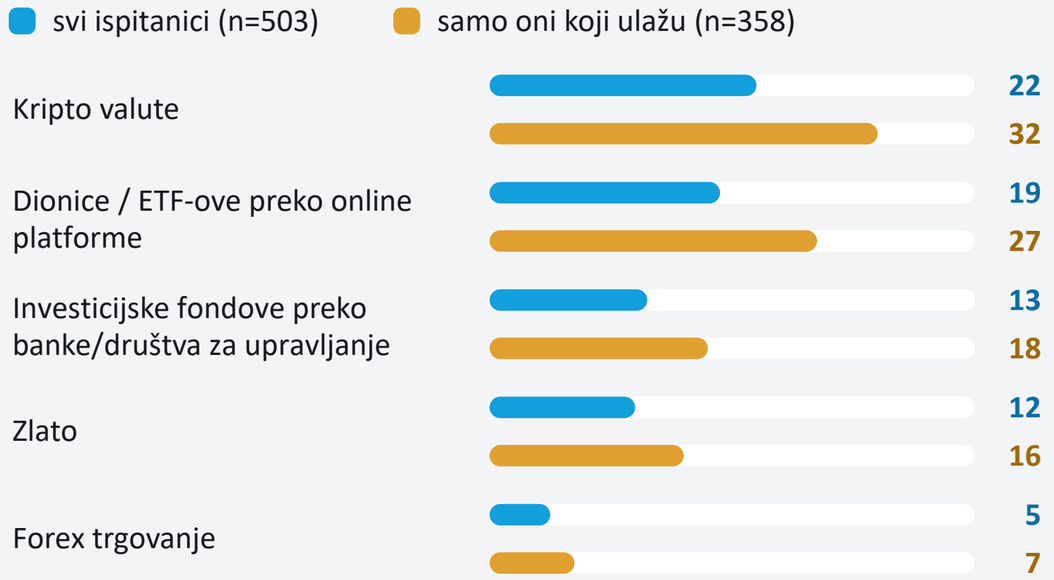
ULAGANJE

44 % osoba u dobi od 18-35 godina samostalno ulaže. Vjerojatnost za ulaganje raste s godinama i samopouzdanjem u vlastito znanje, pri čemu muškarci značajno češće ulažu nego žene.

POSTOTAK OSOBA KOJE SAMOSTALNO ULAŽU NA TOTALU I PREMA PODSKUPINAMA (%)



U ŠTO KONKRETNO SAMOSTALNO ULAŽU NOVAC (%)



P9. Jeste li ikada samostalno (bez financijskog savjetnika) ulagali u nešto od sljedećeg? / N=503 / % / MOGUĆE VIŠE ODGOVORA

3. Štednja, ciljevi štednje, planiranje i ulaganje

59 %

Najizraženiji rodni jaz bilježi se u domeni investiranja, pri čemu muškarci ulažu gotovo dvostruko učestalije u odnosu na žene (59% naspram 31%).

54 %

Zabilježena je i visoka korelacija između investiranja i upravljanja troškovima: 54% ispitanika koji prate svoje troškove ujedno investira, dok taj udio pada na 25% kod osoba koje ne prate svoje troškove.

22 %

U strukturi ulaganja mlađe populacije dominantne su kriptovalute (22% ukupnog uzorka i 32% poduzorka ulagača) te dionice i ETF-ovi distribuirani putem mrežnih platformi (19% ukupno, odnosno 27% ulagača).

4.

DRUŠTVENE MREŽE KAO IZVOR INFORMACIJA

Praćenje financijskih informacija na društvenim mrežama, pouzdanost informacija i doživljaj finfluencera

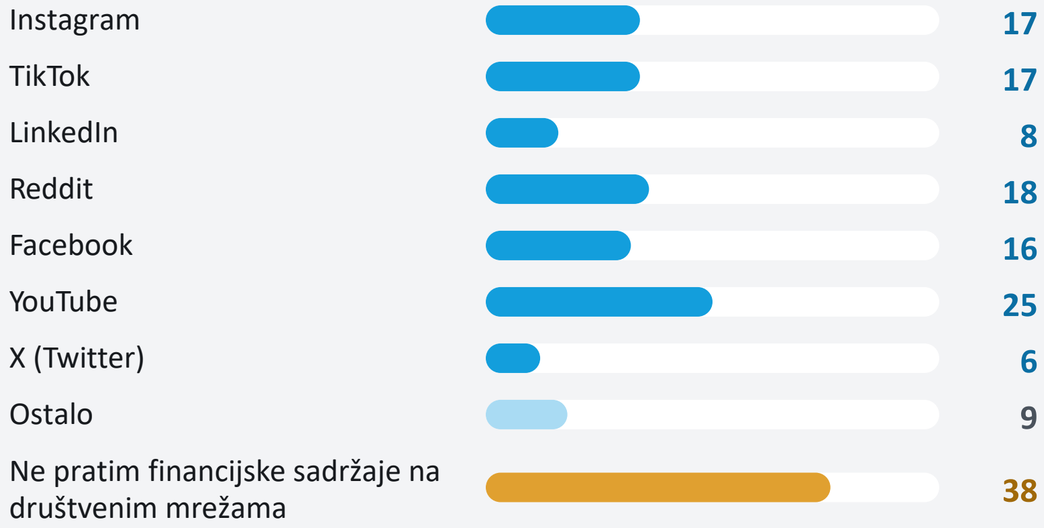


4. Društvene mreže kao izvor informacija

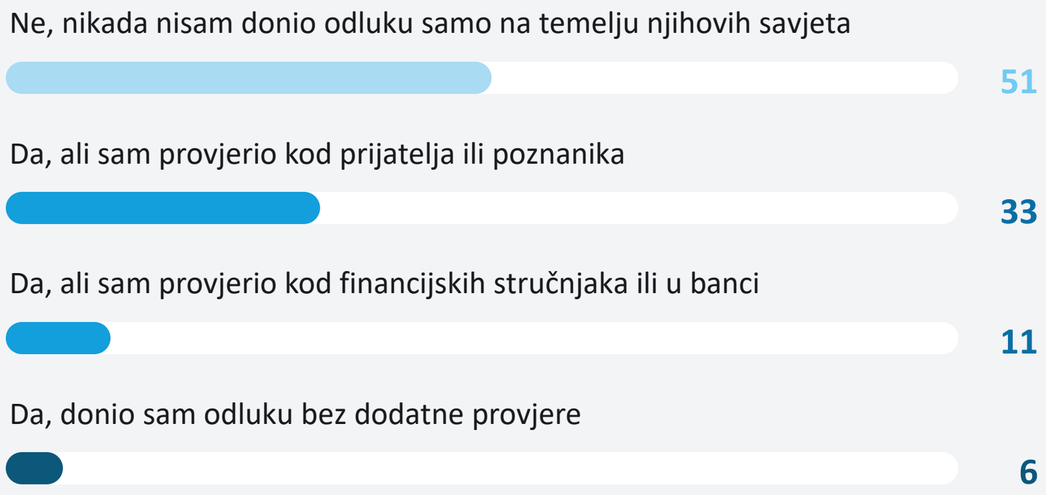
DRUŠTVENE MREŽE KAO IZVOR INFORMACIJA O FINANCIJAMA

62% mladih prati financijske sadržaje na društvenim mrežama, a skoro polovica pratitelja (49%) donijela je odluku o financijama potaknutu sadržajem na društvenim mrežama.

DRUŠTVENE MREŽE NA KOJIMA PRATE FINANCIJSKE SADRŽAJE (%)



DONOŠENJE FINANCIJSKIH ODLUKA NA TEMELJU SAVJETA S DRUŠTVENIH MREŽA (%)



F1. Koje platforme najčešće koristite za praćenje financijskog sadržaja? / N=503 / % / MOGUĆE VIŠE ODGOVORA

F2. Jeste li ikada donijeli financijsku odluku na temelju savjeta s društvenih mreža (finfluenceri), i ako da, jeste li dodatno provjerili savjet koji ste dobili od njih? / osobe koje prate financijske sadržaje na društvenim mrežama n=313 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

4. Društvene mreže kao izvor informacija

72 %

Muškarci znatno češće prate financijski sadržaj (72% muškaraca u odnosu na 54% žena). Osim toga, praćenje raste s financijskim znanjem (53% loše procjenjuju znanje o financijama vs. 67 % dobro ili izvrsno procjenjuju znanje o financijama). Moguće da upravo ovaj izvor informacija čini to da za sebe smatraju bolje informiranim vezano uz financije.

Mlađa dobna skupina, u većoj mjeri nego starija prati informacije o financijama na društvenim mrežama (66% vs. 60%).

25 %

Mreže na kojima se najčešće informiraju o financijama su YouTube (25% mladih), 18% Reddit, 17% Istagram i TikTok i 16% Facebook. Ovi podaci nam govore samo o tome koje su mreže najčešći izvor informacija, ali ne objašnjavaju razinu povjerenja i ne objašnjavaju jesu li neke mreže u većoj ili manjoj mjeri povezane sa informacijama o financijama.

51 %

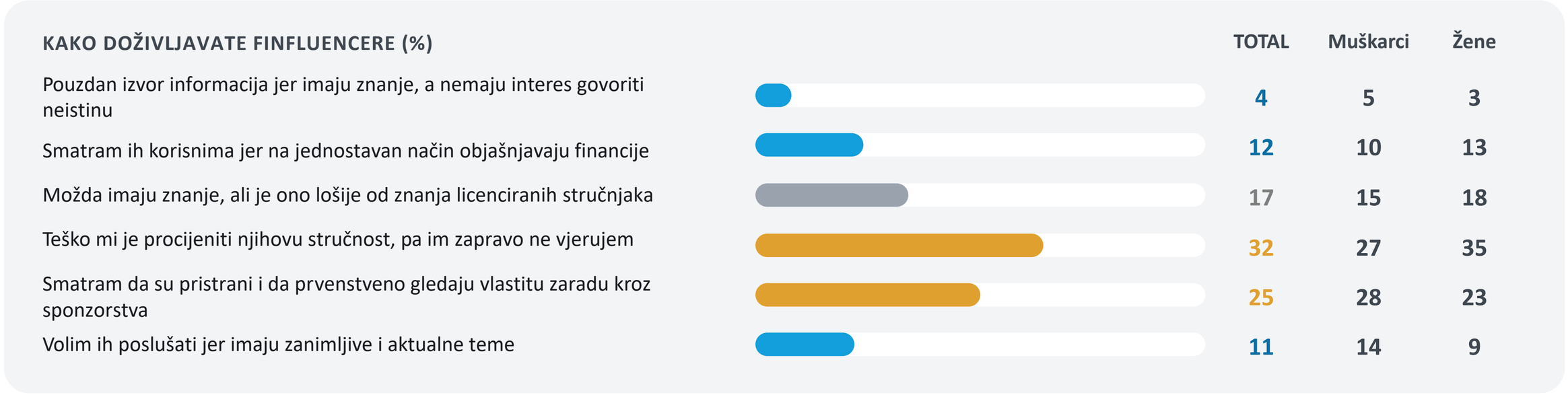
Od 313 pratitelja polovica (51%) nikada nije donijela odluku o financijama na temelju savjeta s društvenih mreža. Jednako tako, mali postotak (6%) je svoju odluku temeljio isključivo na savjetu koje je čuo na društvenim mrežama. Ostalih 44% su tome pristupili s više ili manje opreza, ali su ih savjeti koje su čuli potakli da se raspitaju kod prijatelja ili stručnjaka. Važno je pri tome napomenuti da je provjera kod prijatelja tri puta češća od provjere kod stručnjaka, dakle većini onih koji će provjeriti savjet, formalna provjera nije potrebna.

Ponovo se pokazalo da su žene opreznije od muškaraca. 39% žena i 58% muškaraca donijeli su odluku o financijama na temelju savjeta koje su čuli na društvenim mrežama.

4. Društvene mreže kao izvor informacija

DOŽIVLJAJ FINFLUENCERA

Više od polovice (57%) ne vjeruje finfluencerima, 26% ih smatra zanimljivima i korisnima, a tek 4% ih doživljava kao pouzdan izvor informacija.



F3. Kako doživljavate finfluencere? Obilježite odgovor koji je najbliži vašem stavu? / N=503 / % / MOGUĆE VIŠE ODGOVORA

4. Društvene mreže kao izvor informacija

57 %

57% je skeptično prema finfluencerima (32% ne može procijeniti stručnost i zbog toga im ne vjeruju, a 25% smatra ih pristranima).

17% daje prednost financijskim licenciranim stručnjacima bez obzira na to što smatraju da i finfluenceri vjerojatno imaju znanja o financijama.

26 %

Pozitivan stav ima 26% mladih (12% smatra da su korisni jer objašnjavaju financije na jednostavan način, 11% ih doživljava zanimljivima jer imaju zanimljive i aktualne teme i 4% smatra da su pouzdan izvor informacija jer imaju znanje i istodobno nemaju interes govoriti neistinu).

Skepticizam prema finfluencerima izražen je kod svih, a najveće razlike su po dobi gdje mlađa skupina pokazuje manju razinu skepse (48% mlađa dobna skupina vs. 63% starija dobna skupina). Zanimljivo je da se stav prema finfluencerima gotovo pa ne mijenja s razinom znanja o financijama (59% onih koji smatraju da im je znanje loše ili izuzetno loše vs. 56% onih koji smatraju da im je znanje dobro ili izvrsno).

Žene izražavaju nešto višu razinu skepse (59%) prema finfluencerima nego muškarci (55%)

5.

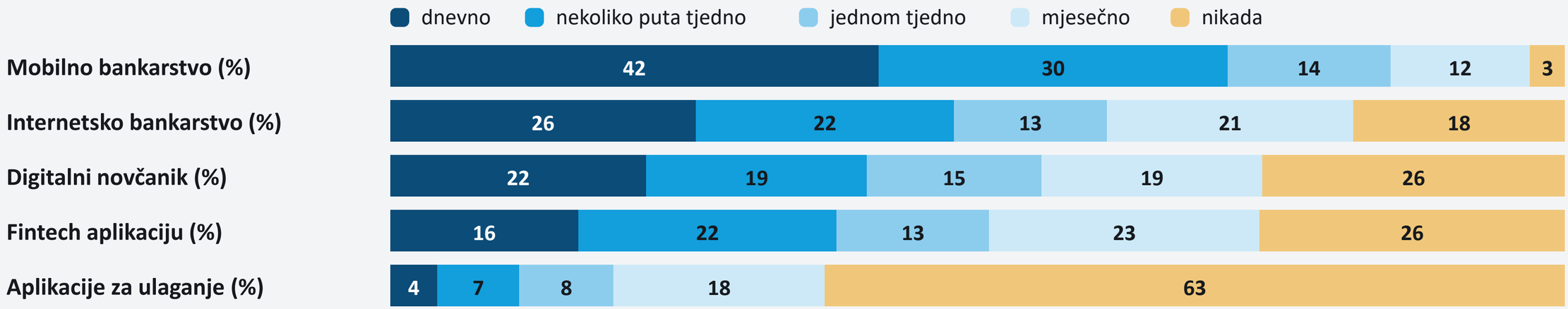
DIGITALNI ALATI

Učestalost korištenja digitalnih alata i posjedovanje digitalne imovine



UČESTALOST KORIŠTENJA DIGITALNIH RJEŠENJA

Mobilno bankarstvo je standard, a ostale alate koristi manja skupina



Zbog bolje preglednosti rezultata odgovori (svaki dan, skoro svaki dan / nekoliko puta tjedno / jednom tjedno / jednom do dva puta mjesečno / rjeđe od jednom mjesečno / nikada) grupirani su u 5 kategorija.

MLAĐI ČEŠĆE KORISTE DIGITALNI NOVČANIK (46% vs. 37%), A STARIJA DOBNA SKUPINA ČEŠĆE KORISTI MOBILNO BANKARSTVO (76% VS. 67%).

B1. Koliko često koristite… ? (Aplikaciju za ulaganje (npr. Genius, Finax…) / Fintech aplikaciju (npr. Aircash, Revolut…) / Internetsko bankarstvo (službena računalna verzija aplikacije banke). / Mobilno bankarstvo (službena mobilna aplikacija banke) / Digitalni novčanik) / N=503 / % / moguć jedan odgovor.

5. Digitalni alati

MOBILNO BANKARSTVO

Najintenzivnije je korištena financijska usluga (72% koristi ga barem nekoliko puta tjedno od toga 42% svaki dan i 30% nekoliko puta tjedno). Intenzitet korištenja raste s dobi.

INTERNETSKO BANKARSTVO

Internetsko bankarstvo koristi se intenzivno i vrlo ujednačeno kroz sve podskupine, pa tako spol, dob i znanje gotovo da nemaju utjecaja na učestalost korištenja. Ujednačenost po podskupinama sugerira da je internetsko bankarstvo funkcionalna navika (računi, plaćanja), a ne pokazatelj financijske sofisticiranosti.

DIGITALNI NOVČANIK

Novčanik je jedini alat koji mlađa dobna skupina koristi intenzivnije od starije (46% vs. 37%), što ih čini prirodnom ciljnom skupinom za edukaciju o sigurnosti plaćanja.

Također, žene nešto više od muškaraca (44% vs. 37%) koriste digitalni novčanik, a najviši udio ima skupina s dobrim znanjem (47%).

FINTECH APLIKACIJE

Fintech aplikacije intenzivno koristi 38%, a nikada ih ne koristi 26% mladih. Muškarci više (45% vs. 33%), a po dobi ne postoje razlike (39% vs. 38%).

APLIKACIJE ZA ULAGANJE

Najmanji postotak koristi aplikacije za ulaganje (37%), a intenzivno (svaki dan ili nekoliko puta tjedno) 11%. Rodni jaz je velik. Aplikacije za ulaganje koristi 19% muškaraca vs. 4% žena. Prema dobi nema razlike (11% u obje skupine), a znanje ima učinak tek na razini dobrog znanja (18% dobro+izvrsno znanje vs. 7% ostali).

POSJEDOVANJE DIGITALNE IMOVINE

Digitalnu imovinu posjeduje 40% mladih, muškarci značajno češće od žena (56% vs. 26%)

KUPUJETE LI ILI POSJEDUJETE SLJEDEĆE VRSTE DIGITALNE IMOVINE (%)

	TOTAL	muškarci	žene
Kripto valute (npr. Bitcoin, Ether, Stablecoin ili druge…)	22	31	14
NFT-ove	6	10	2
Virtualnu valutu u videoigrama kupljenu stvarnim novcem	11	17	5
Skinove ili druge digitalne predmete u videoigrama	17	27	8
Druge digitalne kolekcionarske predmete ili tokene	4	3	4
Ne posjedujem ništa od navedenog	60	44	74

Mladi do 35 godina puno češće ulažu u kripto valute (22%), nego u NFT-ove (6%) ili druge digitalne kolekcionarske predmete i tokene (4%). Budući da je dio digitalne imovine zapravo je gaming potrošnja (skinovi 17% ili virtualna valuta 11%), možemo zaključiti da je stvarno ulaganje u digitalnu imovinu bliže ¼ sudionika, nego 40%.

Slično kao kod tradicionalnih ulaganja, rodni jaz dominantan je obrazac i kod digitalnih ulaganja. Kod klasičnog ulaganja muškarci ulažu 1,9 puta češće od žena (59% vs. 31%), dok kod digitalne imovine taj omjer raste na 2,2 puta (56% vs. 26%).

B3. Kupujete li ili posjedujete neku od sljedećih vrsta imovine…? / n=503 / % / MOGUĆE JE VIŠE ODGOVORA

6.

KIBERNETIČKA SIGURNOST

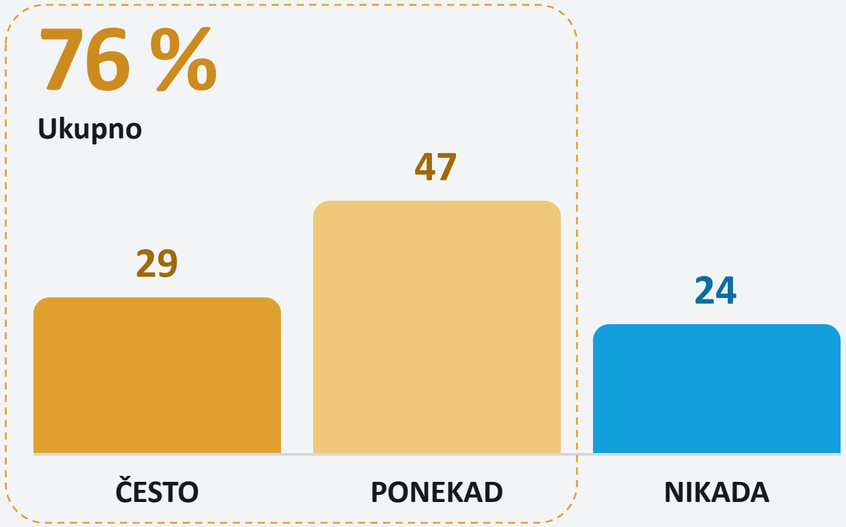
Korištenje lozinki i njihova pohrana, sigurnosne mjere, sklonost rizičnim ponašanjima, osjećaj sigurnosti i prepoznavanje prijevara



KORIŠTENJE PRISTUPNIH LOZINKI I NJIHOVA POHRANA

76 % barem ponekad koristi istu ili sličnu lozinku (29 % često). Kod onih koji posjeduju digitalnu imovinu, papir je najčešći način čuvanja lozinki (35 %)

KORISTITE LI ISTU ILI SLIČNU LOZINKU ZA VIŠE RAZLIČITIH ONLINE SERVISA (%)



IMATE LI NEGDJE SPREMLJENE PRISTUPNE PODATKE I AKO DA, NA KOJI NAČIN IH POHRANJUJETE?

SAMO OSOBE KOJE POSJEDUJU DIGITALNU IMOVINU (%)



K2._4 Koliko se često prepoznajete u sljedećim situacijama… ? / Koristim istu ili sličnu lozinku za više različitih online servisa (npr. e-mail, društvene mreže…)? / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

B4. Imate li negdje spremljene pristupne podatke i ako da, na koji način ih pohranjujete ? / n=200 osoba koje posjeduju digitalnu imovinu / % / MOGUĆE JE VIŠE ODGOVORA

6. Kibernetička sigurnost

KORIŠTENJE RAZLIČITIH PRISTUPNIH LOZINKI

76% barem ponekad koristi istu ili sličnu lozinku (29% često) za više različitih online servisa poput pristupa e-mailu, društvenim mrežama i slično. Ovo ujedno predstavlja jednu od rizičnijih navika u provedenom istraživanju i prilikom edukacije o online / financijskom ponašanju, svakako bi trebalo obratiti pozornost na to. Ovdje su žene izloženije riziku od muškaraca (81% žena barem ponekad koristi istu ili sličnu lozinku vs. 71% muškaraca), kao i mlađi sudionici u odnosu na starije (80% vs. 73%). Pokazalo se da znanje o financijama nije štit u ovom slučaju jer 72% onih koji smatraju da imaju dobro znanje o financijama koriste iste ili slične lozinke, 80% koje svoje znanje procjenjuju osrednjim i 73% onih koji svoje znanje procjenjuju lošim.

SPREMANJE LOZINKI

Među 200 ispitanika koji posjeduju neku vrstu digitalne imovine, 35% lozinke zapisuje na papir, 33% sprema u telefon ili računalo, 23% koristi password manager, 19% aplikaciju s 2FA, a 13% hardverski novčanik. Visokih 16% ne pohranjuje pristupne podatke ili ih ne zna. Muškarci češće koriste papir (42% vs. 23%), a žene spremanje u uređaj (41% vs. 28%).

Papir kao dominantna metoda spremanja lozinki, potvrđuje da financijska pismenost ne prati digitalnu sigurnosnu pismenost budući da papir koristi 41% osoba koje smatraju da imaju dobro ili čak izvrsno znanje o financijama i pri tome posjeduju digitalnu imovinu.

SIGURNOSNE MJERE ZA PRISTUP FINANCIJSKIM PLATFORMAMA

Biometrija je najčešća zaštita (63 %), a dvostruku provjeru autentičnosti koristi 40 % mladih u dobi 18-35 godina

SIGURNOSNE MJERE ZA PRISTUP DIGITALNIM FINANCIJSKIM PLATFORMAMA I APP? (%)

63 %

Otisak prsta ili prepoznavanje lica (biometriju) za otključavanje mobitela/aplikacija

40 %

Dvostruku provjeru autentičnosti (MFA/2FA) gdje god je ponuđena (npr. potvrdni kod na SMS ili e-mail)

26 %

Aplikaciju za upravljanje lozinkama (Password Manager)

9 %

Ništa od navedenog

K1. Koje sigurnosne mjere koristite za pristup digitalnim financijskim platformama i app? / n=503 / % / MOGUĆE JE VIŠE ODGOVORA

6. Kibernetička sigurnost

63 %

Usporedimo li tri predložene vrste zaštite digitalnih financijskih platformi, najveći postotak mladih do 35 godina koristi biometriju (63%) koja je ujedno i najmanje pouzdan način s obzirom da ona štiti samo to da netko tko fizički uzme mobitel ne može odmah ući i u aplikacije koje se nalaze na mobitelu.

40 %

Ostala dva načina koji pružaju nešto višu zaštitu koristi manje od polovice ispitanika s tim da dvostruku provjeru autentičnosti koristi 40% (srednji nivo zaštite zbog mogućnosti SIM swap-a), a aplikaciju za upravljanje lozinkama 26% (najviši nivo zaštite). 9% ne koristi ništa od navedenog.

69 %

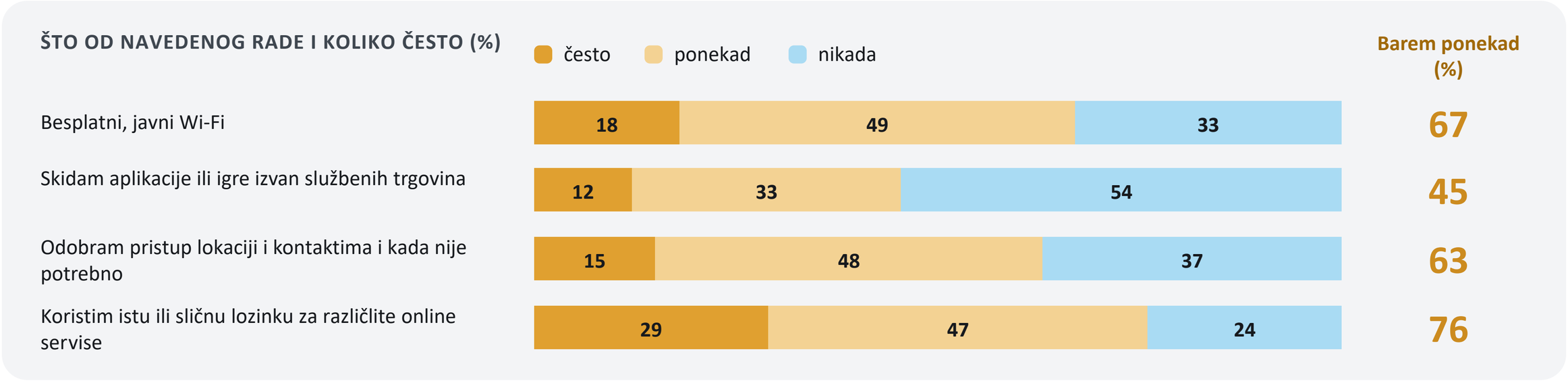
Žene češće nego muškarci koriste biometriju (69% vs. 55%), a s druge strane muškarci češće koriste dvostruku provjeru autentičnosti (45% vs. 36%).

53 %

Viša razina znanja o financijama značajno povećava korištenje dvostruke provjere autentičnosti (53% dobro znanje + izvrsno znanje vs. 33% donekle dobro + loše + izuzetno loše). Ne iznenađuje što osobe s osrednjim ili boljim znanjem o financijama (26% i 29%) češće koriste aplikaciju za upravljanje lozinkama od osoba s lošim ili niskim znanjem o financijama (19%).

SKLONOST RIZIČNIM PONAŠANJIMA

Dvije trećine (67 %) barem povremeno koristi nezaštićen javni Wi-Fi, nešto manje od polovice (45 %) skida aplikacije izvan službenih trgovina, 63 % odobravaju pristup lokaciji i kontaktima bez da je to nužno, a 76 % (najveći postotak) koristi istu ili sličnu lozinku za različite online servise.



K2. Koliko se često prepoznajete u sljedećim situacijama?... Spajam se na besplatni javni Wi-Fi (bez VPN-a) / Skidam aplikacije ili igre izvan službenih trgovina (Google Play / App Store) / Odobravam aplikacijama pristup lokaciji ili kontaktima iako im to nije potrebno za rad / Koristim istu ili sličnu lozinku za više različitih online servisa (npr. e-mail, društvene mreže…)? / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

6. Kibernetička sigurnost

BESPLATNI, JAVNI WI-FI

67% barem ponekad koristi javni Wi-Fi bez VPN-a, pri čemu ga 18% koristi često. Mlađa dobna skupina je izloženija od starije (71% mladih u dobi 18-25 godina vs. 64% mladih u dobi 26-35 godina). Ne postoje razlike po spolu.

SKIDANJE APLIKACIJA ILI IGARA IZVAN SLUŽBENIH TRGOVINA

45% barem ponekad skida aplikacije izvan službenih trgovina (12% često). Kod ovog ponašanja, primjećuju se izuzetno velike razlike između muškaraca i žena. Muškarci znatno češće skidaju aplikacije izvan službenih trgovina (58%) nego žene (35%). Ovakav obrazac ponašanja konzistentan je s njihovom općenito višom digitalnom aktivnošću i sklonošću riziku uočenom kod ulaganja.

ODOBRAVANJE PRISTUPA LOKACIJI I/ILI KONTAKTIMA I KADA NIJE POTREBNO

63% barem ponekad odobrava nepotrebne dozvole aplikacijama. Muškarci to čine u većem postotku nego žene (67% vs. 60%), mlađa dobna skupina češće nego starija (64% mladi u dobi 18-25 godina vs. 61% mladi u dobi 26-35 godina). Znanje o financijama također je prediktor toga hoće li odobravati pristup lokaciji i kontaktima ili ne. 71% mladih slabog znanja o financijama odobrava pristup, dok je kod osoba slabog znanja ovaj postotak 66%.

KORIŠTENJE ISTIH/SLIČNIH LOZINKI ZA RAZLIČITE ONLINE SERVISE

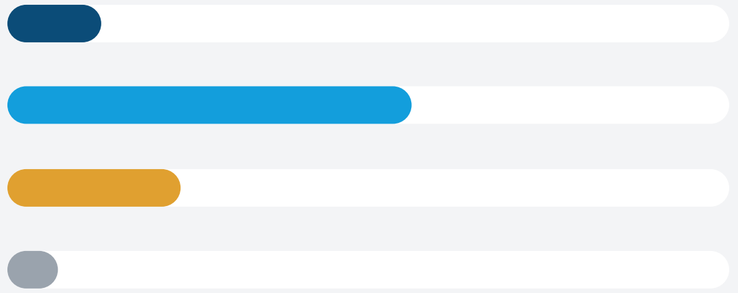
U usporedbi s ostala tri, ovo je najčešća greška koja ima utjecaj na sigurnost podatka. Ovaj aspekt detaljnije je obrađen na stranicama 36-37 ovog izvještaja.

6. Kibernetička sigurnost

OSJEĆAJ SIGURNOSTI

Samo 13% osjeća se izuzetno sigurno kada razmišljaju o kibernetičkim napadima ili financijskim prevarama. Bez obzira što su žene opreznije, muškarci se osjećaju sigurnije.

KOLIKO SE OSJEĆAJU SIGURNO OD KIBERNETIČKIH NAPADA I FINANCIJSKIH PREVARA NA INTERNETU (%)



	TOTAL	Muško	Žensko
Izuzetno sigurno. Znam prepoznati sve opasnosti i pazim na sve detalje	13	19	8
Uglavnom sigurno. Pazim na osnovne stvari, ali nisam stručnjak	56	55	56
Nesigurno. Teško mi je procijeniti što je sigurno, a što je prijevara	24	19	27
Ne razmišljam o tome. Smatram da nisam zanimljiva meta hakerima	7	6	8

K3. Koliko se osjećate sigurno od kibernetičkih napada i financijskih prijevara na internetu? / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

6. Kibernetička sigurnost

56 %

Većina mladih (56% što je više od polovice ispitanih) u dobi 18-35 godina osjeća se uglavnom sigurno jer paze na osnovne stvari, bez obzira što su svjesni da nisu stručnjaci vezano uz kibernetičku zaštitu i što ne mogu procijeniti jesu li dovoljno zaštićeni. Nesigurno se osjeća skoro jedna četvrtina (24%) i priznaju da im je teško procijeniti što je sigurno, a što je prijevara. Visokih 7% uopće ne razmišlja o tome jesu li sigurni iz razloga što smatraju da nisu dovoljno zanimljivi hakerima.

19 % vs. 8 %

U osjećaju sigurnosti postoji rodni jaz. Muškarci se osjećaju znatno sigurnije (19% se osjeća izuzetno sigurno) dok je kod žena taj postotak 8%. Zanimljivo je da pri tome muškarci pokazuju rizičnije stvarno ponašanje (npr. češće skidanje aplikacija izvan trgovina ili češće odobravanje pristupa lokaciji i/ili kontaktima), tako da je ovo samopouzdanje rezultat samoprocjene, te je potencijalno precijenjeno (barem u odnosu na žene). Žene su spremnije priznati da se osjećaju nesigurno jer im je teško procijeniti što je sigurno, a što prijevara (27% žene vs. 19% muškarci).

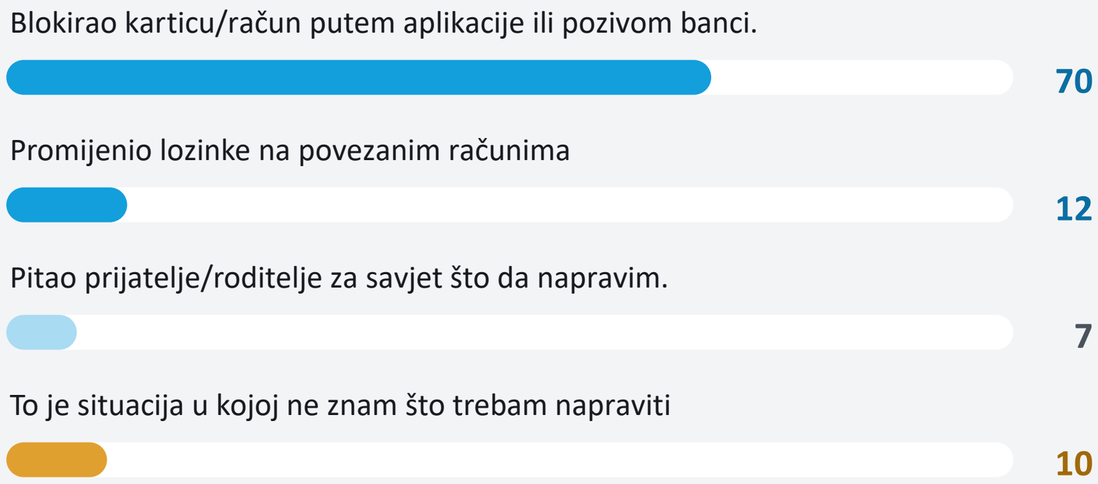
23 %

Najveća razlika je između skupine mladih koji smatraju da imaju dobro znanje o financijama i onih koji smatraju da je njihovo znanje loše ili prosječno. Oni koji smatraju da imaju dobro + izvrsno znanje o financijama osjećaju se u većem postotku sigurno (23%) od onih koji imaju donekle dobro znanje (8%) ili loše + izuzetno loše (9%).

PONAŠANJE U KONKRETNOJ SITUACIJI

U slučaju da primijete nepoznatu transakciju ili posumnjaju da im je netko hakirao račun, 70 % bi blokiralo karticu, a svaka deseta mlada osoba priznaje da ne zna što treba napraviti u toj situaciji.

ŠTO BI NAPRAVILI DA PRIMIJETE NEPOZNATU TRANSAKCIJU NA RAČUNU ILI POSUMNJAJU DA IM JE NETKO PROVALIO U RAČUN (%)



Unatoč nešto slabijoj svakodnevnoj sigurnosnoj higijeni, većina mladih u dobi 18-35 godina zna kako reagirati u krizi, jer bi 70% njih blokiralo karticu u slučaju bilo kakvih sumnjivih transakcija. To bi učinio veći postotak žena (76%), nego muškaraca (64%). Također, takva reakcija je očekivanija od starije dobne skupine 26-35 godina (76%), nego od mlađe (62%).

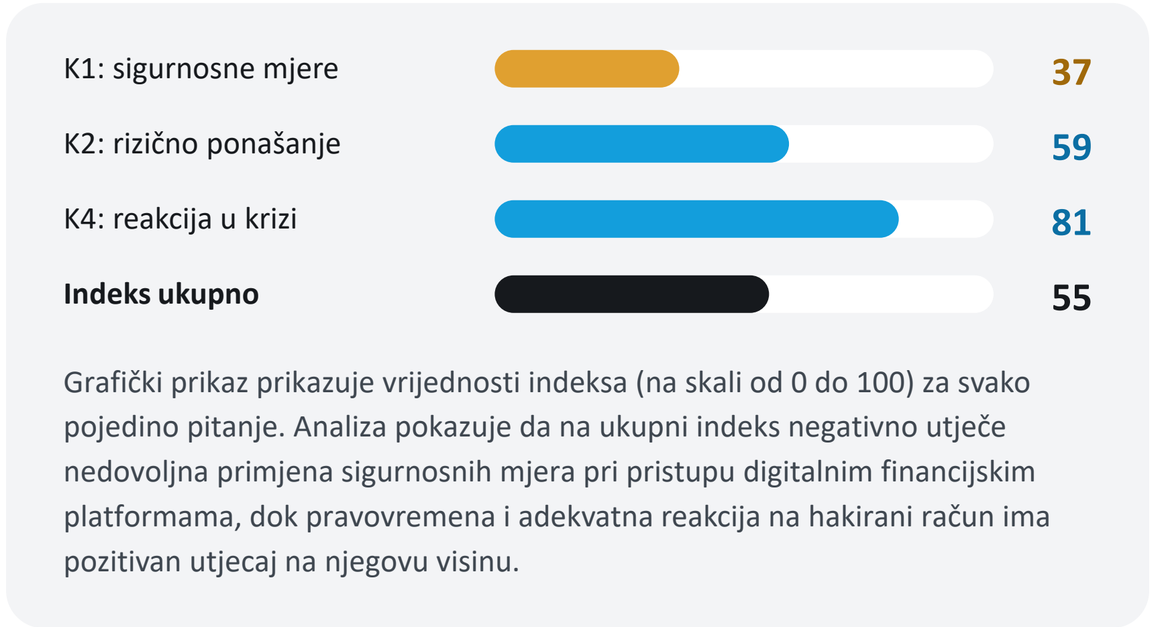
Svaka deseta mlada osoba (10%) priznaje da ne zna što treba napraviti u toj situaciji. Mlađa dobna skupina češće nego starija navodi da ne znaju što bi napravili u situaciji kada im netko hakira račun (14% vs. 8%).

K3. Koliko se osjećate sigurno od kibernetičkih napada i financijskih prijevara na internetu? / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

INDEX DIGITALNE SIGURNOSTI

Indeks digitalne sigurnosti (IDS) predstavlja indeks izračunat iz 3 pitanja o ponašanju, isključivo za ovo istraživanje s ciljem jednostavnije usporedbe različitih podskupina po više različitih pitanja.





Grafički prikaz prikazuje vrijednosti indeksa (na skali od 0 do 100) za svako pojedino pitanje. Analiza pokazuje da na ukupni indeks negativno utječe nedovoljna primjena sigurnosnih mjera pri pristupu digitalnim financijskim platformama, dok pravovremena i adekvatna reakcija na hakirani račun ima pozitivan utjecaj na njegovu visinu.

6. Kibernetička sigurnost

Na temelju odgovora na pitanja K1., K2. i K4. oblikovan je indeks digitalne sigurnosti s izvornim rasponom od 0 do 17, koji je radi lakše usporedivosti i preglednosti preračunat na skalu od 0 do 100. Indeks služi kao zbirni prikaz razlika u razini digitalne sigurnosti obuhvaćanjem više različitih faktora. Riječ je o metrici izrađenoj namjenski za potrebe ovog istraživanja te ona ne predstavlja standardiziranu mjeru.

52

Najniža razina indeksa digitalne sigurnosti (52) zabilježena je u najmlađoj dobnoj skupini (18–25 godina), osobito u usporedbi sa starijim ispitanicima (58).

59

Vrijednost IDS-a raste razmjerno sa samoprocjenom financijskog znanja. Osobe koje svoje znanje procjenjuju višim ostvaruju ujedno i najveći indeks u odnosu na sve ostale podskupine (59 vs. 53 i 52).

56

Žene ostvaruju neznatno bolji ukupni IDS od muškaraca, što je prvenstveno rezultat veće opreznosti (veći broj bodova na pitanjima K2 i K4), dok muškarci prednjače na pitanju K1 koje obuhvaća konkretne načine zaštite.

PREPOZNAVANJE PRIJEVARA (SCENARIJI)

U situaciji ponuđenih odgovora i kada očekuju prevaru, veliki postotak bi ispravno postupio. Međutim, upravo zbog toga što postoji jasno očekivano ponašanje, postotak osoba koje bi napravile nešto što nije sigurno ili ne znaju što bi napravile je izuzetno visok (u prosjeku ¼) možemo pretpostaviti da bi u stvarnoj situaciji on bio značajno viši.

> Pokazat ćemo vam moguće scenarije. Za svaki scenarij odaberite odgovor koji najbolje opisuje kako biste najvjerojatnije reagirali (ili ste već reagirali) da se nešto slično dogodi. Ako se nešto slično već dogodilo, označite što ste napravili.

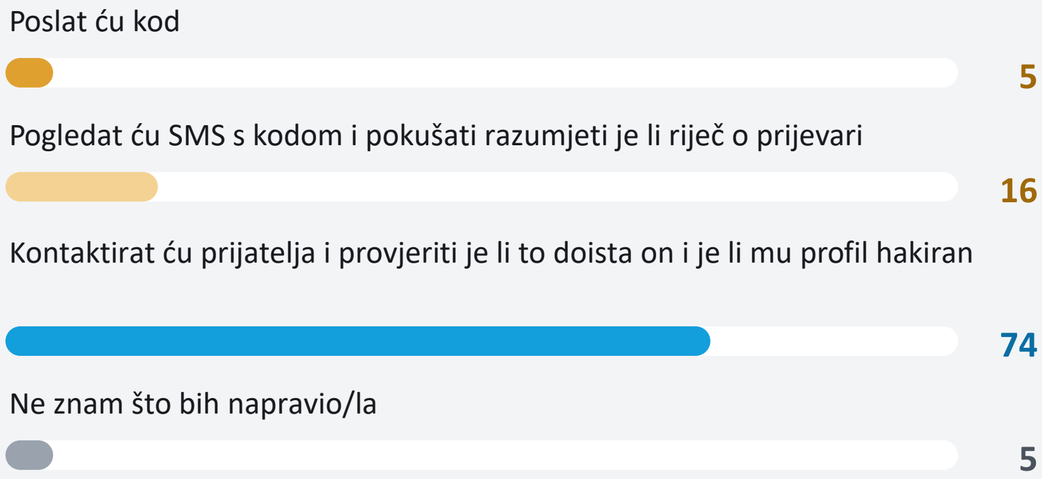
SCE1. Scenarij1: / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR / SCE2. Scenarij2: / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR / SCE3. Scenarij3: / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

6. Kibernetička sigurnost

PREPOZNAVANJE PRIJEVARA (SCENARIJI)

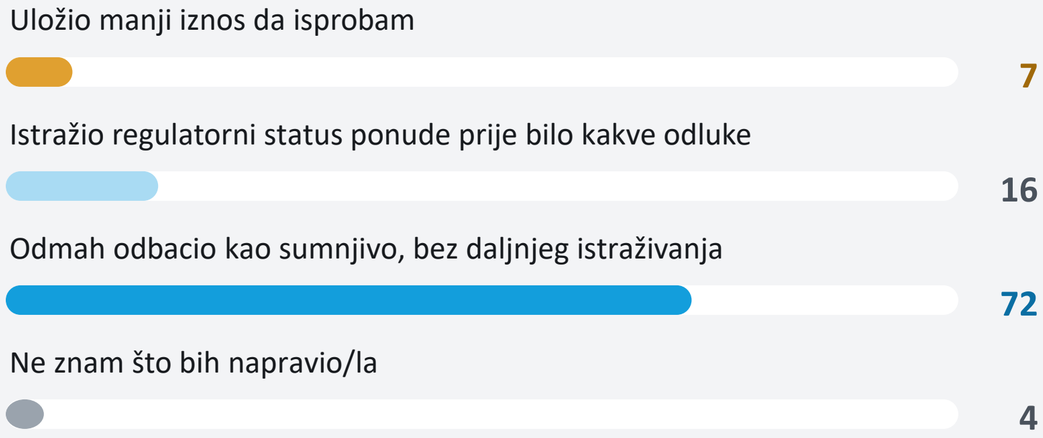
SCENARIJ1: (% ODGOVORA)

Dobili ste poruku od prijatelja: "Bok! Oprosti što smetam ovako kasno. Blokiran mi je profil pa sam morao napraviti novi. Možeš li mi učiniti veliku uslugu? Pokušavam se ulogirati na stari profil, ali mi traži potvrdu preko prijatelja. Sad će ti stići jedan SMS kod na mobitel, možeš li mi ga samo prepisati ovdje? Puno ti hvala!".
Što ste napravili ili biste najvjerojatnije napravili?



SCENARIJ2: (% ODGOVORA)

Na društvenim mrežama vidite oglas koji obećava zajamčeni prinos od 30% mjesečno uz ulaganje u novi investicijski projekt.
Što ste napravili ili biste najvjerojatnije napravili?

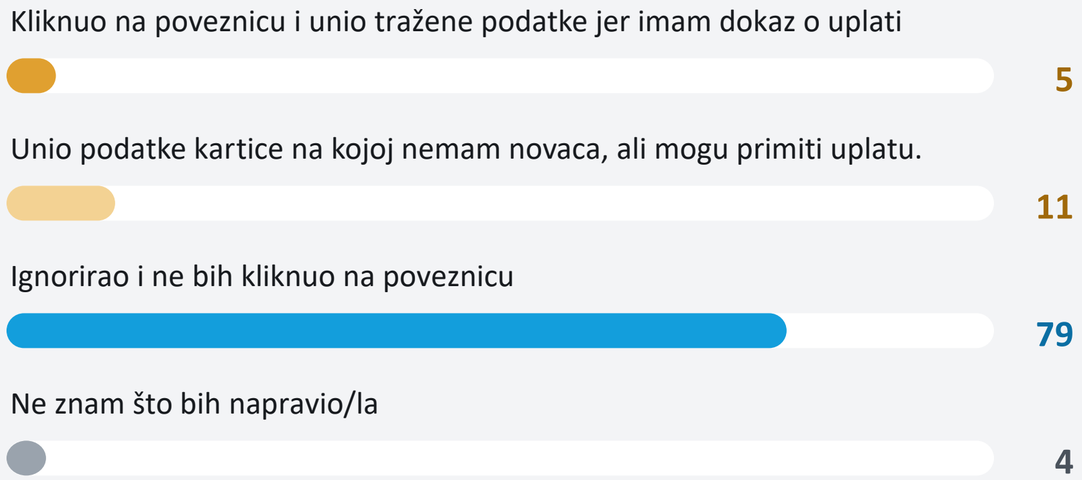


6. Kibernetička sigurnost

PREPOZNAVANJE PRIJEVARA (SCENARIJI)

SCENARIJ3: (% ODGOVORA)

Oglasili ste bicikl na Njuškalu i od potencijalnog kupca dobijete sljedeću poruku: "Super, sviđa mi se vaš oglas za bicikl i kupujem ga! Budući da živim u drugom gradu, poslat ću kurira iz DPD-a da preuzme paket, a ja sam već uplatio novac na Revolut/PayPal. Da biste podigli taj novac, trebate samo kliknuti na ovaj link https://dpd-sigurna-naplata.icu/order/84920)i unijeti podatke sa svoje kartice kako bi vam sustav prebacio sredstva.
Što ste napravili ili biste najvjerojatnije napravili?



7.

UMJETNA INTELIGENCIJA

Korištenje AI alata, razlozi korištenja, otvorenost prema AI-ju i doživljaj AI alata u kontekstu financijskih savjeta



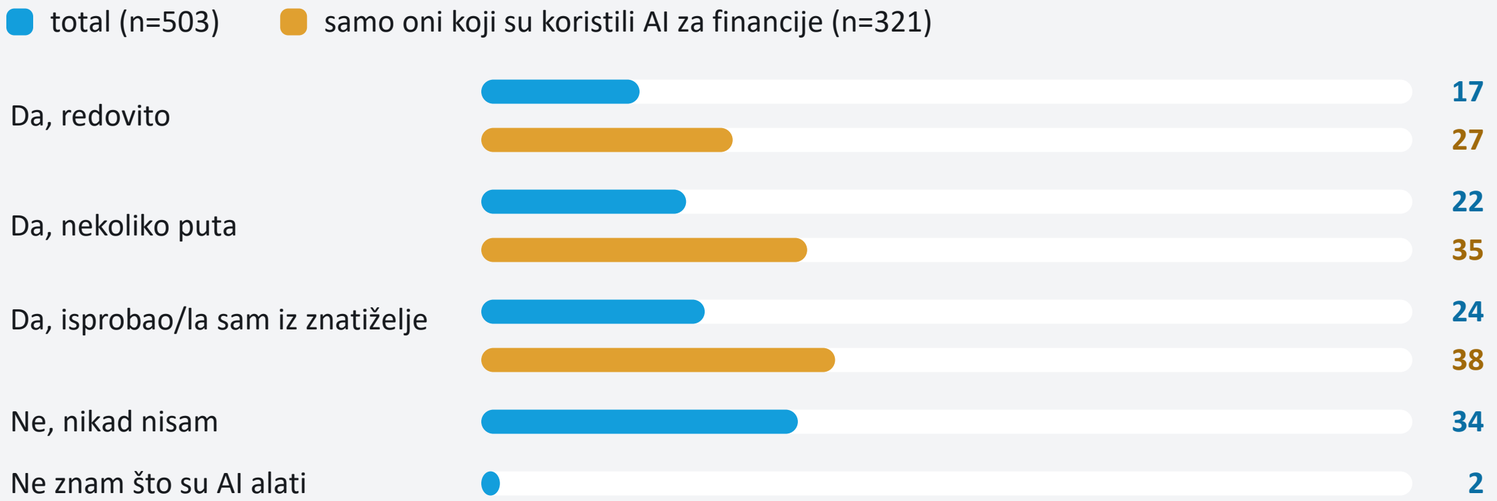
KORIŠTENJE AI ALATA

AI za financije koristi 64 % mladih u dobi 18-35 godina, muškarci (72 %) češće od žena (57 %).

64 %

mladih koristi AI alate u kontekstu financija.

KORIŠTENJE AI ALATA VEZANO UZ FINANCIJE (%)



AI1. Jeste li ikada, vezano uz financije, koristili neki AI alat (npr. ChatGPT, Gemini, Copilot i sl.) ? / n=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

7. Umjetna inteligencija

17 %

Na ukupnom uzorku 17% redovito koristi AI alate zbog financija, 22% nekoliko puta, 24% su ga isprobali iz znatiželje.

27 %

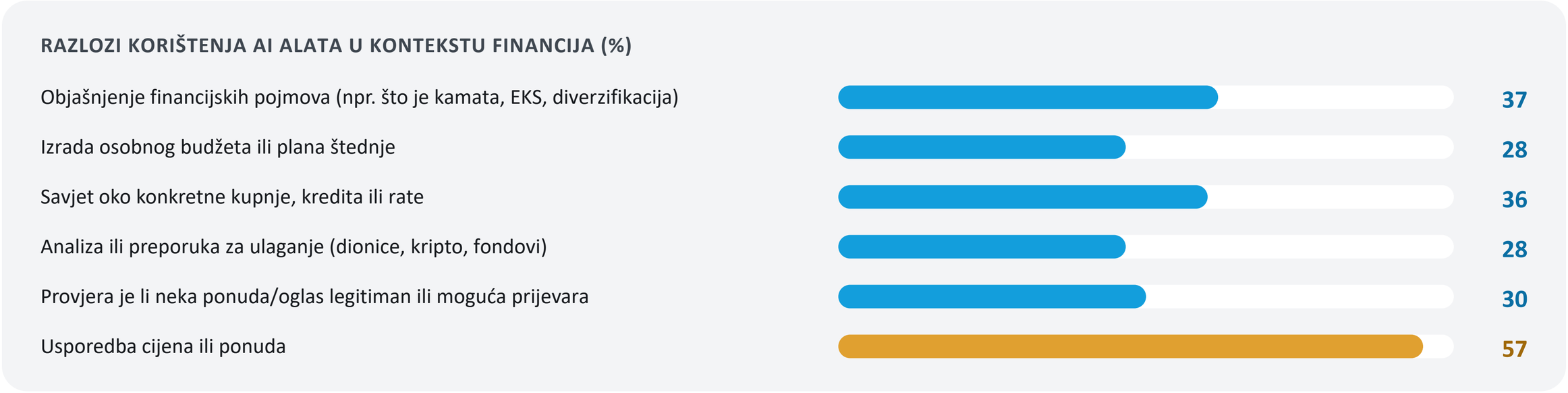
Ako izdvojimo one koji su barem isprobali AI u kontekstu financija onda vidimo da je postotak mladih koji redovno koriste AI 27%, a postotak povremenih korisnika 35%.

72 % vs. 57 %

Dakle, možemo zaključiti da su AI alati u financijama već mainstream s tim da ih muškarci koriste znatno više (72%) od žena (57%). Korištenje blago raste i s financijskim znanjem jer se pokazalo da osobe koje svoje znanje procjenjuju boljim, brže usvajaju i ove, nove, alate. 23% ispitanika s boljim znanjem o financijama redovito koristi AI, dok je postotak kod onih koji redovito koriste AI i ujedno svoje znanje procjenjuju lošije 13%-14%.

ULOGA AI ALATA U KONTEKSTU FINANCIJA

AI alati se trenutačno najviše upotrebljavaju za jednostavne zadatke kao što je usporedba cijena ili objašnjenje financijskih pojmova.



AI2. Za što sve ste koristili AI alate u kontekstu financija? / SAMO OSOBE KOJE SU KORISTILE AI ALATE n=321 / % / MOGUĆE JE VIŠE ODGOVORA

7. Umjetna inteligencija

57 %

Preko polovice (57%) koristilo je AI za usporedbu cijena ili ponuda. Uz to, AI se najviše koristi za objašnjenje financijskih pojmova (37%), savjet oko konkretne kupnje ili kredita (36%) ili za provjeru legitimnosti ponude (30%).

28 %

Usporedba cijena dominantna je svrha korištenja AI alata kod svih podskupina, osobito kod žena (62%). S druge strane, složenije i osobnije financijske teme, poput izrade budžeta ili analize ulaganja zastupljene su znatno rjeđe, iako i njih koristi 28% korisnika. Može se zaključiti da se umjetna inteligencija trenutačno najviše upotrebljava za jednostavne, generičke zadatke.

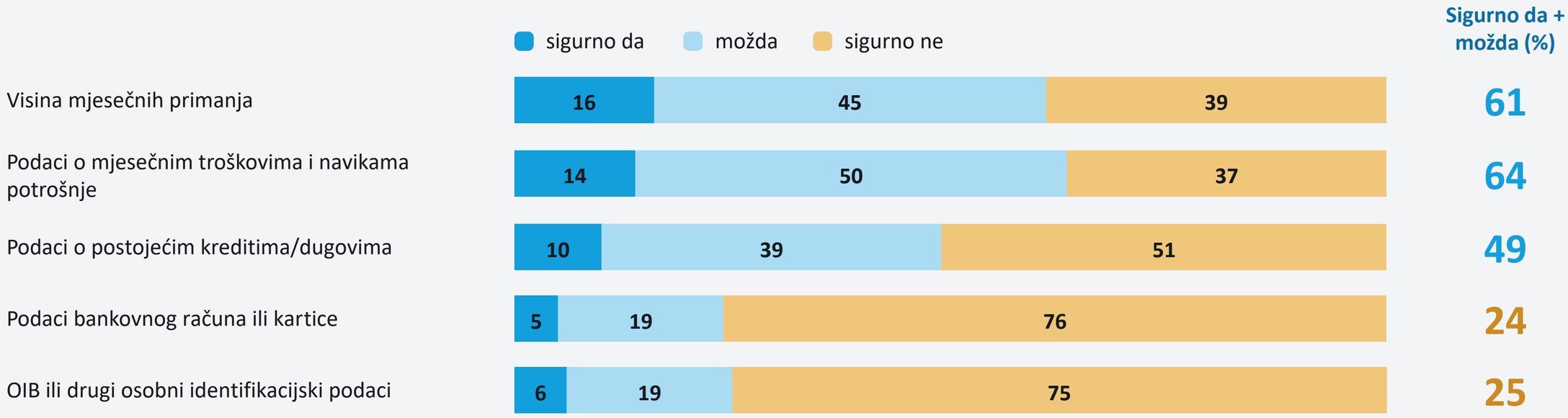
45 %

Oni koji imaju bolje znanje o financijama češće koriste AI alate za objašnjenje financijskih pojmova (45%), savjete za konkretne kupnje, kredite ili rate (41%) i za usporedbu cijena i ponuda (62%).

ULOGA AI ALATA U KONTEKSTU FINANCIJA

AI alati se trenutačno najviše upotrebljavaju za jednostavne zadatke kao što je usporedba cijena ili objašnjenje financijskih pojmova.

SPREMNOST DIJELJENJA PODATAKA AI ALATIMA U SVRHU DOBIVANJA FINANCIJSKOG SAVJETA (%)



AI3. Koliko biste bili spremni AI alatu povjeriti sljedeće podatke radi dobivanja personaliziranog financijskog savjeta?/
SVI ISPITANICI N=503 / % / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR

7. Umjetna inteligencija

PODACI KOJE SU SPREMNIJI PODIJELITI S AI ALATIMA:

VISINA PRIMANJA najmanje je „osjetljiv" financijski podatak u očima ispitanika. Informaciju o visini prihoda podijelilo bi 16% mladih, a najveća spremnost dijeljenja ove informacije zabilježena je kod ispitanika sa slabim financijskim znanjem (21%).

PODACI O MJESEČNIM TROŠKOVIMA I NAVIKAMA su po svojoj tajnosti slični visini primanja. Otprilike 14% mladih nema nikakvu zadršku podijeliti visinu mjesečnih troškova u svrhu dobivanja financijskog savjeta. Spremnost dijeljenja podataka o troškovima gotovo je identična kroz sve podskupine (13–16%).

PODACI KOJE SU SREDNJE SPREMNI PODIJELITI S AI ALATIMA:

PODATKE O POSTOJEĆIM KREDITIMA / DUGOVIMA spremna je podijeliti s AI alatima svaka deseta mlada osoba (10%). S druge strane, oko polovice ispitanika (51%) smatra da to nisu podaci koje bi dijelili s umjetnom inteligencijom, dok ih 39% nema definiran stav po ovom pitanju.

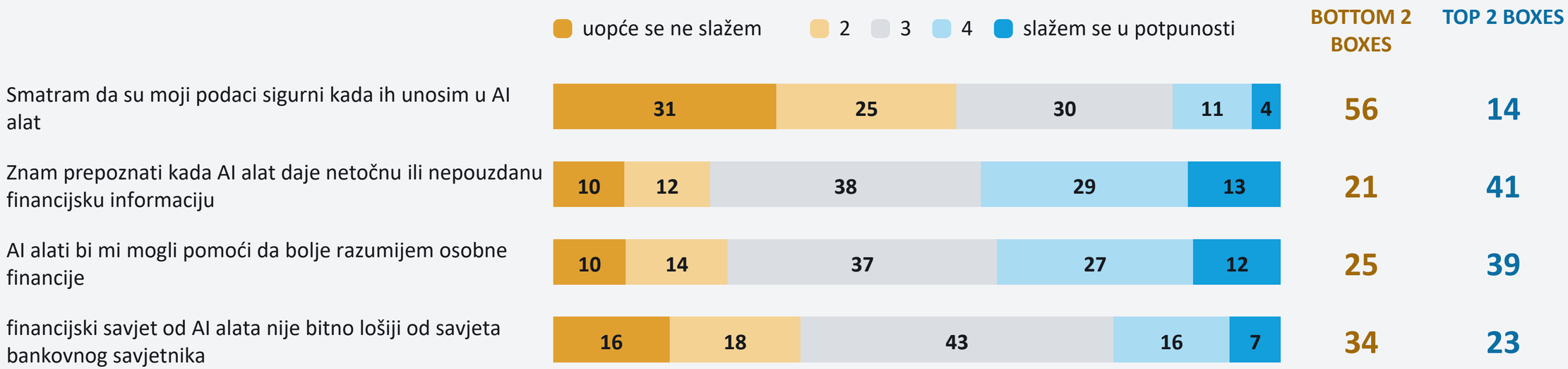
PODACI KOJE NISU SPREMNI PODIJELITI S AI ALATIMA:

PODACI BANKOVNOG RAČUNA ILI KARTICE spremnost dijeljenja pada na svega 5% pri čemu mlađi ispitanici (18–25 g.) ipak pokazuju više nego dvostruko veću spremnost (7,9%) od starijih (3,7%). 76% mladih ovaj podatak ne bi podijelilo s AI alatima, a visokih 19% nema stav.

OIB ILI NEKI DRUGI IDENTIFIKACIJSKI BROJ je jednako neprihvatljiv za dijeljenje s AI alatima kao i podatak s bankovnog računa. Ponovo mlađi ispitanici (18–25 g.) su tri puta spremniji podijeliti ga (9,4%) od starijih (3%). Postotci onih koji ne bi podijelili podatke je sličan kao i za bankovni račun. 3/4 mladih ne bi podijelili ove podatke i 19% nema jasan stav po ovom pitanju.

Odgovorno financijsko ponašanje (zaduživanje, štednja, planiranje…) usko je povezano s osobnom procjenom vlastitog financijskog znanja.

TVRDNJE VEZANE UZ RAZINU POVJERENJA, SAMOPROCJENE ZNANJA I OTVORENOSTI MLADIH PREMA KORIŠTENJU UMJETNE INTELIGENCIJE U OSOBNIM FINANCIJAMA (%)



	uopće se ne slažem	2	3	4	slažem se u potpunosti	BOTTOM 2 BOXES	TOP 2 BOXES
Smatram da su moji podaci sigurni kada ih unosim u AI alat	31	25	30	11	4	56	14
Znam prepoznati kada AI alat daje netočnu ili nepouzdanu financijsku informaciju	10	12	38	29	13	21	41
AI alati bi mi mogli pomoći da bolje razumijem osobne financije	10	14	37	27	12	25	39
financijski savjet od AI alata nije bitno lošiji od savjeta bankovnog savjetnika	16	18	43	16	7	34	23

BOTTOM2 I TOP2 BOXES (%)

AI4. Na skali od 1 do 5 označite razinu slaganja sa sljedećim tvrdnjama.../ jedan odgovor po tvrdnji / N=503 / % /ljestvica slaganja 1–5 / Top2Box = ocjena 4 ili 5 / Bottom2Box = ocjena 1 ili 2 / MOGUĆ JE JEDAN ODGOVOR PO TVRDNJI

7. Umjetna inteligencija

14 %

VJERA U SIGURNOST PODATAKA:

14% vjeruje da su njihovi podaci sigurni u AI alatu, dok 56% ne vjeruje (31% uopće ne). Žene imaju manje povjerenja nego muškarci (11% vs. 19% Top2Boxes i 63% vs. 48% Bottom2Boxes). Iako iskustvo s AI alatima povećava povjerenje u sigurnost podataka (6% onih koji nisu nikada koristili AI vezao uz financije ima povjerenja vs. 15% onih koji su samo probali vs. 22% koji su koristili redovito ili više puta) i 46% iskusnijih korisnika ne vjeruje da su podaci koje dijele s AI alatima sigurni.

41 %

PREPOZNAVANJE NETOČNE INFORMACIJE:

41% smatra da zna prepoznati netočan AI odgovor (Top2Box), 21% smatra da ga ne mogu prepoznati, a 38% (preko trećine sudionika istraživanja) je neutralno. Očekivano, mladi koji nisu koristili AI procjenjuju sposobnost prepoznavanja niže (31%) od redovitih korisnika (49%). Poznavanje financija također ima utjecaj na to smatraju li da znaju prepoznati netočnu informaciju ili ne. 28% onih koji svoje znanje procjenjuje lošim smatra da može prepoznati netočnu informaciju. Kod onih koji svoje znanje procjenjuju osrednjima taj je postotak 36% dok preko polovice onih koji svoje znanje procjenjuju dobrim (52%) smatra da može prepoznati netočnu ili nepouzdanu financijsku informaciju.

7. Umjetna inteligencija

39 %

POMOĆ KOD RAZUMIJEVANJE OSOBNIH FINANCIJA:

39% smatra da im AI može pomoći razumjeti osobne financije, među redovitim korisnicima 52%. Vjerovanje u edukativnu vrijednost AI-ja snažno raste s vlastitim iskustvom korištenja (23% kod onih koji ga nikad nisu koristili do 52% kod redovitih korisnika).

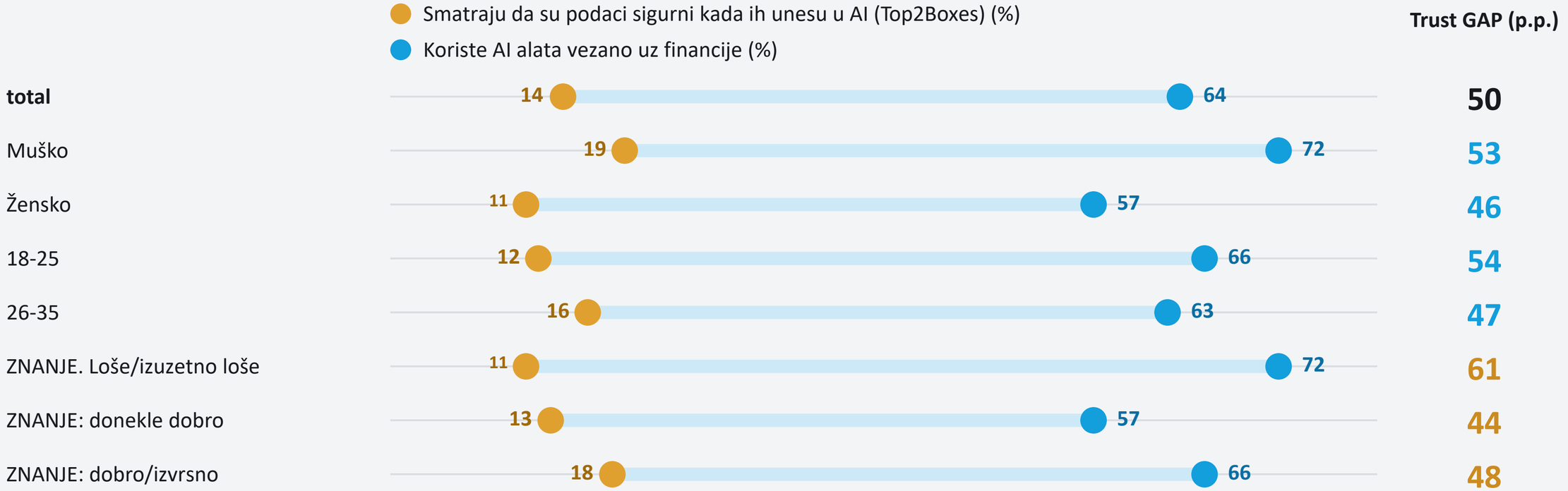
34 %

AI KAO FINANCIJSKI SAVJETNIK:

Još uvijek veći dio mladih smatra da je savjet koji mogu dobiti od AI alata bitno lošiji od onog koji mogu dobiti od financijskog savjetnika (34%). Stoga možemo zaključiti da se AI ne percipira kao zamjena za bankovnog savjetnika. Otprilike četvrtina ispitanika (23%) se slaže da je usporediv, a taj postotak je veći kod muškaraca (30%) i redovitih korisnika AI-ja (35%). Iako AI korisnici najviše vjeruju u kvalitetu AI savjeta, ni kod njih to nije većinski stav.

Trust GAP (Jaz u povjerenju prema AI alatima)

predstavlja razliku u postotku onih koji su koristili AI za financije (bez obzira na učestalost) i postotka onih koji vjeruju da su podaci koje unose u AI sigurni (Top2Boxes). Što je veći jaz, to je veća neusklađenost između usvajanja i povjerenja.



7. Umjetna inteligencija

50

Jaz povjerenja na cjelokupnom uzorku iznosi 50 postotnih bodova, pri čemu je stopa korištenja alata umjetne inteligencije približno 4,5 puta viša od stope povjerenja u njihovu sigurnost.

53 vs. 46

Muškarci bilježe veći apsolutni jaz (53 p. b.) u odnosu na žene (46 p. b.). Pokazalo se da iako muškarci češće koriste AI alate, njihovo povjerenje ne raste razmjerno s učestalošću korištenja.

53 vs. 47

Mlađi ispitanici (18–25 godina) također pokazuju veći jaz od starijih (53 p. b. naspram 47 p. b.) unatoč sličnim stopama korištenja. Ova razlika između mlađe i starije skupine vjerojatno je posljedica slabije izgrađenog stava prema potencijalnim rizicima.

Osnovni zaključci

1. Samoprocjena znanja o financijama i stvarno ponašanje mogu ići u suprotnim smjerovima. Muškarci sebe ocjenjuju boljim i u znanju i u upravljanju financijama, a žene su pritom discipliniranije u ponašaju.

2. Zaštita koju mladi koriste i njihovo svakodnevno ponašanje nisu međusobno povezani. Koje mjere zaštite netko koristi (lozinke, 2FA, biometrija) gotovo uopće ne govori o tome koliko se rizično ponaša u svakodnevnim navikama. Jednom riječju, netko može imati sve alate zaštite, a i dalje koristiti slične lozinke ili spajati se na nezaštićen Wi-Fi.

3. Veća aktivnost ne znači veću opreznost. Pokazalo se da muškarci više ulažu, više koriste investicijske platforme, smatraju da imaju više znanja o financijama. S druge strane žene su se pokazale opreznijim i odgovornijim.

4. Koja je demografska razlika najvažnija ovisi o tome što se mjeri, ne postoji jedan opći obrazac. Kod ulaganja i digitalne imovine spol je dominantan jaz. Kod sigurnosne discipline dob je važnija razdjelnica od spola.