t. XXXII, nr 1/2025 DOI 10.33226/1231-7853.2025.1.5

Wyniki badania

Ankieta rozpocz ›a si od trzech pyta sprawdzaj cych, które mia›y na celu ustalenie, czy respondenci zetkn li si wcze niej z takimi poj ciami jak: kryptowaluty, bitcoin oraz blockchain (rysunek 1).

Pierwsze pytanie dotyczy›o znajomo ci terminu ŒkryptowalutyŽ. Wyniki pokaza›y, e poj cie to jest dobrze znane respondentom, a 95,71% ankietowanych potwierdzi›o, e spotka›o si z nim wcze niej, w tym 94,44% kobiet i 97,75% m czyzn. Podobne wyniki uzyskano przy drugim pytaniu dotycz cym znajomo ci poj cia ŒbitcoinŽ. A 94,42% respondentów zadeklarowa›o, e zetkn ›o si z tym terminem, w tym 93,06% kobiet i 96,63% m czyzn. Zdecydowanie inaczej wygl da›a sytuacja przy trzecim pytaniu dotycz cym znajomo ci poj cia ŒblockchainŽ. Przy tym pytaniu mo na zauwa y znacz c ró nic w odpowiedziach udzielanych przez ankietowane kobiety oraz ankietowanych m czyzn. M czy ni znacznie cz ciej deklarowali, e s›yszeli o blockchainie (58,43%). Natomiast w ród ankietowanych kobiet ponad po›owa (56,25%) wskaza›a odpowied przeciwn , stwierdzaj c, e nigdy nie zetkn ›y si z tym terminem.

Wyniki te nie zaskakuj . Poj cia takie jak kryptowaluty czy bitcoin s powszechnie obecne w artyku›ach, mediach spo›eczno ciowych, w telewizji, a nawet w utworach muzycznych, co sprawia, e s szeroko rozpoznawane. Z kolei blockchain to technologia, która stanowi fundament kryptowalut (Rot, 2018). Przyczyn takiej struktury odpowiedzi mo e by fakt, i dyskusja na temat technologii blockchain nie jest w Polsce spopularyzowana. Ogólnie rzecz bior c, wyniki ankiety pozwalaj przypuszcza , e obj te badaniem kobiety w wi kszym stopniu ni obj ci badaniem m czy ni charakteryzuj si nieznajomo ci technologii, na której opieraj si kryptowaluty.

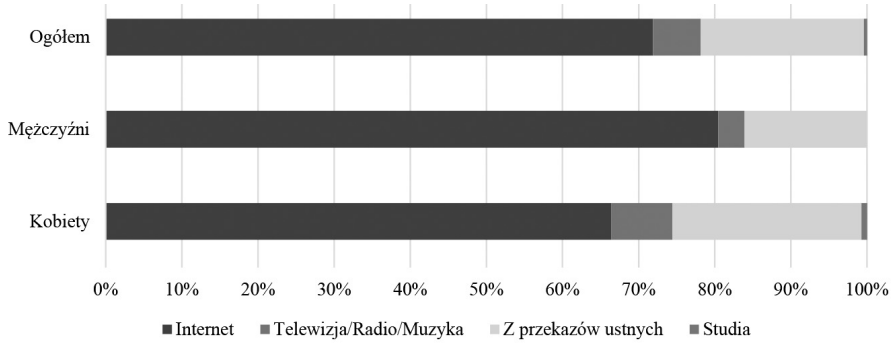
Kolejne pytanie skierowane by›o wy› cznie do osób, które spotka›y si z poj ciem kryptowalut, i dotyczy›o miejsca, w którym po raz pierwszy natkn ›y si na ten termin (rysunek 2). Najwi cej respondentów, bo a 71,88%, wskaza›o odpowied ŒInternetŽ (66,42% kobiet, 80,46% m czyzn). Jest to naturalne zjawisko, gdy w obecnych czasach Internet jest wa nym elementem ycia cz›owieka, który umo liwia ›atwy dost p do ró norodnych informacji. Respondentami by›y osoby w wieku produkcyjnym, czyli osoby relatywnie m›ode, dla których przyj to za›o enie, e wi kszo z nich potrafi korzysta z Internetu i pozyskiwa z niego informacje. Na drugim miejscu znalaz›y si przekazy ustne (21,43%). G›ównie to kobiety (24,82%) wskazywa›y, e o kryptowalutach dowiedzia›y si z rozmów z innymi.

Pi te pytanie by›o pytaniem wielokrotnego wyboru, maj cym na celu okre lenie, które kryptowaluty s najcz ciej rozpoznawane przez respondentów (tabela 1). Zgodnie z odpowiedziami udzielanymi przez respondentów za najbardziej popularn kryptowalut uznano bitcoina (BTC), który by› znany 94,42% respondentów (97,75% m czyzn i 93,75% kobiet). Taka struktura odpowiedzi nie wydaje si zaskakuj ca … mo e by spowodowana tym, e bitcoin to pierwsza kryptowaluta, która powsta›a. Co wi cej, jest to kryptowaluta, która ma najwi kszy udzia› w kapitalizacji rynkowej kryptowalut. Na wiecie pojawia si coraz wi cej miejsc, w których mo na dokona transakcji za pomoc kryptowalut, a zw›aszcza za pomoc bitcoina. To wszystko wp›ywa na jego rozpoznawal-

Rysunek 1. Znajomo poj ŒkryptowalutyŽ, Œbitcoin” i Œblockchain Ž w ród respondentów

ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

Rysunek 2. ród›a, z których respondenci dowiedzieli si o kryptowalutach



ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

no . Na drugim miejscu najbardziej rozpoznawalnych kryptowalut w ocenie respondentów uplasowa› si ether, druga co do wielko ci kryptowaluta pod wzgl dem kapitalizacji rynkowej wszystkich kryptowalut. Ethereum to najpopularniejszy blockchain, który znajduje zastosowanie m.in. w zdecentralizowanych finansach (DeFi) oraz niewymienialnych tokenach (NFT), co mo e przyczynia si do jego rozpoznawalno ci. Trzecie miejsce zaj › dogecoin, pierwszy tzw. meme coin, inspirowany internetowym memem. Popularno tej kryptowaluty, podobnie jak innych meme coinów, nap dzana jest przez spo›eczno ci, a dogecoin zdoby› szeroki rozg›os w mediach spo›eczno ciowych, co mog›o znacz co wp›yn na jego popularno .

Porównuj c odpowiedzi ankietowanych m czyzn oraz kobiet, mo na zaobserwowa , e m czy ni cz ciej deklarowali znajomo ró nych kryptowalut ni kobiety. Dla przyk›adu ether wskaza›o 62,92% m czyzn, lecz tylko 24,31% kobiet. Taka sytuacja mia›a miejsce przy wszystkich wymienionych w pytaniu kryptowalutach ... oznacza to, e ankietowani m czy ni znaj wi cej kryptowalut ni ankietowane kobiety. Otrzymana struktura odpowiedzi pozwala przypuszcza , e ankietowani m czy ni cz ciej s wiadomi tego, e istniej inne kryptowaluty ni bitcoin. Takie przypuszczenie mo e za prowadzi do wniosku, e to badani m czy ni posiadaj wi ksz wiedz w tym zakresie ni badane kobiety.

Szóste pytanie by›o pytaniem wielokrotnego wyboru, skierowanym tylko do osób, które kiedykolwiek s›ysza›y o kryptowalutach. Pytanie to dotyczy›o sposobu postrzegania kryptowalut przez badanych (tabela 2). Respondenci mogli wybra maksymalnie trzy odpowiedzi, które odzwierciedla›y ich sposób postrzegania tych walut cyfrowych.

Wyniki ró ni›y si w zale no ci od p›ci. Po›owa ankietowanych kobiet uwa a›a kryptowaluty za skomplikowane i niezrozumia›e, 19,85% ankieto-

Tabela 1. Kryptowaluty rozpoznawane przez respondentów [% badanych]

Wyszczególnienie	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
adna	3,37	6,94	5,58
Bitcoin (BTC)	97,75	93,75	95,28
Ether (ETH)	62,92	24,31	39,06
Dogecoin (DOGE)	50,56	19,44	31,33
Tether (USDT)	26,97	5,56	13,73
Litecoin (LTC)	34,83	13,89	21,89
Binance Coin (BNB)	28,09	8,33	15,88
Monero (XMR)	17,98	3,47	9,01
XRP (XRP)	25,84	2,78	11,59
Cardano (ADA)	12,36	0,69	5,15
Inne	0,00	1,39	0,86

ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

t. XXXII, nr 1/2025 DOI 10.33226/1231-7853.2025.1.5

wanych kobiet wskaza›o, e nie ma zdania na ten temat, a 14,71% e jest to walor o charakterze spekulacyjnym. Je li chodzi o obj tych badaniem m czyzn, tu rozk›ad odpowiedzi wygl da› troch inaczej. Najwi cej ankietowanych m czyzn, bo a 35,63%, wskaza›o odpowied , e postrzegaj kryptowaluty jako walor spekulacyjny, 25,29% uwa a je za skomplikowane i niezrozumia›e, a 17,24% nie ma zdania na ten temat.

Zarówno ankietowani m czy ni, jak i ankietowane kobiety (cho kobiety w wi kszym stopniu) uwa aj kryptowaluty za skomplikowane i niezrozumia›e. Takie podej cie respondentów mo e powodowa niech do szerszego zapoznawania si z tematyk kryptowalut. Pojawiaj si zatem pytania: co jest powodem tego, e respondenci, mimo e nie znaj podstawowych poj , jak np. blockchain, czyli przypuszczalnie nie znaj mechanizmu dzia›ania kryptowalut, postrzegaj je jako skomplikowane i niezrozumia›e? Czy to, e jednym ze ród›, z którego respondenci dowiedzieli si o istnieniu kryptowalut, s przekazy ustne, mo e by przyczyn tego, e ludzie bez szerszego poznania tej tematyki odbieraj je jako skomplikowane i niezrozumia›e, bo tak s im przedstawiane? W celu odpowiedzi na te pytania, nale a›oby dokona bardziej szczegó›owych bada .

Siódme pytanie dotyczy›o kwestii posiadania kryptowalut przez respondentów (tabela 3). Wyniki wskazuj , e a 87,12% ankietowanych nigdy nie posiada›o kryptowalut, w tym 96,53% kobiet i 71,91% m czyzn. Zaledwie 5,58% respondentów przyzna›o, e wcze niej posiadali kryptowaluty, ale obecnie ich nie posiadaj (2,08% kobiet i 11,24% m czyzn). Pozosta›e 7,30% ankietowanych (1,39% kobiet i 16,85% m czyzn) w momencie przeprowadzania ankiety posiada›o kryptowaluty.

Mo na zauwa y , e ankietowani m czy ni cz ciej deklarowali posiadanie kryptowalut ni ankietowane kobiety. W celu sprawdzenia zale no ci: ŒCzy p›e wp›ywa na decyzj o inwestowaniu w kryptowaluty?Ž dokonano testu niezale no ci chi-kwadrat na poziomie istotno ci $\alpha = 0{,}01$. Okaza›o si , e zmienne s od siebie zale ne i pomi dzy p›ci a decyzj o zainwestowaniu w kryptowaluty istnieje zale no na poziomie istotno ci $\alpha = 0{,}01$. M czy ni cz ciej ni kobiety decyduj si na podejmowanie ryzyka zwi zanego z inwestycj w kryptowaluty. Nie oznacza to jednak, e podejmowanie ryzyka jest typow charakterystyk m czyzn, a ostro no jest typowym zachowaniem dla kobiet.

Ósme pytanie by›o skierowane do osób, które posiada›y b d nadal posiadaj kryptowaluty i dotyczy›o tego, w jakie kryptowaluty respondenci decyduj si inwestowa (tabela 4). Najcz ciej wskazywanymi kryptowalutami by›y: bitcoin (BTC), który wskaza›o 81,25% ankietowanych, oraz ether

Tabela 2. Percepcja kryptowalut w ród respondentów [% odpowiedzi]

Wyszczególnienie	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Nie mam zdania	19,85	17,24	18,83
Jako alternatywna forma p›atno ci	10,29	13,79	11,66
Jako walor o charakterze spekulacyjnym	14,71	35,63	22,87
Nios ce zagro enie	2,94	6,90	4,48
Skomplikowane i niezrozumia›e	50,00	25,29	40,36
Inne	0,74	4,60	2,24

ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

Tabela 3. Posiadanie kryptowalut przez respondentów [% badanych]

Wyszczególnienie	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Tak	16,85	1,39	7,30
Nie	71,91	96,53	87,12
Nie, ale posiada›em(-am)	11,24	2,08	5,58

ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

Tabela 4. Kryptowaluty posiadane przez respondentów [% badanych posiadaj cych kryptowaluty]

Wyszczególnienie	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Bitcoin (BTC)	88,00	60,00	83,33
Ether (ETH)	60,00	20,00	53,33
Binance Coin (BNB)	24,00	0,00	20,00
XRP (XRP)	24,00	0,00	20,00
Monero (XMR)	12,00	0,00	10,00
Tether (USDT)	16,00	0,00	13,33
Dogecoin (DOGE)	20,00	0,00	16,67
Cardano (ADA)	8,00	0,00	6,67
Litecoin (LTC)	12,00	0,00	10,00
Polkadot (DOT)	4,00	20,00	6,67
Inne	44,00	0,00	36,67

ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

(ETH) wskazany przez 56,25% badanych. Z tego wynika, i ankietowani najcz ciej wskazywali kryptowaluty, które s najbardziej rozpoznawalne oraz maj najwi kszy udzia› w kapitalizacji rynkowej wszystkich kryptowalut. Interesuj cym spostrze eniem jest to, e znaczna cz m czyzn inwestuj cych w kryptowaluty decydowa›a si na dywersyfikacj portfela, inwestuj c w kilka ró nych kryptowalut. W przeciwie stwie do tego kobiety, które decydowa›y si na inwestycj , zazwyczaj wybiera›y jedn kryptowalut , g›ównie by› to bitcoin.

Dziewi te pytanie by›o równie pytaniem skierowanym wy› cznie do osób, które kiedykolwiek posiada›y b d nadal posiadaj kryptowaluty, i dotyczy›o powodów, dla których z nich korzysta›y. Pytanie to by›o pytaniem wielokrotnego wyboru (tabela 5). G›ównym powodem korzystania z kryptowalut, który by› wspólny zarówno dla m czyzn, jak i kobiet, by› oczekiwany wzrost warto ci (68% m czyzn, 80% kobiet). Ankietowane kobiety wskazywa›y równie inne istotne powody korzystania z kryptowalut, takie jak ch zapoznania si z dzia›aniem kryptowalut (60%), anonimowo transakcji (40%) oraz szybko transakcji (20%). Nieco inaczej odpowiedzi te wygl da›y u m czyzn. Po oczekiwanym wzro cie warto ci, najcz ciej wskazywan motywacj by›o zabezpieczenie maj tku przed inflacj (24%), anonimowo transakcji (32%) oraz ch zapoznania si z dzia›aniem kryptowalut (20%).

W ankiecie poproszono równie respondentów o w›asn ocen posiadanej wiedzy na temat kryptowalut. W tym celu u yto skali Likerta, gdzie 1 oznacza›o brak wiedzy, za 10 wiedz zaawansowan . Uzyskane wyniki przedstawia›y si nast puj co:

- Kobiety: rednia arytmetyczna wynosi›a 2,40 (min = 1, max = 8, dominanta = 1).
- M czy ni: rednia arytmetyczna wynosi›a 3,61 (min = 1, max = 10, dominanta = 3).
- Ogó›em: rednia arytmetyczna wynosi›a 2,89.

rednia arytmetyczna dla wszystkich respondentów wynosi›a zaledwie 2,89, co sugeruje, e ogólna samoocena wiedzy na temat kryptowalut jest bardzo niska. Warto jednak zauwa y , e ankietowani m czy ni nieco wy ej oceniali swoj wiedz na ten temat ni ankietowane kobiety. Mo e to by spowodowane tym, e obj te badaniem kobiety cz ciej ni badani m czy ni wskazywa›y odpowied , i uwa aj kryptowaluty za skomplikowane i niezrozumia›e oraz rzadziej deklarowa›y znajomo poj cia blockchain, które jest kluczowe dla funkcjonowania kryptowalut. Kobiety w przeciwie stwie do m czyzn rzadziej wskazywa›y, e znaj ró ne rodzaje kryptowalut, a tak e rzadziej podejmowa›y ryzyko zwi zane z inwestowaniem w nie. Je eli jednak zdecydowa›y si , wówczas wybiera›y jedn kryptowalut , m czy ni za inwestuj w kilka ró nych kryptowalut. Z tego wynika, i w badanej grupie osób b d cych w wieku produkcyjnym p›e jest determinant zachowa i percepcji pieni dza cyfrowego (kryptowalut).

Trzecia grupa pyta dotyczy›a zdania respondentów na temat przysz›o ci kryptowalut, zw›aszcza bitcoina. Pytania te by›y skierowane tylko do osób, które wcze niej zadeklarowa›y, e spotka›y si kiedykolwiek z poj ciem ŒbitcoinŽ. By›a to cz ankiety sk›adaj ca si z pi ciu pyta (tabela 6).

t. XXXII, nr 1/2025 DOI 10.33226/1231-7853.2025.1.5

Tabela 5. Powody, dla których ankietowani korzystali z kryptowalut [% badanych posiadaj cych kryptowaluty]

Wyszczególnienie	Mężczyźni	Kobiety	Ogółem
Niski koszt	12,00	0,0	10,00
Anonimowo transakcji	32,00	40,0	33,33
Szybko transakcji	8,00	20,0	10,00
Cel inwestycyjny (oczekiwany wzrost warto ci)	68,00	80,0	70,00
Rozliczenia pieni ne dost pne w ka dym kraju	8,00	0,0	6,67
Ch uniezale nienia si od systemów bankowych	12,00	0,0	10,00
Ch zapoznania si z dzia›aniem kryptowalut	20,00	60,0	26,67
Ochrona maj tku przed dost pem osób niepo danych	0,00	0,0	0,00
Zabezpieczenie maj tku przed inflacj	24,00	0,0	20,00
Inne	8,00	0,0	6,67

ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

Tabela 6. Pytania dotycz ce przysz›o ci kryptowalut [% odpowiedzi]

Wyszczególnienie	Zdecydowanie się nie zgadzam	Raczej się nie zgadzam	Nie mam zdania	Raczej się zgadzam	Zdecydowanie się zgadzam
1. Czy zgadza się Pan/Pani, że bitcoin będzie w stanie w przyszłości zastąpić pieniądz fiducjarny, który obecnie funkcjonuje?					
Kobiety	10,45	35,07	36,57	17,16	0,75
M czy ni	17,44	33,72	23,26	19,77	5,81
Ogó›em	13,18	34,55	31,36	18,18	2,73
2. Czy uważa Pan/Pani, że bitcoin zostanie wyparty przez inne kryptowaluty?					
Kobiety	2,99	20,90	61,94	12,69	1,49
M czy ni	5,81	26,74	50,00	12,79	4,65
Ogó›em	4,09	23,18	57,27	12,73	2,73
3. Czy uważa Pan/Pani, że bitcoin zostanie w Polsce prawnie zakazany do 2030?					
Kobiety	8,96	38,06	50,00	2,24	0,75
M czy ni	18,60	36,05	34,88	9,30	1,16
Ogó›em	12,73	37,27	44,09	5,00	0,91
4. Czy uważa Pan/Pani, że bitcoin zostanie produktem niszowym?					
Kobiety	4,48	23,88	57,46	13,43	0,75
M czy ni	6,98	33,72	44,19	13,95	1,16
Ogó›em	5,45	27,73	52,27	13,64	0,91
5. Czy zgadza się Pan/ Pani ze stwierdzeniem, że kryptowaluty niosą ze sobą więcej szans niż zagrożeń?					
Kobiety	3,73	24,63	44,78	23,13	3,73
M czy ni	8,14	20,93	44,19	17,44	9,30
Ogó›em	5,45	23,18	44,55	20,91	5,91

ród›o: opracowanie w›asne na podstawie wyników przeprowadzonych bada .

Odpowiedzi uzyskane na zadane pytania poka-za›y, i bardzo du a cz ankietowanych nie ma zdania dotycz cego przysz›o ci kryptowalut. Naj-cz ciej wskazywan odpowiedzi przez respon-dentów ogó›em na cztery z pi ciu pyta (oprócz pierwszego) by›a odpowied Œnie mam zdaniaŽ. Warto zauwa y , e przy ka dym pytaniu kobiety cz ciej wskazywa›y t odpowied ni m czy ni.

Pozostali respondenci (zarówno kobiety, jak i m czy ni) w wi kszo ci uwa ali, e w przysz›o ci raczej nie zmieni si sytuacja kryptowalut, czyli:

- Bitcoin nie zast pi pieni dza fiducjarnego, któ-ry obecnie funkcjonuje.
- Bitcoin nie zostanie wyparty przez inne krypto-waluty.
- Bitcoin nie zostanie prawnie zakazany do 2030 r.
- Bitcoin nie zostanie produktem niszowym.

W przypadku pi tego pytania liczba ankietowa-nych osób, które uwa a›y, e kryptowaluty nios ze sob wi cej szans ni zagro e , by›a zbli ona do liczby ankietowanych, którzy si z tym nie zgadza-j . Jednak nieco cz ciej respondenci zaprzeczali temu stwierdzeniu.

Bardzo wielu respondentów (kobiety w wi k-szym stopniu) nie mia›o zdania na temat przysz›o-ci kryptowalut, co mo e wynika np. z niedosta-tecznej wiedzy na ich temat. Jednak je li wzi pod uwag tylko osoby, które zdecydowa›y si po-dzieli swoim zdaniem, to wi kszo z nich uwa a-›a, i sytuacja kryptowalut i bitcoina nie ulegnie zmianie w przysz›o ci. Zdanie kobiet oraz m -czyzn, którzy zdecydowali si wskaza inn odpo-wied ni Œnie mam zdaniaŽ, by›o bardzo zbli one … mo na przypu ci , i zarówno kobiety, jak i m -czy ni uwa aj , e kryptowaluty nie stan si bar-dziej znane ni obecnie. Z tego wynika, i w kon-tek cie oceny perspektyw rozwoju pieni dza cyfro-wego (kryptowalut) p›e nie jest determinant .

Podsumowanie

Podsumowuj c rozwa ania, które zosta›y za-warte w niniejszym opracowaniu, trzeba podkre-li , e uzyskane wyniki nie maj charakteru re-prezentatywnego. Celem opracowania by›o ziden-tyfikowanie wp›ywu p›ci na zachowania i sposób postrzegania pieni dza cyfrowego (kryptowalut) na rynku tego pieni dza, a tak e ocena poziomu wiadomo ci finansowej w zakresie kryptowalut ze wzgl du na p›e . Realizacji postawionego celu ba-dawczego s›u y›o sformu›owanie dwóch pyta oraz dwóch hipotez badawczych. Wyniki badania pokaza›y, e obie hipotezy si potwierdzi›y. Okaza-›o si , e w badanej grupie osób w wieku produk-cyjnym p›e jest determinant zachowa i percep-cji pieni dza cyfrowego (kryptowalut), ale nie w kontek cie oceny perspektyw jego rozwoju, a tak e e wyst puje ró nica w poziomie wiado-mo ci finansowej w zakresie kryptowalut ze wzgl -du na p›e … m czy ni maj nieco wi kszy poziom tej wiadomo ci ni kobiety.

Poziom wiadomo ci finansowej w zakresie kryptowalut w ród ankietowanych m czyzn oka-za› si wy szy ni poziom wiadomo ci badanych kobiet, jednak nadal jest on na niskim poziomie. M czy ni nie tylko wy ej oceniali swoj wiedz na temat kryptowalut ni kobiety, ale równie znali wi cej kryptowalut oraz cz ciej decydowali si na podj cie ryzyka zwi zanego z inwestowaniem w nie. Co wi cej, znaczna cz ankietowanych m czyzn inwestuj cych w kryptowaluty decydo-wa›a si na dywersyfikacj portfela, inwestuj c w kilka ró nych kryptowalut. Natomiast badane kobiety, które decydowa›y si na inwestycj , za-zwyczaj wybiera›y jedn kryptowalut , g›ównie by› to bitcoin.

Mo na zatem przypuszcza , e ni sza wiadomo finansowa w zakresie kryptowalut w ród obj tych badaniem kobiet oraz ich prawdopodobne mniejsze do wiadczenie w inwestowaniu w trady-cyjne aktywa stanowi istotn barier wej cia na rynek kryptowalut.

Spo›ecze stwo powinno zwi ksza poziom wia-domo ci finansowej w zakresie pieni dza cyfrowe-go (kryptowalut). wiadomo ta jest wa na we wspó›czesnym wiecie, gdy waluty kryptograficz-ne staj si coraz popularniejsze. Z jednej strony kryptowaluty mog by form inwestycji, z drugiej mog by alternatyw dla pieni dza fiducjarnego ze wzgl du na rosn c liczb miejsc akceptuj cych p›atno nimi. Niestety w tym obszarze tematycz-nym wyst puje luka badawcza, mimo e takie ba-dania maj istotn warto poznawcz . Niniejsze badanie stanowi skromny wk›ad w wype›nienie tej luki i ma na celu podkre lenie znaczenia tego te-matu.

Przypisy/Notes

[1] wiadomo finansowa w zakresie kryptowalut mo e by przyk›adem w szego uj cia wiadomo ci finansowej. Obejmuje wiedz zwi zan z kryptowalutami, a tak e umiej tno interpretowania finansowych informacji na ich temat czy podejmowania odpowiednich decyzji . wiadomo ta wi e si z byciem odpowiedzialnym za swoje finanse w tym zakresie. Obejmuje znajomo szans, ale równie zagro e , jakie nios ze sob kryptowaluty. Je eli, czyja znajomo tematu ogranicza si do tego, e zna takie poj cie jak bitcoin, token czy kryptowaluta … to taka osoba nie posiada jeszcze wiadomo ci finansowej w tym zakresie.

Bibliografia/References

Coin ATM Radar. (b.d.). Bitcoin ATM installations growth . https://coinatmradar.com/charts/growth/ (dost p: 16.12.2024).

CoinMarketCap. (2024). Today's cryptocurrency prices by market cap . https://coinmarketcap.com/ (dost p: 16.12.2024).

Forbes. (2023). Different types of cryptocurrencies . https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/different-types-of-cryptocurrencies/ (dost p: 20.12.2024).

GIIF. (2024). Sprawozdanie Generalnego Inspektora Informacji Finansowej z realizacji ustawy z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdzia›aniu praniu pieni dzy oraz finansowaniu terroryzmu w 2023 roku . https://www.gov.pl/web/finanse/sprawozdania-roczne-z-dzialalnosci-generalnego-inspektora-informacji-finansowej

ING (2018, czerwiec). ING International Survey. Cryptocurrency . https://think.ing.com/uploads/reports/ING_International_Survey_Mobile_Banking_2018.pdf

Król, K., & Zdonek, D. (2023). Digital assets in the eyes of generation Z: Perceptions, outlooks, concerns. Journal of Risk and Financial Management , 16(1), 22. https://doi.org/10.3390/jrfm16010022

•ukasik, K., & Witczak, J. (2023). Popularno kryptowalut w Polsce . Polski Instytut Ekonomiczny.

Maciejasz, M., & Poskart, R. (2022). Percepcja kryptowalut przez m›odych uczestników rynku finansowego na przyk›adzie Polski i Niemiec. Bank i kredyt , 53(6), 625…650.

Maciejasz, M., & Poskart, R. (2023). Percepcja wspó›czesnego pieni dza i kryptowalut w wietle bada ankietowych na przyk›adzie m›odych u ytkowników pieni dza z Czech i Polski. W: B. Drelich-Skulska, M. Soboci ska, & A. Toma kova (red.), Ekonomiczne, zarz dcze i spo›eczno-kulturowe wymiary relacji polsko-czeskich (288…302). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wroc›awiu.

Maciejasz- wi tkiewicz, M., Lechowicz, N., Tuz, M., & Walu , S. (2013). P›e jako czynnik ró nicuj cy zachowania konsumentów w zakresie dokonywania p›atno ci mi dzynarodowych w obrocie prywatnym. W: U. •angowska-Szcz niak, & A. Bobrowska (red.), Kierunki i determinanty przemian konsumpcji. Aktualne problemy (159…178). Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.

Majewski, M. (2023). Kryptowaluty ... podstawa cyfrowej gospodarki czy bariera rozwoju? W: W. Michalczyk (red.), Ku kryptofinansom? Poszukiwanie miejsca kryptowalut we wspó›czesnych finansach mi dzynarodowych (184…199). Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wroc›awiu.

Michalczyk, W. (2018). Bariery rozwoju bitcoina jako nowej formy pieni dza mi dzynarodowego. Ekonomia XXI Wieku , (1/17), 41…67, https://doi.org/10.15611/e.21.2018.1.03

Nán ez Alonso, S. L., Jorge-Vázquez, J., Arroyo Rodriguez, P., & Sastre Hernández B. M. (2023). Gender gap in the ownership and use of cryptocurrencies. Empirical evicende from Spain. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity , 9(3). https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100103

Ni nik, P. (2023). Polityczne znaczenie kryptowalut ... ankieta. Alcumena , (1/13), 69…76. https://doi.org/10.34813/psc.1.2023.5

Raczkowski, K. (2017). Kryptowaluty ... przysz›o czy zagro enie dla polskiego systemu finansowego. Zarz dzanie i Finanse , 15(4), 37…59.

Rot, A., & Zyga›a, R. (2018). Technologia blockchain jako rewolucja w transakcjach cyfrowych. Aspekty technologiczne i potencja lne zastosowania. Informatyka Ekonomiczna. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wroc›awiu , 4(50). https://doi.org/10.15611/ie.2018.4.09

Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych. (2024). Ogólnopolskie Badanie Inwestorów 2024 … wyniki . https://www.sii.org.pl/17777/aktualnosci/badania-i-rankingi/ogolnopolskie-badanie-inwestorow-2024-wyniki.html (dost p: 18.12.2024).

Studenski, R. (2004). P›e a podejmowanie ryzyka. Przegl d psychologiczny , 47(2), 147…156.

TripleA. (b.d.). Cryptocurrency adoption is growing worldwide . https://www.triple-a.io/cryptocurrency-ownership-data (dost p: 20.12.2024).

Mgr Patrycja Wodzi ska

Od 2024 r. doktorantka Szko›y Doktorskiej Uniwersytetu Opolskiego w dyscyplinie ekonomia i finanse. Uko czy›a studia magisterskie na Wydziale Ekonomicznym Uniwersytetu Opolskiego na dwóch kierunkach: finanse i rachunkowo (2023 r.) oraz ekonomia (2024 r.).

Mgr Patrycja Wodzi ska

Since 2024, a doctoral student of the Doctoral School of the University of Opole in the discipline of economics and finance. She graduated from the Faculty of Economics at the University of Opole with a master's degree in two fields: finance and accounting (2023) and economics (2024).