

Prvá výplata pod vplyvom sociálnych sietí. Ako naučiť mladých narábať s peniazmi?

Bratislava, 20. august 2026 – Prvá výplata z brigády je pre mladých príležitosťou nielen splniť si prvé želania, ale aj vytvoriť si finančné návyky, ktoré ich môžu sprevádzať celý život. V čase, keď čoraz viac rád o sporení či investovaní prinášajú sociálne siete, je dôležité vedieť sa v množstve informácií zorientovať a naučiť sa rozhodovať podľa vlastných možností a cieľov. Podľa Jozefa Bárdyho, tímového riaditeľa spoločnosti Simplea, dôležitú úlohu zohrávajú rodičia, ktorí formujú prvý vzťah k peniazom, aj finančný konzultant, ktorý môže mladému človeku pomôcť postupne nastaviť vlastnú finančnú cestu.

Finančná gramotnosť obyvateľov Slovenska sa za posledných 15 rokov výraznejšie neposunula a v schopnosti správne narábať s peniazmi naďalej zaostávame za priemerom Európskej únie. „Keď som v roku 2008 prvýkrát začal vzdelávať o finančnej gramotnosti na školách, boli sme na predposlednom mieste v EÚ. Dnes sme na tom prakticky rovnako,“ konštatuje **tímový riaditeľ spoločnosti Simplea Jozef Bárdy**. Za jeden z nedostatkov považuje rozdiel medzi tým, ako ľudia hodnotia svoje finančné vedomosti, a tým, ako s peniazmi reálne zaobchádzajú. Nové možnosti aj výzvy prináša digitalizácia. Informácie o financiách sú dnes dostupnejšie než kedykoľvek predtým, zároveň je však náročnejšie zorientovať sa v ich množstve, posúdiť ich dôveryhodnosť a vybrať si tie, ktoré zodpovedajú konkrétnej životnej situácii. Digitálne prostredie mení aj spôsob, akým peniaze míňame. Pri bezhotovostných platbách ich fyzicky nevidíme a ich úbytok preto nemusíme vnímať tak bezprostredne ako pri hotovosti.

TikTok môže tému otvoriť, nemal by však rozhodovať

Mladí ľudia dnes získavajú čoraz väčšiu časť informácií práve zo sociálnych sietí. Podľa prieskumu agentúry NMS trávia Slováci na sociálnych sieťach najčastejšie dve až tri hodiny denne, pričom z generácie Z sa do dvoch hodín zmestí iba šesť percent opýtaných. Platformy ako TikTok či Instagram sa tak prirodzene stávajú aj miestom, kde mladí hľadajú rady o financiách a investovaní, často od takzvaných finfluencerov.

Pred finfluencerami varuje aj Národná banka Slovenska

Podľa nej sa mnohí finfluenceri iba prezentujú ako finanční experti. Ich rady však môžu byť nesprávne, zavádzajúce alebo motivované skrytými záujmami – propagácia produktu môže sledovať zisk finfluencera a nie výhodnosť produktu pre diváka. „Najväčším problémom je zodpovednosť. Za radu z videa ju nenesie nikto – ak sa nevydarí, stratu znáša iba ten, kto radu poslúchol. Licencovaný konzultant podlieha dohľadu NBS a za svoje odporúčania zodpovedá. Pri videu však často nevidíte, kto ho v skutočnosti zaplatil. Mnohé rady sú skrytou reklamou, čo znamená, že nesledujú záujem diváka, ale toho, kto si ich objednal,“ dopĺňa Jozef Bárdy.

Je pozitívne, ak sociálne siete prebudia záujem mladých o to, ako naložiť s prvými zarobenými peniazmi, nemali by však zostať ich jediným zdrojom informácií. Pri finančných rozhodnutiach je preto dôležité informácie overovať a pozerať sa na svoju finančnú situáciu komplexne.

„Investovanie by sa nemalo začínať výberom produktu, ale pomenovaním cieľov a komplexným pohľadom na finančnú situáciu človeka. Inak má nastavené financie študent, ktorý si odkladá prvé peniaze z brigády, a inak človek, ktorý rieši auto, vlastné bývanie, hypotéku alebo dôchodok. Portfólio preto musí byť primerane nastavené a spolu s klientom sa má meniť aj jeho finančná stratégia,“ vysvetľuje Bárdy.

Sociálne siete neovplyvňujú len investovanie, ale aj mýňanie

Vplyv sociálnych sietí sa nekončí pri radách finfluencerov. Mladým zároveň denne ukazujú obraz úspechu spojený s drahými značkami, najnovšou elektronikou či životným štýlom, ktorý si často ešte nemôžu dovoliť. Práve prvá výplata z brigády sa tak môže rýchlo zmeniť na statusový nákup namiesto prvého kroku k vytvoreniu rezervy alebo majetku.

„Typickým príkladom je nákup elektroniky. Nový značkový smartfón môže stáť 1 400 eur, zatiaľ čo o niečo starší model s porovnateľnými funkciami je dostupný približne za polovicu. Ak telefón neslúži ako pracovný nástroj, ktorý človeku zarába peniaze, cenový rozdiel je najmä nákladom na status. Rovnaká suma by pritom mohla vytvoriť základ finančnej rezervy alebo dlhodobej investície,“ uvádza tímový riaditeľ spoločnosti Simplea.

Rozprávať, vzdelávať a ešte raz rozprávať

Prvé finančné návyky sa začínajú rozhovorom v rodine. Prvá výplata z brigády je vhodnou príležitosťou, aby sa rodičia s mladým človekom porozprávali o tom, koľko môže minúť, koľko by si mal odložiť a aký cieľ chce svojimi úsporami dosiahnuť.

„Úlohou rodičov nie je rozhodovať zaňho, ale naučiť ho rozlišovať medzi spotrebou, rezervou a dlhodobým budovaním majetku. Mali by ho tiež viesť k overovaniu finančných rád a vysvetliť mu, že ciele sa postupne menia – od vodičského preukazu či auta cez vlastné bývanie až po zabezpečenie na dôchodok,“ hovorí Jozef Bárty. Rozhovor o peniazoch by preto nemal byť jednorazovou prednáškou, ale prirodzenou súčasťou dospievania.

Nečakať, čo zostane

Niekoľko eur z brigády sa môže zdať ako nepodstatná suma, a tak ich mladý človek ľahko minie na drobnosti. Pri prvej výplate však nie je najdôležitejšie, koľko si odloží, ale že si vytvorí návyk, ktorý mu zostane aj pri vyššom príjme. *„Mladí si často myslia, že majú čas. A majú pravdu – práve čas je pri budovaní majetku ich najväčšou výhodou. Nesmú ho však premárniť. Najdôležitejšie je nevytvoriť si návyk: mám peniaze, tak ich miniem,“* upozorňuje tímový riaditeľ spoločnosti Simplea.

Základný princíp znie: Príjem – odložiť si (investovať) = zvyšok minúť. Mladý človek by si mal časť peňazí odložiť hneď po prijatí výplaty a až potom míňať. *„Pomôcť mu môže pravidlo 10 – 20 – 30 – 40: desať percent príjmu smeruje na krátkodobú rezervu, dvadsať percent na dlhodobé investovanie, tridsať percent predstavuje maximálny strop splátok úverov a štyridsať percent zostáva na spotrebu. Pri dlhodobom investovaní je pritom základom dobrej stratégie kvalitné akciové portfólio, nie iba jeden index. Ak ešte nemá úver, príslušnú časť môže využiť na zvýšenie rezervy, investície alebo konkrétny cieľ. Väčšina ľudí čaká, či im po odpočítaní výdavkov niečo zostane. Finančne úspešní ľudia to robia opačne: z príjmu si najprv odložia a žijú zo zostatku,“* vysvetľuje Jozef Bárty.

Okomentoval(a): [LS1]: Odsránili sme zátvorku a rozvinuli sme myšlienku do textu.

Rodič učí návyky, konzultant pomáha nastaviť cestu a disciplínu

Zodpovedný vzťah k peniazom sa vytvára ešte pred prvou výplatou. Finančný konzultant môže návyky vytvorené v rodine premeniť na konkrétny plán, pomôcť mladému človeku



pomenovať ciele, vysvetliť riziká a nastaviť stratégiu, ktorá sa bude meniť spolu s jeho životnou situáciou. Prvá konzultácia preto nemusí prísť až pri hypotéke, ale už pri prvej výplate z brigády. Podľa Jozefa Bárdyho, tímového riaditeľa spoločnosti Simplea, môže na začiatku ísť o pár eur z brigády a vytvorenie rezervy. Neskôr prídu vlastné bývanie, hypotéka, ochrana príjmu či investovanie na dôchodok. Úlohou profesionála je sprevádzať klienta jednotlivými etapami života, nie iba jednorazovo odporučiť produkt.

O SIMPLEA FINANCIAL SERVICES, S. R. O.

Simplea vstúpila na slovenský trh v roku 2021. Je súčasťou českej finančnej skupiny Partners, ktorej obrat presiahol v roku 2025 8 miliárd českých korún (≈325 miliónov eur). Do skupiny patrí finančno-poradenská spoločnosť Partners Financial Services, ktorá je najväčšou spoločnosťou zaoberajúcou sa finančným plánovaním a sprostredkovaním v Českej republike. Do skupiny patrí, okrem slovenskej poradenskej spoločnosti Simplea Financial Services, Simplea poisťovňa, penzijná spoločnosť Rentea, Partners investičná spoločnosť, realitné fondy Trigea a Merity a vydavateľstvo NextPage. V roku 2024 spustila skupina Partners prvú poradenskú Partners Banku a expandovala do Rumunska. Počet klientov spoločnosti Simplea Financial Services v roku 2025 presiahol 23 000. Stará sa o nich viac ako 200 konzultantov. Okrem poradenských kancelárií prevádzkuje 25 franšízových pobočiek Simplea Point. Objem investičných prostriedkov, ktoré Simplea spravuje pre svojich klientov, dosiahol 120 miliónov eur a naďalej rastie.

Kontakt pre médiá

Lenka Bubelínyová
Account Manager
simplea@arthurmedia.sk

SIMPLEA FINANCIAL SERVICES, s.r.o.

MIEROVÁ 83 821 05 BRATISLAVA NBS SFA: 262 024

IČO: 53725654 DIČ: 2121548506 IČ DPH: SK7120002120

simplea.