

Young Money Matters

ČESKÁ REPUBLIKA · ZÁŘÍ 2024





Slovo vydavatele

Young Money Matters je prvním průzkumem svého druhu zaměřeným na mladé lidi a jejich peníze, který byl proveden současně v České republice, Polsku a Rumunsku, tedy na třech největších trzích, kde společnost **Cook Communications** působí. Jde také o průzkum, který je opravdu nezávislý. Dotazníky, z nichž průzkum vychází, byly vyvinuty našimi týmy v Praze, Varšavě a Bukurešti. Následně jsme pověřili společnost GfK, aby vlastní průzkumy provedla v každé z těchto zemí. Nakonec jsme se obrátili na zkušeného finančního novináře, aby surová data převzal a přetvořil je do ucelených a snadno srozumitelných zpráv.

Nápad na vytvoření Young Money Matters vznikl před časem během inspirativního rozhovoru se skvělými lidmi z londýnské společnosti **MRM**, se kterou jsme měli společného klienta v sektoru maloobchodních finančních služeb. Společnost Cook Communications od svého založení v roce 2003 poskytuje poradenství klientům, kteří potřebují finanční PR v oblasti bankovníctví, kapitálových trhů, vztahů s investory, fúzí a akvizic, private equity a maloobchodních finančních služeb. Young Money Matters je přirozeným rozšířením našeho širšího záběru v oblasti finanční komunikace.

K průzkumu Young Money Matters jsme zaujali investigativní, novinářský přístup. Naše dotazníky byly navrženy tak, aby shromáždily základní informace, identifikovaly vzorce chování a nastolovaly témata, která by bylo možné podrobněji prozkoumat. Kromě vlastních údajů se naše studie odvolávají na oficiální statistiky a další nedávné průzkumy, aby poskytly kontext a doplňující informace a potvrdily nebo zpochybnilly zjištění našeho vlastního průzkumu. V kostce tedy nastíníme naše poznatky a předložíme několik myšlenek, a poté se již budeme těšit na příští ročník Young Money Matters.

Doufáme, že naše první studie Young Money Matters podnítky diskusi v sektoru finančních služeb, v médiích a mezi pedagogy, regulačními orgány, a především mladými Čechy, Poláky a Rumuny.

Joe Cook



Slovo editora

S velkým potěšením vám představuji první vydání studie Young Money Matters.

Jako rodič po padesátce si, stejně jako mnoho jiných lidí v mém věku, často myslím, že mladé lidi znám a vím, co si myslí. Během psaní této studie jsem si ovšem uvědomil, že, pravděpodobně stejně jako generace předchozí, nikdy nerozumíme mladým lidem tak, jak bychom si mohli myslet.

O mladých lidech panuje řada mylných představ, včetně té, že si neváží peněz a neví, jak s nimi hospodařit. Oproti očekávání však tato studie ukazuje, že dnešní mladí lidé v České republice, Polsku a Rumunsku nejen spoří – ale také se aktivně zajímají o to, kam své peníze investují a jak je utratí. Přesto by hodiny vzdělávání v oblasti osobních financí jistě přišly vhod.

Další rozšířenou mylnou představou je, že dnešní mladí lidé jsou nejnešťastnější generací vůbec. Naš průzkum však zjistil, že mezi mladými lidmi panuje všeobecný optimismus a důvěra v jejich osobní i finanční ambice a budoucnost obecně.

A to vše navzdory sérii lock-downů během pandemie, současné krizi životních nákladů a situaci na trhu s nemovitostmi, která mnohým znemožňuje pořídit si vlastní bydlení. A také navzdory skutečnosti, že většina mladých lidí akceptuje, že životní náklady nadále porostou přinejmenším další rok.

Doufám, že si tento report užijete stejně jako my při jeho přípravě – a že se dozvíte něco nového o tom, jak dnešní mladí lidé vnímají svou finanční situaci a jak jim můžeme nejlépe pomoci ji zlepšit.

Nicholas Watson

Úvod

Hlavním cílem studie Young Money Matters bylo zjistit současnou finanční situaci, postoje k penězům a finančním produktům a zdroje informací o hospodaření s penězi, které využívají mladí lidé ve věku 18 až 35 let.

Kvantitativní studii, která slouží jako základ naší studie Young Money Matters, provedla společnost GfK koncem května 2024 na základě dotazníků, které připravila společnost Cook Communications.

GfK se dotazovala 500 Čechů ve věku 18–35 let, přičemž nejpočetnější skupinu (40 %) tvořili lidé ve věku 30–35 let (mileniálové). Další tři skupiny (převážně generace Z) byly následující: 18–21 (20 %), 22–25 (19 %) a 26–29 (22 %).

Co se týče vzdělání, 31 % našich respondentů mělo vysokoškolské vzdělání, 44 % středoškolské vzdělání s maturitou, 16 % navštěvovalo střední školu a 10 % odborné učiliště. Dotazovaní bydleli v různých obcích, vesnicích i městech po celé České republice. Poměr pohlaví respondentů byl 50 % mužů a 50 % žen.

HDP 326,5 miliardy USD
počet obyvatel 10,9 milionu
HDP na obyvatele 29 801 USD

Zdroj: IMF World Economic Outlook 2024, národní statistiky



Klíčová zjištění

- Přibližně polovina mladých Čechů je zaměstnána na plný úvazek, přičemž 60 % z nich má příjem nižší, než je celostátní průměr 46 013 Kč* (1 812 EUR). Nižší mzdy jsou častěji zaznamenány u žen a osob ve věku 18–21 let.
- Mladí Češi utratí nejvíce svých příjmů za jídlo (24 %), následují úspory a nájem (obojí 14 %). Lidé s vyššími příjmy vynakládají na úspory téměř stejnou částku jako na potraviny.
- 45 % má úspory na pokrytí dvou až pěti měsíců životních nákladů, dalších 23 % pak dokonce na pokrytí šesti měsíců. Třetina má úspory jen na jeden měsíc nebo méně.
- Více než polovina (56 %) mladých Čechů žije s manželem nebo dětmi, zatímco třetina (34 %) stále bydlí u rodičů. Další 31 % žije v pronajatých bytech.
- Nejoblíbenějšími finančními produkty mezi mladými Čechy jsou hotovostní/běžné účty a spořicí účty (74 %, resp. 69 %).
- Respondenti projevili největší zájem o investování do akcií (19 %), investičních fondů (17 %) a kryptoměn (16 %).
- 13 % Čechů ve věku 18–35 let se buď samo setkalo s podvodem s finančními produkty, nebo zná někoho, kdo se s ním setkal. Nejčastěji uváděnými případy byly podvody související s kryptoměny.
- Mladí Češi se při hledání informací o osobních financích spoléhají především na internet (47 %), těsně následují rady rodičů (38 %), bank/finančních institucí (37 %) a přátel (35 %). Více než pětina navíc sleduje na internetu finanční influencery a má k jejich radám velkou důvěru.
- Udržitelnost je prioritou pro každého pátého mladého Čecha, ale jen polovina respondentů zná pojem „etické“ investování.
- 58 % mladých Čechů očekává, že životní náklady v příštím roce porostou, ale dvě třetiny (67 %) mladých Čechů stále považují své finanční cíle za dosažitelné.

*Průměrná hrubá měsíční mzda ve 4. čtvrtletí 2023, Český statistický úřad.

Zaměstnání a příjmy

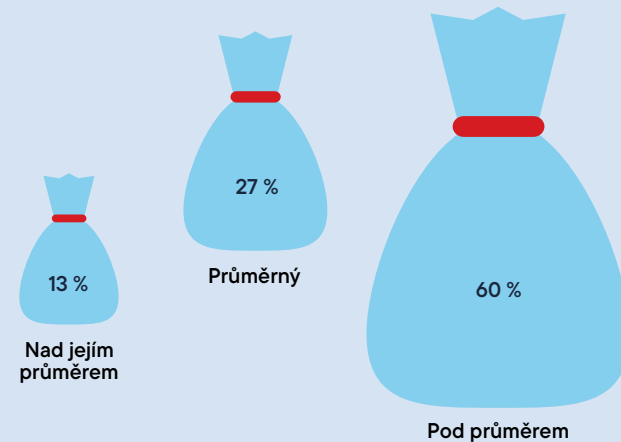
V našem průzkumu Young Money Matters byla polovina respondentů (49 %) zaměstnána na plný úvazek, přičemž nejvyšší výskyt byl ve věkové skupině 26–29 let (60 %) a 30–35 let (67 %). Ostatní kategorie – samostatně výdělečně činní, zaměstnaní na částečný úvazek, podporovaní rodinou – se v našem průzkumu pohybovaly pod 10 %. Studenti tvořili 22 % respondentů.

To odpovídá míře účasti na trhu práce v České republice, která v červenci 2024 činila 59,9 %. Česká republika má vyšší míru účasti na trhu práce než ostatní námi sledované země – Polsko s 58,5 % a Rumunsko s 51,5 % – což odráží její silnou ekonomiku, jednu z nejnižších měr nezaměstnanosti v EU, relativně vysoký podíl osob v produktivním věku a kulturní důraz na práci a zaměstnanost.

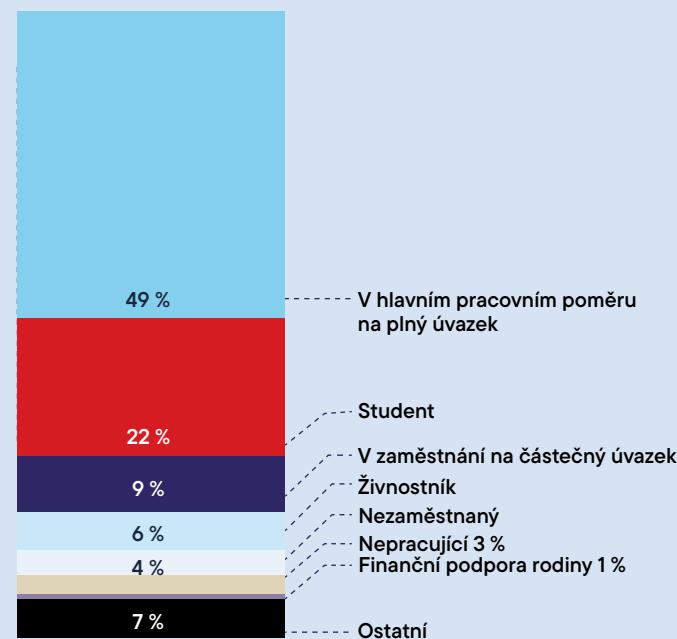
Přesto je na českém trhu práce velký rozdíl mezi účastí mužů a žen, přičemž účast žen je výrazně nižší (51,9 % oproti 68,6 %). V České republice je také vyšší rozdíl v odměňování žen a mužů (16,4 %), než je průměr Evropské unie (13 %). To se odráží i v našem průzkumu, kdy ženy tvoří větší procento (11 %) v kategorii „ostatní“ zaměstnání a větší podíl ve skupině s podprůměrnými příjmy: v případě žen je to 66 % oproti 54 % u mužů.

Navzdory nízké míře nezaměstnanosti v České republice (v červenci jen 2,6 %) a obecně napjatým podmínkám na trhu práce vydělávalo 60 % respondentů méně než celostátní průměrnou hrubou měsíční mzdou 46 013 Kč. Nepřekvapí, že většina těch, kteří vydělávali více než průměrnou mzdou a přibližně stejně jako průměrnou mzdou, patřila do kategorie zaměstnanců pracujících na plný úvazek.

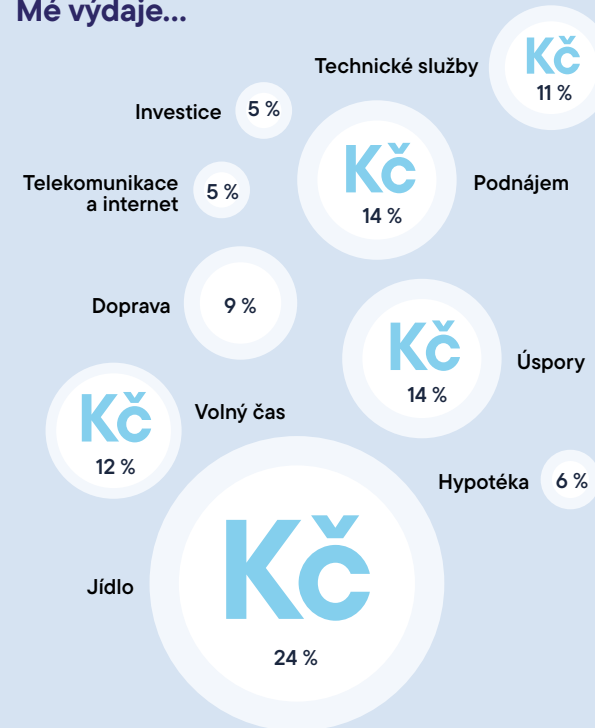
Měsíční příjem podle celostátní průměrné hrubé měsíční mzdy



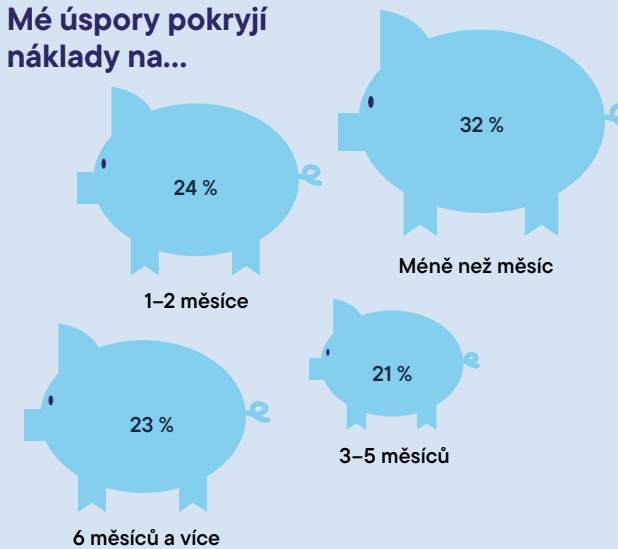
Zaměstnání



Mé výdaje...



Mé úspory pokryjí náklady na...



Za co mladí Češi utrácejí

Vzhledem k tomu, že 60 % Čechů vydělává méně než průměrnou mzdou, je zřejmé, že mnoho českých příslušníků generace Z a mileniálů nemá dostatek peněz. 40 % mladých Čechů uvedlo, že kvůli finančním důvodům odložili alespoň jedno důležité životní rozhodnutí. Jak tedy rozdělují své měsíční platy?

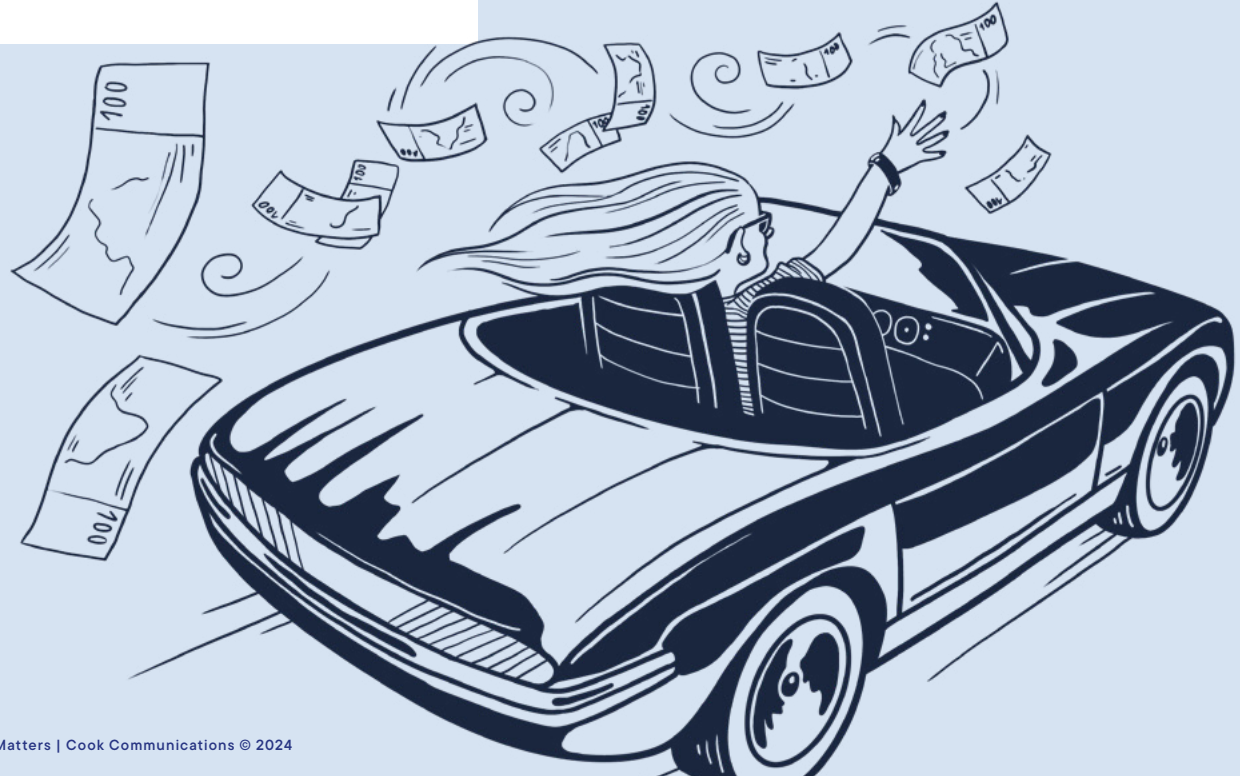
Z našeho průzkumu vyplynulo, že mladí Češi utrácejí nejvíce peněz za jídlo. V průměru jde na jídlo asi čtvrtina (24 %) jejich měsíčního příjmu, přičemž tento podíl je výrazně vyšší u žen, osob s nižšími příjmy, než je celostátní průměr, a ve věkové skupině 18–21 let.

Pozoruhodné je, že úspory byly našimi respondenty uvedeny jako druhý největší výdaj spolu s nájmem, oba ve výši 14 % jejich měsíčního platu. Investice činily v průměru 5 %, což znamená, že v průměru 19 % měsíčního příjmu jde v té či oné formě do aktiv. Je zřejmé, že nejvíce spoří lidé s vyššími příjmy (19 %). Méně zřejmě je, že nejvíce spoří nejmladší věková skupina (18 % platu u skupiny 18–21 let). Na dalším místě byly výdaje na volnočasové aktivity (v průměru 12 %), následované výdaji na veřejné služby (v průměru 11 %), k čemuž nepochybně přispěl prudký nárůst cen energií (nedávná studie zjistila, že energetická chudoba se nyní týká 15 % českých domácností). Významným výdajem byla také doprava s průměrnou hodnotou 9 %.

I když i jiné studie poukazují na to, že mladé generace spoří více než dříve, někteří odborníci upozorňují, že mladí lidé mají obecně tendenci přeceňovat výši svých úspor. A samozřejmě několik pilných spořitelů má tendenci zkreslovat průměrné výsledky a zakrývat mnohem větší počet těch, kteří jen proplouvají.

Z našeho průzkumu Young Money Matters totiž vyplynulo, že nejpočetnější skupina respondentů v průzkumu, 32 % české generace Z/mileniálů, si dává stranou jeden měsíční plat nebo méně, přičemž u věkové skupiny 18–21 let toto číslo vzrostlo na 40 %. To naznačuje, že spořit peníze je pro osoby z nejnižších příjmových skupin obtížné, přesto, že by mohly tvrdit opak. Dalších 24 % respondentů uvedlo, že mají naspořeno jeden až dva měsíční příjmy na pokrytí životních nákladů, 21 % má naspořeno na tři až pět měsíců, a 23 % (52 % v nejvyšší příjmové skupině) má úspory ve výši šesti měsíčních příjmů nebo více.

Vysoké procento těch, kteří mají úspory na více než tři měsíce (44 %), naznačuje, že zmatky způsobené pandemií Covid s propouštěním, neplaceným volnem a lockdownem vtiskly dnešní mládeži určitou peněžní opatrnost.



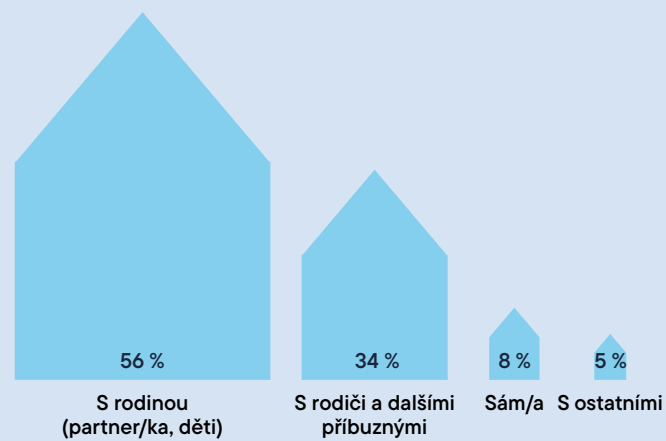
Pokud se podíváme detailněji na oblast bydlení, zjistíme, že nájemné je na druhém místě s úsporami, které tvoří v průměru 14 % měsíčního platu, zatímco lidé s hypotékou věnují na tyto platby v průměru 6 % svého měsíčního platu.

V průzkumu pouze 16 % respondentů uvedlo, že vlastní bydlení (oproti 39 %, kteří uvedli vlastní bydlení mezi svými třemi největšími finančními cíli). To není nijak překvapivé vzhledem k tomu, že Česká republika, stejně jako další země střední a jihovýchodní Evropy, zažívá krizi bydlení, neboť vysoká poptávka po bydlení a nízká nabídka nových bytů způsobily prudký nárůst cen. Podle nejnovější studie *Property Index* společnosti Deloitte, která vypočítává dostupnost vlastnického bydlení na základě počtu průměrných hrubých ročních platů potřebných k pořízení standardizovaného nového bydlení o průměrné velikosti 70 m², je Česká republika s hodnotou 13,3 ročního platu na druhém místě za Slovenskem s 14,1 ročního platu. *Hospodářské noviny* informovaly, že Češi stále častěji používají jako zástavu hypotečního úvěru nemovitost svých rodičů, a zvyšují tak procento hodnoty nemovitosti, které je banka ochotna půjčit.

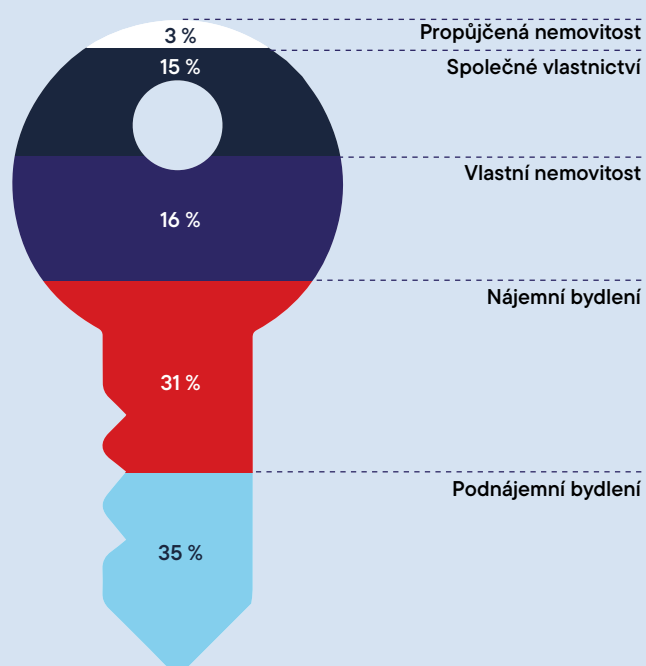
Také nájemné je v České republice vysoké. Průměrné měsíční nájemné v Praze činí 14,4 eur/m², což je hned za Varšavou, kde činí 15,2 eur/m². Neexistuje mnoho známek toho, že by se tato situace měla v dohledné době zmírnit. Nedávná studie zjistila, že například ceny nájmu kolejí na velkých českých univerzitách v celé zemi v nadcházejícím akademickém roce dále porostou. Největší nárůst zaznamená Česká zemědělská univerzita v Praze (ČZU), a to z 8 073 Kč měsíčně na 8 970 Kč za jednolůžkový pokoj.

Není tedy divu, že 34 % respondentů našeho průzkumu uvedlo, že stále žije s rodiči nebo jinými příbuznými. U mužů je to až 40 %. Více než polovina mladých Čechů (56 %) žije se svým manželem či manželkou nebo dětmi. S rodinou žijí častěji ženy, lidé ve věku 26–35 let a lidé s vyššími příjmy. Více než třetina z nich žije v domě, který vlastní jejich spolubydliči.

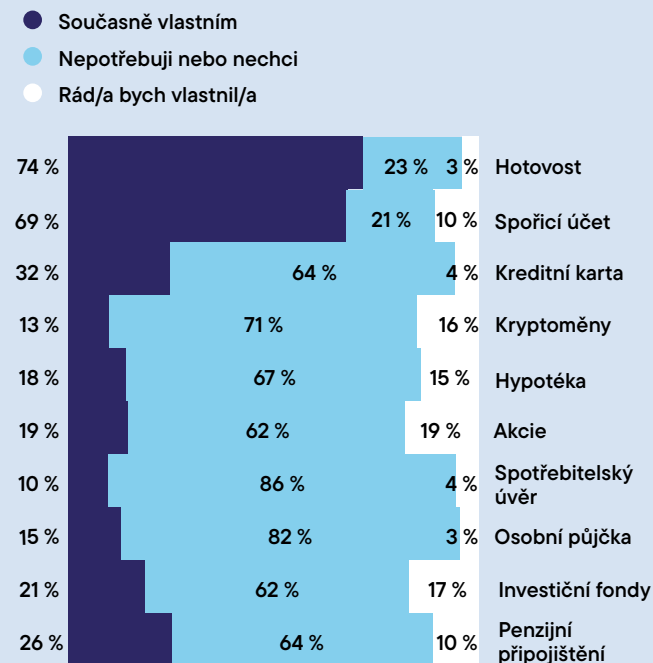
Kde bydlím...



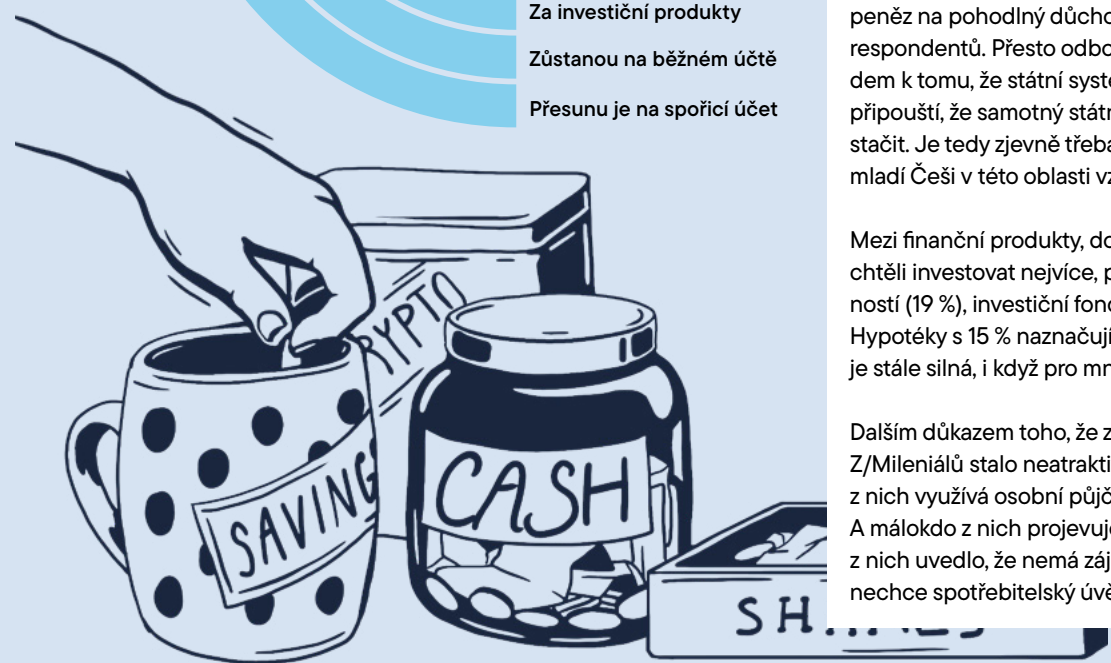
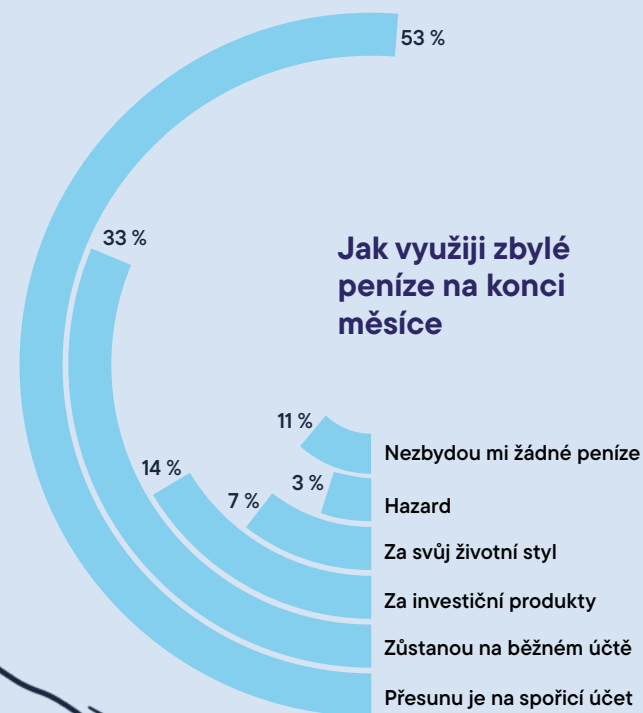
Vlastnictví nemovitosti



Mé finanční produkty...



Jak využiji zbylé peníze na konci měsíce



Jak si mladí Češi spoří

Kde mladí Češi spoří a investují své peníze, nehledě na to, že mají tendenci přeceňovat výši svých měsíčních rezerv?

Nejoblíbenějšími finančními nástroji mladých Čechů jsou hotovost nebo běžné účty (74 %) a spořicí účty (69 %). Jak ukázaly jiné průzkumy, příliš mnoho Čechů stále považuje hotovost nebo běžný účet za nejvhodnější způsob spoření, což znamená, že část svých úspor ztrácí kvůli inflaci, která byla vysoká zejména v letech 2022 a 2023. Průzkum Young Money Matters zjistil, že druhou nejoblíbenější volbou pro jakékoli úspory je ponechat je na běžném účtu (33 %). Tato strategie je nejčastější (50 %) u nejmladší věkové kategorie 18–21 let. Přesun případných zbylých peněz na spořicí účet je nejoblíbenější strategií, kterou deklaruje více než polovina (53 %) dotázaných.

Utratit zbylé peníze za životní styl se rozhodlo 7 % respondentů, zatímco další 3 % uvedla, že by je vsadila (vsadilo by si 5 % mužů, žádná z žen tuto možnost neuvedla). A 11 % dotázaných uvedlo, že jim na konci měsíce nikdy žádné peníze nezbyvají.

Osoby ve věku 30–35 let a osoby s příjmy nad celostátním průměrem častěji využívají finanční produkty ve srovnání s ostatními podskupinami. Po běžných a spořicích účtech jsou nejoblíbenějšími finančními produkty často obligátní pojistné produkty, tedy pojištění domácnosti (34 %) nebo životní pojištění (32 %), dále kreditní karty (32 %) a penzijní připojištění/penzijní pojištění (26 %). Nepřekvapí, že na penzijní připojištění nejčastěji přispívají starší (41 %) a příjmově silnější (48 %) skupiny; do penzijního připojištění investuje pouze 20 % příjmově slabší skupiny a 10 % skupiny 18–21 let, protože, jak zjistily i jiné průzkumy, je z jejich pohledu odchod do důchodu příliš vzdálenou budoucností. Finanční cíl „zajistit si dostatek peněz na pohodlný důchod“ byl prioritou pouze pro 4 % respondentů. Přesto odborníci upozorňují, že vzhledem k tomu, že státní systém prochází změnami a vláda připouští, že samotný státní důchod nemusí na důchod stačit. Je tedy zjevně třeba vyvinout větší úsilí, aby se mladí Češi v této oblasti vzdělávali.

Mezi finanční produkty, do kterých by podle respondentů chtěli investovat nejvíce, patří akcie kótovaných společností (19 %), investiční fondy (17 %) a kryptoměny (16 %). Hypotéky s 15 % naznačují, že touha po koupi nemovitosti je stále silná, i když pro mnohé spíše nedostupná.

Dalším důkazem toho, že zadlužení se pro generaci Z/Mileniálů stalo neatraktivním, je možnost to, že jen 15 % z nich využívá osobní půjčku a 10 % spotřebitelský úvěr. A málokdo z nich projevuje ochotu o to usilovat: 82 % z nich uvedlo, že nemá zájem o osobní půjčku, a 86 % nechce spotřebitelský úvěr.

Znalosti a vzdělání

Příslušnost k digitální generaci a vzestup kryptoměn se nevyhnutelně projevily na finanční bezpečnosti mladých Čechů. Nejméně 13 % Čechů ve věku 18–35 let uvedlo, že se osobně stali nebo znají někoho, kdo se stal obětí finančního podvodu. Jako nejčastější se jeví podvody týkající se kryptoměn (5 procentních bodů z těchto 13 %), následované podvody týkajícími se akcií, cizích měn nebo nemovitostí (po 3 procentních bodech).

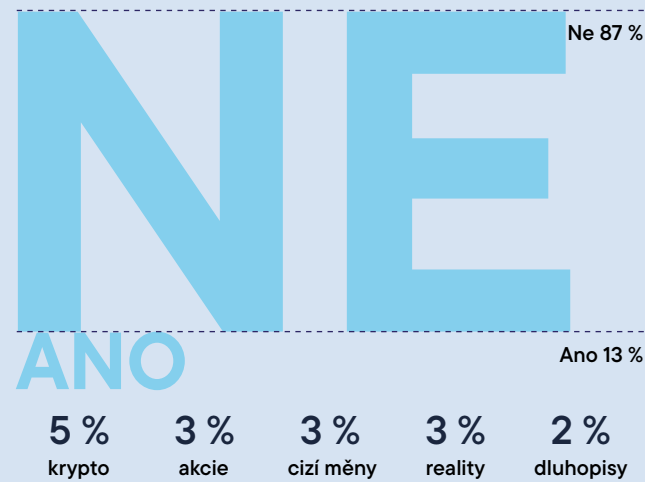
Vzhledem k této míře finanční kriminality je více než kdy jindy důležité, aby se mladým lidem v České republice i jinde dostalo odpovídajícího vzdělání v oblasti správy peněz a investic. Hlavním zdrojem informací o správě financí je pro mladé Čechy vyhledávání na internetu, kdy tuto metodu využívá téměř polovina z nich (47 %), zejména muži a osoby ve věku 26–29 let. V těsném závěsu následují rodiče (38 %), a to zejména pro věkovou skupinu 18–21 let, banky/finanční instituce (37 %) a přátelé (35 %). Pouze 14 % respondentů uvedlo, že se jim ve škole dostává vzdělání v oblasti osobních financí, což naznačuje, že existuje velký prostor pro úřady, aby mladé lidi lépe připravily na to, jak spravovat své finance.

Mezi mladými Čechy je také patrný vzestup finančních influencerů/blogerů, tzv. „finfluencerů“. Téměř čtvrtina (22 %) respondentů uvedla, že sleduje alespoň jednoho finančního influencera na internetu (u osob ve věku 18–21 let je to až 40 %), přičemž první tři místa obsadili: Kovy (19 %), Erik Meldik (12 %) a Ondřej Koběřský (7 %). Téměř 70 % těch, kteří sledují nějakého finančního influencera, uvedlo, že jeho radám důvěřuje, a naprostá většina (82 %) tvrdila, že je zřejmé, když jejich příspěvky obsahují placenou propagaci.

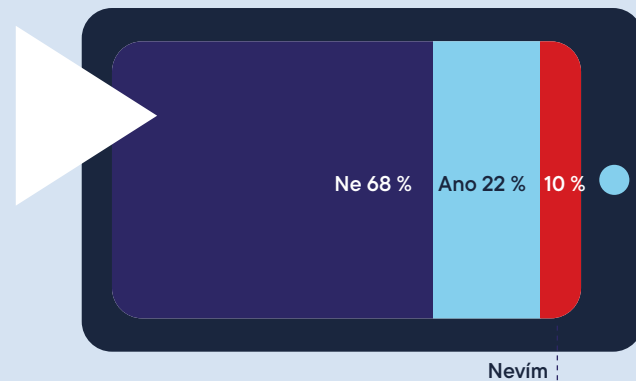
Stojí za zmínku, že v České republice, stejně jako v mnoha jiných zemích, nejsou finanční influenceři ze zákona povinni absolvovat žádné formální školení ani dodržovat žádný kodex, a přestože by se mohli dostat do rozporu s finančními předpisy, nejsou formálně regulováni.

Podle České národní banky, která je finančním regulátorem v zemi, není pojem „finfluencer“ právním pojmem, takže je vždy nutné posoudit jejich konkrétní činnost a obsah poskytovaných informací, aby bylo jasné, zda se na ně vztahuje zákon o podnikání na kapitálovém trhu.

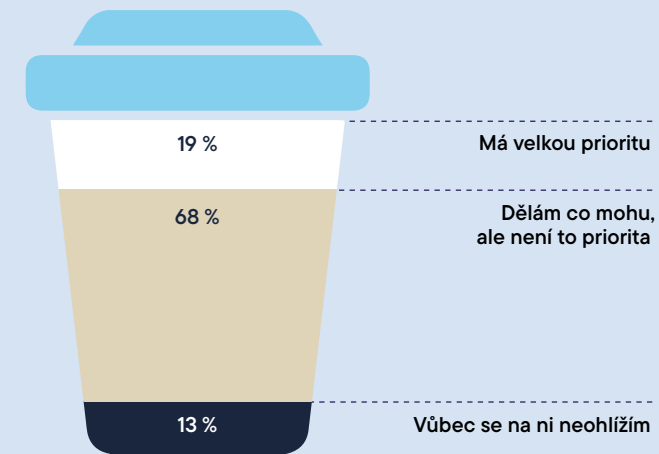
Jste obětí finančního podvodu?



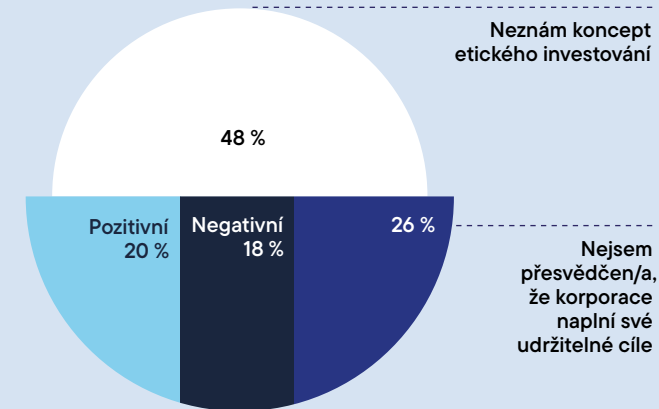
Sledujete nějakého finančního influencera?



Je pro vás udržitelnost důležitá?



Jaký máte postoj k etickému investování?



Zelené bydlení, zelené investování

Udržitelnost je významnou osobní prioritou pro každého pátého Čecha (19 %) ve věku 18–35 let, i když s věkem se tento podíl snižuje z 26 % ve věkové skupině 18–25 let na 14 % ve věkové skupině 30–35 let. Téměř dvě třetiny našich respondentů, tj. 68 %, uvedly, že dělají, co mohou, pokud jde o udržitelnost, ale není to jejich prioritou, přičemž tento přístup je častější u žen než u mužů (71 % oproti 65 %). Navíc 13 % respondentů udržitelnost vůbec nezohledňuje, a to především osoby ve věku 30–35 let (20 %).

Tato rozpolcenost se přenáší i na postoje k zelenému nebo také etickému investování. Téměř polovina příslušníků generace Z/Mileniálů (48 %) uvedla, že pojem etické investování vůbec nezná, zatímco čtvrtina (26 %) projevuje známou českou skepsi k tomu, že korporace skutečně přispějí k ochraně klimatu a splní své cíle v oblasti udržitelnosti. Takto skeptický postoj k zelenému investování se projevili i v jiných studiích: ve studii z roku 2021 uvedlo jen 37 % Čechů, že ví o možnosti investovat do společností usilujících o udržitelnost, ale mezi mladými lidmi to bylo 54 %.

Z 20 % respondentů Young Money Matters, kteří mají pozitivní názor na etické investování, jich 10 % věří, že představuje silnou investiční příležitost. Pouze 7 % vyjádřilo zájem o etické investování, zatímco ještě méně, 6 %, uvedlo, že skutečně provedlo etickou investici.

Mladí Češi zůstávají pozitivní

Přes všechny obavy z klimatické krize, krize životních nákladů a rostoucí nedostupnosti bydlení jsou mladí Češi, navzdory tomu, co se často objevuje v novinových titulcích, pozoruhodně optimističtí, pokud jde o budoucnost, a obecně pozitivní, pokud jde o naplnění jejich finančních cílů. To potvrzují i další celosvětové průzkumy, například *průzkum společnosti Deloitte 2024 Gen Z a Millennial Survey*, který zjistil, že téměř polovina příslušníků generace Z (48 %) a čtyři z deseti mileniálů (40 %) očekávají v příštím roce zlepšení své osobní finanční situace. Jiný průzkum zjistil, že téměř dvě pětiny Čechů se domnívají, že letos budou lépe spravovat své finance než v roce 2023.

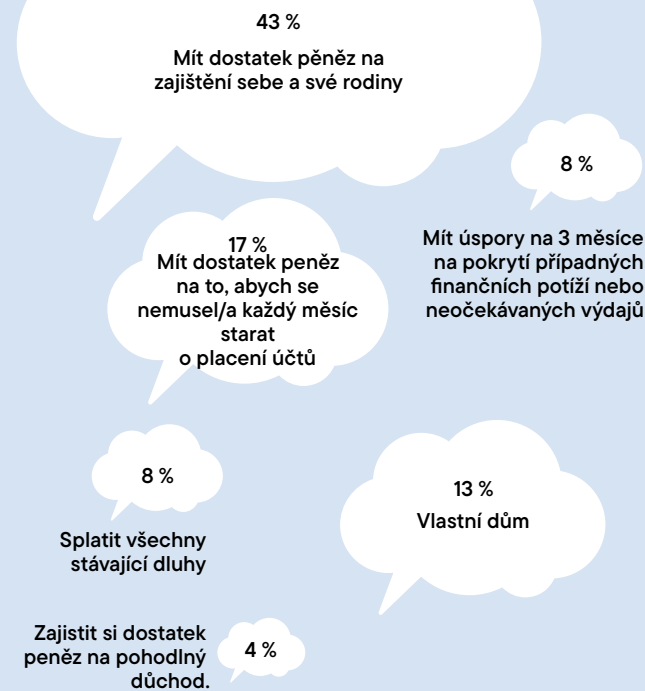
Ačkoli 58 % mladých Čechů uvedlo, že očekává, že životní náklady v příštím roce porostou, a 37 % očekává, že zůstanou stejné, náš průzkum Young Money Matters také zjistil, že dvě třetiny (67 %) respondentů se domnívají, že jejich finanční cíle jsou dosažitelné.

Mezi 14 %, kteří je považují za nedosažitelné, byly nejčastějšími důvody vysoké životní náklady (68 %), nemožnost vydělat dostatečný příjem (63 %), příliš vysoké ceny nemovitostí (49 %) a vysoké daně (36 %). Podle nejnovější zprávy společnosti Deloitte *Property Index* činila průměrná transakční cena nového bydlení v České republice v roce 2022 3 753 eur/m², což je o 12,1 % více než v předchozím roce a více se vyrovnává Velké Británii než Rumunsku a Polsku.

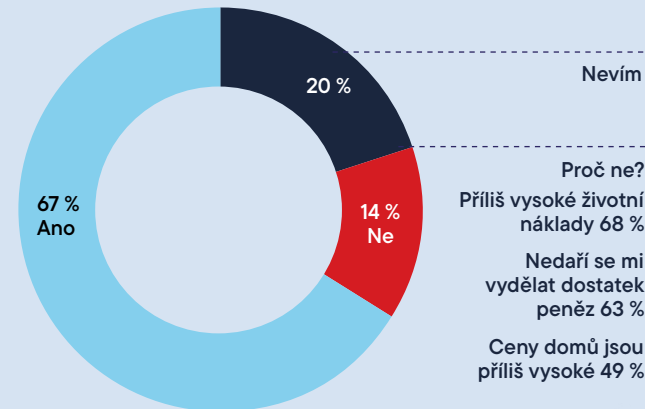
Zatímco vlastní bydlení je prioritou 13 % mladých Čechů (mezi třemi nejdůležitějšími cíli 39 % respondentů), nejdůležitějšími cíli jsou „mít dostatek peněz, abych mohl zabezpečit sebe a svou rodinu“ (43 %) a „mít dostatek peněz, abych se nemusel každý měsíc starat o placení účtů a měl nějaké volné peníze na jiné než nezbytné výdaje“ (17 %).

Po vlastním bydlení jsou dalšími nejčastějšími cíli „splatit všechny stávající dluhy“ a „mít tříměsíční úspory na pokrytí případných finančních šoků nebo neočekávaných nákladů“ (oba po 8 %).

Mé finanční cíle...



...a mohu jich dosáhnout?



Co jsme se dozvěděli: na vzdělání záleží

Navzdory ekonomickým tlakům posledních let – prudce rostoucí inflaci, lockdownům, vysokým cenám energií, nákladům na bydlení – je většina mladých Čechů (67 %) vcelku optimistická, pokud jde o jejich schopnost dosáhnout svých finančních cílů.

Naplnění těchto ambicí však může být výzvou. Zprvu, mnoho mladých Čechů uvádí, že veškeré peníze, které jim na konci měsíce zůstanou, si nechávají na běžném nebo spořicímu účtu. Třetina mladých Čechů navíc uvádí, že běžný bankovní účet je jejich první volbou pro spoření. To znamená, že o část svých úspor přicházejí kvůli inflaci, což je zbytečně sebedestruktivní vzhledem k tomu, že na trhu jsou k dispozici alternativní možnosti spoření a investování.

A přestože mladí Češi říkají, že jsou optimističtí, pokud jde o jejich finanční aspirace, nevíjí se příliš daleko dopředu: pouze 4 % respondentů uvedlo, že prioritou je zajistit si dostatek peněz na pohodlný důchod. Pro mladé jsou samozřejmě stáří, důchod a penze vzdálené a poněkud abstraktní. Nicméně v době, kdy je státní důchodový systém vážně ohrožen a vláda otevřeně přiznává, že státní důchod nemusí stačit na důstojné živobytí, by se plánování penzí nemělo ignorovat nebo příliš odkládat.

Což nás přivádí ke znalostem a vzdělání, nebo spíše k jejich nedostatku. Z našeho průzkumu vyplývá, že pouze 14 % mladých Čechů se ve škole nějakým způsobem vzdělávalo v oblasti osobních financí. A jakmile opustí školu, mnozí z nich se spoléhají na neformální kanály pro získání rad a informací: 47 % respondentů uvedlo, že informace o financích získávají na internetu, 35 % respondentů uvedlo, že informace o financích získávají od přátel, a 38 % se přirozeně obrátilo s žádostí o radu v peněžních záležitostech na své rodiče.

Na druhou stranu 37 % respondentů vyhledalo radu v bance nebo jiné finanční instituci a více než pětina (22 %) mladých Čechů uvedla, že sleduje alespoň jednoho finančního influencera na internetu. Je zřejmé, že značný počet mladých lidí hledá radu v peněžních záležitostech. Zatímco však banky a finanční instituce jsou regulovány Českou národní bankou, a nesou tedy právní odpovědnost za své jednání a poskytované rady, online influenceři nepotřebují žádné formální vzdělání ani kvalifikaci a v podstatě nejsou regulováni.

Česká republika je s určitým odstupem nejbohatší zemí ze všech tří, které jsme zkoumali, měřeno HDP na obyvatele. Nabídka dostupných finančních produktů je propracovanější než v Polsku nebo Rumunsku. A jak

ukázal náš průzkum, většina mladých Čechů se na svou finanční budoucnost dívá optimisticky. Přesto vláda i odvětví finančních služeb zaostávají, pokud jde o poskytování finančního vzdělávání a poradenství ambiciózním mladým lidem.

Je příliš žádat po školách, aby v posledním ročníku školy zařadily hodinu týdně věnovanou základům hospodaření s domácím rozpočtem? A zatímco banky a finanční instituce neustále bombardují trh reklamami na své produkty, jak často a kolik skutečně investují do vzdělávání svých cílových zákazníků? Velké české finanční instituce jistě nemají nedostatek prostředků, které by mohly investovat do poskytování poradenství a vzdělávání svých budoucích zákazníků?

Kdyby více mladých lidí dostávalo ve škole solidní rady ohledně rozpočtu, po nichž by následovalo skutečné poradenství – spíše než prodejní fráze – ze strany finančního sektoru, jehož cílem je sloužit jim na jejich cestě životem, možná by se cítili informovanější a silnější, méně pravděpodobně by se stali obětí podvodníků (jak uvedlo 13 % našich respondentů), a tím pádem by měli větší šanci dosáhnout svých finančních cílů.

Na co se zaměříme příště...

V příštím ročníku Young Money Matters se vrátíme k některým tématům, kterými se tento průzkum zabýval, a zvážíme nové oblasti, na které se zaměřit...

- Bydlení – vlastní nebo nájemní bydlení? Jaké jsou náklady a výhody různých možností bydlení?
- Založení rodiny a výchova dětí... Ekonomické aspekty tohoto klíčového závazku
- Kariérní příležitosti a volby a výše příjmů Hledání zaměstnání, výkon povolání, honba za kariérou, zahájení podnikání? Výše příjmů: očekávání versus realita. Rozdíly v odměňování žen a mužů.
- Finanční produkty... Které z nich umožňují, aby vaše peníze pracovaly pro vás?
- Odpočinek a zábava Volnočasové výdaje
- Půjčky... Kdy to má smysl, kdy ne

zvýšit povědomí o vaší značce
pomoci zviditelnit se zveřejnit vaše novinky **obhájit váš názor**
vylepšit vaši reputaci sledovat vaši konkurenci,
analyzovat média
zmapovat vaše stakeholdery **vyprávět váš příběh**
vstoupit na nové trhy vysvětlit váš postoj
udržet vaši viditelnost
podpořit rozvoj vašeho podnikání
oslovit vaše publikum **& naplánovat váš event**
propagovat váš produkt nebo službu
fungovat jako vaše mediální kancelář

Jak vám můžeme pomoci?

Pojďme si o tom promluvit... zavolejte nebo napište Joeovi, Anně nebo Alexovi.

Česká republika a region

Joe Cook
(420) 602 683 230
j.cook@cook-comm.com

Polsko

Anna Ziubińska
(48) 663 171 033
a.ziubinska@cook-comm.com

Rumunsko

Alexandru Alexe
(40) 729 851 969
a.alexex@cook-comm.com

Poznámky a další literatura

https://csu.gov.cz/employment-and-unemployment-lfs?pocet=10&start=0&1_pocet=10&1_start=0&pouzeVydane=true&skupiny=43&vlastnostiVystupu=15,01&razeni=-datumVydani&1_pouzeVydane=true&1_skupiny=43&1_vlastnostiVystupu=12&1_razeni=-datumVydani

<https://genderdata.worldbank.org/en/economies/czechia#:~:text=In%20the%20Czech%20Republic%2C%20the%20labor%20force%20participation%20rate%20among,has%20remained%20roughly%20the%20same.>

https://commission.europa.eu/document/download/61252380-e608-4157-818d-e81619715310_en?filename=equal_pay_day_factsheet_2022_en_1_0.pdf

<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-drsny-trend-rodiny-s-detmi-a-osamele-seniorky-padaji-do-energeticke-chudoby-254675>

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cz/Documents/real-estate/property-index-2023.pdf>

<https://denikn.cz/1471214/studenti-si-letos-za-koleje-opet-priplati-podivejte-se-jak-se-zvysi-ceny-na-vasi-univerzite/?ref=mwat>

https://www.generali-investments.cz/o-nas/aktuality/udrzitelnym-investicim-nejvi-ce-veri-mladi-do-ekologickych-spolecnosti-investuje-8-lidi-do-26-let.html?fbclid=IwZXhObgNhZWOCMTEAAR0ObAp4cxGRT3BlizLFrNVN5RPFqBMBNPy-s6Z7HtXVtxNPE39fUFcano_aem_sgdV1tv-P8wz6GzmZKor6w

<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-drsny-trend-rodiny-s-detmi-a-osamele-seniorky-padaji-do-energeticke-chudoby-254675>

<https://www.eib.org/fr/press/all/2024-248-greater-climate-change-awareness-among-czechs-over-30-than-younger-cohorts-eib-survey-finds>

Autorem publikace Young Money Matters je Nicholas Watson, z angličtiny ji přeložily naše týmy v Bukurešti, Praze a Varšavě. Andrewovi Appleyardovi a Chrisi Tuiteovi z MRM v Londýně vděčíme za jejich povzbuzení a první návrh dotazníku, který podnítil živou debatu v našich kancelářích a který dále kolektivně rozpracovali Alexandru Alexu, Daliana Bărbuică, Marie Chaloupková, Joe Cook, Aleksandra Jagoda, Agata Koczowska, Šimon Kubát, Mateusz Rolewski, Vít Šubrt, Nicholas Watson a Anna Ziubińska. Naše dotazníky pak byly použity pro průzkumy, které provedla společnost GfK, Soňa Daňková a Lukáš Honzák ze společnosti Ginger & Fred v Praze připravili infografiku, design a grafickou úpravu. Publikaci Young Money Matters vydává a autorská práva k ní má společnost Cook Communications © 2024.

