

Young Money Matters

POLSKA · WRZESIEŃ 2024





List wydawcy

Young Money Matters to oryginalne, całkowicie niezależne badanie, skupiające się na młodych ludziach i ich finansach, przeprowadzone symultanicznie w Czechach, Polsce i Rumunii – trzech największych obszarach działania Cook Communications. Kwestionariusze, na których opiera się badanie, zostały opracowane wewnętrznie przez nasze zespoły w Pradze, Warszawie i Bukareszcie. Następnie, zleciliśmy firmie GfK przeprowadzenie ankiet w każdym kraju. Zwróciliśmy się również do doświadczonego dziennikarza finansowego, aby zebrał surowe dane i przekształcił je w kompleksowe i zrozumiałe raporty.

Pomysł na Young Money Matters zrodził się jakiś czas temu podczas inspirującej rozmowy z zaprzyjaźnionymi osobami z agencji MRM w Londynie, z którymi dzieliliśmy wspólnego klienta z sektora indywidualnych usług finansowych. Od momentu założenia w 2003 r., Cook Communications doradza klientom wymagającym PR finansowego w bankowości, na rynkach kapitałowych, w relacjach inwestorskich, fuzjach i przejęciach, private equity i indywidualnych usługach finansowych. Badanie Young Money Matters jest naturalnym rozszerzeniem naszej działalności w zakresie komunikacji finansowej.

Tworząc raport YMM, przyjęliśmy docieklive, dziennikarskie podejście: nasze kwestionariusze zostały zaprojektowane w celu zebrania podstawowych informacji, zidentyfikowania wzorców zachowań i poruszenia tematów, wartych zbadania bardziej szczegółowo. Oprócz naszych własnych danych, raporty odnoszą się do oficjalnych statystyk i innych aktualnych, adekwatnych badań i publikacji. Wszystko po to, aby zapewnić kontekst, dodatkowe informacje i potwierdzić lub zakwestionować wyciągnięte przez nas samodzielnie wnioski. Podsumowując, dzielimy się tym, czego się nauczyliśmy, przedstawiając kilka przemyśleń i z ciekawością czekamy na przyszłoroczną edycję badania Young Money Matters.

Mamy nadzieję, że nasze pierwsze raporty Young Money Matters pobudzą debatę w sektorze usług finansowych, w mediach oraz wśród nauczycieli, organów regulacyjnych, a przede wszystkim – młodych obywateli Polski, Czech i Rumuni.

Joe Cook



List redaktora

Z wielką przyjemnością przedstawiam pierwszą edycję Young Money Matters. Jako rodzic i dorosły po pięćdziesiątce, jak wiele osób w moim wieku często myślę, że znam młodych ludzi i wiem, co myślą. Jednak redagowanie tego raportu nauczyło mnie, że prawdopodobnie – podobnie jak poprzednie pokolenia – nigdy tak naprawdę nie rozumiemy młodzieży tak bardzo, jak mogłoby nam się wydawać.

Istnieje wiele powszechnych błędnych przekonań na temat młodych ludzi, między innymi tego, że nie mają oni żadnego szacunku dla pieniędzy ani wiedzy o tym, jak nimi zarządzać. Jednak, wbrew oczekiwaniom, raport ten pokazuje, że dzisiejsza młodzież, przynajmniej w Polsce, nie tylko oszczędza pieniądze, kiedy tylko ma sposobność, ale także interesuje się i angażuje w to, gdzie je zainwestować oraz jak je wydawać. Dzieje się tak pomimo kryzysu kosztów utrzymania i sytuacji na rynku mieszkaniowym, która sprawiła, że posiadanie domu dla wielu osób znalazło się poza zasięgiem. Innym powszechnym błędnym przekonaniem jest to, że dzisiejsza młodzież to najbardziej nieszczęśliwe pokolenie w historii. Nasze badanie wykazało widoczny optymizm i pewność młodych ludzi w kontekście ich osobistych ambicji i szerszej przyszłości.

Mam nadzieję, że lektura tego raportu sprawi Państwu taką samą przyjemność, jak nam jego przygotowanie – i że dowiecie się czegoś nowego o współczesnych młodych ludziach.

Nicholas Watson

Wstęp

Głównymi celami raportu Young Money Matters było rozpoznanie aktualnej sytuacji finansowej, postaw wobec pieniędzy oraz źródeł informacji na temat zarządzania pieniędzmi, z których korzystają młodzi ludzie w wieku od 18 do 35 lat.

Badanie ilościowe, na podstawie którego powstał raport Young Money Matters, zostało przeprowadzone przez GfK pod koniec maja 2024 r. z wykorzystaniem kwestionariuszy stworzonych przez firmę Cook Communications. GfK wzięło udział w badaniu 500 Polaków w wieku 18-35 lat, przy czym największą grupę (41 proc.) stanowiły osoby w wieku 30-35 lat (millenialsi). Pozostałe trzy grupy (głównie pokolenie Z) to: 18-21 (13 proc.), 22-25 (23 proc.) i 26-29 (22 proc.).

Jeśli chodzi o poziom wykształcenia, 51 proc. respondentów posiadało wykształcenie wyższe, 21 proc. – średnie, 19 proc. – technikum, a 9 proc. – szkołę zawodową. Respondenci mieszkali w różnej wielkości miastach, wsiach i miasteczkach na terenie całej Polski. Bilans płci respondentów wyniósł 51 proc. mężczyzn i 49 proc. kobiet.

PKB 845 mld dolarów
Populacja 38.17 mln
PKB per capita 23,801 dolarów

Źródło: IMF World Economic Outlook 2024, krajowe dane statystyczne



Kluczowe wnioski

- Około 65 proc. respondentów w wieku 18-35 lat jest zatrudnionych w pełnym wymiarze godzin. Blisko połowa ma dochód niższy niż średnia krajowa wynosząca 7 768 PLN* (około 1800 EUR), 30 proc. ma porównywalne zarobki, a 20 proc. ma wyższy dochód.
- Młodzi Polacy przeznaczają największą część swoich dochodów na żywność (26 proc.), a następnie na oszczędności (17 proc.) i media (13 proc.). Jedna piąta osób zarabiających powyżej średniej krajowej wydaje jednak więcej na oszczędności niż na żywność.
- Jedna czwarta posiada oszczędności wystarczające na pokrycie zaledwie jednego miesiąca wydatków na życie lub mniej, podczas gdy kolejna jedna czwarta posiada oszczędności wystarczające na ponad sześć miesięcy. Pozostała część (50 proc.) posiada oszczędności o wartości od dwóch do pięciu miesięcy pensji.
- Aż 32 proc. mieszka z rodzicami; największy odsetek (56 proc.) mieszka z rodziną (współmałżonkiem i/lub dziećmi).
- Gotówka pozostaje dominującą formą (72 proc.), w której polskie pokolenie Z/Millenialsi przechowują swoje aktywa, podczas gdy konta oszczędnościowe są najpopularniejszym produktem finansowym (58 proc.).
- Około 14 proc. odpowiedziało, że mogłoby zainwestować swoje pieniądze w kryptowaluty, a ten produkt finansowy, wraz z akcjami, towarami i obligacjami, cieszy się największym zainwestowaniem młodych Polaków (15-21 proc.).
- Blisko 15 proc. stwierdziło, że sami doświadczyli oszustwa związanego z produktami finansowymi lub zadeklarowało znajomość kryptowalut.
- Większość respondentów (66 proc.) zadeklarowała, że polega na Internecie w zakresie informacji na temat produktów finansowych i inwestowania, a prawie jedna czwarta śledzi co najmniej jednego influencera finansowego online. Zaledwie 8 proc. stwierdziło, że otrzymuje porady i informacje finansowe ze szkoły.
- Jeśli chodzi o zrównoważony rozwój, jedna piąta respondentów stwierdziła, że jest to wysoki priorytet w ich codziennym życiu, ale ponad połowa odpowiedziała, że nie jest zaznajomiona z pojęciem etycznego inwestowania.
- Pomimo tego, że większość respondentów (58 proc.) spodziewa się wzrostu kosztów utrzymania w ciągu najbliższego roku, 70 proc. jest przekonanych, że może osiągnąć swoje cele finansowe. Tylko 1 na 10 (11 proc.) ankietowanych uważa swoje aspiracje za nieosiągalne.

*Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w styczniu 2024 roku, Stat.gov.pl



Praca i dochody

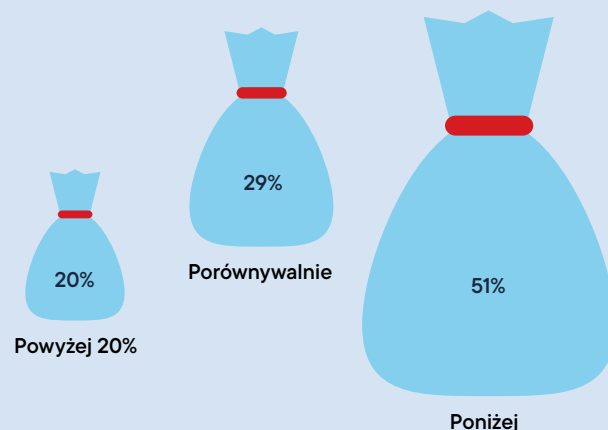
Z naszego badania wynika, że dwie trzecie (65 proc.) młodych Polaków jest zatrudnionych na pełny etat, przy czym najwyższy odsetek jest w starszych grupach wiekowych 26-29 lat i 30-35 lat – odpowiednio 76 proc. i 77 proc. Pozostałe kategorie – osoby samozatrudnione, osoby pracujące w niepełnym wymiarze godzin, osoby utrzymujące się z rodziny, nadal się kształcące – osiągnęły odsetek poniżej 10 proc.

Jest to zgodne z wskaźnikiem zatrudnienia w Polsce, który na koniec marca 2024 r. wyniósł 78,1 proc., bliżej do wysokiego wskaźnika w Czechach (81,7 proc.) niż niskiego w Rumunii (69,4 proc.). Odzwierciedla to ograniczoną podaż pracy oraz niechęć firm do redukcji miejsc pracy.

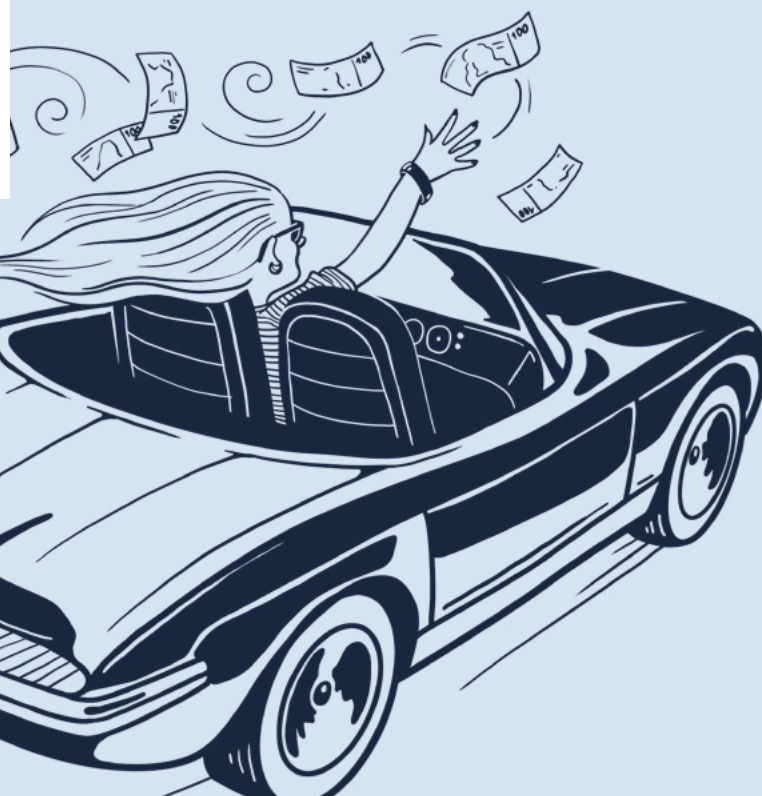
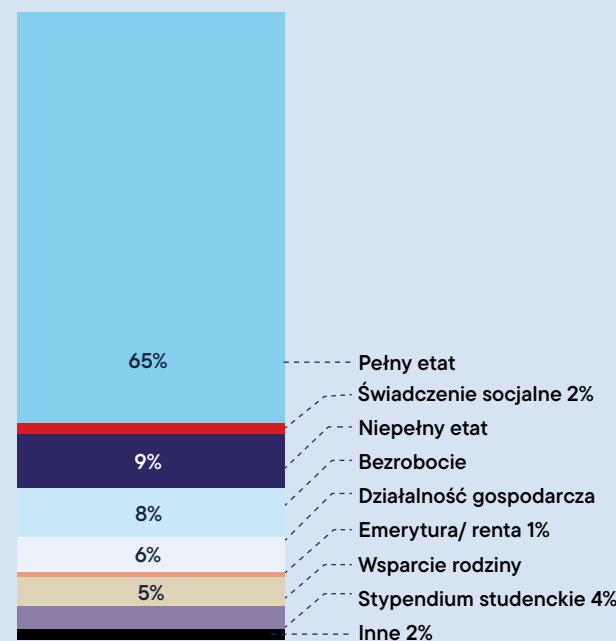
Pomimo rekordowo niskiej stopy bezrobocia oraz napiętych warunków na rynku pracy, dochody ponad połowy naszych respondentów (51 proc.) były niższe od średniej krajowej wynoszącej 7768 zł, przy czym stosunkowo gorzej radziła sobie najmłodsza grupa wiekowa (18-21 lat) oraz kobiety. Dzieje się tak pomimo rocznego wzrostu płac w ujęciu realnym utrzymuje się na wysokim poziomie od początku XXI w., w szczególności w latach 2015-2019. Na przykład przeciętne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw wzrosło w kwietniu o 11,3 proc. rok do roku, m.in. w wyniku niskiego bezrobocia i podwyżki płacy minimalnej.

Ponad połowa młodych Polek (56 proc.) zarabia mniej niż przeciętne wynagrodzenie w porównaniu z 45 proc. mężczyzn, podczas gdy 32 proc. mężczyzn i 27 proc. kobiet zarabia mniej więcej tyle samo, co przeciętne wynagrodzenie, co mniej więcej odpowiadałoby różnicy w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn wynoszącej 4,5 proc., zmierzonej przez UE w najnowszym raporcie. Jest to jeden z najniższych poziomów w Unii Europejskiej (UE) i znacznie poniżej średniej UE wynoszącej 13 proc., obejmującej kraje, w których dyskryminacja płacowa ze względu na płeć jest prawdopodobnie większa.

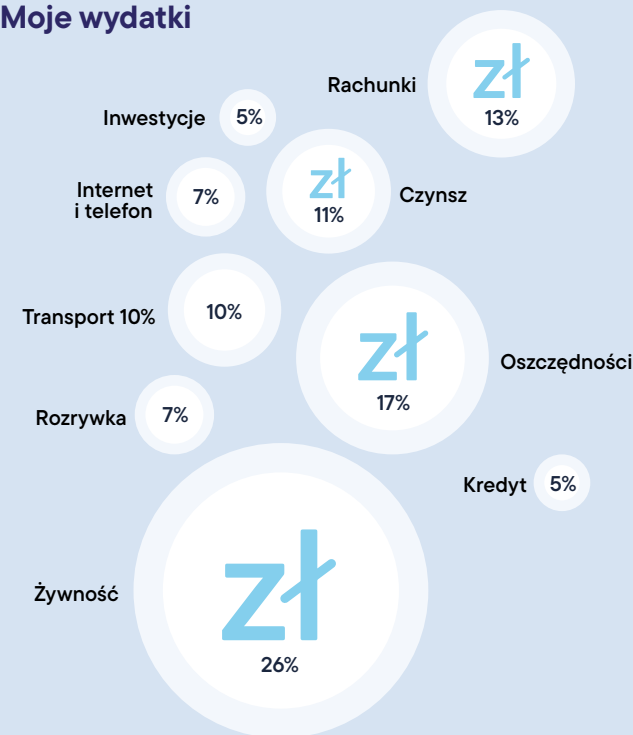
Miesięczny dochód vs. średnie miesięczne wynagrodzenie brutto



Zatrudnienie



Moje wydatki



Moje oszczędności wystarczą na...



Jak wydają

Biorąc pod uwagę, że wielu polskim przedstawicielom pokolenia Z/Milleniśców brakuje pieniędzy, na co przeznaczają oni swoje miesięczne pensje?

Z naszego badania wynika, że młodzi Polak wydają na żywność średnio jedną czwartą (26 proc.) swoich miesięcznych dochodów. Było to spójne we wszystkich grupach wiekowych, płciowych i dochodowych.

Co ciekawe, oszczędności były drugim co do wielkości wydatkiem naszych respondentów, którzy oszczędzali średnio 17 proc. swojego miesięcznego wynagrodzenia. Razem z różnymi inwestycjami wynoszącymi średnio 5 proc., daje to łącznie 22 proc. miesięcznych dochodów. Co ciekawe, najwięcej oszczędzają najmłodsze grupy wiekowe (20 proc. wynagrodzenia w grupie 18-21 lat, 19 proc. w grupie 22-25 lat). Osoby o najwyższych dochodach stwierdziły, że oszczędzają 21 proc. swojej pensji, czyli więcej niż 20 proc., które wydają na żywność.

Choć inne badania polskich banków sugerują, że obecnie młodzi ludzie oszczędzają więcej niż dawniej, część ekspertów ostrzega, że młodzi ludzie na ogół mają tendencję do przeceniania oszczędzanych przez siebie kwot. I oczywiście kilku sumiennych oszczędzających ma tendencję do wypaczenia średnich wyników i maskowania znacznie większej liczby osób, które co miesiąc oszczędzają.

Rzeczywiście, nasze badanie „Young Money Matters” wykazało, że znaczna liczba młodych ludzi w Polsce, około jednej czwartej, odłożyła tylko jeden miesiąc lub mniej swojego miesięcznego wynagrodzenia, przy czym odsetek ten wzrasta do 41 proc. w grupie wiekowej 18-21 lat. Sugeruje to, że oszczędzanie pieniędzy jest trudne dla osób z najniższymi dochodami, mimo że mogą oni twierdzić co innego. Kolejne 28 proc. respondentów średnio ma odłożony jeden do dwóch miesięcy wynagrodzenia, 22 proc. ma odłożone trzy do pięciu miesięcy wynagrodzenia, a 25 proc. (32 proc. w najwyższej grupie wiekowej i 37 proc. w najwyższej grupie dochodowej) posiada oszczędności równe połowie rocznego wynagrodzenia lub więcej.

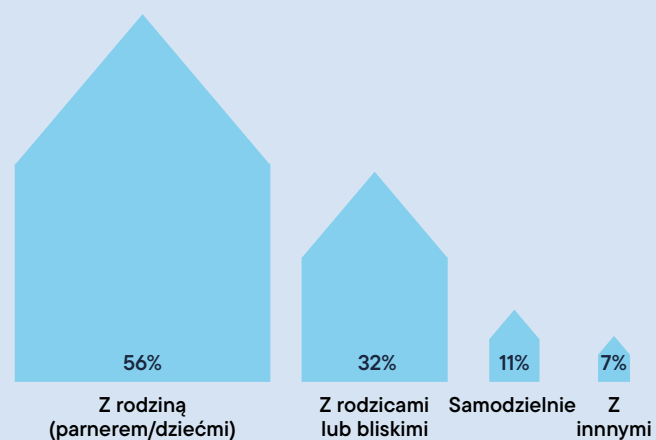
Być może wysoki odsetek osób z oszczędnościami na poziomie ponad trzech miesięcy sugeruje, że zamieszanie związane z pandemią Covid, z jej zwolnieniami i lockdownami, wprowadziło pewną ostrożność finansową wśród dzisiejszej młodzieży.

Koszty mieszkaniowe były trzecim co do wielkości miesięcznym wydatkiem i wyniosły łącznie 16 proc. wynagrodzenia, czynsz – na poziomie 11%, a spłata kredytu hipotecznego – 5 proc.. Jedyną niespodzianką jest to, że koszty mieszkaniowe znalazły się na trzecim miejscu, za oszczędnościami i inwestycjami. Polska, podobnie jak inne kraje Europy Środkowo-Wschodniej, przeżywa kryzys mieszkaniowy, gdyż wysoki popyt na mieszkania i niska podaż nowych mieszkań spowodowały gwałtowny wzrost cen, zarówno na rynku najmu, jak i dla nabywców. Przybycie milionów uchodźców z Ukrainy jedynie (być może przejściowo) zaostrzyło i tak już napiętą sytuację.

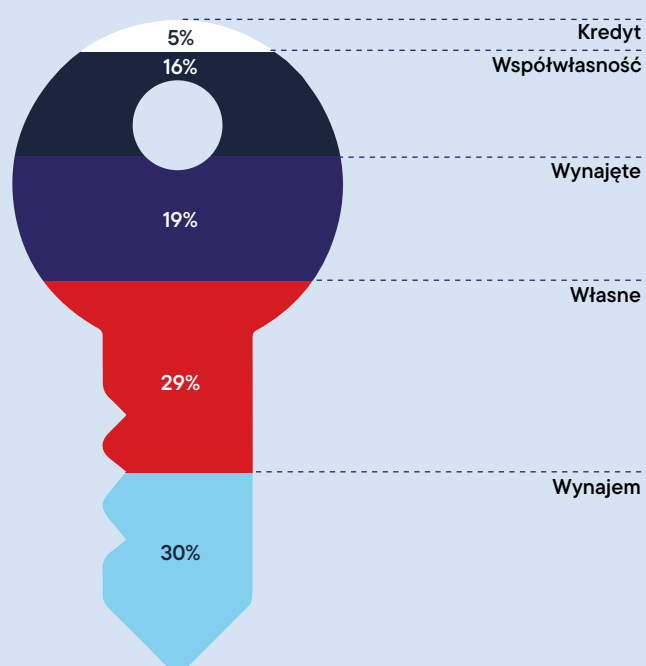
Najnowszy raport **Property Index** firmy Deloitte, który oblicza przystępność mieszkań na własność, analizując liczbę przeciętnych rocznych wynagrodzeń brutto potrzebnych do zakupu standardowego nowego domu o powierzchni 70 m², plasuje Polskę na 11. miejscu pod względem kosztów w Europie, wynoszącym 8,1 rocznego wynagrodzenia. Dla porównania, Słowacja zajmuje 1. miejsce z wynikiem 14,1 wynagrodzenia, Czechy są na 2. miejscu z 13,3 wynagrodzenia, a Rumunia – na 16. miejscu z 6,3 wynagrodzenia. Czynyse w Warszawie, wynoszące 15,2 EUR/m², są wyższe niż w stolicy Czech, Pradze, gdzie wynoszą 14,4 EUR/m².

Nie powinno zatem dziwić, że 32 proc. badanych nadal mieszka z rodzicami lub innymi krewnymi, przy czym większość z nich stanowią mężczyźni. Dane z GUS, Polskiego Urzędu Statystycznego, pokazują, że jedna trzecia Polaków w wieku 25-34 lat, z przewagą mężczyzn, nie założyła jeszcze własnej rodziny i mieszka z rodzicami. Największy odsetek naszych respondentów (56 proc.) mieszka w gospodarstwie domowym z rodziną (małżonkiem i/lub dziećmi), 29 proc. mieszka we własnym mieszkaniu (częściej mężczyźni w wieku 30-35 lat, z dochodami bliskimi lub wyższymi od średniej krajowej), podczas gdy 19 proc. mieszka w wynajmowanym lokalu.

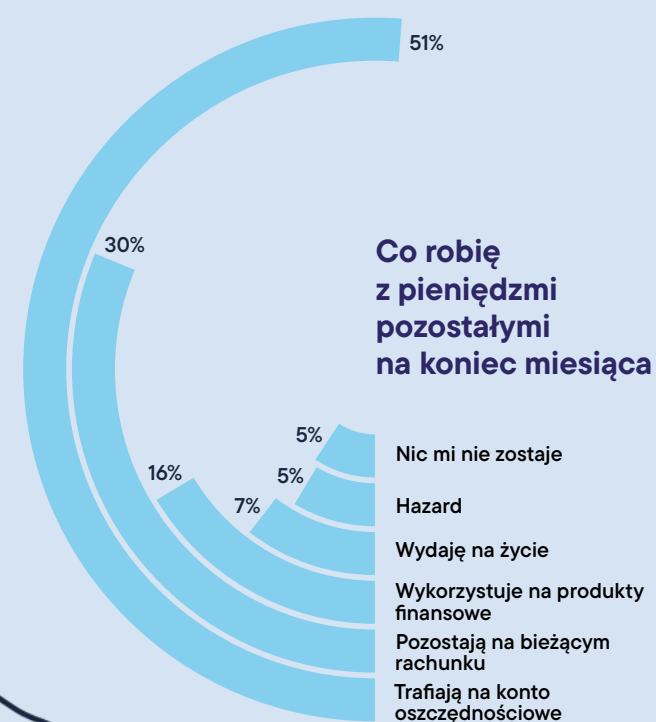
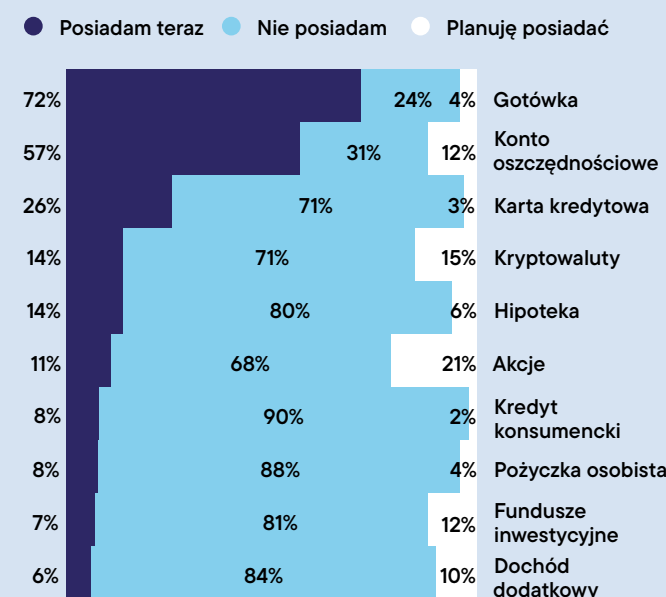
Gdzie mieszkam



Status mieszkaniowy



Moje produkty finansowe



Gdzie odkładają pieniądze?

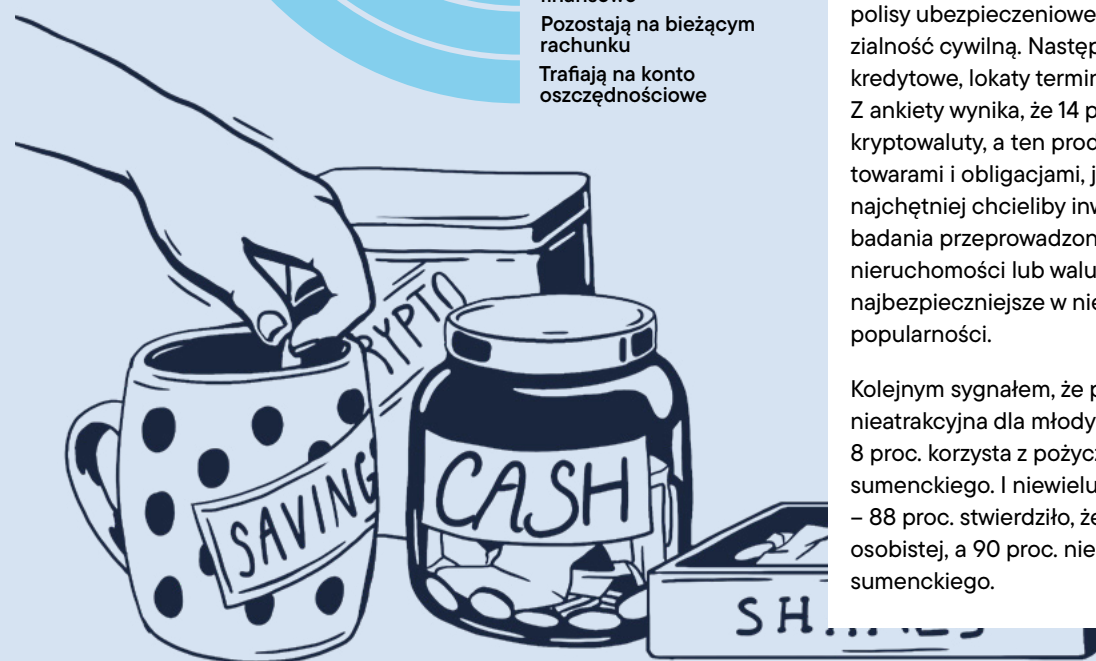
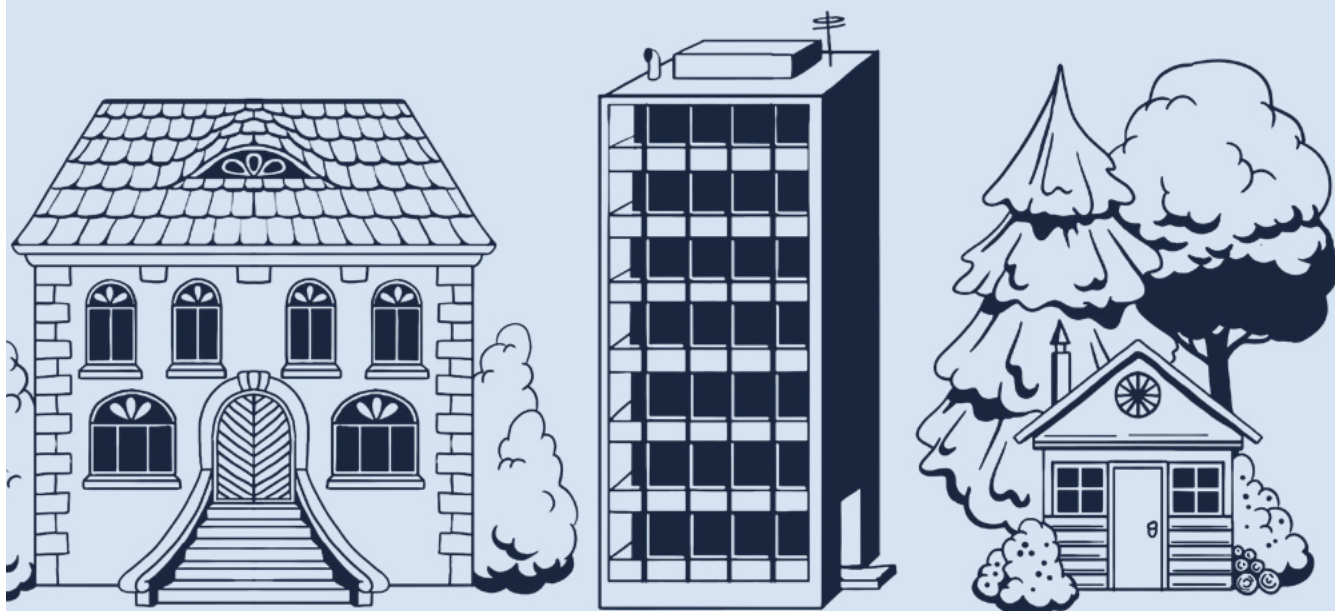
Pomimo tendencji do przeceniania, ile oszczędzają co miesiąc, gdzie młodzi Polacy odkładają i inwestują swoje pieniądze?

Gotówka, rachunki bieżące oraz konta oszczędnościowe to najpopularniejsze instrumenty finansowe wśród młodych Polaków (wybiera je odpowiednio 72 proc. i 57 proc.). Jeśli na koniec miesiąca pozostaje im jakaś nadwyżka, 51 proc. respondentów przenosi ją na konto oszczędnościowe, a 30 proc. zostawia ją w gotówce lub na rachunku bieżącym. Kolejne 7 proc. ankietowanych zadeklarowało, że przeznaczają nadwyżkę na wybory konsumpcyjne – Polskie Radio niedawno opublikowało **badanie**, które wykazało, że 17 proc. Polaków planuje wydać między 3000 zł (ok. 699 euro) a 4000 zł (ok. 932 euro) na wakacje. Dla 58 proc. badanych, oszczędności są najczęstszym źródłem finansowania urlopu, podczas gdy 5 proc. przyznało, że nadwyżkę przeznaczy na hazard. Kolejnych 5 proc. ankietowanych stwierdziło, że nigdy nie zostają im dodatkowe środki na koniec miesiąca.

Pozostaje więc 16 proc., skłonnych szukać innego produktu finansowego. Co ciekawe, mężczyźni są znacznie bardziej skłonni zainwestować nadwyżkę pieniędzy (21 proc.) lub przeznaczyć ją na hazard (10 proc.). Jednocześnie, 10 proc. kobiet deklaruje, że zainwestowałyby nadwyżkę, a żadna z ankietowanych kobiet nie wskazała, że przeznaczyłyby te pieniądze na hazard. Może to sugerować, że – szczególnie w dobie powszechności aplikacji mobilnych – w świadomości niektórych mężczyzn te dwa działania, inwestowanie i hazard, mogły się częściowo zlewać.

Po rachunkach bieżących i oszczędnościowych, najpopularniejsze produkty finansowe to często obowiązkowe polisy ubezpieczeniowe – na dom, życie lub odpowiedzialność cywilną. Następne w kolejności są karty kredytowe, lokaty terminowe oraz kredyty hipoteczne. Z ankiety wynika, że 14 proc. respondentów inwestuje w kryptowaluty, a ten produkt finansowy, wraz z akcjami, towarami i obligacjami, jest tym, w który młodzi Polacy najchętniej chcieliby inwestować (15-21 proc.). Inne badania przeprowadzone przez banki sugerują, że złoto, nieruchomości lub waluty obce – aktywa uważane za najbezpieczniejsze w niepewnych czasach – zyskują na popularności.

Kolejnym sygnałem, że perspektywa długu stała się nieatrakcyjna dla młodych Polaków jest fakt, że tylko 8 proc. korzysta z pożyczki osobistej lub kredytu konsumenckiego. I niewielu z nich zamierza to zmieniać – 88 proc. stwierdziło, że nie chce zaciągać pożyczki osobistej, a 90 proc. nie chce dostępu do kredytu konsumenckiego.



Wiedza i nauka

Biorąc pod uwagę, że młodzi ludzie to cyfrowi tubylcy i biorąc pod uwagę rozwój kryptowalut, nie jest zaskakujące, że bezpieczeństwo finansowe młodych Polaków jest podatne na oszustwa w Internecie. Aż 15 proc. Polaków w wieku 18-35 lat stwierdziło, że było oszukane lub zna osobę, która padła ofiarą oszustwa finansowego. Być może nie jest zaskoczeniem, że najczęstsze wydają się oszustwa związane z kryptowalutami (7 punktów procentowych z tych 15 proc.), a następnie oszustwa dotyczące akcji lub walut obcych (po 4 punkty procentowe).

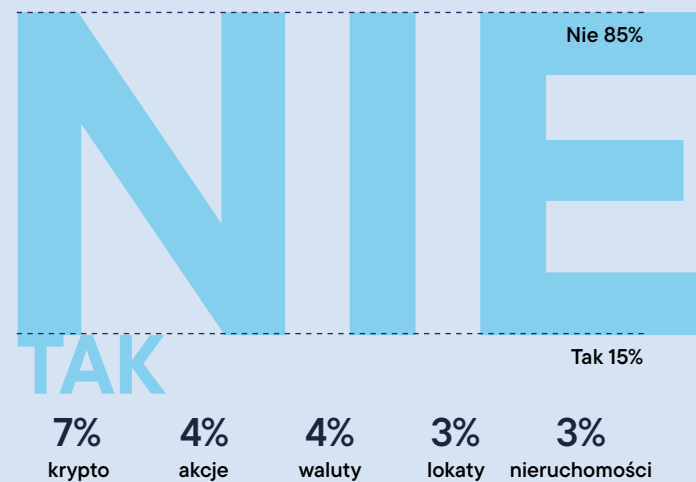
Biorąc pod uwagę poziom przestępczości finansowej, ważniejsze niż kiedykolwiek jest, aby młodzi ludzie, zarówno w Polsce, jak i poza nią, otrzymali odpowiednią edukację w zakresie zarządzania swoimi pieniędzmi i inwestycjami. Ankieta Narodowego Banku Polskiego opublikowana w 2020 r. wykazała, że choć samoocena Polaków w zakresie wiedzy ekonomicznej wzrosła w porównaniu z poprzednim badaniem przeprowadzonym w 2015 r., to nadal jest ona „raczej niska” – jedynie 8 proc. oceniło swoją wiedzę jako całkiem dobrą, a ani jedna osoba nie oceniła tej wiedzy jako bardzo dobrej.

Dwie trzecie (66 proc.) respondentów naszego badania Young Money Matters stwierdziło, że poprzez wyszukiwanie w Internecie uzyskuje porady i informacje na temat zarządzania swoimi finansami. Kolejnymi ważnymi źródłami informacji wybieranymi przez młodych Polaków były portale społecznościowe (32 proc.), ich rodzice (27 proc.), znajomi (25 proc.), banki lub inne instytucje finansowe (23 proc.) czy media (22 proc.). Jednak zaledwie 8 proc. stwierdziło, że zdobywa edukację finansową w swojej szkole, co sugeruje, że władze mają duże możliwości lepszego przygotowania młodych ludzi do zarządzania swoimi finansami.

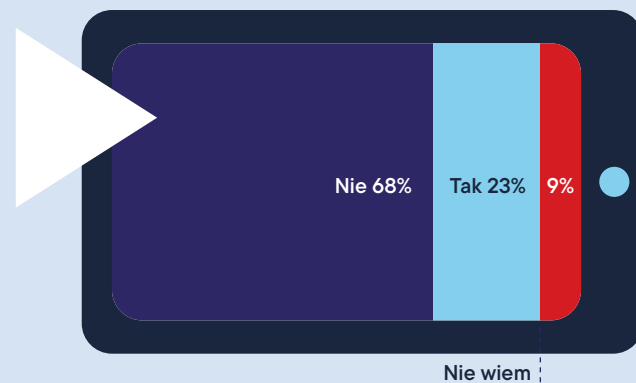
Wzrost popularności influencera/blogera finansowego, tzw. „finfluencera”, zauważalny jest także wśród młodych Polaków. Prawie jedna czwarta (23 proc.) respondentów śledzi w Internecie co najmniej jednego influencera finansowego, a czołowa trójka to: Pani od Oszczędzania (38 proc.), Marcin Iwuć (17 proc.) i Dorota Sierakowska (11 proc.). Ponad połowa z nich (56 proc.) ufa poradom influencerów, a zdecydowana większość (89 proc.) twierdzi, że jasne jest, kiedy ich posty zawierają płatne promocje. Kobiety częściej niż mężczyźni podążają za influencerami finansowymi.

Warto zauważyć, że w Polsce, podobnie jak w wielu krajach, influencerzy finansowi nie są prawnie zobowiązani do odbycia formalnego szkolenia, nie mają obowiązku przestrzegania żadnego kodeksu postępowania i choć mogą naruszyć przepisy finansowe, nie są formalnie uregulowane. Polski regulator usług i rynku finansowego, Komisja Nadzoru Finansowego, UKNF, stwierdził: „Możemy jedynie publikować kampanie ostrzegawcze na ten temat skierowane do inwestorów i to robimy”.

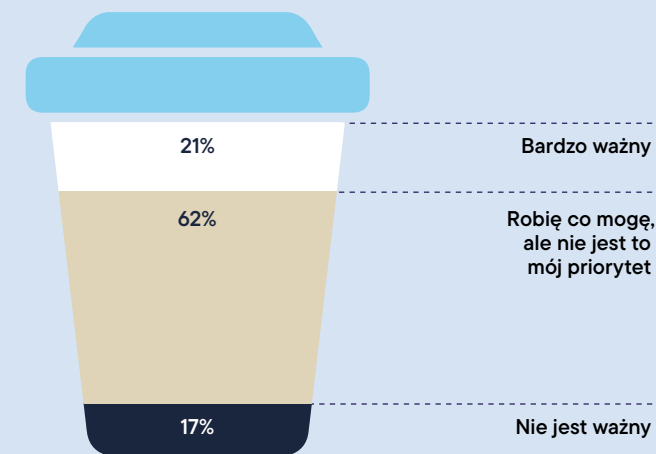
Czy jesteś ofiarą finansowego przestępstwa?



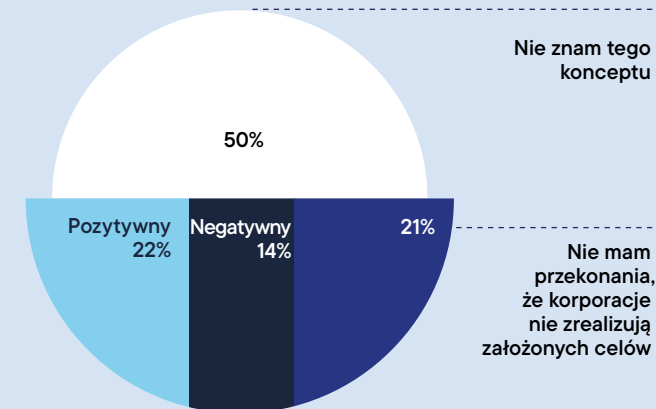
Czy obserwujesz finansowych influencerów online?



Czy zrównoważony rozwój jest dla Ciebie ważny?



Jaki masz stosunek do etycznego inwestowania?



Ekologiczne życie, zielone inwestowanie

Z kolejnych sondaży wynika, że młodzi ludzie, także w Polsce, wysoko na liście swoich obaw plasują kwestie klimatu i środowiska. Badanie Europejskiego Banku Inwestycyjnego z 2023 roku wykazało, że ponad trzy czwarte Polaków po dwudziestce (79 proc.), czyli znacznie powyżej średniej UE, stwierdziło, że jest przekonane, że ich zachowanie może przyczynić się do zażegnania kryzysu klimatycznego.

Jednak nasza ankieta wykazała bardziej zróżnicowany obraz. Prawie dwie trzecie naszych respondentów, czyli 62 proc., rzeczywiście twierdzi, że robi co może, jeśli chodzi o zrównoważony rozwój. Takie podejście jest częstsze wśród kobiet niż mężczyzn (69 proc. w porównaniu z 55 proc.), ale nie uważają tego za priorytet. Tak naprawdę, 17 proc. w ogóle nie bierze pod uwagę zrównoważonego rozwoju. Jedynie co piąty respondent, 21 proc., uważa to za wysoki priorytet, a odsetek ten maleje wraz z wiekiem – z 34 proc. w grupie 18-21 lat do 14 proc. w grupie 30-35 lat.

Przekłada się to na podejście do ekologicznego lub etycznego inwestowania. Połowa ankietowanych (50 proc.) stwierdziła, że nie zna nawet koncepcji etycznego inwestowania, a kolejne 21 proc. stwierdziło, że pozostaje sceptyczna co do tego, czy korporacje zrobią wszystko, co w ich mocy dla klimatu i zrealizują cele w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Spośród 22 proc. respondentów, którzy pozytywnie oceniają etyczne inwestowanie, 11 proc. uważa, że stwarza ono duże możliwości inwestycyjne. Zaledwie 8 proc. wyraziło zainteresowanie etycznym inwestowaniem, a jeszcze mniej, bo 6 proc., stwierdziło, że faktycznie dokonało etycznej inwestycji.

Myśl pozytywnie

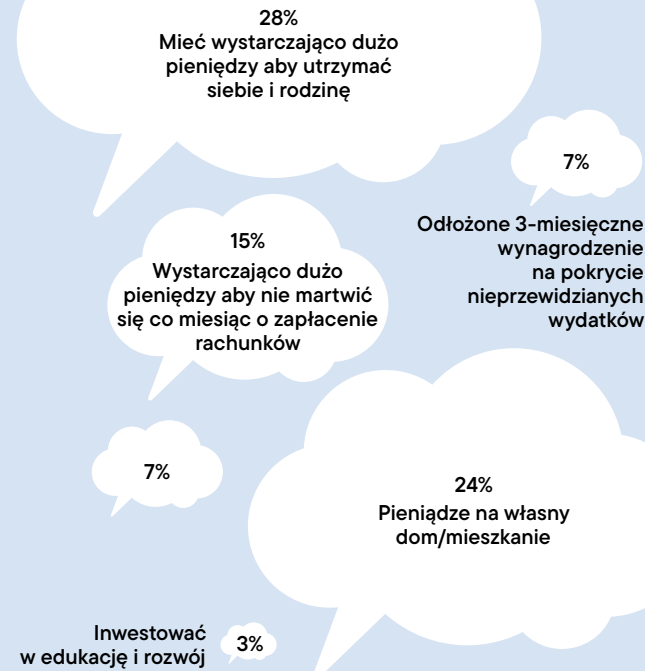
Pomimo obaw związanych z kryzysem klimatycznym, wzrastającymi kosztami życia i coraz mniej dostępnych mieszkań, młodzi Polacy – wbrew temu, co często sugerują nagłówki – wykazali w naszym badaniu niezwykle optymizm wobec przyszłości i generalnie pozytywne nastawienie do realizacji swoich finansowych aspiracji. Potwierdzają to również inne globalne badania, takie jak badanie Deloitte z 2024 roku dotyczące pokoleń Z i milenialsów, które wykazało, że prawie połowa przedstawicieli pokolenia Z (48 proc.) i czterech na dziesięciu milenialsów (40 proc.) oczekuje, że ich sytuacja finansowa poprawi się w ciągu najbliższego roku.

W naszym badaniu Young Money Matters, pomimo że większość młodych Polaków (58 proc.) spodziewa się wzrostu kosztów życia w ciągu najbliższego roku, aż 70 proc. respondentów było pewnych, że uda im się osiągnąć swoje finansowe cele, przy czym 19 proc. stwierdziło, że nie wiedzą.

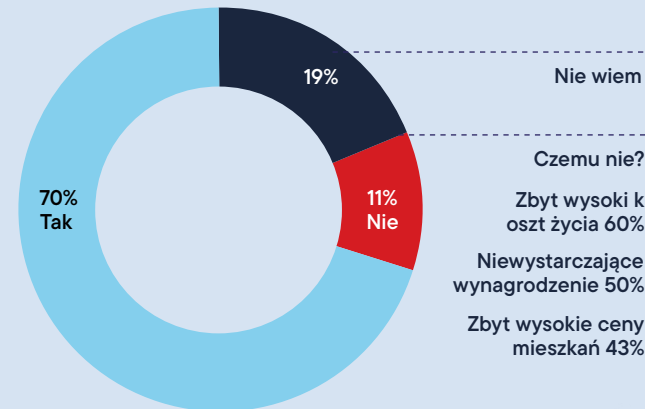
Tylko jeden na dziesięciu respondentów (11 proc.) uznał swoje aspiracje za niemożliwe do osiągnięcia. Powody, które podawano, obejmowały zbyt wysokie koszty życia (60 proc.), brak możliwości zarobienia wystarczającej ilości pieniędzy (50 proc.), wysokie ceny mieszkań (43 proc.) oraz brak możliwości oszczędzania/inwestowania wystarczających kwot (31 proc.). Dla wielu młodych Polaków frustrację budzi fakt, że wzrost cen mieszkań w Warszawie i innych dużych miastach znacznie przewyższa wzrost wynagrodzeń; w rezultacie oszczędności nie nadążają za tym wzrostem. Według najnowszego raportu Property Index Deloitte, średnia cena transakcyjna nowego mieszkania w Polsce wyniosła 1 975 euro za m² w 2022 roku, co stanowi wzrost o 14 proc. w porównaniu z raportem z 2021 roku.

Mimo to, młodzi Polacy mają inne finansowe aspiracje poza posiadaniem własnego domu (24 proc.). Najważniejszą z nich jest posiadanie „wystarczającej ilości pieniędzy, aby móc utrzymać siebie i swoją rodzinę” (28 proc.). Poza posiadaniem własnego domu, inne najważniejsze cele to: posiadanie wystarczającej ilości pieniędzy, aby nie martwić się o opłacenie rachunków każdego miesiąca (15 proc.); posiadanie oszczędności na trzy miesiące na pokrycie wszelkich nagłych wypadków finansowych lub nieprzewidzianych rachunków (7 proc.); spłata wszystkich istniejących długów, takich jak karty kredytowe, pożyczki studenckie, pożyczki osobiste itp. (7 proc.); zapewnienie sobie wystarczających środków na komfortową emeryturę (4 proc.); oraz posiadanie wystarczającej ilości pieniędzy na luksusowe zakupy (4 proc.).

Moje finansowe aspiracje



Czy mogę je osiągnąć?



Czego dowiedzieliśmy się z naszej ankiety...

Ostatnie kilka lat, wraz z pandemią i lockdownem, wysoką inflacją, wzrostem kosztów utrzymania i pogłębiającym się kryzysem mieszkaniowym, niewątpliwie okazały się wyzwaniem dla młodych Polaków. Mimo to zdecydowana większość respondentów naszego badania (70 proc.) stwierdziła, że jest przekonana, że może osiągnąć swoje aspiracje finansowe - i to pomimo tego, że większość badanych (58 proc.) spodziewa się wzrostu kosztów utrzymania w ciągu najbliższego roku. W rzeczywistości tylko 1 na 10 (11 proc.) ankietowanych uważa swoje aspiracje za nieosiągalne.

Spełnienie tych aspiracji finansowych będzie jednak trudne. Zbyt wielu młodych Polaków wciąż trzyma pieniądze na rachunkach bieżących, choć najpopularniejszym produktem finansowym są konta oszczędnościowe. Jednak przy realnych stopach procentowych w Polsce (tj. uwzględniających inflację) na tak niskim poziomie - oscylującym wokół 1,45 proc. - są zdecydowanie lepsze sposoby na lokowania oszczędności.

A oni mają oszczędności. Młodzi Polacy są niezwykle sumienni w kwestii swoich finansów osobistych, a wysoki odsetek z nich posiada oszczędności, które pokrywają ponad trzymiesięczne wydatki na życie. Jedna czwarta posiada oszczędności wystarczające na ponad sześć miesięcy.

To prowadzi nas do wiedzy i edukacji, a raczej ich braku. Nasze badanie pokazuje, że zaledwie 8 proc. młodych Polaków otrzymuje w szkole jakąkolwiek formę edukacji temat finansów osobistych. Polski system edukacji może mieć swoje wady, jak każdy inny, ale w ostatniej edycji badania PISA polscy uczniowie uzyskali z matematyki średnią 489 punktów; wśród krajów Unii Europejskiej lepszy wynik osiągnęli tylko uczniowie z Estonii.

Gdy młodzi Polacy opuszczają szkołę, większość z nich, co nie jest zaskoczeniem, ma tendencję do polegania na nieformalnych kanałach porad i informacji: 66 proc. respondentów stwierdziło, że polega na Internecie w celu uzyskania informacji na temat produktów finansowych i inwestowania; 32 proc. na mediach społecznościowych; a 25-27 proc. na swoich przyjaciółach i rodzicach. Na końcu listy znajdują się banki lub inne instytucje finansowe - tylko 23 proc. respondentów szuka tam informacji finansowych. Co bardziej niepokojące, popularność influencerów/blogerów finansowych, tzw. „finfluencera”, jest bardzo zauważalna wśród młodych Polaków, zwłaszcza kobiet. Prawie jedna czwarta (23 proc.) respondentów śledzi co najmniej jednego influencera finansowego w sieci. Najwyraźniej znaczna liczba młodych ludzi poszukuje wskazówek i porad w sprawach związanych z pieniędzmi. Jednak podczas gdy banki i instytucje finansowe są re-

gulowane przez KNF, a zatem ponoszą odpowiedzialność prawną za swoje działania i udzielane porady, internetowi „influencerzy” nie potrzebują formalnego szkolenia ani kwalifikacji i ich działania nie są w żaden sposób regulowane.

Oczywiste jest, że zarówno rząd, jak i branża usług finansowych nie radzą sobie z zapewnieniem edukacji finansowej dla młodzieży. Nie wydaje się zbyt dużym wymaganiem pomysł, aby szkoły wprowadziły w ostatnim roku nauki cotygodniową godzinę podstaw budżetowania domowego, jeszcze zanim młodzi wejdą na rynek pracy lub rozpoczną studia. I podczas gdy banki i instytucje finansowe nieustannie bombardują rynek reklamami swoich produktów oszczędnościowych, ubezpieczeniowych i hipotecznych, zastanawiające jest, ile naprawdę inwestują w edukację swoich docelowych klientów? Dużym polskim instytucjom finansowym z pewnością nie brakuje środków na inwestowanie w edukację swoich przyszłych klientów. Gdyby więcej młodych otrzymywało solidne porady z zakresu budżetu domowego w szkole, a następnie realne wskazówki - a nie teksty sprzedażowe - od branży finansowej, być może czuli by się lepiej poinformowani i pewniejsi. Mniej obawialiby się oszustwa (taką obawę wyraziło 15 proc. zapytanych), a tym samym byłoby bardziej skłonni do realizacji swoich aspiracji finansowych.

Co zbadamy następnym razem...

W naszym kolejnym badaniu Young Money Matters porócimy do niektórych tematów poruszonych w tej edycji i rozważymy nowe obszary, którym warto się przyjrzeć.

- Mieszkanie - wynajem, leasing czy kupno? Jakie są koszty i korzyści różnych opcji mieszkaniowych?
- Zakładanie rodziny i posiadanie dzieci... Ekonomia stojąca za znaczącymi decyzjami.
- Możliwości i wybory zawodowe oraz poziomy dochodów Poszukiwanie zatrudnienia, wykonywanie zawodu, pogogo za karierą, rozpoczęcie działalności gospodarczej? Poziom dochodów: oczekiwania a rzeczywistość. Różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn.
- Produkty finansowe... Które z nich sprawiają, że pieniądze pracują dla Ciebie?
- Odpoczynek i zabawa Wydatki uznaniowe.
- Pożyczanie... Kiedy ma to sens, a kiedy nie?

Analizujemy i monitorujemy media oraz konkurencję
opowiedzeniu swojej historii
rozpowszechnieniu swojego stanowiska i komunikatów
promujemy produkty i usługi wspieramy rozwój firmy klienta
zbudowaniu profilu
kierujemy komunikaty do pożądaných odbiorców
wejść na nowe rynki
Przygotowujemy mapping interesariuszy
doświadczenie w działaniach
budować świadomość jego marki **&** działać jako biuro prasowe
zaplanować wydarzenie

Jak możemy Ci pomóc?

Porozmawiajmy... zadzwoń albo napisz do Joe, Anny lub Alexa

Czechy i region

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

Polska

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

Rumunia

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

Eurostat

ec.europa.eu/eurostat/databrowser
www.gov.pl/web/family/unemployment-rate-on-the-decline-record-result-in-may
commission.europa.eu/document
www2.deloitte.com/content
stat.gov.pl
www.polskieradio.pl
nbp.pl/wp-content/uploads/2022/09/wiedza-ekonomiczna-polakow.pdf
www.eib.org
www.deloitte.com/global/en/issues/work/content/genz-millennialsurvey.html

Dane dot.Polski

stat.gov.pl
Komisja Nadzoru Finansowego

Raport Young Money Matters został napisany przez Nicholasa Watsona i przetłumaczony z języka angielskiego przez nasze zespoły w Bukareszcie, Pradze i Warszawie. Jesteśmy wdzięczni Andrew Appleyardowi i Chrisowi Tuite'owi z MRM w Londynie za ich wsparcie i wstępny projekt kwestionariusza, który pobudził ożywioną debatę w naszych biurach, a następnie rozwijany wspólnie przez Alexandru Alexu, Dalię Bärbuică, Marie Chaloupková, Joe Cooka, Aleksandrę Jagodę, Agatę Koczowską, Simona Kubáta, Mateusza Rolewskiego, Víta Šubrta, Nicholasa Watsona i Annę Ziubińską. Nasze kwestionariusze zostały następnie wykorzystane w badaniach przeprowadzonych przez firmę badawczą GfK. Soňa Daňková i Lukáš Honzák z Ginger & Fred w Pradze przygotowali grafikę informacyjną, projekt i układ. Young Money Matters jest publikowany przez Cook Communications i jest objęty prawami autorskimi Cook Communications © 2024.

