



ODPOWIEDZIALNY SPOŁECZNIE



BADANIE ŚWIADOMOŚCI FINANSOWEJ MŁODYCH POLAKÓW

CZERWIEC 2022

www.crif.pl

Spis treści

Wstęp	2
Założenia	3
Metryczka	4
Wyniki badania	5
Podsumowanie	10
Konkluzje	14
Partnerzy	15
O Crif	16

WSTĘP

Młody człowiek w wieku 18-25 lat ma średnio 4113,38 zł* długu. Najczęściej nie potrafi spłacać kredytów konsumpcyjnych, rachunków za telefon, czynszu, czy mandatów za jazdę na gapę. O ile zadłużenie Polaków w tej grupie wiekowej nie jest największe, to interesujące jest to, że właśnie w grupie pokolenia Z zarówno liczba dłużników, jak i wartość zobowiązań rośnie najdynamiczniej w Polsce.

Młodzi ludzie myślą o finansach zdecydowanie inaczej niż ich rodzice. Z obserwacji widać, że młode pokolenie:

- nie jest nastawione na gromadzenie dóbr (kupno samochodu, mieszkania, itp.), dlatego jest otwarte i na inne sposoby ich pozyskania (np. wynajem),
- dba o finanse, o ile zaspokaja swoje bieżące potrzeby, bez zrozumienia mechanizmów działania rynku finansowego (nie rozumie, co oznacza z punktu finansowego wzięcie telefonu u operatora na raty, czy płatność odroczona).

Pokolenie Z nie ma jeszcze wysokich i stabilnych dochodów, a co za tym idzie, nie może zaciągnąć wysokich zobowiązań. Z drugiej strony jest to grupa, która częściej kupuje pod wpływem trendów czy chęci życia na wysokim standardzie. Jest otwarte na nowości technologiczne oraz przywiązuje niemałą wagę do swojego wyglądu. Z tego względu młodzi ludzie chętnie pożyczają pieniądze przede wszystkim na sfinansowanie wydatków, których celu nie muszą deklarować ani w banku, ani w firmie pożyczkowej.

Nie dziwi więc, że największą popularnością cieszą się wśród nich wszelkiego rodzaju zobowiązania o charakterze konsumpcyjnym, a więc głównie pożyczki gotówkowe i ratalne. Aktywnie korzystają również z limitów na koncie oraz kart kredytowych. Chęć zaspokojenia swoich potrzeb konsumpcyjnych przy niskiej wiedzy na temat swoich finansów i niezdolność do właściwego oszacowania swoich możliwości finansowych są najczęstszymi przyczynami popadania młodych ludzi w kłopoty finansowe.

Okres pandemii przyspieszył digitalizację wszystkich sfer naszego życia, większość skutecznie przeniósł do Internetu, naturalnego środowiska komunikacji, zakupów i życia towarzyskiego młodych ludzi. Jak zatem wygląda wiedza o finansach Pokolenia Z i trendy związane z ich finansami?

Zapraszamy do zapoznania się z wynikami badania świadomości finansowej młodych Polaków, przygotowanego przez CRIF we współpracy z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu i Banking Magazine (kwiecień-czerwiec 2022 r.) pod kierownictwem dr hab. Barbara Mróz-Gorgoń, prof. UEW.

ZAŁOŻENIA

Celem badania było opisanie stanu wiedzy młodych Polaków na temat ich finansów i sposobów zarządzania finansami za pomocą anonimowej ankiety, która była skierowana do studentów i absolwentów uczelni wyższych – osób dorosłych w wieku 19-25 lat. Wyniki badania zostały opracowane i przedstawione poniżej.



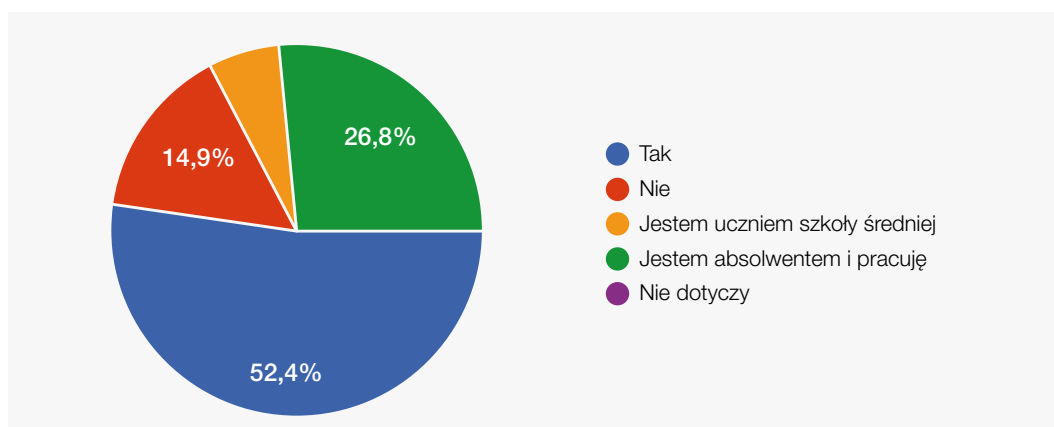
METRYCZKA

W badaniach świadomości finansowej młodych Polaków prowadzonych od kwietnia do maja 2022 roku łącznie wzięło udział 167 respondentów.

W badaniu najliczniejszą grupę stanowiły osoby po 26 r.ż. – 28,1% ankietowanych. Drugą najliczniejszą grupą były osoby poniżej 20 r.ż. 12% ankietowanych oraz osoby w wieku 22 lat – 11,4%. Najmniej liczną były osoby w wieku 25 lat – stanowiły one 5,4% ankietowanych.

Rozkład płci biorącej udział w ankiecie był bardzo wyrównany. Mężczyźni stanowili – 51,5%, kobiety – 47,9%, a osoby niebinarne 0,6%.

52,4% osób zadeklarowało, że obecnie są studentami – 14,9%, że nie są. 26,8% respondentów jest absolwentami uczelni wyższych i aktualnie pracuje, a 6% jest uczniami szkoły średniej.



Wykres ilustrujący odpowiedź na pytanie „Czy jesteś studentem/studentką?”

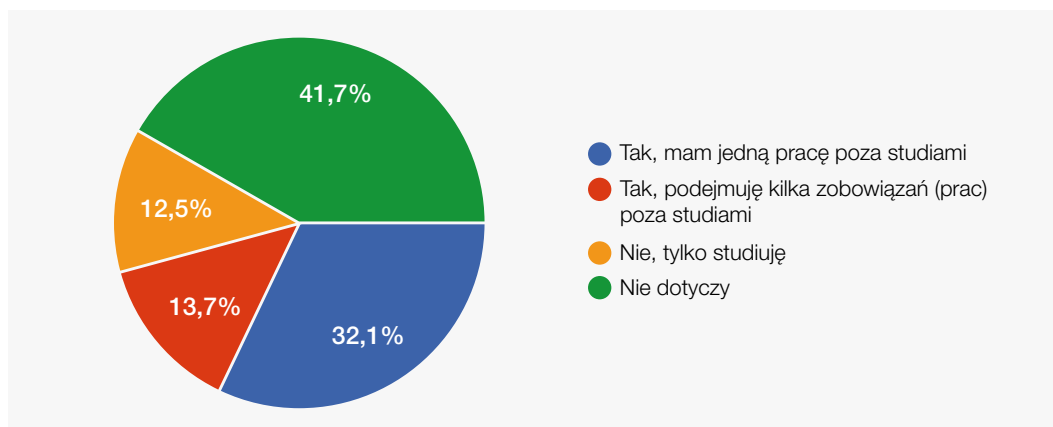
Zdecydowana większość studiuje w trybie dziennym – 49,1%. 12,6% studiuje zaocznie, a zaledwie 4,8% jest na studiach doktoranckich. 32,9% ankietowanych obecnie nie studiuje.

Wśród studentów najwięcej z nich studiuje odpowiednio na uczelniach: ekonomicznych – 26,3%, technicznych – 25,7% oraz humanistycznych – 16,8%.

Najwięcej studiuje we Wrocławiu – 24,6%, Krakowie – 17,4%, Warszawie 12% oraz Poznaniu – 6%.

STUDIA A PRACA

32,1% ankietowanych oprócz studiowania ma jedną pracę, a 13,7% poza studiami podejmuje kilka zobowiązań, natomiast 12,5% tylko studiuje.



Wykres ilustrujący odpowiedź na pytanie „Czy równolegle studiujesz i pracujesz?”

Najwięcej badanych jest zatrudnionych na umowę o pracę – 49,7%. Drugą najpopularniejszą formą zatrudnienia jest umowa zlecenie – w oparciu o nią pracuje 26,9% respondentów. W oparciu o pozostałe formy współpracy zatrudnionych jest od 3 do 4,2% respondentów.

Zdecydowana większość ma zawodowe doświadczenie i jest obecnie zatrudniona w kolejnej pracy – 66,5%. 17,4% ankietowanych nie posiada zawodowego doświadczenia, a 16,2% jest zatrudnionych w swojej pierwszej pracy.

Najwięcej osób, jako staż pracy na aktualnym stanowisku, wskazywało czas od pół roku do roku – 23,4%. Najkrócej, bo poniżej 3 miesięcy, pracuje 14,4% badanych, najdłużej zaś – bo powyżej 3 lat – 13,8%.

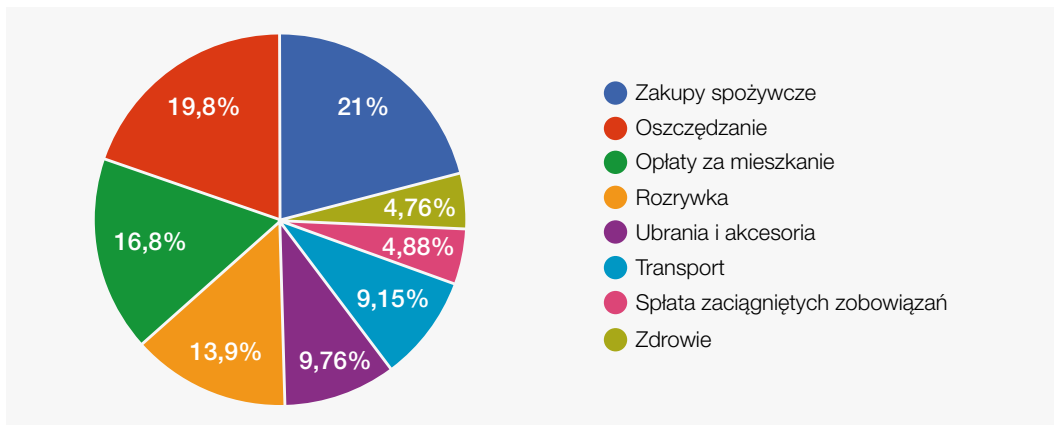
Rozkład wynagrodzenia w złotych netto wśród ankietowanych prezentuje się następująco. Najwięcej osób zarabia w granicach 3 001 - 4 000 zł, jest to 15% ankietowanych, a 12% zarabia o tysiąc złotych więcej. Najmniej, tj. od 500 do 1 000 zł zarabia 6% badanych, a najwięcej tj. powyżej 10 tys. zł. – 8,4%.

Poza wynagrodzeniem z tytułu wykonywanej pracy dodatkowe, regularne, miesięczne finansowanie otrzymuje 38,9% i najczęściej jest to kwota w przedziale 100-500 zł (12%) oraz 501 - 1 000 zł (9%).

Natomiast poza wynagrodzeniem dodatkowe, ale nieregularne, miesięczne finansowanie otrzymuje 35,9% osób, i wynosi ono najczęściej – tj. w 21% przypadków - od 100 do 500 zł.

FINANSE OSOBISTE

Struktura miesięcznych wydatków młodych Polaków wygląda następująco: 21% przeznaczają na zakupy spożywcze, 19,8% na oszczędzanie, 16,8% na opłatę za mieszkanie, 13,9% na rozrywkę, 9,76% na ubrania i akcesoria, 9,15% na transport, a po niecałe 5% na zdrowie i spłatę zaciągniętych zobowiązań.



Wykres ilustrujący wydatki miesięczne dochodu wśród młodych Polaków

25,7% ankieterowanych starało się o dodatkowe finansowanie w ciągu ostatniego roku do 3 lat, 11,4% w ciągu ostatnich 3 do 6 lat, a 7,8% w ciągu ostatniego miesiąca do 3 miesięcy.

38,3% z osób, które starały się o dodatkowe finansowanie, wnioskowało o rozkład płatności na raty, 31,7% o kredyt, a odpowiednio 15% i 11,7% o pożyczkę oraz odroczoną płatność.

Najwięcej badanych (40%) wnioskowało o dodatkowe dofinansowanie w kwocie 10 000 zł i więcej.

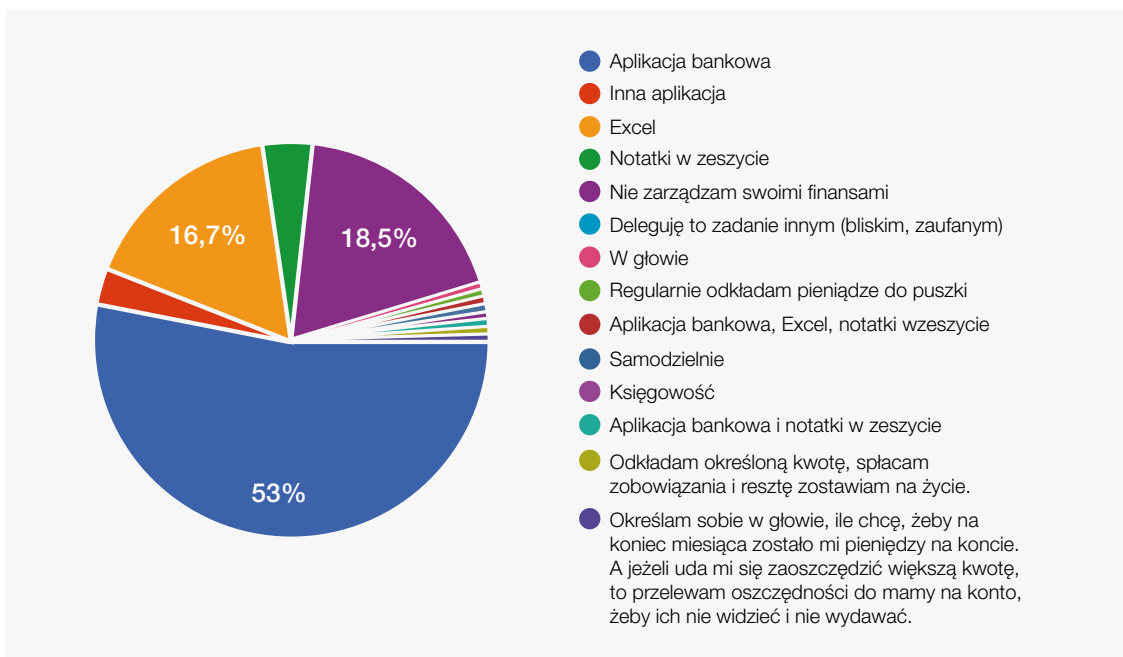
Z osób, które mają dodatkowe zobowiązania finansowe – 85% zadeklarowało, iż spłaca je regularnie.

Połowie ankieterowanych (49,1%) miesięczne dochody nie tylko wystarczają na życie, ale są też oni w stanie regularnie oszczędzać zarobione pieniądze. 40,7% ankieterowanych miesięczne dochody również wystarczają, ale nie są oni skłonni ani do oszczędzania, ani do zaciągania zobowiązań finansowych. 10,2% ankieterowanych korzysta z form dodatkowego dofinansowania.

Z osób, które zaciągają dodatkowe zobowiązania finansowe – 97% spłaca je w terminie.

ZARZĄDZANIE FINANSAMI

53% ankietowanych swoimi finansami zarządza poprzez aplikację bankową, 16,7% poprzez tabelę w Excelu, a 18,5% nie zarządza nimi wcale.

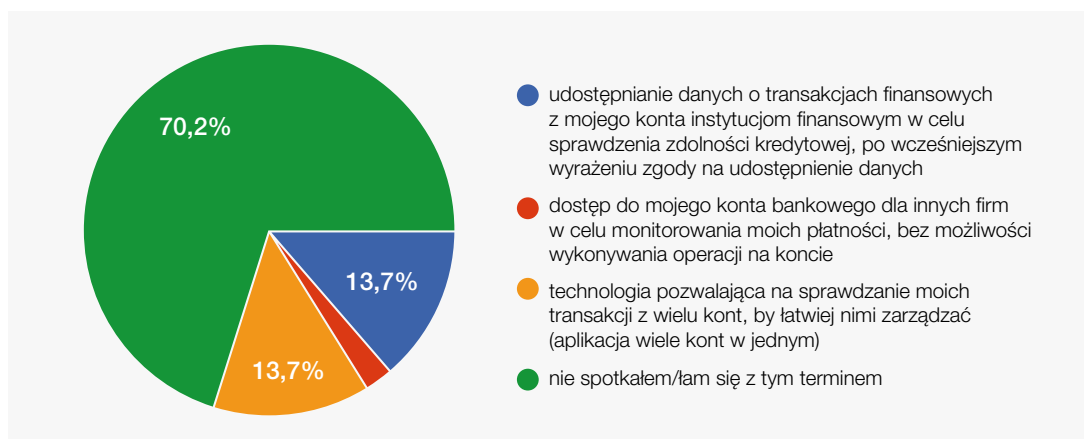


Wykres ilustrujący odpowiedź na pytanie „W jaki sposób zarządzasz swoimi finansami?”

41,9% badanych uważa, iż swoimi finansami zarządza efektywnie, a 19,8%, że zdecydowanie efektywnie. 27,5% nie umiało określić poziomu efektywności ich zarządzania, a niecałe 10,8% otwarcie przyznało, że swoimi finansami zarządza w sposób nieefektywny.

Na pytanie dotyczące tego, co chcieliby oni zmienić w zarządzaniu swoimi finansami w ciągu najbliższych miesięcy, najczęściej odpowiadali, że chcieliby zacząć oszczędzać lub inwestować, a także polepszyć swoją wiedzę na temat finansów. Kilka osób wskazało też na trudności z monitorowaniem swoich wydatków i potrzebą ich kategoryzacji i organizacji. Chcieliby oni uzyskać większą kontrolę nad swoimi finansami, najchętniej poprzez znalezienie aplikacji, która by im w tym pomogła.

Zdecydowana większość ankietowanych, bo aż 70,2% nigdy wcześniej nie spotkało się z terminem otwartej bankowości, a zaledwie 13,7% potrafiło wskazać jego poprawną definicję.



Wykres ilustrujący odpowiedź na pytanie „Jeśli spotkałeś/łaś się z terminem Open Banking, która odpowiedź najlepiej go określa?”

Na pytanie dotyczące sytuacji, w której ankietowany został poproszony o wyrażenie zgody na udostępnienie jego danych o transakcjach bankowych osobom trzecim w celu zweryfikowania zdolności finansowej – 56,9% udzieliło odpowiedzi, iż nie spotkało się z taką prośbą. 19,2% nie było w stanie odpowiedzieć na to pytanie, a 24% udzieliło odpowiedzi twierdzącej.

Natomiast na hipotetyczne pytanie o udzielenie takiej zgody – aż 71,3% osób by jej nie wyraziło. Swoją decyzję argumentowali brakiem zaufania, chęcią chronienia swojej prywatności i obawą o bezpieczeństwo swoich danych. Kilka osób wskazało na to, że w zależności od celu udostępnienia swoich danych – byłiby je skłonni udostępnić pod warunkiem uzyskania w związku z tym jakiejś korzyści – pozytywnej weryfikacji kredytowej czy lepiej dopasowanej oferty. Istotnym czynnikiem wpływającym na wyrażenie lub brak takiej zgody wpływało to, czy znają oni daną instytucję i czy jej ufają – jeśli tak, byłiby oni bardziej skłonni takie dane udostępnić.

Na pytanie dotyczące wykorzystania technologii w usługach bankowych w Polsce ankietowani odpowiedzieli następująco. **84,4% uważa, że aplikacje i procesy bankowe są intuicyjne – przeciwnego zdania jest 6,6%. 40% - jest zdania, że oferty są dopasowane, w przeciwieństwie do 18,6%, które uważa inaczej. 60% uważa, że dostęp do informacji jest bardzo dobry, 11,4% jest przeciwnego zdania.** Większość - 61,7% - uważa, że technologia bankowa nie jest przestarzała, a 15,6%, że jest. 48,5% jest zdania, że aplikacje i procesy są bezpieczne – 10,8% jest przeciwnego zdania. 29,3% ankietowanych stwierdza, iż technologie wykorzystywane w usługach bankowych budzą ich niepokój z uwagi na przetwarzanie ich danych osobowych – 50,3% badanych nie jest tym zaniepokojonych.

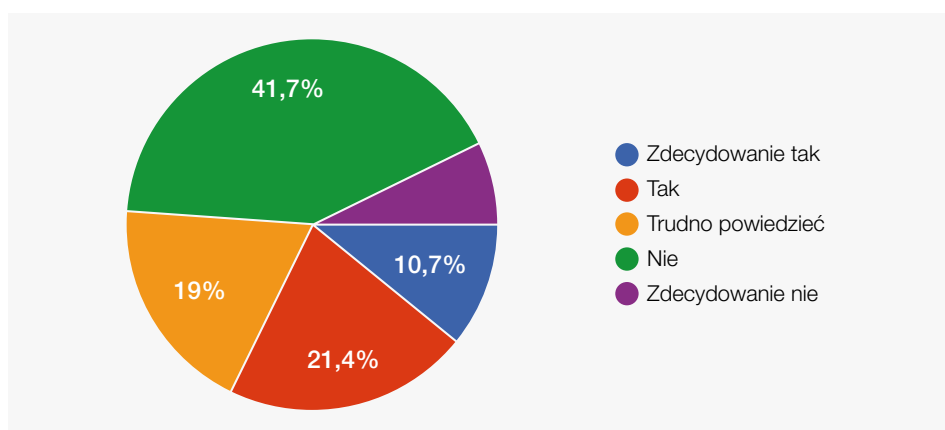
55,7% ankietowanych uważa, że biometria stanowi jeden z najbezpieczniejszych kluczy zabezpieczeń danych osobowych – przeciwnego zdania jest 10,2% osób. Wśród różnych rodzajów biometrii do weryfikacji danej osoby, za najwygodniejszy rodzaj wybrali biometrię twarzy – a za najmniej wygodny biometrię głosu.

96,4% ankietowanych posiada bankowe konto internetowe – a 3% wyłącznie konto tradycyjne, czyli tzw. okienko.

FINANSE A PANDEMIA COVID-19

Na pytanie dotyczące tego, czy w ostatnich dwóch latach zauważyli oni wpływ pandemii na swoje finanse, 33,5% ankietowanych stwierdziło, że mają więcej pieniędzy i nie muszą martwić się finansami. 28%, że mają mniej pieniędzy i muszą więcej pracować, a 45,5%, że nie widzi różnicy, ale do wydatków podchodzi ostrożnie. Na pytanie dotyczące oszczędzania 66,5% osób przyznało, że czasy są niepewne i trzeba oszczędzać, a prawie wszyscy zgodnie przyznali (87,4%), że oszczędzanie to dobry nawyk bez względu na czasy.

Na pytanie, czy ich podejście do finansów uległo zmianie z powodu pandemii – tj. zdali sobie sprawę, że nic nie jest dane raz na zawsze i należy "chwytać dzień" – większość – 41,7% odpowiedziało przecząco, a 19% się nie określiło. Na pytanie twierdząco odpowiedziało 32,1%.



Wykres ilustrujący odpowiedź na pytanie „Czy Twoje podejście do finansów uległo zmianie z powodu pandemii?”

Swoje odpowiedzi uzasadniali tym, że człowiek o swoje bezpieczeństwo finansowe powinien dbać bez względu na sytuacje zewnętrzne. Wolą oni zabezpieczyć swoją przyszłość i żyć oszczędnie. Uważają, że chwywanie dnia jest lekkomyślne i starają się mieć odpowiedzialne podejście do pieniędzy. Pandemia jeszcze bardziej im to umożliwiła, ze względu na znaczne zmniejszenie wydatków związane z zostawaniem w domu i większą ilością czasu, jaką mogli poświęcić na przemyślenie swoich zachowań finansowych oraz edukację. Ogólnie nie zmieniła ona natomiast podejścia większości ankietowanych do swoich finansów – jedynie wzmocniła wykształcone już postawy.

Chęć otrzymania raportu z wynikami badań wykazało 67 ankietowanych.

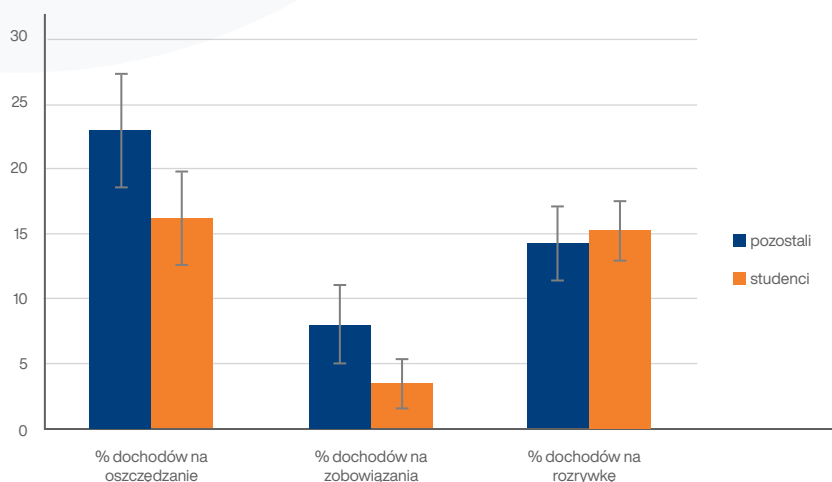
PODSUMOWANIE

Pozytywna ocena efektywności zarządzania swoimi finansami wśród przebadanych

Dwóch na trzech badanych ocenia swój sposób zarządzania finansami jako efektywny lub bardzo efektywny.

Mniejsze wydatki studentów na oszczędności i zobowiązania, takie same na rozrywkę

Studenci deklarowali mniejszy (względem reszty badanych) procent dochodów przeznaczany zarówno na oszczędności, jak i na zobowiązania. Różnica w procentowych wydatkach na rozrywkę była nieistotna statystycznie.



Wykres przedstawiający procentowy rozkład wydatków

Pozytywna ocena usług bankowych w Polsce

Osoby badane w większości pozytywnie oceniły wykorzystywanie technologii w bankowości, a także dostęp do informacji:

- 84% zgadza się ze stwierdzeniem „Aplikacje / procesy są intuicyjne”,
- 62% nie zgadza się ze stwierdzeniem „Technologia jest przestarzała”,
- 59% zgadza się ze stwierdzeniem „Dostęp do informacji jest bardzo dobry”.

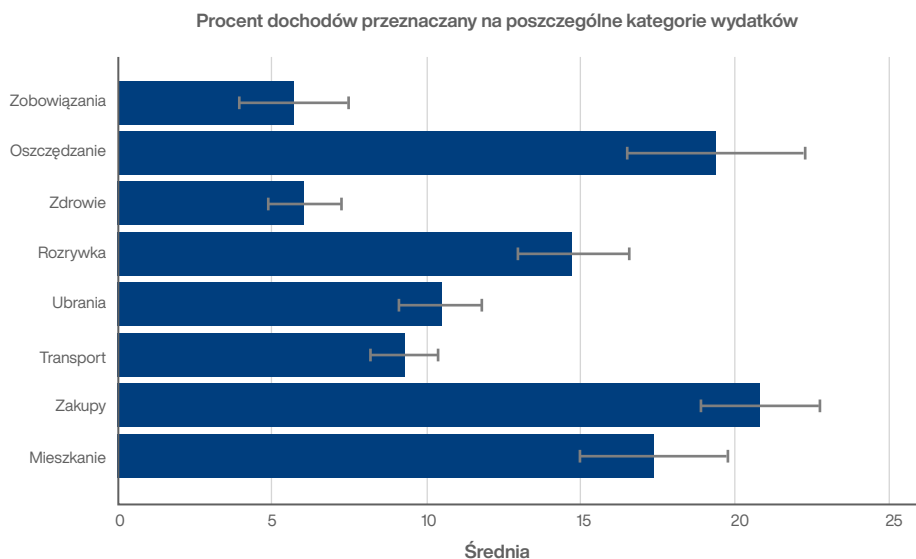
Co istotne - dla części stwierdzeń zaobserwowano **znaczący udział braku zdania**:

- 42% wybrało opcję trudno powiedzieć w stosunku do stwierdzenia „Oferty są dopasowane”,
- 43% wybrało opcję trudno powiedzieć w stosunku do stwierdzenia „Aplikacje / procesy są bezpieczne (ochrona przed cyberprzestępstwami)”.

Zróżnicowane odpowiedzi uzyskano względem stwierdzenia „(Technologie w usługach bankowych) budzą mój niepokój z uwagi na przetwarzanie moich danych osobowych”: 49% się zgadza, 22% nie ma zdania, 29% się nie zgadza.

Struktura wydatków

Osoby badane miały oszacować jaki procent swoich dochodów przeznaczają zwykle na poszczególne kategorie wydatków. Kategoriami o największym średnim udziale okazały się: zakupy, oszczędzanie i mieszkanie. Średni udział żadnej z kategorii nie przekroczył 25%.

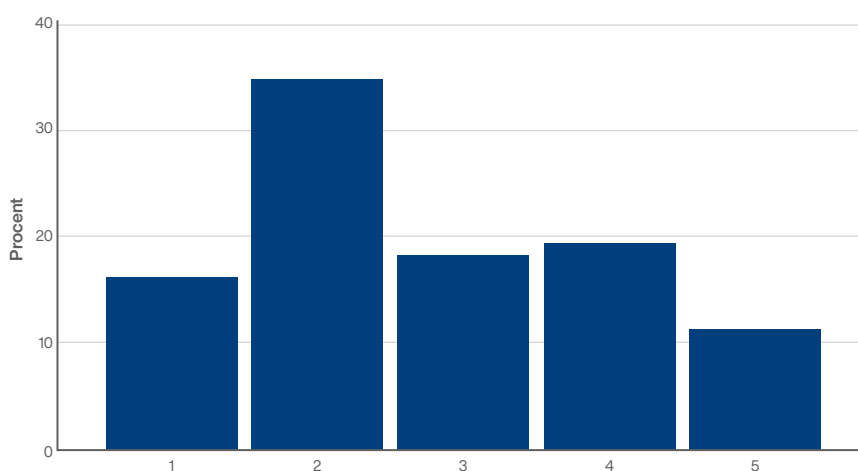


Wykres przedstawiający procent dochodów przeznaczany na poszczególne kategorie wydatków

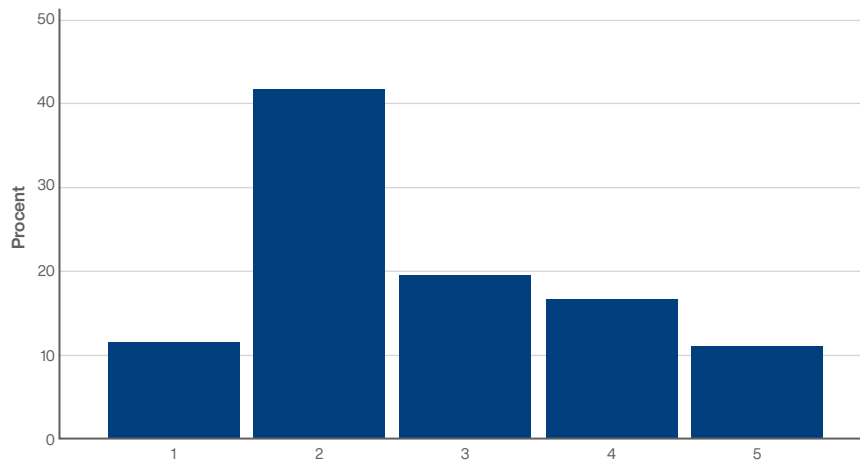
Pandemia COVID-19 a finanse

Odpowiedzi osób badanych na stwierdzenia związane z pandemią COVID-19 i finansami były mocno zróżnicowane:

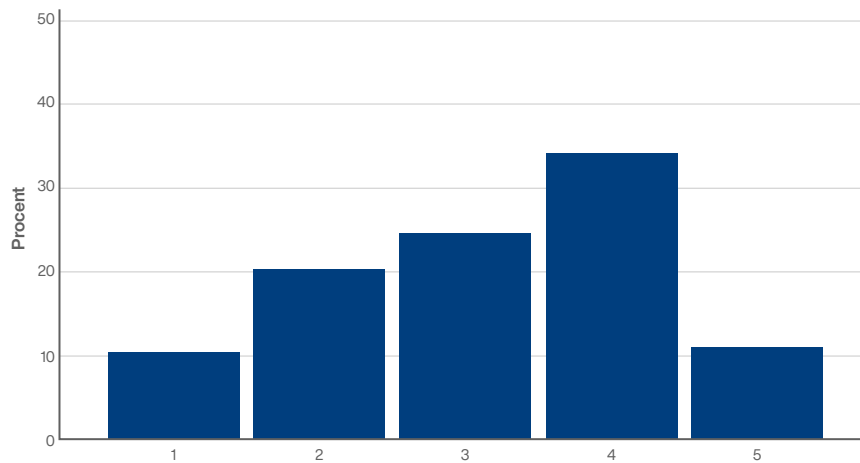
„Mam więcej pieniędzy i nie muszę się martwić finansami” (średnia: 2,74)



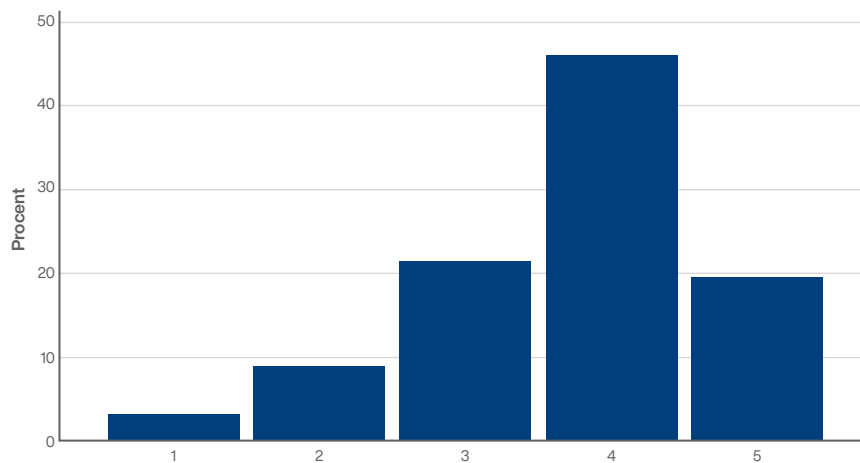
„Mam mniej pieniędzy i muszę więcej pracować” (średnia: 2,73)



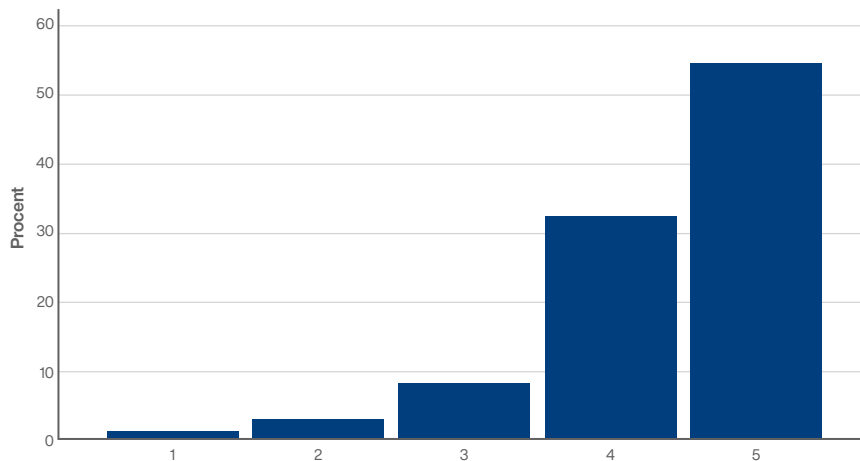
„Nie widzę różnicy, ale do wydatków podchodzę rozsądnie” (średnia: 3,15)



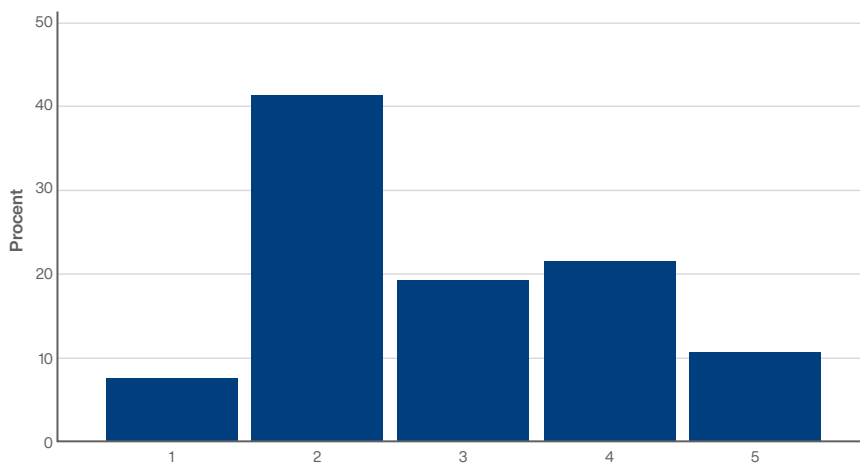
„Czasy są niepewne i trzeba oszczędzać” (średnia: 3,70)



„Oszczędzanie to dobry nawyk bez względu na czasy” (średnia: 4,37)



„Zdałem/am sobie sprawę, że nic nie jest dane raz na zawsze i należy <chwycić dzień>” (średnia: 2,87)



KONKLUZJE

Na podstawie przeprowadzonego badania o charakterze sondażowym można stwierdzić, że młodzi konsumenci są świadomi, bardziej niż ich rówieśnicy sprzed dekady, potrzeby oszczędzania i zarządzania swoimi finansami, jak i już zaczynają odkładać zasoby finansowe na przyszłość (korzystając z usług finansowych dostępnych na rynku).

Młodzi konsumenci pozytywnie oceniają usługi finansowe, a w tym w szczególności ich UX'owość - technologię, jak i dostęp do informacji na temat produktów i oferty. Widoczne jest natomiast zdecydowane przejście w środowisko mobilne (Internet, digitalizacja) w korzystaniu z usług bankowych i finansowych. W tym obszarze zatem można zaobserwować rozwój zarówno w zakresie wiedzy młodych konsumentów na temat dostępności aplikacji finansowych, jak i rozwój samego sektora, zgodnie ze współczesną doktryną rynkową (przemysł 4,0).

Ocena efektywności zarządzania swoimi finansami wśród przebadanych jest pozytywna, tym niemniej wśród studentów, jako wyodrębnionej grupy młodych uczestników rynku, deklarowano mniejszy (względem reszty badanych) procent dochodów przeznaczony zarówno na oszczędności, jak i na zobowiązania. Stan ten można tłumaczyć zorientowaniem rynkowym tej grupy młodych konsumentów, którzy studiując, są świadomi swych kompetencji (obecnych i przyszłych, zdobytych w toku studiów), oraz świadomości i rozeznania rynkowego w zakresie możliwości budowania kariery, jak i korzyści zarobkowych. Tu można przyjąć hipotezę, iż obecne uwarunkowania rynkowe (dość wysoka pozycja negocjacyjna pracownika względem pracodawcy) stanowią determinantę tego rezultatu.

Mimo iż dwóch na trzech badanych ocenia swój sposób zarządzania finansami jako efektywny lub bardzo efektywny, co można oczywiście odczytywać, jako pozytywną prognozę na przyszłość, tym niemniej, na podstawie pozostałych odpowiedzi (stosunkowo słabo rozpoznanych narzędzi i oferty na rynku finansowym) należy wnioskować, iż edukacja w zakresie narzędzi, produktów i mechanizmów na rynku finansowym – w szczególności w kontekście zaciąganych zobowiązań, jak i możliwości oszczędzania nie powinna być zaniechana.

Co istotne – prawie połowa przebadanych deklaruje, iż czuje obawy, a nawet niepokój, związany z korzystaniem z usług finansowych - zdaje się ono być dla respondentów niebezpieczne w kontekście cyberbezpieczeństwa. W odpowiedzi na taki stan percepcji należy rekomendować dalsze działania na rzecz zarówno podwyższenia bezpieczeństwa w obszarze usług/produktów finansowych, jak i edukacji.

PARTNERZY

W zakresie realizacji projektu badania świadomości finansowej młodych Polaków CRIF nawiązał merytoryczną współpracę z Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu — badanie odbyło się pod kierownictwem dr hab. Barbara Mróz-Gorgoń, prof. UEW. W zakresie promocji projektu nawiązana została współpraca z Banking Magazine.

CRIF Sp. z o.o. to wiodący dostawca informacji kredytowej w Europie oraz jeden z kluczowych podmiotów w skali światowej, dostarczający zintegrowane usługi i rozwiązania z zakresu informacji biznesowej, handlowej oraz zarządzania ryzykiem. Firma prowadzi działalność w Polsce poprzez spółkę CRIF. Na terenie Polski działa też Krajowe Biuro Informacji Gospodarczej S.A., którego wyłącznym akcjonariuszem jest CRIF AG z siedzibą w Szwajcarii.

www.crif.pl

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu jest nie tylko liczącym się ośrodkiem badań w dziedzinie nauk ekonomicznych i nauk o zarządzaniu, ale też jedną z największych szkół ekonomicznych w kraju i odgrywa ważną rolę w kształceniu ekonomistów, w badaniach naukowych i pracach dla gospodarki. Jest również aktywnym partnerem w międzynarodowych kontaktach naukowych i dydaktycznych.

www.ue.wroc.pl

BANKING MAGAZINE to nośnik informacji z rynku bankowego jak również całego obszaru consumer finance oraz finansów firmowych.

www.bankingmagazine.pl



O CRIF

CRIF to wiodący dostawca informacji kredytowej w Europie oraz jeden z kluczowych podmiotów w skali światowej, dostarczających zintegrowane usługi i rozwiązania z zakresu informacji biznesowej oraz handlowej, zarządzania kredytami i marketingiem, który znalazł się na liście FinTech 100 - prestiżowym rankingu wiodących dostawców technologii dla branży usług finansowych na całym świecie. Obecnie z rozwiązań i usług CRIF korzysta ponad 10 500 instytucji finansowych, 600 instytucji ubezpieczeniowych, 82 000 klientów biznesowych i 1 000 000 klientów indywidualnych w 50 krajach.



5.000+

SPECJALISTÓW



600

FIRM UBEZPIECZENIOWYCH



50

KRAJÓW



10.500

INSTYTUCJI FINANSOWYCH



82.000

KLIENTÓW BIZNESOWYCH



1.000.000

INDYWIDUALNYCH KLIENTÓW

CRIF w Polsce angażuje się aktywnie w budowanie wiedzy i świadomości finansowej Polaków między innymi poprzez:

- bezpłatne udostępnianie konsumentom usługi Bezpieczny PESEL – możliwość zastrzeżenia numeru PESEL w systemie, by przeciwdziałać oszustwom finansowym w branży pożyczkowej (kradzież tożsamości i branie pożyczek na cudzy PESEL);
- będąc Partnerem projektów edukacyjnych – Technologie z Klasą Fundacji Uniwersytetu Dzieci (scenariusz lekcji „Czym są dane osobowe?”);
- regularnie udostępniając dane na rzecz przygotowania comiesięcznych raportów rynku pożyczkowego dla Fundacji Rozwoju Rynku Finansowego;
- i innych.



KONTAKT DLA MEDIÓW



Anna Kowalik
Marketing & PR



+48 791 419 127



a.kowalik@consultant.crif.com

www.crif.pl