

Pokolenie Y

w świecie finansów
i nowych technologii



Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

Na zlecenie Banku Millennium Grupa IQS przeprowadziła **badanie weryfikujące wiedzę, podejście i preferencje** Polaków w wieku 20-32 lat do finansów oraz nowych technologii

Opracowanie to jest częścią raportu „Pokolenie Millennium w świecie finansów i nowych technologii, na tle generacji X i Z” i jest charakterystyką pokolenia urodzonego na przełomie XX i XXI wieku, określanego jako pokolenie lub generacja Y, Millennials.

Celem przygotowania raportu było poszerzenie wiedzy o tym pokoleniu. Ze względu na rozpiętość wiekową i specyfikę pokolenia Y, nasza analiza obejmuje dwie grupy wiekowe Millennialsów: młodszą - 20-24 lata oraz starszą - 25-32 lata.

Pokolenie Y

● **Młodzi Millennials**
20-24 lata

● **Starsi Millennials**
25-32 lata

Pokolenie, na temat którego powstało tak wiele stereotypów, coraz częściej ujawnia swoją różnorodność, obalając przy okazji wiele mitów.

Bank Millennium, jako instytucja stawiająca na innowacje we wszystkich obszarach funkcjonowania – począwszy od oferty po kulturę organizacyjną, zdecydował się dokonać **pierwszego, tak głębokiego badania stosunku młodych ludzi do technologii i finansów**, ponieważ to właśnie generacja Y (szczególnie młodszy Millennials) od wczesnej młodości oswajała się z komputerami i telefonami komórkowymi.

Jak wpływa to teraz na ich zwyczaje finansowe i zachowania konsumenckie? Czy sposób, w jaki korzystają z bankowości znacząco różni się od tego, który preferują ich rodzice? Te i inne pytania nie mogły pozostać bez odpowiedzi w czasach, kiedy pokolenie Millennium staje się najliczniejszą na rynku grupą konsumentów.

“ **To pierwszy w Polsce raport,** który tak kompleksowo przedstawia zwyczaje finansowe generacji Y, oswojonej z nowoczesnymi technologiami.

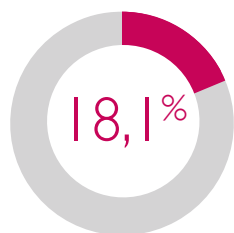


Charakterystyka demograficzna

Millennials - Pokolenie Y

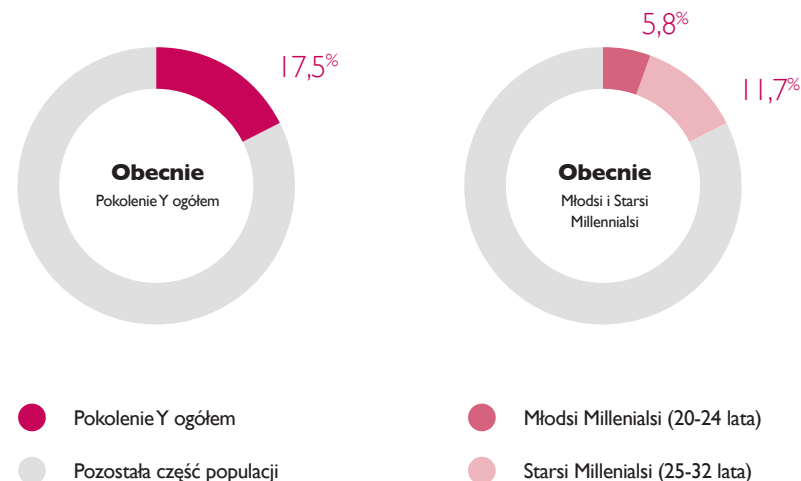
Pokolenie Y (20-32 lata) stanowi obecnie **17,5 proc.** ogółu populacji, czyli ponad 6,6 mln Polaków. Młodsza część, mająca 20-24 lata stanowi **5,8 proc.** a starsza, 25-32 lata - **11,7 proc.**

W związku ze starzeniem się społeczeństwa polskiego (według prognoz GUS) w roku 2050 Pokolenie Millennium będzie w wieku 53-65 lat i stanowić będzie **18,1%** wszystkich Polaków.



W 2050 roku Pokolenie Millennium będzie stanowić **18,1% wszystkich Polaków**

Pokolenie Y na tle polskiej populacji



Portret Pokolenia Millennium

Millennials - Pokolenie Y

Ogółem Pokolenie Millennium:



Swoje **pierwsze konto** założyłam/łem, kiedy zaczęłam/łem pracę



Ze swoim bankiem najczęściej kontaktuję się **przez internet**



Za zakupy stacjonarne najczęściej **placę kartą lub gotówką**



Polecam mój bank znajomym



Pieniądze oszczędzam przede wszystkim na **wyjazdy**



Czuję się **bezpieczna/ny w internecie**, ale nie jestem w pełni przekonana/ny, że moje dane są bezpieczne w sieci



Ze znanych mi nowych technologii płatniczych najbardziej **preferuję BLIKA**



Za 5 lat chętnie płaciłabym/płaciłbym **kartą zbliżeniowo**



Nawet jeśli nie mam dużo pieniędzy, chcę być **traktowana/y wyjątkowo**



Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

Portret Pokolenia Millennium

Millennials - Pokolenie Y

Rozmawiam ze znajomymi
o kwestiach związanych
z moim bankiem



Mam wystarczająco dużo pieniędzy
aby móc **oszczędzać**



Mężczyźni w wieku 20-32 lata



Uważam, że rodzice są **najlepszymi nauczycielami**, jeśli chodzi o zarządzanie pieniędzmi



Samodzielność finansowa świadczy o dojrzałości

Kobiety w wieku 20-32 lata

Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

Millennials - Pokolenie Y

Finanse

Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

Rodzic pierwszym doradcą finansowym

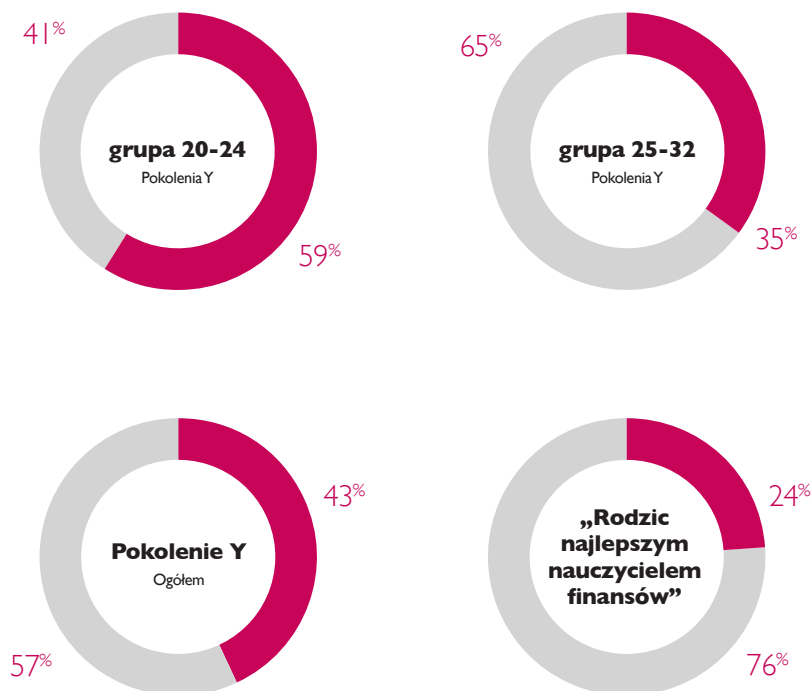
Millennials - Pokolenie Y

Wpływ rodziców na finanse maleje wraz z wiekiem. W pokoleniu Y (20-32 lata) wpływ rodziców na to, jak gospodarują pieniędzmi deklaruje **43 proc.** badanych.

Biorąc pod uwagę młodszą populację Millennialsów (20-24 lata) wpływ rodziców na finanse deklaruje **59 proc.** a w grupie starszej (25-32 lata) odsetek ten wynosi już tylko **35 proc.**

Co czwarty „lgrek” (**24 proc.**) zgadza się ze stwierdzeniem, że rodzice są najlepszymi nauczycielami jeśli chodzi o zarządzanie pieniędzmi.

Jaki wpływ na zarządzanie Twoimi pieniędzmi mają Twoi rodzice?



- Rodzice mają wpływ na moje zarządzanie pieniędzmi
- Rodzice nie mają żadnego wpływu na moje zarządzanie pieniędzmi

Źródła dochodów Millennialsów

Dla starszych Millennialsów głównym źródłem finansów jest praca zawodowa. Młodszy Millennials (28 proc. respondentów) deklaruje, że ich źródłem dochodów jest praca na etat lub jego część. 65 proc. pytanym starszych Millennialsów pracuje na umowach o pracę.

Badani z pokolenia Y są bardziej niezależni pod względem źródła finansów niż ci młodszy z pokolenia Z. 65 proc. pieniędzy Millennialsów pochodzi z pracy na etat (część bądź cały) a 9 proc. z umowy zlecenia/o dzieło.



65% starszych
Millennialsów pracuje
na **umowach
o pracę**



Główny cel oszczędzania Millennialsów to **wyjazdy**

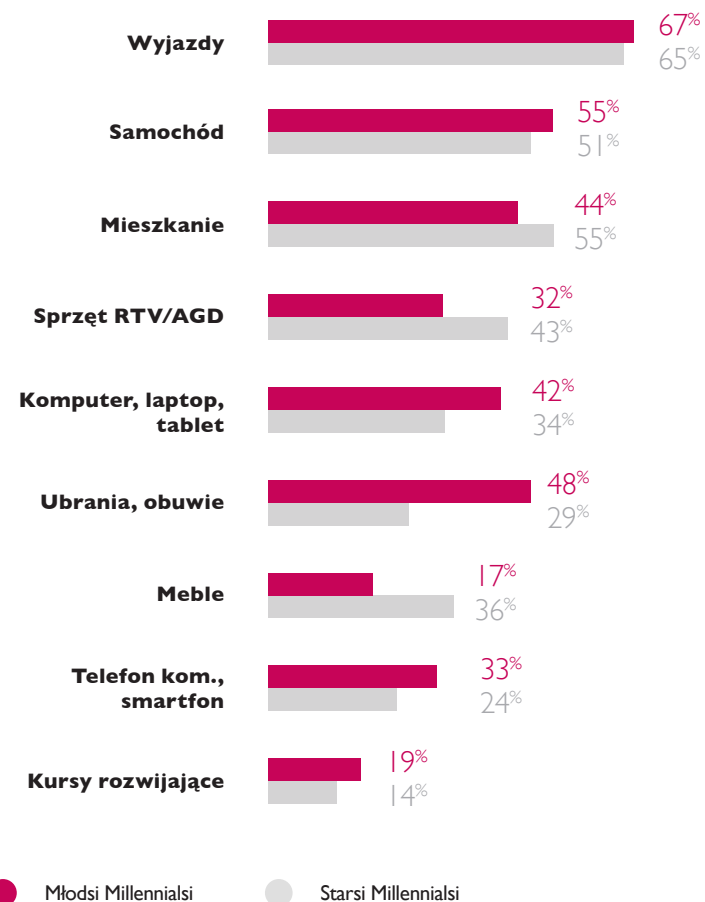
Millennials - Pokolenie Y

Millennials lubią oszczędzać pieniądze, co deklaruje **62 proc.** badanych. Częściej twierdzą tak mężczyźni z tego pokolenia niż kobiety (**70 proc. vs 59 proc.**).

55 proc. Millennialsów oszczędza na większe wydatki. Najczęstszym celem oszczędności są wyjazdy (**65 proc.**). Nieco mniej popularnymi celami, ale zarazem związanymi z dużo większymi nakładami finansowymi, są mieszkanie i samochód (oba cele po **52 proc.** wskazań). Co trzeci „lgrek” odkłada na sprzęt RTV/AGD, komputer (częściej mężczyźni: **44 proc. vs kobiety 28 proc.**), ubrania i meble (na meble częściej oszczędzają kobiety: **38 proc. vs mężczyźni 22 proc.**). Na mieszkanie i meble częściej oszczędza starsza część „lgreków”, ta w wieku 25-32 lata.

Blisko trzy czwarte badanych Millennialsów uważa, że pieniądze są potrzebne w życiu by realizować swoje cele (**73 proc.**). Ponad połowa z nich uważa, że samodzielność finansowa świadczy o dojrzałości (**60 proc.**).

Na co oszczędzasz pieniądze?*



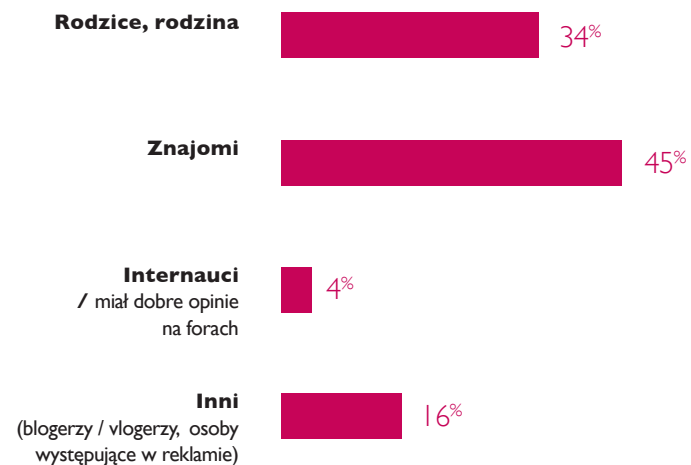
* N=336 (liczba respondentów oszczędzających pieniądze w wieku 20-32 lata)

Siła rekomendacji

Millennials - Pokolenie Y

Co trzeci Millennials poleca znajomym swój bank (**32 proc.**). Najczęściej polecają młodszy (20-24 lata) i ubankowieni (**43 proc.**). Również blisko co trzeci ubankowiony „lgrek” rozmawia ze znajomymi o kwestiach związanych z ich bankiem (**29 proc.**).

Kto polecił Ci bank do założenia pierwszego konta?*



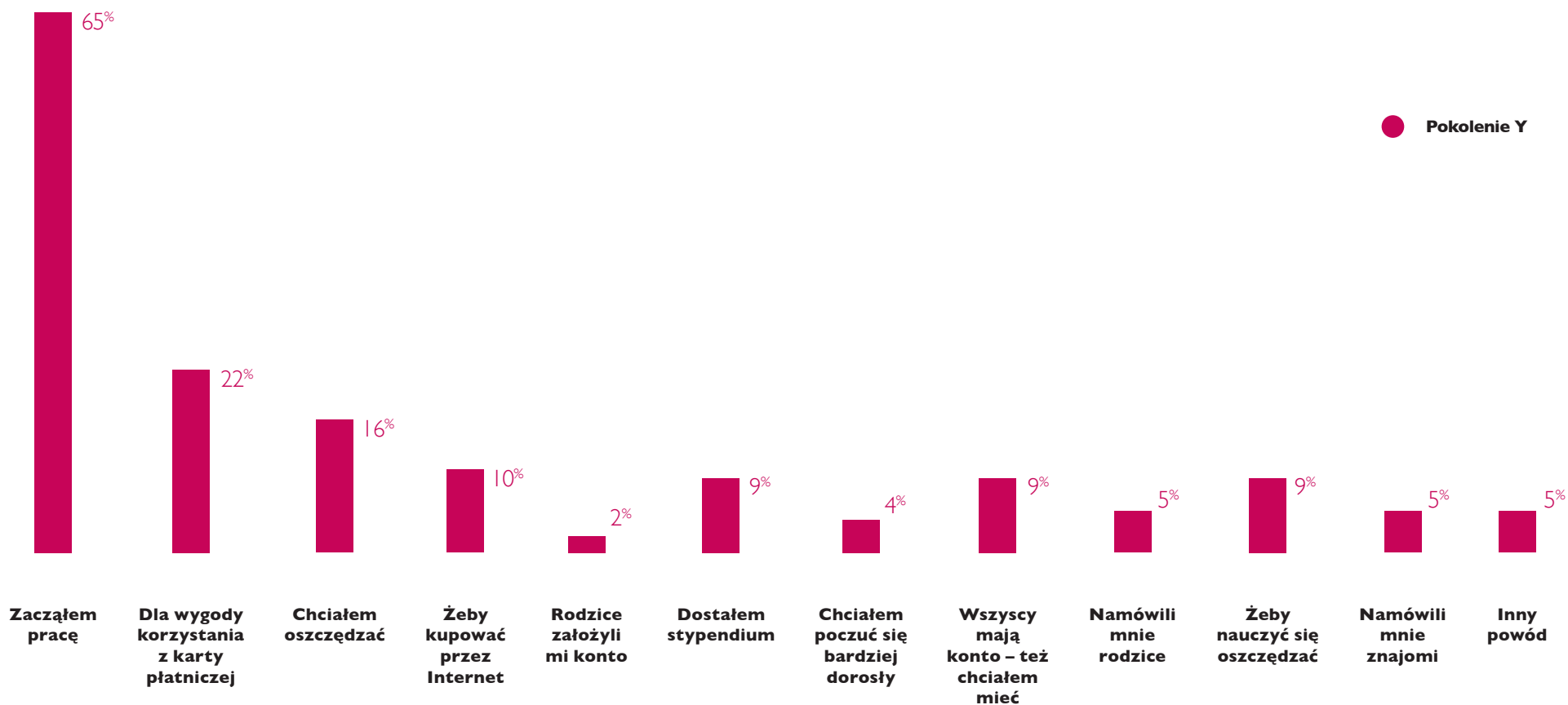
Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

* Dotyczy osób, którym polecono pierwszy bank (możliwych więcej odpowiedzi)

Dlaczego założyłaś/założyłeś pierwsze konto bankowe?*

Millennials - Pokolenie Y



Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

* Respondentami są osoby posiadające konto w banku

Poziom ubankowienia pokolenia Millennium

Zdecydowana większość „lgreków” (**94 proc.**) posiada konto w banku (Y 20-24: **89 proc.**, Y 25-32: **97 proc.**).

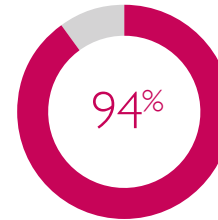
Średni wiek założenia konta osób z pokolenia Y to 18,5 roku. 2/3 „lgreków” wciąż ma swoje pierwsze konto w życiu (Y: **66 proc.**, Y 20-24: **77 proc.**, Y 25-32: **61 proc.**).



Dla połowy „Igreków” głównym powodem otwarcia rachunku bankowego, było rozpoczęcie pracy (**49 proc.**). Częściej powód ten wskazywały starsze „Igreki” (Y 20-24: **34 proc.**, Y 25-32: **56 proc.**). Wygodę korzystania z karty płatniczej wskazało jako powód **25 proc.** pokolenia Y. Rządziej motywacją założenia konta była chęć oszczędzania (**16 proc.**) i robienia zakupów przez Internet (również **16 proc.**).

Na decyzję o wyborze banku często miała wpływ dogodna lokalizacja oddziału banku (powód wymieniany przez około 1/3 badanych) oraz brak opłat za prowadzenie konta i za przelewy (powody wspomniane odpowiednio przez **33 proc.** i **27 proc.** Millennialsów).

Co czwartemu badanemu bank został polecony (**25 proc.**). Najczęściej polecającymi był ktoś z rodziny (**54 proc.**) bądź znajomy (**47 proc.**).



Zdecydowana większość „Igreków” w wieku 20-32 lat posiada konto w banku



Najpopularniejsze usługi bankowe wśród Millennialsów

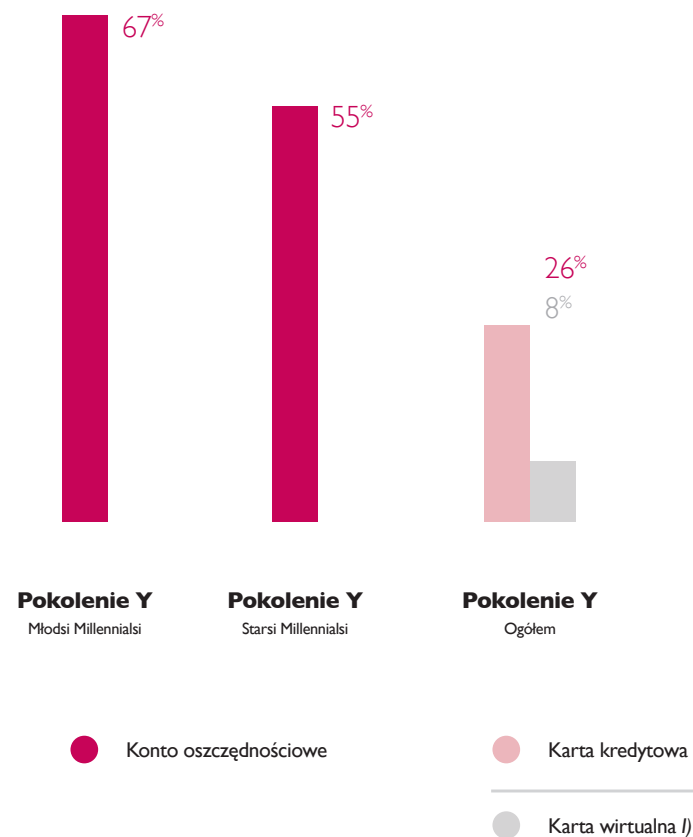
Millennials - Pokolenie Y

Poza kontem osobistym najpopularniejsze usługi bankowe to konto oszczędnościowe oraz karta kredytowa - służyło o nich **90% proc.** Millennialsów.

Z konta oszczędnościowego korzysta 6 na 10 badanych (Y 20-24: **55 proc.**, Y 25-32: **67 proc.**). Kartę kredytową posiada co czwarty „lgrek” (**26 proc.**).

O karcie wirtualnej służyło **27 proc.** Millennialsów, a w ciągu ostatniego roku korzystało z niej **8 proc.** badanych z pokolenia Y.

Z jakich usług bankowych korzystasz?*



Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

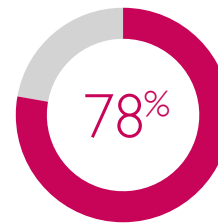
I) Elektroniczna karta płatnicza, jest wydawana zdalnie bezpośrednio na urządzeniu mobilnym. Takie możliwości daje technologia HCE
* Najbardziej i najmniej znane usługi bankowe

Dla Millennialsa najpopularniejsze sposoby **kontaktu z bankiem** to bankowość elektroniczna i tradycyjna

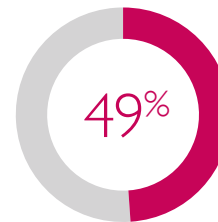
Ubankowieni i bardziej doświadczeni respondenci z pokolenia Y częściej od swoich młodszych kolegów z pokolenia Z korzystają z różnych form kontaktu z bankiem.

Blisko 8 na 10 ubankowionych Millennialsów kontaktuje się z bankiem poprzez stronę internetową (**78 proc.**), połowa odwiedza oddział banku (**49 proc.**) a z aplikacji telefonicznej korzysta w tym celu co trzeci „lgrek” (**36 proc.**).

Bankowość elektroniczna (przez stronę internetową) jest preferowaną formą kontaktu z bankiem dla **64 proc.** ubankowionych Millennialsów. Bankowość tradycyjną preferuje znacznie niższy odsetek respondentów (**17 proc.**). Aplikacja mobilna jest preferowaną formą kontaktu dla **13 proc.** badanych.



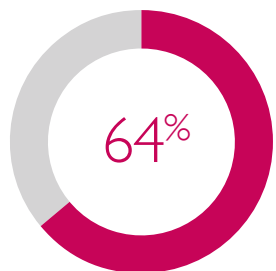
78% respondentów **korzysta z e-bankowości**



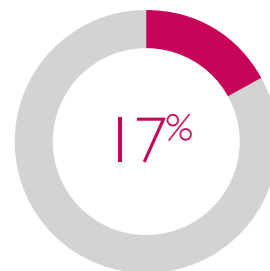
49% respondentów **kontaktuje się z bankiem tradycyjnie**

Preferowane formy kontaktu z bankiem

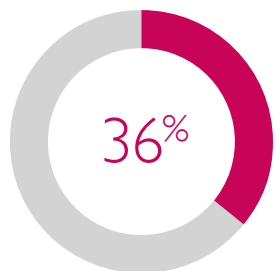
Millennials - Pokolenie Y



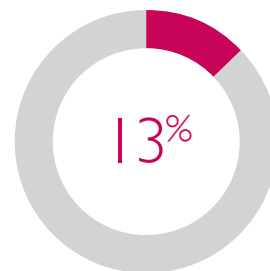
Bankowość elektroniczna
(przez stronę internetową)
jest preferowaną formą kontaktu z bankiem dla 64 proc. ubankowionych Millennialsów



Bankowość tradycyjną
wybiera 17 proc. Polaków w wieku 20-32 lat



Z aplikacji telefonicznej korzysta obecnie **36 proc. Polaków** w wieku 20-32 lat



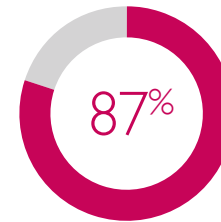
Aplikacja mobilna
jest preferowaną formą kontaktu dla 13 proc. badanych w wieku 20-32 lat

W przypadku obsługi konta bankowego zdecydowana większość badanych (**87 proc.**) wybiera bankowość internetową. Korzystanie z aplikacji w celu obsługi konta jest równie popularne jak odwiedzanie tradycyjnych oddziałów (obie formy po **30 proc.** wskazań).

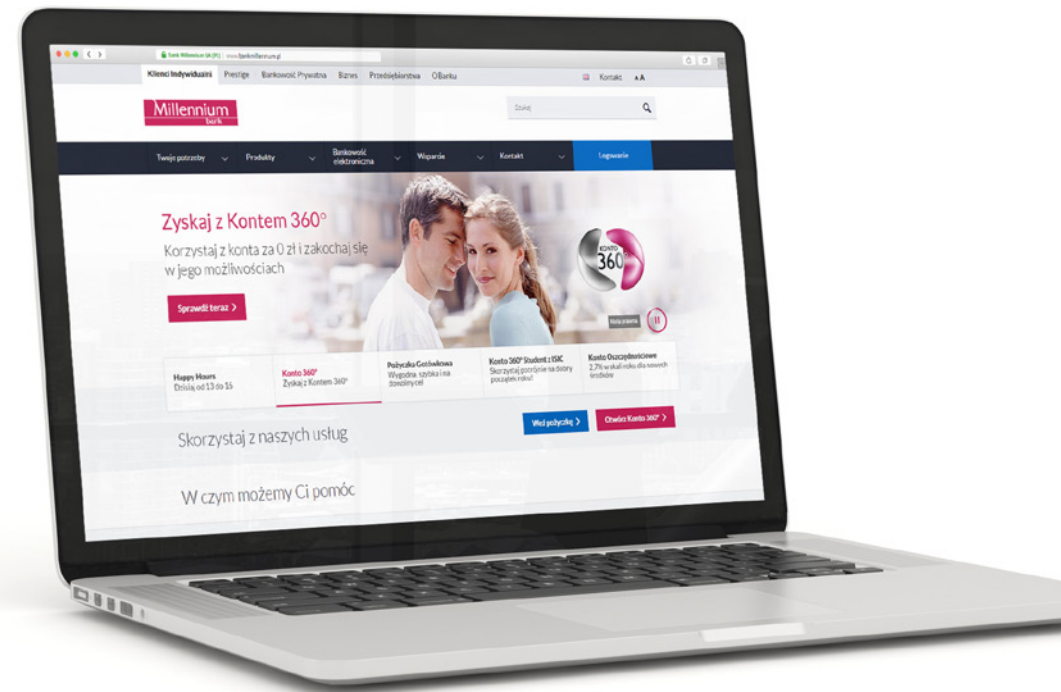
To wizyta w oddziale bankowym jest jednak dla 2/3 Millennialsów najbezpieczniejszą formą kontaktu z bankiem, ale rzadko oceniana jest jako najwygodniejsza (twierdzi tak jedynie **13 proc.** badanych).

Strona internetowa to zdecydowanie najszybsza (**52 proc.**) i najwygodniejsza forma kontaktu z bankiem (**58 proc.**). Forma ta z kolei rzadko oceniana jest przez nich jako najbezpieczniejsza (**21 proc.**).

Kontakt przez aplikację mobilną częściej oceniony był jako najwygodniejszy przez **28 proc.** Millennialsów. Kontakt telefoniczny to najbardziej stresująca forma kontaktu z bankiem (**38 proc.**).

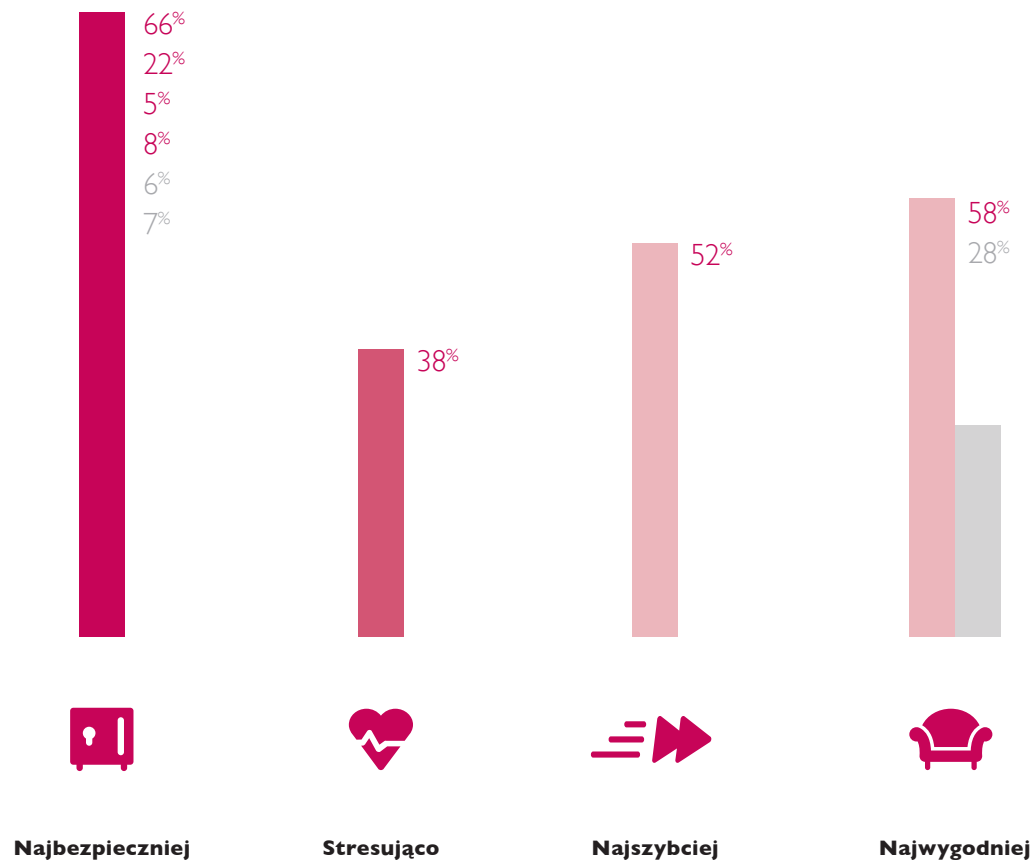


87 proc. badanych
wybiera bankowość internetową



Ocena różnych **form kontaktu** z bankiem

Millennials - Pokolenie Y



Formy kontaktu z bankiem

- Wizyta w oddziale banku
- Kontakt przez stronę internetową banku
- Kontakt telefoniczny
- Kontakt przez aplikację mobilną

Millennials za zakupy stacjonarne najchętniej płaci kartą

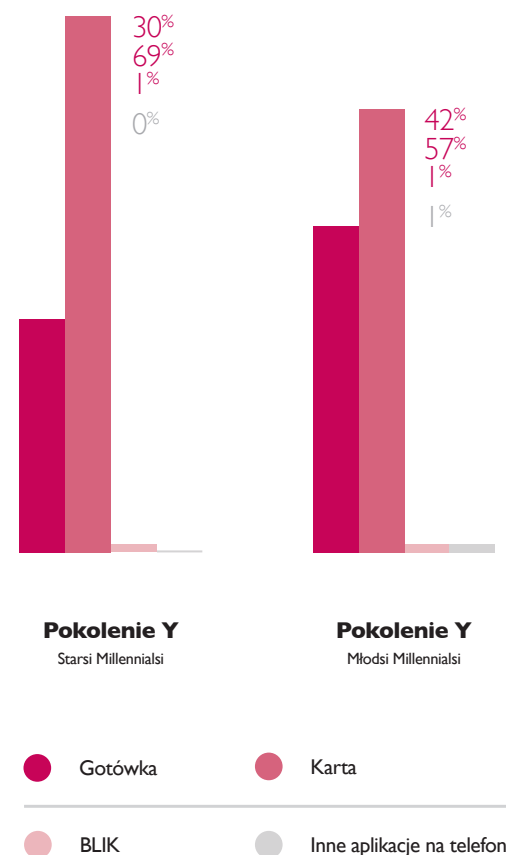
Millennials - Pokolenie Y

Najpowszechniej stosowane sposoby płatności za zakupy stacjonarne to płatność gotówką oraz kartą. Z obu tych form płatności korzysta **85% proc.** pokolenia Millennium.

To karta stanowi jednak najczęściej wybierany sposób płacenia za zakupy przez Millennialsów – **65 proc. (42 proc.** najczęściej płaci zbliżeniowo a **23 proc.** wkładając kartę do terminalu), a jedynie **23 proc.** z nich najczęściej płaci gotówką za zakupy.

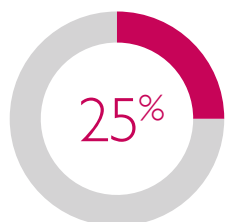
Znacznie mniej popularnym sposobem płacenia za zakupy stacjonarne jest płatność telefonem z BLIKIEM. Korzysta z nich tylko **4 proc.** „lgreków”.

Najbardziej i najmniej znane usługi bankowe



W przyszłości młodzi Polacy skłonni są odchodzić od płatności gotówką - jedynie co trzeci badany (**33 proc.**) Millennials wymienił gotówkę jako jedną z preferowanych form płatności za 5 lat.

Wśród metod dostępnych już dzisiaj największą popularnością cieszy się płatność kartą zblizeniowo (**51 proc.**). Wśród metod możliwych do zrealizowania w przyszłości wielu zwolenników ma natomiast płatność poprzez odcisk palca – co czwarty badany Millennials (**25 proc.**) chętnie płaciłby w ten sposób za zakupy stacjonarne. Na biometrię bardziej otwarci są mężczyźni (**30 proc.**) niż kobiety (**20 proc.**) z tego pokolenia.



25% respondentów
najchętniej wybrałoby
odcisk palca jako
sposób płatności



Millennials - Pokolenie Y

Nowe technologie

Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

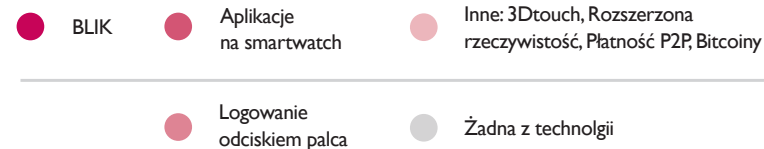
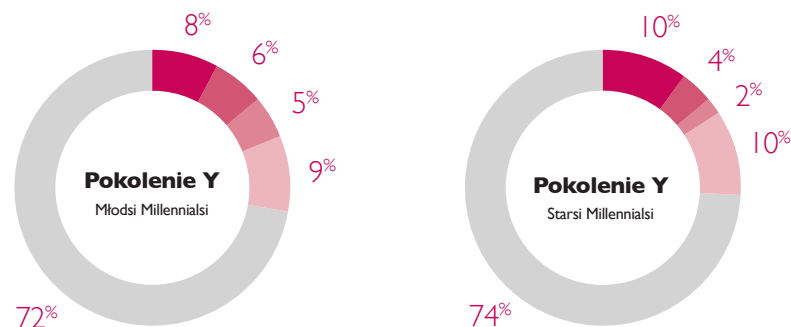
Pokolenie Millennium w świecie nowych technologii płatniczych i nowych form finansowania

Millennials - Pokolenie Y

Połowa badanych Millennialsów słyszała o płatności telefonem z BLIKIEM (51 proc.), a 1 na 10 korzysta z tego sposobu płatności (10 proc.).

O Bitcoinach słyszało 36 proc. „lgreków”, ale jedynie garstka z nich korzysta z kryptowaluty (3 proc.).

Preferowane nowe technologie płatnicze



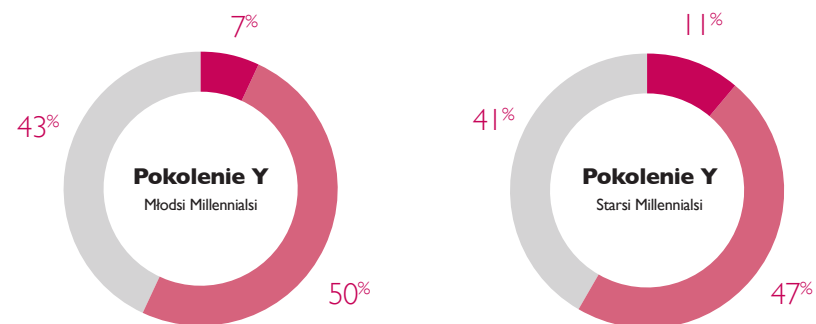
Pokolenie Millennium w świecie **nowych technologii** płatniczych i nowych form finansowania

Millennials - Pokolenie Y

Udział w akcji typu *economy sharing* deklaruje **6 proc.** „Igreków”, a co dziesiąty badany „Igrek” (**10 proc.**) wziął kiedykolwiek udział w akcji crowdfundingowej.

O pojęciu FinTech słyszało **12 proc.** badanych z pokolenia Y.

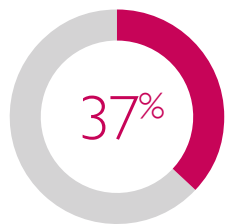
Czy kiedykolwiek brałaś/brałeś udział w akcji crowdfundingowej?



● Tak ● Nie ● Nie wiem, co to crowdfunding

Ponad połowa Millennialsów preferuje standardowy sposób logowania do **bankowości mobilnej**

57 proc. badanych z pokolenia Millennium preferuje standardowy sposób logowania. Za pomocą biometrii logowałoby się **37 proc.** z nich, jeśli by miało taką możliwość.



37% respondentów najchętniej wybrałoby **biometrię** jako sposób logowania do bankowości mobilnej



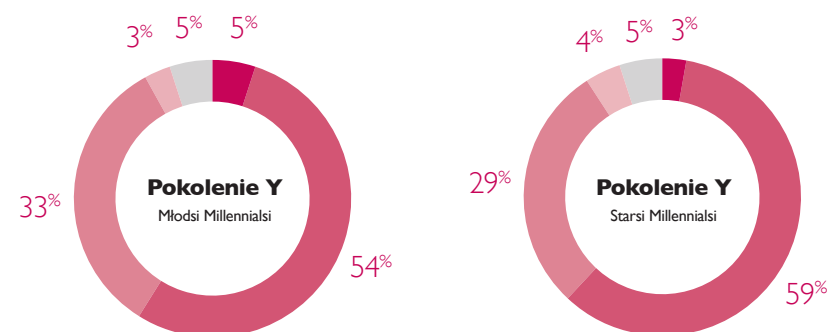
Millennials (nie zawsze) czuje się bezpieczny w Internecie

2/3 badanych z pokolenia Millennium czuje się bezpieczna, poruszając się w sieci (**61 proc.**), ale jedynie co trzeci z nich (**31 proc.**) uważa, że jego dane osobowe są bezpieczne w Internecie.

Wyciek lub kradzież danych osobowych nie zawsze jednak budzi niepokój. Jedynie **31 proc.** młodszych Millennialsów (20-24 lata) uważa, że może to stanowić zagrożenie. Starsza część pokolenia Y jest już bardziej świadoma potencjalnego zagrożenia, dostrzega je **49 proc.** z nich.

Millennials - Pokolenie Y

Na ile bezpieczne jest Twoim zdaniem poruszanie się w sieci?



Millennials (nie zawsze) czuje się bezpieczny w Internecie

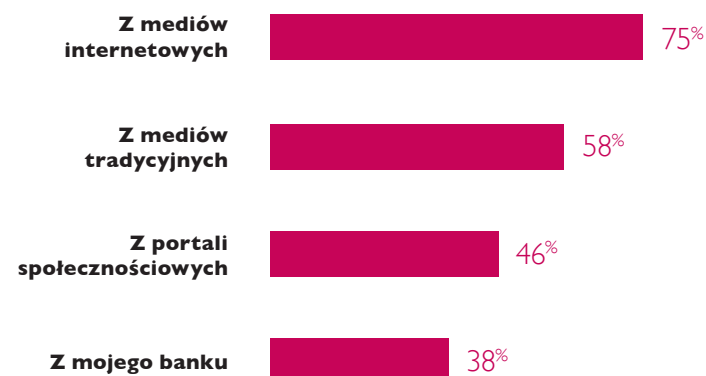
Pokolenie Y wiedzę o zagrożeniach w sieci czerpie głównie z mediów internetowych (**75 proc.**) oraz mediów tradycyjnych (**58 proc.**). Nieco rzadziej źródłem są portale społecznościowe (**46 proc.**).

Bank stanowi źródło informacji dla **38 proc.** badanych Millennialsów.

Ponad 9 na 10 badanych zabezpiecza komputer poprzez stosowanie programu antywirusowego, w telefonie komórkowym taki program stosuje jedynie co trzeci badany (**36 proc.**).

Co 5 „lgrek” nie stosuje żadnego zabezpieczenia telefonu komórkowego (**21 proc.**), uniemożliwiającego osobom niepożądanym korzystanie z telefonu.

Skąd czerpiesz wiedzę o zagrożeniach w sieci?



Badanie przeprowadzone przez IQS Online Sp. z o.o.
na zlecenie Banku Millennium SA.
Metodologia: CAWI (Computer-Assisted Web Interview)
na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 16-40 lat.
Reprezentatywność zachowana ze względu na: wiek,
płeć, wielkość miejscowości zamieszkania i wykształcenie.
Wielkość próby N=1000.

Termin realizacji: 27 czerwca – 3 lipca 2016 r.

