

Pokolenie Millennium

w świecie finansów
i nowych technologii,
na tle generacji X i Z



Millennium
bank

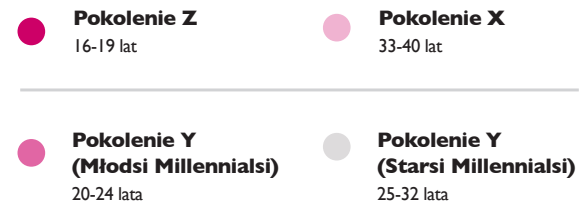
Raport z badania
dla Banku Millennium

Na zlecenie Banku Millennium Grupa IQS przeprowadziła **badanie weryfikujące wiedzę, preferencje i podejście** Polaków w wieku 16-40 lat do finansów oraz nowych technologii

„Pokolenie Millennium w świecie finansów i nowych technologii, na tle generacji X i Z” to pierwszy w Polsce raport, który tak kompleksowo przedstawia zwyczaje finansowe pokolenia X, Y i Z.

Na potrzeby tego badania oraz raportu przyjęliśmy, że pokolenie Millennium (zamiennie nazywane w tym raporcie jako pokolenie Y), to osoby urodzone w latach 1983-1996, czyli w wieku 20-32 lata. Tę grupę badanych podzieliliśmy dodatkowo na dwie kategorie, ponieważ różnią się w poglądach na temat niektórych kwestii, stąd znajdzie się w tym raporcie również rozróżnienie na młodszych Millennialsów (20-24 lata) i starszych Millennialsów (25-32 lata). Najmłodszych respondentów (16-19) określiliśmy tu jako pokolenie Z, a najstarszych (33-40), jako pokolenie X.

Pokolenia X, Y i Z



Celem przygotowania raportu było poszerzenie wiedzy o pokoleniu, które wkrótce będzie podejmowało kluczowe wybory polityczne i gospodarcze. Dziś coraz bardziej znaczące stają się ich decyzje konsumenckie. Branża finansowa, projektując swoje usługi i produkty, w coraz większym stopniu uwzględnia już potrzeby osób w wieku 16+.

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

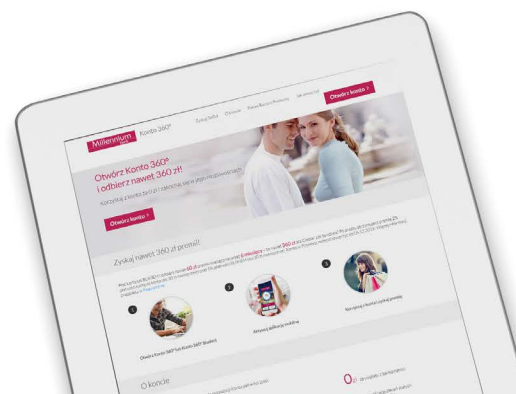
Bank Millennium, jako instytucja stawiająca na innowacje we wszystkich obszarach funkcjonowania – począwszy od oferty po kulturę organizacyjną, zdecydował się dokonać **pierwszego, tak głębokiego badania stosunku młodych ludzi do technologii i finansów**, ponieważ to właśnie generacja Y (szczególnie młodzi 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 pokolenia X, Y i Z.



Raport z badania
dla Banku Millennium



Portret Pokolenia Millennium

Pokolenie Millennium

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

Pokolenie Millennium

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

Pokolenie Millennium

Finanse

Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

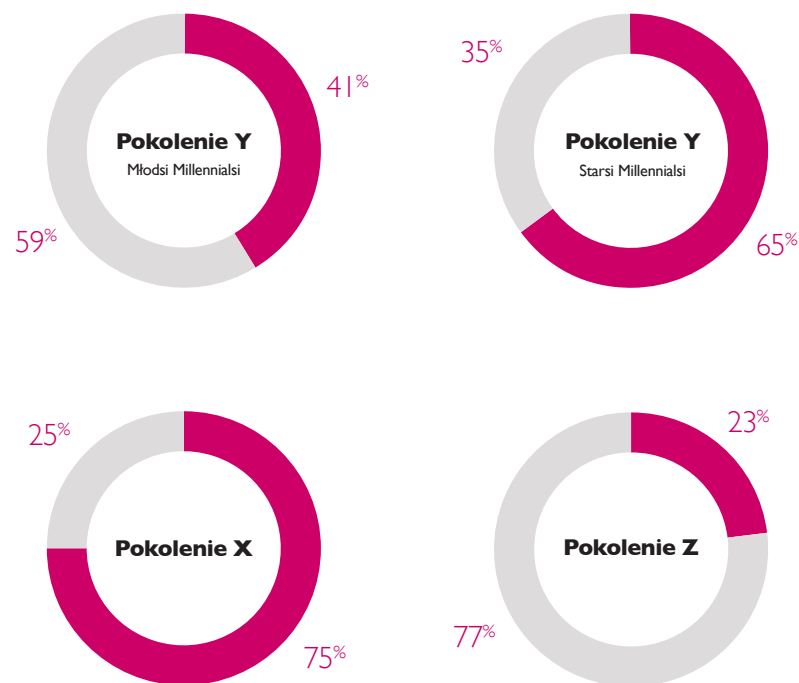
Rodzic pierwszym doradcą finansowym

Pokolenie Millennium

Większość (**77 proc.**) pokolenia Z przyznaje, że ich rodzice mają wpływ na to, jak zarządzają pieniędzmi, natomiast co trzeci (**35 proc.**) uważa, że rodzice są najlepszymi nauczycielami w tym zakresie.

Wpływ rodziców na finanse maleje jednak wraz z wiekiem, co jest zrozumiałe, w kontekście stopniowego usamodzielniania się i wychodzenia spod opieki rodzicielskiej, po ukończeniu nauki. Wyniki badania pokazują, że jedynie co czwarty badany (**26 proc.**) z pokolenia X deklaruje, że jego rodzice mają wpływ na to, jak gospodaruje pieniędzmi. Ta generacja jest także bardziej niezależna finansowo, niż pokolenie Z.

Jaki wpływ na zarządzanie Twoimi pieniędzmi mają Twoi rodzice?



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

Źródła dochodów Millennialsów

Pokolenie Millennium

Dla starszych Millennialsów głównym źródłem finansów jest praca zarobkowa, natomiast najmłodszy badani większość swoich pieniędzy dostają od innych członków rodziny (**58 proc.**). Młodszy Millennials (**28 proc.** respondentów) deklaruje, że ich źródłem dochodów jest praca na etat lub jego część. Starsi Millennials pracują na umowach o pracę znacznie częściej (**65 proc.**). To wynik równy z tym, który wskazuje generacja X.



Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

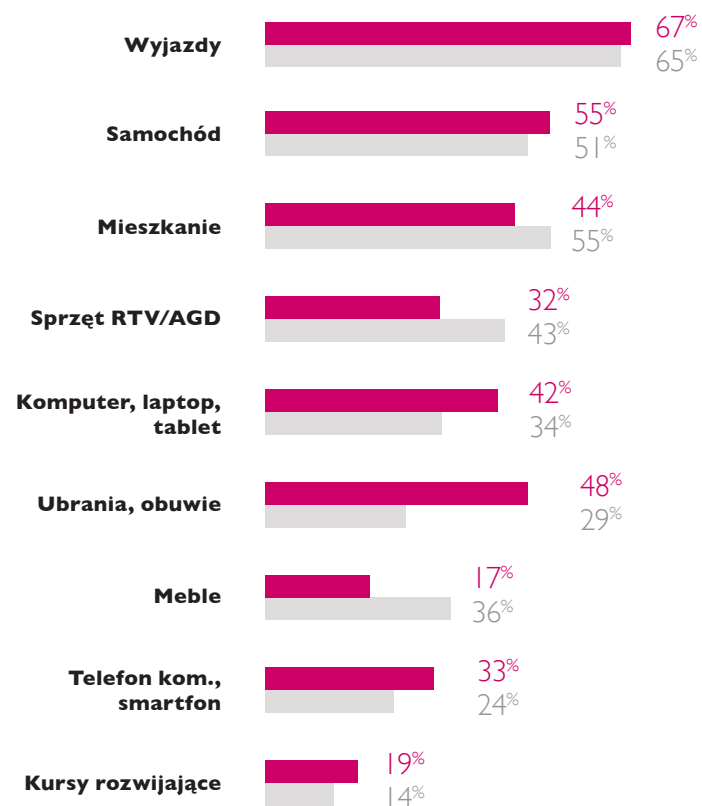
Główny cel oszczędzania Millennialsów to **wyjazdy**

Pokolenie Millennium

Wskazania dotyczące chęci do oszczędzania napawają optymizmem. Z badania wynika, że nieco ponad połowa Polaków w wieku 16-40 lat oszczędza na większe wydatki (**54 proc.**). Częściej oszczędzają osoby z wyższym wykształceniem, co może wiązać się z lepszymi zarobkami tej grupy badanych. **70 proc.** oszczędzających uważa, że samodzielność finansowa świadczy o dojrzałości, ale też zgadzają się ze stwierdzeniem, że pieniądze są potrzebne w życiu aby realizować swoje cele (**79 proc.**).

Najczęstszym celem oszczędności są wyjazdy (dla **63 proc.** badanych), natomiast blisko połowa oszczędzających odkłada pieniądze na samochód (**49 proc.**). Pokolenie Z częściej zbiera pieniądze na sprzęt komputerowy i telefoniczny oraz ubrania, a starsi Millennials (25-32 lata) na mieszkanie i meble.

Na co oszczędzasz pieniądze?*



● Młodszy Millennials

● Starsi Millennials

Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

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

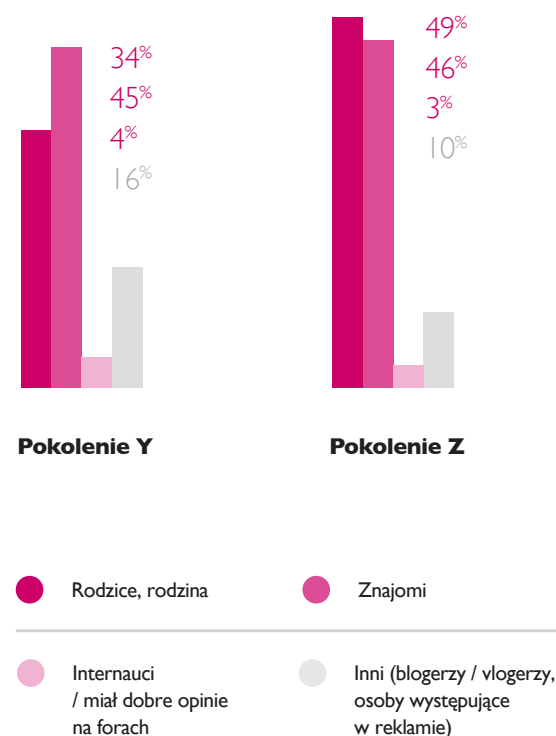
Siła rekomendacji

Pokolenie Millennium

Pokolenie Millennium ufa rekomendacjom, a także chętnie dzieli się opinią o wybieranych produktach i usługach. Ich recenzje mają ogromne znaczenie w budowaniu wizerunku usługodawcy, a także w wyborze pierwszego banku. Z odpowiedzi udzielanych na pytanie, kto polecał im dany bank wynika, że głównie rodzice i rodzina (**49 proc.** badanych), a następnie – z niewielką różnicą – znajomi (**43 proc.** badanych). Zaledwie **3 proc.** Polaków skorzystała z sugestii Internautów i recenzji na forach.

Najważniejszymi powodami założenia pierwszego konta bankowego, dla prawie połowy badanych, było rozpoczęcie pracy zarobkowej, a dla **25 proc.** wygoda korzystania z karty płatniczej. Trzecim powodem jest chęć oszczędzania (dla **17 proc.**).

Kto polecił Ci bank do założenia pierwszego konta?*



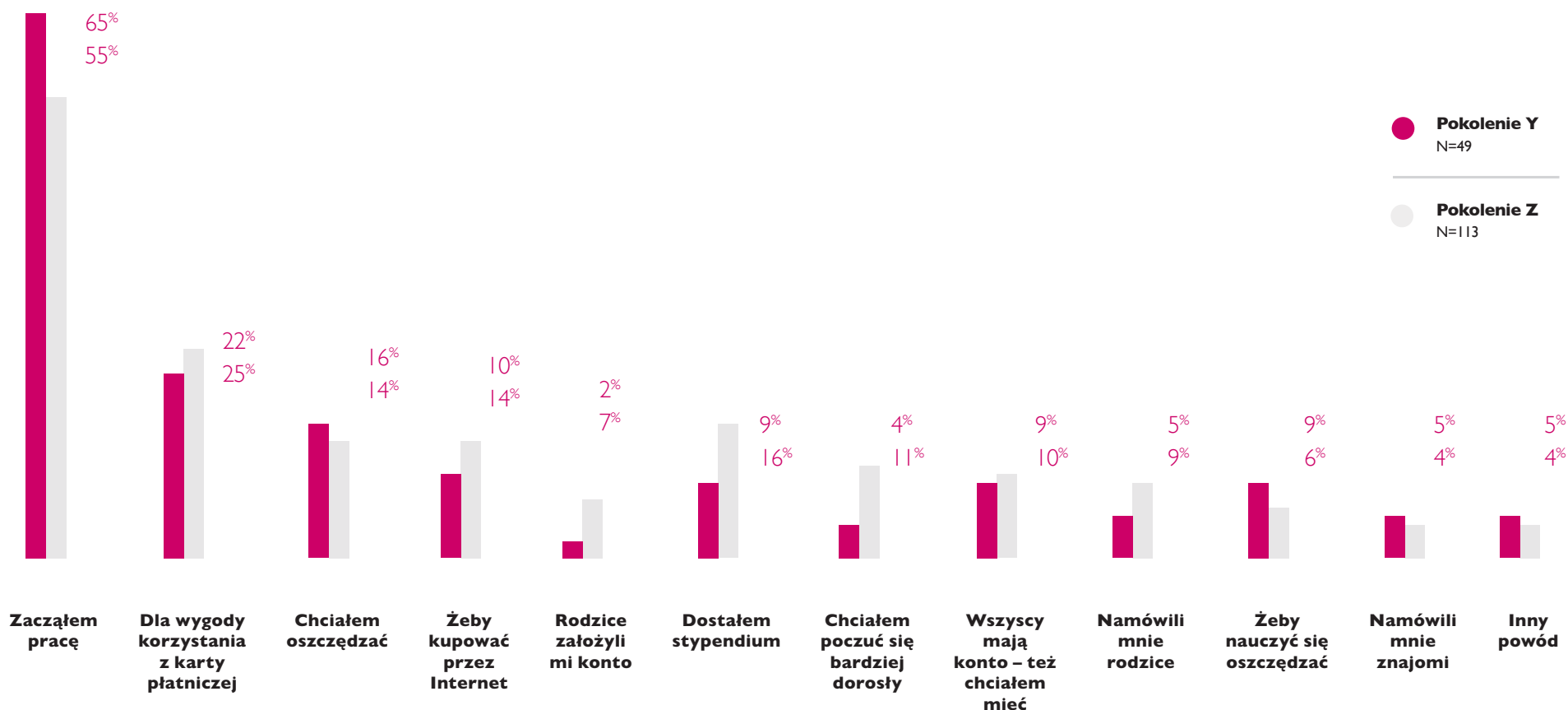
Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

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

Dlaczego założyłaś/założyłeś pierwsze konto bankowe?*

Pokolenie Millennium



Millennium
bank

Raport z badania dla Banku Millennium

* Respondentami są osoby posiadające konto w banku

Poziom ubankowienia pokolenia Millennium

Pokolenie Millennium

Zdecydowana większość (**90 proc.**) Polaków w wieku 16-40 lat posiada konto w banku. Generacja X i Y chętnie i aktywnie korzysta z oferowanych produktów finansowych, dlatego tej podstawowej usługi bankowej używają niemal wszystkie osoby w wieku 25-40 lat (**96 proc.**), rzadziej natomiast osoby w wieku 16-19 lat (**64 proc.**).

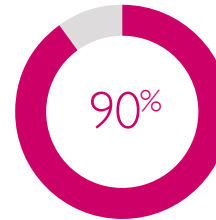


Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

Co czwarty młody Polak swoje pierwsze konto założył wraz z osiągnięciem pełnoletności. Najczęściej wymienianą motywacją było rozpoczęcie pracy (powód ten podało **49 proc.** respondentów). Inni relatywnie często robili to z chęci oszczędzania (**25 proc.**) i kupowania przez Internet (**24 proc.**)
Najmłodszym badanym pierwsze konta głównie zakładali rodzice.

We wszystkich grupach wiekowych na decyzję o wyborze banku często miała wpływ dogodna lokalizacja oddziału (dla około **1/3 badanych**) oraz brak opłat za prowadzenie konta. Ważna była także opinia innych – **23 proc.** badanych skorzystało z porady przy wyborze pierwszego konta. Osobami polecającymi była przede wszystkim rodzina (**49 proc.**) i znajomi (**43 proc.**).



Zdecydowana większość

Polaków w wieku 16-40 lat posiada konto w banku



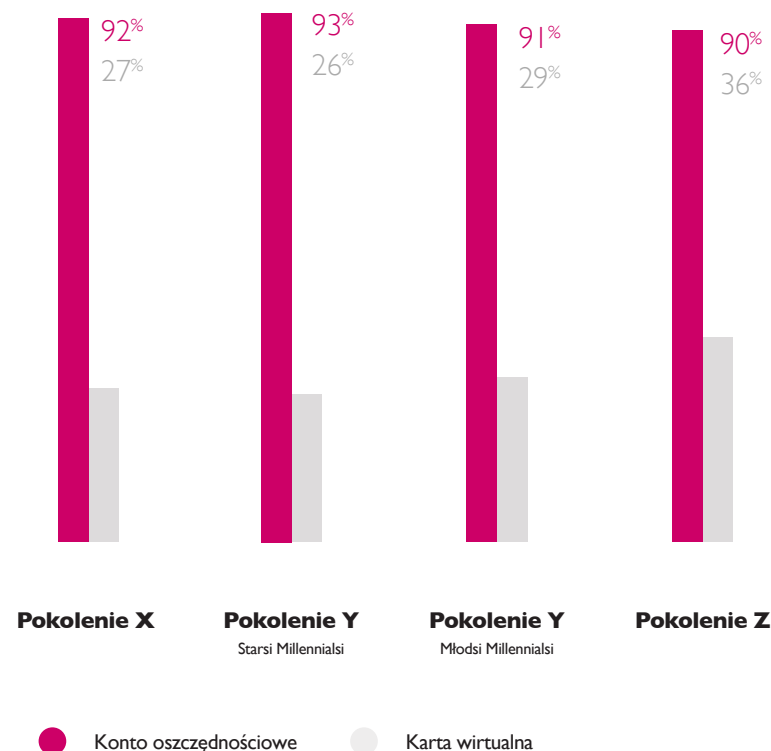
Najpopularniejsze usługi bankowe wśród Millennialsów

Pokolenie Millennium

Konto oszczędnościowe i karta kredytowa – to najpopularniejsze usługi bankowe wśród generacji Y. Zna je ponad **90 proc.** młodszych Millennialsów i ponad **70 proc.** starszych Millennialsów. Korzysta natomiast już znacznie mniej, bo kolejno **55 proc.** i **67 proc.**, karty kredytowej zaś, używa odpowiednio **25 proc.** i **27 proc.**

Względnie słabo znanym produktem jest karta wirtualna¹ – słyszało o niej **29 proc.** badanych. Mimo że młodzi respondenci (16-19 lat) są mniej ubankowieni, częściej słyszeli jednak o tej usłudze (**36 proc.** w porównaniu do **29 proc.** wśród ogółu badanych). Takie wyniki wskazują na znaczącą różnicę między pokoleniem Millennium (szczególnie tymi osobami, które urodziły się w latach 80-tych) a generacją Z, która w całości utożsamiana jest z doskonałą znajomością nowoczesnych technologii. Ci najmłodszy urodzili się już w epoce powszechnej dostępności Internetu, dlatego to oni posiadają najwyższe kompetencje do korzystania z tego medium, niejednokrotnie posiadając wiedzę, której nie mają nieco starsi spośród badanych.

Jakie znasz usługi bankowe?*



Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

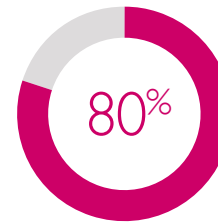
¹) Elektroniczna karta płatnicza, jest wydawana zdalnie bezpośrednio na urządzeniu mobilnym. Takie możliwości daje technologia HCE
* Najbardziej i najmniej znane usługi bankowe

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

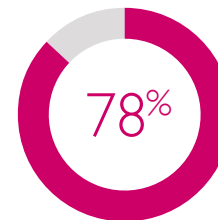
Symptomatyczną cechą pokolenia Millennium są ich preferencje w sposobie korzystania z usług bankowych, dzięki rozwojowi technologii, zupełnie odmienne od przyzwyczajzeń ich rodziców. Najczęstszą formą kontaktu z bankiem jest e-bankowość (korzysta z niej **80 proc.** ubankowionych badanych), a dopiero na drugim miejscu tradycyjna (**78 proc.**). Młodzi Polacy zdecydowanie częściej preferują jednak ten pierwszy sposób (**58 proc.** vs **16 proc.**).

Badana grupa 16-40-latków jeszcze dość rzadko korzysta z bankowości mobilnej – obecnie używa jej **31 proc.** posiadających konto. Częściej używają jej mężczyźni niż kobiety (odpowiednio **35 proc.** vs **27 proc.**).

Badani najczęściej poprzez bankowość elektroniczną opłacają rachunki oraz zakładają lokaty. Jest to również preferowany przez Polaków w wieku 16-40 lat sposób załatwiania tych spraw z bankiem. Do oddziału banku udają się najczęściej po kredyt lub pożyczkę.



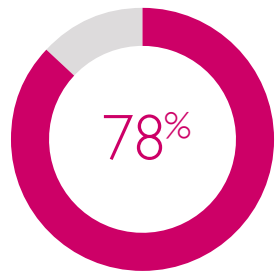
80% respondentów **korzysta z e-bankowości**



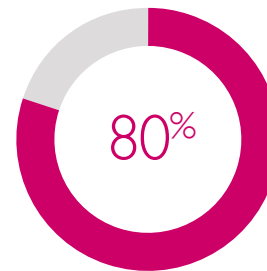
78% respondentów **kontaktuje się z bankiem tradycyjnie**

Preferowane formy kontaktu z bankiem

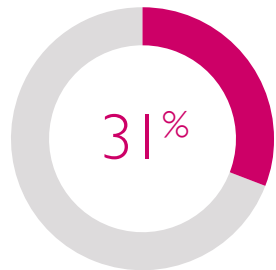
Pokolenie Millennium



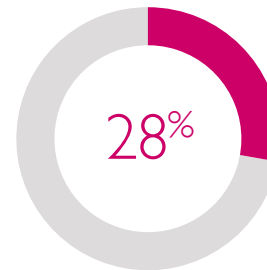
78 proc. Polaków w wieku 16-40 lat wybiera **bankowość tradycyjną**



Bankowość elektroniczna jest najczęstszą formą kontaktu z bankiem, korzysta z niej 80 proc. Polaków w wieku 16-40 lat



Z bankowości mobilnej korzysta obecnie **31 proc. Polaków** w wieku 16-40 lat

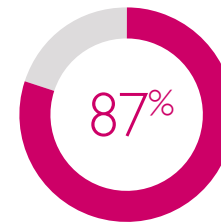


Z aplikacji bankowej na telefon korzysta 28 proc. badanych w wieku 16-40 lat

W przypadku obsługi rachunku bankowego zdecydowana większość badanych (**87 proc.**) wybiera bankowość internetową. Z możliwości obsługi konta poprzez aplikację telefoniczną korzysta **28 proc.** badanych, częściej są to mężczyźni (**33 proc.**) niż kobiety (**22 proc.**).

Mobilne bankowanie jest zdecydowanie bardziej popularne wśród pokolenia Z, korzysta z niego **36 proc.** najmłodszych badanych. Natomiast w najstarszej badanej grupie (33-40 lat) jedynie **21 proc.** respondentów używa aplikacji telefonicznej do korzystania z konta.

Wizyta w oddziale jest dla **2/3 badanych** najbezpieczniejszą formą kontaktu z bankiem, ale rzadko oceniana jako najwygodniejsza (jedynie przez **12 proc.** respondentów). Strona internetowa to dla nich najszybszy i najwygodniejszy kanał kontaktu (odpowiednio **53 proc.** i **60 proc.**). Forma ta z kolei rzadziej oceniana jest jako najbezpieczniejsza (przez **22 proc.**). Kontakt telefoniczny z bankiem najczęściej oceniany był jako najbardziej stresujący (**34 proc.** wskazań).

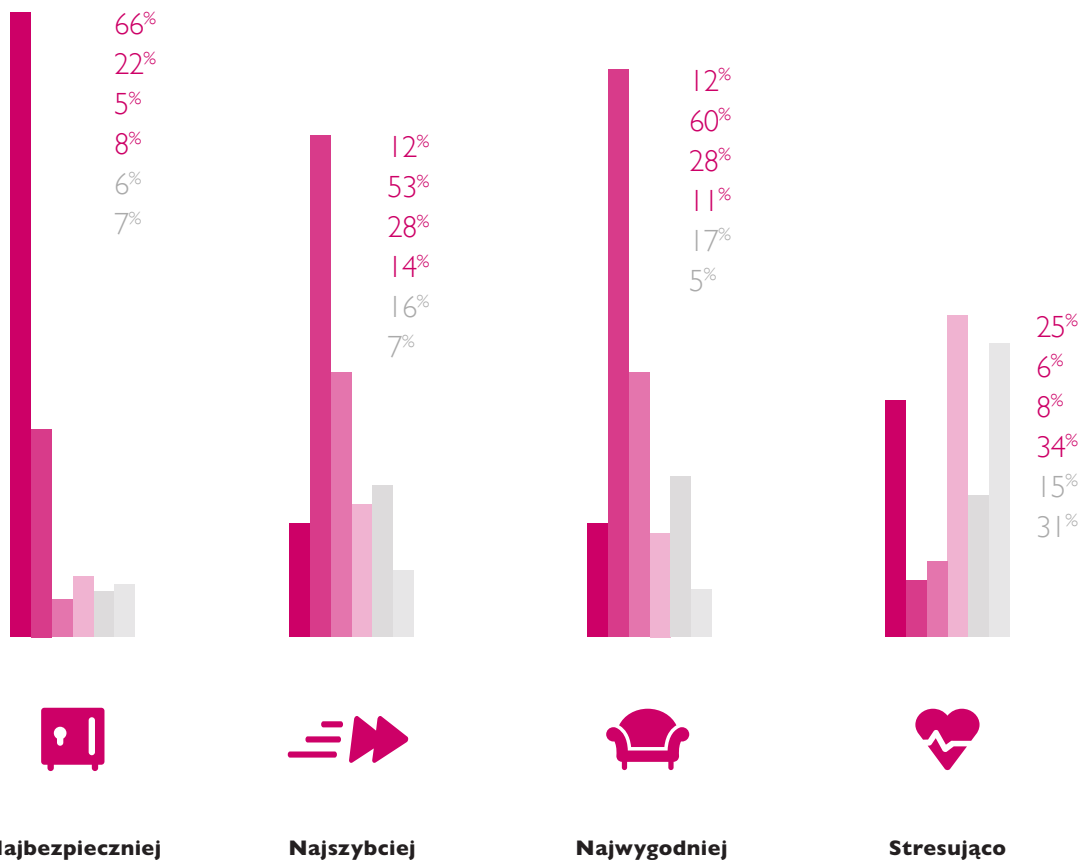


87 proc. badanych
wybiera bankowość internetową



Ocena różnych **form kontaktu** z bankiem

Pokolenie **Millennium**



Formy kontaktu z bankiem

- Wizyta w oddziale banku
- Kontakt przez stronę internetową banku

- Kontakt przez aplikację mobilną
- Kontakt telefoniczny

- Czat na stronie internetowej
- Żadna z nich

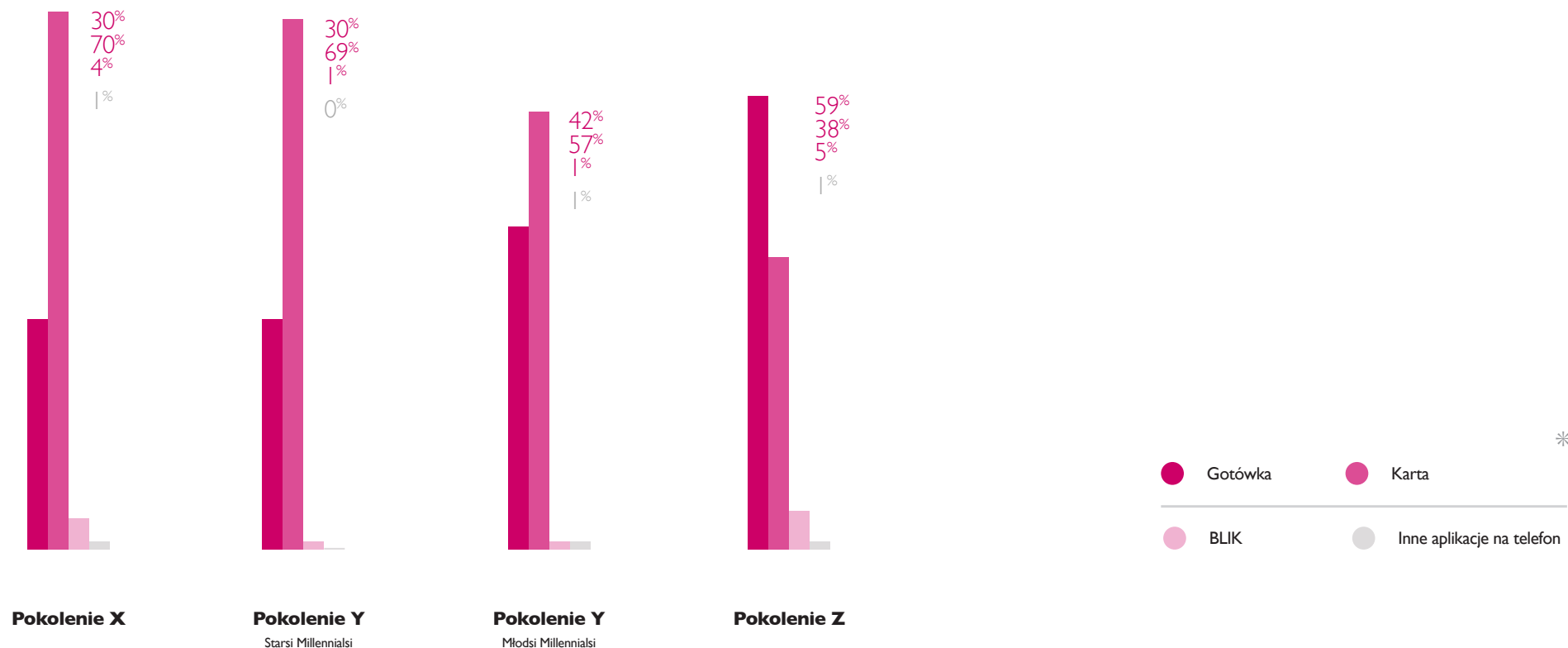
Millennials za zakupy stacjonarne najchętniej **płaci kartą**

Relatywnie wysoki poziom ubankowienia Pokolenia Millennium oraz dobra znajomość nowych technologii, przekłada się na ich zwyczaje płatnicze, ale umiarkowanie. W płaceniu za zakupy stacjonarne dominuje karta (**63 proc.**), ale także gotówka (**36 proc.**).



Millennials za zakupy stacjonarne najczęściej **placi kartą**

Pokolenie Millennium



Raport z badania dla Banku Millennium

* Najbardziej i najmniej znane usługi bankowe

Znacznie mniej popularnym sposobem płatności jest płatność telefonem z BLIKIEM – korzysta z niej **5 proc.** badanych. Ta forma jest najpopularniejsza w grupie najmłodszych (16-19 lat) – blisko co dziesiąty Polak w tym wieku płaci za zakupy stacjonarne BLIKIEM (**8 proc.**). Jeszcze mniej (**4 proc.**) respondentów w wieku 16-40 lat robi to telefonem.

W przyszłości młodzi Polacy skłonni są odchodzić od płatności gotówką – jedynie co trzeci badany wymienił ją jako jedną z preferowanych form płatności za 5 lat. Wśród sposobów dostępnych już dzisiaj, największą popularnością cieszy się karta zbliżeniowa (**52 proc.** respondentów). Jednak to odcisk palca wygrywa jako płatność przyszłości – wyprzedza nawet BLIKA i inne płatnicze aplikacje telefoniczne. Niemal co trzeci badany chętnie płaciłby „palcem” za zakupy stacjonarne.



Pokolenie Millennium

Nowe technologie

Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

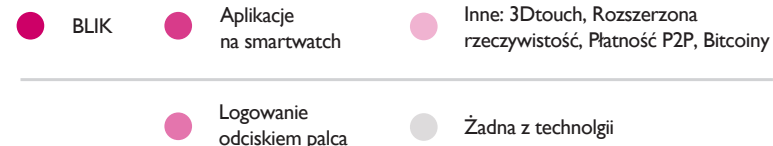
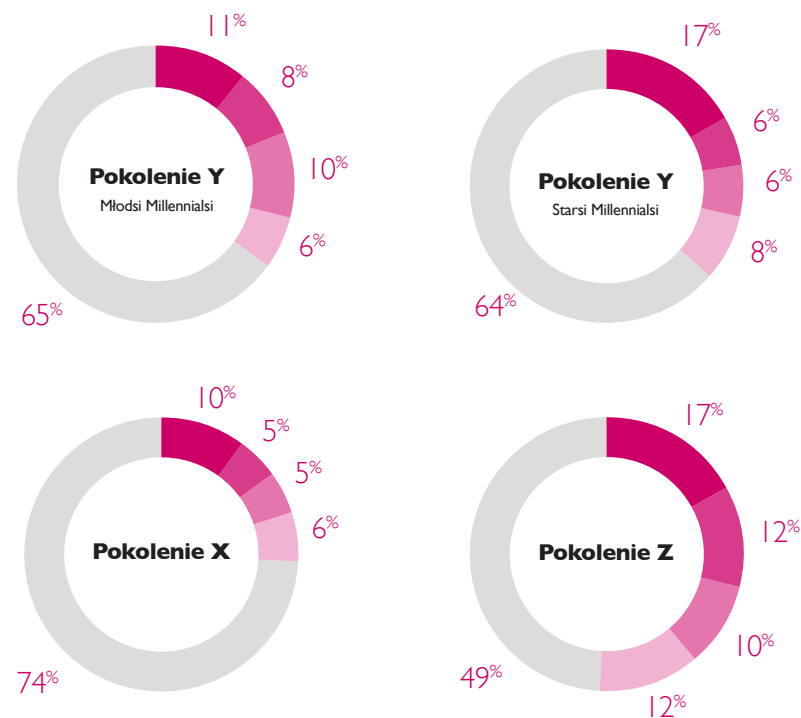
Pokolenie Millennium w świecie nowych technologii płatniczych i nowych form finansowania

Pokolenie Millennium

Prawie **połowa** Polaków wieku 16-40 lat słyszała o płaceniu telefonem z BLIKIEM, a 1 na 10 korzysta z tego sposobu płacenia. Natomiast o Bitcoinach słyszało **36 proc.** badanych, ale jedynie **4 proc.** korzysta z tej kryptowaluty. Mężczyźni oraz najmłodsza grupa badanych (16-19 lat) częściej niż inni deklarują znajomość nowych technologii płatniczych.

Rozwój cyfryzacji i mediów społecznościowych daje szereg dodatkowych możliwości i sprzyja rozwojowi takich trendów, jak np. sharing economy czy crowdfunding. Sharing economy to gospodarka współdzielenia, a także zarobek. Według przyjętej definicji ekonomia dzielenia się polega przede wszystkim na zysku obu stron. Uczestnikami tego zjawiska są np. osoby korzystające z serwisu do wspólnych przejazdów samochodowych, czy korzystający z couchsurfingu. Jak pokazuje nasze badanie, w akcji sharing economy wzięło udział **6 proc.** badanych.

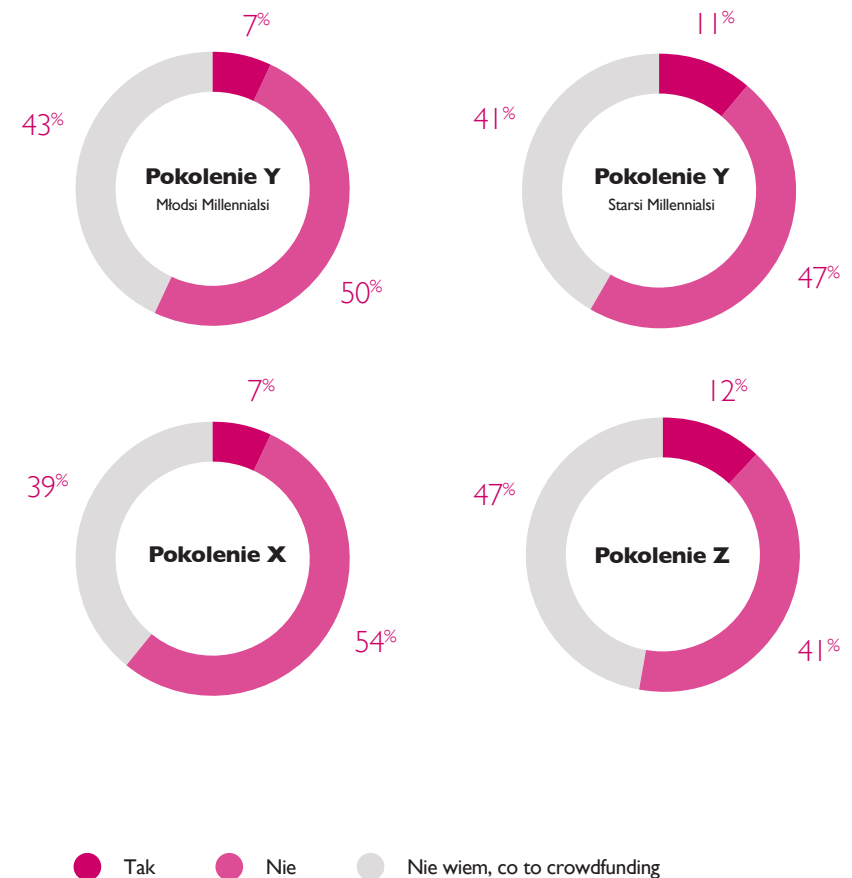
Preferowane nowe technologie płatnicze



Spośród osób, które wiedzą na czym polega crowdfunding (finansowanie społecznościowe) **27 proc.** nie widzi powodu, dla którego miałyby finansować czyjeś projekty, a **37 proc.** nie wspiera projektów osobiście, ale ma do nich pozytywny stosunek. **18 proc.** zaś uważa, że crowdfunding może być formą wyłudzenia pieniędzy. Mimo to, niemal co dziesiąty Polak w wieku 16-40 lat wziął udział w akcji crowdfundingowej. Częściej deklarowali to mężczyźni (**14 proc.**) niż kobiety (**9 proc.**).

Coraz bardziej popularne na polskim rynku firmy oferujące rozwiązania z zakresu Financial Technology, tzw. FinTech, wydają się być jeszcze poza zasięgiem wyboru respondentów w zakresie e-płatności. Zdecydowana większość Polaków w wieku 16-40 lat nie jest świadoma pojęcia FinTech. Tylko **11 proc.** słyszało o takich firmach świadczących usługi finansowe.

Czy kiedykolwiek brałaś/brałeś udział w akcji crowdfundingowej?



Standardy Millennialsów w logowaniu do **bankowości mobilnej**

Mimo rozwoju bankowości mobilnej i zabezpieczeń związanych z dostępem do usług bankowych za pomocą telefonu, wciąż ponad połowa badanych (**55 proc.**) preferuje standardowy sposób logowania na bankowe konto. **38 proc.** wybrałoby logowanie za pomocą biometrii jeśli miałyby taką możliwość. Ta metoda jest bardziej popularna w grupie najmłodszych respondentów (16-19 lat) – **50 proc.** z nich preferuje ten sposób. Logowanie za pomocą konta w mediach społecznościowych wybiera jedynie **2 proc.** badanych.

Millennials najchętniej logowaliby się do m-bankowości standardowo (**blisko 60 proc.** tak wskazało) lub za pomocą biometrii (ok. **40 proc.**).

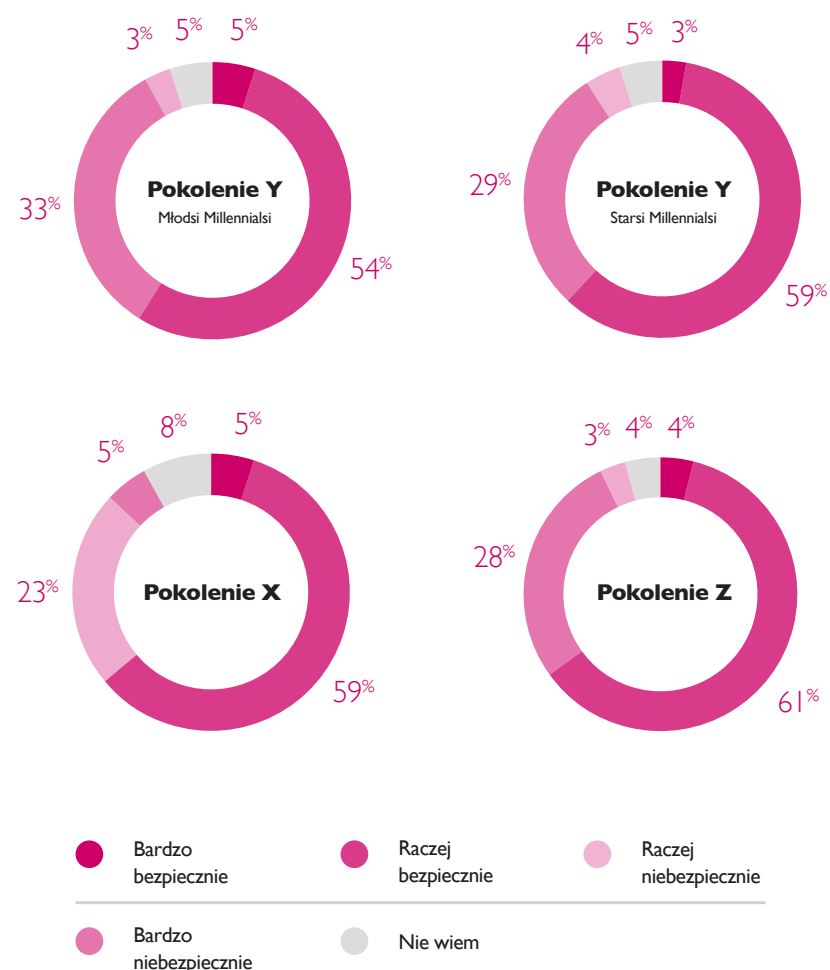


Millennials w sieci (nie zawsze) bezpieczny

Pokolenie Millennium

Większość Polaków w wieku 16-40 lat czuje się bezpieczna poruszając się w sieci (**62 proc.**), ale jedynie co trzeci badany (**31 proc.**) sądzi, że jego dane osobowe są całkowicie bezpieczne w Internecie. Wyciek/kradzież danych osobowych nie zawsze jednak budzi niepokój – jedynie **41 proc.** badanych sądzi, że taka sytuacja może stanowić zagrożenie, a **44 proc.** logowało się do banku z innych urządzeń, niż własne. Kradzieży danych osobowych szczególnie rzadko obawiają się najmłodszy – w grupie osób w wieku 16-24 lata, odsetek osób, dla których zjawisko to stanowi zagrożenie, wynosi **31 proc.**

Na ile bezpieczne jest Twoim zdaniem poruszanie się w sieci?



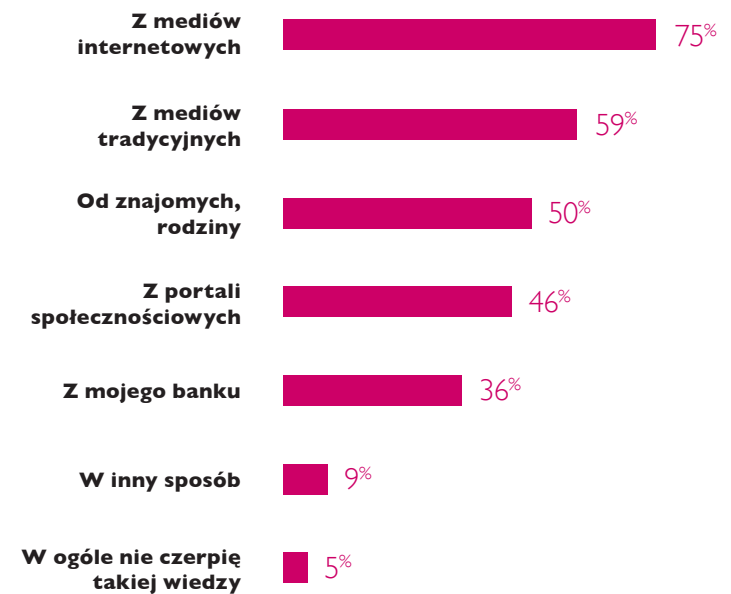
Millennium
bank

Raport z badania
dla Banku Millennium

Polacy w wieku 16-40 lat wiedzą o zagrożeniach w internecie czerpią głównie z mediów internetowych (**75 proc.**) oraz mediów tradycyjnych (**59 proc.**). Bank stanowi źródło informacji dla **36 proc.** badanych, głównie dla osób w wieku 25-40 lat (**43 proc.** korzysta z wiedzy przekazywanej przez bank).

9 na 10 badanych zabezpiecza komputer poprzez stosowanie programu antywirusowego, w telefonie komórkowym taki program stosuje jedynie **36 proc.** respondentów. Ponadto 1 na 5 młodych Polaków nie stosuje żadnego zabezpieczenia telefonu komórkowego, aby chronić dane i informacje przed innymi osobami.

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.

Raport opublikowany przez Bank Millennium
w październiku 2016 roku.

