

Young Money Matters

POLSKA · WRZESIEŃ 2025





List wydawcy

Witamy w drugim wydaniu „Young Money Matters” – badania poświęconego młodym ludziom i ich podejściu do finansów w Czechach, Polsce i Rumunii, czyli na trzech największych rynkach, na których działa Cook Communications.

YMM 2025 jest raportem w pełni niezależnym. Kwestionariusze, na podstawie których przeprowadzono badania, zostały opracowane wewnętrznie przez nasze zespoły w Pradze, Warszawie i Bukareszcie. Badania zlecieliśmy firmie 3Gem Media Group, a nad przekształceniem wyników w spójne i łatwe do interpretacji raporty czuwał dziennikarz i redaktor Nicholas Watson.

W 2025 roku podwoiliśmy wielkość próby do 1 000 osób w każdym kraju i przeprowadziliśmy ważenie danych według struktury demograficznej regionów Czech, Polski i Rumunii, co pozwoliło uzyskać badania w pełni reprezentatywne na poziomie krajowym.

Cook Communications od momentu założenia w 2003 roku doradza klientom w zakresie komunikacji finansowej dla sektora bankowego, rynków kapitałowych, firm inwestycyjnych, relacji inwestorskich, M&A, private equity oraz usług finansowych dla klientów indywidualnych. YMM stanowi naturalne przedłużenie naszej szerokiej działalności komunikacyjnej.

Do „Young Money Matters” podchodzimy w duchu dziennikarskiej dociekliwości. Nasze kwestionariusze zostały zaprojektowane w taki sposób, aby pozyskać informacje podstawowe, zidentyfikować wzorce zachowań oraz wyznaczyć tematy, które można następnie analizować w większym szczególe.

W tym roku wprowadziliśmy kilka pytań odnoszących się do aktualnych wydarzeń i trendów. Oprócz danych własnych, raporty odwołują się do oficjalnych statystyk oraz innych najnowszych badań, aby dostarczyć kontekstu, informacji uzupełniających oraz potwierdzić bądź zweryfikować wyniki naszych badań. Dzięki temu możemy zaobserwować, że: poziom życia młodych ludzi poprawia się; coraz więcej z nich jest otwartych na zaciąganie kredytów, w tym hipotecznych, w świetle spadku stóp procentowych; rośnie obawa przed obowiązkową służbą wojskową; około 70% badanych rozważa emigrację; a także zwiększa się odsetek osób przekonanych, że nie osiągną swoich celów finansowych.

Mamy nadzieję, że „Young Money Matters 2025” wywoła debatę w sektorze usług finansowych, w mediach, w środowisku edukatorów i regulatorów, a przede wszystkim wśród młodych Czechów, Polaków i Rumunów.

Joe Cook

Young Money Matters | Cook Communications © 2025

Parametry badania

Głównym celem raportu „Young Money Matters 2025” było zidentyfikowanie aktualnej sytuacji finansowej młodych osób w wieku od 18 do 35 lat, ich postaw wobec pieniędzy oraz produktów finansowych, a także źródeł informacji na temat zarządzania finansami.

Podstawą tegorocznego raportu jest badanie ilościowe przeprowadzone online przez 3Gem Media Group w okresie 9–15 maja 2025 roku, na podstawie kwestionariuszy przygotowanych przez Cook Communications.

Firma 3Gem przebadła 1 000 Polaków w wieku od 18 do 35 lat, z czego największą grupę (29%) stanowiły osoby w wieku 30–35 lat (generacja Millenialsów). Pozostałe grupy (głównie przedstawiciele pokolenia Z) to: 18–21 lat (23%), 22–25 lat (25%) oraz 26–29 lat (23%).

Prawie połowa (47%) badanych posiadała wykształcenie wyższe, 30% legitymowało się dyplomem szkoły średniej, a 24% ukończyło szkołę zawodową. Respondenci zamieszkiwali różnorodne wsie, miasteczka i miasta na terenie całej Polski. Pod względem płci próba była zrównoważona: 51% mężczyzn i 49% kobiet.

Kluczowe wnioski

- Obecnie większość młodych Polaków (60%) pracuje na pełen etat, przy czym odsetek ten wzrasta do 77% w grupie 26–29 lat oraz do 80% wśród 30–35-latków. Około jedna trzecia (31%) zarabia mniej niż krajowa średnia pensja (8 736,49 zł miesięcznie), natomiast 28% zarabia powyżej tej średniej.
- Ponad połowa (56%) mieszka z rodziną, co częściej dotyczy kobiet (65%), osób w wieku 26–29 lat (63%) oraz 30–35 lat (72%). Prawie jedna czwarta (23%) mieszka z rodzicami lub innymi krewnymi, z czego najwięcej jest mężczyzn (29%) oraz osób w wieku 18–21 lat (46%).
- Przeciętny młody Polak ma oszczędności odpowiadające około 2,4 miesięcznym wynagrodzeniom. Jednakże jedna trzecia (33%) przyznaje, że posiada oszczędności na poziomie miesiąca lub mniej. Odsetek ten wzrasta do niemal połowy (46%) wśród osób o niższych dochodach oraz 42% w grupie 18–21 lat.
- Niemal połowa badanych (44%) otrzymuje pewnego rodzaju wsparcie finansowe od rodziców lub innych członków rodziny, z czego większość (74%) dostaje maksymalnie 1 700 zł rocznie.

PKB: 980 miliardów dolarów
PKB per capita (na mieszkańca): 26 810 dolarów
Liczba ludności: 36,6 miliona

Źródło: dane z 2025 roku od MFW, Eurostatu



- Największe miesięczne wydatki młodych stanowi jedzenie (22%) oraz czynsz/rata za mieszkanie (18%), następnie opłaty za media (14%) i oszczędności (13%). Różnice pomiędzy poszczególnymi grupami są niewielkie.
- Najpopularniejszymi produktami finansowymi pozostają konta oszczędnościowe i rachunki bieżące. W porównaniu z wynikami badania Young Money Matters 2024, wśród respondentów wzrosło korzystanie z kart kredytowych oraz kryptowalut w stosunku do zeszłego roku, a także zainteresowanie ich używaniem w przyszłości. Mężczyźni częściej inwestują w kryptowaluty, kobiety preferują konta oszczędnościowe.
- Spadek stóp procentowych uczynił zaciąganie kredytów bardziej atrakcyjnym dla ponad połowy (59%) młodych Polaków, choć w grupie 18–21 lat odsetek ten wynosi 52%. Wśród produktów kredytowych dominują pożyczki osobiste (45%).
- Gdyby młodzi Polacy mieli nadwyżki finansowe, 45% deklaruje, że odkładałoby je na konto oszczędnościowe, a wśród osób zarabiających powyżej średniej odsetek ten rośnie do 53%. Najmłodsza grupa wiekowa (18–21 lat) częściej niż inni wybiera wydawanie pieniędzy na styl życia (23% vs 16% w całej próbie).
- Około połowa badanych (52%) uważa, że ich standard życia poprawił się w ciągu ostatnich 12 miesięcy, co stanowi wzrost wobec 40% w 2024 roku. Szczególnie w tej grupie wyróżniają się osoby w wieku 22–25 lat oraz ci, którzy zarabiają powyżej przeciętnej. Większość (60%) spodziewa się, że koszty utrzymania wzrosną w ciągu najbliższego roku.
- Najważniejsze aspiracje młodych Polaków to posiadanie własnego mieszkania (17%), wystarczające środki na spokojne opłacanie rachunków (15%) oraz zabezpieczenie finansowe dla siebie i rodziny (13%).
- Większość młodych (68%) deklaruje gotowość do wyjazdu za granicę w celu rozwoju kariery, a w najmłodszej grupie ten odsetek wzrasta do 79%. Najczęściej wskazywany cel wyjazdu to kraje Unii Europejskiej (56%), na drugim miejscu USA (36%).
- Głównym źródłem porad i informacji finansowych są dla młodych Polaków wyszukiwarki internetowe (50%), następnie media społecznościowe (39%) oraz rodzice (36%). Wśród osób śledzących internetowych influencerów (11%), aż 60% ufa ich rekomendacjom.



Young Money Matters | Cook Communications © 2025

Praca i dochody

W badaniu „Young Money Matters 2025” większość młodych Polaków (60%) deklarowała zatrudnienie na pełen etat, przy czym osoby powyżej 26 r.ż. mają większe szanse na bycie zatrudnionymi w porównaniu z młodszymi. Dodając do tego 13% pracujących na część etatu oraz 7% prowadzących działalność na własny rachunek, wynik łącznie 80% zatrudnienia przewyższa ogólnopolską stopę zatrudnienia, która wynosiła 72% w I kw. 2025 roku, a także przewyższa średnią OECD na poziomie 70%. Nasza ankieta wskazała bezrobocie młodych na poziomie 7% (plus 2% niepracujących), co jest wyższym wynikiem w porównaniu do krajowego wskaźnika bezrobocia, który w marcu osiągnął historycznie niski poziom 2,7% według Eurostatu. Średnia bezrobocia w UE wyniosła 5,8%, podczas gdy stopa bezrobocia wśród młodzieży w UE kształtowała się na poziomie 14,5%.

Polska gospodarka jest najszybciej rozwijającą się wśród państw członkowskich UE, osiągając wzrost PKB na poziomie 3,2% w pierwszym kwartale 2025 roku. Taki stabilny wzrost sprawił, że gospodarka Polski podwoiła się w ciągu ostatnich dwudziestu lat, rosnąc w tempie dwukrotnie przekraczającym średnią OECD. Przekłada się to na wyraźny wzrost wynagrodzeń. PKB per capita Polski w 2025 roku wyniósł około 26 810 dolarów amerykańskich według bieżących kursów. Do 2023 roku, wskaźnik ten stanowił 48% średniej unijnej, podczas gdy obecnie osiągnął już 82%, dorównując Portugalii.

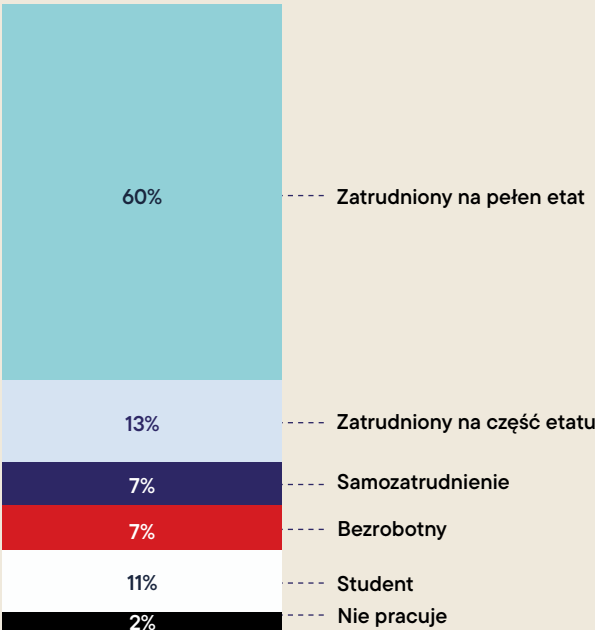
W badaniu „Young Money Matters 2025” aż 69% respondentów deklaruje zarobki na poziomie średniej krajowej lub wyższym (8 736 zł, czyli 2 058 euro). Dla porównania, w zeszłorocznym badaniu odsetek ten wynosił zaledwie 49% przy średniej krajowej wynoszącej 7 768 zł. Należy jednak zwrócić uwagę na duże rozbieżności: niemal połowa (47%) osób w wieku 18-21 lat zarabia poniżej średniej. Interesujące jest również, że 35% mężczyzn zarabia poniżej średniej krajowej, podczas gdy kobiet dotyczy to jedynie w 27%. Według Eurostatu luka płacowa między płciami w Polsce w 2023 roku wyniosła 7,8%, co jest jednym z najniższych wskaźników w UE. Mimo to najnowsze badania Instytutu Bankowości w Warszawie oraz Instytutu Badań Pollster wskazują, że aż 63% młodych Polek nadal obawia się niskich zarobków, a 53% przyznaje, że miała trudności w negocjowaniu wynagrodzenia.

Zwiększające się wynagrodzenia są z pewnością pozytywnym zjawiskiem dla wszystkich grup wiekowych, w tym szczególnie dla młodych. Badanie przeprowadzone w ubiegłym roku przez UCE Research i BLIX Group pokazało, że większość ankietowanych uważa miesięczny dochód netto na poziomie około 4 500 zł za satysfakcjonujący, co oznacza, że prawie połowa Polaków (47%) deklarowała zadowolenie ze swojego poziomu dochodów, co jest wzrostem o 4 punkty procentowe w stosunku do roku poprzedniego.

Miesięczny dochód vs. średnia krajowa brutto miesięczne wynagrodzenie

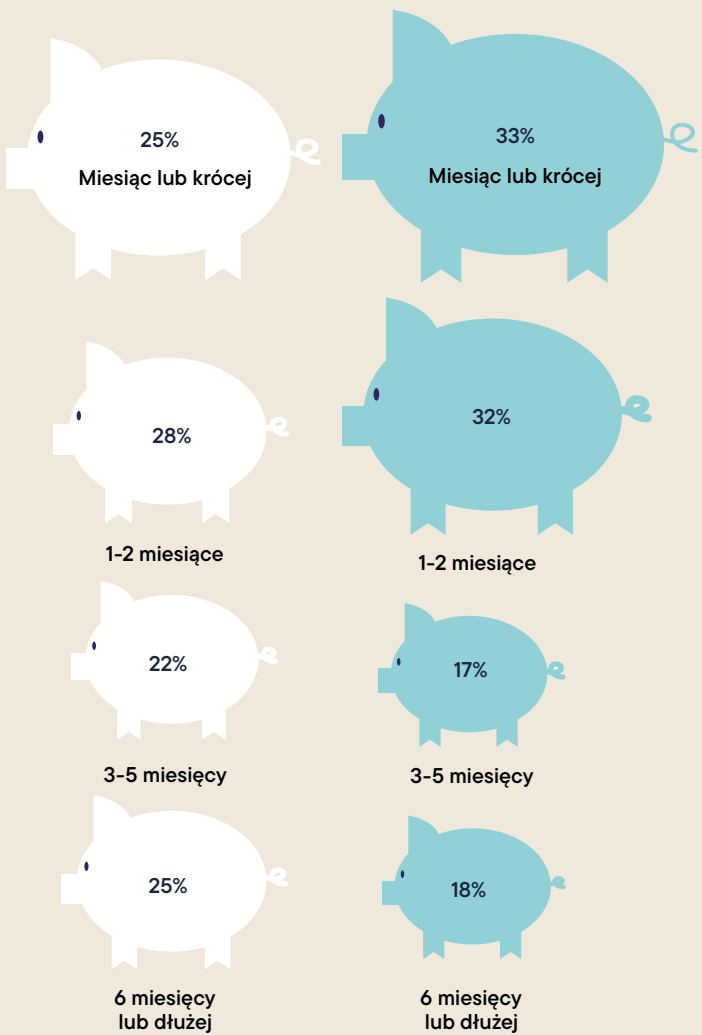


Zatrudnienie



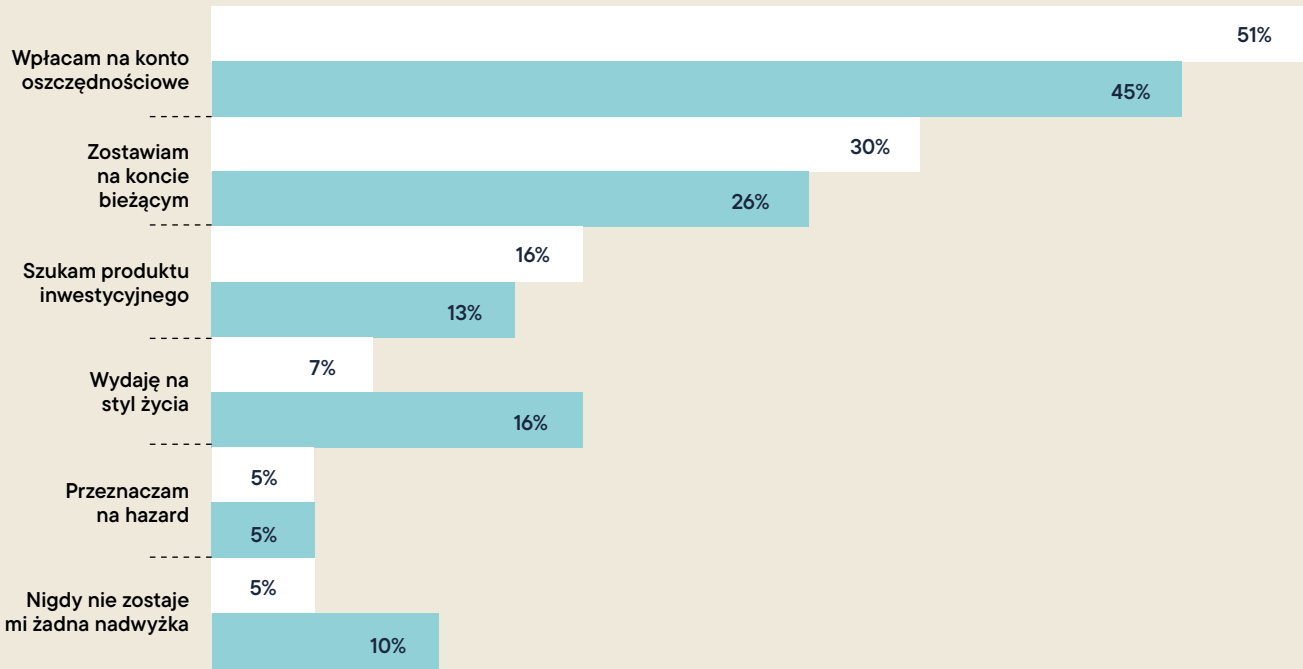
Moje oszczędności wystarczą na...

2024 2025



Jak wykorzystuję wolne środki pod koniec miesiąca

2024 2025



Jak młodzi Polacy wydają swoje pieniądze

Ponieważ 72% młodych Polaków zarabia na poziomie średniej krajowej lub poniżej niej, a inflacja utrzymuje się na twardo powyżej celu Narodowego Banku Polskiego (w czerwcu sięgnęła 4,1%, przewyższając górną granicę celu na poziomie 3,5%), nie powinno dziwić, że wielu z nich nadal korzysta z pomocy rodziców aby pokryć miesięczne wydatki.

Według naszego badania z 2025 roku, aż 44% młodych otrzymuje wsparcie finansowe od członków rodziny. W grupie 18-21 lat wsparcie to dotyczy aż trzech czwartych (74%), co nie dziwi, jeśli weźmiemy pod uwagę, że niemal połowa (47%) osób w tej grupie wiekowej zarabia mniej niż średnia krajowa. Jeśli chodzi o kwoty, większość otrzymujących pomoc od rodziny dysponuje kwotą do 1 700 zł rocznie, ponad tę sumę dostaje jedynie 26%.

Podobnie jak w zeszłorocznych badaniach „Young Money Matters” w obliczu gwałtownego wzrostu cen żywności i kosztów mieszkań, młodzi Polacy największą część swoich wydatków przeznaczają na jedzenie i czynsz, co jest spójne we wszystkich grupach demograficznych. Średnio ponad jedna piąta (22%) ich miesięcznych dochodów trafia na żywność, przy czym procent ten jest wyższy wśród osób zarabiających poniżej krajowej średniej (24%) oraz tych z najstarszej grupy wiekowej (23%).

Mimo że ceny energii elektrycznej objęte są regulacją od 2023 roku (zamrożenie cen zostało przedłużone do

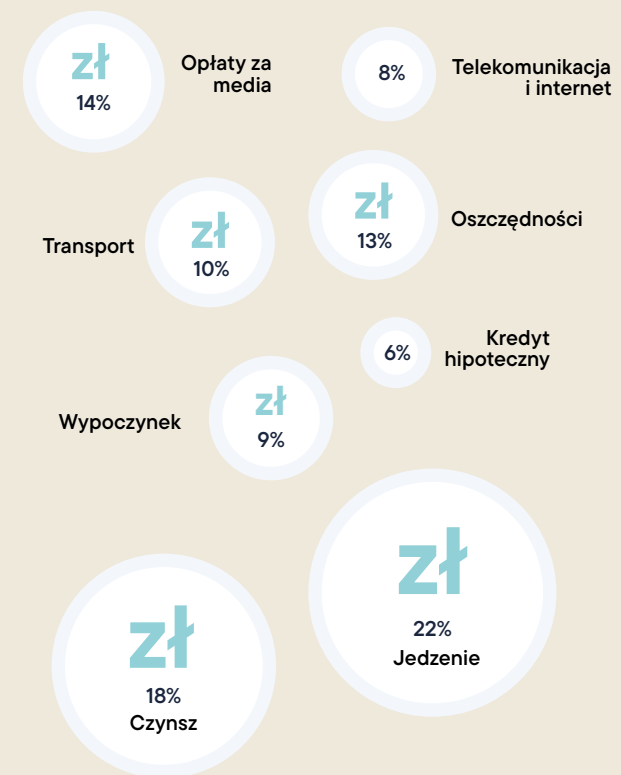
końca 2025 roku), inflacja na energię nadal była wysoka i na początku 2025 roku przekroczyła 8,8%. Dlatego też opłaty za media (prąd, gaz, wodę) pozostają trzecim co do wielkości miesięcznym wydatkiem młodych, pochłaniając średnio 14% ich dochodów.

Respondenci deklarowali, że oszczędzają średnio 13% swojego miesięcznego dochodu, co jest spadkiem w porównaniu do 17% z badania 2024 roku. Największe oszczędności (15%) deklarowała grupa z wyższymi dochodami i co, zaskakujące, najniższy przedział wiekowy, czyli osoby 18–21 lat. Jednak aż 10% młodych przyznaje, że na koniec miesiąca nie zostaje im żadna nadwyżka finansowa, a w grupie o niższych dochodach odsetek ten rośnie do 17%.

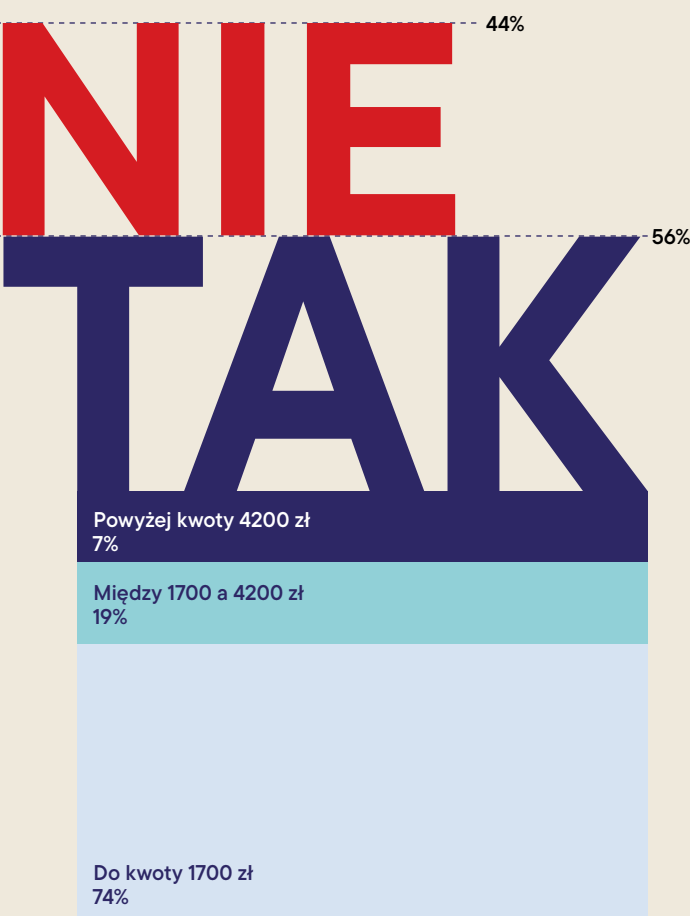
Ta sytuacja przekłada się na brak odpowiedniego buforu finansowego u zbyt wielu młodych osób, na co wpływ mają wysokie koszty życia i mieszkania oraz niskie płace. Średnio młody Polak dysponuje oszczędnościami odpowiadającymi 2,4-miesięcznym wydatkom, natomiast jedna trzecia (33%) ma oszczędności na poziomie mniejszym niż jeden miesiąc utrzymania – w grupie 18–21 lat odsetek ten wzrasta do 42%, a wśród osób o niższych dochodach do 46%. Inne badania potwierdzają tę tendencję: jedno z nich, przeprowadzone przez [BIG InfoMonitor](#), wykazało, że choć 83% Polaków deklaruje posiadanie oszczędności, to w praktyce 33% z nich mogłoby przeżyć z tych oszczędności nie dłużej niż miesiąc. Jednocześnie 17% wskazało, że nie ma żadnych oszczędności.

Spośród pozostałych 78% młodych, którzy mają nadwyżki finansowe na koniec miesiąca, 45% odkłada je na konto oszczędnościowe, zaś 26% pozostawia na rachunku bieżącym. Na zakupy związane z hazardem i stylem życia przeznaczają środki około 21% osób, a zaledwie 13% decyduje się szukać inwestycji finansowych (wśród mężczyzn oraz osób o wyższych dochodach odsetek ten wzrasta do 18%). Jest to lekki spadek w porównaniu do zeszłorocznych 16%.

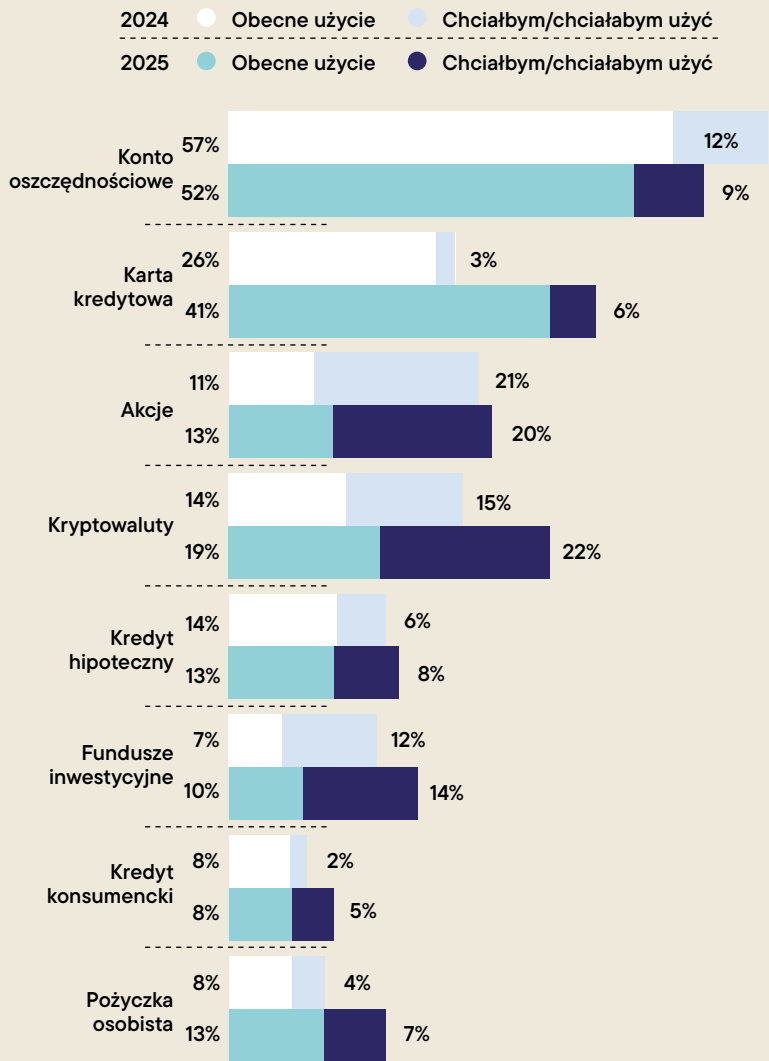
Na co przeznaczam pieniądze...



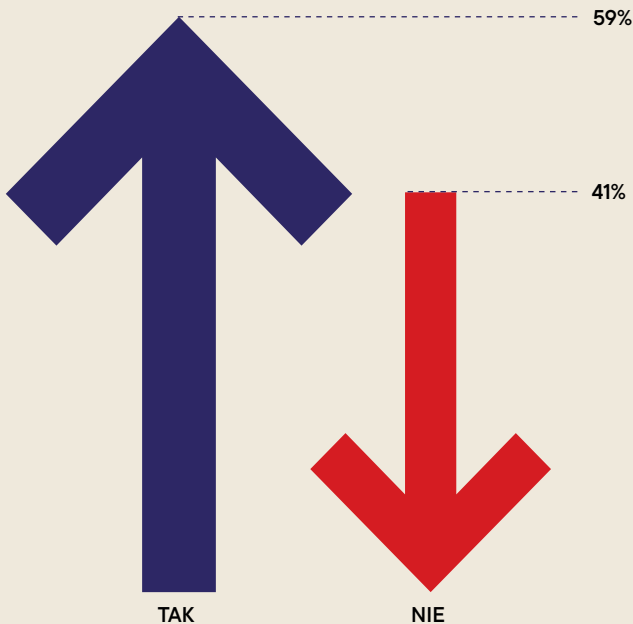
Czy rodzina pomaga?



Moje produkty finansowe...



Czy spadek stóp procentowych sprawił, że zaciąganie kredytów jest bardziej atrakcyjne?



Gdzie młodzi oszczędzają?

Wśród osób deklarujących chęć inwestowania miesięcznych oszczędności, konta bieżące i oszczędnościowe pozostają najczęściej wybieranymi produktami finansowymi w 2025 roku, choć ich popularność spadła w porównaniu do raportu z 2024 roku.

Znacząco wzrosło korzystanie z kart kredytowych – z 26% w 2024 do 41% w 2025 roku – co może wynikać ze spadku stóp procentowych oraz większej otwartości Millenialsów i pokolenia Z na zadłużanie się, zwłaszcza na konkretne cele. Spadek stóp procentowych sprawił, że kredytowanie stało się atrakcyjniejsze dla ponad połowy młodych Polaków (59%), choć wśród 18–21-latków ten odsetek spada do 52%. Najbardziej popularne produkty do zaciągania zobowiązań to pożyczki osobiste, a następnie limit w koncie oraz karty kredytowe.

Niestety, rośnie też poziom przeterminowanych długów w Polsce, które na koniec 2024 roku sięgnęły 84,7 mld zł, rosnąc o niemal 1,2 mld zł w ciągu poprzedniego roku. Średnia zaległa kwota przypadająca na osobę wzrosła do ponad 33 400 zł (wzrost z 31 400 zł rok wcześniej), co odpowiada około czterem miesięcznym średnim pensjom. Jednak inne badanie [BIG InfoMonitor](#) wraz z Biurem Informacji Kredytowej z maja 2025 roku pokazuje, że zadłużenie osób w wieku 18–24 lat zmniejszyło się o 172 mln zł w stosunku do roku poprzedniego, a 65% młodych deklaruje brak zaległości finansowych.

Popularność niskooprocentowanych aktywów, takich jak obligacje czy depozyty terminowe, wśród młodych Polaków utrzymuje się na stałym poziomie lub spada. Rośnie natomiast zainteresowanie aktywami o wyższej stopie zwrotu, takimi jak akcje (11% użytkowników w 2024 i 13% w 2025) oraz kryptowaluty (wzrost z 14% do 19%). Prawie jedna czwarta (22%) badanych deklaruje zainteresowanie inwestowaniem w kryptowaluty, a odsetek ten wzrasta do 26% wśród mężczyzn.

Fakty o mieszkaniach

Nie ma wątpliwości, że mieszkanie pozostaje nie tylko jednym z największych wydatków młodych Polaków, ale także głównym źródłem obaw i aspiracji.

Według naszego badania ponad połowa (56%) młodych Polaków mieszka z rodziną (partner/ka, dzieci), jednak niemal jedna czwarta (23%) wciąż mieszka z rodzicami lub innymi krewnymi – to spadek w porównaniu do 32% z poprzedniej edycji badania. Zgodnie z przewidywaniami, osoby w wieku 26–35 lat i zarabiające powyżej średniej częściej mają własną rodzinę, a grupa 18–21 lat i osoby o niższych dochodach częściej mieszka z rodzicami. Odsetek młodych korzystających z kredytu hipotecznego spadł z 14% do 13%, choć zainteresowanie tym produktem finansowym wciąż utrzymuje się na wysokim poziomie (6% wobec 8% rok temu), a posiadanie własnego mieszkania to najczęściej wskazywany cel życiowy (17%). To niełatwe zadanie – sytuacja mieszkaniowa w Polsce, zwłaszcza w Warszawie i innych większych miastach, pozostaje wyjątkowo trudna dla młodych kupujących pierwsze mieszkanie.

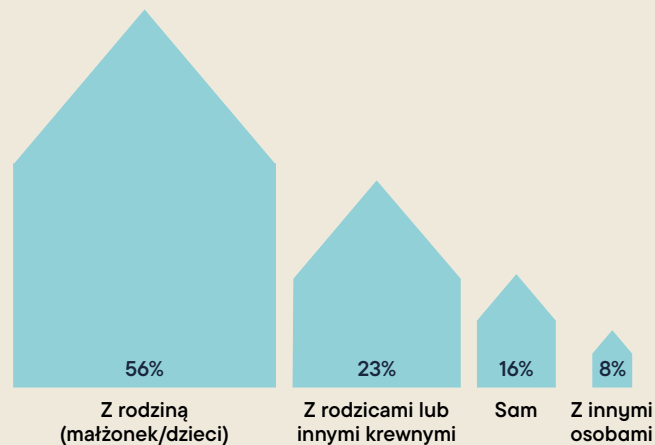
Zgodnie z raportem Deloitte „Property Index 2024”, który ocenia dostępność mieszkań na własność poprzez analizę liczby przeciętnych rocznych wynagrodzeń brutto potrzebnych do zakupu standaryzowanego nowego mieszkania o średniej powierzchni 70 m², Polska została sklasyfikowana jako dziewiąty najmniej przystępny kraj pod względem możliwości nabycia nieruchomości mieszkaniowej spośród 18 analizowanych państw. Zakup typowego nowego lokalu mieszkalnego wymaga od przeciętnego Polaka zainwestowania równowartości 7,9 rocznych wynagrodzeń brutto (dla Warszawy wskaźnik ten wynosi 8,9 wynagrodzenia). Niemniej jednak, rynek nieruchomości mieszkaniowych w Polsce wykazuje oznaki wyhamowania – według danych Eurostatu, roczna dynamika wzrostu cen mieszkań spadła do 10,4% w IV kwartale 2024 r., co oznacza spadek o 4 punkty procentowe względem poprzedniego kwartału. Mimo to, Polska odnotowała szósty najwyższy wzrost cen nieruchomości wśród państw członkowskich UE, ustępując jedynie Bułgarii (18,3%), Węgrom (13,0%), Portugalii (11,6%), Hiszpanii (11,4%) i Holandii (10,8%).

Sytuacja na rynku najmu jest jeszcze trudniejsza, szczególnie w Warszawie, gdzie średni miesięczny koszt najmu wynosi 16,7 euro za m², co plasuje stolicę Polski przed takimi miastami jak Praga, Bruksela, Marsylia czy Hamburg.

Wzrost stawek czynszu tłumaczony jest gwałtownym spadkiem dostępności mieszkań na wynajem – w siedmiu największych miastach Polski liczba dostępnych lokali na wynajem zmniejszyła się o 17% r/r w IV kwartale 2024 r.

Nic więc dziwnego, że większość młodych Polaków (73%) oczekuje większego wsparcia państwa w zapewnieniu

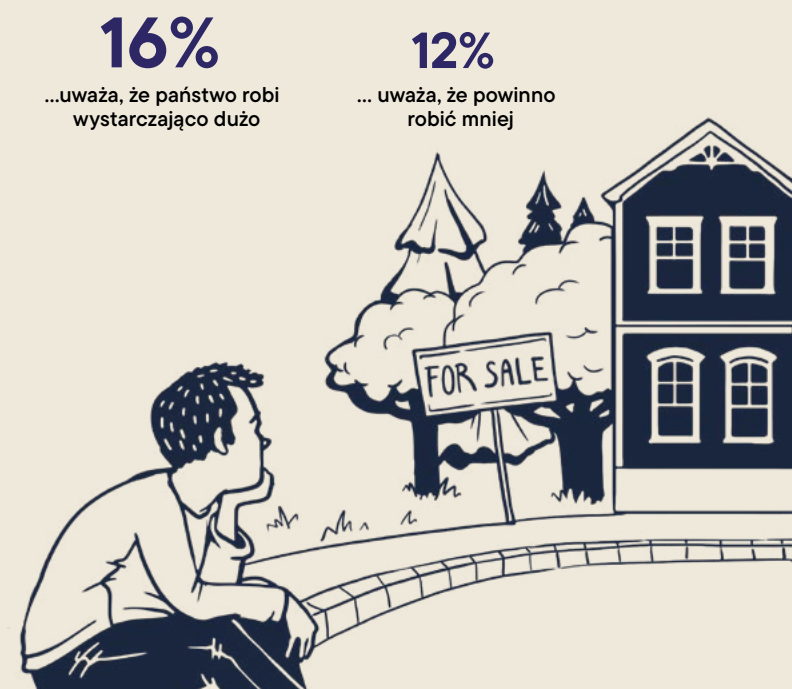
Gdzie mieszkam...



Państwo i dostępność mieszkań

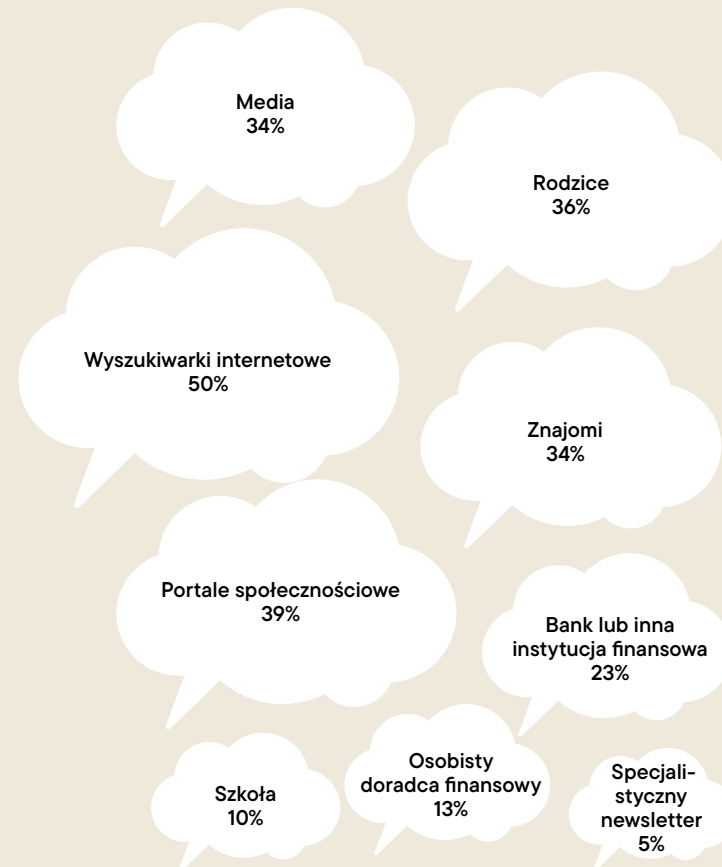
73%

osób uważa, że państwo powinno robić więcej



dostępnych mieszkań, zwłaszcza kobiety (77%) i osoby zarabiające poniżej średniej (77%). Stało się to istotną kwestią polityczną – sondaże pokazują wyraźny spadek zadowolenia młodych z rządów Donalda Tuska po tym, jak nie udało się ponownie wprowadzić programu kredytów preferencyjnych dla kupujących pierwsze mieszkanie, mimo wcześniejszych zapowiedzi.

Skąd czerpię informacje...



Czy śledzisz influencerów finansowych?



Wiedza i nauka

Nasze badanie potwierdza, że nawyki finansowe młodych Polaków wciąż ewoluują i można uznać, że zmierzają w dobrym kierunku. Eksperti podkreślają, że relatywnie niskie zadłużenie młodych świadczy o skuteczności edukacji finansowej od najmłodszych lat – co ma znaczenie zarówno indywidualnie, jak i społecznie.

Głównym źródłem wiedzy o finansach dla młodych są internetowe wyszukiwarki (50%), a następnie media społecznościowe (39%). Najmłodsi (18–21 lat) częściej niż przeciętnie proszą o radę rodziców (48%), natomiast osoby zarabiające powyżej średniej często mają własnego doradcę finansowego (18% wobec średniej 13%).

Szkoła pozostaje bardzo rzadko wybieranym źródłem wiedzy (10%). Ministerstwo Finansów próbuje to zmienić, wdrażając program „Lekcje o finansach”, mający poprawić świadomość finansową uczniów szkół podstawowych. Program obejmuje co najmniej trzy lekcje finansów w ramach podstawy programowej oraz opcjonalną wycieczkę edukacyjną do instytucji finansowej – aż do 80% kosztów pokrywa państwo.

Z badania wynika też, że moda na tzw. „finfluencerów” już minęła – jeszcze rok temu co czwarty (23%) śledził w sieci przynajmniej jednego takiego influencera, dziś jest to jedynie 11%. Z tych, którzy wciąż korzystają z ich porad, większość (60%) im ufa, tylko 5% jest bardzo sceptycznych.

Obawy, nadzieje i plany na przyszłość

Większość młodych Polaków uważa, że ich poziom życia poprawił się w ciągu minionego roku (52% wobec 40% w badaniu z 2024 r.), a odsetek osób przekonanych o możliwości zrealizowania swoich aspiracji finansowych pozostaje stabilny – 71% (wobec 70% rok temu).

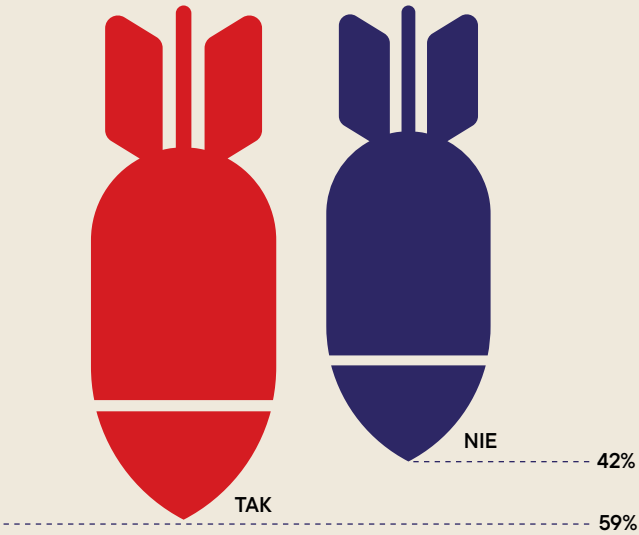
Najczęściej wskazywane powody, dla których 13% (rok temu 11%) młodych uważa realizację aspiracji za niemożliwą, to: wysoki koszt życia (41%), niemożność uzyskania odpowiednich dochodów (39%), zbyt wysokie ceny mieszkań i podatki (po 34%). Ta grupa może urosnąć, bo większość (60%) obawia się dalszego wzrostu kosztów życia w najbliższym roku, a zaledwie 8% przewiduje spadek kosztów. Potwierdzają to międzynarodowe badania Deloitte – połowa przedstawicieli pokolenia Z (48%) oraz Millenialsów (46%) nie czuje się finansowo bezpieczna, podczas gdy rok temu było to 30% (Z) i 32% (Millenials).

Dodatkowo optymizm młodych osłabia wojna za wschodnią granicą oraz obawy przed powrotem obowiązkowego poboru do wojska – aż 59% Polaków w wieku 18–35 lat uważa to za realne zagrożenie; najbardziej dotyczy to grupy 22–25 lat (67%). Rzutuje to także na decyzje finansowe – 62% przyznaje, że wpływa to na wydatki i oszczędności, a 41% deklaruje, że więcej odkłada na „czarną godzinę”.

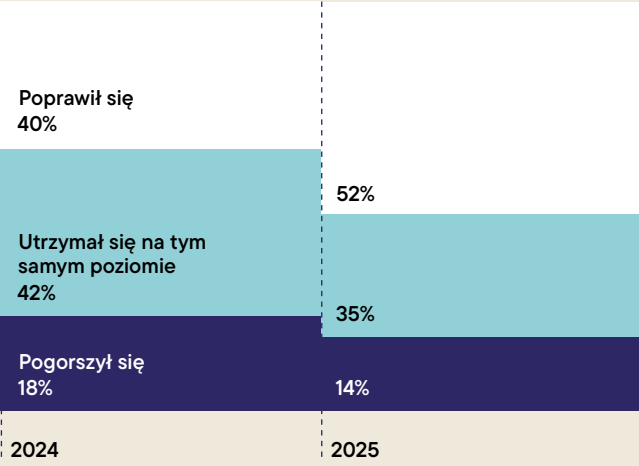
Najważniejszą aspiracją finansową jest dziś posiadanie własnego mieszkania (17%). Druga w kolejności jest niezależność finansowa na tyle, by zapewnić byt sobie i rodzinie (15%), a trzecia – brak stresu związanego z regularnymi rachunkami (13%). Te trzy cele niezmiennie pozostają najważniejszymi marzeniami młodych w Polsce.

Za sposób na życiowy awans wielu uważa emigrację – 68% jest gotowych przenieść się za granicę w celu rozwoju kariery lub zwiększenia zarobków. Ponad połowa (56%) wskazuje kraje Unii Europejskiej, 36% – Stany Zjednoczone. Mniej popularnymi kierunkami są Kanada/Australia/Nowa Zelandia (13%) i Azja (5%).

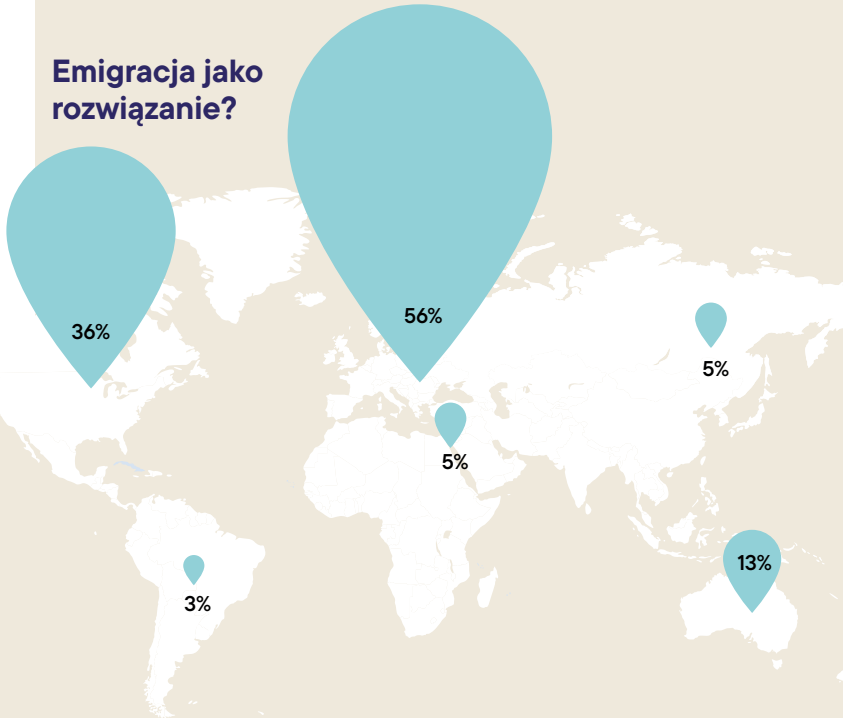
Potencjalne obawy: czy pobór do wojska Cię niepokoi?



Zmiana standardu życia w ciągu ostatnich 12 miesięcy



Emigracja jako rozwiązanie?



I co dalej?

Wyzwanie	Dane z YMM 2025	Plan działań – krótkoterminowy	długoterminowy
Niska samodzielność mieszkaniowa	56% mieszka z rodziną, w tym 65% osób w wieku 26–29 lat oraz 72% w grupie 30–35 lat. Dodatkowo 23% mieszka z rodzicami lub innymi krewnymi (29% w wieku 18–21 lat, 46% w grupie 18–21 lat).	Tworzenie poradników online wyjaśniających prawa najemców, umowy i podstawowe koszty. Ustanowienie centralnego punktu doradczego ds. mieszkań, z bazą ofert najmu. Lokalne kampanie promujące współdzielenie mieszkań i co-living	Rozszerzenie dostępu do preferencyjnych kredytów hipotecznych dla osób do 35. roku życia. Rozwój przystępnego cenowo budownictwa w formule partnerstw publiczno-prywatnych. Włączenie polityki mieszkaniowej do ogólnokrajowych strategii rozwojowych.
Niewystarczające oszczędności	Przeciętne oszczędności odpowiadają równowartości 2 lat wynagrodzenia, ale 33% posiada środki jedynie na miesiąc lub krócej. Wzrasta to do 46% wśród osób o niskich dochodach i 42% w grupie wiekowej 18–21 lat.	Promowanie wyzwań oszczędnościowych w mediach społecznościowych i aplikacjach bankowych. Oferowanie drobnych nagród (np. cashback, vouchery) za osiągnięcie miesięcznych celów oszczędnościowych. Udostępnianie narzędzi cyfrowych wspierających śledzenie wydatków i budowanie podstawowych budżetów.	Wprowadzanie dopasowanych do dochodów programów oszczędnościowych dla osób o niskich zarobkach. Zachęty podatkowe dla utrwalania nawyków oszczędnościowych. Uwzględnienie edukacji finansowej w programach onboardingowych pracodawców.
Zależność od wsparcia finansowego rodziców	44% korzysta z pomocy finansowej od rodziny, przy czym 74% otrzymuje do 1700 zł rocznie.	Dystrybucja prostych szablonów budżetowych w szkołach, mediach społecznościowych i wśród pracodawców. Promocja platform z ofertami pracy dorywczej dla studentów i osób na początku kariery. Prezentacja przykładów sukcesów młodych osób osiągających niezależność finansową, by zmieniać wzorce społeczne.	Rozszerzenie subsydiowanych praktyk i stanowisk dla osób rozpoczynających karierę. Tworzenie funduszy startowych wspierających usamodzielnianie się młodych. Zachęty podatkowe dla pracodawców zatrudniających młodych na pełen etat.
Trudności w realizacji celów finansowych ze względu na wysokie koszty życia	13% wskazuje, że cele finansowe są nieosiągalne z powodu wysokich kosztów utrzymania (41%) i niskich dochodów (39%); 60% oczekuje wzrostu wydatków w ciągu kolejnego roku.	Udostępnianie praktycznych narzędzi budżetowych i kalkulatorów kosztów życia w aplikacjach mobilnych. Współpraca z samorządami nad rabatami transportowymi i konsumpcyjnymi. Tworzenie list ofert rabatowych dla młodych (mieszkanie, edukacja, komunikacja).	Wspieranie młodych w dostępie do lepiej płatnej pracy poprzez dopłaty do szkoleń i certyfikatów. Rozwój elastycznych i zdalnych sektorów pracy. Analiza i ewentualna regulacja kosztów życia, m.in. energii i najmu.
Niewystarczająca edukacja finansowa i wpływ mediów/influencerów	Główne źródła informacji finansowych: wyszukiwarki (50%), media społecznościowe (39%), rodzice (32%). 11% obserwuje influencerów finansowych; 60% ufa ich poradom.	Współpraca z rozpoznawalnymi influencerami w zakresie przekazywania podstawowych treści finansowych. Stworzenie certyfikatu wiarygodności dla treści edukacyjnych w obszarze finansów. Krótkie, przystępne wideo-tutoriale z kluczowymi zagadnieniami finansowymi.	Wprowadzenie obowiązkowej edukacji finansowej w szkołach średnich i na uczelniach. Ustanowienie krajowych standardów dla treści finansowych w internecie, w tym wymogów transparentności. Budowa publicznego portalu oferującego bezpłatne, certyfikowane materiały i doradztwo finansowe.

buduj świadomość marki
zwiększ rozpoznawalność dystrybuuj informacje broń swojego stanowiska
popraw reputację monitoruj konkurencję
analizuj media
zidentyfikuj interesariuszy **opowiedz swoją historię**
wejdź na nowe rynki wyjaśnij swoje stanowisko
bądź widoczny
wesprzyj rozwój swojego biznesu
zwracaj się do grupy docelowej & **zaplanuj eventy**
promuj produkt lub usługę
uruchom biuro prasowe

Możemy Ci pomóc?
Zadzwoń do Anny, Joe 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.alex@cook-comm.com

Źródła

<https://www.cook-comm.com/files/young-money-matters-pl-en-final.pdf>
<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-euro-indicators/w/3-02052025-bp>
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Gender_pay_gap_statistics
https://bank.pl/ponad-60-proc-mloдых-polek-obawia-sie-niskich-zarobkow-a-co-druga-braku-stabilnosci-zatrudnienia/?utm_source=chatgpt.com
<https://www.deloitte.com/cz-sk/en/Industries/real-estate/research/property-index.html>
<https://wbj.pl/survey-shows-poles-increasingly-satisfied-with-their-earnings/post/143576>
<https://serwisy.gazetaprawna.pl/finanse-osobiste/artykuly/9795771.zaskakujace-wyniki-badan-mlodzi-polacy-lepiej-zaradzaja-finansami-n.html>
https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/deloitte-2025-gen-z-and-millennial-survey.html?icid=top_deloitte-2025-gen-z-and-millennial-survey

Badanie **Young Money Matters** napisane przez Nicholasa Watsona, a przetłumaczone z języka angielskiego przez nasze zespoły w Bukareszcie, Pradze i Warszawie. Kwestionariusze, na których oparto badania, zostały opracowane wspólnie przez: Alexandru Alexe, Dalianę Bărbuică, Marie Chaloupková, Joe Cooka, Matyáša Hoppa, Agatę Koczowską, Vita Šubrtu, Nicholasa Watsona i Annę Ziubińską. Badania przeprowadziła firma 3Gem Media Group. Infografiki i układ przygotowała Soňa Daňková, a wspólnie z Lukášem Honzákiem z agencji Ginger & Fred w Pradze odpowiadała za projekt graficzny. **Young Money Matters** zostało opublikowane i jest chronione prawem autorskim przez Cook Communications © 2025.

