Young Money Matters

POLSKA • LISTOPAD 2026



Cook® Communications



List wydawcy

Z przyjemnością przedstawiamy trzecią edycję **Young Money Matters,** niezależnego raportu o podejściu młodych ludzi do finansów w Polsce, Czechach i Rumunii, trzech największych rynkach Cook Communications.

Badanie oparto na kwestionariuszach przygotowanych przez nasze zespoły w Warszawie, Pradze i Bukareszcie. W każdym kraju firma 3Gem Media Group przebadała 1000 osób, a dane zważono zgodnie ze strukturą demograficzną poszczególnych regionów, zapewniając reprezentatywność wyników na poziomie krajowym. Podobnie jak w poprzednich latach Nicholas Watson opracował rezultaty w formie przystępnych raportów. Odświeżoną oprawę graficzną przygotowali Lukáš Honzák i zespół studia ginger&fred, a ilustracje stworzyła Alice Slaviček.

Od 2003 roku Cook Communications doradza klientom w komunikacji finansowej, m.in. w bankowości, na rynkach kapitałowych, w inwestycjach, relacjach inwestorskich, fuzjach i przejęciach, private equity i usługach dla klientów indywidualnych. Young Money Matters jest naturalnym rozwinięciem tej działalności.

Do badań podchodzimy z dziennikarską dociekliwością. Pytamy nie tylko o podstawowe kwestie finansowe, lecz także o zachowania i zjawiska wymagające głębszej analizy. Wyniki zestawiamy z oficjalnymi statystykami i aktualnymi badaniami, by osadzić je w szerszym kontekście oraz zweryfikować wnioski. Tegoroczny kwestionariusz uzupełniliśmy o pytania dotyczące nowych trendów i wyzwań. Pozwala nam to lepiej uchwycić zmieniające się postawy młodego pokolenia.

Wyniki pokazują, że sztuczna inteligencja budzi obawy młodych ludzi wchodzących na rynek pracy. Rosnąca presja finansowa wpływa na decyzje o zakładaniu rodziny i posiadaniu dzieci. Dodatkowe zatrudnienie oraz wsparcie bliskich pozostają ważnymi źródłami dochodu. Zdecydowana większość badanych jest gotowa przeprowadzić się w kraju lub za granicę, jeśli poprawi to ich możliwości zawodowe i zarobkowe.

Przyjrzeliśmy się także różnicom w dochodach, oszczędzaniu i inwestowaniu kobiet i mężczyzn. We wszystkich trzech krajach sytuacja młodych kobiet pod wieloma względami pozostaje mniej korzystna niż sytuacja ich rówieśników. Są jednak powody do optymizmu. Młodzi Polacy, Czesi i Rumuni z nadzieją patrzą w finansową przyszłość, a ponad dwie trzecie respondentów wierzy w możliwość realizacji swoich celów finansowych.

Mamy nadzieję, że Young Money Matters 2026 pobudzi debatę w sektorze finansowym, mediach, wśród edukatorów i regulatorów, a przede wszystkim samych młodych ludzi.

Joe Cook

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Parametry badania

Głównym celem raportu Young Money Matters 2026 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.

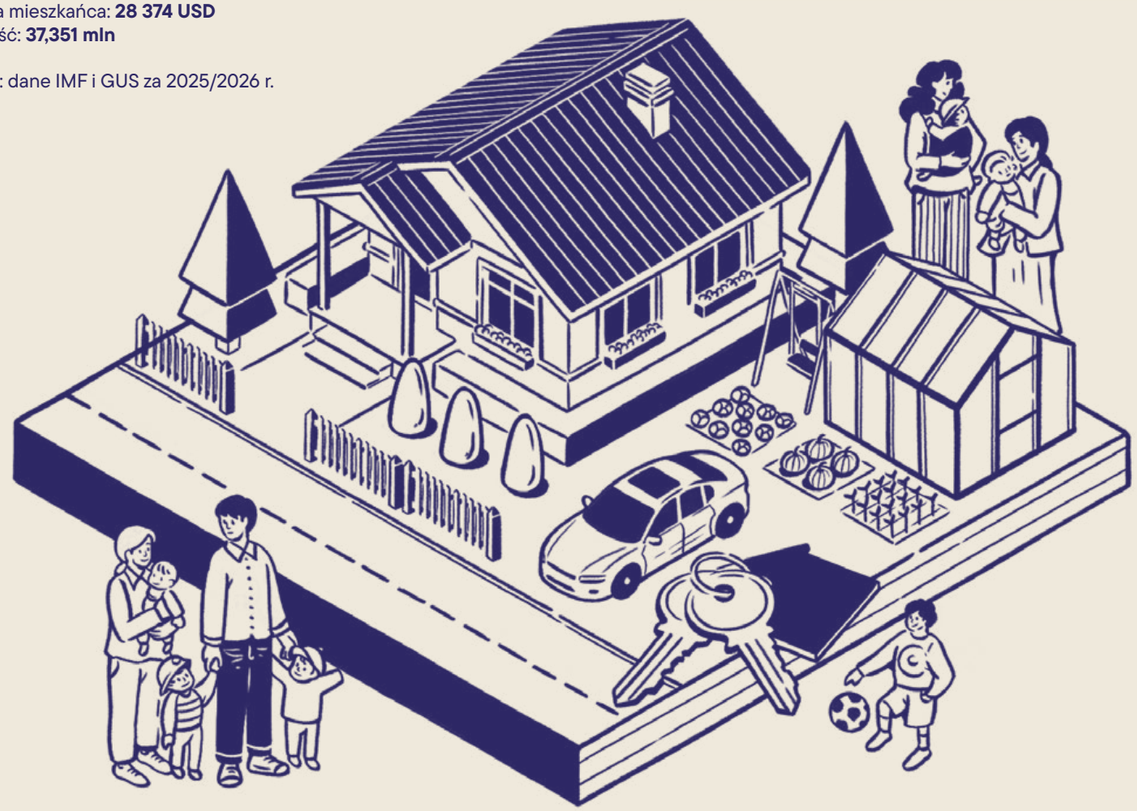
Ilościowe badanie internetowe, na którym opiera się tegoroczny raport Young Money Matters, przeprowadziła firma 3Gem Media Group w dniach 1–12 czerwca 2026 r. na podstawie kwestionariusza przygotowanego przez Cook Communications.

3Gem przebadało 1000 Polek i Polaków w wieku 18–35 lat. Najliczniejszą grupę (29%) stanowiły osoby w wieku 30–35 lat, zaliczane do millenialsów. Pozostałe trzy grupy należały do pokolenia Z: 18–21 lat (23%), 22–25 lat (25%) oraz 26–29 lat (23%).

Jeśli chodzi o wykształcenie, 47% respondentów miało wykształcenie wyższe, 30% ukończyło szkołę średnią, a 24% szkołę zawodową lub techniczną. Uczestnicy badania mieszkają w różnej wielkości miejscowościach w całej Polsce — od wsi po duże miasta. W próbie znalazło się 49% mężczyzn i 51% kobiet.

PKB: **1,035 bln USD**
PKB na mieszkańca: **28 374 USD**
Ludność: **37,351 mln**

Źródło: dane IMF i GUS za 2025/2026 r.



Kluczowe wnioski

- W tegorocznym badaniu YMM ponad połowa badanych osób w wieku 18–35 lat (56%) **była w chwili badania zatrudniona na pełny etat**. To mniej niż w 2025 r. (60%). Jednocześnie rośnie odsetek osób, które nie pracują — z 2% w 2025 r. do 6% obecnie.

- Nieco ponad dwie piąte badanych (44%) **deklaruje zarobki na poziomie średniej krajowej**, wynoszącej 9 002 zł miesięcznie (2 082 euro). W ciągu ostatniego roku wyraźnie spadł odsetek osób zarabiających poniżej średniej. Obecnie młodzi w wieku 18–35 lat nieco częściej zarabiają powyżej średniej (30%) niż poniżej niej (27%).

- Ponad dwie piąte pracujących (43%) **podejmuje dodatkową pracę, aby zwiększyć swoje dochody**. Prawie połowa z nich (48%) zarabia w ten sposób mniej niż 1 125 zł miesięcznie, natomiast 42% uzyskuje dodatkowo od 1 125 do 4 250 zł miesięcznie.

- Ponad dwie piąte osób w wieku 18–35 lat (44%) **otrzymuje również wsparcie finansowe od rodziny** — odsetek ten nie zmienił się względem raportu YMM 2025. Większość wspieranych (54%) dostaje od bliskich do 4 250 zł rocznie, 27% otrzymuje od 4 250 do 8 500 zł, a 19% — jeszcze więcej.

- Mimo że wiele osób w wieku 18–35 lat dorabia i/lub korzysta ze wsparcia finansowego rodziny, jedna trzecia (32%) twierdzi, że **w ciągu ostatniego roku zmniejszyła się kwota**, którą mogą swobodnie dysponować. Tylko jedna piąta (20%) odnotowała wzrost, a niemal połowa (48%) nie zauważyła istotnej zmiany.

- Wzrósł również odsetek osób, którym na koniec miesiąca **nie zostaje żadna nadwyżka finansowa** — z 10% w 2025 r. do 13% obecnie.

- Ponad połowa osób w wieku 18–35 lat (54%) uważa, że **rozwój sztucznej inteligencji spowodował w ostatnim roku spadek liczby stanowisk dla osób wchodzących na rynek pracy**. Wśród zatrudnionych 55% czuje, że AI już zagraża ich pracy albo będzie jej zagrażać za dwa lata lub później.

- Struktura wydatków jest podobna jak w 2025 r. — największą część miesięcznego budżetu nadal pochłaniają **jedzenie i czynsz**.

- Rośnie **zainteresowanie produktami inwestycyjnymi jako sposobem zagospodarowania nadwyżek finansowych** na koniec miesiąca — wskazuje je 17% badanych wobec 13% w 2025 r.

- W ciągu ostatniego roku wyraźnie zmniejszył się także poziom oszczędności młodych ludzi. Dwie piąte badanych (40%) **ma obecnie oszczędności wystarczające na mniej niż miesiąc** w razie nagłej potrzeby lub niespodziewanych wydatków; rok wcześniej było to 33%.

- Mimo to 72% osób w wieku 18–35 lat **uważa swoje aspiracje finansowe za osiągalne** — niemal tyle samo co w 2025 r. (71%). Trzy najczęściej wskazywane cele pozostają bez zmian: mieć wystarczająco dużo pieniędzy, by nie martwić się rachunkami i jeszcze coś odłożyć (42%); móc utrzymać siebie i rodzinę (39%); oraz posiadać własne mieszkanie lub dom (35%).

- Dwie trzecie badanych (64%) **dopuszcza możliwość przeprowadzki, jeśli miałaby pomóc w rozwoju kariery**, zwiększeniu dochodów lub obniżeniu kosztów życia. Najczęściej rozważaliby zmianę miejsca zamieszkania w obrębie Polski (49%) lub Unii Europejskiej (47%).

- Prawie połowa badanych (49%) przyznaje, że **sytuacja finansowa negatywnie wpłynęła na ich plany dotyczące założenia rodziny**. 43% odłożyło tę decyzję — na krócej lub dłużej — a 6% całkowicie zrezygnowało z planów założenia rodziny.

- Dwie trzecie badanych (66%) uważa, że **ich edukacja finansowa wystarcza, by uchronić się przed oszustwami**, jednak 20% ocenia ją jako niewystarczającą. Głównymi źródłami wiedzy o finansach są **wyszukiwarki internetowe (34%), znajomi (34%) oraz rodzice (32%)**.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Praca i dochody

W badaniu Young Money Matters 2026 ponad połowa młodych Polaków (56%) jest zatrudniona na pełny etat — mniej niż rok wcześniej, gdy było to 60%. Po doliczeniu 11% pracujących na część etatu, 5% samozatrudnionych i 5% prowadzących własną firmę, łącznie 77% osób w wieku 18–35 lat wykonuje jakąś formę pracy zarobkowej. To wynik zbliżony do odnotowanego przez Eurostat wskaźnika zatrudnienia w Polsce w 2025 r., który wyniósł 78,8%.

Odsetek osób w wieku 18–35 lat pracujących na część etatu spadł w tegorocznym badaniu do 11% z 13% rok wcześniej, a udział samozatrudnionych — do 5% z 7%. Polska ma jeden z najniższych wskaźników zatrudnienia na część etatu w UE: według Eurostatu w 2025 r. w ten sposób pracowało 6% zatrudnionych. Polski Instytut Ekonomiczny wskazuje, że przyczynami są ograniczenia rynku pracy, utrwalone normy dotyczące zatrudnienia oraz niewystarczające wsparcie w opiece nad dziećmi.

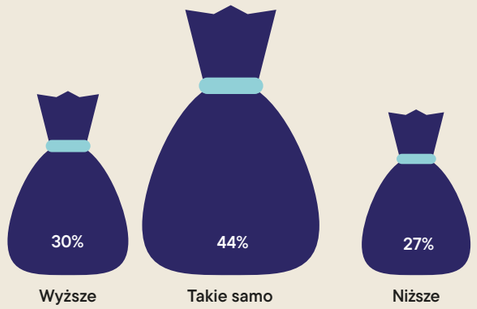
Odsetek bezrobotnych w naszym badaniu pozostał na poziomie 7%, natomiast udział osób w wieku 18–35 lat deklarujących, że nie pracują, wzrósł z 2% w 2025 r. do 6%. Dla porównania, według GUS stopa bezrobocia w całej Polsce wyniosła w czerwcu 5,8%. Bezrobocie wśród młodych należy w Polsce do najniższych w UE: w styczniu wyniosło 11,6%, wobec średniej unijnej na poziomie 15,1%.

Niskie bezrobocie, relatywnie niewielkie obciążenia składkami oraz niski punkt wyjścia sprawiają, że wynagrodzenia netto w krajach Europy Środkowo-Wschodniej rosną zazwyczaj szybciej niż na Zachodzie. Według Eurostatu stawki godzinowe po opodatkowaniu w Polsce (15,6 euro), Czechach (14,9 euro) i Rumunii (12,9 euro) pozostają jednak około dwóch trzecich niższe niż w Luksemburgu czy krajach nordyckich. W latach 2021–2025 wzrosły one o 66% w Polsce, 61% w Rumunii i 28% w Czechach.

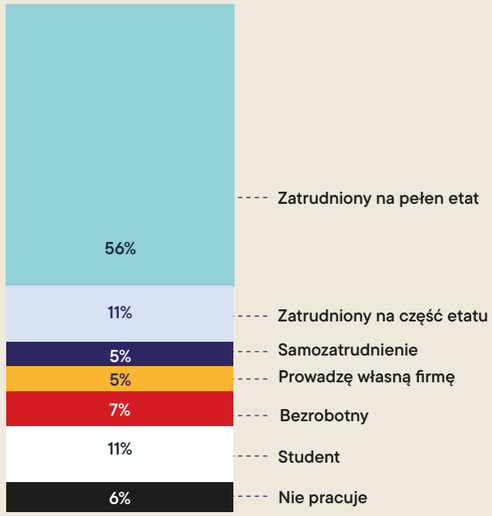
W badaniu YMM 2026 nieco ponad dwie piąte osób w wieku 18–35 lat (44%, wobec 41% w 2025 r.) deklaruje zarobki na poziomie średniej krajowej wynoszącej 9 002 zł miesięcznie (2 082 euro). 30% zarabia powyżej średniej — rok wcześniej było to 28%. Odsetek zarabiających poniżej średniej spadł z 31% do 27%. Najlepiej wypada grupa 26–29 lat: 39% jej przedstawicieli zarabia powyżej średniej krajowej. Z kolei poniżej średniej zarabia 37% osób w wieku 18–21 lat oraz po 25% osób w grupach 22–25 i 26–29 lat.

Jednocześnie jedna trzecia badanych w wieku 18–35 lat (32%) twierdzi, że w ciągu ostatniego roku zmniejszyła się kwota, którą może swobodnie dysponować po uregulowaniu wszystkich rachunków. Tylko jedna piąta uważa, że wzrosła. Około połowa deklaruje brak

Miesięczny dochód vs. średnia krajowa brutto miesięczne wynagrodzenie

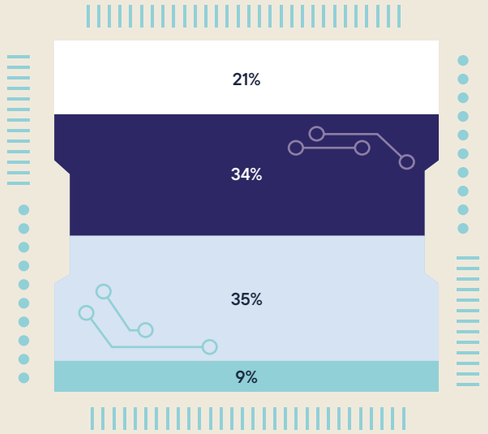


Zatrudnienie

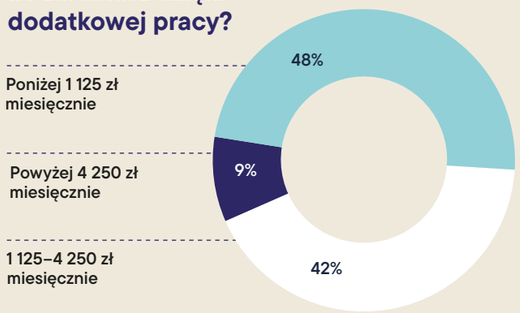




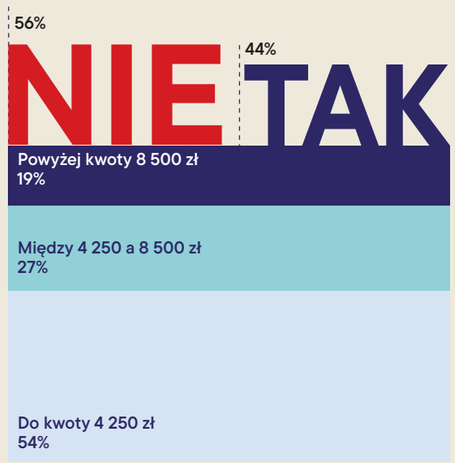
Czy rozwój AI zagraża Twojemu obecnemu stanowisku pracy?



Ile zarabiasz dzięki dodatkowej pracy?



Czy rodzina pomaga?



zmian, mimo rosnących cen energii, żywności i innych podstawowych dóbr.

Przy wysokich kosztach życia — szczególnie w Warszawie — i relatywnie niskich wynagrodzeniach 43% pracujących w wieku 18–35 lat podejmuje dodatkową pracę, aby dorobić. 38% traktuje to dodatkowe zajęcie jako niewielką działalność przedsiębiorczą. Prawie połowa (48%) uzyskuje z niego mniej niż 1 125 zł (250 euro) miesięcznie, a około dwie piąte — od 1 125 do 4 250 zł (1 000 euro). Dorabianie jest najczęstsze w grupie 22–25 lat, gdzie robi to połowa pracujących. Nie widać natomiast istotnych różnic ze względu na płeć, wiek czy poziom dochodów.

Rodzina pozostaje ważnym źródłem wsparcia finansowego dla wielu młodych Polaków. Według badania YMM 2026 pomoc od rodziców i innych krewnych otrzymuje 44% osób w wieku 18–35 lat — tyle samo co wcześniej. Ponad połowa beneficjentów takiego wsparcia dostaje do 4 250 zł (1 000 euro) rocznie, około jedna czwarta od 4 250 do 8 500 zł, a jedna piąta jeszcze więcej. Skala pomocy wyraźnie maleje wraz z wiekiem: otrzymuje ją 67% osób w wieku 18–21 lat i 53% w grupie 22–25 lat, ale już tylko około trzy osoby na dziesięć w wieku 26–35 lat. Z rodzinnego wsparcia znacznie częściej korzystają też osoby zarabiające poniżej średniej krajowej.

Choć połowa pracowników w Polsce nadal czuje się pewnie na swoim stanowisku, obawy o stabilność zatrudnienia rosną — wynika z najnowszego „Barometru Rynku Pracy 2026" Gi Group Holding. W tym badaniu 33,3% pracujących deklaruje niepokój o swoją sytuację zawodową, wobec 26% dwa lata wcześniej. Jednym z powodów jest rozwój AI: ponad połowa młodych Polaków (54%) w badaniu YMM 2026 uważa, że w ciągu ostatniego roku sztuczna inteligencja ograniczyła liczbę stanowisk dla osób wchodzących na rynek pracy. 21% pracujących już teraz czuje, że AI zagraża ich stanowisku, a kolejne 34% spodziewa się takiego zagrożenia w ciągu najbliższych kilku lat.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Wydatki i oszczędzanie

Największą część miesięcznych wydatków młodych Polaków wciąż pochłaniają jedzenie i czynsz, co jest zgodne z wynikami wcześniejszych badań YMM. Przeciętnie na jedzenie przeznaczają niemal jedną czwartą dochodu (23%), a na czynsz 16%. Wśród kobiet oraz osób zarabiających poniżej średniej krajowej udział wydatków na jedzenie rośnie do 25%.

Na trzecim miejscu wśród miesięcznych wydatków znajdują się opłaty za media – 13%, wobec 14% w 2025 r. Z danych Eurostatu wynika, że w drugiej połowie 2025 r. średnie ceny energii elektrycznej dla gospodarstw domowych w UE pozostawały zasadniczo stabilne, ale nadal były wyraźnie wyższe niż przed kryzysem energetycznym z 2022 r. Po uwzględnieniu standardu siły nabywczej (PPS) najwyższe ceny energii odnotowano w Rumunii (49,52 euro za 100 kWh), Czechach (38,65 euro) i Polsce (37,15 euro).

Na trzecim miejscu — ex aequo z opłatami — znajdują się oszczędności, na które młodzi przeznaczają 13% miesięcznego dochodu, podobnie jak w badaniu YMM 2025. Zgodnie z oczekiwaniami, osoby o najwyższych dochodach przeznaczają największą część dochodów na oszczędności (15%). Co do zasady wraz ze wzrostem dochodów większa część budżetu trafia na oszczędności, a mniejsza na bieżące wydatki konsumpcyjne. Ciekawie wypada też grupa 18–21 lat, która również odkłada średnio 15% miesięcznego dochodu. Eksperci wskazują, że rosnąca skłonność Polaków do oszczędzania znajduje odzwierciedlenie również w wielu innych badaniach i staje się jedną z charakterystycznych cech polskiej gospodarki. W badaniu nastrojów konsumenckich GUS z lutego aż 61% respondentów zadeklarowało, że udało im się w danym miesiącu odłożyć pieniądze — to rekord.

Poziom oszczędności jest jednak ciągle problemem. W porównaniu z badaniem YMM 2025 osoby w wieku 18–35 lat mają obecnie znacznie mniej odłożonych środków. Rok temu tylko jedna trzecia deklarowała oszczędności wystarczające na mniej niż miesiąc; obecnie odsetek ten wzrósł do 40%. Wśród osób zarabiających poniżej średniej krajowej aż 56% ma zapas na mniej niż miesiąc. Dla porównania, 52% osób zarabiających powyżej średniej dysponuje oszczędnościami na ponad trzy miesiące. Kobiety mają również mniejsze oszczędności niż mężczyźni.

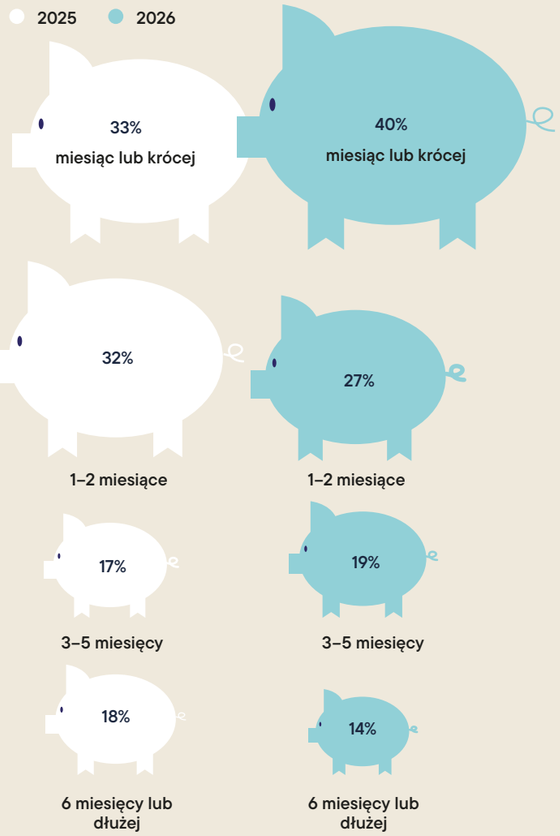
Więcej młodych Polaków niż rok temu deklaruje, że na koniec miesiąca nie zostaje im żadna nadwyżka finansowa — 13% wobec 10% w 2025 r. W grupie osób o niższych dochodach odsetek ten sięga 23%, a wśród kobiet oraz osób w wieku 18–21 i 26–29 lat wynosi 15%.

Zapytani, co zwykle robią z nadwyżkami finansowymi na koniec miesiąca, 39% respondentów wskazało konto oszczędnościowe, 25% zostawia środki na rachunku bieżącym, a 17% wybiera produkt inwestycyjny. To więcej niż rok wcześniej, gdy inwestowanie wskazywało 13% badanych.

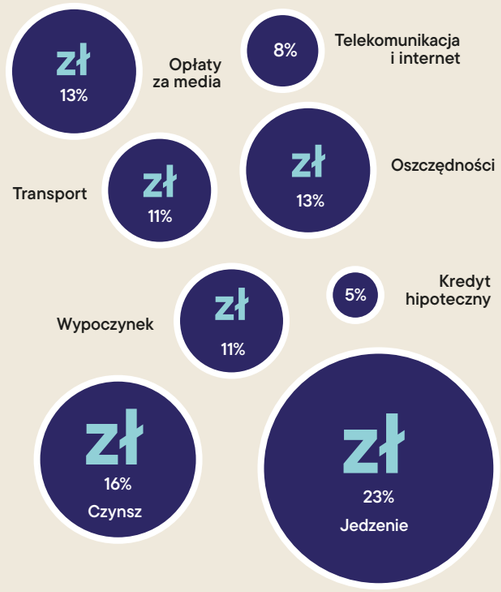
Ogólnie badanie YMM 2026 pokazuje, że młodzi Polacy korzystają dziś z wyraźnie mniejszej liczby produktów finansowych niż rok temu. Konto oszczędnościowe ma już mniej niż połowa badanych (45%), choć zainteresowanie tym produktem pozostaje duże. Spadł też odsetek posiadaczy kryptowalut (15% wobec 19% w 2025 r.), kredytów hipotecznych (10% wobec 13%), ubezpieczeń na życie (18% wobec 25%) oraz funduszy inwestycyjnych (9% wobec 10%). Jednocześnie nadal wysokie jest deklarowane zainteresowanie akcjami, kryptowalutami i funduszami inwestycyjnymi — odpowiednio 18%, 18% i 13%.

Z naszego badania wynika również, że produkty finansowe związane z zadłużeniem są rzadziej używane i mniej pożądane. Największy spadek dotyczy kart kredytowych — z 41% w ubiegłym roku do 31% obecnie. Udział osób posiadających pożyczkę osobistą spadł z 13% do 11%, a korzystających z limitu w koncie z 11% do 9%. Dzieje się tak mimo najnowszych danych Krajowego Rejestru Długów, według których w ciągu zaledwie dwóch lat zadłużenie młodych Polaków w wieku 18–25 lat wzrosło niemal 2,5-krotnie, a średnia kwota długu na osobę zwiększyła się z 3 300 zł (760 euro) do 5 100 zł. Wzrost zadłużenia wiąże się z wejściem w stałe koszty i nowe zobowiązania, np. najem mieszkania czy zakup wyposażenia, przy wciąż nieregularnych dochodach z pierwszych prac lub umów czasowych.

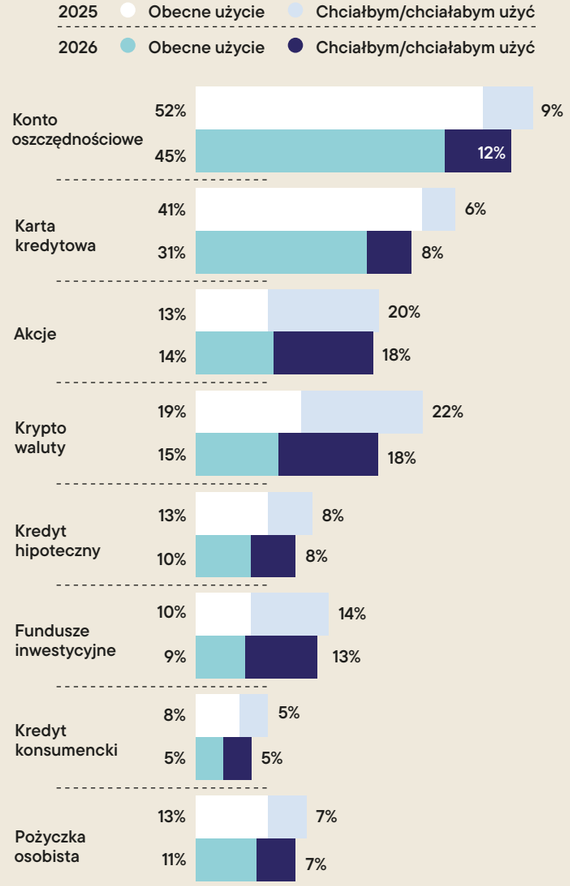
Moje oszczędności wystarczą na...



Na co przeznaczam pieniądze...



Moje produkty finansowe...



Różnice między kobietami a mężczyznami

Badanie YMM 2026 bardzo wyraźnie pokazuje różnice między kobietami a mężczyznami w wieku 18–35 lat pod względem dochodów, oszczędności, inwestowania oraz wiary w możliwość realizacji aspiracji finansowych.

Jeśli chodzi o dochody, 30% młodych Polek deklaruje zarobki poniżej średniej krajowej wynoszącej 9 002 zł, podczas gdy wśród mężczyzn jest to 23%. Rok wcześniej odsetek kobiet zarabiających poniżej średniej wynosił 27%. Powyżej średniej krajowej zarabia zaledwie 25% kobiet, ale już 34% mężczyzn. Dzieje się tak mimo że Polska ma jedną z najmniejszych luk płacowych w UE. Według najnowszych danych Eurostatu w 2024 r. różnica między przeciętnym godzinowym wynagrodzeniem brutto kobiet i mężczyzn wynosiła w Polsce 4,0%, co dawało nam czwarty najniższy wynik w UE — po Rumunii, Belgii i Luksemburgu. Średnia unijna wynosiła 11,1%.

Wyniki naszego badania pokazują, że różnice dochodowe przekładają się na inne elementy sytuacji finansowej. 44% młodych Polek ma oszczędności wystarczające na mniej niż miesiąc, wobec 37% mężczyzn. Co najmniej trzymiesięczną poduszkę finansową ma natomiast 31% kobiet i 34% mężczyzn. Kobiety częściej też kończą miesiąc bez jakichkolwiek wolnych środków — 15% wobec 11% mężczyzn. Ma to wpływ na życie rodzinne: 21% kobiet twierdzi, że obecna sytuacja finansowa skłoniła je do odłożenia decyzji o założeniu rodziny o ponad pięć lat; wśród mężczyzn jest to 17%.

Badanie pokazuje również, że tylko 11% młodych Polek przeznacza nadwyżki finansowe na produkty inwestycyjne, podczas gdy wśród mężczyzn robi to 24%. Różnice widać także w konkretnych formach inwestowania: kryptowaluty posiada 7% kobiet i 23% mężczyzn, a akcje — odpowiednio 7% i 21%.

W efekcie kobiety rzadziej niż mężczyźni wierzą, że zrealizują swoje aspiracje finansowe — odpowiednio 67% i 78%.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Cook®
Communications

Komunikacja strategiczna | Public Relations | Media | Reprezentacja

Cook Communications to kompleksowa agencja komunikacyjna działająca od 2003 roku. Wspieramy firmy, inwestorów, organizacje i rodziny w obszarze komunikacji strategicznej, Public Relations, marketingu i rozwoju biznesu, a także reprezentacji i rzecznictwa.

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
promuj produkt lub usługę
&
zaplanuj eventy
uruchom biuro prasowe






Jak możemy Ci pomóc?

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

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

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

Bułgaria
Miroslava Kostadinova
(359) 887 573 179
m.kostadinova@cook-comm.com

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

Young Money Matters — Cook Communications © 2026
Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Dom i rodzina

Najbardziej widoczną zmianą w strukturze gospodarstw domowych jest wzrost odsetka osób w wieku 18–35 lat, które nadal mieszkają z rodzicami lub innymi krewnymi — z 23% do 33% — oraz spadek udziału osób mieszkających samodzielnie z 16% do 12%. Tendencja ta zbiega się z rosnącymi kosztami życia. Podobnie jak w zeszłorocznym badaniu, większość badanych mieszka z własną rodziną, czyli partnerem/partnerką i/lub dziećmi, choć także tu odnotowano niewielki spadek — z 56% do 52%. Ponadto 52% posiada własną nieruchomość: 35% bez kredytu, a 17% z kredytem hipotecznym. 25% mieszka w lokalu wynajmowanym, a 22% — bez opłat za najem u rodziny lub znajomych.

Zgodnie z oczekiwaniami, z rodzicami lub innymi krewnymi najczęściej mieszkają osoby w wieku 18–21 lat (63%) oraz osoby o niższych dochodach (46%). Sytuację dodatkowo utrwala polski rynek mieszkaniowy: ceny nieruchomości i czynsze nadal rosną, a stopy procentowe pozostają relatywnie wysokie. Według Eurostatu w IV kwartale 2025 r. ceny mieszkań w UE były o 5,5% wyższe niż rok wcześniej, a czynsze wzrosły o 3,2%. W Polsce oznacza to czynsze wyższe o około 75% niż w 2015 r. oraz ceny mieszkań niemal o 125% wyższe.

Raport Deloitte „Property Index 2025" ocenia dostępność mieszkań na własność na podstawie liczby przeciętnych rocznych wynagrodzeń brutto potrzebnych do zakupu standardowego nowego lokalu o powierzchni 70 m². Wśród 39 analizowanych miast europejskich Warszawa zajmuje 17. miejsce pod względem najmniejszej dostępności cenowej, a Wrocław — 21. Zakup standardowego nowego mieszkania w stolicy wymaga równowartości 9,7 rocznych wynagrodzeń brutto; we Wrocławiu i Krakowie — 9,3.

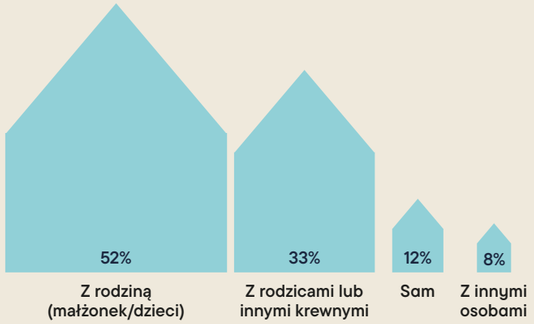
Nawet osoby, które są w stanie sprostać takim cenom, trafiają jednak na wymagający rynek kredytów hipotecznych. Wśród 28 państw analizowanych w raporcie Deloitte Polska znalazła się w gronie sześciu krajów — obok m.in. Czech i Rumunii — w których najwyższe przeciętne oprocentowanie kredytów hipotecznych przekraczało 5,0%.

Na rynku najmu sytuacja młodych wcale nie wygląda dużo lepiej. Według Deloitte przeciętny miesięczny koszt najmu w Warszawie wynosi 17,9 euro za m², wobec 16,7 euro rok wcześniej, i jest nawet wyższy niż w Pradze (16,5 euro za m²). Niewiele niższe są stawki w innych dużych polskich miastach: 15,3 euro za m² w Krakowie i 14,9 euro za m² w Gdańsku.

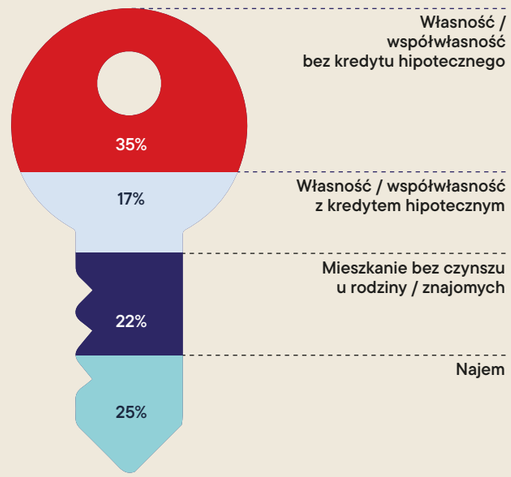
Tak silna presja finansowa wpływa na plany rodzinne wielu młodych Polaków. W naszym badaniu finanse wpłynęły na decyzje dotyczące rodziny u 68% respondentów. Dla 49% był to wpływ negatywny: 43% odłożyło założenie rodziny, a 6% całkowicie zrezygnowało z takiego planu. Z kolei 19% założyło rodzinę wcześniej, niż początkowo zamierzało. Osoby w wieku 30–35 lat i lepiej zarabiające częściej przyspieszały tę decyzję — prawdopodobnie dlatego, że mogły sobie na to pozwolić — podczas gdy osoby w wieku 18–21 lat częściej odkładały ją na dłużej. Co ciekawe, osoby o niższych dochodach częściej niż ogół badanych deklarowały, że ich sytuacja finansowa nie wpłynęła na plany rodzinne: 33% wobec średnio 25%.

Podobny obraz wyłania się z innych badań młodych ludzi. W „2026 Gen Z and Millennial Survey" Deloitte ponad połowa przedstawicieli pokolenia Z (55%) i millenialsów (52%) przyznała, że ze względu na sytuację finansową odkłada ważne decyzje życiowe, takie jak małżeństwo, założenie rodziny lub firmy czy dalsza edukacja.

Gdzie mieszkam...



Forma zamieszkania / własność nieruchomości



Poziom edukacji finansowej

66%

Wystarczający, by uniknąć oszustwa

20%

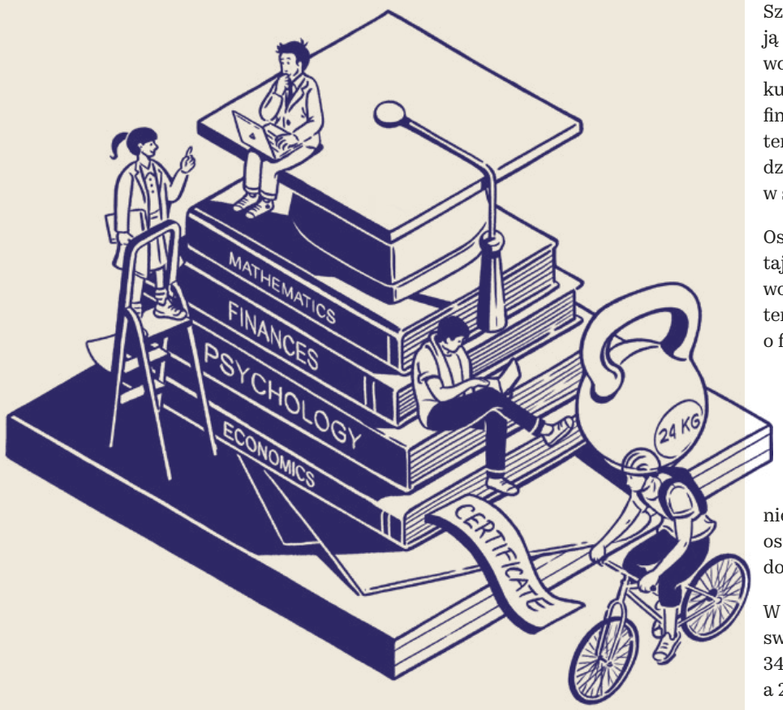
Niewystarczający, by uniknąć oszustwa

14%

Nie wiem

Skąd czerpię informacje...





Wiedza i nauka

Pięć najważniejszych źródeł porad i informacji finansowych pozostaje takie samo jak w ubiegłorocznym badaniu YMM. Wyszukiwarki internetowe i znajomych wskazało po 34% respondentów, następnie rodziców (32%), media społecznościowe (30%) i media (29%). Influencerów finansowych, tzw. finfluencerów, wybrało 12% badanych. Dla porównania, w badaniu YMM 2024 aż 23% respondentów deklarowało, że obserwuje influencera finansowego.

Szkoła nadal znajduje się daleko na liście — wskazuje ją 12% respondentów — choć to więcej niż 10% rok wcześniej. W połączeniu z tym, że tylko 5% osób w wieku 30–35 lat pamięta ze szkoły praktyczne wskazówki finansowe, podczas gdy w grupie 18–21 lat odsetek ten rośnie do 20%, może to sugerować, że ostatnie działania na rzecz zwiększenia edukacji finansowej w szkołach zaczynają przynosić efekty.

Osoby o wyższych dochodach znacznie częściej korzystają z pomocy osobistego doradcy finansowego (20% wobec średnio 14%) oraz specjalistycznych newsletterów (13% wobec średnio 9%) jako źródeł wiedzy o finansach.

W badaniu YMM 2026 66% osób w wieku 18–35 lat uważa, że ich poziom edukacji finansowej wystarcza, by rozpoznawać oszustwa i się przed nimi chronić. Jednocześnie stosunkowo wysoki odsetek — 20% — ocenia swoją wiedzę jako niewystarczającą. Największą pewność siebie mają osoby w wieku 26–29 lat (71%) oraz badani o wyższych dochodach (73%).

W badaniu WIB i Fundacji GPW 47% Polaków oceniło swoją wiedzę finansową jako średnią (37% w 2025 r., 34% w 2024 r.), 22% jako wysoką lub bardzo wysoką, a 23% jako niską lub bardzo niską (33% rok wcześniej).

Young Money Matters — Cook Communications © 2026
Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Aspiracje i ambicje

Mimo powszechnych obaw związanych z AI, rynkiem pracy, dochodami i mieszkaniami w badaniu YMM 2026 nieco więcej młodych Polaków niż rok wcześniej uważa swoje aspiracje finansowe za osiągalne. W 2025 r. takiego zdania było 71% badanych, a obecnie 72%. Odsetek osób, które nie wierzą w realizację swoich aspiracji finansowych, pozostał bez zmian i wynosi 13%. We wszystkich grupach dominuje przekonanie, że aspiracje są możliwe do zrealizowania, jednak kobiety i osoby o niższych dochodach są pod tym względem wyraźnie mniej optymistyczne. Więcej wiary w powodzenie mają mężczyźni oraz osoby zarabiające powyżej średniej krajowej.

Ten umiarkowany optymizm jest zgodny z wynikami badań globalnych. W „2026 Gen Z and Millennial Survey" Deloitte, mimo presji związanej z codziennym życiem, optymizm utrzymuje się szczególnie w pokoleniu Z: 53% jego przedstawicieli spodziewa się poprawy własnej sytuacji finansowej w ciągu najbliższego roku, wobec 45% millenialsów. Z kolei wiosenne badanie Eurobarometru pokazało, że 38% Polaków oczekuje poprawy swojego poziomu życia w ciągu pięciu lat, a 49% sądzi, że pozostanie on mniej więcej bez zmian. Tylko 27% przewiduje pogorszenie.

Aspiracje młodych Polaków praktycznie nie zmieniły się od poprzedniego badania YMM. Dla 42% respondentów jednym z trzech najważniejszych celów jest „mieć wystarczająco dużo pieniędzy, żeby nie martwić się rachunkami i żeby jeszcze coś zostawało". 39% wskazuje „mieć środki, by utrzymać siebie i rodzinę", a 35% — „mieć własne mieszkanie lub dom". Co istotne, przy obecnej niedostępności cenowej mieszkań i wysokim oprocentowaniu kredytów hipotecznych posiadanie własnego lokum jako jeden z trzech głównych celów spadło z 41% rok wcześniej do 35%.

Aspiracje finansowe różnią się w zależności od poziomu dochodów. Osoby zarabiające znacznie mniej, częściej marzą przede wszystkim o zabezpieczeniu siebie i rodziny oraz o własnym mieszkaniu. Lepiej zarabiający częściej chcą mieć środki na dobra luksusowe, a także wywierać pozytywny wpływ społeczny poprzez sposób oszczędzania i inwestowania.

Wśród 13% osób, które nie wierzą w realizację swoich aspiracji finansowych, 45% wskazuje wysokie koszty życia, 30% zbyt niskie zarobki, a kolejne 30% wysokie podatki. Badanie Deloitte „2026 Gen Z and Millennial Survey" pokazało z kolei, że 51% przedstawicieli pokolenia Z i 41% millenialsów uważa, że nie stać ich na własne mieszkanie lub dom.

Jednym ze sposobów na realizację aspiracji finansowych może być przeprowadzka. W badaniu YMM 2026 dwie trzecie młodych Polaków (64%) deklaruje, że rozważyłoby zmianę miejsca zamieszkania, gdyby miała ona pomóc w rozwoju kariery, zwiększeniu dochodów lub obniżeniu kosztów życia. To nieco mniej niż 68% rok wcześniej.

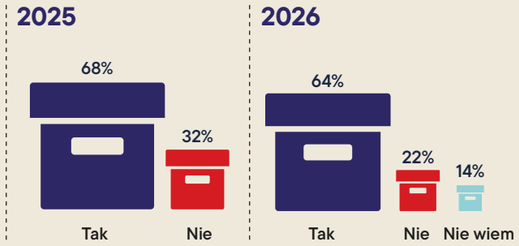
Gotowość do przeprowadzki nie różni się istotnie ze względu na płeć, wiek czy dochód. Nieco mniej skłonne są do niej osoby w wieku 30–35 lat, prawdopodobnie dlatego, że częściej mają już własne rodziny i bardziej ustabilizowane życie.

Osoby otwarte na przeprowadzkę najczęściej wybrałyby inne miejsce w Polsce (49%). Według badania Uniwersytetu Łódzkiego z 2025 r. taka migracja już zachodzi na niepokojącą skalę. Autorzy przewidują, że ludność kraju będzie coraz bardziej koncentrować się w kilku największych ośrodkach — Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu i aglomeracji trójmiejskiej nad Zatoką Gdańską — które przyciągają najwięcej młodych ludzi ze wsi oraz małych i średnich miast do 100 tys. mieszkańców. Dla miejscowości odpływu może to mieć bardzo poważne konsekwencje. W ciągu ostatnich 20 lat liczba młodych ludzi wzrosła o 127,5% w Warszawie, 127,4% we Wrocławiu i 126,6% w Krakowie.

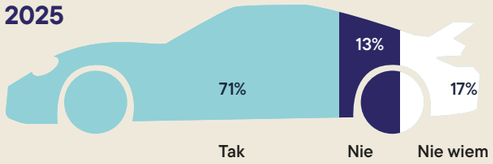
Drugim najczęściej wskazywanym kierunkiem emigracji pozostają inne kraje UE — 47%. Przeprowadzkę do Stanów Zjednoczonych rozważyłoby tylko 18% badanych, wobec 36% rok wcześniej. Wielka Brytania, tradycyjnie popularny kierunek przed Brexitem, zajmuje czwarte miejsce z wynikiem 11%.

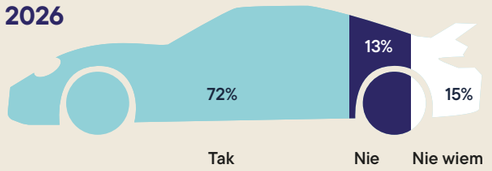
Do najważniejszych barier przed przeprowadzką osoby w wieku 18–35 lat zaliczają: „więzi rodzinne lub chęć pozostania blisko rodziny" (40%), „koszty mieszkania w nowym miejscu" (32%) oraz „trudności z wynajęciem lub znalezieniem odpowiedniego lokum" (25%).

Czy przeprowadził(a)byś się, żeby poprawić swoją sytuację?

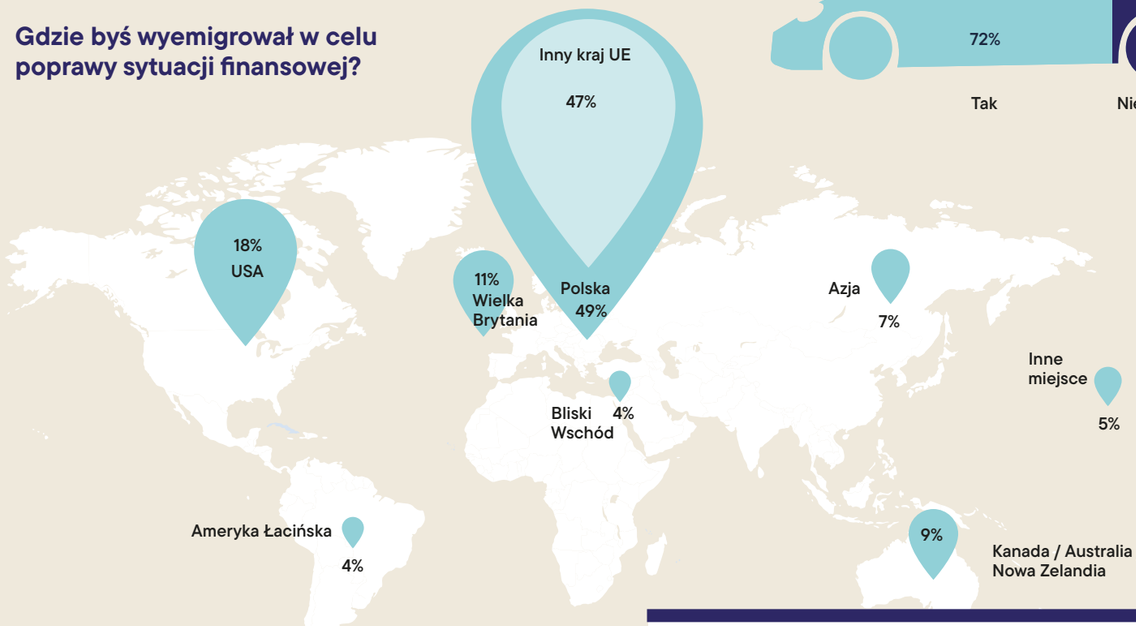


Czy Twoje aspiracje finansowe są osiągalne?





Gdzie byś wyemigrował w celu poprawy sytuacji finansowej?





Co wynika z badania...

Sztuczna inteligencja budzi obawy o stabilność zatrudnienia, szczególnie na początku kariery. Ponad połowa osób w wieku 18–35 lat uważa, że w ostatnim roku rozwój AI ograniczył liczbę miejsc pracy dla początkujących. Co piąty pracujący już dziś dostrzega zagrożenie dla swojego stanowiska, a co trzeci spodziewa się go w najbliższych latach.

Bezpieczeństwo finansowe pozostaje niepewne także wśród pracujących. Aż 43 proc. z nich podejmuje dodatkową pracę, by uzupełnić dochody, a 44 proc. wszystkich badanych korzysta ze wsparcia rodziny. Jednocześnie 32 proc. deklaruje, że w ostatnim roku zmniejszyła się kwota pozostająca im po opłaceniu rachunków. Oszczędności 40 proc. wystarczyłyby najwyżej na miesiąc. Samo zatrudnienie nie gwarantuje więc finansowego spokoju.

Trudności finansowe wpływają na ważne decyzje życiowe. Co trzeci młody dorosły mieszka z rodzicami lub innymi krewnymi, podczas gdy w 2025 r. było to 23 proc. Niemal połowa przyznaje, że sytuacja finansowa skłoniła ich do odłożenia decyzji o założeniu rodziny lub całkowitej rezygnacji z tych planów. Osiągnięcie samodzielności finansowej okazuje się wyzwaniem znacznie większym niż zarządzanie miesięcznym budżetem.

Mimo tych trudności młodzi dorośli nie tracą optymizmu. 72 proc. wierzy, że zrealizuje swoje aspiracje finansowe, podobnie jak rok wcześniej. Priorytetami są terminowe opłacanie rachunków, utrzymanie rodziny i posiadanie własnego mieszkania. Kobiety rzadziej niż mężczyźni wierzą w osiągnięcie swoich celów (67 proc. wobec 78 proc.), mają też mniejsze oszczędności i rzadziej inwestują.

Wiedza finansowa wciąż pochodzi głównie spoza szkoły: od znajomych, z wyszukiwarek internetowych i od rodziców. Szkołę jako źródło informacji wskazuje zaledwie 12 proc. badanych. Choć 66 proc. uważa, że zdobyta edukacja pomaga im rozpoznawać oszustwa i ich unikać, co piąty ocenia własną wiedzę jako niewystarczającą. Pokazuje to potrzebę bardziej praktycznej edukacji finansowej.

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Young Money Matters — Cook Communications © 2026

Notatki

Uwagi i dalsza lektura

www.cook-comm.com

https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/deloitte-2026-gen-z-and-millennial-survey.html

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Gender_pay_gap_statistics

https://www.deloitte.com/cz-sk/en/Industries/real-estate/research/property-index.html

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Employment_-_annual_statistics

https://www.polskieradio.pl/395/7789/artykul/3449662,challenges-of-parttime-work-in-poland-limited-opportunities-and-low-pay

https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/LC_LCI_LEV_custom_20807131/default/table

https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-euro-indicators/w/3-04032026-ap

https://ceo.com.pl/en/job-uncertainty-rises-among-polish-employees-99471/

https://xyz.pl/poland-unpacked/poles-are-saving-more-because-they-can-fewer-households-report-financial-strain-3912/

https://www.wib.org.pl/poziom-wiedzy-ekonomicznej-polakow-2026-wiemy-wiecej-ale-wciaz-za-malo-rozumiemy/

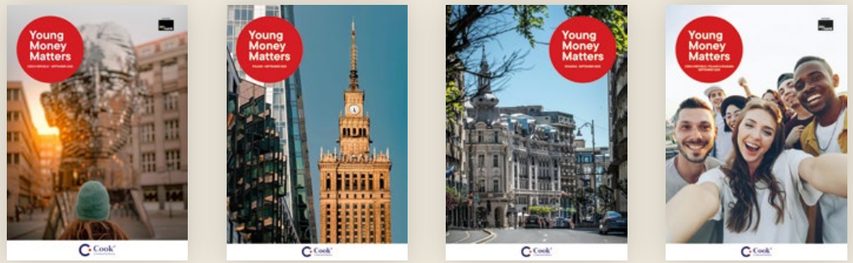
Autorem Young Money Matters jest Nicholas Watson. Zespół w Bukareszcie, Pradze i Warszawie przygotował tłumaczenia z języka angielskiego. Kwestionariusze stanowiące podstawę badań opracowali wspólnie: Alexandru Alexe, Daliana Bărbuică, Marie Chaloupková, Joe Cook, Matyáš Hopp, Agata Koczowska, Aleksandra Dąbrowska, Vit Šubrt, Nicholas Watson i Anna Ziubińska. Badania przeprowadziła 3Gem Media Group. Projekt graficzny przygotowało praskie studio ginger&fred, a ilustracje stworzyła Alice Slavíček. Young Money Matters jest wydawane przez Cook Communications i stanowi własność autorską Cook Communications © 2026.

Cook® Communications

Pobierz YMM na swoje urządzenie



Young Money Matters 2025



Young Money Matters 2024



Cook® Communications

Young Money Matters 2027

Oferta współpracy sponsorskiej

Połącz swoją markę z **wiodącą w Europie Środkowej** platformą **analizującą finanse** młodych ludzi.

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI!

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

