

Tinerii români cheltuiesc aproape jumătate din venitul lor pe alimente și utilități (sondaj GfK)

Tinerii români cheltuiesc cea mai mare parte din venitul lor pe alimente (28%), utilități (16%), iar 12% din venit este economisit, releva prima editie a sondajului "Young Money Matters" (Banii tinerilor conteaza) realizat de GfK.

"Cu aproape jumătate din tineri câștigând sub 3.000 de lei (aproximativ 600 euro) pe luna, banii sunt în mod evident puțin pentru mulți români din Generația Z/Millennials. Asadar, cum își cheltuie ei salariile lunare? Studiul Young Money Matters a aratat ca tinerii români cheltuiesc cei mai multi bani pe mâncare, la fel ca tinerii cehi și polonezi. În medie, 28% din venitul lor lunar se duce pe mâncare, acest procent fiind mai mare în rândul femeilor și al celor din grupa de vârstă 30-35 de ani (30% fiecare). Cheltuielile cu utilitățile au fost pe locul doi, cu 16%, în ciuda faptului ca, la sfârșitul anului 2022, Guvernul român a introdus masuri de ajutor de stat pentru a proteja cetățenii de prețurile excesive la energie după invazia Rusiei în Ucraina, care a provocat o creștere puternică a facturilor la energie", arata primul studiu despre tineri și banii lor realizat simultan în România, Republica Ceha și Polonia.

Aceste limitări ale prețurilor la electricitate și gaze urmează să rămână în vigoare cel puțin până în martie 2025.

"În mod remarcabil, având în vedere nivelul scăzut al salariilor din România, economiile au fost enumerate ca fiind a treia cea mai mare 'cheltuială' de către respondenți, cu 12% din salariul lunar economisit. Investițiile s-au situat la o medie de 6%, ceea ce înseamnă ca, în medie, 18% din venitul lunar este investit într-o formă sau alta în active. Evident, cei cu venituri mai mari economisesc cel mai mult (17%); mai puțin așteptat, grupa de vârstă cea mai tânără (între 18 și 21 de ani) a declarat ca economiseste cel mai mult din salariu (18%)", menționează raportul.

În timp ce alte studii arată, de asemenea, ca generațiile mai tinere economisesc mai mult decât înainte, unii experți avertizează ca tinerii, în general, tind să supraestimeze suma pe care o economisesc. Și, bineînțeles, câțiva dintre cei care economisesc sârguincios tind să denatureze rezultatele medii și să mascheze numărul mult mai mare de persoane care nu economisesc în fiecare luna.

Astfel, sondajul Young Money Matters a aratat ca cel mai mare grup din cadrul studiului, 54% dintre Gen Z/Millennials din România au pus deoparte echivalentul unei luni sau mai puțin din salariul lor lunar, acest număr fiind puternic concentrat în grupul cu cele mai mici venituri (65%), în rândul femeilor (62%) și al celor cu vârste cuprinse între 30 - 35 de ani (61%). Acest lucru sugerează ca economisirea banilor este dificilă pentru cei din grupele cu cele mai mici venituri și, probabil, și pentru cei cu familii, deși situația aceasta pare să difere de alte răspunsuri pe care le-au dat.

Alți 22% dintre respondenți au declarat ca au pus deoparte între una și două luni de salariu, 15% au economisit între trei și cinci luni de salariu, iar 9% (15% în categoria cu cele mai mari venituri) au economii egale cu jumătate de an de salariu sau mai mult.

"Procentul scăzut al românilor care au mai mult de trei luni de economii (24%) în comparație cu cehii (44%) și polonezii (47%) reflectă salariile relativ mici din România", subliniază lucrarea.

Aproape jumătate (49%) dintre românii cu vârsta cuprinsă între 18 și 35 de ani au declarat ca nivelul lor de trai s-a îmbunătățit în ultimul an; cu toate acestea, marea majoritate a acestora (72%) prevăd o creștere a costurilor de trai în următoarele 12 luni.

Numerarul/conturile curente (57%) si cardurile de credit (42%) sunt cele mai populare doua produse financiare în rândul tinerilor români, iar 34% folosesc un cont de economii.

"Numerarul sau contul curent si contul de economii sunt doua dintre cele mai populare trei produse financiare pentru tinerii români, indicate de 57% si respectiv 34% din respondenti. Desi românii considera numerarul sau contul curent drept cea mai potrivita modalitate de a economisi bani, acestia își pierd o parte din aceste economii din cauza inflatiei, care a fost deosebit de ridicata în 2022 si 2023. Studiul Young Money Matters a aratat ca, în timp ce mutarea banilor ramasi într-un cont de economii este cea mai populara alegere (38%), pastrarea lor într-un cont curent este a doua cea mai populara alegere (33%). Aceasta strategie este comuna tuturor categoriilor de vârsta. Acest lucru este sustinut de alte sondaje recente care arata ca românii din Generatia Z/Millennials își maresc activele în numerar, pentru a face acest lucru. Acestia citeaza 'accesul facil' la banii lor ca motiv pentru a face acest lucru", arata sursa citata.

Cheltuirea banilor ramasi pe alegerea stilului de viata a fost indicata de 14% dintre respondenti, dar putin peste aceasta, la 15%, a fost cautarea unui produs de investitii financiare. Aceasta cifra a crescut la 19% pentru barbati, fata de 10% pentru femei, si la 27% pentru cei cu cel mai ridicat nivel de venit.

Dupa conturile curente, al doilea cel mai popular produs financiar sunt cardurile de credit, care, împreuna cu 17% care aleg un împrumut personal, sugereaza o tendinta a respondentilor de a se baza pe credit sau, cu alte cuvinte, de a trai peste posibilitatile lor. La urma urmei, 16% dintre respondenti au declarat ca nu le ramân niciodata bani la sfârșitul lunii, aceasta cifra crescând la 20% în cazul femeilor. Pentru multi tineri români, a avea bani pâna la sfârșitul lunii este o provocare serioasa.

Actiunile (12%), criptomonede (11%) si fondurile de investitii (10%) se numara printre cele mai populare trei produse financiare utilizate, precum si printre cele mai dorite active în rândul respondentilor (17%, 11% si respectiv 17%).

Pensia suplimentara/asigurarea de pensie se numara printre cele mai dorite produse financiare, cu 14%, însa doar 7% investesc în prezent în astfel de produse în timp ce 79% au declarat ca nu le utilizeaza si nu doresc sa le utilizeze.

Parintii (45%) si cautarile pe internet (42%) sunt principalele surse de informare privind gestionarea banilor pentru tinerii români, iar unul din cinci respondenti urmareste cel puțin un influencer financiar.

Conform raportului GfK, cele mai importante aspiratii financiare ale tinerilor români sunt: posibilitatea de a se întreține pe ei si familia lor, de a nu-si face griji pentru plata facturilor si de a avea propria locuinta, iar 81% din respondenti considera ca aspiratiile lor sunt realizabile.

De asemenea, 61% dintre tinerii români au fost fortati sa amâne o decizie importanta în viata din motive financiare, iar aceasta cifra creste la 71% dintre femei.

Majoritatea tinerilor (61%) locuiesc cu sotul/sotia sau cu copiii, în timp ce o treime (32%) locuiesc cu parintii sau cu alte rude. Doar 13% locuiesc cu chirie.

Tinerii români sunt mult mai preocupati de sustenabilitate decât colegii lor din regiune. Sustenabilitatea este o prioritate ridicata pentru 42% dintre românii din Generatia Z/Millennials, comparativ cu doar 21% dintre tinerii polonezi si 19% dintre tinerii cehi, desi aceasta cifra scade usor în functie de vârsta si venituri. Alti 53% au declarat ca sustenabilitatea nu este o prioritate, dar fac si ei ce pot în acest sens.

Young Money Matters este primul sondaj de acest tip, despre tineri si banii lor, derulat simultan în România, Cehia si Polonia, cele mai mari trei piete în care opereaza Cook Communications. Sondajul a fost realizat de firma GfK, pentru Cook Communications.