

Şase din zece mileniali români folosesc aplicatii financiare pentru gestionarea banilor (studiu)

Şase din zece mileniali români folosesc aplicatii financiare, populare si printre alte generatii, pentru a-si gestiona mai bine banii, arata un studiu realizat de Reveal Marketing Research.

"Pandemia de COVID-19 si contextul socio-economic actual, marcat de cresterea preturilor si a inflatiei, i-au facut pe români sa fie mai responsabili financiar. Consumatorii cauta diverse modalitati de a-si reduce cheltuielile invizibile, de a gasi oferte avantajoase atât pentru cumparaturile zilnice, cât si pentru achizitii mai scumpe (bunuri de folosinta îndelungata sau calatorii) sau pentru a gestiona mai bine într-un singur loc tot ceea ce tine de cheltuielile recurente sau ocazionale", sustin autorii studiului Revolut.

Potrivit cercetarii, produsele financiare digitale sunt din ce în ce mai atractive, deoarece simplifica viata de zi cu zi si 1 din 3 respondenti declara ca ar fi interesati sa obtina conturi de economii si carduri de credit prin intermediul unei platforme digitale în anul urmator.

Astfel, 62% dintre respondenti folosesc des aplicatii de gestionare a banilor pe parcursul unei saptamâni, în timp ce 35% din populatie considera ca acestea sunt utile pentru a-si îmbunatati situatia financiara si, într-o masura mai mare, utilizatorii fintech (43%) fata de non-utilizatori (28%).

Totodata, sase din zece români folosesc solutii fintech pentru ca acestea sunt mai ieftine (58%) si mai rapide (57%) decât serviciile traditionale, oferind în acelasi timp fiabilitate si securitate (37%).

"Daca aruncam o privire mai atenta asupra rezultatelor, observam ca notorietatea solutiilor fintech si adoptia acestora sunt mai mari în rândul barbatilor, al segmentului de vârsta 25 - 44 de ani, si printre cei cu studii superioare, decât în cazul restului esantionului. Când vine vorba de comportamentul de utilizare, Milenialii - sub 35 de ani - apeleaza la portofelele digitale oferite de aplicatiile financiare într-un grad semnificativ mai mare (56%)", precizeaza autorii cercetarii.

În special femeile (33,5%) intentioneaza sa apeleze la aplicatii financiare pentru a economisi si Milenialii (25-34 de ani, cu 37,2%).

Pe de alta parte, o alta treime din populatie intentioneaza cel putin sa îsi mentina stilul de viata actual, iar pentru asta români sunt dispusi sa apeleze fie la un card de credit prin intermediul unei platforme digitale (27%) sau la credite de nevoi personale (20%). Cel mai ridicat nivel de interes fata de creditele pentru nevoi personale se remarca în rândul utilizatorilor de aplicatii financiare din categoria de vârsta 45-55 de ani (22,8%).

În cazul tinerilor români de 18-24 de ani, investitia în criptomonede (28%) sau în bursa (17%) devine o perspectiva din ce în ce mai atractiva fata de esantionul total (16% si, respectiv, 12%). Produsele legate de siguranta si preventie, cum ar fi asigurarile de sanatate, asigurarile de viata si pensiile private, sunt mai putin atractive pentru GenZers (sub 24 de ani).

"Interesul pentru aceste categorii creste odata cu vârsta, atingând vârful la categoria 45-55 de ani. Este o tendinta normala care nu a fost schimbata dramatic de pandemie sau inflatie", precizeaza autorii studiului.

De asemenea, de la segmentul de peste 55 de ani, interesul scade, mai ales pentru pensia privata, deoarece este prea târziu sa înceapa sa economiseasca într-un astfel de produs. În schimb, cardurile de credit sunt unul dintre produsele pe care aceasta categorie intentioneaza sa le adauge portofoliului de instrumente financiare în viitor

(27%).

Membrii generatiei Z manifesta de departe cel mai mare interes fata de criptomonede, în timp ce barbatii tind sa fie cu 50%-100% mai interesati decât femeile în activele cu risc, cum ar fi cripto si tranzactionarea pe bursa.

Decalajul se mareste pe masura ce creste si perceptia în privinta capitalului expus riscului, iar cel mai mare decalaj se înregistreaza în privinta intentiei de a investi în criptomonede (21,5% dintre toti respondentii barbati sunt interesati de cripto, fata de 11,5% dintre femei).

Reveal Marketing Research este o companie de cercetare de piata full-service, specializata în marketing research, studii sociologice, customer insight, business strategy, market development.

Studiul s-a desfasurat online în perioada 24-28 iunie 2022 pe un esantion reprezentativ pentru universul persoanelor cu vârsta 18+, utilizatori de internet. Marimea esantionului a fost de 1.256 respondenti, iar eroarea maxima de esantionare pentru targetul general este +/-2,8% la un nivel de încredere de 95%.

Revolut este o aplicatie financiara care s-a lansat în 2015 în Marea Britanie, cu servicii de transfer de bani si schimb valutar. În prezent, peste 20 milioane de clienti persoane fizice din lume si mai mult de 500.000 de clienti B2B folosesc serviciile aplicatiei pentru a realiza peste 250 de milioane de tranzactii pe luna.