

Polaków Portfel Własny

Sezon na wydatki 2026



Spis treści

	03	Wstęp
Wielkanocny portfel Polaków	06	Rozdział I.
Wiosna – czas na remont?	15	Rozdział II.
Uroczystości rodzinne 2026 pod lupą	23	Rozdział III.
Jedziemy na wakacje	38	Rozdział IV.
Plan na kryzys po polsku	55	Rozdział V.
Sezonowe koszty okiem Polaka	78	Rozdział VI.
	85	Zakończenie Informacja o badaniu

Wstęp



Wiosna i początek lata to okres, w którym w domowych budżetach Polaków kumulują się wydatki o bardzo różnym charakterze – od kosztów świątecznych, przez remonty i uroczystości rodzinne, po wyjazdy wakacyjne oraz sezonową rozrywkę. Na tle sytuacji społeczno-gospodarczej kraju, opisywanej przez wskaźniki dotyczące cen, wynagrodzeń, konsumpcji i nastrojów gospodarstw domowych, decyzje finansowe Polaków coraz częściej łączą codzienne potrzeby z koniecznością ostrożnego planowania. Właśnie dlatego wydatki sezonowe stanowią dobry punkt wyjścia do analizy kondycji finansowej gospodarstw domowych, ich priorytetów konsumenckich oraz stosunku do oszczędzania i zadłużenia.

Raport pokazuje, jak Polacy zarządzają budżetem w okresie wzmożonych wydatków i jakie strategie przyjmują wobec kosztów pojawiających się wiosną oraz latem. W pierwszym rozdziale analizujemy wydatki związane z Wielkanocą, ich skalę oraz sposób dzielenia kosztów świątecznego stołu.

Drugi rozdział dotyczy remontów, planowanych budżetów oraz źródeł finansowania prac domowych i zakupów wyposażenia.

W trzeciej części przyglądamy się uroczystościom rodzinnym, w tym wydatkom na prezenty gotówkowe, ich zmianom oraz wpływowi takich wydarzeń na inne decyzje finansowe.

Czwarty rozdział koncentruje się na planach urlopowych, sposobach organizacji wyjazdów i metodach finansowania wakacji.

W piątej części pokazujemy, jak Polacy myślą o bezpieczeństwie finansowym, oszczędnościach i ryzykach związanych z sezonowymi kosztami, a w szóstej analizujemy wydatki „dla przyjemności” oraz kategorie kosztów, które najmocniej rosną w okresie wakacyjnym.

Serdecznie zapraszamy do lektury
Zespół Santander Consumer Banku

Kluczowe dane z raportu



Polaków planowało wydać na Wielkanoc w tym roku więcej niż w 2025



Szacowało je na tym samym poziomie



Zakładało, że koszty się zmniejszą



201-400 zł



Określiło planowany budżet na kwoty z przedziału 201-400 zł



Ankietowanych deklaruje, że to gospodarz świąt przygotowuje i płaci za wszystko



Polaków planuje w sezonie wiosenno-letnim remont lub większe prace w domu



Rozważa taką możliwość



Największy odsetek badanych zadeklarował budżet na te prace do 5 tys. zł



Sfinansuje prace remontowe z oszczędności



Ankietowanych w sezonie wiosenno-letnim regularnie, sporadycznie lub tylko przy większych promocjach kupuje rzeczy do ogrodu, na balkon lub inne akcesoria do wystroju domu



Polaków przy podejmowaniu decyzji o kwocie wkładanej do koperty na wesele lub komunię kieruje się stopniem pokrewieństwa



Bierze pod uwagę swoje bieżące możliwości – daje tyle, na ile stać ich w danym momencie



Ankietowanych zwiększyło kwoty przeznaczone na prezenty gotówkowe, bo chce wyrównać wzrost cen „talerzyka”



Rezygnuje lub odkłada w czasie inne wydatki, gdy przygotowuje się do wzięcia udziału w uroczystości rodzinnej

Kluczowe dane z raportu



50%

Jeśli już odkłada jakieś wydatki – ogranicza zakupy odzieżowe i obuwnicze



24%

W tym roku planuje krótkie wyjazdy np. na weekend lub city breaki jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego



42%

Do takich wyjazdów wiosną lub wczesnym latem przekonują niższe ceny



37%

Uczestników badania finansuje wyjazdy wakacyjne z ogólnych oszczędności



32%

Przy organizowaniu wyjazdów wakacyjnych korzysta z wyszukiwarek internetowych



39%

Polaków, gdy myślą o wydatkach, które najmocniej wpływają na budżet w okresie wiosny i lata, wskazuje na wyjazdy i urlopy



35%

Badanych planuje te wydatki z wyprzedzeniem i odkłada na nie pieniądze



44%

Polaków martwią konflikty zbrojne i sytuacja geopolityczna



26%

Ankietowanych posiada oszczędności, które w przypadku straty głównego źródła dochodu, wystarczyłyby na od jednego do trzech miesięcy



21%

Polaków nie ma w ogóle poduszki finansowej lub wystarczyłaby ona na przeżycie mniej niż jednego miesiąca



26%

Respondentów często lub sporadycznie korzysta z instrumentów finansowych takich jak kredyty na pokrycie sezonowych wydatków



58%

Polaków w okresie wakacyjnym pozwala sobie na większe wydatki „dla przyjemności” niż w pozostałej części roku



36%

Wskazuje, że najbardziej rosną koszty przeznaczone na spotkania towarzyskie

+500zł



31%

Zwiększa swój budżet o mniej niż 500 zł miesięcznie

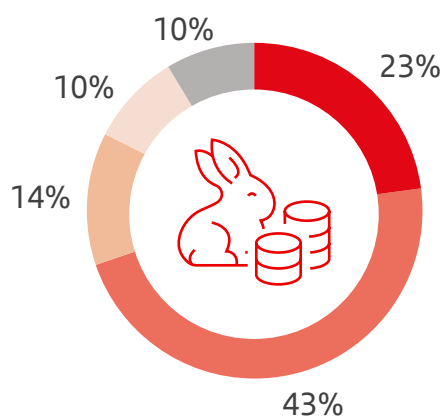
Wielkanocny portfel Polaków



Wraz z nadejściem wiosny wiele osób zaczyna planować wielkanocne zakupy. Okazuje się, że sposób dysponowania świątecznym budżetem i podejście do rodzinnych spotkań są bardzo zróżnicowane. Deklaracje wskazały, że najwięcej gospodarstw domowych postawiło w 2026 roku na kwoty zbliżone do ubiegłorocznych, choć nie zabrakło także osób, które planowały zwiększyć lub zmniejszyć te sumy.

Jak szacuje Pan/i swoje *wydatki na Wielkanoc?*

- ☒ Wydam więcej niż rok temu
- ☐ Wydam tyle samo co rok temu
- ☐ Wydam mniej niż rok temu
- ☐ Nie mam żadnych wydatków z okazji Wielkanocy
- ☐ Nie wiem/ Trudno powiedzieć



Aż 43 proc. respondentów planowało przeznaczyć na święta wielkanocne tyle samo, co w 2025 roku. Wyższe koszty przewidywał niemal co czwarty ankietowany (23 proc.),

a niższe – 14 proc. Z kolei co dziesiąty Polak nie spodziewał się żadnych wydatków związanych z Wielkanocą.

Jak szacuje Pan/i swoje wydatki na Wielkanoc?	 Kobieta	 Mężczyzna
Wydam więcej niż rok temu	21%	26%
Wydam tyle samo co rok temu	42%	43%
Wydam mniej niż rok temu	18%	9%
Nie mam żadnych wydatków z okazji Wielkanocy	9%	11%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	10%	11%

Bardziej oszczędne zakupy częściej deklarowały kobiety – 18 proc. w porównaniu do 9 proc. mężczyzn. Z kolei

panowie w większym stopniu zakładali wzrost wydatków (26 proc. wobec 21 proc.).

Jak szacuje Pan/i swoje wydatki na Wielkanoc?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Wydam więcej niż rok temu	20%	23%	23%	36%	19%
Wydam tyle samo co rok temu	33%	50%	45%	40%	42%
Wydam mniej niż rok temu	18%	4%	15%	14%	16%
Nie mam żadnych wydatków z okazji Wielkanocy	18%	5%	3%	7%	16%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	11%	17%	14%	3%	7%

Aż 76 proc. pięćdziesięciolatków oraz 73 proc. osób w wieku 30-39 lat przewidywało ten sam lub większy budżet. Z kolei najmłodszy dorośli (18-29 lat) oraz seniorzy

(powyżej 60 lat) najczęściej deklarowali brak jakichkolwiek planów związanych z wielkanocnymi zakupami – odpowiednio 18 proc. i 16 proc. wśród tych grup.



Jak szacuje Pan/i swoje *wydatki na Wielkanoc?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Wydam więcej niż rok temu	25%	24%	26%	15%
 Wydam tyle samo co rok temu	39%	46%	36%	53%
 Wydam mniej niż rok temu	11%	16%	20%	12%
 Nie mam żadnych wydatków z okazji Wielkanocy	9%	11%	10%	11%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	16%	4%	7%	9%

Mieszkańcy dużych miast, powyżej 250 tys. mieszkańców, najczęściej planowali utrzymać wydatki na poziomie z 2025 roku (53 proc.). W mniejszych miejscowościach i na wsiach

częściej pojawiały się głosy o wzroście kosztów – taką deklarację składał co czwarty badany z terenów wiejskich (25 proc.) oraz średnich miast (26 proc.).

Jak szacuje Pan/i swoje *wydatki na Wielkanoc?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Wydam więcej niż rok temu	27%	22%	14%
Wydam tyle samo co rok temu	45%	49%	22%
Wydam mniej niż rok temu	8%	14%	34%
Nie mam żadnych wydatków z okazji Wielkanocy	11%	6%	18%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	10%	9%	13%

Subiektywna ocena własnej sytuacji materialnej również szła w parze ze zróżnicowaniem planów zakupowych na Wielkanoc. Osoby w dobrej kondycji finansowej najczęściej chciały wydać tyle samo co rok wcześniej (45 proc.) lub

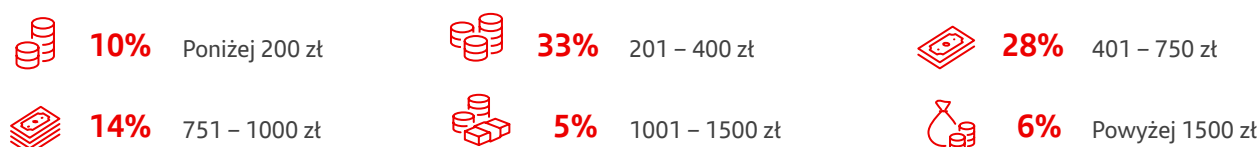
więcej (27 proc.). Zaś w grupie, która ocenia swoje finanse źle, dominowała konieczność oszczędzania – aż 34 proc. z nich planowało redukcję tych kosztów.

Jak szacuje Pan/i swoje wydatki na Wielkanoc?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	
	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym	
Wydam więcej niż rok temu	18%	31%
Wydam tyle samo co rok temu	42%	45%
Wydam mniej niż rok temu	15%	11%
Nie mam żadnych wydatków z okazji Wielkanocy	15%	2%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	10%	11%

Respondenci z gospodarstw z niepełnoletnimi osobami częściej zakładali wzrost kosztów (31 proc. vs 18 proc.). W rodzinach bez dzieci na utrzymaniu natomiast

ponad siedmiokrotnie częściej pojawiała się deklaracja o braku jakichkolwiek wydatków związanych z Wielkanocą (15 proc.).

Jaką kwotę planuje Pan/Pani przeznaczyć na Wielkanoc w tym roku?



Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały wydatki z tej okazji.
 Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Ponad dwóch na pięciu badanych (43 proc.) deklarowało, że przeznaczy na święta wielkanocne w 2026 roku do 400 zł, z czego 33 proc. – od 201 do 400 zł, a 10 proc. – poniżej 200 zł. Kolejne 28 proc. zamierzało wydać od 401 do 750 zł, a 14 proc. chciało zmieścić się w kwocie od

751 do 1000 zł. Wydatki przekraczające 1000 zł planowało łącznie 11 proc. badanych, w tym 5 proc. przewidywało kwoty z przedziału 1001-1500 zł, a powyżej 1500 zł – jedynie 6 proc. respondentów.

Jaką kwotę planuje Pan/Pani przeznaczyć na Wielkanoc w tym roku?	 Kobieta  Mężczyzna	
Poniżej 200 zł	9%	11%
201 – 400 zł	39%	25%
401 – 750 zł	23%	34%
751 – 1000 zł	12%	16%
1001 – 1500 zł	5%	4%
Powyżej 1500 zł	6%	6%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały wydatki z tej okazji.
 Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Kobiety częściej niż mężczyźni celowały w niższe przedziały kwotowe – łącznie 48 proc. z nich chciało zamknąć wydatki w kwocie do 400 zł (w porównaniu do

36 proc. mężczyzn). Panowie z kolei znacząco przeważali w planowaniu budżetu w granicach 401-750 zł – 34 proc. wobec 23 proc. pań.

Jaką kwotę planuje Pan/Pani przeznaczyć na Wielkanoc w tym roku?	 18-29  30-39  40-49  50-59  60+				
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Poniżej 200 zł	18%	6%	13%	5%	9%
201 – 400 zł	42%	32%	33%	15%	38%
401 – 750 zł	28%	26%	27%	43%	22%
751 – 1000 zł	5%	16%	14%	14%	16%
1001 – 1500 zł	3%	4%	5%	7%	5%
Powyżej 1500 zł	2%	7%	5%	9%	6%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały wydatki z tej okazji.

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Budżet na Wielkanoc rósł wraz z wiekiem respondentów. Przedziały do 400 zł dominowały przede wszystkim wśród osób w wieku 18-29 lat, gdzie łącznie 60 proc.

ankietowanych nie planowało przekroczyć tej kwoty. Dla porównania, takiej samej odpowiedzi udzielił jedynie co piąty pięćdziesięciolatek.

Jaką kwotę planuje Pan/Pani przeznaczyć na Wielkanoc w tym roku?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Poniżej 200 zł	9%	11%	14%	4%
 201 – 400 zł	37%	23%	31%	36%
 401 – 750 zł	28%	33%	28%	22%
 751 – 1000 zł	10%	13%	14%	24%
 1001 – 1500 zł	3%	6%	7%	5%
 Powyżej 1500 zł	5%	10%	5%	5%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały wydatki z tej okazji.

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wyższe wydatki częściej planowali także badani z metropolii – w miastach, powyżej 250 tys. mieszkańców, niemal co czwarty ankietowany (24 proc.) zamierzał przeznaczyć na święta od 751 do 1000 zł, w porównaniu

do 10 proc., zamieszkujących tereny wiejskie. Na wsiach dominował skromniejszy budżet, gdzie 37 proc. ankietowanych deklarowało kwoty z przedziału 201-400 zł.

Jaką kwotę planuje Pan/Pani przeznaczyć na *Wielkanoc* w tym roku?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Poniżej 200 zł	9%	8%	17%
201 – 400 zł	27%	36%	41%
401 – 750 zł	29%	29%	22%
751 – 1000 zł	18%	13%	4%
1001 – 1500 zł	5%	4%	5%
Powyżej 1500 zł	9%	3%	4%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały wydatki z tej okazji.

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Subiektywna ocena finansowa również przełożyła się na plany, co do wysokości świątecznych wydatków. Osoby w złej sytuacji najczęściej wskazywały budżet do 400 zł

(łącznie 58 proc.). Wśród respondentów w dobrej kondycji materialnej, co dziesiąty (9 proc.) przewidywał wydatki powyżej 1500 zł.

Jaką kwotę planuje Pan/Pani przeznaczyć na <i>Wielkanoc</i> w tym roku?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Poniżej 200 zł	14%	3%
201 – 400 zł	34%	29%
401 – 750 zł	25%	32%
751 – 1000 zł	11%	18%
1001 – 1500 zł	4%	5%
Powyżej 1500 zł	4%	9%

Odpowiadali tylko osoby, które zadeklarowały wydatki z tej okazji.

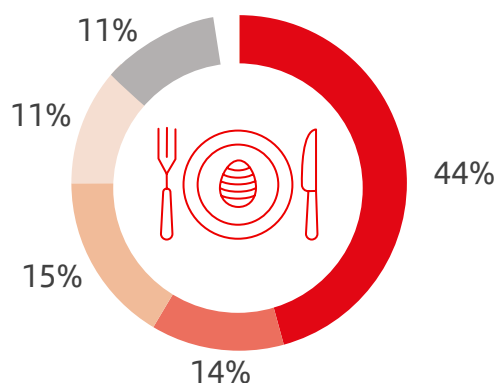
Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Rodziny z dziećmi na utrzymaniu częściej planowały kwoty z przedziałów powyżej 400 zł – 18 proc. z nich (wobec 11 proc.) miało w planach przeznaczyć na Wielkanoc od

751 do 1000 zł. W gospodarstwach bez niepełnoletnich znacznie popularniejsze pozostawały z kolei przedziały do 400 zł – łącznie 48 proc. w porównaniu do 32 proc.

Który model dzielenia kosztów świątecznego stołu najczęściej występuje w Pana/Pani przypadku?

- Gospodarz przygotowuje i płaci za wszystko
- Gospodarz ponosi pełne koszty, ale co roku/co święta zmieniamy osobę przygotowującą święta
- Gospodarz przygotowuje bazę, goście przynoszą potrawy lub inne produkty (np. ciasta, napoje, alkohol)
- Dzielimy się kosztami, robimy składkę na zakupy lub catering
- Żaden/Nie dotyczy (nie biorę udziału w tego typu spotkaniach)



Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

W polskich domach wciąż dominuje tradycyjny model gościnności. Aż 44 proc. ankietowanych deklaruje, że to gospodarz przygotowuje święta i pokrywa wszystkie związane z nimi wydatki. Następny co do popularności jest podział potraw czy produktów, które przyniosą ze sobą poszczególni goście (15 proc.), a także system rotacyjny,

w którym co roku inna osoba przygotowuje uroczystość (14 proc.). Dzielenie kosztów w formie składki na zakupy lub catering preferuje 11 proc. respondentów. Tyle samo osób przyznało, że nie dotyczy ich żaden z tych modeli, ponieważ nie biorą udziału w tego typu uroczystościach.

Który model dzielenia kosztów świątecznego stołu najczęściej występuje w Pana/Pani przypadku?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys. +
 Gospodarz przygotowuje i płaci za wszystko	49%	37%	50%	35%
 Gospodarz ponosi pełne koszty, ale co roku/co święta zmieniamy osobę przygotowującą święta	12%	17%	15%	15%
 Gospodarz przygotowuje bazę, goście przynoszą potrawy lub inne produkty (np. ciasta, napoje, alkohol)	11%	16%	15%	25%
 Dzielimy się kosztami, robimy składkę na zakupy lub catering	7%	17%	15%	10%
 Żaden/Nie dotyczy (nie biorę udziału w tego typu spotkaniach)	16%	12%	0%	10%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Mieszkańcy wsi i średnich miast najsilniej ze wszystkich trzymają się tradycji – połowa z nich (kolejno 49 i 50 proc.) wskazuje, że to gospodarz płaci za całość. W dużych miastach, częściej niż w innych ośrodkach, spotykamy z kolei model, w którym goście wspierają gospodarza własnymi potrawami lub produktami (25 proc. w porównaniu do

11-16 proc. w pozostałych lokalizacjach). Warto także zwrócić uwagę na fakt, że w średnich miastach nikt nie zadeklarował braku udziału w wielkanocnych uroczystościach (0 proc.). Wynik ten wyraźnie różni się od pozostałych obszarów, gdzie odsetek ten wynosi od 10 do 16 proc.

Który model dzielenia kosztów świątecznego stołu *najczęściej występuje* w Pana/Pani przypadku?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Gospodarz przygotowuje i płaci za wszystko	43%	47%	41%
Gospodarz ponosi pełne koszty, ale co roku/co święta zmieniamy osobę przygotowującą święta	16%	15%	8%
Gospodarz przygotowuje bazę, goście przynoszą potrawy lub inne produkty (np. ciasta, napoje, alkohol)	19%	12%	12%
Dzielimy się kosztami, robimy składkę na zakupy lub catering	8%	14%	18%
Żaden/Nie dotyczy (nie biorę udziału w tego typu spotkaniach)	12%	8%	17%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Co ciekawe, sytuacja finansowa nie zmienia znacząco chęci do bycia hojnym gospodarzem. Niezależnie od stanu portfela, od 41 do 47 proc. badanych wskazuje na model, gdzie organizator bierze koszty całkowicie na siebie. Składki na zakupy lub catering są jednak najczęściej wybierane w grupie w złej sytuacji finansowej. Z kolei popularność modelu

corocznej rotacji gospodarza spada wraz z zamożnością – od 16 proc. do 8 proc. wśród osób w subiektywnie złych okolicznościach. Model, w którym gospodarz przygotowuje bazę, a pozostali goście przynoszą ze sobą produkty bądź potrawy, dominuje wśród osób w najlepszej kondycji materialnej.



Który model dzielenia kosztów świątecznego stołu najczęściej występuje w Pana/Pani przypadku?

 Brak niepełnoletnich
 dzieci w gospodarstwie
 domowym

 Niepełnoletnie dziecko
 w gospodarstwie
 domowym

Gospodarz przygotowuje i płaci za wszystko	45%	44%
Gospodarz ponosi pełne koszty, ale co roku/co święta zmieniamy osobę przygotowującą święta	13%	17%
Gospodarz przygotowuje bazę, goście przynoszą potrawy lub inne produkty (np. ciasta, napoje, alkohol)	12%	21%
Dzielimy się kosztami, robimy składkę na zakupy lub catering	12%	10%
Żaden/Nie dotyczy (nie biorę udziału w tego typu spotkaniach)	14%	6%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Można także zauważyć, że obecność małoletnich w domu sprzyja układowi, w którym goście uzupełniają menu własnymi daniami lub artykułami (21 proc. wobec 12 proc. w domach bez dzieci) lub co roku rotują organizatora

(17 proc. vs 13 proc.). Respondenci, którzy nie mają pod opieką dzieci znacznie częściej przyznają, że nie biorą udziału spotkaniach tego typu (14 proc. w porównaniu do 6 proc. w gospodarstwach domowych z niepełnoletnimi).



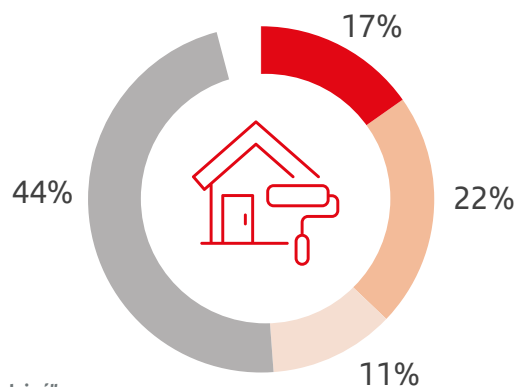
Wiosna - czas na remont?



Wiosna i lato to dla wielu osób czas na odświeżenie wnętrza, porządki w ogrodzie czy prace remontowe. Takie inwestycje cieszą się dużą popularnością, jednak w tym roku konsumenci stawiają przede wszystkim na drobne metamorfozy i niższe koszty.

Czy w tym sezonie wiosenno-letnim planuje Pan/Pani remont lub większe prace w domu/mieszkanu?

- ☒ Tak, remont/prace są już zaplanowane
- ☐ Tak, rozważam taką możliwość
- ☐ Raczej nie, odkładam to na późniejsze miesiące
- ☐ Nie, nie planuję remontu w tym roku



Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wraz z nadejściem wiosny 17 proc. Polaków planuje remont lub większe prace w domu. Dodatkowo, 22 proc. badanych rozważa taką możliwość. Przeszło co dziesiąty

(11 proc.) odkłada zmiany na późniejsze miesiące. Z kolei 44 proc. nie ma takich zamiarów w tym roku.

Czy w tym sezonie wiosenno-letnim planuje Pan/Pani remont lub większe prace w domu/mieszkanu?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Tak, remont/prace są już zaplanowane	22%	17%	16%	17%	15%
Tak, rozważam taką możliwość	20%	18%	30%	34%	15%
Raczej nie, odkładam to na późniejsze miesiące	13%	18%	8%	7%	10%
Nie, nie planuję remontu w tym roku	39%	34%	41%	37%	57%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wśród respondentów, którzy mają w planach remonty wiosną i latem lub je rozważają, najwięcej jest pięćdziesięciolatków (51 proc.) oraz osób w wieku 40-49 lat – wskazało tak 46 proc. tej grupy. Odświeżenie wnętrza

w najmniejszym stopniu dotyczy natomiast seniorów – ponad połowa z nich (57 proc.) nie będzie przeprowadzała takich prac w tym roku.

Czy w tym sezonie wiosenno-letnim planuje Pan/Pani remont lub większe prace w domu/mieszkanu?	 Kobieta	 Mężczyzna
Tak, remont/prace są już zaplanowane	15%	19%
Tak, rozważam taką możliwość	22%	22%
Raczej nie, odkładam to na późniejsze miesiące	13%	9%
Nie, nie planuję remontu w tym roku	45%	43%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Plany remontowe nieco częściej deklarują mężczyźni – 19 proc. vs 15 proc. wśród kobiet. Taki sam odsetek (22 proc.)

je rozważa. Panie natomiast częściej odkładają prace na kolejne miesiące (13 proc. wobec 9 proc. u panów).

Czy w tym sezonie wiosenno-letnim planuje Pan/Pani remont lub większe prace w domu/mieszkanu?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Tak, remont/prace są już zaplanowane	16%	20%	15%	16%
 Tak, rozważam taką możliwość	21%	23%	24%	23%
 Raczej nie, odkładam to na późniejsze miesiące	12%	11%	7%	12%
 Nie, nie planuję remontu w tym roku	42%	43%	48%	47%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Największą gotowość do podjęcia prac wykazują mieszkańcy małych miast (do 50 tys. mieszkańców) – aż 20% z nich ma już zaplanowane działania, a kolejne 23% je rozważa. W pozostałych grupach odsetek osób z potwierdzonymi

planami remontowymi jest nieznacznie niższy i oscyluje wokół 15-16%. Z większych prac domowych najczęściej rezygnują mieszkańcy średnich (48%) i dużych miast (47%).

Czy w tym sezonie wiosenno-letnim planuje Pan/Pani remont lub większe prace w domu/mieszkanu?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	
	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym	
Tak, remont/prace są już zaplanowane	14%	21%
Tak, rozważam taką możliwość	17%	31%
Raczej nie, odkładam to na późniejsze miesiące	10%	12%
Nie, nie planuję remontu w tym roku	52%	31%

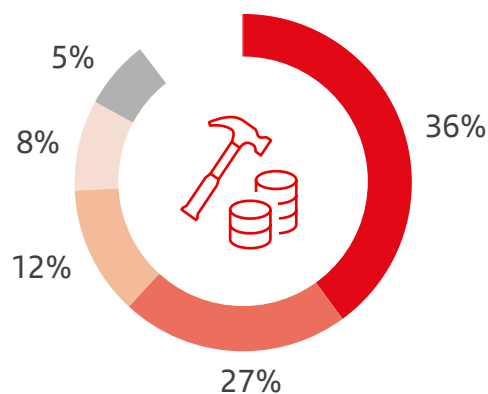
Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Metamorfozy swoich czterech ścian zdecydowanie częściej planują osoby, które mają pod opieką niepełnoletnie dzieci – odpowiedziało tak 52 proc. z nich w porównaniu do

31 proc. ankietowanych z gospodarstw domowych, w których zamieszkują wyłącznie dorośli.

Jeśli planuje lub rozważa Pan/Pani remont – *jaki budżet najbardziej pasuje do Pana/Pani planów?*

- Do 5 tys. zł
- 5-10 tys. zł
- 10-20 tys. zł
- 20-40 tys. zł
- Powyżej 40 tys. zł



Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

W tym roku Polacy stawiają przede wszystkim na mniejsze prace – malowanie ścian, nowe dodatki czy rośliny kosztują stosunkowo niewiele, a wciąż mogą przynosić dobre efekty. Największa grupa ankietowanych (36 proc.) chce wydać na ten cel do 5 tys. zł. Kolejne 27 proc. wskazuje na

koszty od 5 do 10 tys. zł. Większe wydatki planuje 26 proc. badanych, z czego 12 proc. chce zmieścić się w kwocie 10-20 tys. zł, 8 proc. – w przedziale od 20 do 40 tys. zł. Jedynie 5 proc. szacuje jeszcze wyższe nakłady.



Jeśli planuje lub rozważa Pan/Pani remont – jaki budżet najbardziej pasuje do Pana/Pani planów?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	
	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym	
Do 5 tys. zł	41%	30%
5-10 tys. zł	25%	28%
10-20 tys. zł	7%	17%
20-40 tys. zł	7%	10%
Powyżej 40 tys. zł	3%	8%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Budżety powyżej 10 tys. zł zakładają głównie respondenci, którzy utrzymują dzieci – 35 proc. z nich przeznaczy takie kwoty. Może to być związane z faktem, że najmłodszy członkowie rodzin szybko dorastają, więc ich pokoje wymagają częstszych zmian. Nowe łóżko, większa szafa czy dostosowanie pokoju do nauki potrafią wygenerować koszty rzędu nawet kilkunastu tysięcy złotych. Inaczej

wyglądają proporcje w domach, gdzie mieszkają wyłącznie dorośli. Tam kwoty powyżej 10 tysięcy zł planuje zaledwie 17 proc. osób. Ta grupa najchętniej chciałaby wydać mniej niż 5 tys. zł (41 proc.) lub od 5 do 10 tys. zł (25 proc.). Z kolei rodzice nieco rzadziej celują w te najniższe kwoty – budżet do 5 tys. zł zakłada 30 proc. z nich, a przedział od 5 do 10 tys. zł wybiera 28 proc.

Jeśli planuje lub rozważa Pan/Pani remont – jaki budżet najbardziej pasuje do Pana/Pani planów?	 18-29  30-39  40-49  50-59  60+				
Do 5 tys. zł	22%	42%	39%	28%	41%
5-10 tys. zł	36%	12%	26%	34%	30%
10-20 tys. zł	9%	14%	14%	9%	12%
20-40 tys. zł	10%	8%	6%	10%	8%
Powyżej 40 tys. zł	10%	8%	5%	7%	0%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wiek wpływa na wielkość budżetu na remonty. Najmłodsza grupa (18-29 lat) chce przeznaczyć na ten cel największe środki. Aż 36 proc. osób z tej kategorii celuje w przedział od 5 do 10 tys. złotych. To również najmłodszy najchętniej zgłaszają chęć wydania kwoty powyżej 20 tys. Może to mieć związek z wynajmem lub zakupem i wykończaniem pierwszego mieszkania. Inaczej do sprawy podchodzą osoby w wieku od 30 do 49 lat. Konsumenci z tych dwóch grup stawiają głównie na drobne oraz tanie odświeżenie wnętrza. Aż 42 proc. trzydziestolatków i 39 proc. czterdziestolatków

zamierza zamknąć koszty w kwocie do 5 tys. złotych. W grupie od 50 do 59 lat znów wraca popularność średnich wydatków. Najczęstszy wybór dla tego przedziału wiekowego to kwota od 5 do 10 tys. złotych. Na taki budżet wskazuje 34 proc. Z kolei najstarsi konsumenci (powyżej 60 lat) wracają do ostrożności finansowej. Aż 41% seniorów chce wydać na remont maksymalnie 5 tys. złotych, a kolejne 30% z nich mieści się w przedziale do 10 tys. W tej grupie wiekowej nikt nie zamierza przekroczyć bariery 40 tys. złotych.

Tak najczęściej finansuje Pan/Pani remonty i większe prace domowe?



Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” i „Inne”.

Na remonty Polacy chcą przeznaczyć przede wszystkim oszczędności. Jedna trzecia sięgnie po środki z ogólnie zgromadzonej puli, zaś 26 proc. po finanse, które odkładało w tym konkretnym celu. Przeszło co czwarty badany

(28 proc.) sfinansuje prace z regularnych dochodów. Ankietowani w mniejszym stopniu wskazują na pożyczki – po 2 proc. z nich wykorzysta kredyt gotówkowy lub kartę kredytową albo poprosi o pomoc bliskich.

Jak najczęściej finansuje Pan/Pani remonty i większe prace domowe?	 Kobieta  Mężczyzna	
Z bieżących dochodów	28%	28%
Z oszczędności (ogólnych)	37%	29%
Z oszczędności odkładanych celowo na remont	19%	34%
Kredytem gotówkowym	3%	1%
Kartą kredytową	1%	2%
Płatnościami odroczonymi	1%	1%
Kredytem ratalnym (np. raty w sklepie przy zakupie)	2%	0%
Pożyczam środki od rodziny/znajomych	3%	1%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” i „Inne”.

Wykorzystanie poduszki finansowej w większym stopniu deklarują mężczyźni – łącznie 63 proc. przeznaczy wcześniej zebrane środki, w porównaniu do 57 proc.

kobiet. Panie z kolei nieco częściej decydują się na kredyt gotówkowy oraz pożyczki od znajomych (3 proc. vs 1 proc.).

Jak najczęściej finansuje Pan/Pani remonty i większe prace domowe?

18-29

30-39

40-49

50-59

60+

Z bieżących dochodów	25%	19%	31%	42%	26%
Z oszczędności (ogólnych)	22%	31%	37%	29%	41%
Z oszczędności odkładanych celowo na remont	37%	34%	19%	17%	28%
Kredytem gotówkowym	4%	2%	4%	1%	1%
Kartą kredytową	6%	0%	2%	1%	1%
Płatnościami odroczonymi	0%	1%	0%	3%	0%
Kredytem ratalnym (np. raty w sklepie przy zakupie)	0%	0%	0%	2%	2%
Pożyczam środki od rodziny/znajomych	1%	5%	2%	2%	0%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” i „Inne”.

Pensja najczęściej stanowi źródło finansowania w grupie pięćdziesięciolatków – 42 proc. z nich deklaruje, że to właśnie regularne dochody pozwolą im zrealizować remont. Może to wynikać z ich stabilnej sytuacji zawodowej. Na oszczędności stawiają z kolei przede wszystkim seniorzy (69 proc.). O ile kredyt gotówkowy przeważa

w grupie czterdziestolatków oraz osób w wieku 18-29 lat (po 4 proc.), to w tej najmłodszej grupie dodatkowo obserwujemy najsilniejszą chęć wykorzystania karty kredytowej. W ten sposób swoje plany chce sfinansować 6 proc. młodych dorosłych.

Tak najczęściej finansuje Pan/Pani remonty i większe prace domowe?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

Dobrze

Ani dobrze, ani źle

Źle

Z bieżących dochodów	32%	20%	39%
Z oszczędności (ogólnych)	34%	36%	24%
Z oszczędności odkładanych celowo na remont	31%	28%	7%
Kredytem gotówkowym	1%	5%	0%
Kartą kredytową	0%	2%	5%
Płatnościami odroczonymi	0%	1%	1%
Kredytem ratalnym (np. raty w sklepie przy zakupie)	0%	2%	0%
Pożyczam środki od rodziny/znajomych	1%	2%	7%

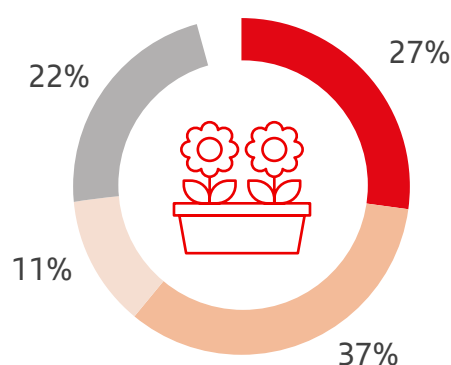
Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” i „Inne”.

Sposób finansowania remontów i większych prac domowych wyraźnie różni się w zależności od oceny własnej sytuacji finansowej. Osoby, które uważają ją za dobrą, najczęściej korzystają z oszczędności ogólnych (34 proc.), bieżących dochodów (32 proc.) oraz środków odkładanych celowo na remont (31 proc.), co wskazuje na większą przewidywalność i lepsze przygotowanie do takich wydatków. Z kolei w grupie respondentów,

którzy swoją sytuację finansową oceniają źle, wyraźnie rośnie znaczenie finansowania remontów z bieżących dochodów (39 proc.), a rzadziej pojawiają się oszczędności odkładane z myślą o remoncie (7 proc.). W trudniejszej sytuacji finansowej częściej widoczne są też rozwiązania, takie jak pożyczki od rodziny lub znajomych (7 proc.) oraz korzystanie z karty kredytowej (5 proc.).

Czy w sezonie wiosenno-letnim kupuje Pan/Pani rzeczy do ogrodu, na balkon, do domu (meble, rośliny, dekoracje)?

- Tak, regularnie (co sezon)
- Tak, sporadycznie – tylko jeśli czegoś potrzebuję
- Tak, tylko przy dużych promocjach/wyprzedażach
- Nie, raczej tego nie robię



Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Są też osoby, które choć chcą odświeżyć swoje cztery ściany, nie planują większych prac, a jedynie zakup nowych akcesoriów i dodatków takich jak np. meble, dekoracje czy rośliny do ogrodu lub na balkon. Regularnie, w każdym sezonie, takie działania podejmuje 27 proc. Polaków. Na

sporadyczne zakupy, w razie potrzeby, wskazuje 37 proc. osób. Przeszło co dziesiąty ankietowany (11 proc.) decyduje się na takie artykuły tylko podczas dużych promocji, z kolei 22 proc. rezygnuje z podobnych wydatków.

Czy w sezonie wiosenno-letnim kupuje Pan/Pani rzeczy do ogrodu, na balkon, do domu (meble, rośliny, dekoracje)?	 Kobieta  Mężczyzna	
Tak, regularnie (co sezon)	29%	25%
Tak, sporadycznie – tylko jeśli czegoś potrzebuję	36%	37%
Tak, tylko przy dużych promocjach/wyprzedażach	12%	9%
Nie, raczej tego nie robię	20%	24%
Nie wiem/Trudno powiedzieć	3%	5%

Kobiety częściej niż mężczyźni każdego roku nabywają nowe akcesoria – robi tak 29 proc. z nich (wobec 25 proc.

mężczyzn). Panie chętniej sięgają również po wyprzedaże (12 proc. vs 9 proc. wśród panów).

Czy w sezonie wiosenno-letnim kupuje Pan/Pani *rzeczy do ogrodu, na balkon, do domu (meble, rośliny, dekoracje)?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys. +
 Tak, regularnie (co sezon)	27%	34%	27%	18%
 Tak, sporadycznie – tylko jeśli czegoś potrzebuję	36%	37%	29%	44%
 Tak, tylko przy dużych promocjach/wyprzedażach	13%	11%	7%	9%
 Nie, raczej tego nie robię	17%	18%	33%	26%
 Nie wiem/Trudno powiedzieć	7%	1%	3%	3%

Na regularne lub sporadyczne zakupy nowych dodatków najczęściej decydują się mieszkańcy małych miast – łącznie

71 proc. W średnich miejscowościach ten odsetek spada do 56 proc.



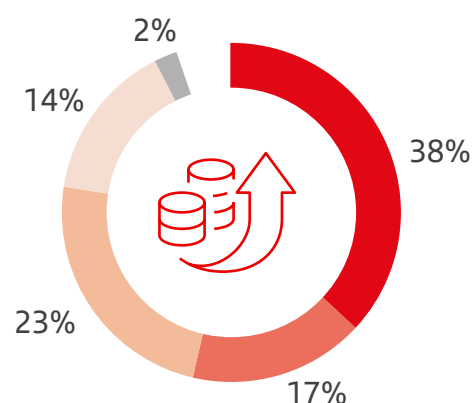
Uroczystości rodzinne 2026 pod lupą



Wiosna i lato to w polskich domach czas intensywnego planowania budżetów. Obok wydatków na wypoczynek czy odświeżenie domu, kluczową rolę odgrywają także rodzinne uroczystości. Aktualna rzeczywistość gospodarcza wpłynęła na wysokość wręczanych prezentów gotówkowych. Dodatkowo, w wielu przypadkach inflacja wymusiła także bardziej pragmatyczne podejście do celebrowania wspólnych chwil. To sprawia, że sezon wesel, chrztów czy komunii może stanowić poważne wyzwanie finansowe i logistyczne.

Czy w ostatnim roku zwiększył(a) Pan/i kwoty *przeznaczane na prezenty gotówkowe*? Proszę wskazać odpowiedź, która najlepiej opisuje Pana/Pani sytuację.

- ☒ Tak, bo chcę „wyrównać” wzrost cen („talerzyk” jest droższy)
- ☐ Tak, ponieważ moja sytuacja się poprawiła i stać mnie na więcej
- ☐ Nie, bo moje zarobki nie wzrosły, więc prezenty też nie
- ☐ Nie, bo liczy się obecność/gest, a nie kwota
- ☐ Zamiast gotówki zacząłem/ęłam kupować prezenty rzeczowe, żeby uniknąć dylematu kwoty



Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

łącznie aż 55 proc. badanych deklaruje, że podniosło kwoty „do koperty”, z czego 38 proc. zdecydowało się na taki krok, aby wyrównać wzrost cen i wyższy koszt tzw. „talerzyka”. Kolejne 17 proc. zrobiło to, ponieważ może sobie pozwolić na hojniejszy upominek dzięki poprawie własnej sytuacji finansowej. Respondenci, którzy nie

zdecydowali się na takie kroki, najczęściej powołują się na fakt, że ich zarobki nie wzrosły (23 proc.). 14 proc. uważa natomiast, że od samej wartości prezentu ważniejsza jest obecność i gest. Jedynie 2 proc. badanych, zamiast gotówki, zaczęło wręczać prezenty rzeczowe, aby uniknąć tego typu dylematów.

Czy w ostatnim roku zwiększył(a) Pan/i kwoty przeznaczone na prezenty gotówkowe? Proszę wskazać odpowiedź, która najlepiej opisuje Pana/Pani sytuację.	Kobieta	
		
Tak, bo chcę „wyrównać” wzrost cen („talerzyk” jest droższy)	36%	40%
Tak, ponieważ moja sytuacja się poprawiła i stać mnie na więcej	14%	21%
Nie, bo moje zarobki nie wzrosły, więc prezenty też nie	25%	19%
Nie, bo liczy się obecność/gest, a nie kwota	16%	12%
Zamiast gotówki zacząłem/ęłam kupować prezenty rzeczowe, żeby uniknąć dylematu kwoty	2%	1%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Mężczyźni częściej niż kobiety decydują się na wyższe kwoty prezentów ze względu na poprawę własnej sytuacji materialnej (21 proc. vs 14 proc.), a także chęć wyrównania aktualnej ceny za „talerzyk” (40 proc. vs 36 proc.). Z kolei respondenci w większym stopniu pozostają przy

dotychczasowych stawkach ze względu na brak podwyżek własnego wynagrodzenia (25 wobec 19 proc.), a także opinię, że to nie prezent się liczy, a sama obecność (16 proc. w porównaniu do 12 proc.).

Czy w ostatnich 24 miesiącach zrealizował(a) Pan/Pani ważne marzenie (np. podróż, kurs, wyjątkowe doświadczenie)?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Tak, bo chcę „wyrównać” wzrost cen („talerzyk” jest droższy)	48%	47%	34%	30%	34%
Tak, ponieważ moja sytuacja się poprawiła i stać mnie na więcej	18%	13%	18%	28%	12%
Nie, bo moje zarobki nie wzrosły, więc prezenty też nie	15%	23%	19%	19%	31%
Nie, bo liczy się obecność/gest, a nie kwota	13%	9%	18%	15%	15%
Zamiast gotówki zacząłem/ęłam kupować prezenty rzeczowe, żeby uniknąć dylematu kwoty	2%	0%	1%	2%	2%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Dwudziesto- oraz trzydziestolatkowie najczęściej ze wszystkich deklarują zwiększenie wysokości prezentów gotówkowych ze względu na podwyżki kosztów organizacji (odpowiednio 48 proc. i 47 proc.). Z kolei

pięćdziesięciolatkowie, częściej niż pozostali, robią to ze względu na poprawę swojej sytuacji materialnej. W opozycji do nich są seniorzy, z których 31 proc. nie podniosło tych kwot, ponieważ ich dochody również nie uległy zmianie.

Czy w ostatnim roku zwiększył(a) Pan/i kwoty *przeznaczane na prezenty gotówkowe*? Proszę wskazać odpowiedź, która najlepiej opisuje Pana/Pani sytuację.

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Tak, bo chcę „wyrównać” wzrost cen („talerzyk” jest droższy)	38%	44%	36%	29%
 Tak, ponieważ moja sytuacja się poprawiła i stać mnie na więcej	12%	21%	10%	31%
 Nie, bo moje zarobki nie wzrosły, więc prezenty też nie	25%	22%	31%	11%
 Nie, bo liczy się obecność/gest, a nie kwota	16%	10%	15%	15%
 Zamiast gotówki zacząłem/ęłam kupować prezenty rzeczowe, żeby uniknąć dylematu kwoty	2%	2%	0%	1%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Mieszkańcy małych miast, do 50 tys. ludności, najliczniej ze wszystkich (44 proc.) podnieśli sumy prezentów gotówkowych ze względu na wzrost cen. W aglomeracjach ankietowani zdecydowanie częściej niż pozostali zrobili to z powodu poprawy własnej sytuacji (31 wobec 10-21 proc.

w pozostałych obszarach). Jednocześnie osoby te ponad dwukrotnie rzadziej wskazywały, że nie zwiększyły kwoty prezentów, ze względu na brak takiej poprawy (11 proc. wobec 22-31 proc.).

Czy w ostatnim roku zwiększył(a) Pan/i kwoty *przeznaczane na prezenty gotówkowe*? Proszę wskazać odpowiedź, która najlepiej opisuje Pana/Pani sytuację.

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Tak, bo chcę „wyrównać” wzrost cen („talerzyk” jest droższy)	47%	37%	1%
Tak, ponieważ moja sytuacja się poprawiła i stać mnie na więcej	23%	10%	14%
Nie, bo moje zarobki nie wzrosły, więc prezenty też nie	12%	26%	58%
Nie, bo liczy się obecność/gest, a nie kwota	13%	18%	10%
Zamiast gotówki zacząłem/ęłam kupować prezenty rzeczowe, żeby uniknąć dylematu kwoty	2%	1%	0%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Związek między stanem portfela a hojnością jest bardzo wyraźny. Osoby w dobrej sytuacji znacznie częściej zwiększały kwoty, aby wyrównać wzrost ceny za

„talerzyk” – 47 proc. w porównaniu do 37 proc. osób w subiektywnie średniej i 1 proc. w złej kondycji finansowej.

Czym przede wszystkim kieruje się Pan/Pani, *decydując o kwocie wkładanej do koperty na wesele lub komunię?*



Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pomięto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Decyzja o zawartości koperty nie jest przypadkowa. Przy ustalaniu wysokości prezentu gotówkowego, Polacy najczęściej kierują się stopniem pokrewieństwa – im bliższa rodzina, tym wyższa kwota (47 proc.). Kluczowe są również bieżące możliwości finansowe, na które wskazuje 39 proc. ankietowanych. Popularna pozostaje także zasada „talerzyka”, czyli próba oszacowania i pokrycia kosztów, którą stosuje 30 proc. respondentów.

Z kolei co piąty Polak (20 proc.) przed uroczystością podpytuje rodzinę lub znajomych o ich plany, żeby dostosować swój podarunek. Znacznie mniejszy odsetek reprezentują osoby, które sugerują się informacjami z mediów i Internetu (7 proc.), mają ustaloną własną kwotę, którą zawsze wręczają (5 proc.) lub decydują się na prezent zamiast koperty (1 proc.).

Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem: Gdy widzę, że znajomi lub osoby w social mediach przeżywają coś ciekawego, mam poczucie, że też chcę lub powinienem/powinnam tego doświadczyć?

	 Kobieta	 Mężczyzna
Zasadą „talerzyka” – staram się oszacować koszt goszczenia mnie i go pokryć	34%	24%
Stopniem pokrewieństwa – im bliższa rodzina, tym wyższa kwota	46%	47%
Swoimi bieżącymi możliwościami – daję tyle, na ile mnie stać w danym miesiącu	34%	45%
Porównaniem do innych – podpytuję rodzinę lub znajomych, ile dają, i daję tyle samo	20%	21%
Informacjami z mediów/Internetu – sprawdzam, jakie są sugerowane kwoty	8%	6%
Mam ustaloną kwotę, którą daję zawsze	5%	3%
Nie daję pieniędzy lub decyduję się na prezent zamiast koperty	1%	0%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pomięto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Dla mężczyzn wyraźnie ważniejszym czynnikiem niż dla kobiet są bieżące możliwości finansowe – wskazało na nie 45 proc. panów i jedynie 34 proc. pań. Sytuacja odwraca się

w przypadku zasady „talerzyka”, którą preferuje 34 proc. respondentek w porównaniu do 24 proc. respondentów.

Czym przede wszystkim kieruje się Pan/Pani, decydując o kwocie wkładanej do koperty na wesele lub komunię?	 18-29  30-39  40-49  50-59  60+				
Zasadą „talerzyka” – staram się oszacować koszt goszczenia mnie i go pokryć	30%	46%	34%	28%	17%
Stopniem pokrewieństwa – im bliższa rodzina, tym wyższa kwota	47%	28%	38%	62%	57%
Swoimi bieżącymi możliwościami – daję tyle, na ile mnie stać w danym miesiącu	45%	32%	43%	21%	47%
Porównaniem do innych – podpytuję rodzinę lub znajomych, ile dają, i daję tyle samo	13%	20%	15%	31%	23%
Informacjami z mediów/Internetu – sprawdzam, jakie są sugerowane kwoty	14%	14%	3%	10%	0%
Mam ustaloną kwotę, którą daję zawsze	2%	5%	6%	6%	4%
Nie daję pieniędzy lub decyduję się na prezent zamiast koperty	3%	0%	1%	0%	0%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Na decyzję o wysokości sumy w kopercie wpływ ma także wiek badanych. Spore różnice pokoleniowe można zauważyć np. w przypadku zasady „talerzyka”, która pozostaje wyraźnym priorytetem dla trzydziestolatków – wskazało na nią aż 46 proc. tej grupy w porównaniu do jedynie 17 proc. seniorów. Rodzinne koneksje są z kolei

najważniejszym aspektem zarówno dla najmłodszych ankietowanych, jak i ich rodziców czy dziadków (grup 50-59 lat i powyżej 60 lat). Wskazało na nie 47 proc. grupy 18-29 lat oraz 62 proc. pięćdziesięciolatków i 57 proc. osób po 60 roku życia.



Czym przede wszystkim kieruje się Pan/Pani, *decydując o kwocie wkładanej do koperty na wesele lub komunię?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys. +
 Zasadą „talerzyka” – staram się oszacować koszt goszczenia mnie i go pokryć	34%	31%	27%	21%
 Stopniem pokrewieństwa – im bliższa rodzina, tym wyższa kwota	45%	50%	35%	58%
 Swoimi bieżącymi możliwościami – daję tyle, na ile mnie stać w danym miesiącu	38%	34%	38%	46%
 Porównaniem do innych – podpytuję rodzinę lub znajomych, ile dają, i daję tyle samo	16%	30%	20%	18%
 Informacjami z mediów/Internetu – sprawdzam, jakie są sugerowane kwoty	8%	9%	5%	6%
 Mam ustaloną kwotę, którą daję zawsze	3%	5%	5%	7%
 Nie daję pieniędzy lub decyduję się na prezent zamiast koperty	1%	1%	0%	1%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Na wsiach, częściej niż w pozostałych obszarach, zwraca się uwagę na szacunkowy koszt goszczenia – zasadę „talerzyka” wskazuje tam 34 proc. badanych. Małe miasta wyróżniają się częstotliwością porównywania się do innych

gości – 30 proc. vs 16-20 proc. w pozostałych grupach. Z kolei mieszkańcy metropolii, liczniej niż pozostali, kierują się więzami rodzinnymi (58 proc.) oraz bieżącymi możliwościami finansowymi (46 proc.).



Czym przede wszystkim kieruje się Pan/Pani, *decydując o kwocie wkładanej do koperty na wesele lub komunię?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Zasadą „talerzyka” – staram się oszacować koszt goszczenia mnie i go pokryć	32%	31%	17%
Stopniem pokrewieństwa – im bliższa rodzina, tym wyższa kwota	52%	44%	29%
Swoimi bieżącymi możliwościami – daję tyle, na ile mnie stać w danym miesiącu	32%	39%	65%
Porównaniem do innych – podpytuję rodzinę lub znajomych, ile dają, i daję tyle samo	25%	15%	15%
Informacjami z mediów/Internetu – sprawdzam, jakie są sugerowane kwoty	5%	12%	2%
Mam ustaloną kwotę, którą daję zawsze	5%	4%	3%
Nie daję pieniędzy lub decyduję się na prezent zamiast koperty	0%	0%	3%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Osoby w subiektywnie dobrej oraz średniej sytuacji finansowej stawiają przede wszystkim na pokrewieństwo (kolejno 52 proc. i 44 proc.). Ci, którzy oceniają swoje

finanse źle, kierują się przede wszystkim bieżącymi możliwościami (65 proc.).

Czym przede wszystkim kieruje się Pan/Pani, decydując o kwocie wkładanej do koperty na wesele lub komunię?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Zasadą „talerzyka” – staram się oszacować koszt goszczenia mnie i go pokryć	19%	41%
Stopniem pokrewieństwa – im bliższa rodzina, tym wyższa kwota	51%	42%
Swoimi bieżącymi możliwościami – daję tyle, na ile mnie stać w danym miesiącu	47%	30%
Porównaniem do innych – podpytuję rodzinę lub znajomych, ile dają, i daję tyle samo	23%	18%
Informacjami z mediów/Internetu – sprawdzam, jakie są sugerowane kwoty	5%	9%
Mam ustaloną kwotę, którą daję zawsze	4%	5%
Nie daję pieniędzy lub decyduję się na prezent zamiast koperty	1%	1%

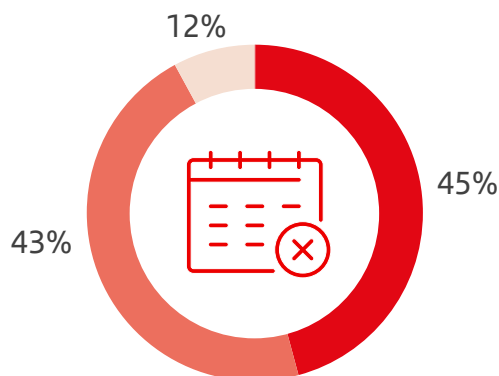
Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Obecność dzieci w domu sprawia, że ankietowani ponad dwukrotnie częściej przy doborze wysokości sumy kierują się wysokością kosztów organizacji wydarzenia (aż 41 w porównaniu do 19 proc.). Z kolei w grupa, która nie

ma dzieci na utrzymaniu, liczniej stawia na pokrewieństwo (51 proc. vs 42 proc.), bieżące możliwości finansowe (47 proc. vs 30 proc.) oraz dostosowanie kwoty do pozostałych gości (23 proc. vs 18 proc.).

Gdy przygotowuje się Pan/i do wzięcia udziału w uroczystości, czy to sprawia, że zazwyczaj *rezygnuje Pan/Pani z innych wydatków lub odkłada je w czasie?*

- Tak
- Nie
- Nie wiem/ Trudno powiedzieć



Udział w rodzinnych uroczystościach to istotne obciążenie dla domowego budżetu. Aż 45 proc. Polaków przyznaje, że przygotowania do takich wydarzeń zmuszają ich do rezygnacji

z innych wydatków lub odłożenia ich w czasie. 12 proc. nie potrafi wskazać w tej kwestii jednoznacznej odpowiedzi.

Gdy przygotowuje się Pan/i do wzięcia udziału w uroczystości, czy to sprawia, że zazwyczaj rezygnuje Pan/Pani z innych wydatków lub odkłada je w czasie?	 Kobieta  Mężczyzna	
Tak	48%	40%
Nie	39%	48%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	13%	12%

Kobiety częściej niż mężczyźni odczuwają konieczność zaciskania pasa przed rodzinnymi imprezami (48 proc. vs 40 proc.). Z kolei panowie częściej deklarują, że takie

wydatki nie wpływają na ich pozostałe plany (48 proc. wobec 39 proc.).

Gdy przygotowuje się Pan/i do wzięcia udziału w uroczystości, czy to sprawia, że zazwyczaj rezygnuje Pan/Pani z innych wydatków lub odkłada je w czasie?	 18-29  30-39  40-49  50-59  60+				
Tak	58%	48%	48%	40%	36%
Nie	30%	33%	45%	36%	60%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	12%	19%	7%	25%	4%

Potrzeba rezygnacji z innych wydatków jest najbardziej widoczna wśród najmłodszych dorosłych (58 proc.). Z kolei seniorzy to grupa, która najrzadziej musi zmieniać swoje

plany – aż 60 proc. z nich nie odkłada innych zakupów ze względu na uroczystości rodzinne.

Gdy przygotowuje się Pan/i do wzięcia udziału w uroczystości, czy to sprawia, że zazwyczaj *rezygnuje Pan/Pani z innych wydatków lub odkłada je w czasie?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Tak	52%	51%	36%	30%
 Nie	35%	40%	54%	54%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	13%	9%	10%	16%

Mieszkańcy wsi (52 proc.) oraz małych miast (51 proc.) najczęściej przyznają, że rodzinne okazje zmuszają ich do rezygnacji z innych planów. W średnich i dużych miastach

sytuacja wygląda stabilniej – ponad połowa ankietowanych (po 54 proc.) nie musi korygować swojego budżetu z powodu rodzinnych uroczystości.

Gdy przygotowuje się Pan/i do wzięcia udziału w uroczystości, czy to sprawia, że zazwyczaj *rezygnuje Pan/Pani z innych wydatków lub odkłada je w czasie?*

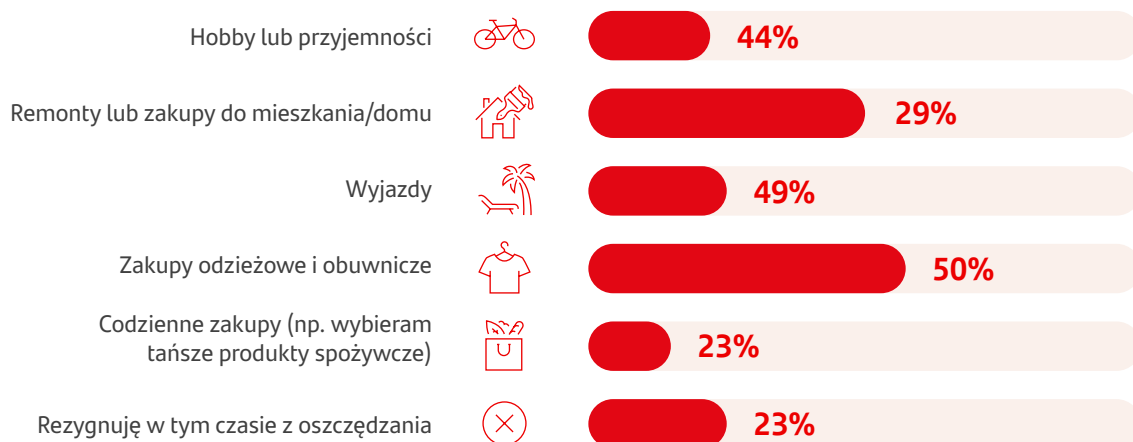
Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Tak	36%	58%	46%
Nie	59%	23%	35%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	6%	19%	18%

Konieczność rezygnacji z innych wydatków w związku z rodzinnymi imprezami najczęściej odczuwają osoby w średniej sytuacji finansowej (58 proc.). W grupie osób

w dobrej kondycji materialnej aż 59 proc. deklaruje brak takich wyrzeczeń.

z których wydatków najczęściej wtedy Pan/Pani rezygnuje?



Odpowiadali tylko osoby, które odkładały inne wydatki z powodu kosztów udziału w uroczystościach rodzinnych. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Ograniczenia w sezonie rodzinnych imprez najczęściej dotyczą zakupów odzieżowych i obuwniczych (50 proc.) oraz wyjazdów (49 proc.). Ponad 44 proc. badanych zmniejsza w tym celu wydatki na hobby i przyjemności,

a 29 proc. przesuwa w czasie remonty. Niemal co czwarty respondent decyduje się w takich okresach na zawieszenie oszczędzania.

Z których wydatków najczęściej wtedy Pan/Pani rezygnuje?	 Kobieta	 Mężczyzna
Hobby lub przyjemności	48%	38%
Remonty lub zakupy do mieszkania/domu	38%	15%
Wyjazdy	53%	43%
Zakupy odzieżowe i obuwnicze	59%	35%
Codzienne zakupy (np. wybieram tańsze produkty spożywcze)	32%	7%
Rezygnuję w tym czasie z oszczędzania	19%	29%
Nie daję pieniędzy lub decyduję się na prezent zamiast koperty	1%	0%

Odpowiadali tylko osoby, które odkładały inne wydatki z powodu kosztów udziału w uroczystościach rodzinnych. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Kobiety znacznie częściej niż mężczyźni rezygnują ze wszystkich kategorii zakupowych. Mężczyźni z kolei

w większym stopniu niż panie decydują się na tymczasowe wstrzymanie oszczędzania (29 proc. vs 19 proc.).

Z których wydatków najczęściej wtedy Pan/Pani rezygnuje?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Hobby lub przyjemności	36%	59%	36%	48%	44%
Remonty lub zakupy do mieszkania/domu	30%	24%	26%	39%	30%
Wyjazdy	47%	49%	46%	47%	55%
Zakupy odzieżowe i obuwnicze	35%	52%	43%	49%	70%
Codzienne zakupy (np. wybieram tańsze produkty spożywcze)	13%	3%	33%	37%	27%
Rezygnuję w tym czasie z oszczędzania	22%	37%	25%	8%	18%

Odpowiadali tylko osoby, które odkładały inne wydatki z powodu kosztów udziału w uroczystościach rodzinnych.
 Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Trzydziestolatkowie liczniej niż pozostali rezygnują z zakupów związanych z hobby i przyjemnościami (59 proc.), a także rezygnują z oszczędzania (37 proc.). Pięćdziesięciolatków wyróżniają oszczędności na prezent kosztem remontów (39 proc.) oraz codziennych zakupów

(37 proc.). Z kolei seniorzy najczęściej przeorganizowują plany związane z wyjazdami (55 proc.) i przede wszystkim odkładają zakupy odzieżowe i obuwnicze (aż 70 proc. wskazań).

z których wydatków najczęściej wtedy Pan/Pani rezygnuje?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Hobby lub przyjemności	45%	42%	43%	47%
 Remonty lub zakupy do mieszkania/domu	21%	36%	29%	45%
 Wyjazdy	45%	59%	54%	34%
 Zakupy odzieżowe i obuwnicze	56%	38%	48%	59%
 Codzienne zakupy (np. wybieram tańsze produkty spożywcze)	19%	21%	40%	18%
 Rezygnuję w tym czasie z oszczędzania	30%	21%	7%	21%

Odpowiadali tylko osoby, które odkładały inne wydatki z powodu kosztów udziału w uroczystościach rodzinnych.
 Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Mieszkańcy wsi i dużych miast najczęściej rezygnują z zakupów odzieżowych i obuwniczych (odpowiednio 56 i 59 proc.). Z kolei osoby z małych i średnich miast

najliczniej wskazują na odłożenie planów wyjazdowych (kolejno 59 i 54 proc.).

z których wydatków najczęściej wtedy Pan/Pani rezygnuje?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Hobby lub przyjemności	37%	49%	48%
Remonty lub zakupy do mieszkania/domu	28%	26%	45%
Wyjazdy	41%	51%	68%
Zakupy odzieżowe i obuwnicze	43%	48%	83%
Codzienne zakupy (np. wybieram tańsze produkty spożywcze)	20%	21%	38%
Rezygnuję w tym czasie z oszczędzania	17%	32%	8%

Odpowiadali tylko osoby, które odkładały inne wydatki z powodu kosztów udziału w uroczystościach rodzinnych. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Osoby w złej sytuacji materialnej w związku z uroczystościami rodzinnymi najczęściej odkładają w czasie zakupy odzieżowe i obuwnicze (aż 83 proc.). Co ciekawe, ci w dobrej, również najliczniej wskazują na ten obszar

(43 proc.), jednak wynik ten jest u nich niemal dwukrotnie mniejszy. Grupa w subiektywnie średnich okolicznościach materialnych najczęściej przekłada z kolei plany wyjazdowe (51 proc.).

Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem: Zdarza mi się sięgnąć po droższy sprzęt, kurs lub wyjazd związany z hobby/pasją, jeśli widzę, że inni wybierają właśnie taką opcję?

	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Hobby lub przyjemności	40%	48%
Remonty lub zakupy do mieszkania/domu	35%	23%
Wyjazdy	53%	45%
Zakupy odzieżowe i obuwnicze	50%	51%
Codzienne zakupy (np. wybieram tańsze produkty spożywcze)	22%	23%
Rezygnuję w tym czasie z oszczędzania	22%	23%

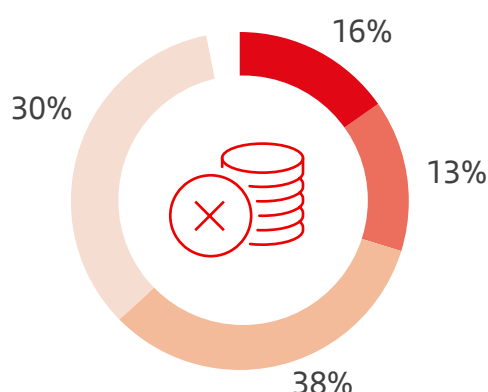
Odpowiadali tylko osoby, które odkładały inne wydatki z powodu kosztów udziału w uroczystościach rodzinnych. Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Rodziny bez dzieci na utrzymaniu częściej rezygnują z wyjazdów (53 proc. vs 45 proc.) oraz remontów (35 proc. vs 23 proc.), zaś wśród badanych z niepełnoletnimi osobami w gospodarstwie domowym – z wydatków

na hobby i przyjemności (48 proc. vs 40 proc.). W obu grupach rezygnacja z pozostałych kategorii pozostaje na podobnym poziomie.

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się Panu/Pani **odmówić udziału w uroczystości rodzinnej głównie ze względu na koszty** (związane z np. prezentem, dojazdem lub strojem)?

- Tak, odmówiłem/am udziału z powodu kosztów
- Nie odmówiłem/am, ale poważnie to rozważałem z powodu kosztów
- Nie, koszty nie miały wpływu na moje decyzje
- Nie dotyczy (w ostatnich 12 miesiącach nie było takich uroczystości)



Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Niestety bariera finansowa bywa nieraz zbyt wysoka. Przeszło co szósty ankietowany (16 proc.) w ciągu ostatniego roku odmówił udziału w uroczystości rodzinnej właśnie ze względu na zbyt wysokie koszty związane z prezentem, dojazdem czy ubiorem. Kolejne 13 proc., choć ostatecznie pojawiło się na uroczystości, poważnie rozważało odmowę.

38 proc. ankietowanych, którzy skorzystali z zaproszenia podkreśliło, że przy podejmowaniu decyzji nie kalkulowali kosztów. 30 proc. Polaków w poprzednich 12 miesiącach nie miało natomiast w gronie swoich najbliższych żadnych takich wydarzeń.

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się Panu/Pani odmówić udziału w uroczystości rodzinnej głównie ze względu na koszty (związane z np. prezentem, dojazdem lub strojem)?



Kobieta



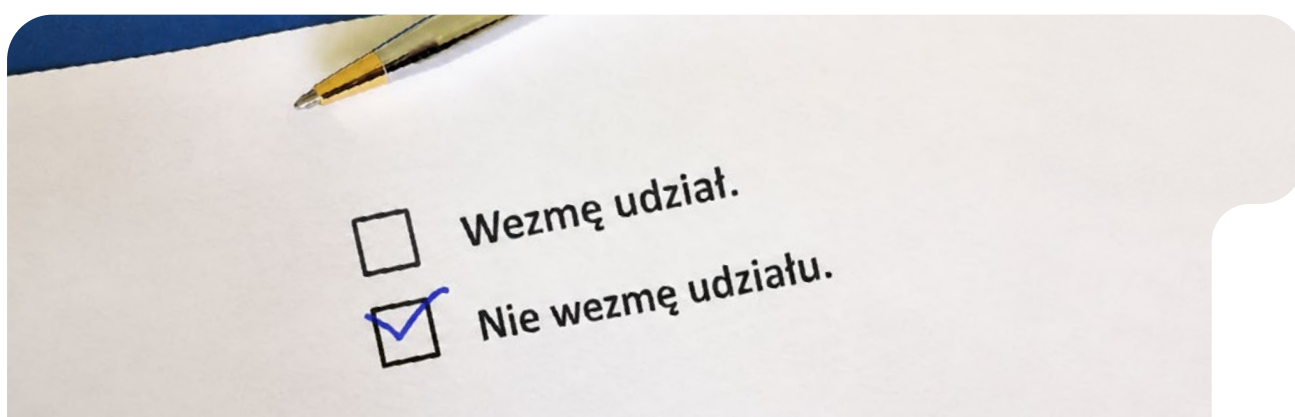
Mężczyzna

	Kobieta	Mężczyzna
Tak, odmówiłem/am udziału z powodu kosztów	15%	16%
Nie odmówiłem/am, ale poważnie to rozważałem z powodu kosztów	18%	7%
Nie, koszty nie miały wpływu na moje decyzje	38%	38%
Nie dotyczy (w ostatnich 12 miesiącach nie było takich uroczystości)	24%	36%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Mężczyznom nieznacznie częściej niż kobietom zdarzyło się odmówić udziału ze względu na finanse (16 proc. vs 15 proc.). W większym stopniu natomiast w ogóle nie

mieli tego typu uroczystości w ciągu ostatniego roku (36 proc. vs 24 proc.).



Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się Panu/Pani odmówić udziału w uroczystości rodzinnej głównie ze względu na koszty (związane z np. prezentem, dojazdem lub strojem)?



18-29



30-39



40-49



50-59



60+

Tak, odmówiłem/am udziału z powodu kosztów	17%	10%	19%	23%	12%
Nie odmówiłem/am, ale poważnie to rozważałem z powodu kosztów	12%	13%	10%	14%	13%
Nie, koszty nie miały wpływu na moje decyzje	45%	43%	39%	39%	32%
Nie dotyczy (w ostatnich 12 miesiącach nie było takich uroczystości)	21%	29%	25%	20%	42%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Problem odmowy z powodu braku funduszy najsilniej dotknął pięćdziesięciolatków – aż 23 proc. tej grupy zrezygnowało

w ciągu ostatnich 12 miesięcy z zaproszenia. Odsetek ten był najniższy u osób w wieku 30-39 lat (10 proc.).

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się Panu/Pani odmówić udziału w uroczystości rodzinnej głównie ze względu na koszty (związane z np. prezentem, dojazdem lub strojem)?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Tak, odmówiłem/am udziału z powodu kosztów	23%	13%	4%	13%
 Nie odmówiłem/am, ale poważnie to rozważałem z powodu kosztów	10%	15%	20%	8%
 Nie, koszty nie miały wpływu na moje decyzje	33%	43%	38%	42%
 Nie dotyczy (w ostatnich 12 miesiącach nie było takich uroczystości)	29%	28%	31%	33%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Odmowy najczęściej udzielali ankietowani z terenów wiejskich (23 proc.). W średnich miastach, od 50 do 250 tys. mieszkańców, odsetek ten był najniższy i wyniósł 4 proc., choć jednocześnie osoby z takich obszarów najliczniej

rozważały odmowę ze względu na koszty (20 proc. w porównaniu do 8-15 proc. w pozostałych grupach).

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się Panu/Pani *odmówić udziału w uroczystości rodzinnej głównie ze względu na koszty* (związane z np. prezentem, dojazdem lub strojem)?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Tak, odmówiłem/am udziału z powodu kosztów	12%	12%	37%
Nie odmówiłem/am, ale poważnie to rozważałem z powodu kosztów	9%	15%	18%
Nie, koszty nie miały wpływu na moje decyzje	49%	33%	14%
Nie dotyczy (w ostatnich 12 miesiącach nie było takich uroczystości)	28%	34%	25%

Odpowiedzi nie sumują się do 100, pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Istnieje także wyraźna zależność pomiędzy stanem portfela a odmowami – blisko dwie piąte osób w złej sytuacji finansowej (37 proc.) odmówiło udziału w uroczystościach rodzinnych z powodu kosztów. Jednocześnie w grupie tej jest najwięcej ankietowanych, którzy choć wzięli udział w świętowaniu, rozważali rezygnację (18 proc.). Wśród

ankietowanych z dobrym i średnim stanem portfela, odsetek odrzuconych zaproszeń z powodów finansowych jest taki sam – po 12 proc., jednak ci w przeciętnej sytuacji materialnej częściej rozważali taką opcję (15 proc. w porównaniu do 9 proc. wśród najbardziej zamożnych).



Jedziemy na wakacje



Polacy coraz częściej planują odpoczynek z wyprzedzeniem i szukają okazji jeszcze przed nadejściem kalendarzowego lata. Wiosna oraz wczesne lato to dla wielu osób idealny moment na regenerację sił, co potwierdzają deklaracje respondentów. Tegoroczne plany wyjazdowe pokazują, że polski portfel staje się bardziej mobilny, a badani stawiają na różnorodność – od krótkich wypadów miejskich po klasyczne, dłuższe urlopy.

Czy w tym roku planuje Pan/Pani *wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego* (wiosna, wczesne lato)?


24%

 Tak, krótkie wyjazdy
(city break, weekend)

12%

Tak, dłuższy urlop


14%

 Tak, planuję zarówno krótkie
wyjazdy, jak i dłuższy urlop

11%

 Nie – planuję wyjechać dopiero
w szczycie sezonu

10%

 Nie – planuję wyjazdy dopiero po
sezonie

18%

 Nie, w tym roku nie planuję
wyjazdów w ogóle

12%

Nie wiem/ Trudno powiedzieć

Z badania wynika, że połowa Polaków planuje wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu letniego. Największa grupa, bo 24 proc. ankietowanych, wybiera krótkie formy wypoczynku, takie jak city breaki lub weekendowe wypadki. Na dłuższy urlop w tym terminie decyduje się 12 proc.

osób, a 14 proc. zamierza połączyć obie te formy. Z kolei 11 proc. badanych woli poczekać na pełnię sezonu, a co dziesiąty planuje wypoczynek dopiero po wakacjach. Brak jakichkolwiek planów wyjazdowych w tym roku deklaruje 18 proc. respondentów, a 12 proc. nie podjęło jeszcze decyzji.

Czy w tym roku planuje Pan/Pani wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego (wiosna, wczesne lato)?	 Kobieta	 Mężczyzna
Tak, krótkie wyjazdy (city break, weekend)	24%	23%
Tak, dłuższy urlop	13%	10%
Tak, planuję zarówno krótkie wyjazdy, jak i dłuższy urlop	17%	11%
Nie – planuję wyjechać dopiero w szczycie sezonu	9%	14%
Nie – planuję wyjazdy dopiero po sezonie	9%	11%
Nie, w tym roku nie planuję wyjazdów w ogóle	19%	17%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	10%	14%

Kobiety wykazują nieco większą intensywność w planowaniu wypoczynku przed sezonem – 17 proc. z nich chce połączyć krótkie i długie wyjazdy, podczas gdy

wśród mężczyzn ten odsetek wynosi 11 proc. Panowie częściej natomiast deklarują, że na urlop udadzą się dopiero w szczycie sezonu (14 proc. wobec 9 proc. pań).

Czy w tym roku planuje Pan/Pani wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego (wiosna, wczesne lato)?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Tak, krótkie wyjazdy (city break, weekend)	39%	22%	26%	17%	20%
Tak, dłuższy urlop	13%	9%	13%	14%	10%
Tak, planuję zarówno krótkie wyjazdy, jak i dłuższy urlop	14%	11%	12%	14%	17%
Nie – planuję wyjechać dopiero w szczycie sezonu	5%	17%	14%	12%	9%
Nie – planuję wyjazdy dopiero po sezonie	8%	15%	4%	12%	11%
Nie, w tym roku nie planuję wyjazdów w ogóle	12%	9%	14%	18%	28%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	9%	18%	17%	14%	5%

Najmłodszy dorośli (18-29 lat) to zdecydowani entuzjaści krótkich wyjazdów – aż 39 proc. z nich planuje city breaki przed wakacjami. Wraz z wiekiem zmniejsza się popularność podróży. W grupie osób powyżej 60 roku

życia aż 28 proc. respondentów nie planuje w tym roku żadnych wyjazdów, co stanowi najwyższy wynik spośród wszystkich kategorii wiekowych.

Czy w tym roku planuje Pan/Pani *wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego* (wiosna, wczesne lato)?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Tak, krótkie wyjazdy (city break, weekend)	16%	32%	27%	26%
 Tak, dłuższy urlop	9%	10%	16%	14%
 Tak, planuję zarówno krótkie wyjazdy, jak i dłuższy urlop	14%	15%	11%	16%
 Nie – planuję wyjechać dopiero w szczycie sezonu	10%	15%	12%	9%
 Nie – planuję wyjazdy dopiero po sezonie	11%	10%	9%	9%
 Nie, w tym roku nie planuję wyjazdów w ogóle	21%	12%	20%	18%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	19%	6%	6%	8%

Ankietowani z małych miast do 50 tys. mieszkańców najchętniej wybierają krótkie, przedsezonowe formy wypoczynku (32 proc.). Z kolei osoby, które zamieszkują tereny wiejskie, najczęściej rezygnują z wakacyjnych

planów – aż 21 proc. z nich nie zamierza nigdzie wyjeżdżać, a blisko co piąty (19 proc.) nie potrafi jeszcze sprecyzować swoich zamiarów.

Czy w tym roku planuje Pan/Pani *wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego* (wiosna, wczesne lato)?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Tak, krótkie wyjazdy (city break, weekend)	32%	19%	9%
Tak, dłuższy urlop	12%	13%	6%
Tak, planuję zarówno krótkie wyjazdy, jak i dłuższy urlop	15%	15%	9%
Nie – planuję wyjechać dopiero w szczycie sezonu	13%	10%	8%
Nie – planuję wyjazdy dopiero po sezonie	9%	10%	16%
Nie, w tym roku nie planuję wyjazdów w ogóle	13%	18%	35%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	6%	17%	18%

Subiektywna ocena finansów ma kluczowy wpływ na mobilność Polaków. Osoby w dobrej sytuacji materialnej najczęściej wybierają krótkie wyjazdy (32 proc.). W grupie, która ocenia swoją kondycję finansową jako złą, dominuje

brak planów podróźniczych – deklaruje to aż 35 proc. ankietowanych. Wśród tych ankietowanych najpopularniejsze są wyjazdy dopiero po sezonie (16 proc.).

Czy w tym roku planuje Pan/Pani wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego (wiosna, wczesne lato)?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	
	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym	
Tak, krótkie wyjazdy (city break, weekend)	22%	27%
Tak, dłuższy urlop	10%	14%
Tak, planuję zarówno krótkie wyjazdy, jak i dłuższy urlop	12%	17%
Nie – planuję wyjechać dopiero w szczycie sezonu	8%	17%
Nie – planuję wyjazdy dopiero po sezonie	11%	9%
Nie, w tym roku nie planuję wyjazdów w ogóle	25%	7%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	13%	9%

Respondenci z gospodarstw domowych z niepełnoletnimi osobami częściej planują aktywności przedsezonowe – 27 proc. wybiera city breaki, a 14 proc. dłuższy urlop.

W domach bez dzieci częściej pojawia się rezygnacja z wyjazdów – co czwarty badany (25 proc.) z tej grupy przyznaje, że w tym roku nie planuje urlopu.

Jeśli decyduje się Pan/i na wyjazd wypoczynkowy poza głównym sezonem, *to co najbardziej Pana/Panią do tego przekonuje?*



Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inny powód”

Głównym motywatorem do podróży poza sezonem są aspekty ekonomiczne – na niższe ceny wskazuje 42 proc. badanych. Istotny jest również komfort, który wynika z mniejszego tłoku (35 proc.). Kolejne argumenty to

łatwiejsza organizacja noclegów i atrakcji (18 proc.) oraz bardziej sprzyjająca pogoda (16 proc.). Lepsze oferty w biurach podróży przekonują 15 proc. ankietowanych.

Jeśli decyduje się Pan/i na wyjazd wypoczynkowy poza głównym sezonem, to co najbardziej Pana/Panią do tego przekonuje?	 Kobieta	 Mężczyzna
Niższe ceny	44%	39%
Mniejszy tłok	39%	30%
Lepsze oferty wyjazdu (np. w biurze podróży)	14%	16%
Bardziej komfortowa pogoda (np. unikanie letnich upałów)	17%	15%
Mam elastyczny czas pracy/ łatwiej mi wziąć urlop w tym okresie	9%	8%
Lepsza obsługa i jakość usług poza sezonem	6%	8%
Łatwiejsza organizacja (np. dostępność noclegów/atrakcji)	22%	13%
Nie dotyczy – nie podróżuję poza sezonem/w ogóle nie podróżuję w celach wypoczynkowych	11%	18%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inny powód”

Dla kobiet kluczowym argumentem poza ceną i brakiem tłumów jest łatwiejsza organizacja wyjazdu (22 proc. wobec 13 proc. u mężczyzn). Panie częściej też doceniają bardziej

komfortową pogodę (17 proc. vs 15 proc.). Mężczyźni z kolei nieco częściej niż kobiety zwracają uwagę na lepsze oferty w biurach podróży (16 proc. vs 14 proc.).

Czy w tym roku planuje Pan/Pani wyjazdy jeszcze przed szczytem sezonu wakacyjnego (wiosna, wczesne lato)?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Niższe ceny	45%	36%	52%	51%	33%
Mniejszy tłok	32%	42%	28%	36%	36%
Lepsze oferty wyjazdu (np. w biurze podróży)	19%	22%	11%	11%	14%
Bardziej komfortowa pogoda (np. unikanie letnich upałów)	10%	10%	16%	12%	23%
Mam elastyczny czas pracy/ łatwiej mi wziąć urlop w tym okresie	18%	7%	9%	9%	5%
Lepsza obsługa i jakość usług poza sezonem	1%	5%	13%	16%	2%
Łatwiejsza organizacja (np. dostępność noclegów/atrakcji)	18%	28%	19%	13%	13%
Nie dotyczy – nie podróżuję poza sezonem/w ogóle nie podróżuję w celach wypoczynkowych	4%	11%	11%	10%	24%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inny powód”

Aspekt finansowy ma największe znaczenie dla osób w wieku 40-59 lat (ponad 50 proc. wskazań). Z kolei mniejszy tłok najbardziej doceniają badani w wieku 30-39 lat (42 proc.), dla których istotna jest również łatwiejsza organizacja wyjazdu (28 proc.). Najmłodszej grupie

(18-29 lat) podróże poza sezonem ułatwia elastyczny czas pracy (18 proc.). Seniorzy (powyżej 60 lat) najmocniej zwracają uwagę na unikanie letnich upałów (23 proc.), choć jednocześnie w tej grupie najwięcej jest osób, które nie wyjeżdżają wcale (24 proc.).

Jeśli decyduje się Pan/i na wyjazd wypoczynkowy poza głównym sezonem, *to co najbardziej Pana/Panią do tego przekonuje?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys. +
 Niższe ceny	42%	40%	42%	43%
 Mniejszy tłok	32%	40%	30%	38%
 Lepsze oferty wyjazdu (np. w biurze podróży)	16%	18%	11%	13%
 Bardziej komfortowa pogoda (np. unikanie letnich upałów)	12%	13%	29%	17%
 Mam elastyczny czas pracy/ łatwiej mi wziąć urlop w tym okresie	7%	7%	11%	12%
 Lepsza obsługa i jakość usług poza sezonem	8%	6%	5%	8%
 Łatwiejsza organizacja (np. dostępność noclegów/atrakcji)	20%	20%	9%	17%
 Nie dotyczy – nie podróżuję poza sezonem/w ogóle nie podróżuję w celach wypoczynkowych	16%	14%	13%	12%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inny powód”

Mieszkańcy średnich miast wyróżniają się na tle innych grup pod względem unikania upałów – aż 29 proc. z nich wybiera wyjazdy poza sezonem właśnie ze względu na pogodę.

W małych miejscowościach (do 50 tys. mieszkańców) motywacja związana z brakiem tłoku jest równie silna, co chęć zaoszczędzenia (po 40 proc. wskazań).



Jeśli decyduje się Pan/i na wyjazd wypoczynkowy poza głównym sezonem, *to co najbardziej Pana/Panią do tego przekonuje?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Niższe ceny	38%	43%	50%
Mniejszy tłok	37%	33%	29%
Lepsze oferty wyjazdu (np. w biurze podróży)	20%	9%	10%
Bardziej komfortowa pogoda (np. unikanie letnich upałów)	15%	21%	7%
Mam elastyczny czas pracy/ łatwiej mi wziąć urlop w tym okresie	7%	9%	10%
Lepsza obsługa i jakość usług poza sezonem	6%	9%	5%
Łatwiejsza organizacja (np. dostępność noclegów/atrakcji)	16%	22%	13%
Nie dotyczy – nie podróżuję poza sezonem/w ogóle nie podróżuję w celach wypoczynkowych	12%	13%	24%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inny powód”

Osoby w najgorszej sytuacji finansowej są najbardziej wrażliwe na cenę – aż połowa z nich wybiera wyjazdy poza sezonem ze względu na koszty. Z kolei ankietowani w dobrej

kondycji materialnej częściej niż inni szukają atrakcyjnych ofert w biurach podróży (20 proc.).

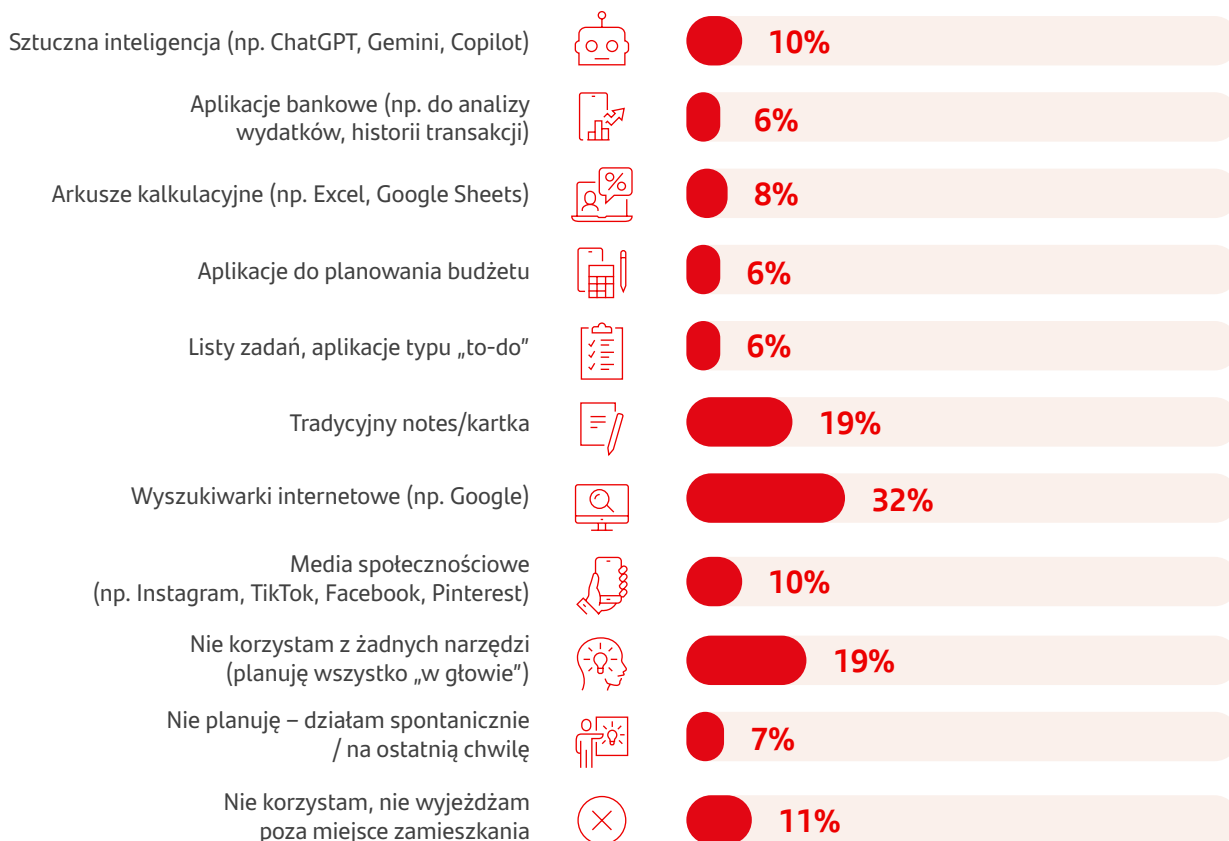
Jeśli decyduje się Pan/i na wyjazd wypoczynkowy poza głównym sezonem, to co najbardziej Pana/Panią do tego przekonuje?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Niższe ceny	41%	43%
Mniejszy tłok	35%	35%
Lepsze oferty wyjazdu (np. w biurze podróży)	14%	16%
Bardziej komfortowa pogoda (np. unikanie letnich upałów)	16%	16%
Mam elastyczny czas pracy/ łatwiej mi wziąć urlop w tym okresie	6%	12%
Lepsza obsługa i jakość usług poza sezonem	6%	9%
Łatwiejsza organizacja (np. dostępność noclegów/atrakcji)	15%	22%
Nie dotyczy – nie podróżuję poza sezonem/w ogóle nie podróżuję w celach wypoczynkowych	16%	11%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inny powód”

Obecność dzieci w gospodarstwie sprzyja docenianiu łatwiejszej organizacji wyjazdu poza szczytem sezonu (22 proc. vs 15 proc.). Obie grupy są jednak zgodne co do

tego, że najważniejszym czynnikiem pozostają niższe ceny oraz brak nadmiernego tłoku w miejscach wypoczynku.

Z jakich narzędzi korzysta Pan/Pani *przy planowaniu wyjazdów wakacyjnych?*



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

W procesie planowania wakacji Polacy stawiają na sprawdzone rozwiązania. Najpopularniejszym narzędziem są wyszukiwarki internetowe, z których korzysta 32 proc. badanych. Tradycyjny notes lub kartka wciąż cieszą się

dużym zaufaniem (19 proc.), podobnie jak planowanie wyłącznie „w głowie” (19 proc.). Nowoczesne technologie, takie jak sztuczna inteligencja oraz media społecznościowe wspierają co dziesiątego respondenta.



Z jakich narzędzi korzysta Pan/Pani przy planowaniu wyjazdów wakacyjnych?	 Kobieta	 Mężczyzna
Sztuczna inteligencja (np. ChatGPT, Gemini, Copilot)	11%	10%
Aplikacje bankowe (np. do analizy wydatków, historii transakcji)	7%	5%
Arkusze kalkulacyjne (np. Excel, Google Sheets)	8%	9%
Aplikacje do planowania budżetu	5%	7%
Listy zadań, aplikacje typu „to-do”	6%	6%
Tradycyjny notes/kartka	22%	15%
Wyszukiwarki internetowe (np. Google)	35%	28%
Media społecznościowe (np. Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest)	11%	9%
Nie korzystam z żadnych narzędzi (planuję wszystko „w głowie”)	19%	19%
Nie planuję – działam spontanicznie / na ostatnią chwilę	8%	7%
Nie korzystam, nie wyjeżdżam poza miejsce zamieszkania	10%	11%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Kobiety częściej niż mężczyźni sięgają po tradycyjne metody – 22 proc. z nich używa notesu, podczas gdy u panów ten odsetek wynosi 15 proc. Panie częściej też korzystają z wyszukiwarek internetowych (35 proc. vs

28 proc.). Mężczyźni wykazują z kolei nieco większą skłonność do planowania budżetu w specjalnych aplikacjach (7 proc. wobec 5 proc.).



Z jakich narzędzi korzysta Pan/Pani przy planowaniu wyjazdów wakacyjnych?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Sztuczna inteligencja (np. ChatGPT, Gemini, Copilot)	19%	13%	10%	10%	6%
Aplikacje bankowe (np. do analizy wydatków, historii transakcji)	13%	9%	7%	6%	1%
Arkusze kalkulacyjne (np. Excel, Google Sheets)	9%	17%	4%	10%	5%
Aplikacje do planowania budżetu	12%	12%	5%	9%	1%
Listy zadań, aplikacje typu „to-do”	9%	11%	5%	6%	3%
Tradycyjny notes/kartka	29%	12%	16%	25%	17%
Wyszukiwarki internetowe (np. Google)	30%	33%	47%	34%	21%
Media społecznościowe (np. Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest)	20%	16%	8%	11%	5%
Nie korzystam z żadnych narzędzi (planuję wszystko „w głowie”)	11%	13%	20%	10%	30%
Nie planuję – działam spontanicznie / na ostatnią chwilę	2%	7%	5%	7%	13%
Nie korzystam, nie wyjeżdżam poza miejsce zamieszkania	6%	9%	3%	10%	18%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Młode pokolenie (18-29 lat) najchętniej eksperymentuje z technologią – 19 proc. korzysta ze sztucznej inteligencji, a 20 proc. z mediów społecznościowych. Paradoksalnie to również ta grupa najczęściej sięga po tradycyjny notes

(29 proc.). Seniorzy powyżej 60 roku życia stawiają na działanie spontaniczne (13 proc.) lub planują wszystko bez żadnych narzędzi (30 proc.).



Z jakich narzędzi korzysta Pan/Pani *przy planowaniu wyjazdów wakacyjnych?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Sztuczna inteligencja (np. ChatGPT, Gemini, Copilot)	7%	17%	9%	10%
 Aplikacje bankowe (np. do analizy wydatków, historii transakcji)	5%	6%	10%	3%
 Arkusze kalkulacyjne (np. Excel, Google Sheets)	6%	11%	10%	9%
 Aplikacje do planowania budżetu	8%	7%	5%	4%
 Listy zadań, aplikacje typu „to-do”	5%	5%	9%	8%
 Tradycyjny notes/kartka	18%	18%	18%	22%
 Wyszukiwarki internetowe (np. Google)	30%	34%	30%	34%
 Media społecznościowe (np. Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest)	7%	14%	10%	14%
 Nie korzystam z żadnych narzędzi (planuję wszystko „w głowie”)	22%	15%	18%	18%
 Nie planuję – działam spontanicznie / na ostatnią chwilę	5%	6%	16%	9%
 Nie korzystam, nie wyjeżdżam poza miejsce zamieszkania	14%	11%	7%	5%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 2 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inny powód”

W mniejszych miejscowościach do 50 tys. mieszkańców zauważalna jest większa popularność sztucznej inteligencji (17 proc.) oraz mediów społecznościowych (14 proc.) przy

planowaniu urlopu. Z kolei ankietowani ze wsi najczęściej rezygnują z jakichkolwiek narzędzi i polegają na własnej pamięci (22 proc.).



Z jakich narzędzi korzysta Pan/Pani *przy planowaniu wyjazdów wakacyjnych?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Sztuczna inteligencja (np. ChatGPT, Gemini, Copilot)	12%	10%	7%
Aplikacje bankowe (np. do analizy wydatków, historii transakcji)	8%	5%	2%
Arkusze kalkulacyjne (np. Excel, Google Sheets)	6%	14%	2%
Aplikacje do planowania budżetu	5%	8%	7%
Listy zadań, aplikacje typu „to-do”	7%	7%	2%
Tradycyjny notes/kartka	20%	20%	14%
Wyszukiwarki internetowe (np. Google)	31%	37%	22%
Media społecznościowe (np. Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest)	11%	11%	8%
Nie korzystam z żadnych narzędzi (planuję wszystko „w głowie”)	22%	13%	21%
Nie planuję – działam spontanicznie / na ostatnią chwilę	9%	8%	6%
Nie korzystam, nie wyjeżdżam poza miejsce zamieszkania	8%	10%	20%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Osoby, które oceniają swoją sytuację jako dobrą lub średnią, najczęściej korzystają z wyszukiwarek (odpowiednio 31 proc. i 37 proc.). W grupie o najniższych dochodach co

piąty badany (20 proc.) przyznaje, że w ogóle nie wyjeżdża poza miejsce zamieszkania.



Z jakich narzędzi korzysta Pan/Pani przy planowaniu wyjazdów wakacyjnych?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Sztuczna inteligencja (np. ChatGPT, Gemini, Copilot)	8%	14%
Aplikacje bankowe (np. do analizy wydatków, historii transakcji)	5%	8%
Arkusze kalkulacyjne (np. Excel, Google Sheets)	7%	11%
Aplikacje do planowania budżetu	4%	10%
Listy zadań, aplikacje typu „to-do”	4%	9%
Tradycyjny notes/kartka	20%	16%
Wyszukiwarki internetowe (np. Google)	28%	38%
Media społecznościowe (np. Instagram, TikTok, Facebook, Pinterest)	8%	15%
Nie korzystam z żadnych narzędzi (planuję wszystko „w głowie”)	21%	16%
Nie planuję – działam spontanicznie / na ostatnią chwilę	9%	6%
Nie korzystam, nie wyjeżdżam poza miejsce zamieszkania	15%	3%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Rodziny z dziećmi znacznie częściej korzystają z nowoczesnych narzędzi, takich jak sztuczna inteligencja (14 proc. wobec 8 proc.) czy arkusze kalkulacyjne (11 proc. vs 7 proc.), w porównaniu do osób, które nie mają

niepełnoletnich pod opieką. Podobna tendencja dotyczy mediów społecznościowych (15 proc. vs 8 proc.) oraz wyszukiwarek internetowych (38 proc. vs 28 proc.).



Tak najczęściej finansuje Pan/Pani wyjazdy wakacyjne?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Finansowanie wakacyjnych wyjazdów opiera się głównie na oszczędnościach. Najwięcej, bo 37 proc. Polaków, korzysta z ogólnie zgromadzonej puli środków. Kolejne 36 proc. opłaca urlop z bieżących dochodów, a 29 proc. sięga po

fundusze, które odkłada celowo na ten konkretny wydatek. Rozwiązania kredytowe, takie jak karty kredytowe (5 proc.) czy płatności odroczone (2 proc.), są wykorzystywane znacznie rzadziej.



Tak najczęściej finansuje Pan/Pani wyjazdy wakacyjne?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Odkładam specjalnie na ten cel	27%	35%	26%	27%
 Z ogólnych oszczędności	38%	39%	33%	36%
 Z bieżących dochodów	32%	33%	41%	46%
 Kredytem gotówkowym	1%	1%	1%	2%
 Kartą kredytową	5%	5%	6%	3%
 Kredytem ratowym (np. raty w sklepie przy zakupie)	1%	0%	1%	2%
 Z płatności odroczonych	2%	4%	1%	2%
 Z pomocy rodziny lub znajomych (np. darmowy nocleg, dopłata do wyjazdu)	2%	5%	10%	4%
 Ze świadczeń okazjonalnych (premia, trzynastka, zwrot podatku)	5%	4%	1%	6%
 Nie dotyczy (nie jeżdżę na wakacje)	10%	7%	10%	8%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Mieszkańcy metropolii, powyżej 250 tys. mieszkańców, najczęściej i najchętniej ze wszystkich grup optacją wakacje z bieżących wpływów na konto (46 proc.). Osoby z małych miast, do 50 tys. osób, częściej niż inne grupy stawiają

na celowe oszczędzanie (35 proc.). Na wsiach dominuje wykorzystanie ogólnych oszczędności, po które sięga 38 proc. ankietowanych.



Tak najczęściej finansuje Pan/Pani wyjazdy wakacyjne?

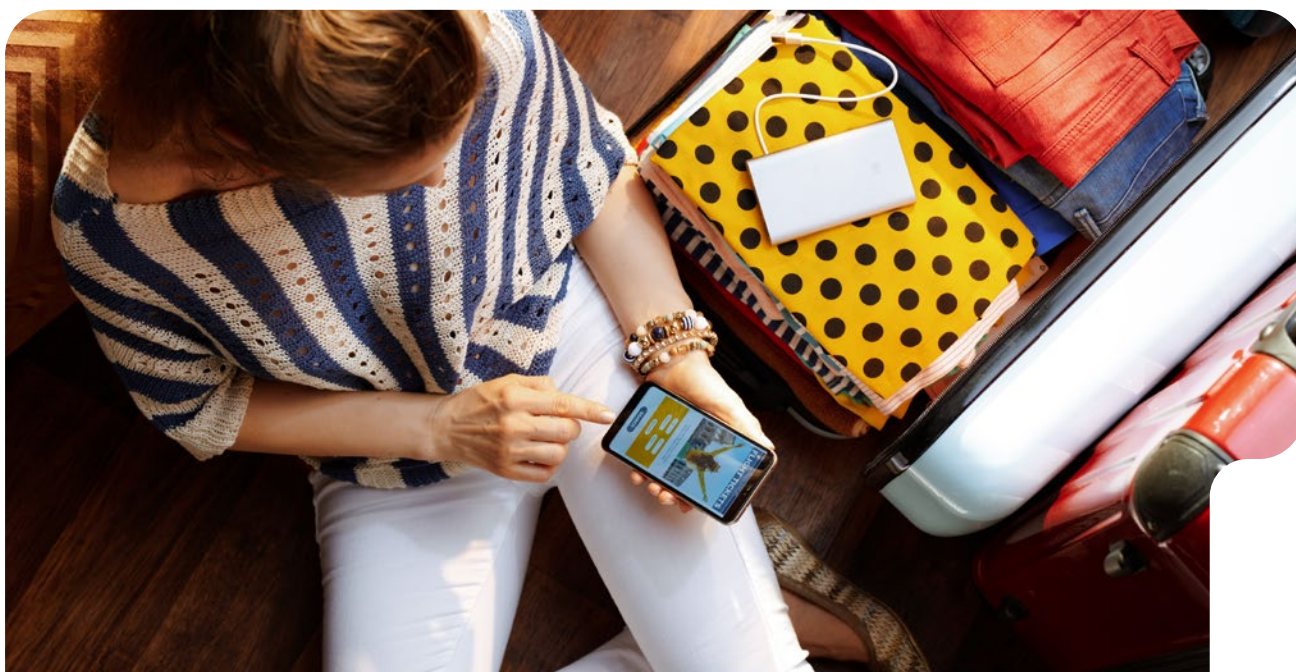
Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Odkładam specjalnie na ten cel	26%	35%	22%
Z ogólnych oszczędności	47%	30%	21%
Z bieżących dochodów	43%	28%	33%
Kredytem gotówkowym	0%	2%	1%
Kartą kredytową	4%	7%	6%
Kredytem ratalnym (np. raty w sklepie przy zakupie)	1%	0%	1%
Z płatności odroczonych	3%	2%	1%
Z pomocy rodziny lub znajomych (np. darmowy nocleg, dopłata do wyjazdu)	2%	7%	6%
Ze świadczeń okazjonalnych (premia, trzynastka, zwrot podatku)	5%	3%	3%
Nie dotyczy (nie jeżdżę na wakacje)	4%	10%	22%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Osoby w dobrej sytuacji finansowej najczęściej bazują na ogólnych oszczędnościach (47 proc.) lub bieżących dochodach (43 proc.). Warto zwrócić uwagę na fakt, że w grupie, która ocenia swoje finanse jako złe, co piąta

osoba w ogóle nie wyjeżdża na wakacje (22 proc.). Ci zaś, którzy mimo trudności planują urlop, polegają głównie na bieżących zarobkach (33 proc.).



Jak najczęściej finansuje Pan/Pani wyjazdy wakacyjne?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Odkładam specjalnie na ten cel	29%	29%
Z ogólnych oszczędności	37%	37%
Z bieżących dochodów	32%	43%
Kredytem gotówkowym	0%	2%
Kartą kredytową	5%	6%
Kredytem ratalnym (np. raty w sklepie przy zakupie)	0%	2%
Z płatności odroczonych	2%	3%
Z pomocy rodziny lub znajomych (np. darmowy nocleg, dopłata do wyjazdu)	4%	5%
Ze świadczeń okazjonalnych (premia, trzynastka, zwrot podatku)	3%	5%
Nie dotyczy (nie jeżdżę na wakacje)	12%	4%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Rodzice znacznie częściej niż osoby bez dzieci finansują wakacje z bieżących dochodów (43 proc. wobec 32 proc.).

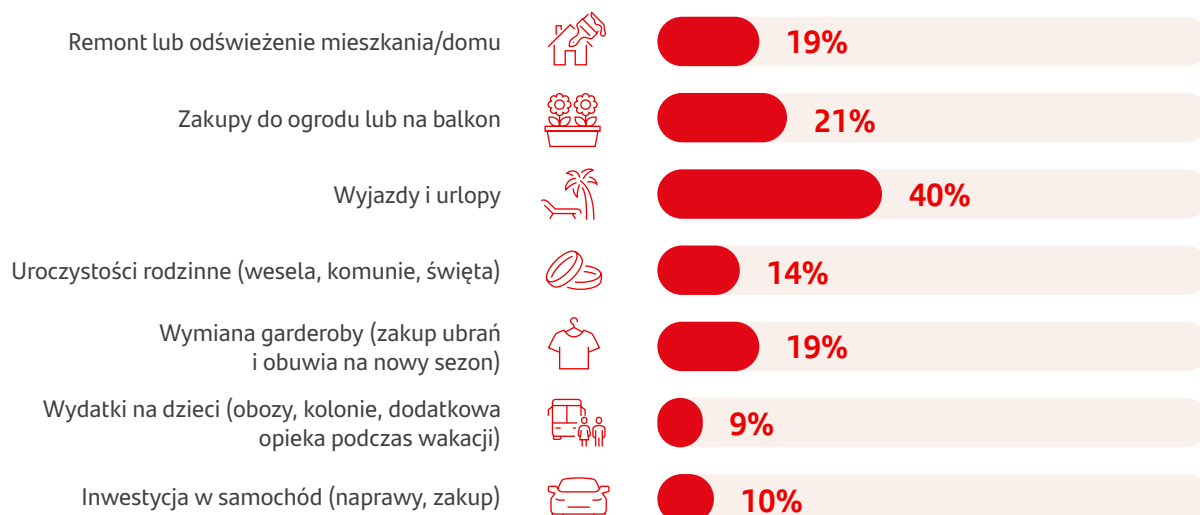


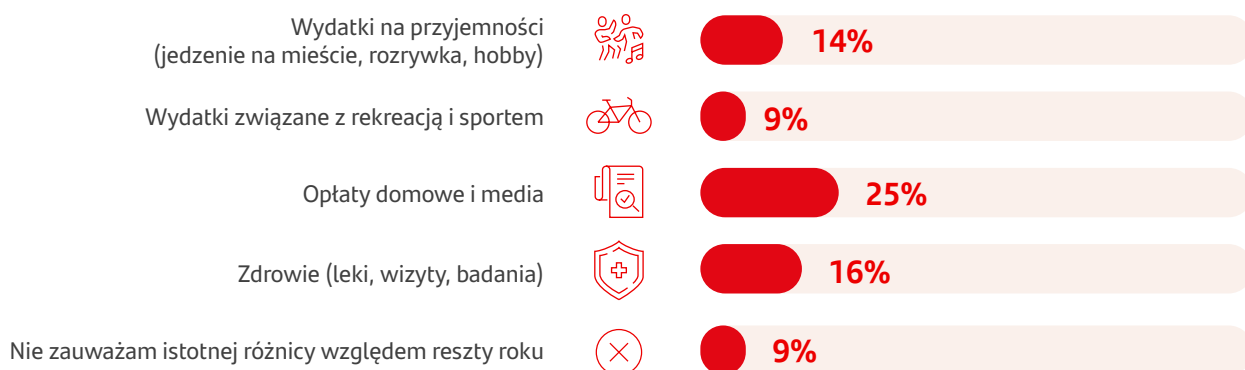
Plan na kryzys po polsku



Wiosna w 2026 roku to dla Polaków czas, w którym entuzjazm związany z wiosennymi planami przeplata się z licznymi zmartwieniami. Choć w tym okresie chętnie myślimy o wakacjach, planujemy remonty czy bawimy się podczas rodzinnych uroczystości, nasze decyzje finansowe zapadają w cieniu niepokojów o sytuację na świecie oraz stabilność domowych portfeli.

Kiedy myśli Pan/Pani o wiosnie i lecie, *które wydatki najmocniej wpłyną* na Pani/Pana budżet domowy?





Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inne”

Tej wiosny największy wpływ na nasze wiosenne portfele mają przede wszystkim planowane urlopy – wskazało tak aż 40 proc. ankietowanych. Respondenci mierzą się również z kosztami mediów i opłat domowych (25 proc.) oraz zakupami do ogrodu lub na balkon (21 proc.). W wiosenno-lętnich budżetach mieszczą się również remonty, wymiana garderoby (po 19 proc.) oraz koszty leczenia, w tym leki, wizyty i badania (16 proc.). Jeden na

siedmiu Polaków przyznaje, że największym kosztem są rodzinne uroczystości i codzienne przyjemności, jak jedzenie na mieście, rozrywka czy hobby (po 14 proc.). Co dziesiąty badany musi z kolei zagospodarować środki na inwestycje w samochód, wydatki na dzieci czy te związane z rekreacją i sportem (po 9 proc.). Taka sama grupa nie zauważa w tym okresie żadnej istotnej różnicy w domowych finansach, względem pozostałej części roku.

Kiedy myśli Pan/Pani o wiosnie i lecie, które wydatki najmocniej wpłyną na Pani/Pana budżet domowy?	 Kobieta  Mężczyzna	
Remont lub odświeżenie mieszkania/domu	18%	19%
Zakupy do ogrodu lub na balkon	20%	23%
Wyjazdy i urlopy	44%	34%
Uroczystości rodzinne (wesela, komunie, święta)	15%	12%
Wymiana garderoby (zakup ubrań i obuwia na nowy sezon)	23%	14%
Wydatki na dzieci (obozy, kolonie, dodatkowa opieka podczas wakacji)	8%	10%
Inwestycja w samochód (naprawy, zakup)	9%	10%
Wydatki na przyjemności (jedzenie na mieście, rozrywka, hobby)	13%	14%
Wydatki związane z rekreacją i sportem	7%	11%
Opłaty domowe i media	27%	24%
Zdrowie (leki, wizyty, badania)	16%	16%
Nie zauważam istotnej różnicy względem reszty roku	8%	9%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inne”

Kobiety znacznie częściej niż mężczyźni, jako najbardziej obciążające punkty w wiosennym budżecie, wskazują

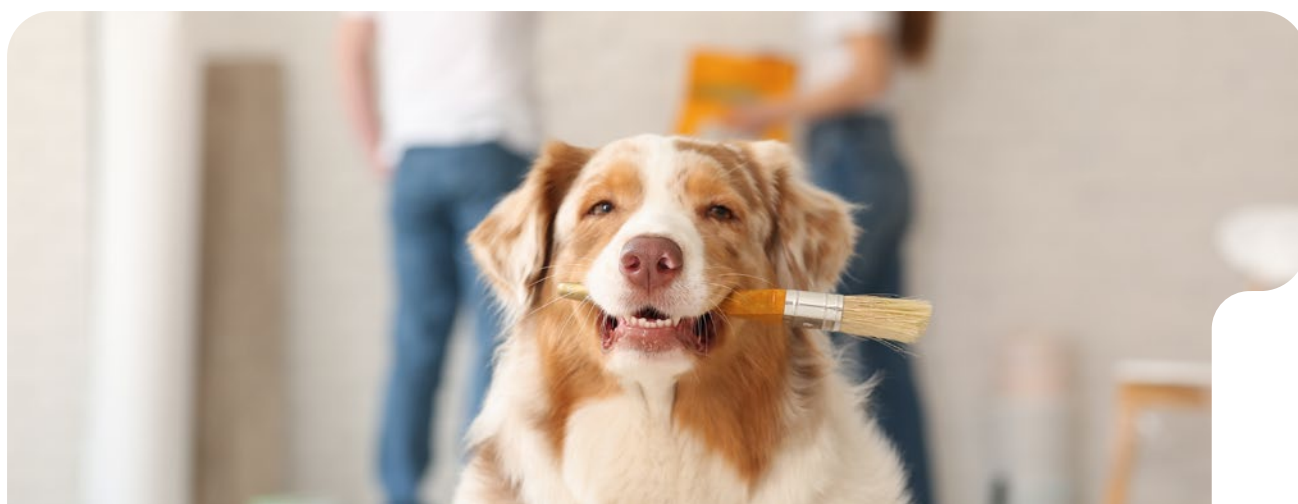
wyjazdy (44 proc. vs 34 proc.) oraz nową garderobę (23 proc. vs 14 proc.).

Kiedy myśli Pan/Pani o wiosnie i lecie, które wydatki najmocniej wpłyną na Pani/Pana budżet domowy?					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Remont lub odświeżenie mieszkania/domu	11%	18%	19%	28%	17%
Zakupy do ogrodu lub na balkon	17%	13%	27%	18%	25%
Wyjazdy i urlopy	39%	45%	48%	31%	36%
Uroczystości rodzinne (wesela, komunie, święta)	15%	18%	18%	15%	7%
Wymiana garderoby (zakup ubrań i obuwia na nowy sezon)	12%	27%	25%	19%	13%
Wydatki na dzieci (obozy, kolonie, dodatkowa opieka podczas wakacji)	5%	13%	19%	6%	4%
Inwestycja w samochód (naprawy, zakup)	11%	9%	9%	12%	9%
Wydatki na przyjemności (jedzenie na mieście, rozrywka, hobby)	32%	12%	7%	16%	11%
Wydatki związane z rekreacją i sportem	9%	11%	11%	9%	6%
Opłaty domowe i media	14%	27%	23%	26%	29%
Zdrowie (leki, wizyty, badania)	14%	5%	9%	8%	31%
Nie zauważam istotnej różnicy względem reszty roku	2%	8%	5%	10%	13%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inne”

Najmłodszy (18-29 lat) kładą duży nacisk na przyjemności i hobby (32 proc.), co odróżnia ich na tle pozostałych grup (7-16 proc.). Dla osób w wieku 30-49 lat głównym obciążeniem są urlopy (45-48 proc.) oraz wymiana garderoby (25-27 proc.). Pięćdziesięciolatek wyróżnia w tym czasie szczególna dbałość o dom – w tej grupie remonty (28 proc.) są najbardziej odczuwalne. Z kolei u seniorów dominują

koszty związane ze zdrowiem (31 proc.) oraz domowymi opłatami (29 proc.). Jednocześnie zanotowali oni najniższy w zestawieniu odsetek odpowiedzi, dotyczących obciążenia kosztami rodzinnych uroczystości – jedynie 7 proc. u osób powyżej 60 roku życia w porównaniu do 15-18 proc. w pozostałych przedziałach.



Kiedy myśli Pan/Pani o wiosnie i lecie, *które wydatki najmocniej wpłyną* na Pani/Pana budżet domowy?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Remont lub odświeżenie mieszkania/domu	21%	20%	12%	18%
 Zakupy do ogrodu lub na balkon	27%	20%	15%	16%
 Wyjazdy i urlopy	33%	36%	49%	50%
 Uroczystości rodzinne (wesela, komunie, święta)	17%	15%	11%	8%
 Wymiana garderoby (zakup ubrań i obuwia na nowy sezon)	17%	18%	21%	21%
 Wydatki na dzieci (obozy, kolonie, dodatkowa opieka podczas wakacji)	6%	10%	11%	13%
 Inwestycja w samochód (naprawy, zakup)	8%	9%	13%	12%
 Wydatki na przyjemności (jedzenie na mieście, rozrywka, hobby)	8%	17%	20%	16%
 Wydatki związane z rekreacją i sportem	4%	13%	13%	10%
 Opłaty domowe i media	26%	28%	30%	16%
 Zdrowie (leki, wizyty, badania)	11%	13%	28%	21%
 Nie zauważam istotnej różnicy względem reszty roku	14%	5%	2%	8%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Inne”

Na terenach wiejskich, uroczystości rodzinne stanowią dwukrotnie większe wyzwanie (17 proc.) niż w największych aglomeracjach. Ta sama grupa wraz z mieszkańcami małych miejscowości częściej rezerwuje środki na ogród (20-27 proc.) oraz media (ok. 27 proc.), które w metropoliach są kluczowe dla jedynie 16 proc. osób. W średnich miastach

wyjątkowo dużą rolę odgrywa zdrowie (28 proc.), zaś w dużych i średnich miastach co druga osoba uznaje urlop za największe obciążenie budżetu (49-50 proc.). Dla porównania – na wsiach deklaruje to tylko co trzeci badany (33 proc.).



Kiedy myśli Pan/Pani o wiosnie i lecie, *które wydatki najmocniej wpłyną* na Pani/Pana budżet domowy?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Remont lub odświeżenie mieszkania/domu	20%	19%	11%
Zakupy do ogrodu lub na balkon	21%	21%	22%
Wyjazdy i urlopy	45%	37%	26%
Uroczystości rodzinne (wesela, komunie, święta)	12%	18%	11%
Wymiana garderoby (zakup ubrań i obuwia na nowy sezon)	16%	23%	17%
Wydatki na dzieci (obozy, kolonie, dodatkowa opieka podczas wakacji)	10%	7%	12%
Inwestycja w samochód (naprawy, zakup)	8%	10%	16%
Wydatki na przyjemności (jedzenie na mieście, rozrywka, hobby)	20%	10%	2%
Wydatki związane z rekreacją i sportem	11%	8%	3%
Opłaty domowe i media	17%	28%	49%
Zdrowie (leki, wizyty, badania)	11%	18%	27%
Nie zauważam istotnej różnicy względem reszty roku	10%	6%	12%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pomińto odpowiedź „Inne”

Subiektywna ocena stanu portfela znacząco zmienia listę wiosennych obciążeń. Dla osób w dobrej kondycji finansowej są to przede wszystkim urlopy (45 proc.), wydatki na przyjemności i hobby oraz na remonty (po 20 proc.). Dla porównania, koszty związane z codzienną rozrywką w najmniej zamożnej grupie niemal nie występują (2 proc.). Osoby te skupiają się na bardziej

podstawowych potrzebach: opłatach domowych i mediach (49 proc.) oraz zdrowiu (27 proc.). W gronie tym istotne są także koszty naprawy samochodu (16 proc. wobec 8 proc. u osób z dobrą sytuacją materialną). Także niemal dwukrotnie rzadziej niż pozostali wskazują na remonty – 11 proc. w porównaniu do 20 i 19 proc. wśród respondentów w dobrych i średnich okolicznościach.



Kiedy myśli Pan/Pani o wiosnie i lecie, które wydatki najmocniej wpłyną na Pani/Pana budżet domowy?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Remont lub odświeżenie mieszkania/domu	19%	18%
Zakupy do ogrodu lub na balkon	23%	20%
Wyjazdy i urlopy	35%	48%
Uroczystości rodzinne (wesela, komunie, święta)	13%	15%
Wymiana garderoby (zakup ubrań i obuwia na nowy sezon)	15%	25%
Wydatki na dzieci (obozy, kolonie, dodatkowa opieka podczas wakacji)	3%	20%
Inwestycja w samochód (naprawy, zakup)	7%	14%
Wydatki na przyjemności (jedzenie na mieście, rozrywka, hobby)	17%	9%
Wydatki związane z rekreacją i sportem	9%	9%
Opłaty domowe i media	26%	25%
Zdrowie (leki, wizyty, badania)	21%	8%
Nie zauważam istotnej różnicy względem reszty roku	10%	7%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inne”

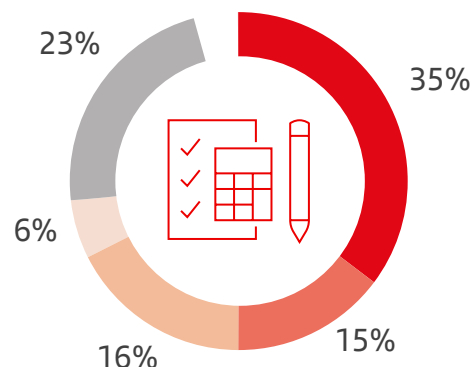
Obecność dzieci w domu wyraźnie przesunęła ciężar sezonowych wydatków w stronę potrzeb rodziny. Rodzice znacznie mocniej odczuwają koszty wyjazdów i urlopów (48 vs 35 proc. u osób bez dzieci) oraz wymiany garderoby na nowy sezon (25 proc. vs 15 proc.). Naturalną przewagę w tej grupie stanowią również wydatki na obozy i kolonie

i dodatkową opiekę, na które wskazało 20 proc. badanych. Z kolei osoby bez niepełnoletnich pod dachem częściej jako kluczowe dla budżetu wskazują koszty zdrowia (21 proc. vs 8 proc.) oraz wydatki na przyjemności i hobby (17 proc. vs 9 proc.). W obu grupach niemal identyczne znaczenie mają stałe opłaty domowe oraz remonty mieszkań.



Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/Pani *podejście do sezonowych wydatków*?

- Planuję wydatki z wyprzedzeniem i odkładam na nie pieniądze
- W sezonie wydaję więcej a potem ograniczam inne wydatki, by zbilansować budżet
- W sezonie wydaję więcej, ale nie stanowi to obciążenia dla mojego budżetu – nie muszę ograniczać innych wydatków
- Sezonowe wydatki często stanowią obciążenie dla budżetu – muszę sięgać po oszczędności lub pożyczki
- Staram się w ogóle nie ulegać sezonowej presji i nie zwiększać wydatków



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Samo podejście do sezonowych wydatków jest wśród Polaków bardzo zróżnicowane. Najliczniejsza grupa (35 proc.) planuje je z wyprzedzeniem i odkłada na nie środki. 16 proc., choć w tym czasie wydaję więcej, przyznaje, że nie musi w związku z tym ograniczać pozostałych

kosztów. 15 proc. stara się rezygnować z innych kategorii zakupów, aby zbilansować swój budżet. Z kolei niemal co czwarty respondent (23 proc.) stara się w ogóle nie ulegać sezonowej presji i nie zwiększa miesięcznej puli wydatków.

Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/Pani <i>podejście do sezonowych wydatków</i> ?	 Kobieta	 Mężczyzna
Planuję wydatki z wyprzedzeniem i odkładam na nie pieniądze	35%	34%
W sezonie wydaję więcej a potem ograniczam inne wydatki, by zbilansować budżet	17%	12%
W sezonie wydaję więcej, ale nie stanowi to obciążenia dla mojego budżetu – nie muszę ograniczać innych wydatków	14%	18%
Sezonowe wydatki często stanowią obciążenie dla budżetu – muszę sięgać po oszczędności lub pożyczki	6%	5%
Staram się w ogóle nie ulegać sezonowej presji i nie zwiększać wydatków	21%	24%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Kobiety nieco częściej niż mężczyźni najpierw wydają więcej, a potem ograniczają inne koszty, aby zbilansować budżet (17 proc. vs 12 proc.). Z kolei panowie częściej deklarują, że

wiosenne wydatki nie stanowią dla nich obciążenia (18 proc. wobec 14 proc. u pań).

Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/Pani podejście do sezonowych wydatków?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Planuję wydatki z wyprzedzeniem i odkładam na nie pieniądze	33%	37%	45%	36%	27%
W sezonie wydaję więcej a potem ograniczam inne wydatki, by zbilansować budżet	19%	19%	12%	15%	12%
W sezonie wydaję więcej, ale nie stanowi to obciążenia dla mojego budżetu – nie muszę ograniczać innych wydatków	20%	15%	15%	14%	16%
Sezonowe wydatki często stanowią obciążenie dla budżetu – muszę sięgać po oszczędności lub pożyczki	3%	6%	8%	9%	3%
Staram się w ogóle nie ulegać sezonowej presji i nie zwiększać wydatków	12%	8%	16%	19%	40%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

We wszystkich grupach wiekowych, oprócz seniorów, najczęstszą strategią jest planowanie wydatków z wyprzedzeniem (33-45 proc.). Osoby powyżej 60 roku życia wykazują natomiast największą odporność na

sezonową presję – 40 proc. z nich w ogóle nie zwiększa wydatków w tym czasie, podczas gdy w pozostałych grupach odsetek takich odpowiedzi wyniósł 8-19 proc.

Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/Pani *podejście do sezonowych wydatków?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Planuję wydatki z wyprzedzeniem i odkładam na nie pieniądze	39%	30%	32%	34%
 W sezonie wydaję więcej a potem ograniczam inne wydatki, by zbilansować budżet	12%	15%	19%	15%
 W sezonie wydaję więcej, ale nie stanowi to obciążenia dla mojego budżetu – nie muszę ograniczać innych wydatków	10%	24%	22%	12%
 Sezonowe wydatki często stanowią obciążenie dla budżetu – muszę sięgać po oszczędności lub pożyczki	6%	6%	3%	7%
 Staram się w ogóle nie ulegać sezonowej presji i nie zwiększać wydatków	24%	20%	19%	26%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Mieszkańcy wsi wykazują największą dyscyplinę finansową – aż 39 proc. z nich planuje wydatki z wyprzedzeniem i odkłada na nie pieniądze. Z kolei w małych i średnich miastach najczęściej spotykamy osoby, u których sezonowe koszty nie wymagają wyrzeczeń (odpowiednio 24 proc. i 22 proc.). W średnich miastach najpopularniejszy jest

model bilansowania budżetu, w którym większe zakupy w sezonie są później rekompensowane przez ograniczenia w innych obszarach (19 proc.). Z kolei mieszkańcy dużych aglomeracji najsilniej ze wszystkich grup starają się nie ulegać sezonowej presji zakupowej (26 proc.).

Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/Pani *podejście do sezonowych wydatków?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Planuję wydatki z wyprzedzeniem i odkładam na nie pieniądze	39%	32%	28%
W sezonie wydaję więcej a potem ograniczam inne wydatki, by zbilansować budżet	10%	25%	6%
W sezonie wydaję więcej, ale nie stanowi to obciążenia dla mojego budżetu – nie muszę ograniczać innych wydatków	24%	9%	5%
Sezonowe wydatki często stanowią obciążenie dla budżetu – muszę sięgać po oszczędności lub pożyczki	4%	6%	12%
Staram się w ogóle nie ulegać sezonowej presji i nie zwiększać wydatków	18%	23%	37%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Osoby w dobrej sytuacji finansowej najczęściej planują swoje wydatki z wyprzedzeniem (39 proc.) lub mimo większych kosztów, nie odczuwają obciążenia budżetu (24 proc.). Aż 25 proc. respondentów w średniej kondycji stara się zbilansować swoje finanse poprzez ograniczenie

innych zakupów. Ciekawie kształtuje się również unikanie sezonowej presji, które narasta wraz z pogarszającym się budżetem, by osiągnąć 37 proc. wskazań wśród osób w najtrudniejszych okolicznościach.

Które stwierdzenie najlepiej opisuje Pana/Pani <i>podejście do sezonowych wydatków?</i>	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Planuję wydatki z wyprzedzeniem i odkładam na nie pieniądze	33%	38%
W sezonie wydaję więcej a potem ograniczam inne wydatki, by zbilansować budżet	12%	18%
W sezonie wydaję więcej, ale nie stanowi to obciążenia dla mojego budżetu – nie muszę ograniczać innych wydatków	17%	15%
Sezonowe wydatki często stanowią obciążenie dla budżetu – muszę sięgać po oszczędności lub pożyczki	5%	8%
Staram się w ogóle nie ulegać sezonowej presji i nie zwiększać wydatków	26%	16%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Rodzice liczniej niż osoby bez dzieci planują wydatki z wyprzedzeniem (38 proc. vs 33 proc.), balansują budżety poprzez inne ograniczenia (18 proc. vs 12 proc.), a także sięgają po pożyczki (8 vs 5 proc.). Natomiast w domach bez niepełnoletnich częściej spotykamy postawę, która

polega na nieuleganiu sezonowej presji zakupowej (26 proc. vs 16 proc.) czy sytuacji, w której mimo większych kosztów życia wiosną, respondenci nie czują żadnych dodatkowych ograniczeń (17 proc. vs 15 proc.).

Które z poniższych zjawisk budzą dziś w Panu/Pani największe obawy?



Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Obecna sytuacja na świecie powoduje, że wielu Polaków zamartwia się nie tylko o wzmożone wiosenne wydatki. Dane z badania pokazują, że poczucie zagrożenia ma dziś dwa główne oblicza: polityczne i ekonomiczne. Największa grupa (44 proc.) z niepokojem patrzy na sytuację geopolityczną oraz widmo konfliktów zbrojnych. Ten lęk jest szczególnie silny u seniorów, u których odsetek wskazań sięga aż 64 proc. Z kolei 43 proc. osób boi się wzrostu kosztów

życia, w tym cen żywności i usług. Respondenci wskazują również na ceny energii i paliwa (34 proc.), koszty związane z leczeniem i pogorszeniem stanu zdrowia (32 proc.), wzrost podatków (20 proc.) i niestabilność na rynku pracy (18 proc.). Rządziej martwią się o cyberbezpieczeństwo i kradzież danych (15 proc.), rozwój sztucznej inteligencji (12 proc.), recesję czy wysokie raty kredytów i pożyczek (po 10 proc.).



Które z poniższych zjawisk budzą dziś w Panu/Pani największe obawy?	 Kobieta	 Mężczyzna
Wzrost kosztów życia (ceny żywności, usług)	40%	45%
Wzrost kosztów energii i paliwa	39%	28%
Niestabilność zatrudnienia/utrata pracy	18%	17%
Koszty leczenia i leków/pogorszenie zdrowia	37%	27%
Wzrost podatków i obciążeń	17%	23%
Cyberbezpieczeństwo i kradzież danych	17%	12%
Konflikty zbrojne i sytuacja geopolityczna	47%	41%
Rozwój sztucznej inteligencji (AI)	13%	11%
Spowolnienie gospodarcze/recesja	6%	14%
Wysokie raty kredytów i pożyczek	10%	11%
Żadne z powyższych	4%	2%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Kobiety częściej niż mężczyźni niepokoją się wzrostem cen energii i paliwa (39 vs 28 proc.), pogorszeniem stanu zdrowia

(37 proc. vs 27 proc.) oraz gospodarczym spowolnieniem (14 vs 6 proc.).



Które z poniższych zjawisk budzą dziś w Panu/Pani największe obawy?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Wzrost kosztów życia (ceny żywności, usług)	39%	49%	42%	39%	42%
Wzrost kosztów energii i paliwa	21%	35%	36%	45%	32%
Niestabilność zatrudnienia/utrata pracy	25%	22%	25%	25%	5%
Koszty leczenia i leków/pogorszenie zdrowia	13%	16%	31%	39%	47%
Wzrost podatków i obciążeń	37%	25%	22%	12%	13%
Cyberbezpieczeństwo i kradzież danych	11%	21%	14%	11%	14%
Konflikty zbrojne i sytuacja geopolityczna	23%	33%	42%	34%	64%
Rozwój sztucznej inteligencji (AI)	8%	24%	7%	9%	12%
Spowolnienie gospodarcze/recesja	16%	15%	11%	9%	4%
Wysokie raty kredytów i pożyczek	20%	17%	6%	6%	8%
Żadne z powyższych	1%	3%	0%	1%	6%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Wiek respondentów w kluczowy sposób różnicuje ich największe obawy, choć lęk przed konfliktami zbrojnymi oraz wzrostem kosztów życia dominuje w całym społeczeństwie. Dwudziestolatkowie najczęściej ze wszystkich martwią się potencjalnym wzrostem podatków (37 proc.). Z kolei u trzydziestolatków to niepokój związany z rosnącymi kosztami życia jest najwyższy poziom spośród wszystkich pokoleń (49 proc.). Osoby w wieku 40-49 lat

w równym stopniu obawiają się sytuacji geopolitycznej oraz drożyzny (po 42 proc.), natomiast w grupie 50-59 lat na pierwszy plan wysuwają się rosnące ceny energii i paliwa (45 proc.). Zdecydowanie największymi pesymistami w kwestii bezpieczeństwa są seniorzy, u których strach przed konfliktami zbrojnymi deklaruje aż 64 proc. badanych, przy jednoczesnym silnym niepokoju o stan zdrowia i koszty leczenia (47 proc.).



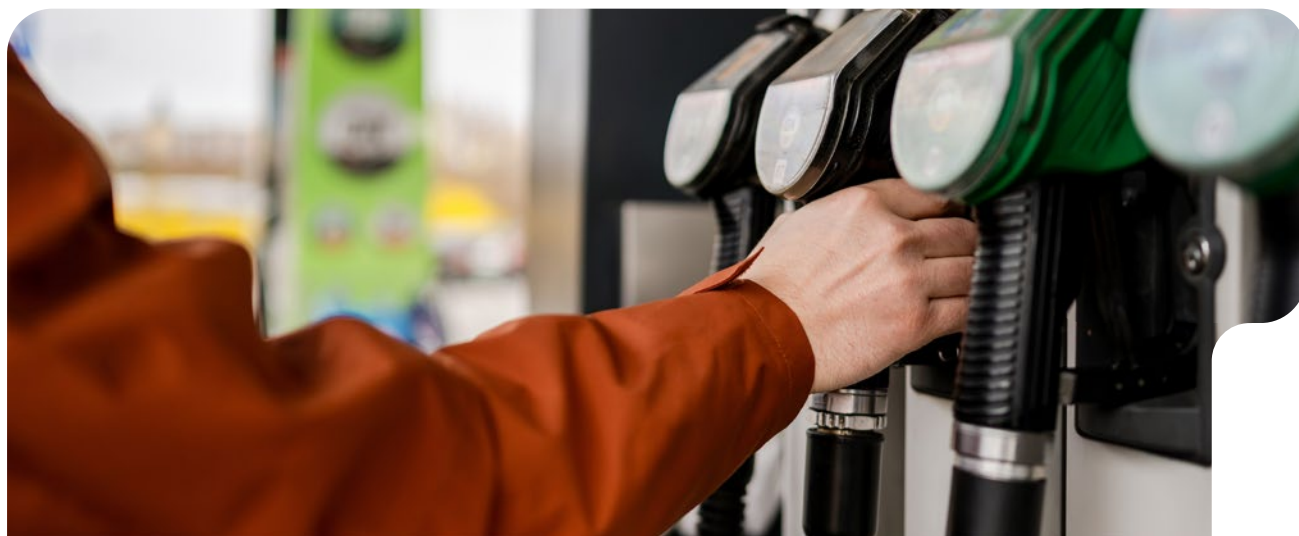
Które z poniższych zjawisk budzą dziś w Panu/Pani *największe obawy?*

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Wzrost kosztów życia (ceny żywności, usług)	45%	42%	35%	45%
 Wzrost kosztów energii i paliwa	38%	31%	38%	27%
 Niestabilność zatrudnienia/utrata pracy	19%	21%	20%	10%
 Koszty leczenia i leków/pogorszenie zdrowia	37%	26%	29%	33%
 Wzrost podatków i obciążeń	15%	18%	35%	18%
 Cyberbezpieczeństwo i kradzież danych	12%	17%	15%	15%
 Konflikty zbrojne i sytuacja geopolityczna	40%	48%	46%	46%
 Rozwój sztucznej inteligencji (AI)	10%	12%	17%	13%
 Spowolnienie gospodarcze/recesja	10%	8%	9%	14%
 Wysokie raty kredytów i pożyczek	7%	15%	15%	7%
 Żadne z powyższych	5%	0%	0%	3%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Mieszkańcy wsi najsilniej odczuwają presję rosnących kosztów życia (45 proc.) oraz cen energii i paliwa (38 proc.). Jednocześnie wykazują najmniej lęk przed wysokimi ratami kredytów (7 proc.). Z kolei w średnich miastach (50-250 tys. mieszkańców) niepokój budzi przede wszystkim wzrost podatków (35 proc.), co stanowi wynik ponad

dwukrotnie wyższy niż na terenach wiejskich. Małe i średnie ośrodki najmocniej na tle kraju obawiają się rat pożyczek (15 proc. wobec 7 proc. na wsi i w metropoliach). Mieszkańcy największych miast są największymi optymistami w kwestii zatrudnienia (tylko 10 proc. boi się utraty pracy), jednak to u nich najsilniej zaznacza się lęk przed recesją (14 proc.).



Które z poniższych zjawisk budzą dziś w Panu/Pani *największe obawy?*

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Wzrost kosztów życia (ceny żywności, usług)	35%	45%	63%
Wzrost kosztów energii i paliwa	31%	36%	40%
Niestabilność zatrudnienia/utrata pracy	14%	22%	19%
Koszty leczenia i leków/pogorszenie zdrowia	30%	34%	37%
Wzrost podatków i obciążeń	19%	21%	19%
Cyberbezpieczeństwo i kradzież danych	17%	12%	13%
Konflikty zbrojne i sytuacja geopolityczna	47%	44%	34%
Rozwój sztucznej inteligencji (AI)	10%	17%	7%
Spowolnienie gospodarcze/recesja	10%	9%	10%
Wysokie raty kredytów i pożyczek	13%	7%	9%
Żadne z powyższych	3%	2%	2%

Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Zasobność portfela w decydujący sposób wpływa na to, co zajmuje myśli Polaków. Największa przepaść dotyczy wzrostu kosztów życia, którego obawia się aż 63 proc. osób w złej sytuacji materialnej. W gronie najbardziej zamożnych odsetek ten jest niemal dwukrotnie niższy (35 proc.). Respondenci w najgorszych okolicznościach finansowych

silniej odczuwają również niepokój związany z cenami energii i paliwa (40 proc.) oraz kosztami leczenia (37 proc.). Ci w średniej sytuacji najmocniej na tle reszty społeczeństwa obawiają się rozwoju sztucznej inteligencji (17 proc.), a dla najbogatszych, głównym źródłem lęku są konflikty zbrojne i sytuacja geopolityczna (47 proc.).



Które z poniższych zjawisk budzą dziś w Panu/Pani największe obawy?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Wzrost kosztów życia (ceny żywności, usług)	43%	42%
Wzrost kosztów energii i paliwa	32%	39%
Niestabilność zatrudnienia/utrata pracy	18%	18%
Koszty leczenia i leków/pogorszenie zdrowia	37%	26%
Wzrost podatków i obciążeń	18%	22%
Cyberbezpieczeństwo i kradzież danych	13%	17%
Konflikty zbrojne i sytuacja geopolityczna	45%	43%
Rozwój sztucznej inteligencji (AI)	11%	14%
Spowolnienie gospodarcze/recesja	9%	11%
Wysokie raty kredytów i pożyczek	10%	10%
Żadne z powyższych	3%	2%

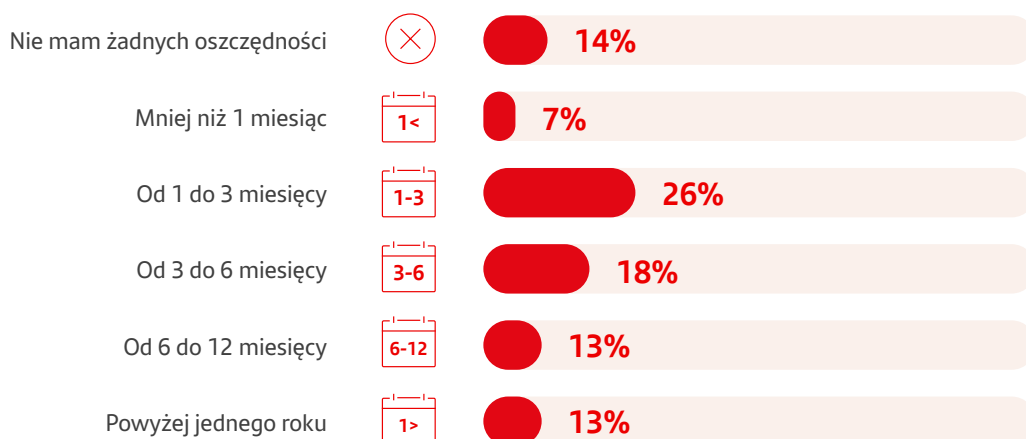
Pytanie wielokrotnego wyboru (maks. 3 odpowiedzi). Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”

Posiadanie dzieci wyraźnie przesunęło punkt ciężkości w stronę kosztów utrzymania domu oraz bezpieczeństwa cyfrowego. Rodzice znacznie silniej niż osoby bez małych dzieci w domu obawiają się wzrostu cen energii i paliwa (39 proc. wobec 32 proc.) oraz wyższych podatków i obciążeń (22 proc. przy 18 proc.). Z kolei w gospodarstwach bez dzieci znacznie wyraźniej wybrzmiewa lęk o stan

zdrowia i koszty leczenia, który deklaruje 37 proc. badanych – to o 11 punktów procentowych więcej niż w przypadku rodziców. Co ciekawe, osoby które wychowują dzieci częściej wskazują także na obawy związane z technologiami: cyberbezpieczeństwem (17 proc.) i rozwojem sztucznej inteligencji (14 proc.).



Gdyby Pana/Pani gospodarstwo domowe utraciło główne źródło dochodu, *na jak długo wystarczyłyby Panu/Pani zgromadzone oszczędności* (bez zaciągania długów)?



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

W obliczu tak wielu lęków, kluczowe jest pytanie o to, jak długo dalibyśmy radę funkcjonować bez stałego wpływu pieniędzy. Dla 26 proc. respondentów zgromadzone oszczędności stanowiłyby zabezpieczenie na okres od jednego do trzech miesięcy. Co szósty (18 proc.) posiada rezerwy, które wystarczyłyby na czas od trzech do sześciu

miesięcy, a 13 proc. – od sześciu do dwunastu miesięcy. Jedynie co ósma osoba (13 proc.) dysponuje poduszką finansową na ponad rok życia bez dodatkowego dochodu. Jednocześnie, aż 14 proc. Polaków nie ma żadnych oszczędności, a 7 proc. przyznaje, że posiada środki, które pokryłyby koszty życia przez mniej niż miesiąc.

Gdyby Pana/Pani gospodarstwo domowe utraciło główne źródło dochodu, na jak długo wystarczyłyby Panu/Pani zgromadzone oszczędności (bez zaciągania długów)?	 Kobieta  Mężczyzna	
Nie mam żadnych oszczędności	14%	14%
Mniej niż 1 miesiąc	6%	8%
Od 1 do 3 miesięcy	29%	22%
Od 3 do 6 miesięcy	14%	22%
Od 6 do 12 miesięcy	12%	13%
Powyżej jednego roku	13%	12%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Kobiety częściej niż mężczyźni posiadają oszczędności, które wystarczą jedynie na krótki okres – na przedział od jednego do trzech miesięcy wskazało 29 proc. pań, podczas gdy u panów ten odsetek wynosi 22 proc. Panowie

z kolei wykazują większą stabilność w perspektywie średnioterminowej, ponieważ funduszami na okres od trzech do sześciu miesięcy dysponuje 22 proc. z nich, co stanowi wynik o 8 p.p. wyższy niż u respondentek.

Gdyby Pana/Pani gospodarstwo domowe utraciło główne źródło dochodu, na jak długo wystarczyłyby Panu/Pani zgromadzone oszczędności (bez zaciągania długów)?



18-29



30-39



40-49



50-59



60+

Nie mam żadnych oszczędności	14%	11%	16%	15%	14%
Mniej niż 1 miesiąc	9%	9%	10%	5%	5%
Od 1 do 3 miesięcy	25%	23%	25%	25%	29%
Od 3 do 6 miesięcy	18%	17%	16%	21%	17%
Od 6 do 12 miesięcy	12%	12%	14%	9%	14%
Powyżej jednego roku	7%	15%	9%	12%	16%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Największy deficyt środków widać u osób w wieku 40-49 lat, gdzie 16 proc. nie posiada żadnej poduszki finansowej. Najmłodszy dorośli (18-29 lat) mają najdłuższe zabezpieczenie długoterminowe – jedynie 7 proc. z nich przetrwałoby bez dochodu powyżej roku. Dla porównania, u seniorów oraz trzydziestolatków ten odsetek jest ponad dwukrotnie wyższy i wynosi odpowiednio 16 oraz

15 proc. Osoby powyżej 60 roku życia najczęściej dysponują finansami na krótki okres – od jednego do trzech miesięcy (29 proc.). Z kolei w grupie 50-59 lat, najsilniej na tle innych, zaznacza się perspektywa średnioterminowa, ponieważ co piąty badany (21 proc.) ma fundusze na trzech do sześciu miesięcy.

Gdyby Pana/Pani gospodarstwo domowe utraciło główne źródło dochodu, na jak długo wystarczyłyby Panu/Pani zgromadzone oszczędności (bez zaciągania długów)?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Nie mam żadnych oszczędności	20%	7%	16%	10%
 Mniej niż 1 miesiąc	6%	11%	10%	4%
 Od 1 do 3 miesięcy	28%	29%	23%	20%
 Od 3 do 6 miesięcy	17%	13%	24%	21%
 Od 6 do 12 miesięcy	9%	19%	10%	15%
 Powyżej jednego roku	10%	17%	12%	15%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Największe trudności widać na wsiach, gdzie co piąty badany (20 proc.) nie posiada żadnych środków na „czarną godzinę”. To wynik blisko trzykrotnie gorszy niż w małych miastach, w których brak poduszki finansowej deklaruje jedynie 7 proc. osób. Ankietowani z miejscowości do 50 tys. mieszkańców najlepiej wypadają pod względem odporności długoterminowej, ponieważ 17 proc. z nich ma

fundusze na ponad rok. W średnich miastach, najmocniej na tle innych grup, zaznacza się perspektywa od trzech do sześciu miesięcy, którą wskazuje 24 proc. respondentów. Z kolei w największych metropoliach stabilność finansowa jest stosunkowo wysoka, a 15 proc. badanych dysponuje środkami na okres powyżej jednego roku.

Gdyby Pana/Pani gospodarstwo domowe utraciło główne źródło dochodu, na jak długo wystarczyłyby Panu/Pani zgromadzone oszczędności (bez zaciągania długów)?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Nie mam żadnych oszczędności	6%	11%	49%
Mniej niż 1 miesiąc	3%	14%	6%
Od 1 do 3 miesięcy	21%	36%	20%
Od 3 do 6 miesięcy	24%	13%	7%
Od 6 do 12 miesięcy	16%	9%	8%
Powyżej jednego roku	23%	3%	3%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Ocena własnego portfela determinuje trwałość poduszki finansowej. Największa przepaść widoczna jest w przypadku całkowitego braku oszczędności, który dotyczy niemal połowy osób w złej sytuacji materialnej (49 proc. wobec zaledwie 6 proc. u osób subiektywnie zamożnych). Respondenci w dobrej kondycji finansowej

niemal ośmiokrotnie częściej dysponują środkami pozwalającymi na przetrwanie powyżej jednego roku (23 proc. vs po 3 proc. w pozostałych grupach). Z kolei osoby o przeciętnych dochodach najczęściej polegają na krótkoterminowym zabezpieczeniu od jednego do trzech miesięcy (36 proc.).



Gdyby Pana/Pani gospodarstwo domowe utraciło główne źródło dochodu, na jak długo wystarczyłyby Panu/Pani zgromadzone oszczędności (bez zaciągania długów)?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Nie mam żadnych oszczędności	18%	9%
Mniej niż 1 miesiąc	6%	9%
Od 1 do 3 miesięcy	25%	28%
Od 3 do 6 miesięcy	17%	19%
Od 6 do 12 miesięcy	10%	16%
Powyżej jednego roku	13%	11%

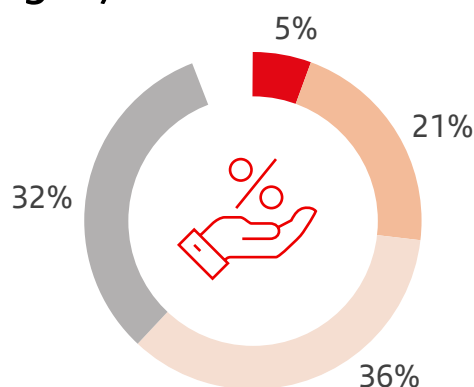
Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Największa różnica, w zależności od tego, czy ankietowani wychowują dzieci, dotyczy całkowitego braku nadprogramowych finansów – gospodarstwa bez małych dzieci, deklarowały taką odpowiedź dwukrotnie częściej (18 proc. wobec 9 proc. u rodziców). Z kolei osoby z dziećmi częściej dysponują poduszką finansową na okres

od sześciu do dwunastu miesięcy (16 proc. vs 10 proc.). W przypadku oszczędności, które pozwalają na przetrwanie powyżej roku, obie grupy prezentują zbliżony poziom stabilności (11-13 proc.).

Czy sezonowe wydatki (święta, remont, wakacje) *powodują u Pana/Pani wzrost zadłużenia?* (zaciąganie nowych zobowiązań lub zwiększanie salda długu?)

- Tak, często
- Tak, sporadycznie
- Nie, nigdy
- Nie mam żadnych zobowiązań finansowych/kredytów/pożyczek



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Dla większości Polaków wzmożone koszty w sezonie wiosennym nie wiążą się z koniecznością pożyczania pieniędzy. Co trzeci badany (36 proc.) wskazuje, że wydatki te nigdy nie zmuszają go do dodatkowych zobowiązań finansowych, a kolejne 32 proc. nie posiada obecnie żadnych

kredytów czy pożyczek. Sytuacja zwiększenia zadłużenia z powodu wiosennych kosztów dotyczy łącznie 26 proc – w tym 5 proc. przyznaje, że to dla nich częsta praktyka, a dla 21 proc. – sporadyczna.

Czy sezonowe wydatki (święta, remont, wakacje) powodują u Pana/Pani wzrost zadłużenia? (zaciąganie nowych zobowiązań lub zwiększanie salda długu?)	Kobieta	
		
Tak, często	5%	6%
Tak, sporadycznie	23%	20%
Nie, nigdy	39%	32%
Nie mam żadnych zobowiązań finansowych/kredytów/pożyczek	28%	36%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Kobiety wykazują większą dyscyplinę w ochronie obecnego salda zadłużenia, ponieważ 39 proc. z nich deklaruje, że sezonowe wydatki nigdy nie powodują u nich wzrostu długu (u mężczyzn ten odsetek wynosi 32 proc.). Z kolei panowie

częściej funkcjonują całkowicie bez żadnych kredytów czy pożyczek – taką odpowiedź wskazało 36 proc. z nich wobec 28 proc. kobiet.

Czy sezonowe wydatki (święta, remont, wakacje) powodują u Pana/Pani wzrost zadłużenia? (zaciąganie nowych zobowiązań lub zwiększanie salda długu?)					
	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Tak, często	7%	4%	6%	12%	1%
Tak, sporadycznie	18%	26%	25%	20%	18%
Nie, nigdy	40%	28%	36%	29%	41%
Nie mam żadnych zobowiązań finansowych/kredytów/pożyczek	30%	37%	22%	30%	36%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Największą skłonność do częstego zwiększania długu wykazują osoby w wieku 50-59 lat – deklaruje to aż 12 proc. z nich, co jest wynikiem znacznie wyższym niż w pozostałych grupach (1-7 proc.). Z kolei osoby w wieku od 30 do 49 lat najczęściej na tle innych zadłużają się sporadycznie (25-26 proc.). Największą dyscyplinę w ochronie budżetu wykazują seniorzy oraz najmłodsi

(18-29 lat), u których ok. 40-41 proc. badanych deklaruje, że sezonowe koszty nigdy nie podnoszą ich salda długu. W grupie 30-39 lat występuje wyraźny rozdziewiek: z jednej strony najwięcej osób twierdzi, że w ogóle nie posiada kredytów (37 proc.), ale jednocześnie najmniej badanych (28 proc.) deklaruje, że potrafi przejść przez sezon bez zwiększania obecnego zadłużenia.



Czy sezonowe wydatki (święta, remont, wakacje) *powodują u Pana/Pani wzrost zadłużenia?* (zaciąganie nowych zobowiązań lub zwiększanie salda długu?)

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Tak, często	4%	10%	4%	3%
 Tak, sporadycznie	25%	21%	19%	16%
 Nie, nigdy	21%	47%	44%	43%
 Nie mam żadnych zobowiązań finansowych/kredytów/pożyczek	41%	19%	27%	32%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Mieszkańcy wsi wyróżniają się tym, że najczęściej, na tle innych grup, deklarują całkowity brak jakichkolwiek kredytów i pożyczek (41 proc.). W miastach do 50 tys. mieszkańców sytuacja jest najbardziej skrajna: z jednej strony grupa ta najliczniej deklaruje, że sezonowe koszty nigdy nie podnoszą ich długu (47 proc.), z drugiej – to tutaj najczęściej dochodzi do regularnego zadłużania się (10 proc. wskazań

„tak, często”). Jest to także grono o najniższym odsetku osób całkowicie wolnych od zobowiązań finansowych (19 proc.). Z kolei osoby z dużych aglomeracji wykazują największą stabilność – najrzadziej ze wszystkich grup (zaledwie 3 proc.) przyznają, że sezonowe wydatki często zmuszają ich do zwiększania długu.

Czy sezonowe wydatki (święta, remont, wakacje) *powodują u Pana/Pani wzrost zadłużenia?* (zaciąganie nowych zobowiązań lub zwiększanie salda długu?)

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Tak, często	7%	1%	9%
Tak, sporadycznie	13%	32%	23%
Nie, nigdy	47%	28%	16%
Nie mam żadnych zobowiązań finansowych/kredytów/pożyczek	32%	27%	42%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Osoby w dobrej sytuacji materialnej najskuteczniej chronią swój budżet – aż 47 proc. z nich deklaruje, że sezonowe koszty nigdy nie podnoszą ich zadłużenia. Z kolei respondenci o średnich dochodach najczęściej przyznają, że zadłużają się pod wpływem sezonu sporadycznie (32 proc. wobec 13 proc. osób zamożnych). Największy kontrast występuje w grupie o złej kondycji finansowej: z jednej strony to tutaj

najwięcej osób deklaruje całkowity brak kredytów (42 proc.), ale jednocześnie najmniej badanych potrafi przejść przez sezon bez powiększania długu (zaledwie 16 proc. wskazań „nigdy”). Osoby te najczęściej też przyznają, że sezonowe wydatki często (9 proc.) zmuszają je do zaciągania nowych zobowiązań.

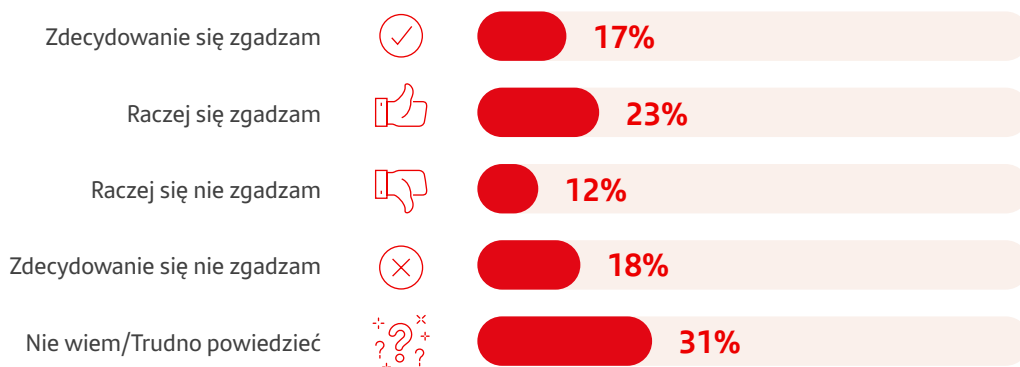
Czy sezonowe wydatki (święta, remont, wakacje) powodują u Pana/Pani wzrost zadłużenia? (zaciąganie nowych zobowiązań lub zwiększanie salda długu?)	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym  Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym	
Tak, często	4%	7%
Tak, sporadycznie	15%	32%
Nie, nigdy	36%	35%
Nie mam żadnych zobowiązań finansowych/kredytów/pożyczek	38%	23%

Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Rodzice ponad dwukrotnie częściej niż osoby bez dzieci przyznają, że sezonowe wydatki powodują u nich sporadyczny wzrost zadłużenia (32 proc. vs 15 proc.).

Z kolei osoby bez małoletnich pod dachem znacznie częściej deklarują całkowity brak jakichkolwiek kredytów czy pożyczek (38 proc. wobec 23 proc. u rodziców).

Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem: *Wolę brać osobny kredyt/raty na konkretny cel, niż mieć stałe zadłużenie (np. limit na karcie kredytowej)?*



Jeśli jednak Polacy mieliby wesprzeć swoje finanse kredytem, aż 40 proc. z nich z nich wolałoby pożyczać każdorazowo odpowiednią ilość gotówki na konkretny

cel, zamiast posiadać stały limit np. na karcie kredytowej. 30 proc. ankietowanych nie zgadza się z tym podejściem, natomiast 31 proc. nie ma zdania.

**Czy zgadza się Pan/i z twierdzeniem:
 Wolę brać osobny kredyt/raty na konkretny
 cel, niż mieć stałe zadłużenie (np. limit
 na karcie kredytowej)**



18-29



30-39



40-49



50-59



60+

Zdecydowanie się zgadzam	20%	13%	25%	22%	12%
Raczej się zgadzam	22%	29%	24%	22%	20%
Raczej się nie zgadzam	22%	11%	9%	11%	10%
Zdecydowanie się nie zgadzam	15%	30%	10%	11%	19%
Nie wiem/Trudno powiedzieć	21%	17%	32%	33%	40%

Takie podejście najmocniej zakorzenione jest w grupie czterdziestolatków (49 proc.) w przeciwieństwie do

seniorów, wśród których tężcznie jedynie 32 proc. zgadza się z tym stwierdzeniem.



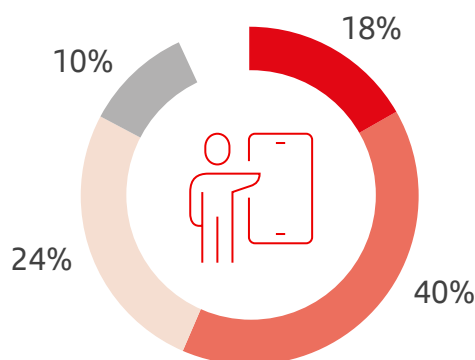
Sezonowe koszty okiem Polaka



Lato to wyjątkowy czas w roku – piękna pogoda sprzyja częstszym wyjazdom, spacerom czy spotkaniom z bliskimi i znajomymi, przez co naturalnie pojawia się więcej okazji do wydawania pieniędzy.

Czy w okresie wakacyjnym pozwala Pan/Pani sobie na większe wydatki „dla przyjemności” niż w pozostałej części roku?

- Zdecydowanie tak
- Raczej tak
- Raczej nie
- Zdecydowanie nie



Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Okres letni wyraźnie rozluźnia naszą dyscyplinę w portfelu. Wyniki ankiety pokazują, że aż 58 proc. Polaków chętniej pozwala sobie w czasie wakacji na większe wydatki „dla przyjemności” niż w innych miesiącach roku (z czego

18 proc. ma w tej sprawie absolutną pewność). Z kolei 34 proc. osób twardo trzyma się swoich standardowych zasad i nie ulega letnim pokusom.

Czy w okresie wakacyjnym pozwala Pan/Pani sobie na większe wydatki „dla przyjemności” niż w pozostałej części roku?	 Kobieta	 Mężczyzna
Zdecydowanie tak	20%	16%
Raczej tak	39%	40%
Raczej nie	23%	25%
Zdecydowanie nie	9%	11%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	9%	8%

Taką postawę deklaruje 59 proc. kobiet oraz 56 proc. mężczyzn. Panie nieco częściej wybierają opcję „zdecydowanie tak” (20 proc. wobec 16 proc. u panów).

Z kolei 32 proc. respondentek i 36 proc. respondentów nie zwiększa swoich budżetów na ten cel w sezonie urlopowym.

Czy w okresie wakacyjnym pozwala Pan/Pani sobie na większe wydatki „dla przyjemności” niż w pozostałej części roku?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Zdecydowanie tak	17%	25%	20%	19%	13%
Raczej tak	42%	26%	41%	49%	41%
Raczej nie	21%	30%	17%	22%	26%
Zdecydowanie nie	10%	9%	10%	2%	15%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	10%	10%	12%	8%	5%

Wakacyjny budżet na przyjemności najchętniej powiększają osoby w wieku 50-59 lat. Aż 68 proc. z nich planuje takie wydatki. Największą ostrożność finansową widać u seniorów. Dodatkowych kosztów unika 41 proc. osób powyżej

60. roku życia. Ciekawie wypadają trzydziestolatkowie. Choć najczęściej ze wszystkich wybierają odpowiedź „zdecydowanie tak” (25 proc.), to łącznie rzadziej pozwalają sobie na wakacyjny luz finansowy niż inne grupy wiekowe.



Czy w okresie wakacyjnym pozwala Pan/Pani sobie na większe wydatki „dla przyjemności” niż w pozostałej części roku?

	Wieś	Małe miasto do 50 tys. mieszkańców	Średnie miasto 50 – 250 tys. mieszkańców	Duże miasta 250 tys.+
 Zdecydowanie tak	11%	27%	21%	19%
 Raczej tak	38%	40%	43%	38%
 Raczej nie	29%	17%	16%	30%
 Zdecydowanie nie	11%	10%	14%	5%
 Nie wiem/ Trudno powiedzieć	11%	7%	7%	8%

Mieszkańcy małych miast najchętniej zwiększają wakacyjne budżety na przyjemności. Taki krok planuje aż 67 proc. z nich. Niewiele rzadziej ekstra koszty akceptują osoby ze średnich miejscowości (64 proc.). Z kolei największą ostrożność finansową zachowują ludzie na

wsiach. Zaledwie 49 proc. z nich zgadza się na urlopowe zachcianki, a aż 40 proc. całkowicie unika dodatkowych wydatków. W dużych aglomeracjach na wakacyjny luz pozwala sobie 57 proc. osób.

Czy w okresie wakacyjnym pozwala Pan/Pani sobie na większe wydatki „dla przyjemności” niż w pozostałej części roku?

Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową?

	 Dobrze	 Ani dobrze, ani źle	 Źle
Zdecydowanie tak	25%	14%	5%
Raczej tak	40%	42%	34%
Raczej nie	23%	20%	34%
Zdecydowanie nie	7%	11%	21%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	6%	13%	7%

Zasobność portfela bezpośrednio wpływa na wakacyjne wydatki. Osoby z dobrą sytuacją finansową najczęściej pozwalają sobie na urlopowe przyjemności. Na taki krok decyduje się 65 proc. z nich. Im gorzej ludzie oceniają

swój domowy budżet, tym rzadziej zgadzają się na ekstra koszty. W grupie o złej sytuacji materialnej tylko 39 proc. akceptuje dodatkowe wydatki, a aż 55 proc. całkowicie unika finansowego luzu w tym okresie.

Czy w okresie wakacyjnym pozwala Pan/Pani sobie na większe wydatki „dla przyjemności” niż w pozostałej części roku?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Zdecydowanie tak	17%	19%
Raczej tak	38%	42%
Raczej nie	26%	20%
Zdecydowanie nie	10%	9%
Nie wiem/ Trudno powiedzieć	8%	9%

Obecność dzieci w domu zachęca do poluzowania wakacyjnego budżetu. Rodzice częściej pozwalają sobie na dodatkowe wydatki dla przyjemności. Taką chęć wyraża

61 proc. osób z niepełnoletnimi dziećmi, a u pozostałych ten wskaźnik wynosi 55 proc.

Które z tych wydatków *najbardziej rosną* u Pana/Pani latem?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Latem nasze koszty rosną przede wszystkim z powodu spotkań towarzyskich (36 proc.). Na kolejnym miejscu pojawiają się opłaty za transport i paliwo, które wynikają z częstszych wyjazdów (32 proc.). Co czwarty badany przeznacza w tym czasie więcej na sezonowe zakupy, np. letnią odzież czy sprzęt (25 proc.), jedzenie na mieście (24 proc.) oraz bilety wstępu na koncerty, festiwale czy do

parków wodnych (23 proc.). Dla 17 proc. ankietowanych ta pora roku oznacza podwyżki, które wynikają z prac domowych i remontów. Najmniej odpowiedzi respondentów uzyskały zajęcia i opieka nad dziećmi, np. w formie pólkolonii (6 proc.). Jednocześnie 15 proc. odpowiedziało, że ich budżety „na przyjemności” nie zwiększają się latem.

Które z tych wydatków najbardziej rosną u Pana/Pani latem?	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60+
Spotkania towarzyskie (np. grill, przyjęcie w ogrodzie/na działce)	37%	43%	28%	43%	34%
Transport i paliwo (częstsze wyjazdy)	22%	30%	32%	29%	38%
Jedzenie na mieście	33%	30%	20%	29%	17%
Bilety wstępu i atrakcje (np. koncerty, festiwale, aquaparki)	28%	29%	25%	21%	17%
Zajęcia i opieka nad dziećmi (np. pólkolonie)	3%	9%	14%	3%	3%
Remonty i prace domowe	11%	17%	18%	23%	15%
Zakupy sezonowe (ubrania, sprzęt)	17%	32%	31%	25%	19%
Żadne – moje wydatki nie rosną latem	10%	12%	11%	3%	26%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Osoby po 60. roku życia najczęściej spośród wszystkich badanych deklarują, że ich sezonowe wydatki nie rosną (26 proc.). Jeśli jednak sięgają głębiej do portfela, to głównie z powodu transportu i paliwa (38 proc.), a nie jedzenia na mieście, które wybiera zaledwie 17 proc. tej grupy. Inaczej wygląda to u najmłodszych w wieku 18-29 lat. Dla nich najmniej odczuwalne są koszty przejazdów (22 proc.),

za to aż co trzeci z nich wydaje więcej na restauracje. Największymi entuzjastami spotkań towarzyskich, takich jak grille czy przyjęcia w ogrodzie, są natomiast trzydziesto- oraz pięćdziesięciolatekowie. W obu tych grupach wzrost kosztów w tym obszarze deklaruje aż po 43 proc. respondentów.

Które z tych wydatków najbardziej rosną u Pana/Pani latem?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Spotkania towarzyskie (np. grill, przyjęcie w ogrodzie/na działce)	35%	39%
Transport i paliwo (częstsze wyjazdy)	30%	35%
Jedzenie na mieście	22%	26%
Bilety wstępu i atrakcje (np. koncerty, festiwale, aquaparki)	17%	32%
Zajęcia i opieka nad dziećmi (np. pólkolonie)	1%	16%
Remonty i prace domowe	14%	22%
Zakupy sezonowe (ubrania, sprzęt)	22%	30%
Żadne – moje wydatki nie rosną latem	20%	7%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Nie wiem/Trudno powiedzieć” oraz „Inne”.

Obecność dzieci w domu wyraźnie zmienia letni budżet. Zaledwie 7 proc. rodziców twierdzi, że ich wydatki w wakacje nie rosną. Dla porównania, wśród osób bez małych dzieci na utrzymaniu ten odsetek wynosi 20 proc.

Rodziny z małoletnimi znacznie silniej odczuwają koszty w niemal każdej kategorii. Największą przepaść widać w przypadku biletów wstępu i rozrywek, takich jak aquaparki (32 proc. vs 17 proc.).

Ile dodatkowych środków (ponad standardowy miesięczny budżet) przeznaczają Pan/Pani *latem na rozrywkę i aktywności*?



Odpowiadali wyłącznie respondenci, którzy zadeklarowali zwiększenie wydatków w sezonie letnim. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Kwoty, które Polacy dokładają do swoich standardowych portfeli na letnią rozrywkę, najczęściej nie przekraczają 500 zł miesięcznie (31 proc.). 28 proc. przeznaczają na ten

cel od 501 do 1000 zł. Wyższe sumy, w przedziale od 1001 do 2000 zł, deklaruje 14 proc. respondentów, a powyżej 2000 zł w skali miesiąca wydaje jedynie 9 proc.

Ile dodatkowych środków (ponad standardowy miesięczny budżet) przeznaczają Pan/Pani latem na rozrywkę i aktywności?	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
Do 500 zł miesięcznie	36%	31%	30%	29%	31%
501 – 1 000 zł	33%	21%	29%	29%	29%
1 001 – 2 000 zł	12%	20%	12%	14%	12%
Powyżej 2 000 zł	10%	9%	9%	11%	8%

Odpowiadali wyłącznie respondenci, którzy zadeklarowali zwiększenie wydatków w sezonie letnim. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Trzydziestolatkowie najczęściej ze wszystkich grup przeznaczają na letnią rozrywkę wyższe kwoty (aż 20 proc. z nich wydaje od 1001 do 2000 zł). Z kolei najmłodszy

(18-29 lat) znacznie częściej trzymają się mniejszych budżetów – aż 69 proc. z nich zamyka się w kwocie do 1000 zł.



Ile dodatkowych środków (ponad standardowy miesięczny budżet) przeznacza Pan/Pani latem na rozrywkę i aktywności?	 Brak niepełnoletnich dzieci w gospodarstwie domowym	 Niepełnoletnie dziecko w gospodarstwie domowym
Do 500 zł miesięcznie	37%	24%
501 – 1 000 zł	31%	25%
1 001 – 2 000 zł	8%	22%
Powyżej 2 000 zł	4%	16%

Odpowiadali wyłącznie respondenci, którzy zadeklarowali zwiększenie wydatków w sezonie letnim. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Wychowywanie dzieci wyraźnie podnosi wysokość tych wydatków. Wśród rodziców aż 22 proc. przeznacza miesięcznie dodatkowe 1000 do 2000 zł, a 16 proc. z nich

powyżej 2000 zł. W grupie osób, które nie mają małoletnich na utrzymaniu, te same przedziały wskazało odpowiednio tylko 8 proc. i 4 proc. uczestników badania.



Zakończenie



Sezon wiosenno-letni to czas sporych wyzwań dla domowych budżetów. W tym okresie Polacy muszą sprostać wielu wydatkom – od organizacji urlopów po udział w rodzinnych uroczystościach. Sytuacji nie ułatwiają dość skromne rezerwy finansowe. Przeszło co czwarty respondent (26 proc.) posiada poduszkę finansową, która w razie utraty pracy wystarczy zaledwie na okres od jednego do trzech miesięcy.

Mimo to konsumenci starają się pokrywać większe koszty z własnych oszczędności i pilnują wydatków. Wyjazdy stanowią największe obciążenie dla 40 proc. osób. Z myślą o lecie, 35 proc. odkłada gotówkę z wyprzedzeniem. W przypadku urlopów Polacy szukają też tańszych alternatyw. Prawie co czwarty turysta (24 proc.) wybiera krótki wypoczynek jeszcze przed głównym sezonem, a dla 42 proc. z tej grupy główną motywacją są po prostu niższe ceny. Własne oszczędności posłużą również do sfinansowania wiosennych napraw i remontów (59 proc.). Prace wokół domu planuje w tym sezonie 17 proc. badanych, przy czym ponad jedna trzecia z nich (36 proc.) zamierza zamknąć się w kwocie do pięciu tysięcy złotych.

Sporym obciążeniem w cieplejszych miesiącach są także wesela i komunie. Kwota, która trafia do koperty, zależy przede wszystkim od bliskości relacji (47 proc.) oraz aktualnej sytuacji finansowej gościa (39 proc.). Dodatkowo 38 proc. osób zwiększyło sumę wkładaną do koperty, aby zrekompensować organizatorom wyższe koszty restauracyjnego „talerzyka”. Udział w takich wydarzeniach często wymaga wyrzeczeń. Aż 44 proc. uczestników badania tnie z tego powodu inne codzienne koszty, a połowa z nich wprost rezygnuje z zakupu nowej odzieży czy obuwia.

Mimo starannego planowania, wakacyjne miesiące bardzo często wystawiają dyscyplinę finansową na próbę. Aż 58 proc. Polaków przeznaczają latem więcej pieniędzy na rozrywkę i własne przyjemności. Na wzrost rachunków najbardziej wpływają częste spotkania przy grillu i wyjścia towarzyskie, co wprost dostrzega 36 proc. ankietowanych. Chęć beztrudnego odpoczynku sprawia, że u 31 proc. badanych letni budżet na dodatkowe atrakcje rośnie o kwotę do 500 zł miesięcznie. Gdy domowe środki nie wystarczają na pokrycie wszystkich pomysłów, część osób szuka wsparcia w banku. W takich sytuacjach po szybki kredyt sięga łącznie 26 proc. klientów.



Informacja o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku metodą telefonicznych, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI), przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w dniach 27 lutego – 5 marca 2026 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba $n = 1000$.

Santander Consumer Bank – jest jednym z liderów rynku consumer finance w Polsce. Oferuje klientom szeroki zakres produktów obejmujący kredyty gotówkowe, kredyty ratalne, kredyt celowy, karty kredytowe oraz lokaty i rachunek oszczędnościowy. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów oraz sklepy i punkty usługowe.

Więcej na www.santanderconsumer.pl