

Polaków Portfel Własny

czas oszczędzania



Spis treści

03

Wstęp

**Sytuacja finansowa
Polaków**

05

Rozdział I.

**Budżet polskich domów
– działania**

12

Rozdział II.

**Zachowania
konsumpcyjne**

16

Rozdział III.

25

Zakończenie
Informacje o badaniu

Wstęp

Aktualna sytuacja gospodarcza sprawia, że Polaków ogarnia niepewność jutra. Dotknął nas splot niekorzystnych zdarzeń. Wszyscy odczuwamy skutki wojny w Ukrainie i wzrost cen energii. Przedsiębiorcy dodatkowo zmagają się z trudną sytuacją, jaka zastała wielu z nich z powodu zakończenia pomocy płynącej z rządowych tarcz i hamującego popytu ze strony klientów. Spowalniająca konsumpcja jednak nie dziwi. W aktualnym klimacie gospodarczym coraz więcej z nas obawia się o swoją stabilność finansową. Jak donosi Coface w raporcie na temat niewypłacalności przedsiębiorstw w Polsce w 2022 roku, ich liczba wzrosła w tym czasie aż o 30 proc. Największy skok zanotował transport (+105 proc.). Ponadto można zaobserwować wzrost w granicach 40 proc. w handlu, budownictwie i usługach. Te dane przekładają się na odczucia Polaków. Według badania Randstad Polska „Workmonitor 2023”, aż 55 proc. ankietowanych obawia się, że bieżąca sytuacja ekonomiczna negatywnie odbije się na stabilności ich zatrudnienia.

Obserwując zmieniające się nastroje w społeczeństwie, postanowiliśmy zapytać Polaków, jak obecny klimat gospodarczy wpływa na ich zachowania finansowe. W ten sposób powstał raport „Polaków Portfel Własny: czas oszczędzania”, w którym staraliśmy się odpowiedzieć na pytanie, co robimy, aby poradzić sobie z niepewną przyszłością.

W pierwszym rozdziale opisujemy, w jaki sposób Polacy aktualnie oceniają swoją sytuację finansową i porównujemy zebrane dane z wynikami z I kwartału 2022 r. z badania „Polaków Portfel Własny: wiosenne wyzwania 2022”. Piszemy również o tym, jakie podwyżki usług i produktów najbardziej dają się nam we znaki. Poruszamy także kwestię odkładania pieniędzy i oszczędzania na jesień życia.

Druga część raportu została poświęcona aktywności zawodowej Polaków w związku z pogarszającą się sytuacją ekonomiczną. W tym rozdziale nie ograniczamy się jednak jedynie do pracy. Naszych ankietowanych zapytaliśmy również o to, czy podjęli jakiegokolwiek inne aktywności w celu poprawy swojego budżetu domowego np. poprzez ograniczenie wydatków na rozrywkę czy otwarcie lokat.



Na sam koniec zostawiliśmy temat zmieniających się zachowań konsumpcyjnych. W tej części dowiedzie się między innymi czy badani musieli zrezygnować z zakupu konkretnych usług lub produktów w związku z wyższymi kosztami życia. Odpowiemy również na pytania, czy Polacy planują w tym roku większe wydatki i ilu z nas w przeszłości wspierało się rozwiązaniami bankowymi.

Zachęcamy do lektury,

Zespół Santander Consumer Banku

Kluczowe dane z raportu:

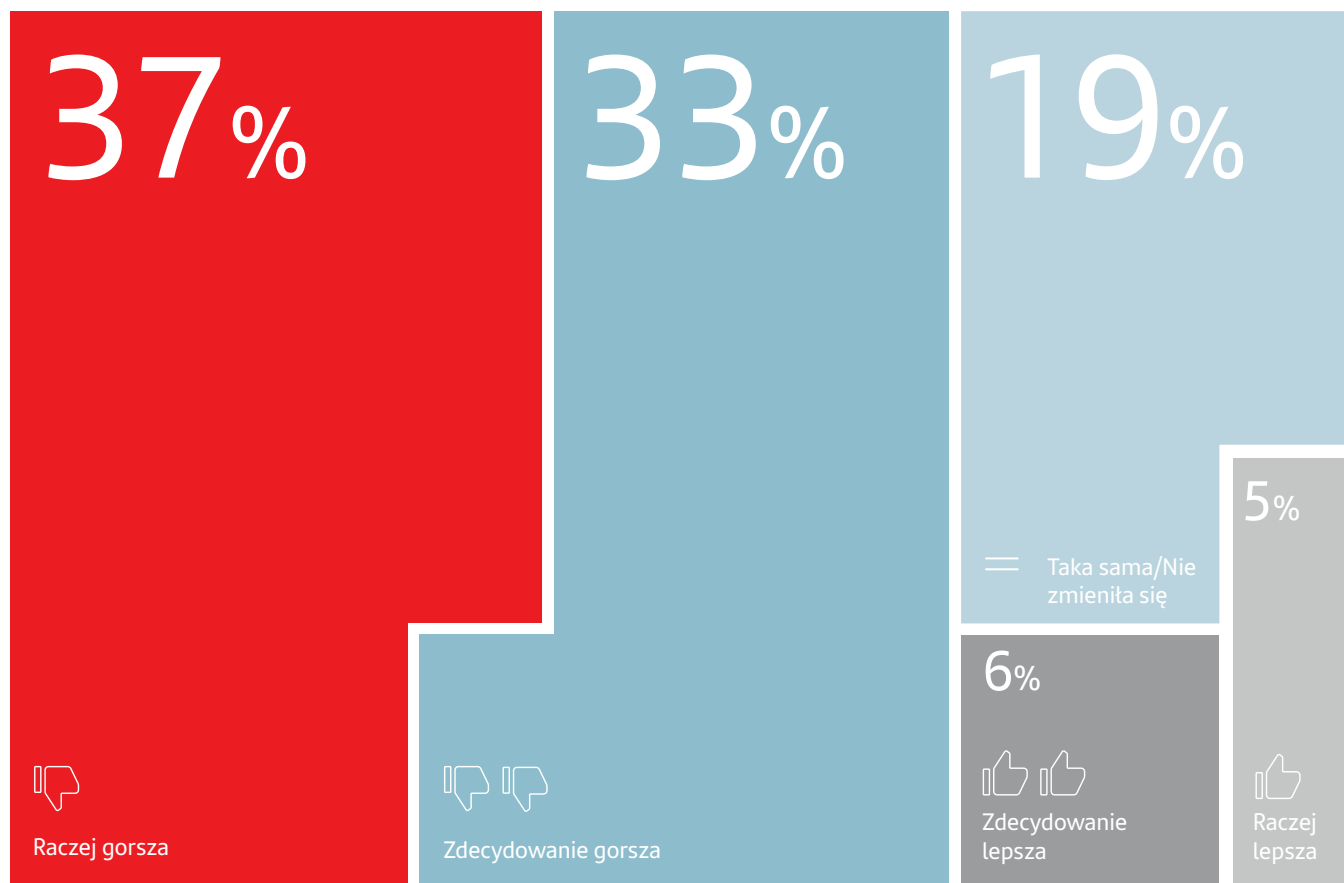


Sytuacja finansowa Polaków

Nasza obecna kondycja finansowa nie napawa optymizmem. W badaniu przeprowadzonym na rzecz tego raportu ok. 70 proc. Polaków określiło swoją aktualną sytuację finansową jako gorszą niż przed rokiem. W tej grupie nieco więcej było kobiet (73 proc. w porównaniu do 65 proc. mężczyzn). Żle o aktualnym stanie swojego portfela wypowiadali się głównie 40-latkowie (88 proc.) i osoby przed 30 rokiem życia (81 proc.). Ponadto narzekało na niego więcej badanych z małych ośrodków (74 proc. mieszkańców wsi w porównaniu do 59 proc. respondentów z metropolii) oraz z dochodami poniżej 3 000 zł netto. Pocieszające jest to, że co piąty ankietowany przyznał, że jego sytuacja finansowa w stosunku do tej sprzed roku nie zmieniła się (19 proc.). Jedynie niespełna 12 proc. uznało, że ich finanse są obecnie w lepszym stanie niż wcześniej.



Jak ocenia Pan/i swoją sytuację finansową w porównaniu do ubiegłego roku? Czy jest ona lepsza czy gorsza niż przed rokiem?

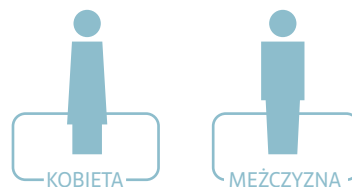


Jak to wygląda w porównaniu z wynikami z badania „Polaków Portfel Własny: wiosenne wyzwania 2022”, gdzie zadano ankietowanym takie samo pytanie? Można określić to jednym wyrażeniem: nie najlepiej. W I kwartale 2022 roku badani znacznie rzadziej odpowiadali, że ich sytuacja finansowa pogorszyła się w porównaniu z ubiegłym rokiem (50 proc. wskazań). Dodatkowo aż 35 proc. stwierdziło, że się nie zmieniła, a 15 proc. że się poprawiła. Można po tym wnioskować, że w relatywnie krótkim czasie budżet domowy wielu z nas znacznie się pogorszył.

Niezadowolenie ze stanu finansów wynika przede wszystkim z podwyżek cen produktów i usług. Najbardziej we znaki dają nam się oczywiście wyższe koszty żywności (84 proc. wskazań). Odczuwają to zwłaszcza kobiety (90 proc.). Na drugim miejscu według wskazań ankietowanych

znalazły się opłaty i rachunki (67 proc.). Częściej od pań wskazywali je z kolei mężczyźni (75 proc.). Trzecią pozycję zajęło paliwo (48 proc.), o którym również z większą częstotliwością wspominali panowie. Co trzeci ankietowany odpowiedział, że najbardziej odczuwalne są dla niego podwyżki leków i suplementów (29 proc.). W tej grupie przeważały kobiety (37 proc.). Podobny odsetek ogółu badanych wskazał prywatne wizyty lekarskie i badania (27 proc.). Co piąty Polak wspominał o ratach kredytów (22 proc.), gdzie dominowali panowie (25 proc.). Ponadto 12 proc. ankietowanych wskazało wycieczki turystyczne. Rzadziej respondenci mówili między innymi o odzieży i obuwiu czy o usługach remontowych (w obu przypadkach 9 proc. wskazań).

Podwyżki, których produktów/usług są dla Pana/i budżetu najbardziej odczuwalne?

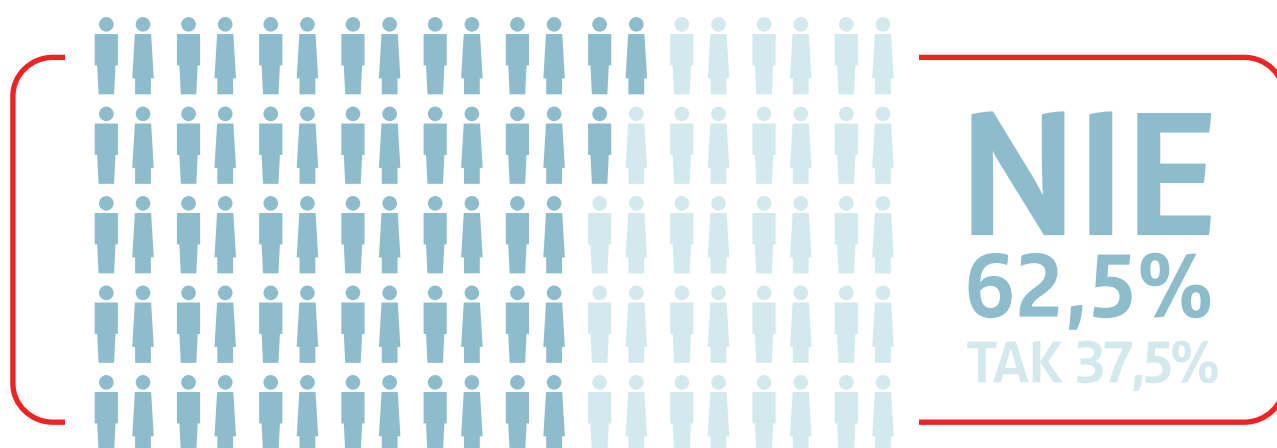


	KOBIETA	MĘŻCZYŻNA
Opłaty i rachunki/media domowe (prąd, gaz, ogrzewanie)	60%	75%
Najem pokoju/mieszkania/domu	6%	3%
Raty kredytów	19%	25%
Pobyty w hotelu/pensjonacie	1%	3%
Wycieczki turystyczne	16%	8%
Wizyty w restauracji/jedzenie na mieście	0,2%	10%
Kultura (wizyty w kinie, teatrze, koncerty itd.)	1%	6%
Wizyty u fryzjera/kosmetyczki	3%	6%
Usługi mechanika samochodowego	7%	9%
Prywatne wizyty lekarskie/badania	29%	25%
Odzież/obuwie	9%	10%
Żywność	90%	77%
Elektronika (laptopy, komputery, smartfony)	0%	2%
Meble	0%	0,4%
Zabawki/artykuły dziecięce	1%	0,3%
Paliwo	43%	54%
Kosmetyki i chemia gospodarcza	7%	11%
Leki/suplementy	37%	19%
Usługi remontowe/artykuły budowlane i dekoracyjne, ogrodowe	11%	8%
Komunikacja i usługi transportowe (bilety, taksówki, kurierzy)	4%	4%
Sprzęt AGD	0,2%	5%

Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.

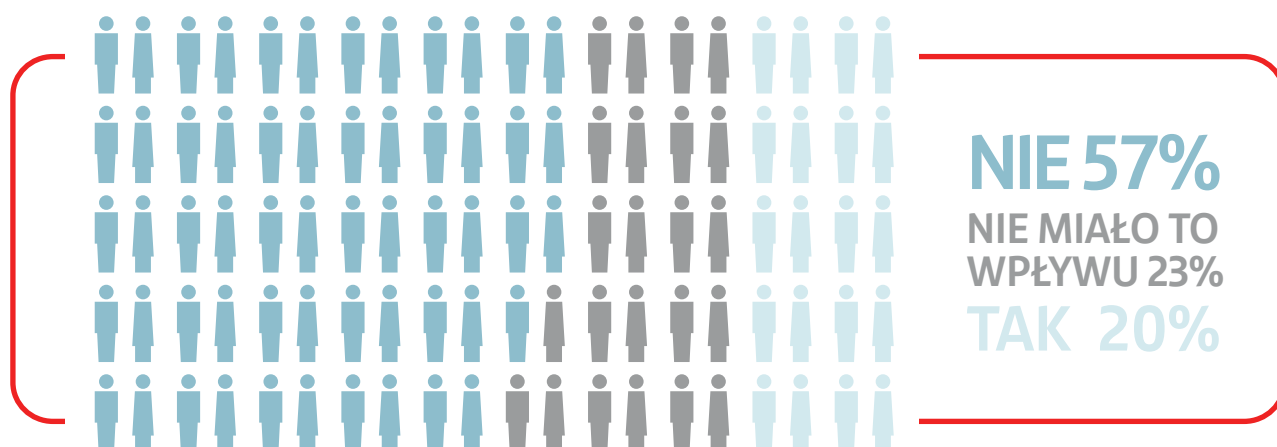
Jak zarządzamy pieniędzmi w czasach rosnących cen? Z zebranych przez nas danych wynika, że nie najlepiej. Tylko ok. 38 proc. Polaków przyznało, że regularnie np. co miesiąc odkłada określoną kwotę. Najłatwiej przychodzi to osobom z największymi dochodami – 82 proc. wskazań w grupie zarabiającej od 7 000 zł netto w górę oraz 54 proc. wśród ankietowanych z dochodem od 5 000 do 6 999 zł na rękę. Pod względem wieku mogą sobie na to pozwolić głównie 50-59 latkowie (62 proc.). Pieniądzy na czarną godzinę nie odkłada 62,5 proc. respondentów. Są to przeważnie 18-29 latkowie (81 proc.) i seniorzy powyżej 60 roku życia (78 proc.), a także osoby zarabiające mniej niż 3 000 zł netto.

Czy regularnie, np. co miesiąc **odkłada Pan/i jakąś kwotę pieniędzy?**



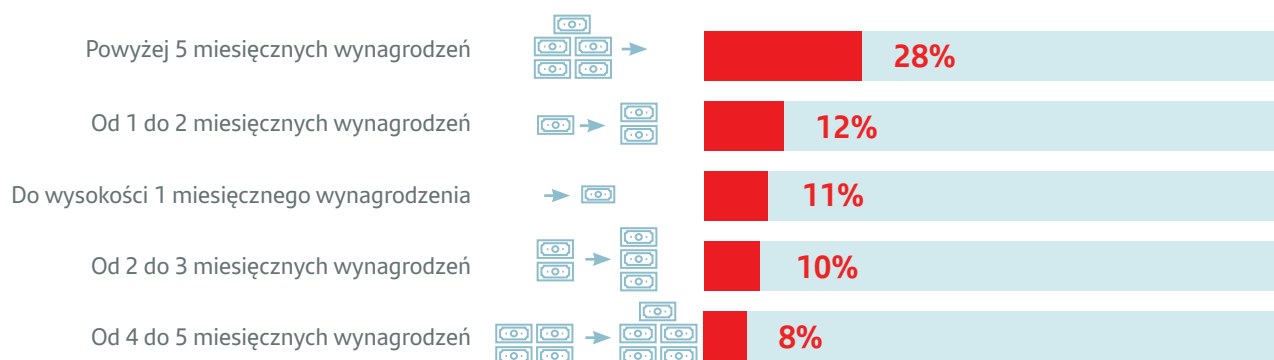
W związku z powyższymi wynikami nie dziwi więc, że większość ankietowanych nie zdecydowała się na odkładanie więcej pieniędzy w czasach inflacji. Na pytanie, czy z powodu rosnących kosztów życia, Polacy zaczęli oszczędzać z miesięcznego dochodu większe sumy niż wcześniej, aż 57 proc. ankietowanych odpowiedziało „nie”. Co czwarty stwierdził, że ta sytuacja nie miała wpływu na jego podejście do oszczędzania (23 proc.). Jednak co piąty odkłada więcej pieniędzy niż wcześniej (20 proc.).

Czy w związku z rosnącymi kosztami życia **zaczął/ęła Pan/i odkładać więcej pieniędzy z miesięcznego dochodu niż wcześniej?**



Ile wynoszą odłożone środki tych, którzy posiadają poduszkę finansową? Jak się okazuje, najczęściej powyżej 5 miesięcznych wynagrodzeń. Tę odpowiedź wybrał co czwarty Polak z tej grupy (28 proc.). Na kolejnym miejscu znalazły się jednak oszczędności w wysokości od 1 do 2 pensji (12 proc.). Niewiele większy odsetek ma odłożone 1 wynagrodzenie (11 proc.). Co dziesiąty respondent ma w pogotowiu od 2 do 3 pensji (10 proc.), a 8 proc. od 4 do 5.

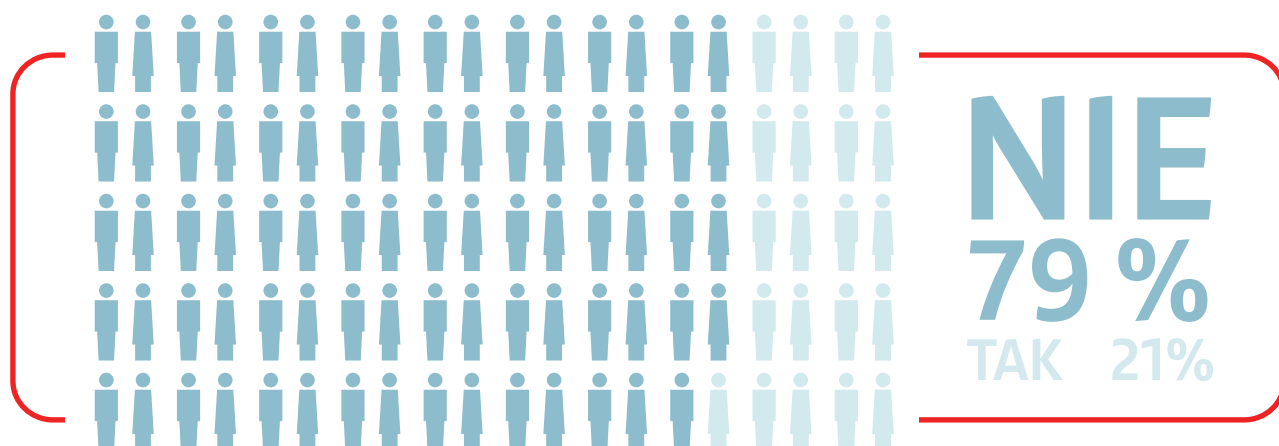
Proszę zastanowić się i powiedzieć, jakiej wysokości ma Pan/i odłożone środki?



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

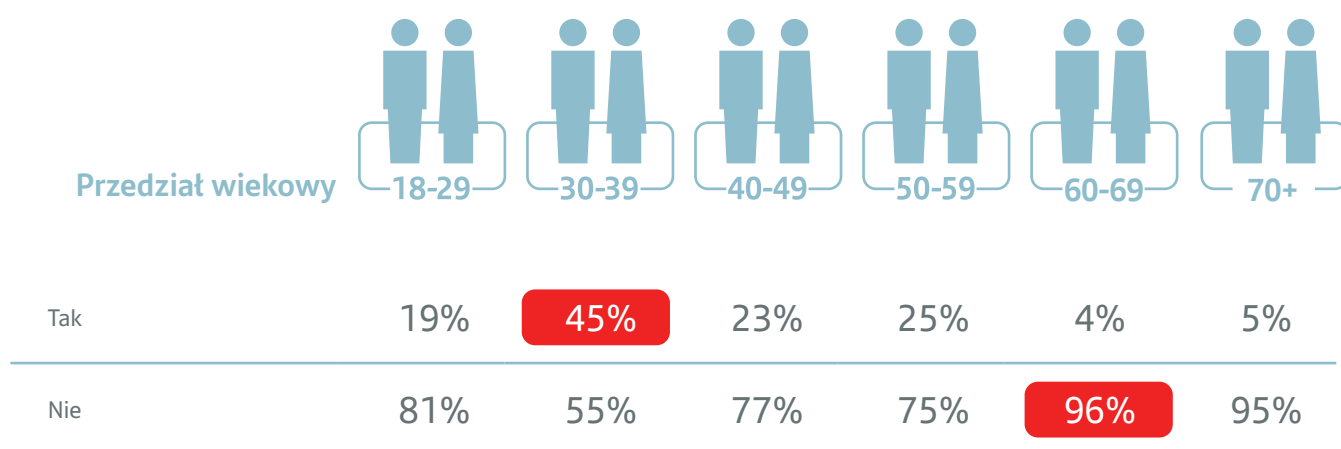
Wiemy już kto posiada poduszkę finansową. Co jednak z oszczędzaniem na jesień życia? Według prognoz ZUS przy niezmiennym wieku emerytalnym stopa zastąpienia, czyli stosunek wysokości przyszłej emerytury do ostatniego wynagrodzenia, może wynieść w 2060 r. jedynie 18,7 proc. Jest to zła wiadomość zwłaszcza dla pokolenia obecnych 30-latków, ale obawy mogą mieć również inne grupy wiekowe. Biorąc pod uwagę te niekorzystne prognozy, wydaje się więc oczywistym, że powinniśmy zadbać o zabezpieczenie swojej przyszłości. Czy jednak to robimy?

Czy oszczędza Pan/i na emeryturę poza obowiązującymi składkami?



Niestety wiele osób ogranicza się tylko do obowiązujących składek. Wśród 79 proc. Polaków, którzy nie odkładają pieniędzy na jesień życia, jest najwięcej 18-29 latków (81 proc.), co można zrozumieć tym, że spora część osób w tej grupie jeszcze nie zarabia, więc tym bardziej nie myśli co czeka ją na emeryturze. Trochę gorzej wygląda jednak sytuacja wśród dzisiejszych 40-49 i 50-59 latków, którzy zdecydowanie szybciej będą musieli zmierzyć się z rzeczywistością seniorów (kolejno 77 i 75 proc. na „nie”). Wśród oszczędzających poza obowiązkowymi składkami jest natomiast najwięcej 30-39 latków (45 proc.), czyli osób, które według prognoz ZUS będą otrzymywały świadczenia na poziomie 18,7 proc. ostatniego wynagrodzenia.

Czy oszczędza Pan/i na emeryturę poza obowiązującymi składkami?

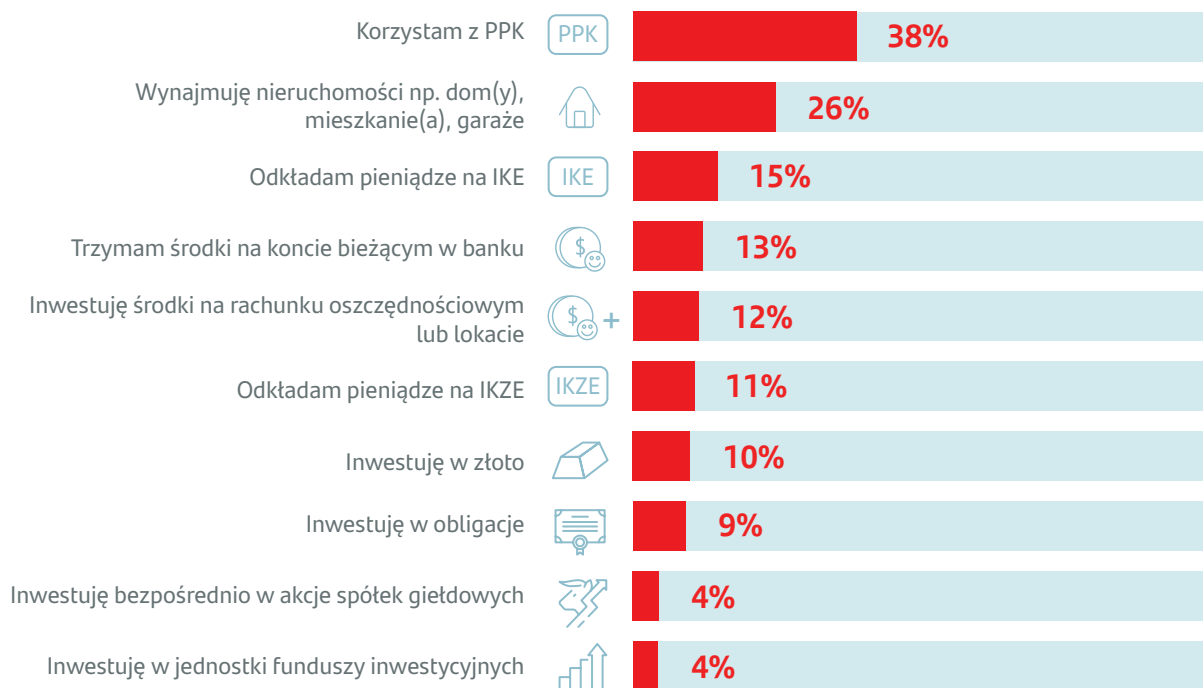


W zestawieniu z danymi z raportu specjalnego Santander Consumer Banku „Czy pandemia zmieniła podejście Polaków do świadomości finansowej?” z lipca 2021 r. wynika, że obecnie więcej 18-29 latków nie odkłada na emeryturę (81 proc. w porównaniu z 74 proc. dwa lata temu). Jednak 30-latkowie obecnie radzą sobie zdecydowanie lepiej. W 2021 r. dodatkowymi środkami na jesień życia nie przejmowało się aż 74 proc. z nich, aktualnie jest to 55 proc. Spadła też liczba 50-59 latków, którzy nie dbają o pieniądze na przyszłość, z 83 proc. do 75 proc. Sytuacja 40-latków pozostaje na podobnym poziomie. Dwa lata temu na jesień życia nie odkładano 75 proc., obecnie jest to 77 proc. Biorąc pod uwagę ogół ankietowanych, liczba osób, które nie oszczędzają wzrosła o 3 pkt procentowe względem lipca 2021 r.

W jaki sposób dodatkowo odkładają na emeryturę badani, którzy nie ograniczają się do obowiązujących składek? Najwięcej ankietowanych na rzecz raportu „Polaków Portfel Własny: czas oszczędzania” odpowiedziało, że korzysta z PPK (38 proc.). Co czwarty wynajmuje nieruchomości np. mieszkania, garaże czy domy (26 proc.). Na kolejnym miejscu znalazło się odkładanie pieniędzy na IKE (15 proc.). 13 proc. osób odpowiedziało, że trzyma środki na jesień życia na koncie bieżącym w banku. Niewiele mniejszy odsetek (12 proc.) przechowuje je na rachunku oszczędnościowym lub lokatach. Z kolei 11 proc. odkłada pieniądze na IKZE. Co dziesiąty inwestuje pieniądze w złoto (10 proc.), a co jedenasty w obligacje (9 proc.).



W jaki sposób oszczędza Pan/i na przyszłą emeryturę?



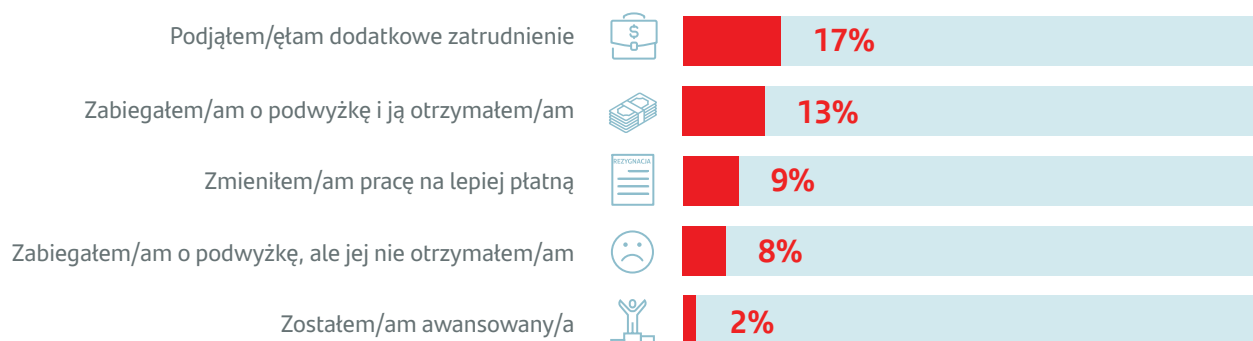
Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inne”.

Budżet polskich domów – działania



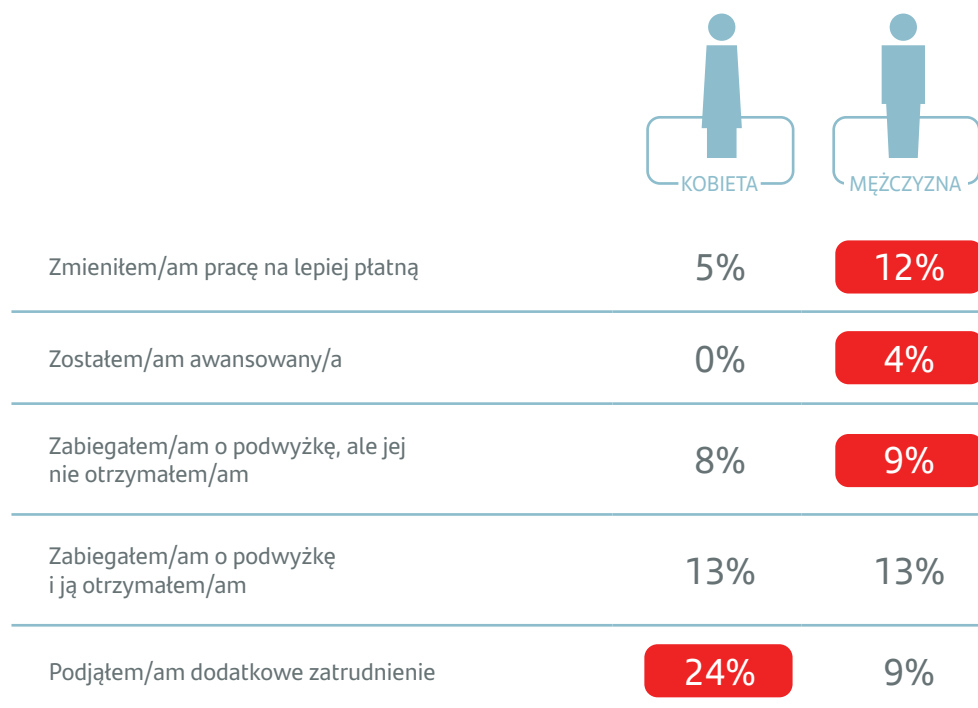
Poczucie bezpieczeństwa zawodowego Polaków nie jest na dobrym poziomie. Według badania Randstad Polska „Workmonitor 2023”, już co trzeci z nas obawia się utraty pracy (32 proc.). Natomiast 55 proc. boi się wpływu niepewności ekonomicznej na stabilność ich zatrudnienia. W jaki sposób działają Polacy, aby poprawić swoją obecną sytuację? Jak się okazuje, nie zasypiamy gruszek w popiele. W związku z rosnącymi kosztami życia już co szósty ankietowany zdecydował się na podjęcie dodatkowego zatrudnienia. Taką decyzję podjęły głównie kobiety (24 proc. w porównaniu do 9 proc. mężczyzn). Ponadto 13 proc. Polaków zabiegało o podwyżkę i udało się im ją otrzymać. Takie starania pojawiły się zarówno po stronie pań, jak i panów (w obu przypadkach po 13 proc. wskazań). Dodatkowo 9 proc. respondentów zdecydowało się zmienić pracę na lepiej płatną. W tej grupie znalazło się więcej mężczyzn (12 proc. w porównaniu do 5 proc. kobiet). W dalszej kolejności 8 proc. zabiegało o podwyżkę, ale jej nie otrzymało. To w niemal równym stopniu dotyczyło obu płci (8 proc. u pań i 9 u panów). Tylko 2 proc. respondentów udało się otrzymać awans.

Czy w związku z rosnącymi kosztami życia podjął/ęła Pan/i następujące kroki?



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

Czy w związku z rosnącymi kosztami życia podjął/ęła Pan/i następujące kroki?

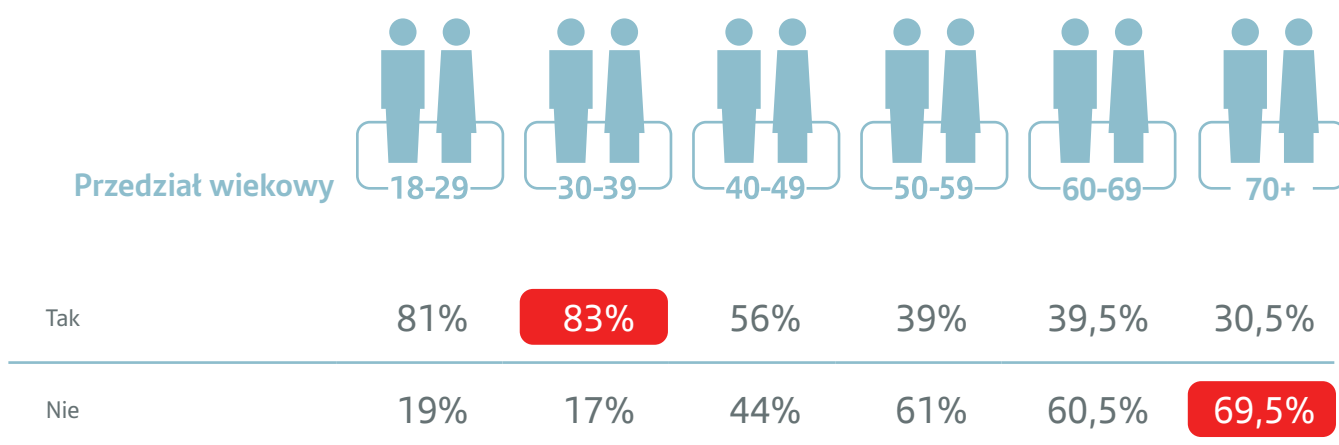


Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.
 Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Zmiany zawodowe to jednak nie jedyne działania, jakie obecnie podejmują Polacy w związku z rosnącymi kosztami utrzymania. Blisko 56 proc. ankietowanych próbuje poprawić stan swojego domowego budżetu. Wśród nich jest najwięcej ankietowanych przed 40-stką (kolejno 81 i 83 proc. wśród 18-29 latków i 30-39 latków). Poprawą finansów domowych zajmują się również mieszkańcy wsi (70 proc.) i metropolii (60 proc.) oraz – co może zaskoczyć – respondenci z największymi dochodami powyżej 7 000 zł netto w górę (71 proc.).

W kierunku poprawy swojego budżetu nie działa 44 proc. respondentów. Wśród nich jest najwięcej osób w wieku emerytalnym (ok. 70 proc. wśród 70-latków), tuż za nimi są natomiast 50-59 i 60-69 latkowie (w obu przypadkach po 61 proc.). Dodatkowych działań nie podejmują również mieszkańcy małych miast do 50 tys. mieszkańców (65 proc.) oraz osoby z dochodem od 3 000 do 3 999 zł netto miesięcznie (64 proc.).

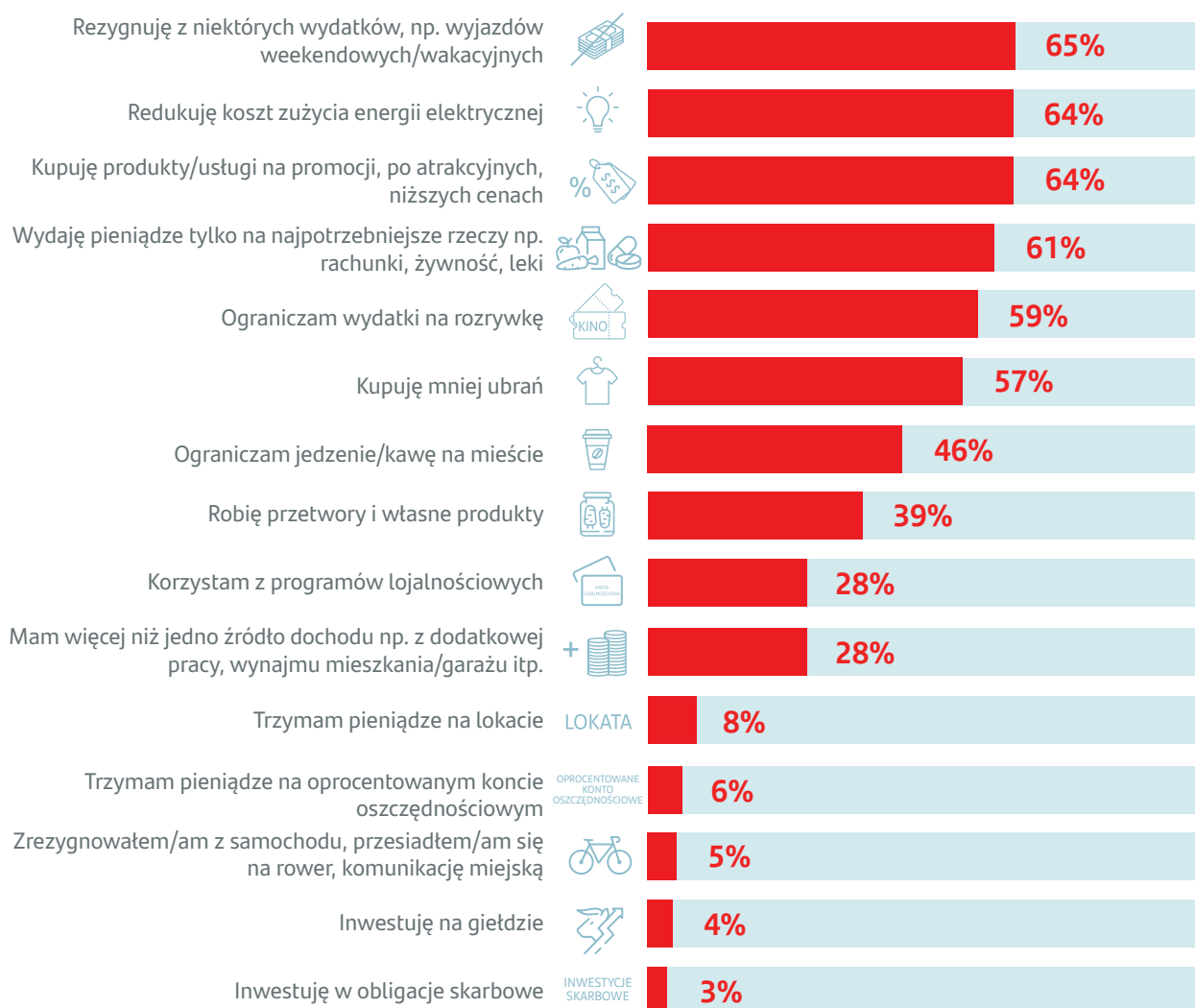
Czy obecnie podejmuje Pan/i jakiekolwiek działania w kierunku poprawy swojego budżetu domowego/sytuacji finansowej?



Co dokładnie robią Polacy, którzy działają w kierunku poprawy swojej sytuacji finansowej? Okazuje się, że najczęściej skupiają się na rezygnacji z niektórych wydatków np. wyjazdów weekendowych czy wakacyjnych (65 proc.). Tę strategię częściej stosują mężczyźni (71 proc. w porównaniu do 60 proc. kobiet). Nieco mniejszy odsetek (64 proc.) kupuje produkty i usługi na promocji oraz redukuje koszt zużycia energii elektrycznej. W nabywaniu towarów po atrakcyjnych cenach przodują panie (71 proc. w zestawieniu z 55 proc. panów) oraz 18-29 latkowie (82 proc.). Z kolei z redukcją zużycia energii najlepiej radzą sobie 40-49 latkowie (89 proc.). Na trzecim miejscu znalazło się wydawanie pieniędzy tylko na najpotrzebniejsze rzeczy np. żywność, rachunki i leki (61 proc.). Tę strategię obniżania wydatków również objęło najwięcej ankietowanych po 40 roku życia (87 proc.). Spora część osób decyduje się również na ograniczenie wydatków na rozrywkę (59 proc.).

Postępuje tak 61 proc. badanych w grupie kobiet i 56 proc. mężczyzn. Ponadto 57 proc. respondentów kupuje mniej ubrań, a 46 proc. ogranicza jedzenie czy kawę na mieście. Mniejsze zainteresowanie nową odzieżą to zdecydowanie domena pań (66 proc. w zestawieniu z 46 proc. panów). Z kolei ze stołowania się poza domem zrezygnowało najwięcej 18-29 latków (82 proc.). Co więcej, 39 proc. respondentów robi własne przetwory i inne produkty. Jest to głównie specjalność 60-69 i 70-79 latków (kolejno 67 i 70 proc.). W dalszej kolejności Polacy ratują się więcej niż jednym źródłem dochodu (28 proc.). Dotyczy to głównie osób przed 30-stką (50 proc. wskazań w tej grupie). Ten sam odsetek ogółu ankietowanych korzysta z programów lojalnościowych. Postępuje tak najwięcej 40-latków (55 proc.). Co trzynasty ankietowany trzyma pieniądze na lokacie (8 proc.), a 6 proc. na oprocentowanym koncie oszczędnościowym.

Jakie działania podejmuje Pan/i, w celu poprawy swojego budżetu domowego/sytuacji finansowej?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inne”.

Zachowania konsumpcyjne

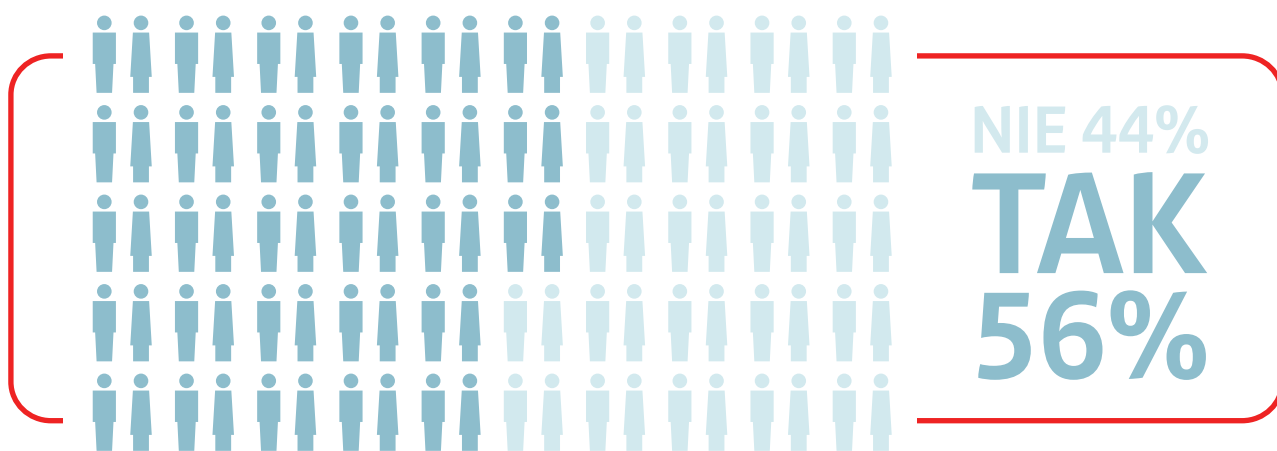


Inflacja nie odpuszcza. Według danych GUS ceny towarów i usług konsumpcyjnych w grudniu 2022 r. w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku podniosły się o 16,6 proc. Natomiast wzrost cen produktów i usług w całym 2022 r. w stosunku do roku poprzedniego wyniósł aż 14,4 proc. To jednak nie wszystko. Wstępne dane styczniowe pokazują skok tych kategorii o 17,2 proc. w porównaniu z analogicznym miesiącem 2022 r. W zestawieniu z grudniem ub. roku jest to wzrost o 2,4 proc.

Rosnące koszty produktów i usług sprawiają, że coraz więcej z nas musi – przynajmniej na jakiś czas - rezygnować z ich zakupu. Według naszego badania, taka sytuacja spotkała już 56 proc. Polaków. W tej grupie znalazło się najwięcej najmłodszych ankietowanych – aż 87 proc. 18-29 latków – oraz respondentów mieszkających na wsi (64 proc. wskazań). Ograniczać się nie musiało natomiast 44 proc. badanych. Co ciekawe, wśród nich przeważali seniorzy, którzy ukończyli 70 lat (78 proc.), co może być jednak spowodowane tym, że osoby w tym wieku wykazują się mniejszą aktywnością i chęcią wydawania pieniędzy np. na zachcianki. Wstrzemięźliwości zakupowej nie okazywali także respondenci ze średnich miast od 50 do 250 tys. mieszkańców (66 proc.).



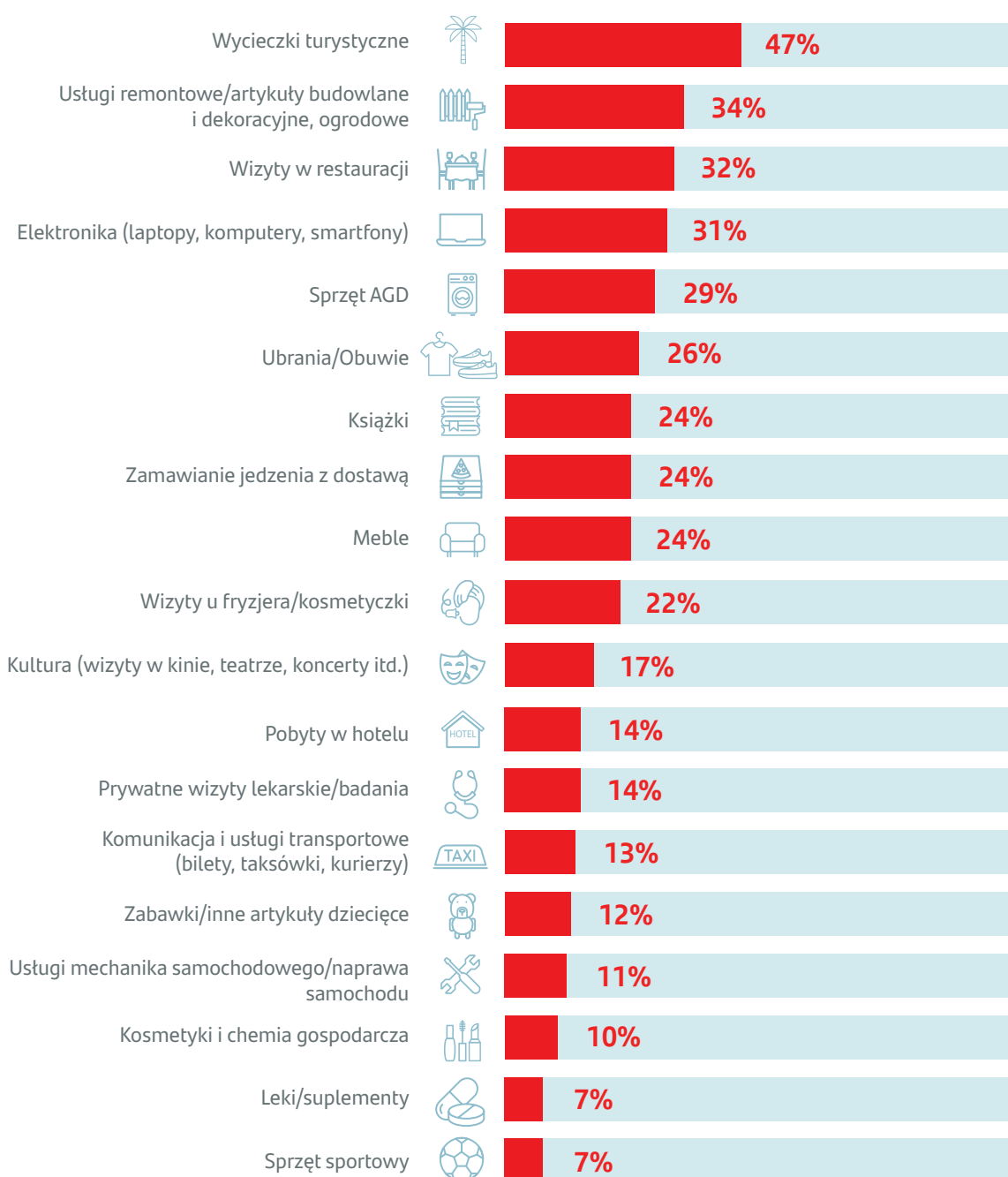
Czy rosnące ceny, zmusiły Pana/ią do rezygnacji z zakupu produktów/usług, które chciał/a Pan/i zakupić?



Z jakich zakupów musieli rezygnować Polacy w związku z rosnącymi cenami? Jak się okazuje, głównie z wycieczek turystycznych (47 proc.). W tej grupie znalazło się najwięcej kobiet (61 proc. w porównaniu do 33 proc. mężczyzn) oraz osób z najmłodszych grup wiekowych (69 proc. wśród 18-29 latków i 30-39 latków). W dalszej kolejności rezygnowaliśmy z usług remontowych oraz artykułów budowlanych, dekoracyjnych czy ogrodowych (34 proc. wskazań). Tutaj również przeważały panie (42 proc. w porównaniu do 24 proc. panów). Na kolejnym miejscu znalazły się wizyty w restauracji (32 proc.). Z nich najczęściej rezygnowali najmłodsi ankietowani, przed 30-stką (63 proc.). Nieco mniejszy odsetek wskazał elektronikę, czyli

smartfony, laptopy czy komputery (31 proc.). Tu przeważali 30-latkowie (68 proc.). Wysoko znalazł się również sprzęt AGD (29 proc.), a także ubrania czy obuwie (26 proc.). Z tych dwóch kategorii najczęściej rezygnować musieli 18-29 latkowie. Ponadto co czwarty ankietowany przestał zamawiać jedzenie z dostawą do domu (24 proc.). W tej grupie również znalazło się najwięcej badanych przed 30 rokiem życia (57 proc.). Ten sam odsetek ogółu badanych zrezygnował z zakupu mebli i książek (24 proc. w obu przypadkach). Z tych rzecz częściej rezygnowały panie. Dalej znalazły się między innymi wizyty u fryzjera czy kosmetyczki (22 proc.), wydatki na kulturę (17 proc.) czy prywatne wizyty i badania lekarskie (14 proc.).

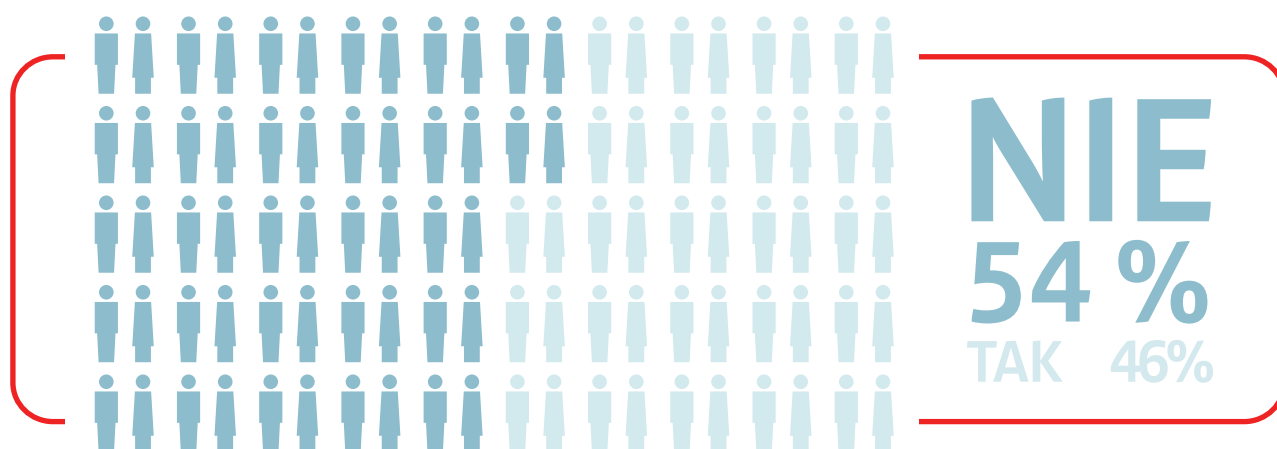
Z zakupu jakich produktów/usług zrezygnował/a Pan/i w związku z rosnącymi cenami?



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

Rosnące ceny produktów i usług nie oznaczają jednak jedynie rezygnacji z zakupów, ale i odkładanie na konkretne cele. Według naszego badania obecnie 46 proc. Polaków zbiera na nie pieniądze. Wśród nich jest najwięcej 40-49 latków (75 proc.) oraz mieszkańców wsi (56 proc.). Natomiast wśród tych, którzy nie odkładają żadnej sumy na zakup towarów i usług znajduje się najwięcej seniorów (78 proc. w grupie 60-69 latków i 88 proc. wśród 70-latków). W tej grupie jest też najwięcej mieszkańców metropolii (68 proc.), co może być związane z wyższymi zarobkami w takich miastach, a co za tym idzie brakiem konieczności zbierania określonej kwoty z wyprzedzeniem.

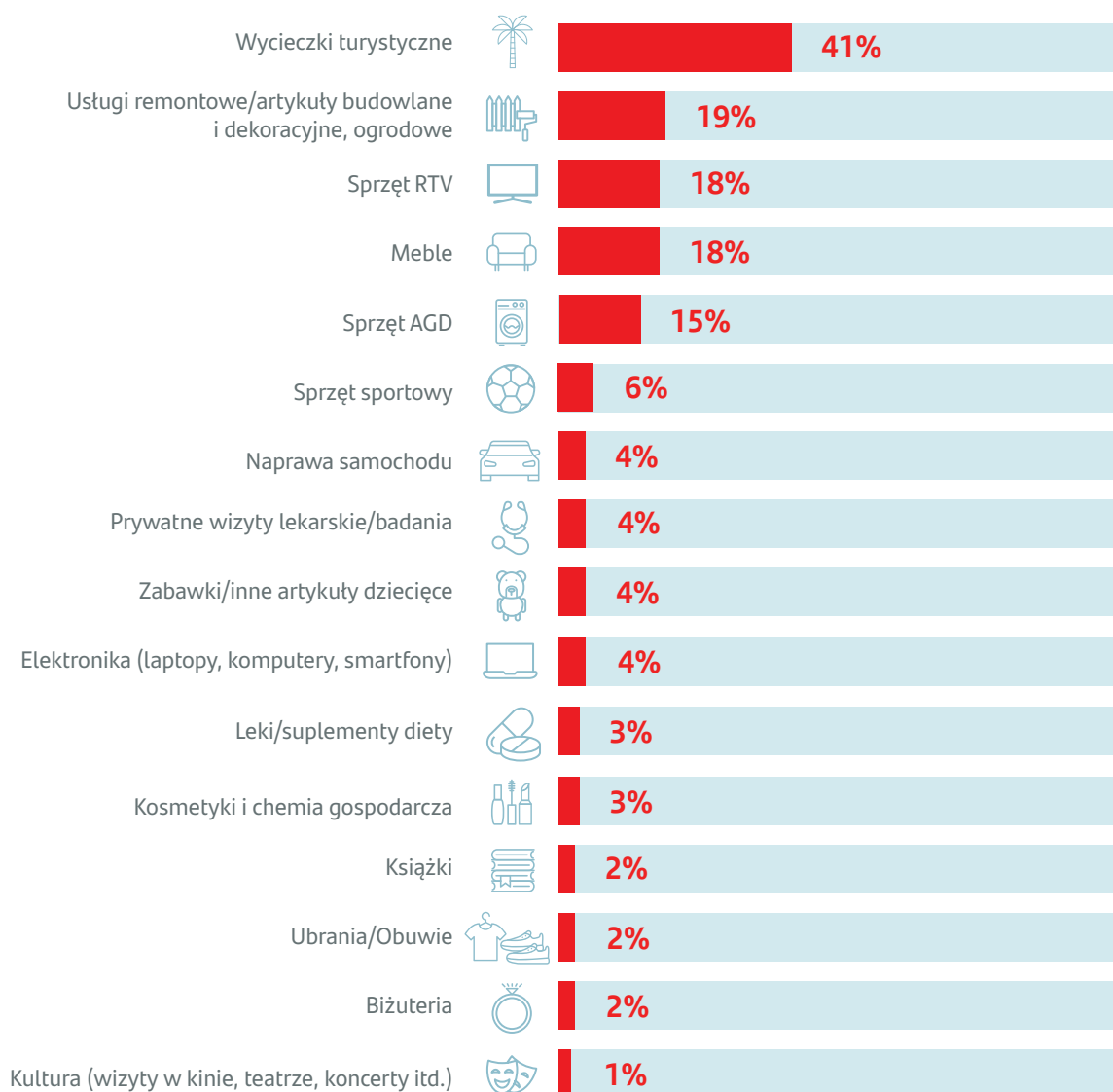
Czy obecnie odkłada Pan/i **pieniądze na zakup** jakichś produktów/usług?



Na jakie produkty lub usługi odkładamy? Najchętniej na wycieczki turystyczne (41 proc.). W tej grupie znalazło się najwięcej 40-latków (58 proc.). Na drugim miejscu uplasowały się usługi remontowe oraz artykuły budowlane, ogrodowe lub dekoracyjne (19 proc.). Tę odpowiedź częściej wybierały kobiety (22 proc. w porównaniu do 15 proc. mężczyzn). Ostatnie miejsce na podium zajęły meble oraz sprzęt RTV (w obu przypadkach 18 proc.). Umeblowanie interesuje szczególnie 18-29 latków (54 proc.) oraz panie

(29 proc. w zestawieniu z 5 proc. panów). Natomiast sprzęt RTV 30-39 latków (49 proc.) oraz mężczyzn (35 proc. w porównaniu z 4 proc. kobiet). Co siódmy ankietowany wskazał AGD (15 proc.). Ta odpowiedź była popularna wśród osób po 70 roku życia (28 proc.). W dalszej kolejności znalazł się między innymi sprzęt sportowy (6 proc. wskazań ogółu ankietowanych) oraz prywatne wizyty i badania lekarskie (4 proc.).

Na jakie produkty/usługi odkłada Pan/i pieniądze?

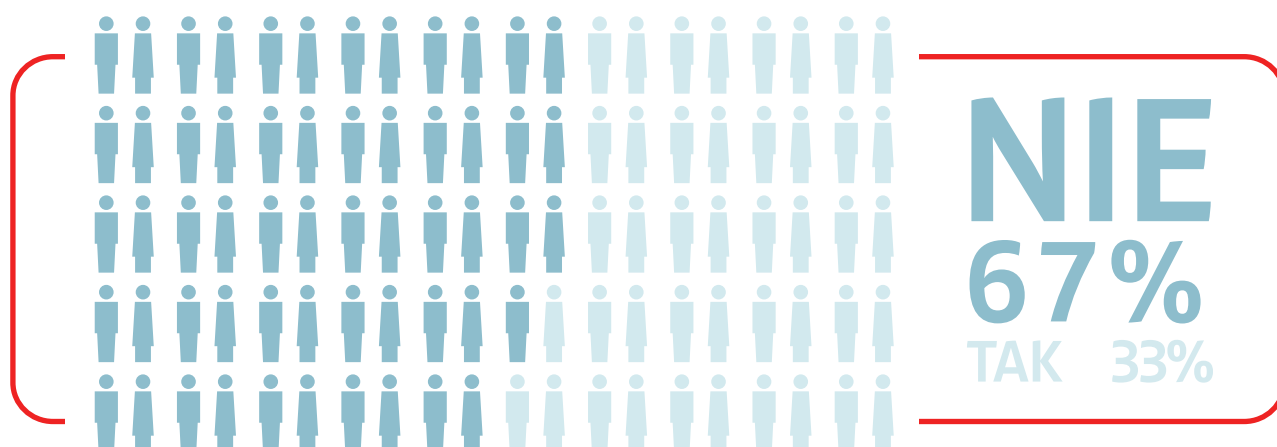


Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Naszych ankietowanych zapytaliśmy również o to, czy w tym roku planują jakiś większy wydatek. Przy utrzymującej się inflacji i innych czynnikach prognozujących spowolnienie gospodarcze, nie dziwi tutaj fakt, że prawie 70 proc. uczestników badania odpowiedziało „nie”. Wśród nich było najwięcej kobiet (73 proc. w porównaniu do 61 proc. mężczyzn). Często odpowiadali tak również 18-29 latkowie (81 proc.) oraz osoby po 70 roku życia (78 proc.). Większych wydatków w tym roku nie planują także mieszkańcy wsi (73 proc.), ankietowani z wykształceniem podstawowym (80 proc.) oraz zarobkami nie przekraczającymi 2 000 zł na rękę (86 proc.).

Co trzeci Polak zamierza jednak wydać więcej w tym okresie. Są to głównie mężczyźni (39 proc. w porównaniu do 27 proc. kobiet), respondenci w wieku 40-49 lat (51 proc.) oraz mieszkańcy małych miast do 50 tys. osób (43 proc.). W tej grupie znalazło się również najwięcej badanych z wykształceniem wyższym (41 proc.) oraz z dochodem od 4 000 do 4 999 zł netto miesięcznie (62 proc.).

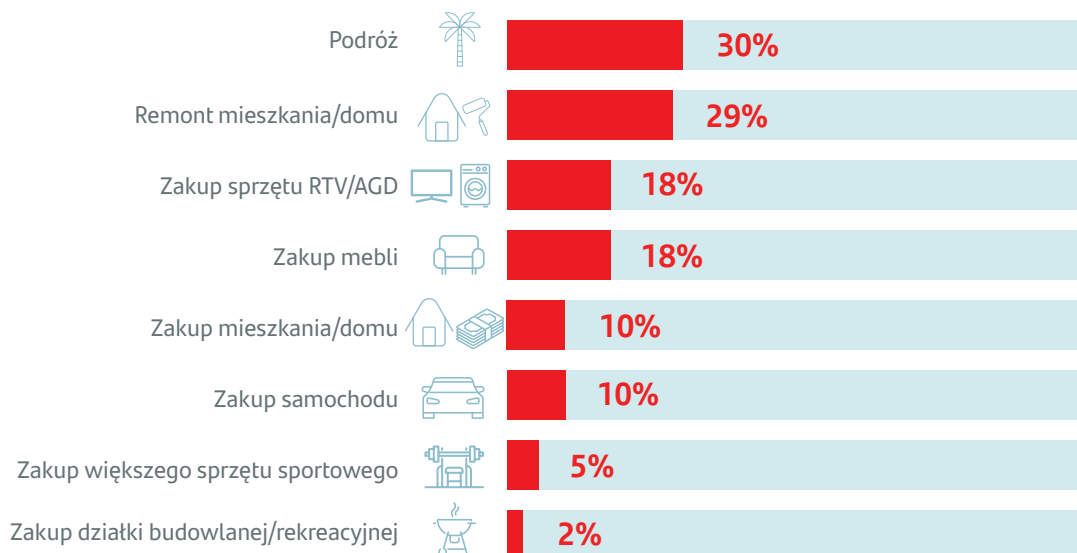
Czy w tym roku planuje Pan/i jakiś większy wydatek?



Polacy, którzy mają na ten rok zaplanowany większy wydatek, zamierzają wydać pieniądze na podróż (30 proc.). Marzą o tym głównie kobiety (38 proc. w porównaniu do 24 proc. mężczyzn) oraz osoby po 30 i 40 roku życia (powyżej 40 proc. wskazań w obu grupach). Na drugim miejscu znalazł się remont mieszkania lub domu (29 proc.). Taki plan ma najwięcej 60-69 latków (58 proc.) oraz mieszkańców wsi (34 proc.). Podium zamyka zakup sprzętu RTV/AGD lub

mebli (18 proc. w obu przypadkach). Pierwszą kategorią są zainteresowani zwłaszcza 30-latkowie (60 proc.), natomiast drugą osoby po 40 roku życia (32 proc.). Tylko co dziesiąty planuje kupno domu, mieszkania albo samochodu (10 proc.). W nowe miejsce zamieszkania chce zainwestować co czwarty respondent z terenów wiejskich (23 proc.) i 13 proc. osób z metropolii. Nowe auto najbardziej interesuje mieszkańców wsi (18 proc.) i mężczyzn (13 proc.).

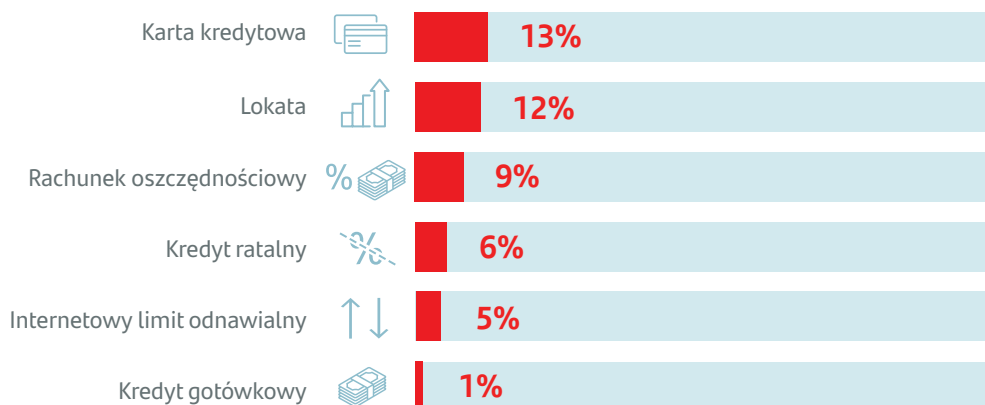
Jaki większy wydatek planuje Pan/i w tym roku?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Inne”.

W wydatkach – tych zaplanowanych i nagłych – w trudniejszych czasach mogą pomóc dopasowane produkty bankowe. Nie mogliśmy nie zapytać więc ankietowanych o to, jakie rozwiązanie finansowe mogłoby wesprzeć ich w zachowaniu stabilności domowego budżetu. Największą popularnością wśród respondentów wykazała się karta kredytowa (13 proc. wskazań). Stawiają na nią głównie kobiety (20 proc. w porównaniu do 6 proc. mężczyzn). Na kolejnym miejscu znalazła się lokata (12 proc.), którą wskazywali zwłaszcza 60-69 latkowie (19 proc.). Podium zamyka rachunek oszczędnościowy (9 proc.). Najczęściej wybierali go 40-latkowie (17 proc.). Rzadziej wskazywane były takie rozwiązania jak kredyt ratalny (6 proc.), internetowy limit odnawialny (5 proc.) czy kredyt gotówkowy (1 proc.).

Biorąc pod uwagę ogólną perspektywę, jaki produkt bankowy Pana/i zdaniem, obecnie byłby najbardziej pomocny w zachowaniu **stabilności domowego budżetu**?



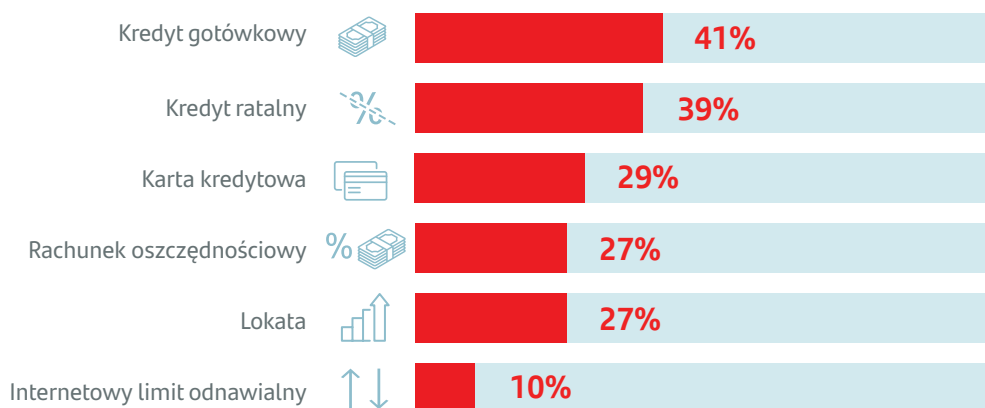
Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.



Nie zapomnieliśmy zapytać również o to, z jakiego produktu bankowego Polacy korzystali w przeszłości. Według odpowiedzi badanych, najczęściej były to kredyt gotówkowy (41 proc.) oraz ratalny (39 proc.). Z pierwszego z tych rozwiązań najczęściej korzystały osoby w wieku 18-29 lat (61 proc.). Natomiast z drugiego 30- i 40-latkowie (w obu wypadkach po 50 proc.). Na kolejnym miejscu wśród ogółu ankietowanych znalazła się karta kredytowa (29 proc.), która również była najbardziej popularna wśród dwóch wyżej wymienionych grup wiekowych.

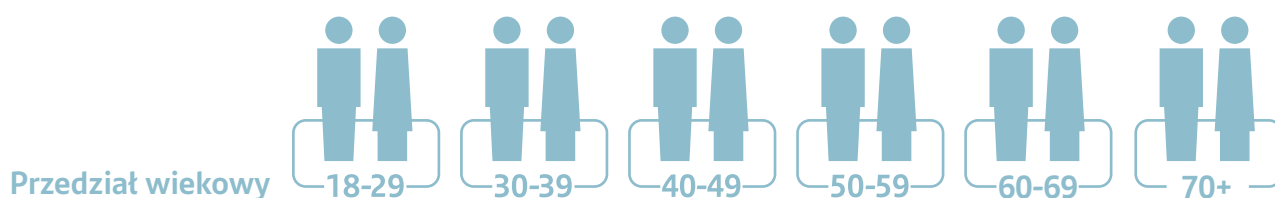
Niewiele mniejszy odsetek (27 proc.) postawił na rachunek oszczędnościowy. Sięgnęło po niego już 25 proc. 60-latków. Co czwarty ankietowany wspomógł się też lokatą (27 proc.). Wśród nich było najwięcej 40-latków (46 proc.). Co dziesiąty respondent wskazał internetowy limit odnawialny (10 proc.). W tej grupie przeważały osoby po 50 roku życia (21 proc.). Nadal jest jednak dużo osób, które nie korzystały z żadnego z wymienionych produktów bankowych (11 proc.). Są to głównie seniorzy (23 proc. wśród 60-latków i 21 proc. w grupie powyżej 70 roku życia).

Z jakiego produktu bankowego korzystał/a Pan/i w przeszłości?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100. Pominęto odpowiedzi „Innego”, „Żadnego” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Z jakiego produktu bankowego korzystał/a Pan/i w przeszłości?



Kredyt gotówkowy	61%	25%	52%	49%	25%	37%
Karta kredytowa	9%	41%	45%	39%	19%	14%
Kredyt ratalny	36%	50%	50%	38%	28%	28%
Rachunek oszczędnościowy	4%	43%	38%	33%	25%	13%
Lokata	11%	33%	46%	22%	21%	20%
Internetowy limit odnawialny	0%	12%	16%	21%	6%	4%

Zakończenie



Wyniki powyższego badania dowodzą, że Polacy wzięli sobie do serca gorszy okres gospodarczy. Jest to zrozumiała postawa, zwłaszcza biorąc pod uwagę fakt, że aż 33 proc. respondentów jest bardzo niezadowolonych z tego, jak wygląda ich obecna sytuacja finansowa w porównaniu do ubiegłego roku. Wpływa na to przede wszystkim podwyżka cen. Zwłaszcza, że najbardziej we znaki dają się te, które dotyczą podstawowych produktów i usług, jak żywność, media domowe czy paliwa. Ponadto coraz częściej podejmujemy działania, żeby poprawić domowy budżet np. w postaci poszukiwania dodatkowego zajęcia lub nowej, lepiej płatnej pracy. Poza zmianami dotyczącymi zatrudnienia, modyfikujemy również nasze nawyki. Ponad 60 proc. ankieterów wydaje pieniądze tylko na najpotrzebniejsze rzeczy np. rachunki, żywność, leki. Podobna liczba ogranicza wydatki na rozrywkę (59 proc.), a 56 proc. kupuje mniej ubrań. Widać po tym, że dostosowujemy mentalność do bieżącej sytuacji i próbujemy ośabić jej wpływ na nasze finanse.

Jedyną bolączką pozostaje kwestia odkładania pieniędzy na tzw. „czarną godzinę”. Regularnie robi to jedynie 38 proc. z nas, jednak być może jest to wynik kalkulacji, według której obecnie nie warto oszczędzać ze względu na to, że pieniądze szybko tracą na wartości. Martwić może bardziej to, jak mało osób bierze sobie do serca samodzielne odkładanie na emeryturę. Według prognoz ZUS jesień życia kolejnych pokoleń nie będzie wyglądać kolorowo pod względem świadczeń, więc jest to zdecydowanie kwestia, na którą powinniśmy zwrócić większą uwagę.

Na szczęście sytuacja nie jest tak zła, by nikt z nas nie planował żadnych większych wydatków. Trzeba czerpać optymizm z tego, że co trzeci z nas może sobie pozwolić na wydanie większej ilości pieniędzy w tym roku (33 proc.). Bardzo dużo osób planuje podróż lub remont mieszkania czy domu. Co dziesiąty chce nawet kupić nowe miejsce dla swojej rodziny lub zainwestować w samochód. Trudno przewidzieć, co przyniesie przyszłość, jednak warto mieć nadzieję, że stopniowo wrócimy do normalności, w której coraz więcej z nas będzie mogło sobie na to pozwolić bez lęku o swoje finanse.

Informacja o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku – banku od kredytów metodą telefoniczną, standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI), przeprowadzonych przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w styczniu 2023 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba n = 1000.

Santander Consumer Bank – bank od kredytów jest jednym z liderów rynku consumer finance w Polsce. Oferuje klientom szeroki zakres produktów obejmujący kredyty gotówkowe, kredyty na nowe i używane samochody, kredyt celowy oraz internetowy limit odnawialny, karty kredytowe oraz lokaty i rachunki oszczędnościowe. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów, salony i komisje samochodowe, sklepy i punkty usługowe. Jest także wydawcą TurboKARTY.

Więcej na <http://www.santanderconsumer.pl>