

Polaków portfel własny: wiosenne wyzwania

Raport Santander Consumer Banku



Bank
OD
Kredytów

 **Santander**
Consumer Bank



SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
PLANY W CIENIU KORONAWIRUSA	4
WIOSNA W PORTFELACH POLAKÓW	9
ILE KOSZTUJE WIELKANOC?	15
POLACY A DOBROCZYNNOŚĆ	19
CZY ŻYJEMY EKO?	24
POŻYCZANIE ONLINE – ZALETY I WADY	26
TECHNOLOGIE W RĘKACH POLAKÓW	30

WSTĘP

Większość z nas, jak co roku, wyczekuje pierwszych oznak wiosny. Rosnące temperatury i coraz lepsza pogoda zachęcają zazwyczaj do aktywności w wielu różnych obszarach – planujemy remonty domów i mieszkań, większe zakupy czy wakacyjne wyjazdy. W tym roku, z uwagi na nadzwyczajne okoliczności związane z pandemią koronawirusa, znaczna część tych planów ulegnie zmianie. W tegorocznej edycji raportu „Polaków portfel własny: wiosenne wyzwania”, Santander Consumer Bank – bank od kredytów, postanowił ponownie sprawdzić, jakie wyzwania czekają nas o tej porze roku i jak mamy zamiar je sfinansować. Remont mieszkania lub domu to obecnie wyzwanie dla aż co trzeciego Polaka. Tymczasem przed rokiem, takiej odpowiedzi udzieliła jedna czwarta ankietowanych. W przypadku większości wyzwań, takich jak sfinansowanie Świąt Wielkanocnych, rodzinnych uroczystości czy zakup bądź naprawa samochodu, liczba wskazań również wzrosła, choć już nie tak znacząco.

Ciekawie wygląda porównanie odpowiedzi dotyczących sposobów finansowania wskazanych wyzwań. Co prawda liczba osób, które skorzystają z własnych oszczędności, jest niemal taka sama jak przed rokiem, ale już odsetek tych, którzy pokryją je z bieżących przychodów, znacząco spadł (z niemal 42 proc. do niespełna 20 proc). Wzrosła nieco liczba tych, którzy muszą zrezygnować z innych wydatków lub podjąć dodatkową pracę, żeby sfinansować stojące przed nimi tej wiosny wyzwania.

Niestety tegoroczna wiosna jest zupełnie inna niż w latach poprzednich. Stan globalnej pandemii znacząco wpłynął zarówno na krajowe gospodarki, jak i na nasze domowe budżety. Dlatego też Santander Consumer Bank - bank od kredytów, sprawdził również, jak po trzech tygodniach przymusowej kwarantanny Polacy patrzą na swoje dotychczasowe plany – które z nich muszą przesunąć i na jaki termin. W najnowszej edycji raportu „Polaków portfel własny: wiosenne wyzwania”, znalazły się nowe, interesujące wątki.

Polacy ocenili m.in. jakie koszty wiążą się dla nich z obchodzeniem Wielkanocy. Zostali też zapytani o to, co robią z nadmiarową ilością jedzenia, które w wielu domach co roku zostaje po świątach. Marnowanie żywności to ważna kwestia, o której szkodliwych skutkach, czy to ekonomicznych, czy klimatycznych alarmuje wiele organizacji zajmujących się ekologią. Ankieterzy zapytali ponadto, jakie konkretnie działania proekologiczne badani podejmują na co dzień.

Na jakie cele społeczne lub charytatywne Polacy najczęściej przeznaczą w tym roku 1% podatku dochodowego oraz czy i jakie działania dobroczynne zdarza im się prowadzić? O tym także przeczytacie w niniejszym raporcie.

Rynek kredytowy zmienia się na naszych oczach – nowe technologie są w coraz większym stopniu obecne także w tym obszarze. Santander Consumer Bank, oferujący swoim klientom kredyt bez wychodzenia z domu, zapytał badanych, co sądzą o pożyczaniu online.

Ostatnia część raportu także dotyczy technologii – ankieterzy sprawdzili, jakie czynności najchętniej wykonujemy za pomocą smartfona, czy i jak dbamy o bezpieczeństwo naszego telefonu i danych na nim zapisanych, a także, czy przestrzegamy podstawowych zasad bezpieczeństwa, poruszając się w sieci.

Zachęcamy do lektury.

Zespół Santander Consumer Banku

PLANY W CIENIU KORONAWIRUSA

Wirus COVID-19 rozlał się już niestety po całym świecie, a tempo rozprzestrzeniania się choroby wciąż jeszcze nie osiągnęło swojego szczytu. W reakcji na to Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) ogłosiła stan pandemii. Koronawirus to nie tylko zagrożenie dla zdrowia niemal każdej osoby na świecie, ale także dla światowej gospodarki. Co gorsza, nie sposób w tej chwili przewidzieć, ani jak duża będzie skala kryzysu, ani jak długo on potrwa – czy to w skali globalnej, czy w poszczególnych krajach. Także w Polsce. Uchwalane przez poszczególne kraje tzw. tarcze antykryzysowe, mogą nie wystarczyć, aby zapobiec nagłemu wzrostowi bezrobocia oraz inflacji. A to właśnie będą skutki bezpośrednio odczuwalne przez niemal wszystkich Polaków – zarówno tych, którzy prowadzą własny biznes, jak i tych, którzy są pracownikami. Wiele osób, praktycznie z dnia na dzień może zostać pozbawionych środków do życia – a takie branże jak gastronomia, turystyka, branża eventowa, rozrywkowa czy transportowa, mogą długo nie podnieść się z kryzysu.

Skala problemów, które z dużą dozą prawdopodobieństwa nastąpią, wpływa na dotychczasowe plany większości z nas – z wielu będzie trzeba zrezygnować, albo odłożyć na dalszy termin. W badaniu opinii zrealizowanym na przełomie lutego i marca przez Santander Consumer Bank – bank od kredytów, widmo pandemii było jeszcze bardzo hipotetyczne, zatem niewidoczne w odpowiedziach Polaków, opisujących najważniejsze wyzwania finansowe stojące przed nimi tej wiosny. Ponieważ jednak nastroje społeczne w ciągu zaledwie trzech tygodni znacząco się zmieniły, bank postanowił sprawdzić, w jaki sposób pandemia wpłynęła na nasze postawy.

Polacy zapytani o to, które z wyzwań związanych z finansami musieli odłożyć na później w związku z sytuacją epidemiologiczną, najczęściej wskazywali na wakacyjne wyjazdy (44 proc.), co jest fatalną informacją dla branży turystycznej, hotelarskiej czy lotniczej. Nic dziwnego, skoro granice zostały zamknięte, a turyści, którzy znajdowali się poza krajem, szukali sposobów na bezpieczny powrót do swoich domów. Jeśli chodzi o swobodne i bezpieczne podróżowanie, sytuacja raczej nie wróci do normy przez dłuższy czas.

Wyniki badania ukazują jednak nie tylko zbliżające się kłopoty w turystyce w skali globalnej, ale także na poziomie lokalnym. Niemal co trzecia osoba (32,8 proc.) rezygnuje z planowanych wyjazdów weekendowych, w tym na tzw. długie weekendy. To z kolei oznacza problemy dla właścicieli polskich pensjonatów, osób wynajmujących kwatery czy dla lokali gastronomicznych, w których stołowali się turyści, a do tego zamknięte muzea i lokalne atrakcje turystyczne, kluby, kawiarnie, odwołane plenerowe imprezy etc.

Wiosna to zazwyczaj czas, w którym planujemy największe rodzinne wydarzenia, takie jak wesela, chrzciny, komunie. Niestety koronawirus zmusił wiele rodzin do ich odłożenia. Ponad 36 proc. ankietowanych wskazało, że większa impreza rodzinna, która miała się odbyć w najbliższym czasie, musi zostać przełożona. Oczywiście nie było innego wyjścia – zakaz zgromadzeń i przymus przebywania w domach skutecznie pokrzyżowały te plany. To z kolei oznacza całkowite zamrożenie branż i zawodów żyjących z tego typu uroczystości – salonów mody ślubnej, restauracji i sal weselnych, dostawców cateringu, kelnerów, muzyków, etc. I to dokładnie w momencie, kiedy zaczynał się dla nich najbardziej intensywny sezon. Brak takich imprez przełoży się też na spadek sprzedaży artykułów, które tradycyjnie przeznaczamy na prezenty ślubne czy komunijne – sprzętu RTV lub AGD, elektroniki, biżuterii, droższych alkoholi, tzw. rzeczy dla domu (np. zastawy stołowej, pościeli, zestawów sztuczków, etc.).

Niemal co czwarty z nas (23,6 proc.) ma zamiar przełożyć uprzednio zaplanowany remont. Co prawda w tym momencie sklepy z artykułami budowlanymi są otwarte, ale dostępność ekip remontowych i fachowców może być znacznie mniejsza, niż przed kryzysem. Jest to spowodowane m.in. powrotem do swojego kraju wielu ukraińskich pracowników, którzy są istotną częścią branży budowlanej i remontowej w Polsce. Co dziesiąty badany musiał zrezygnować z prac porządkowych w ogrodzie, na działce lub tarasie (9,9 proc.). Niemal tyle samo osób (9 proc.) odłożyło na później zakup sprzętu RTV lub AGD czy nowych mebli do domu.

Ponad 7 proc. z nas pożegnało się z myślą o zakupie lub naprawie samochodu tej wiosny, co oczywiście również przekłada się na już i tak bardzo duże kłopoty, z którymi boryka się branża motoryzacyjna i jej podwykonawcy, cierpiący na skutek zerwania wielu łańcuchów dostaw, np. podzespołów do produkcji samochodów.

W stosunkowo najmniejszym stopniu stan pandemii wpłynął na zaplanowane wydatki związane z edukacją swoją lub dzieci – rezygnuje z nich niespełna 4 proc. z nas.

KTÓRE WYZWANIA FINANSOWE PLANOWANE TEJ WIOSNY ODKŁADAMY NA PÓŹNIEJ Z POWODU PANDEMII?

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%



44,0%

Wyjazd na wakacje



36,4%

Zaplanowaną uroczystość rodzinną, wesele, chrzciny, komunię etc.



32,8%

Planowane wyjazdy na weekendy lub długie weekendy



23,6%

Remont domu, mieszkania



9,9%

Uporządkowanie ogrodu, tarasu, działki



9,0%

Wyposażenie domu w sprzęt RTV lub AGD



7,4%

Inwestycja w samochód - zakup lub naprawa



3,7%

Wydatki związane z edukacją dzieci lub własną

Jak koronawirus wpłynął na postawy w poszczególnych grupach społecznych? Jeśli chodzi o płeć, to większe różnice widoczne są jedynie w przypadku niektórych odpowiedzi. Panie przede wszystkim znacznie częściej wskazywały na potrzebę przełożenia rodzinnych uroczystości (różnica niemal 20 pkt procentowych - 48 do 27 proc.), a aż 47 proc. z nich przekłada swoje wakacyjne plany (40 proc. panów). Z kolei 13 proc. mężczyzn rezygnuje z zakupu lub naprawy samochodu (3 proc. kobiet).

Więcej niż co drugi przedstawiciel najmłodszego pokolenia (57 proc. osób w wieku 18-29 lat), musi przesunąć ważną rodzinną uroczystość, np. wesele, chrzciny, komunię, 44 proc. z nich rezygnuje z planów wyjazdowych na krótsze wypady, a 23 proc. z letniego urlopu. Co ciekawe, u 30-latków te proporcje są odwrotne – ponad połowa (55 proc.) nie pojedzie na wakacje, a 36 proc. na weekendowy, wcześniej planowany wyjazd. W tej grupie badanych, co piąty (21 proc.) odkłada na inny termin remont domu lub mieszkania. Ten ostatni element, to najczęściej wskazywana odpowiedź w średnim pokoleniu (aż 44 proc. 50-latków i 34 proc. 40-latków). Jest wśród nich również duży odsetek rezygnujących z wyjazdów, czy to wakacyjnych (48 proc. 40-latków i 34 proc. 50-latków) czy na weekend (odpowiednio 33 i 22 proc.). W przypadku osób po 50 roku życia sporo – bo aż 38 proc. odwołuje rodzinne uroczystości. Także seniorzy musieli zmienić swoje plany związane z podróżami. Z wakacji rezygnuje aż 57 proc. 60-latków i co drugi badany po 70. To w tej najstarszej grupie, obecna sytuacja najczęściej wiąże się z rezygnacją z prac w ogrodach czy na działkach (17 proc.).

Mieszkańcy wsi, częściej niż pozostali badani, odkładają na później plany dotyczące rodzinnych okazji (47 proc.). Ponadto więcej niż jedna trzecia z nich (35 proc.) nie wybiera się na planowane wcześniej wakacje, rezygnując też z remontu (35 proc.). Jednak to w miastach, zarówno tych mniejszych, jak i średnich, odkładanie wyjazdów jest najczęściej wskazywaną odpowiedzią (58 proc. ankietowanych z małych miast, np. Sandomierza, Ciechanowa, Radomska i taki sam odsetek w miejscowościach średniej wielkości – takich jak Lubin, Płock czy Ruda Śląska). W metropoliach powyżej 500 tys. mieszkańców (Kraków, Łódź, Warszawa, etc.) jest to 45 proc.

Z badania wynika również, że epidemia w największym stopniu pokrzyżowała plany osobom, które pobierają świadczenie 500+ na jedno dziecko – aż 60 proc. z nich nie pojedzie na wakacje, a 49 proc. na zaplanowane już weekendowe wypady. Niewiele mniej (43 proc.) odwołuje dużą rodzinną uroczystość. Wśród ankietowanych pobierających to świadczenie na większą liczbę dzieci, proporcje odpowiedzi układają się analogicznie, odsetki te są jednak niższe (odpowiednio 44, 31 i 29 proc.). Podobnie jest u osób niepobierających 500+ (42, 31 i 37 proc.).

O ile osoby po studiach wyższych częściej odkładają zaplanowane wyjazdy (56 proc.), to im niższy poziom wykształcenia, tym więcej wskazań na rezygnację z rodzinnych uroczystości (co drugi badany z wykształceniem podstawowym lub zawodowym).

Santander Consumer Bank sprawdził również, jak na odłożenie swoich planów tej wiosny wpływa status zawodowy ankietowanych. Stosunkowo najlepiej pod tym względem wygląda sytuacja osób uczących się (głównie studentów). W ich przypadku najwięcej, bo aż 80 proc. rezygnuje z rodzinnej uroczystości i jest to najwyższy odsetek spośród badanych grup. Jednak wszystkie pozostałe odpowiedzi plasują się znacznie poniżej średniej dla tych, którzy są aktywni zawodowo.

W przypadku zatrudnionych, swoje plany w najmniejszym stopniu przekładają osoby posiadające umowę o pracę. Potrzeba zmian jest większa wśród osób pracujących na umowie zleceniu. Kryzys epidemiologiczny najbardziej wpłynął na planowane działania pracujących na podstawie umowy o dzieło. Dla porównania – wakacje odkłada 38 proc. pracowników na etacie, tyle samo rezygnuje z wakacji i większych uroczystości, a 36 proc. z wyjazdu na weekend. Wśród pracujących na umowie zleceniu odsetek ten wzrasta do odpowiednio 51, 36 i 50 proc. Natomiast ci, którzy pracują na umowie o dzieło, znaleźli się w najgorszej w sytuacji – 100 proc. tych badanych rezygnuje z wyjazdów, 36 proc. z planowanych rodzinnych imprez, aż 27 proc. z wydatków na edukację swoją lub dzieci. Widać więc wyraźnie, że to ta grupa pracowników w największym stopniu cierpi na skutkach kryzysu już na tym wczesnym etapie. Nieco lepsza, ale trudniejsza niż u osób na etatach jest sytuacja przedsiębiorców prowadzących własne firmy – 71 proc. z nich nie wybiera się już na letni urlop, aż 42 proc. przesuwają na później okazję taką jak wesele, czy chrzest. Na problem z remontem domu najczęściej wskazywali rolnicy (67 proc.).

Wśród emerytów, 61 proc. nie pojedzie na planowane wakacje (u rencistów ten odsetek wyniósł aż 70 proc.) i niemal tyle samo nie skorzysta w zaplanowany sposób z długich weekendów, a także musi pomyśleć o innym terminie organizacji rodzinnej uroczystości (59 proc. w obu przypadkach).

A jak na plany Polaków wpływa skala obaw przed zachorowaniem? Ci, którzy najbardziej obawiają się wirusa, najczęściej (50 proc.) rezygnują z wakacji. Z kolei wśród badanych, którzy zadeklarowali, że nie boją się choroby, najwięcej (45 proc.) musiało odwołać rodzinną uroczystość, co w ich przypadku wynika zapewne wprost z wprowadzonych przez rząd ograniczeń wszelkich zgromadzeń.

Santander Consumer Bank – bank od kredytów, zapytał nie tylko o to, jakie plany związane z wyzwaniami tej wiosny musiały zostać odłożone, ale także na kiedy. Najczęściej (33,6 proc.), aktywności te zostały przełożone na drugą połowę bieżącego roku. Co ciekawe, niewiele mniej Polaków (25,4 proc.) przesuwają je co najmniej o rok, a identyczny odsetek chce je przeprowadzić możliwie szybko, kiedy tylko skończy się epidemia. W przypadku tych ostatnich można wysnuć wniosek, że powodem przełożenia działań niekoniecznie jest obawa o skutki kryzysu dla budżetów domowych, a raczej wynik ogólnego zakazu i kwarantanny. Niespełna 5 proc. deklaruje, że nie tyle odkłada zaplanowane wcześniej wydatki, ile wręcz rezygnuje z nich całkowicie. To z kolei zapewne grupa, która najbardziej ucierpiła w obecnej sytuacji. Co dziesiąty badany ma zamiar zrealizować swoje plany w terminie bez zmian.

NA KIEDY MAMY ZAMIAR PRZEŁOŻYĆ REALIZACJĘ WIĘKSZYCH WYZWAŃ FINANSOWYCH, ZAPLANOWANYCH TEJ WIOSNY?

Respondent mógł zaznaczyć wyłącznie jedną odpowiedź



33,6%

Na drugą połowę bieżącego roku



25,4%

Najwcześniej na wiosnę przyszłego roku

ASAP

25,4%

Zaraz, jak się skończy epidemia

bez zmian

10,7%

W terminie bez zmian



4,9%

Nie będę realizować ich wcale

Ze swoich planów nieco częściej nie chcą rezygnować kobiety (13 proc.) niż mężczyźni (8 proc.). Ci z kolei w większym stopniu są zmuszeni do odłożenia ich co najmniej na przyszłą wiosnę (w stosunku 30 do 22 proc.).

Chęć odłożenia planów na drugą połowę tego roku to najpopularniejsza odpowiedź w wielu grupach wiekowych – od najmłodszych (34 proc.), przez 30-latków i 40-latków (odpowiednio 40 i 37 proc.), aż po seniorów (43 proc.). Z kolei najwcześniej wiosną przyszłego roku, to perspektywa największej liczby 50-latków (36 proc.). Oni też stosunkowo najczęściej wskazywali na całkowitą rezygnację z zaplanowanych wyzwań finansowych (11 proc.), choć tu najwyższy odsetek odnotowano wśród osób po 70 roku życia (16 proc.). Niezagrożone plany deklarowało najwięcej, bo co piąty 60-latek (20 proc.) i 16 proc. badanych w wieku 30-39 lat.

Rodzice pobierający świadczenie 500+ zdecydowanie częściej chcą przełożyć swoje wiosenne plany na drugą połowę roku (52 proc. z jednym i 46 proc. z co najmniej dwójką dzieci). Wśród osób niepobierających tego świadczenia odsetek spada do 29 proc. Z kolei w tej ostatniej grupie większa jest liczba tych, dla których wirus nie wiąże się ze zmianą pierwotnego planu realizacji wyzwań finansowych (12 proc.).

Jeśli chodzi o podział ze względu na sytuację zawodową ankietowanych, to na perspektywę drugiej połowy tego roku wskazują najczęściej osoby prowadzące wyłącznie gospodarstwo domowe (86 proc.) oraz funkcjonujące w oparciu o umowę zlecenie (73 proc.). Takiej odpowiedzi udzieliło również 41 proc. emerytów i 37 proc. rolników. Co najmniej wiosną przyszłego roku – to odpowiedź wskazana przez 86 proc. badanych przebywających na urlopie macierzyńskim lub wychowawczym. Zamiar realizacji swoich finansowych wyzwań, jak tylko skończy się epidemia, deklaruje 44 proc. prowadzących działalność gospodarczą. Co ciekawe, aż 57 proc. rencistów nie ogląda się w tej kwestii na koronawirusa i terminy, które uprzednio zaplanowali, pozostają bez zmian. Co piąty ankietowany bezrobotny (20 proc.) całkowicie rezygnuje z dotychczasowych planów wydatkowych.

Wśród deklarujących, że rząd w pełni kontroluje tę kryzysową sytuację, co trzeci czeka na jej koniec, aby natychmiast rozpocząć realizację wyzwań. Jedna czwarta badanych, którzy w największym stopniu krytykują działania rządu, ma zamiar działać w tej kwestii w niezmiennym trybie, mimo kwarantanny. Ponadto okazuje się, że poziom obaw przed zachorowaniem nie wpływa znacząco na plany Polaków. Zarówno ci, którzy obawiają się najbardziej zachorowania, jak i ci, którzy w ogóle się tego nie boją, mają zamiar przełożyć je na drugą połowę roku, albo poczekać, jak tylko epidemia minie i od razu przystąpić do działania.

WIOSNA W PORTFELACH POLAKÓW

Wiosna to czas, w którym okazji do wydawania pieniędzy zazwyczaj przybywa. To nie tylko Święta Wielkanocne, ale w wielu domach to także okres większych remontów i związanych z nimi zakupów, np. nowego sprzętu AGD lub RTV, a także intensywnych prac w ogrodach czy na działkach. To również miesiące, w których najczęściej organizujemy rodzinne wydarzenia – takie jak śluby i wesela, komunie i chrzty. Wszystkie powyższe kwestie, mogą okazać się sporym wyzwaniem dla domowego budżetu, tym bardziej, jeśli się kumulują w krótszym okresie. Santander Consumer Bank – bank od kredytów, postanowił sprawdzić, jak Polacy oceniają finansowe wyzwania stojące przed nimi tej wiosny i jakie są nasze plany odnośnie do ich realizacji.

Z badania opinii przeprowadzonego na potrzeby najnowszego raportu „Polaków portfel własny: wiosenne wyzwania” wynika, że dla wielu największym finansowym wyzwaniem będzie remont mieszkania lub domu – planuje go co trzeci ankieterowany (33,6 proc.). Przygotowania do Świąt Wielkanocnych oceniane są jako wyzwanie przez nieco ponad 18 proc. Polaków, a niemal identyczny odsetek wskazał na potrzebę odkładania pieniędzy na wakacje. Na dalszych miejscach znalazły się takie kwestie jak: organizacja lub udział w rodzinnej uroczystości – weselu, komunii, chrzcinach (niespełna 17 proc.), zakup lub naprawa samochodu (niecałe 15 proc.) oraz prace związane z urządzeniem działki, ogrodu lub tarasu (14 proc.). Plany dotyczące remontów wiążą się często z wyposażeniem w nowy sprzęt RTV lub AGD, co tej wiosny stanowi wyzwanie dla 13,7 proc. z nas.

Ta lubiana przez większość pora roku, to także zwykle zmierzający ku końcowi rok szkolny i związane z tym faktem egzaminy. Dla wielu osób oznacza to zwiększone wydatki na edukację dzieci lub własną. Jako wyzwanie traktuje tę kwestię ponad 13 proc. ankieterowanych.

NAJWIĘKSZE FINANSOWE WYZWANIA TEJ WIOSNY



33,6%

Remont domu,
mieszkania



18,2%

Przygotowania do
Świąt Wielkanocnych



17,9%

Odłożenie pieniędzy
na wakacje



16,6%

Organizacja lub udział
w weselu lub innej
uroczystości



14,6%

Inwestycja w samochód
- zakup lub naprawa



14,1%

Uporządkowanie
ogrodu, tarasu, działki



13,7%

Wyposażenie domu
w sprzęt RTV lub AGD



13,3%

Wydatki związane z
edukacją dzieci lub własną



7,5%

Wyjazd dziecka na
wycieczkę szkolną,
zieloną szkołę

**6,2%**

Wyjazd na długi weekend, np. majówkę

**11,3%**

Inne

**7,7%**

Nie wiem, trudno powiedzieć

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%

Mężczyźni nieco częściej niż kobiety wskazywali na remonty i urządzenie zarówno domu lub mieszkania (37 do 30 proc. pań), jak i działki, ogrodu czy tarasu (18 do 11 proc.). Z kolei dla Polek większym problemem okazują się rodzinne uroczystości (odpowiednio 22 i 11 proc. panów) i zakup sprzętu RTV lub AGD (17 i 10 proc.). To również panie w większym stopniu jako wyzwanie traktują Wielkanoc (23 do 13 proc.).

Dla osób z niskimi dochodami, wyzwaniem są przede wszystkim Święta Wielkanocne (46 proc.) czy rodzinne okazje, np. wesele lub komunie (29 proc.). Niemal co czwarty ankietowany o najniższych dochodach (23 proc.) wskazał też na potrzebę odkładania pieniędzy na wakacje. Widać więc, że najmniej zamożni mają większy problem z wydatkami, które są nieuniknione, ale nie skupiają się na bardziej kosztownych planach, które można odłożyć na inny termin, takich jak wyjazdy na długie weekendy czy inwestycja w samochód. Osoby o średnich dochodach (między 3000 a 3999 zł netto miesięcznie) najczęściej myślą o remoncie (63 proc.) lub zakupie sprzętu domowego, takiego jak meble czy urządzenia RTV lub AGD (19 proc.). Warto zauważyć, że wraz z poziomem dochodów, rośnie liczba wskazań na wydatki związane z edukacją.

NAJWIĘKSZE FINANSOWE WYZWANIA TEJ WIOSNY

						
	18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 i więcej
Remont domu, mieszkania	51%	<u>36%</u>	37%	27%	30%	14%
Przygotowania do Świąt Wielkanocnych	10%	<u>13%</u>	15%	16%	9%	58%
Odłożenie pieniędzy na wakacje	21%	22%	<u>19%</u>	14%	16%	12%
Organizacja lub udział w rodzinnej uroczystości, np. chrzciny, wesele, komunie	29%	15%	9%	<u>16%</u>	5%	27%

Santander Consumer Bank postanowił również sprawdzić, w jaki sposób Polacy radzą sobie z wiosennymi finansowymi wyzwaniami. Niemal 44 proc. finansuje większe wydatki dzięki zaoszczędzonym wcześniej pieniądzą. Zdecydowanie mniej, bo co piąty badany (20 proc.) korzysta z bieżących przychodów – pensji, emerytury lub renty, lub przychodów własnej firmy (to spadek w porównaniu z ubiegłym rokiem aż o 22 pkt proc.). Niespełna 12 proc. rezygnuje z innych wydatków, aby móc sfinansować swoje wiosenne plany (9,8 proc. w 2019 r.). Co dziesiąta osoba podejmuje w tym celu dodatkową pracę.

Ponad 6 proc. respondentów woli zaciągnąć kredyt w banku. Niskie oprocentowanie kredytów, szczególnie teraz, kiedy obniżone zostały stopy procentowe, może wpłynąć na zwiększenie zainteresowania ofertami kredytowymi banków, w szczególności takimi, jak oferowany przez Santander Consumer Bank kredyt gotówkowy bez wychodzenia z domu. Przy tego typu wydatkach, szybka procedura i jasne, proste zasady, mogą okazać się kluczowe dla decyzji o zaciągnięciu takiego zobowiązania.

W JAKI SPOSÓB SFINANSUJEMY WIĘKSZE WIOSENNE WYDATKI?



43,7%

Oszczędzam na ten cel pieniądze z dużym wyprzedzeniem



19,6%

Pokrywam je z bieżących przychodów



11,9%

Rezygnuję z niektórych innych wydatków



10,2%

Podejmuję dodatkową pracę, aby uzyskać większe dochody



6,1%

Pożyczam na ten cel pieniądze z banku



2,0%

Odkładam na ten cel ekstra pieniądze np. z premii, trzynastki



2,0%

Przeznaczam na ten cel środki z programu 500+

Wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji pominięto odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć” i „Inne” oraz odpowiedzi z wynikiem poniżej 1%.

Na cele związane z wiosennymi wyzwaniami częściej z dużym wyprzedzeniem oszczędzają kobiety niż mężczyźni (odpowiednio 48 do 40 proc.), choć w przypadku obu płci jest to odpowiedź wskazywana najchętniej. Panowie są bardziej skłonni do korzystania z bieżących przychodów (23 do 16 proc.) oraz podejmowania dodatkowej pracy zarobkowej (14 do 17 proc.), natomiast panie muszą w większym stopniu rezygnować z niektórych innych wydatków, żeby sfinansować bardziej kosztowne wiosenne plany (14 i 10 proc.).

Otrzymywana regularnie pensja, emerytura, renta czy przychody z działalności gospodarczej umożliwiają realizację najbliższych planów przede wszystkim mieszkańcom metropolii powyżej 500 tys. mieszkańców (36 proc.). Z kolei osoby mieszkające na wsi znacznie częściej niż pozostałe grupy oszczędzają z wyprzedzeniem (44 proc.) lub rezygnują z innych kosztownych planów (18 proc.).

Największy odsetek osób, które finansują te wydatki z pieniędzy otrzymywanych na bieżąco, odnotowano wśród osób o miesięcznych dochodach między 3 a 4 tys. zł, a także osób najbardziej zamożnych, z dochodami powyżej 5 tys. zł (niemal 33 proc.). Warto też zaznaczyć, że wśród oszczędzających z wyprzedzeniem, przeważają najzamożniejsi (niemal 60 proc. ankietowanych o dochodach między 4 a 5 tys. zł i ponad 57 proc. o dochodach przekraczających 5 tys. zł).

W JAKI SPOSÓB SFINANSUJEMY WIĘKSZE WIOSENNE WYDATKI?

						
	Dochód netto					
	do 999 zł	1 000 - 1 999 zł	2 000 - 2 999 zł	3 000 - 3 999 zł	4 000 - 4 999 zł	5 000 i więcej zł
Oszczędzam na ten cel pieniądze z dużym wyprzedzeniem	19,6%	47,4%	<u>49,6%</u>	34,5%	59,2%	57,6%
Pokrywam te wydatki z bieżących dochodów, z pracy, emerytury lub działalności gospodarczej	<u>17,2%</u>	15,8%	12,7%	32,9%	9,7%	32,6%
Rezygnuję z niektórych innych wydatków, aby mieć pieniądze na to, co planuję zrobić wiosną	15,5%	<u>13,1%</u>	20,3%	7,2%	4,2%	0,0%
Pożyczam na ten cel pieniądze od rodziny, przyjaciół	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%
Pożyczam na ten cel pieniądze w firmie pożyczkowej	2,6%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	<u>1,3%</u>
Pożyczam na ten cel pieniądze z banku	0,0%	11,1%	<u>3,8%</u>	1,8%	11,4%	1,8%
Pożyczam na ten cel pieniądze z własnego zakładu pracy	0,0%	0,8%	0,0%	<u>0,5%</u>	0,0%	4,0%
Z premii, trzynastki	16,4%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Przeznaczam na ten cel środki otrzymywane z programów rządowych, np. 500+	0,0%	2,0%	0,0%	0,0%	7,5%	0,0%
Podjęmuję dodatkową pracę, aby uzyskać dodatkowe dochody	21,1%	6,0%	<u>8,0%</u>	23,1%	6,7%	0,0%
Inne	5,9%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Nie wiem, trudno powiedzieć	0,0%	0,0%	4,2%	0,0%	0,0%	2,6%

Po kredyt do banku ma zamiar się udać tej wiosny 6 proc. z nas. A co w ujęciu ogólnym Polacy myślą o kredytach, np. takich jak oferowany obecnie przez Santander Consumer Bank kredyt gotówkowy bez wychodzenia z domu? Zapytani o to, które ze stojących przed nimi wyzwań sfinansowaliby z kredytu, gdyby właśnie go zaciągali, najwięcej – bo niemal jedna trzecia wskazała na remont mieszkania lub domu (32,1 proc.). Więcej niż co dziesiąty ankietowany (11 proc.) za pieniądze z kredytu urządziłby działkę, ogród lub taras, a niemal identyczny odsetek kupiłby nowy sprzęt RTV lub AGD do domu (10,3 proc.). Swoje plany wakacyjne zrealizowałoby dzięki kredytowi 9,6 proc. z nas.

Wsparcie finansowe z banku byłoby pomocne w urządzeniu typowych wiosennych uroczystości rodzinnych, np. komunii lub wesela dla 9,2 proc. Polaków, a niewiele mniej skorzystałoby z takiej opcji, organizując Święta Wielkanocne (7,6 proc.). Ulgę w wydatkach związanych z kupnem lub naprawą samochodu, odczułoby 8,9 proc. z nas. Rzadziej natomiast zdecydowałibyśmy się na sfinansowanie kredytem edukacji lub wyjazdów szkolnych dziecka.

W SFINANSOWANIU KTÓREGO WYZWANIA TEJ WIOSNY POMÓGŁBY KREDYT?



32,1%

Remont domu,
mieszkania



11,0%

Urządzanie działki,
ogrodu, tarasu



10,3%

Wypożyczenie domu,
np. sprzęt RTV lub AGD



9,6%

Zorganizowanie
wakacji



9,2%

Organizacja lub udział
w rodzinnej uroczystości,
np. wesele, komunія, etc.



8,9%

Zakup lub naprawa
samochodu



7,6%

Przygotowania
do Świąt
Wielkanocnych



1,8%

Wyjazdy dziecka,
np. wycieczki szkolne,
zielone szkoły



1,7%

Wydatki związane
z edukacją dziecka
lub własną



7,5%

Inne



27,8%

Nie wiem, trudno
powiedzieć

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%

W przypadku zarówno kobiet, jak i mężczyzn, najczęstszym celem kredytowym byłby remont domu, jednak w przypadku tych pierwszych odsetek ten jest znacząco wyższy (odpowiednio 38 i 26 proc.). Panie chętniej finansowałyby kredytem wyzwania związane z domem i rodziną – zakup sprzętu RTV lub AGD i wyposażenie domu (12 proc.), a także wydatki związane z Wielkanocą (12 proc.). Panowie zainwestowaliby natomiast w zakup lub naprawę samochodu (12 proc.). Poza tym obie płcie są dość zgodne ze sobą w tej kwestii i ich odpowiedzi nie różnią się zbytnio od siebie.

W SFINANSOWANIU KTÓREGO WYZWANIA TEJ WIOSNY POMÓGŁBY KREDYT?



Kobiety



Mężczyźni

Przygotowania do Świąt Wielkanocnych	12%	3%
Remont domu lub mieszkania	38%	26%
Wypożyczenie domu lub mieszkania np. zakup mebli, sprzętu RTV lub AGD	12%	9%
Urządzenie ogrodu, tarasu, działki	<u>11%</u>	<u>11%</u>
Wyjazdy na „długie weekendy” np. majówka, Boże Ciało	3%	2%
Zorganizowanie wakacji	10%	9%
Organizacja lub udział w rodzinnej uroczystości, np. wesele, komunie, chrzciny	8%	<u>11%</u>
Inwestycja w samochód, zakup nowego, naprawa obecnego	6%	12%
Wydatki związane z wyjazdami dziecka, np. wycieczka, zielona szkoła	1%	2%
Wydatki związane z edukacją własną bądź dzieci	0%	3%
Inne	12%	3%
Nie wiem, trudno powiedzieć	23%	33%

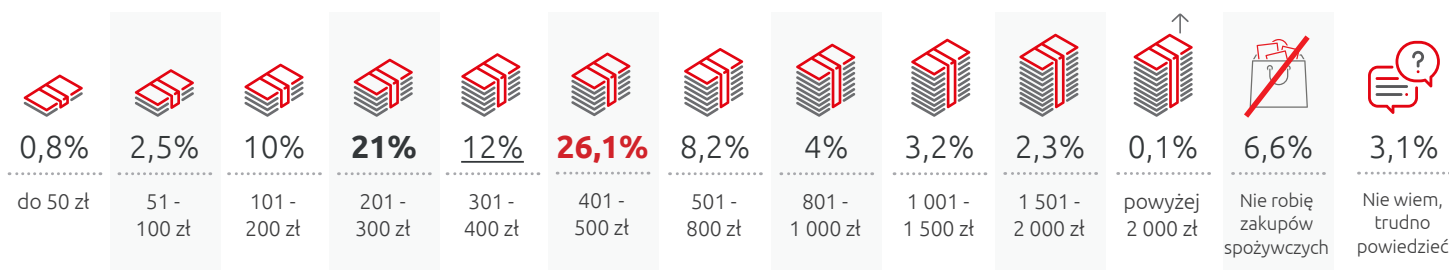
Wsparcie finansowe przy pracach remontowych w domach to najczęstsza odpowiedź we wszystkich kategoriach wiekowych, z czego najwięcej, bo ponad 52 proc. wskazań odnotowano wśród 50-latków, a najmniej, bo 16 proc. u seniorów powyżej 70. roku życia. Podobna zgodność wyników występuje w ujęciu na wielkość miejscowości, w której mieszkają badani – zarówno mieszkańcy wsi, jak i miast – od tych najmniejszych (do 50 tys. mieszkańców), aż po metropolie powyżej 500 tys. mieszkańców, pieniądze z kredytu przeznaczyliby najchętniej na remont.

ILE KOSZTUJE WIELKANOC?

Wielkanoc, podobnie jak Święta Bożego Narodzenia, to nie tylko rodzinne spędzanie czasu czy smaczne jedzenie. To także wydatki, które wielu z nas mocno odczuwa w swoich portfelach. Jedzenie kosztuje nas niemało, a jak pokazują liczne przykłady, mamy tendencje do kupowania go w nadmiarowych ilościach. Dodatkowo, w niektórych rodzinach, szczególnie tych, gdzie są dzieci, także z okazji Wielkanocy daje się prezenty. Część rodzin wyjeżdża i spędza święta poza domem. Wszystkie te działania wiążą się z wydatkami. Zapytani o to, jakie kwoty mają zamiar wydać w tym roku na organizację świąt, aż 60 proc. badanych odpowiada, że przeznaczy kwoty między 200 a 500 zł. Z kolei ponad 5 proc. wyda na ten cel ponad 1000 zł.

Co oczywiste, skala wydatków jest bezpośrednio związana z dochodami – 16 proc. osób najmniej zamożnych wyda nie więcej niż 100 zł na Wielkanocne zakupy, a niemal co czwarty (23 proc.) nie robi zakupów spożywczych wcale. Z kolei wśród osób o dochodach ponad 5 tys. zł miesięcznie, aż 26 proc. deklaruje, że wyda na ten cel między 1501 a 2000 zł.

JAKĄ KWOTĘ PRZEZNACZYMY NA ZAKUPY SPOŻYWCZE ZWIĄZANE Z WIELKANOCĄ?



Aż 42 proc. Polaków przyznaje, że zdarza im się wyrzucać żywność, a 35 proc. z nich robi to nawet kilka razy w miesiącu – wynika z [badania Federacji Polskich Banków Żywności](#). Najczęściej wyrzucane produkty to pieczywo, owoce, wędliny i warzywa. Te niedobre praktyki nasilają się w okresach świątecznych, także w czasie Wielkanocy. Szykując się do świąt, wielu z nas z założenia kupuje jedzenie w nadmiarze. Na wszelki wypadek gromadzimy zapasy, które później niestety często lądują na śmietnikach.

Polacy zapytani o to, co robią, kiedy po świątach jedzenia zostaje zbyt dużo, w zaledwie co 10. przypadku deklarują, że je wyrzucają (bądź do śmieci, bądź na kompostownik). Zdecydowanie częściej wskazywano, że nadmiarowe pozostałości albo zostają rozdane wśród rodziny lub znajomych (51 proc.), albo zamrożone na później (niemal 59 proc. wskazań). Spora część Polaków zaznacza, że stara się zjeść wszystko w czasie świąt (niemal 45 proc.).

Nieco inaczej wygląda sytuacja, kiedy analiza obejmuje wyłącznie pierwsze wskazanie – wtedy odsetek osób przyznających się do wyrzucania żywności topnieje do niespełna 3 proc. Niemal jedna trzecia badanych deklaruje, że stara się zjeść wszystko w czasie świąt, a ponad 32 proc., że dzieli się jedzeniem z innymi.

Zderzając wyniki przytoczonego wyżej badania Federacji Polskich Banków Żywności z deklaracjami ankietowanych przez Santander Consumer Bank, można wysnuć wniosek, że większość Polaków zdaje sobie sprawę, że wyrzucanie jedzenia jest niewłaściwą praktyką, do której trudno się przyznać, lecz nie zawsze potrafią zachować dyscyplinę zakupową. Źle oceniają możliwości konsumpcyjne swoich bliskich, zatem ich lodówki i tak pęcznią w święta.

CO ROBIMY Z NADMIAREM JEDZENIA, KTÓRE ZOSTAJE PO ŚWIĘTACH WIELKANOCNYCH?

Wskaż jedną odpowiedź



32,2%

Dzielę się z rodziną
lub znajomymi



31,1%

Nic, staram się zjeść
wszystko w czasie świąt



19,9%

Zamrażam



6,4%

Przygotowuję na bazie tego, co
zostało zupełnie nowe potrawy



4,7%

Przekazuję osobom potrzebującym,
np. bankom żywności



2,4%

Wyrzucam
do śmieci



0,5%

Wyrzucam resztki
do kompostownika

Wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji pominięto odpowiedź „Nie wiem, trudno powiedzieć”.

CO ZROBIMY Z NADMIAREM JEDZENIA, KTÓRE ZOSTAJE PO ŚWIĘTACH WIELKANOCNYCH?



58,6%

Zamrażam



51,2%

Dzielę się z rodziną
lub znajomymi



44,7%

Nic, staram się zjeść
wszystko w czasie świąt



19,3%

Przygotowuję na bazie tego, co
zostało zupełnie nowe potrawy



18,6%

Przekazuję osobom potrzebującym,
np. bankom żywności



4%

Wyrzucam
do śmieci



6,7%

Wyrzucam resztki
do kompostownika

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji pominięto odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć” i „Inne”.

Mężczyźni częściej niż kobiety deklarują, że starają się zjeść wszystko, co zostało przygotowane na świąteczny stół (odpowiednio 51 proc. i 39 proc.), za to panie wolą rozdać jedzenie wśród rodziny i znajomych (58 do 43 proc.). W przypadku pozostałych odpowiedzi, wyniki dla obu płci są dosyć zbliżone.

CO ROBIMY Z NADMIAREM JEDZENIA, KTÓRE ZOSTAJE PO ŚWIĘTACH WIELKANOCNYCH?



Kobiety



Mężczyźni

Nic, staram się zjeść wszystko w czasie świąt	<u>39%</u>	51%
Przygotowuję na bazie tego, co zostało zupełnie nowe potrawy	18%	21%
Dzielę się jedzeniem z rodziną lub znajomymi	58%	<u>43%</u>
Wyrzucam do śmieci	5%	3%
Wrzucam resztki do kompostownika	6%	8%
Zamrażam	60%	57%
Przekazuję osobom potrzebującym, np. bezdomnym, bankom żywności	17%	21%
Inne	1%	5%
Nie wiem, trudno powiedzieć	5%	1%

W najstarszym pokoleniu znacznie wyraźniej niż wśród młodszych rysuje się niechęć do marnowania żywności. Wśród osób powyżej 70. roku życia, żadna nie zadeklarowała, że jedzenie trafia do śmietnika, a zaledwie 1 proc. przeznaczają resztki na kompost. Seniorzy najczęściej albo starają się zjeść wszystko, albo korzystają z zamrażarki (w obu przypadkach 71 proc.). Osoby w średnim wieku (40 i 50-latkowie) chętniej niż pozostali eksperymentują z potrawami, starając się na bazie świątecznych dań, przygotować zupełnie nowe (odpowiednio 30 i 40 proc.). Dzielenie się ze znajomymi to sposób na zagospodarowanie resztek szczególnie popularny wśród 30-latków (65 proc.) i 40-latków (60 proc.), choć także wśród najmłodszych ankietowanych, do 29. roku życia, to druga najczęstsza odpowiedź (47 proc.). Niestety to także wśród młodych wyrzucanie żywności zdarza się najczęściej (12 proc.). Dla kontrastu, to również ta generacja najchętniej dzieli się jedzeniem z potrzebującymi (32 proc.). Co ciekawe, poziom zarobków raczej nie wpływa na stosunek do wyrzucania lub ponownego wykorzystania wielkanocnych pozostałości.

CO ROBIMY Z NADMIAREM JEDZENIA, KTÓRE ZOSTAJE PO ŚWIĘTACH WIELKANOCNYCH?



Wiek

18 - 29

30 - 39

40 - 49

50 - 59

60 - 69

70 i więcej

Nic, staram się zjeść wszystko w czasie świąt

53%

33%

19%

50%

49%

71%

Przygotowuję na bazie tego, co zostało zupełnie nowe potrawy

4%

7%

30%

40%

18%

23%

Dzielę się jedzeniem z rodziną lub znajomymi

47%

65%

60%

56%

35%

37%

Wyrzucam do śmieci

12%

1%

2%

6%

1%

0%

Wrzucam resztki do kompostownika

10%

9%

15%

3%

1%

1%

Zamrażam

40%

67%

75%

57%

45%

71%

Przekazuję osobom potrzebującym, np. bezdomnym, bankom żywności

32%

29%

12%

14%

8%

9%

Inne

0%

0%

1%

0%

14%

3%

Nie wiem, trudno powiedzieć

0%

0%

4%

1%

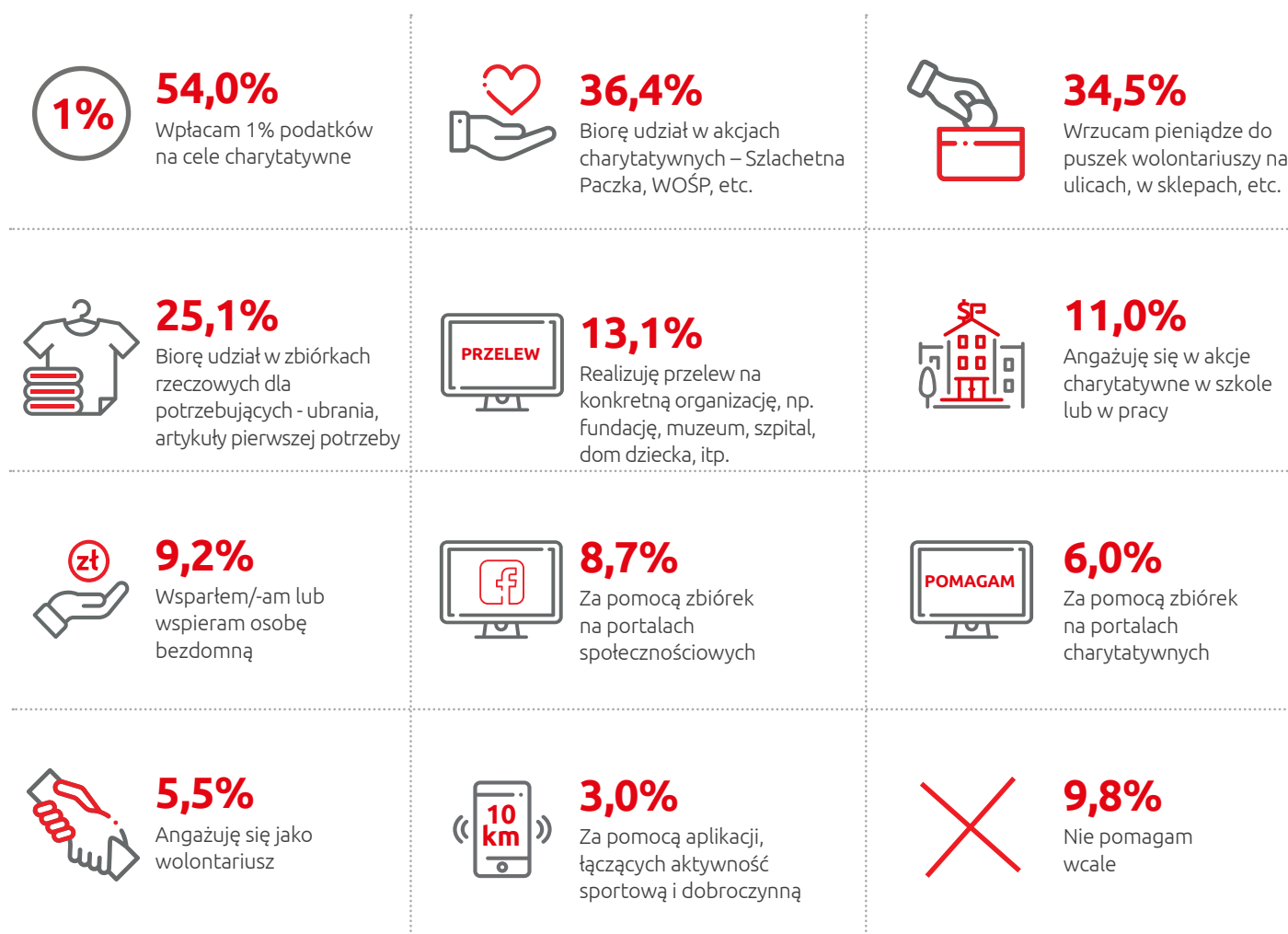
13%

0%

POLACY A DOBROCZYNNOŚĆ

Czy Polacy angażują się w aktywność społeczną? Z jednej strony chętnie mobilizujemy się w przypadku pojedynczych inicjatyw, np. wspierając Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy w czasie finału czy akcją Szlachetna Paczka, z drugiej jednak strony, jeśli mowa o regularnym pomaganiu, to zdecydowana większość ogranicza się do przekazania 1% podatku organizacjom pożytku publicznego (54 proc.). Częściej też jesteśmy skłonni do wrzucenia pieniędzy zbieranych przez wolontariuszy do puszek (34,5 proc.), niż samodzielnie zaangażujemy się w wolontariat (5,5 proc.). Niespełna 9 proc. z nas bierze udział w zbiórkach internetowych na portalach społecznościowych, a kolejne 6 proc. w zbiórkach organizowanych na portalach, które przeznaczone są do akcji charytatywnych. Co dziesiąty ankietowany zadeklarował, że nie angażuje się w żadną tego typu pomoc.

PREFEROWANE SPOSOBY WSPARCIA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH I INICJATYW CHARYTATYWNYCH



Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji pominięto odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”.

Kobiety okazują się bardziej skore do pomocy – tylko 7 proc. pań zadeklarowało, że nie angażuje się w działalność charytatywną. Wśród mężczyzn odsetek ten wynosi niemal dwukrotnie więcej (13 proc.). Z kolei panowie zdecydowanie częściej przeznaczają 1% podatku na cele dobroczynne (odpowiednio 62 do 47 proc.), natomiast panie znacznie chętniej podejmują aktywności w ramach akcji charytatywnych w szkołach lub pracy (19 do 2 proc.), czy włączając się osobiście w wolontariat (8 proc.).

PREFEROWANE SPOSOBY WSPARCIA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH I INICJATYW CHARYTATYWNYCH

	 Kobiety	 Mężczyźni
Za pomocą portali do zbiorów i serwisów charytatywnych	6%	6%
Za pomocą zbiorów na portalach społecznościowych	11%	7%
Za pomocą aplikacji łączących aktywność sportową i dobroczynną	4%	2%
Realizuję przelew na konkretną organizację np. fundację, muzeum, szpital, dom dziecka itd.	10%	17%
Wrzucam pieniądze do puszek wolontariuszy na ulicach lub w sklepach itp.	<u>38%</u>	<u>30%</u>
Wspartem/-am lub wspieram osobę bezdomną	11%	8%
Wpłacam 1% podatków na cele charytatywne	47%	62%
Pracuję jako wolontariusz	8%	2%
Biorę udział w zbiórkach rzeczowych dla potrzebujących, np. ubrania, artykuły pierwszej potrzeby	36%	13%
Angażuję się w akcje charytatywne w szkole lub w miejscu pracy	19%	2%
Biorę udział w akcjach charytatywnych np. WOŚP, Szlachetna Paczka itp.	42%	31%
Nie pomagam wcale	7%	13%
Nie wiem, trudno powiedzieć	4%	2%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

Udział w zbiórkach na portalach społecznościowych to przede wszystkim domena młodszych osób (21 proc. 30-latków). Co ciekawe, osoby najmłodsze (18-29 lat) zdecydowanie najrzadziej wrzucają pieniądze do puszek na ulicach czy w sklepach (8 proc.). Takie działanie jest z kolei najbardziej popularne wśród najstarszych (57 proc. osób w wieku powyżej 70 lat). Działania charytatywne deklarowane są znacznie częściej wśród osób z wyższym wykształceniem, pośród których jedynie 2 proc. zadeklarowało, że nie angażują się w pomoc. Wśród osób z wykształceniem podstawowym lub zawodowym odsetek ten wynosi aż 15 proc.

PREFEROWANE SPOSOBY WSPARCIA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH I INICJATYW CHARYTATYWNYCH



Podstawowe/
zawodowe



Średnie
i policealne



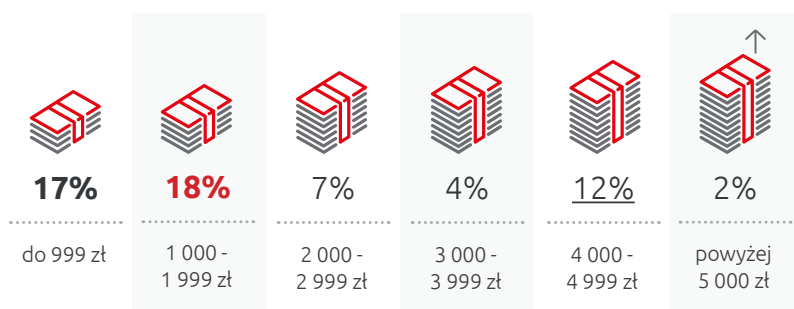
Wyższe

Za pomocą portali do zbiórek i serwisów charytatywnych	3%	7%	10%
Za pomocą zbiórek na portalach społecznościowych	0%	14%	14%
Za pomocą aplikacji łączących aktywność sportową i dobroczynną	3%	3%	4%
Realizuję przelew na konkretną organizację np. fundację, muzeum, szpital, dom dziecka itd.	6%	14%	22%
Wrzucam pieniądze do puszek wolontariuszy na ulicach lub w sklepach itp.	40%	42%	18%
Wspartem/-am lub wspieram osobę bezdomną	12%	9%	5%
Wpłacam 1% podatków na cele charytatywne	47%	54%	63%
Pracuję jako wolontariusz	5%	4%	8%
Biorę udział w zbiórkach rzeczowych dla potrzebujących, np. ubrania, artykuły pierwszej potrzeby	13%	32%	<u>32%</u>
Angażuję się w akcje charytatywne w szkole lub w miejscu pracy	8%	5%	23%
Biorę udział w akcjach charytatywnych np. WOŚP, Szlachetna Paczka itp.	<u>22%</u>	<u>39%</u>	52%
Nie pomagam wcale	15%	10%	2%
Nie wiem, trudno powiedzieć	3%	0%	7%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

To, czy pomagamy innym, wiąże się w dużej mierze z poziomem dochodów. Wśród najmniej majątnych aż 17 proc. nie pomaga wcale, natomiast w przypadku osób o dochodach powyżej 5 tys. zł, odsetek ten spada do zaledwie 2 proc. Ci pierwsi, oprócz tego, że przekazują 1% podatku na cele dobroczynne (38 proc.), chętnie biorą udział w zbiórkach rzeczowych dla potrzebujących (37 proc.), lub w akcjach takich jak WOŚP czy Szlachetna Paczka (18 proc.), a także wrzucają pieniądze do puszek wolontariuszy na ulicach i w sklepach (17 proc.). W grupie osób, których miesięczny dochód wynosi między 3 a 3,9 tys. zł, co piąty (20 proc.) angażuje się w działania charytatywne w pracy lub w szkole i jest to najwyższy wynik wśród wszystkich Polaków. Bogatsi (o dochodach powyżej 4 tys. zł miesięcznie), częściej niż pozostali wspierają przelewem konkretną organizację, np. fundację, szpital, dom dziecka itp. Najwięcej wolontariuszy znajdziemy natomiast wśród osób o dochodach między 3 a 5 tys. zł.

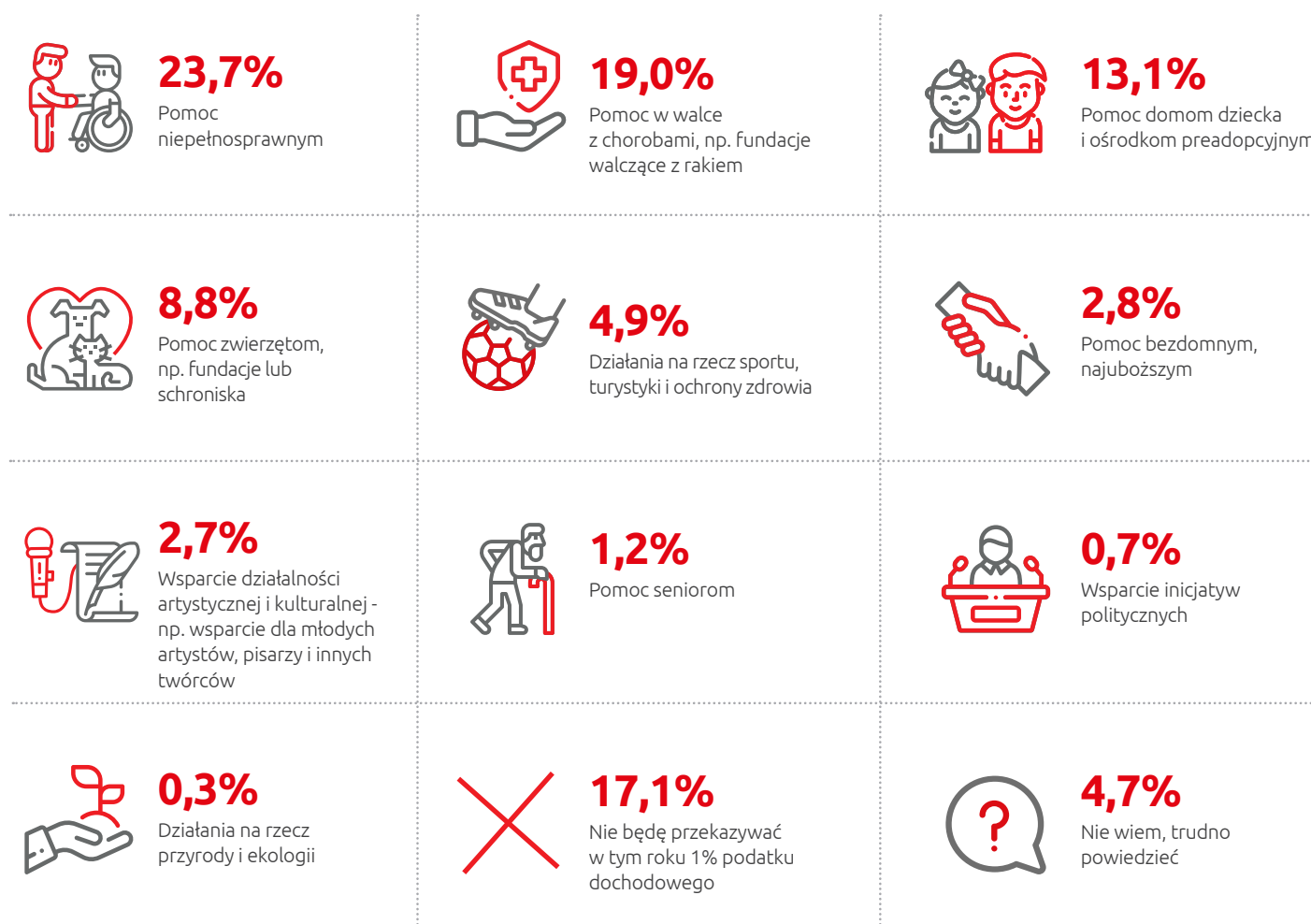
NIE WSPIERAM ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH I INICJATYW CHARYTATYWNYCH



Najbardziej popularnym sposobem wspierania charytatywnych inicjatyw w Polsce jest odpis 1% podatku od dochodu. Ustawa umożliwiająca taki odpis jest już z nami od ponad 15 lat. Na jej mocy podatnik płacący podatek dochodowy od osób fizycznych może przeznaczyć 1% na rzecz wybranej przez siebie organizacji. I faktycznie, Polacy dość chętnie wykorzystują tę możliwość.

Jeśli robimy odpis, to jakie najczęściej cele wybieramy? Najwięcej, bo niemal jedna czwarta z nas chce przeznaczyć 1% na pomoc osobom niepełnosprawnym. Nieco mniej (19 proc.) woli przekazać pieniądze na pomoc w walce z chorobami, np. wspierając fundacje walczące z rakiem. Na trzecim miejscu znalazło się wsparcie dla dzieci z domów dziecka i ośrodków preadopcyjnych (13,1 proc.). Nieco ponad 8 proc. chce w ten sposób pomóc zwierzętom (fundacje, schroniska). Z badania wynika jednocześnie, że aż 17 proc. z nas nie ma zamiaru przekazywać 1% podatku na cele dobroczynne lub społeczne.

NA JAKI CEL PRZEZNACZYMY W TYM ROKU 1% PODATKU DOCHODOWEGO?

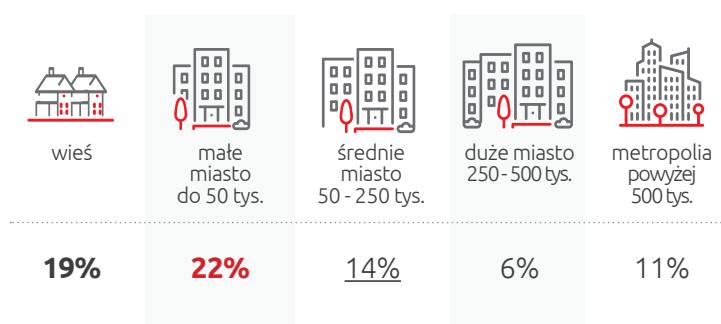


Wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji pominięto odpowiedzi „Inne”.

Swój 1% na pomoc, czy to niepełnosprawnym, czy to dzieciom, a także zwierzętom chętniej przeznaczają kobiety. Mężczyźni częściej wskazywali na chęć pomocy w walce z chorobami, np. rakiem, czy przeznaczenie tej kwoty na działania na rzecz sportu i turystyki. Co ciekawe, z deklaracji wynika, że 1% podatku na cele charytatywne i społeczne, nie ma zamiaru w tym roku przeznaczyć 11 proc. mężczyzn i aż 23 proc. kobiet.

Więcej niż co piąty mieszkaniec małego miasta (22 proc.) i 19 proc. osób mieszkających na wsi, nie zamierza przekazać w tym roku 1% podatku na cele dobroczynne. Zdecydowanie chętniej robią to za to Polacy z dużych miast (takich jak np. Gdańsk, Szczecin, Bydgoszcz) oraz metropolii (np. Warszawy, Krakowa czy Łodzi).

NIE BĘDĘ PRZEKAZYWAĆ W TYM ROKU 1% PODATKU DOCHODOWEGO



CZY ŻYJEMY EKO?

Aż 73,5 proc. z nas deklaruje, że segreguje w domu śmieci. Mając na uwadze zmiany w przepisach dotyczących gospodarki odpadami to mimo wszystko nieduży odsetek – powinni robić to niemal wszyscy. Drugą najbardziej popularną czynnością deklarowaną przez Polaków w kontekście zachowań proekologicznych jest oszczędzanie wody (niecałe 41 proc.). Dopiero w dalszej kolejności badani wskazywali na unikanie lub rezygnację z plastikowych opakowań (26,4 proc.), a niewiele mniej na praktykę korzystania z produktów wielorazowego użytku (niecałe 23 proc.). Widać, że ten trend jeszcze nie wszedł w nawyk Polakom, jednak z czasem takie zachowania powinny się nasilać. Jedna czwarta badanych (25 proc.) stara się korzystać z energooszczędnych sprzętów elektronicznych, a co dziesiąty stosuje ekologiczne rozwiązania do ogrzewania domu, rezygnując z opalania węglem. Niemal 13 proc. kupuje produkty spożywcze pochodzące z ekologicznych hodowli i upraw, a prawie 4 proc. zrezygnowało z jedzenia mięsa.

DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z EKOLOGIĄ PODEJMOWANE NA CO DZIEŃ



73,5%

Segreguję śmieci



40,7%

Oszczędzam wodę



26,4%

Unikam lub nie korzystam z plastikowych opakowań, eliminuję plastik



25,5%

Korzystam z energooszczędnych sprzętów elektronicznych



22,7%

Korzystam z produktów wielokrotnego użytku



12,8%

Kupuję produkty spożywcze pochodzące z ekologicznych upraw i hodowli



10,6%

Stosuję ekologiczne rozwiązania dla ogrzewania domu - np. rezygnuję z pieców na węgiel lub kominka



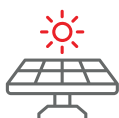
8,5%

Ograniczam jazdę samochodem na rzecz bardziej ekologicznych środków transportu - transport publiczny, rower, etc.



3,7%

Nie jem mięsa



2,4%

Korzystam z paneli fotowoltaicznych lub innych źródeł energii odnawialnej, do produkcji energii na własne potrzeby



3,4%

Nie podejmuję żadnych działań



7,9%

Nie wiem, trudno powiedzieć

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji pominięto odpowiedzi „Inne”.

Najmłodszy Polacy (18-29 lat), częściej niż pozostałe grupy wiekowe, deklarują korzystanie z energooszczędnych sprzętów elektronicznych (39 proc.). Zwracają też większą uwagę na to, czy produkty spożywcze pochodzą z ekologicznych upraw i hodowli (29 proc.). Są też najbardziej skłonni do ograniczania jazdy samochodem, np. na rzecz transportu publicznego (17 proc.). Za to mniejszą wagę przywiązują do eliminowania lub ograniczania plastikowych opakowań. W tej kwestii przodują 50 i 60-latkowie (odpowiednio 38 i 37 proc.).

DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z EKOLOGIĄ PODEJMOWANE NA CO DZIEŃ

						
	Wiek					
	18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 i więcej
Unikam lub nie korzystam z plastikowych opakowań, eliminuję plastik	12%	28%	20%	38%	37%	<u>21%</u>
Stosuję ekologiczne rozwiązania dla ogrzewania domu - np. rezygnuję z pieców na węgiel lub kominka	<u>8%</u>	<u>8%</u>	9%	18%	5%	18%
Ograniczam jazdę samochodem na rzecz bardziej ekologicznych środków transportu - transport publiczny, rower, etc.	17%	12%	<u>9%</u>	1%	0%	12%
Korzystam z energooszczędnych sprzętów elektronicznych	39%	19%	<u>28%</u>	31%	13%	26%
Kupuję produkty spożywcze pochodzące z ekologicznych upraw i hodowli	29%	20%	6%	2%	<u>9%</u>	<u>9%</u>

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.
W prezentacji pokazano jedynie podział wyników dla najciekawszych odpowiedzi.

POŻYCZANIE ONLINE - ZALETY I WADY

Z danych Biura Informacji Kredytowej wynika, że tylko w styczniu 2020 r. banki i SKOK-i udzieliły kredytów konsumpcyjnych na kwotę 6,6 mld zł. Z roku na rok, coraz więcej banków przechodzi na model sprzedaży kredytów online. Ten trend wiąże się z rozwijającą się dynamicznie digitalizacją coraz większej liczby usług, z których te bankowe, w tym kredytowe, stają się wręcz wzorem dla innych branż. Santander Consumer Bank – bank od kredytów, postanowił sprawdzić, jakie Polacy widzą pozytywne, a jakie negatywne cechy kredytów udzielanych przez internet. Oferty takie jak kredyt bez wychodzenia z domu, dostępny w Santander Consumer Banku, dobrze wpasowuje się w potrzeby klientów. Dla Polaków najważniejszą korzyścią w przypadku ubiegania się o kredyt online, jest możliwość szybkiego porównania wielu ofert przed jego zaciągnięciem (17 proc.). Jednak już dla 12,4 proc., kluczowe jest to, że nie muszą wychodzić z domu, stać w kolejkach i marnować czasu, co obecnie staje się wręcz koniecznością. Identyczny odsetek Polaków za najbardziej pozytywny aspekt uważa fakt, że pieniądze pożyczone online pojawiają się bardzo szybko na rachunku. Faktycznie, należna suma może trafić do klienta już nawet w ciągu jednej doby od złożenia wniosku kredytowego.

Dla niemal 9 proc. ankietowanych istotny jest fakt, że taki kredyt można otrzymać w dowolnym momencie, nieograniczonymi godzinami pracy oddziałów bankowych. To również ważny aspekt, mając na uwadze malejącą liczbę fizycznych placówek banków na całym świecie i kurczących się sieci partnerskich. Z jednej strony jest to efekt przenoszenia kolejnych usług do serwisów transakcyjnych banków, a z drugiej, fuzji i konsolidacji samych banków, które likwidują dublujące się oddziały na danym obszarze.

Ograniczone do minimum formalności i prostota procesu, doceniane są przez prawie 7 proc. Polaków. Dla kolejnych 4 proc. kluczową zaletą jest możliwość elastycznego dostosowania oferty kredytowej do indywidualnych potrzeb klienta. Przykładem takiej elastyczności może być możliwość regulowania wysokości rat przez samego kredytobiorcę.

POZYTYWNE ASPEKTY ZWIĄZANE Z POŻYCZANIEM PIENIĘDZY ONLINE



17,0%

Możliwość szybkiego porównania wielu ofert przed zaciągnięciem pożyczki



12,4%

Brak potrzeby wychodzenia z domu, wygoda i oszczędność czasu



8,5%

Możliwość załatwienia kredytu poza typowymi godzinami pracy



6,7%

Prosty proces, mało formalności



4,1%

Możliwość elastycznego dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb



3,8%

Pozorna anonimowość w procesie wnioskowania



1,4%

Pełna kontrola nad procesem wnioskowania, w oddziale „zawsze coś wcisną”

**BIK****1,0%**Lepsze, korzystniejsze
oferty kredytowe
niż w oddziale**0,6%**Wcześniejsze
sprawdzenie zdolności
kredytowej**6,8%**

Inne

56,2%Nie wiem,
trudno powiedzieć

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

Więcej zalet płynących z pożyczania online dostrzegają mężczyźni – przede wszystkim doceniają oni szybkość i prostotę – możliwość szybkiego porównania wielu ofert (22 proc.), tempo, w którym pieniądze trafiają na rachunek (12 proc.) oraz łatwy proces i brak zbędnych formalności (11 proc.). Dla kobiet z kolei bardziej istotna jest możliwość załatwienia kredytu poza standardowymi godzinami pracy (14 proc.), a także brak potrzeby wychodzenia z domu (12 proc.). Pozytywy płynące z zaciągania kredytów, zdecydowanie chętniej są wskazywane przez osoby młodsze. Po 50 roku życia wiedza na temat tych korzyści znacząco spada.

POZYTYWNE ASPEKTY ZWIĄZANE Z POŻYCZANIEM PIENIĘDZY ONLINE

						
	18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 i więcej
Pozorna anonimowość w procesie wnioskowania	0%	0%	18%	6%	0%	0%
Możliwość elastycznego dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb	6%	12%	1%	1%	0%	<u>2%</u>
Pełna kontrola nad procesem wnioskowania, w oddziale „zawsze coś wcisną”	0%	3%	5%	0%	0%	0%
Korzystniejsze oferty kredytowe niż w oddziale	0%	5%	0%	0%	0%	0%
Brak potrzeby wychodzenia z domu, wygoda i oszczędność czasu	17%	<u>12%</u>	19%	9%	<u>12%</u>	3%
Możliwość załatwienia kredytu poza typowymi godzinami pracy	10%	10%	18%	5%	<u>6%</u>	0%
Możliwość szybkiego porównania wielu ofert przed zaciągnięciem pożyczki	54%	20%	6%	4%	<u>8%</u>	2%
Prosty proces, mało formalności	0%	15%	14%	<u>8%</u>	2%	0%
Wcześniejsze sprawdzenie zdolności kredytowej	0%	1%	1%	1%	0%	0%
Szybkie pojawienie się pieniędzy na rachunku	6%	23%	25%	5%	6%	<u>7%</u>
Inne	19%	<u>6%</u>	1%	0%	10%	2%
Nie wiem, trudno powiedzieć	22%	34%	55%	81%	<u>73%</u>	89%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

Brak potrzeby wychodzenia z domu i stania w kolejkach, a co za tym idzie oszczędność czasu, doceniają przede wszystkim mieszkańcy największych miast – metropolii, takich jak Warszawa, Łódź czy Kraków, z populacją powyżej 500 tys. (33 proc.), miast średnich, takich jak Częstochowa, Kielce, Radom (21 proc.) oraz dużych, np. Gdańsk, Katowice czy Białystok (18 proc.). Możliwość załatwienia kredytu poza godzinami pracy jest dobrze oceniana przede wszystkim w największych miastach w Polsce.

POZYTYWNE ASPEKTY ZWIĄZANE Z POŻYCZANIEM PIENIĘDZY ONLINE

	 wieś	 małe miasto do 50 tys.	 średnie miasto 50 - 250 tys.	 duże miasto 250 - 500 tys.	 metropolia powyżej 500 tys.
Pozorna anonimowość w procesie wnioskowania	6%	<u>1%</u>	4%	6%	<u>1%</u>
Możliwość elastycznego dostosowania oferty do indywidualnych potrzeb	0%	6%	12%	0%	<u>4%</u>
Pełna kontrola nad procesem wnioskowania, w oddziale „zawsze coś wcisną”	0%	2%	0%	0%	6%
Korzystniejsze oferty kredytowe niż w oddziale	2%	0%	0%	0%	1%
Brak potrzeby wychodzenia z domu, wygoda i oszczędność czasu	6%	5%	21%	<u>18%</u>	33%
Możliwość załatwienia kredytu poza typowymi godzinami pracy	<u>8%</u>	5%	12%	3%	13%
Możliwość szybkiego porównania wielu ofert przed zaciągnięciem pożyczki	<u>10%</u>	30%	18%	8%	18%
Prosty proces, mało formalności	6%	3%	6%	6%	18%
Wcześniejsze sprawdzenie zdolności kredytowej	0%	1%	0%	0%	2%
Szybkie pojawienie się pieniędzy na rachunku	<u>9%</u>	13%	13%	6%	21%
Inne	<u>5%</u>	10%	3%	40%	2%
Nie wiem, trudno powiedzieć	70%	42%	59%	25%	47%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

A co jeśli chodzi o negatywne aspekty związane z zaciąganiem kredytów online? Tu przeważają obawy o bezpieczeństwo, szczególnie jeśli chodzi o dane osobowe. Więcej niż co trzeci ankietowany (ponad 34 proc.) obawia się takiego zagrożenia. Z kolei co piąty (ponad 21 proc.) wskazał na nieufność do instytucji udzielającej kredytu lub pożyczki online. Co ciekawe, dla 20 proc. z nas, pożyczanie w sieci oznacza zbyt łatwy dostęp do gotówki, a co za tym idzie, potencjalne niebezpieczeństwo nadmiernego zadłużenia się. Ponad 17 proc. Polaków wyraża obawy, że w przypadku zaciągania kredytu przez internet, mogą się pojawić jakieś dodatkowe, ukryte opłaty. Nieco mniej ankietowanych (12,6 proc.) za problem uznaje brak możliwości bezpośredniej konsultacji z doradcą, a 8,6 proc. niepokoiłby brak możliwości negocjowania warunków kredytu.

OBAWY ZWIĄZANE Z POŻYCZANIEM PIENIĘDZY ONLINE



34,3%

Bezpieczeństwo moich danych osobowych, np. wyłudzenie danych logowania, karty kredytowej itp.



21,4%

Nieufność do podmiotu udzielającego pożyczek lub kredytów online, nieuczciwy pożyczkodawca



20,0%

Łatwy dostęp do gotówki, a tym samym możliwość zadłużenia



17,3%

Możliwość pojawienia się dodatkowych, ukrytych opłat



12,6%

Brak możliwości konsultacji z doradcą



8,6%

Brak możliwości negocjacji warunków kredytu



3,2%

Brak biegłości w poruszaniu się w środowisku online, obsługi komputera lub smartfona



3,7%

Inne



35,6%

Nie wiem, trudno powiedzieć

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

TECHNOLOGIE W RĘKACH POLAKÓW

Smartfon stał się nieodłącznym elementem życia większości ludzi na świecie. Nie powinno to dziwić, skoro w coraz większej liczbie różnych czynności wyręczają nas zaawansowane technicznie i nowatorskie aplikacje. Santander Consumer Bank postanowił więc sprawdzić, do jakich faktycznie czynności, oprócz prowadzenia rozmów telefonicznych, najczęściej wykorzystujemy te urządzenia.

Co ciekawe, najwięcej, bo niemal 23 proc. z nas korzysta na smartfonie z nawigacji. Faktycznie, wiele osób wykorzystuje takie aplikacje na co dzień, nie tylko w miejscach, które odwiedza po raz pierwszy. Wiedza o tym, gdzie aktualnie są największe korki i jak je ominąć, jest wyjątkowo cenna, szczególnie w zatłoczonych miastach. Co piąty z nas korzysta z telefonu najczęściej do komunikowania się z innymi, za pomocą aplikacji takich jak Messenger, WhatsApp itd., a niespełna 16 proc. sprawdza na ekranie godzinę.

Smartfon zastępuje też często inne kanały dostępu do informacji. Niemal 17 proc. korzysta za jego pośrednictwem z mediów społecznościowych, a 14 proc. z serwisów informacyjnych. Pogodę sprawdza w aplikacji 14,6 proc. ankietowanych, a 14,8 proc. odbiera pocztę elektroniczną.

Stosunkowo wysoki jest odsetek osób, które za pomocą telefonu logują się do swojego banku (12,2 proc.). Od kilku już lat można dostrzec wyraźny trend związany z wykonywaniem coraz większej liczby czynności bankowych w mobilnej aplikacji, a nie na komputerze. Ciekawie również kształtuje się najbliższa przyszłość rynku płatności – już dziś spotykamy wiele osób, które przy kasach nie wyciągają portfela, tylko swoje smartfony. W badaniu Santander Consumer Banku niemal co dziesiąty ankietowany zadeklarował, że płaci w ten sposób za zakupy w sklepach stacjonarnych.

Podobna liczba osób słucha muzyki za pomocą smartfona (12,1 proc.), który dla wielu, szczególnie w dobie takich serwisów streamingowych jak Spotify, czy Tidal, stał się już podstawowym odtwarzaczem muzyki, wypierając fizyczne nośniki. Ponad 4 proc. korzysta ze streamingowych platform video, takich jak Netflix czy HBO.GO. Można jednak z dużą dozą pewności stwierdzić, że popularność streamingu będzie szybko rosła.

Nieco ponad jedna czwarta badanych stwierdziła, że nie wykonuje żadnej z wymienionych czynności na swoim telefonie. Można zatem wnioskować, że służy im on wyłącznie do rozmów.

CZYNNOŚCI WYKONYWANE NAJČĘŚCIEJ NA SMARTFONIE POZA ROZMOWAMI TELEFONICZNYMI I SMS-AMI



22,6%
Nawigacja GPS



20,2%
Rozmowy za pomocą komunikatorów np. Messenger



16,9%
Korzystanie z mediów społecznościowych

**15,9%**Sprawdzanie
godziny**14,8%**Obsługa poczty
elektronicznej**14,6%**Sprawdzanie
prognozy pogody**14,0%**Korzystanie z serwisów
informacyjnych**12,2%**Logowanie
do banku**12,1%**Słuchanie
muzyki**9,6%**Płatność za zakupy
w sklepie stacjonarnym**5,0%**Zamawianie
jedzenia**4,1%**Oglądanie wideo,
np. Netflix, HBO.GO
etc.**3,8%**Zamawianie transportu,
np. taxi**3,4%**

E-zakupy

**3,3%**Zakup biletów lotniczych
lub kolejowych**2,7%**Rezerwacja noclegu,
np. hotelu**1,6%**Rezerwacja i zakup biletu
do kina, teatru, opery**26,3%**Żadne
z powyższych

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć” i „Inne”.

Korzystanie z wielu funkcji smartfonów jest niezależne od płci użytkownika – w obu przypadkach w badaniu osiągając niemal identyczne lub niewiele różniące się od siebie wyniki. Tak jest np. jeśli chodzi o media społecznościowe, serwisy informacyjne czy rozmowy poprzez komunikatory. Gdzie zatem widoczne są różnice? Mężczyźni zdecydowanie chętniej niż kobiety używają nawigacji (odpowiednio 34 do 13 proc.) i słuchają muzyki (17 do 8 proc.). Za to panie częściej wskazywały na płatności w sklepach stacjonarnych (odpowiednio 15 i 4 proc.) oraz obsługę skrzynki e-mail (19 do 10 proc.).

Dość istotne różnice widać natomiast pomiędzy przedstawicielami różnych generacji. Dla osób najmłodszych (18- 29 lat) smartfon i aplikacje na nim zainstalowane są już niezbędnym elementem życia. Aż 36 proc. osób w wieku 18-29 lat wykonuje płatności przy kasie za pomocą telefonu. Z kolei 30 proc. z nich rozmawia, korzystając z komunikatorów, takich jak Messenger, czy WhatsApp. Niewiele mniej (28 proc.) wykorzystuje swoje urządzenia do aktywności w mediach społecznościowych. Warto zwrócić też uwagę na fakt, że aż co trzecia młoda osoba może obyć się bez zegarka, zerkając na ekran w celu sprawdzenia godziny.

Wcale jednak nie mniejszą aktywność, jeśli chodzi o wykorzystanie aplikacji w telefonach, wykazują 30 i 40-latkowie. Aż 40 proc. osób wieku 30-39 lat rozmawia przez komunikatory, 35 proc. korzysta z serwisów społecznościowych, a 30 proc. z portali informacyjnych. Z kolei niemal połowa 40-latków (49 proc.) włącza najczęściej nawigację, a 30 proc. loguje się do banku. Przedstawiciele starszych pokoleń w zdecydowanie mniejszym stopniu wykorzystują możliwości, jakie dają smartfony.

CZYNNOŚCI WYKONYWANE NAJCZĘŚCIEJ NA SMARTFONIE POZA ROZMOWAMI TELEFONICZNYMI I SMS-AMI

						
	18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 i więcej
Zamawianie jedzenia	8%	<u>6%</u>	11%	0%	4%	0%
Sprawdzanie godziny	32%	24%	10%	8%	<u>11%</u>	8%
Logowanie do banku	3%	22%	30%	<u>8%</u>	4%	0%
Płatności za zakupy w sklepie stacjonarnym	36%	10%	4%	<u>7%</u>	1%	0%
Zamawianie transportu np. taksówki, etc.	8%	<u>2%</u>	3%	<u>2%</u>	8%	0%
Sprawdzanie prognozy pogody	5%	5%	25%	<u>21%</u>	23%	9%
Obsługa poczty elektronicznej	<u>19%</u>	20%	27%	13%	2%	4%
Rezerwacja i zakup biletów do kina, teatru, opery	0%	2%	2%	0%	5%	0%
Zakup biletów lotniczych lub kolejowych	12%	<u>3%</u>	0%	0%	5%	0%
Rezerwacja noclegu np. hotelu	8%	<u>2%</u>	3%	1%	3%	1%
E-zakupy	0%	7%	5%	1%	<u>4%</u>	0%
Oglądanie video, np. Netflix, HBO.GO, etc.	6%	6%	<u>3%</u>	5%	2%	0%
Słuchanie muzyki	<u>13%</u>	27%	7%	15%	4%	0%
Nawigacja GPS	11%	33%	49%	<u>22%</u>	7%	5%
Rozmowy za pomocą komunikatorów np. Messenger	30%	40%	<u>20%</u>	12%	4%	7%
Korzystanie z serwisów informacyjnych	3%	30%	<u>15%</u>	18%	3%	10%
Korzystanie z mediów społecznościowych	26%	35%	<u>23%</u>	7%	1%	3%
Żadne z powyższych	0%	1%	4%	<u>38%</u>	61%	71%
Inne	0%	2%	0%	2%	2%	12%
Nie wiem, trudno powiedzieć	0%	0%	0%	4%	4%	0%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

Polacy coraz chętniej wykorzystują smartfony do czynności związanych z finansami i płatnościami. Jak ich popularność kształtuje się w poszczególnych grupach? Do serwisów transakcyjnych swoich banków logują się w ten sposób najczęściej mieszkańcy miast z populacją powyżej 500 tys. (18 proc.) oraz średnich miast (16 proc.). Warto odnotować, że aż 17 proc. osób mieszkających na wsi, deklaruje płacenie za zakupy w sklepie za pomocą smartfona. Najwięcej, bo aż 18 proc. osób z dużych miast (między 250 a 500 tys. mieszkańców), wykorzystuje aplikacje do rezerwacji i płacenia za bilety lotnicze lub kolejowe.

CZYNNOŚCI WYKONYWANE NAJCZĘŚCIEJ NA SMARTFONIE, ZWIĄZANE Z FINANSAMI I ZAKUPAMI

	 wieś	 małe miasto do 50 tys.	 średnie miasto 50 - 250 tys.	 duże miasto 250 - 500 tys.	 metropolia powyżej 500 tys.
Logowanie do banku	8%	14%	<u>16%</u>	<u>3%</u>	18%
Płatności za zakupy w sklepie stacjonarnym	17%	1%	9%	<u>6%</u>	3%
E-zakupy	<u>2%</u>	6%	4%	6%	1%
Zakup biletów lotniczych lub kolejowych	5%	1%	0%	18%	<u>3%</u>

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.
W prezentacji uwzględniono wyłącznie odpowiedzi z obszarów dot. finansów i zakupów.

Smartfon jako narzędzie towarzyszące nam w tak wielu różnych czynnościach wymaga specjalnej uwagi. Urządzenia te wiedzą o nas bardzo wiele – ilość danych na nasz temat zapisana w aplikacjach jest ogromna. Powinniśmy zatem pamiętać o podstawowych zasadach zabezpieczania się przed zagrożeniami. Jak zatem Polacy chronią dane zapisane w swoich telefonach?

Po pierwsze, nie udostępniają telefonu osobom trzecim – na ten aspekt zwraca uwagę ponad 42 proc. ankietowanych. Jeśli chodzi o sposoby blokowania dostępu, to wciąż najpopularniejsze jest zabezpieczenie go za pomocą kodu PIN (ponad 36 proc.) oraz stosowanie rozwiązań biometrycznych, takich jak rozpoznawanie twarzy czy odcisku kciuka (niespełna 22 proc. wskazań). Co piąty zapytany deklaruje, że pobiera aplikacje wyłącznie z zaufanego źródła, a 17 proc. ogranicza aplikacjom dostęp do danych o sobie, np. tych dotyczących lokalizacji, danych osobowych, wglądu w zdjęcia itp. Niespełna 13 proc. z nas korzysta z programów antywirusowych zainstalowanych na smartfonie, a co 10. osoba dba o to, aby na bieżąco aktualizować system operacyjny. Ponad 6 proc. badanych ma włączoną usługę lokalizacji, na wypadek zgubienia lub kradzieży urządzenia. Jednak aż 11 proc. ankietowanych przyznało, że w żaden sposób nie dba o bezpieczeństwo swojego smartfona.

JAK DBAMY O BEZPIECZEŃSTWO SMARTFONA?



42,4%

Nie udostępniam smartfona osobom trzecim



36,4%

Zabezpieczam smartfona kodem PIN



21,8%

Korzystam z rozwiązań biometrycznych do odblokowania ekranu, np. rozpoznawanie twarzy, odcisk palca



20,4%

Pobieram aplikację wyłącznie z zaufanego źródła



16,8%

Ograniczam aplikacjom dostęp do informacji o mnie, np. lokalizacja, dane osobowe, zdjęcia, etc.



12,7%

Korzystam z aplikacji antywirusowych



10,4%

Dbam o regularną aktualizację systemu i aplikacji



6,3%

Mam włączoną usługę lokalizacji smartfona, np. na wypadek kradzieży lub zgubienia



11,5%

Nie dbam o bezpieczeństwo mojego smartfona



16,1%

Nie wiem, trudno powiedzieć

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

Zdecydowanie większą wagę do bezpieczeństwa swojego smartfona i zapisanych na nim danych przywiązują młodszy Polacy. Natomiast aż 37 proc. 60-latków i 31 proc. 70-latków zadeklarowało, że w żaden sposób nie zabezpieczają swojego telefonu.

Rozwiązaniom biometrycznym ufają przede wszystkim najmłodszy. Takie narzędzia wykorzystuje niemal co druga osoba w wieku 18-29 lat (49 proc.). Nieco starsi częściej polegają na zabezpieczaniu dostępu do telefonu kodem PIN. Robi tak 40 proc. 30 i 40-latków oraz aż co drugi 50-latek. Jest to jednak najbardziej powszechna metoda zabezpieczania dostępu do smartfona – wśród osób powyżej 60 lat korzysta z niej co piąty. Około 10 proc. Polaków dba o regularne aktualizowanie systemu, z wyjątkiem osób najstarszych (gdzie odsetek ten wynosi 4 proc.). Jeśli chodzi o pobieranie aplikacji z pewnego źródła czy korzystanie z programów antywirusowych, to przodują osoby 30 i 40-letnie. Najmłodszy najczęściej blokują aplikacjom dostęp do poufnych informacji na swój temat, ale, co ciekawe, najrzadziej deklarują, że ograniczają dostęp do swojego telefonu osobom trzecim (25 proc.).

JAK DBAMY O BEZPIECZEŃSTWO SMARTFONA?

						
	18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 i więcej
Korzystam z rozwiązań biometrycznych do odblokowania ekranu, np. rozpoznawanie twarzy, odcisk palca	49%	<u>26%</u>	27%	18%	5%	2%
Zabezpieczam telefon kodem PIN	41%	<u>40%</u>	<u>40%</u>	49%	23%	21%
Dbam o regularną aktualizację systemu i aplikacji	12%	13%	12%	<u>10%</u>	9%	4%
Pobieram aplikacje wyłącznie z zaufanego źródła	17%	30%	33%	<u>27%</u>	5%	5%
Ograniczam aplikacjom dostęp do informacji o mnie, np. lokalizacja, dane osobowe, zdjęcia, etc.	27%	24%	17%	<u>18%</u>	3%	10%
Korzystam z aplikacji antywirusowych	3%	18%	<u>17%</u>	22%	5%	7%
Mam włączoną usługę lokalizacji smartfona, na wypadek kradzieży lub zgubienia	12%	10%	<u>9%</u>	2%	1%	3%
Nie udostępniam smartfona osobom trzecim	25%	72%	48%	<u>36%</u>	31%	30%
Nie dbam o bezpieczeństwo mojego smartfona	0%	0%	0%	<u>8%</u>	37%	31%
Nie wiem, trudno powiedzieć	<u>19%</u>	1%	4%	24%	25%	33%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

Polacy z wykształceniem wyższym zwracają największą uwagę na zabezpieczanie swojego smartfona. W pozostałych grupach jest pod tym względem znacznie gorzej – aż 18 proc. osób z wykształceniem średnim i 14 proc. z podstawowym lub zawodowym zadeklarowało, że nie dba o bezpieczeństwo swojego telefonu. Tymczasem wśród osób z wykształceniem wyższym odsetek ten wynosi zaledwie 1 proc. Równocześnie 35 proc. ankietowanych z niższym wykształceniem deklaruje, że nie udostępnia telefonu osobom trzecim. W przypadku tych po szkole średniej odsetek ten wynosi aż 54 proc. Drugi najbardziej popularny sposób zabezpieczenia smartfona to kod PIN, preferowany przez aż 52 proc. osób, które ukończyły studia wyższe. To również oni najchętniej wykorzystują biometrię, np. odcisk palca lub rozpoznawanie twarzy (43 proc.).

JAK DBAMY O BEZPIECZEŃSTWO SMARTFONA?



Podstawowe/
zawodowe



Średnie
i policealne



Wyższe

Korzystam z rozwiązań biometrycznych do odblokowania ekranu, rozpoznawanie twarzy, odcisk palca	6%	21%	43%
Zabezpieczam telefon kodem PIN	23%	38%	52%
Dbam o regularną aktualizację systemu i aplikacji	9%	7%	16%
Pobieram aplikacje wyłącznie z zaufanego źródła	15%	<u>22%</u>	26%
Ograniczam aplikacjom dostęp do informacji o mnie, np. lokalizacja, dane osobowe, zdjęcia, etc.	<u>20%</u>	15%	15%
Korzystam z aplikacji antywirusowych	4%	13%	23%
Mam włączoną usługę lokalizacji smartfona, na wypadek kradzieży lub zgubienia	2%	6%	13%
Nie udostępniam smartfona osobom trzecim	35%	54%	<u>38%</u>
Nie dbam o bezpieczeństwo mojego smartfona	14%	18%	1%
Nie wiem, trudno powiedzieć	26%	10%	11%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

W jakim stopniu jesteśmy podatni na pewne zaniechania związane z bezpieczeństwem w sieci? Połowa Polaków zapytanych o to, czy zdarzyła im się jakaś niebezpieczna sytuacja związana z korzystaniem z internetu na ich komputerze w ciągu ostatniego roku, zdecydowanie zaprzeczyła.

Wśród zaniechań, które mogły zagrozić naszemu bezpieczeństwu w sieci, najczęściej (17 proc.) zdarzyło się nam nie wylogować z serwisu społecznościowego przed odejściem od komputera. Co ciekawe, jeśli chodzi o serwisy bankowe, to zdecydowanie bardziej dbamy o to, aby się wylogować w sposób prawidłowy i bezpieczny. Tylko 2,5 proc. badanych wskazało, że nie wylogowało się z systemu transakcyjnego swojego banku. Niespełna 15 proc. Polaków przyznaje, że zdarzyło im się zignorować komunikat programu antywirusowego o możliwym zagrożeniu. Taki sam odsetek pytanych przyznał, że zdarzyło im się zastosować to samo hasło i login w co najmniej dwóch różnych serwisach.

Badani wymieniali również: kliknięcie w wyskakujący baner lub okienko z komunikatem (niemal 8 proc.), otwarcie maila lub załącznik niewiadomego pochodzenia (6,5 proc.), skorzystanie z usługi zabezpieczonej hasłem, będąc zalogowanym do otwartej sieci WiFi (6,2 proc.), a także pobranie pliku z niesprawdzonego źródła (6 proc.).

RYZIKOWNE ZACHOWANIA W INTERNECIE



16,8%

Nie wylogowałem/-am się z serwisu społecznościowego

hasło



14,7%

Zastosowałem/-am to samo hasło i login w co najmniej dwóch różnych serwisach



14,6%

Zignorowałem/-am komunikat programu antywirusowego o możliwym zagrożeniu



7,9%

Kliknąłem/-am w banner lub wyskakujące okienko z komunikatem



6,5%

Otworzyłem/-am maila lub załącznik niewiadomego pochodzenia



6,2%

Skorzystałem/-am z usługi zabezpieczonej hasłem (serwis banku, skrzynka e-mail, Facebook, etc.) będąc zalogowanym/-ną do otwartej sieci WiFi np. lotnisko, kawiarnia



6,0%

Pobrałem/-am na dysk plik z niesprawdzonego źródła



2,4%

Nie wylogowałem/-am się z serwisu bankowego przed odejściem od komputera



50,1%

Żadne z powyższych



10,7%

Nie wiem, trudno powiedzieć

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

To panowie nieco częściej zapominają o wylogowywaniu się z serwisów społecznościowych (19 proc.), stosują wielokrotnie to samo hasło do logowania się w różnych serwisach (22 proc.), czy pobierają na dysk pliki z niesprawdzonego źródła (8 proc.). Jednak również kobietom zdarzają się ryzykowne zachowania – 4 proc. z nich zapomniało o wylogowaniu się z serwisu bankowego, 9 proc. otworzyło załącznik do maila lub wiadomość niewiadomego pochodzenia lub skorzystało z usługi wymagającej podania hasła, będąc połączoną z otwartą siecią WiFi (również 9 proc.).

RYZIKOWNE ZACHOWANIA W INTERNECIE



Kobiety



Mężczyźni

Zastosowałem/-am to samo hasło i login w co najmniej dwóch różnych serwisach

8%

22%

Zignorowałem/-am komunikat programu antywirusowego o możliwym zagrożeniu

18%

10%

Potencjalnie niebezpieczne zachowania w sieci są najczęstsze w młodszych pokoleniach, jednak może to wynikać z faktu, że osoby te znacznie intensywniej korzystają z usług internetowych, a zatem mają więcej okazji do ryzykownych zachowań. Aż 45 proc. Polaków w wieku 18-29 lat zdarzyło się, że nie wylogowali się z serwisu społecznościowego, a 31 proc. zignorowało komunikat programu antywirusowego o zagrożeniu. Co piąta młoda osoba (21 proc.) pobrała plik na dysk komputera z niesprawdzonego źródła lub zalogowała się do usługi zabezpieczonej hasłem podczas korzystania z publicznej sieci WiFi. Nieco lepiej sytuacja wygląda wśród 30-latków, choć także wśród nich takie ryzykowne działania zdarzają się dosyć często – np. zastosowanie kilkakrotnie tego samego loginu i hasła (32 proc.), czy niewylogowanie się z serwisu społecznościowego (31 proc.). W starszych pokoleniach ryzykowne zachowania są zdecydowanie rzadsze. Aż 72 proc. 60-latków i 72 proc. 70-latków nie doświadczyło w ciągu roku żadnej tego typu sytuacji.

RYZYKOWNE ZACHOWANIA W INTERNECIE

						
	18 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - 69	70 i więcej
Nie wylogowałem/-am się z serwisu społecznościowego	45%	31%	7%	<u>10%</u>	1%	2%
Nie wylogowałem/-am się z serwisu bankowego, przed odejściem od komputera	0%	<u>3%</u>	1%	5%	4%	0%
Otworzyłem/-am maila lub załącznik niewiadomego pochodzenia	12%	<u>6%</u>	5%	9%	<u>6%</u>	1%
Pobrałem/-am na dysk plik z niesprawdzonego źródła	21%	5%	5%	4%	1%	0%
Zignorowałem/-am komunikat programu antywirusowego o możliwym zagrożeniu	31%	24%	8%	<u>11%</u>	6%	4%
Kliknąłem/-am w banner lub wyskakujące okienko z komunikatem	17%	16%	0%	<u>4%</u>	<u>4%</u>	<u>4%</u>
Zastosowałem/-am to samo hasło i login w co najmniej dwóch różnych serwisach	27%	32%	<u>12%</u>	4%	5%	2%
Skorzystałem/-am z usługi zabezpieczonej hasłem, np. serwis banku, skrzynka e-mail, Facebook, etc., będąc zalogowanym/-ą do publicznej sieci WiFi	20%	5%	5%	5%	<u>1%</u>	0%
Żadna z powyższych	12%	32%	<u>62%</u>	49%	72%	84%
Nie wiem, trudno powiedzieć	0%	8%	14%	19%	14%	<u>9%</u>

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.

Odsetek tych, którym przydarzyło się ryzykowne zachowanie, jest największy wśród osób, które ukończyły studia wyższe. Takich sytuacji nie doświadczyło 63 proc. Polaków z wykształceniem podstawowym, 49 proc. z wykształceniem średnim i tylko 36 proc. z wykształceniem wyższym.

RYZYKOWNE ZACHOWANIA W INTERNECIE



Podstawowe/
zawodowe



Średnie
i policealne



Wyższe

Nie wylogowałem/-am się z serwisu społecznościowego	<u>5%</u>	21%	27%
Nie wylogowałem/-am się z serwisu bankowego, przed odejściem od komputera	2%	2%	3%
Otworzyłem/-am maila lub załącznik niewiadomego pochodzenia	3%	5%	13%
Pobrałem/-am na dysk plik z niesprawdzonego źródła	3%	7%	9%
Zignorowałem/-am komunikat programu antywirusowego o możliwym zagrożeniu	3%	<u>19%</u>	24%
Kliknąłem/-am w banner lub wyskakujące okienko z komunikatem	2%	8%	16%
Zastosowałem/-am to samo hasło i login w co najmniej dwóch różnych serwisach	9%	12%	<u>26%</u>
Skorzystałem/-am z usługi zabezpieczonej hasłem, np. serwis banku, skrzynka e-mail, Facebook, etc., będąc zalogowanym do otwartej sieci WiFi	2%	2%	17%
Udostępniłem/-am hasło i login do któregoś z serwisów innej osobie, np. skrzynka e-mail, Facebook, etc.	0%	0%	0%
Żadna z powyższych	63%	49%	36%
Nie wiem, trudno powiedzieć	19%	6%	6%

Respondent mógł wybrać do 3 odpowiedzi, wskazania nie sumują się do 100%.



O BADANIU:

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku w ankiecie telefonicznej, przeprowadzonej przez Instytut IBRiS na początku marca 2020 r. Pytania dotyczące zmian planów w związku z pandemią koronawirusa zostały zadane ankietowanym w dniach 27-29 marca 2020 r. W badaniu udział wzięła 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, w tym kredyt bez wychodzenia z domu, kredyty na nowe i używane samochody, kredyty ratalne, karty kredytowe oraz lokaty. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów, salony i komisy samochodowe, sklepy i punkty usługowe. Wśród dostępnych rozwiązań kredytowych posiada także Mistrzowski Kredyt Gotówkowy. Więcej na www.santanderconsumer.pl

Bank
OD
Kredytów

 **Santander**
Consumer Bank

