

POLAKÓW PORTFEL WŁASNY

nowa normalność



Jak wygląda sytuacja i potrzeby finansowe Polaków po ponad roku pandemii?
Wakacje 2021 – faktycznie pierwsza faza powrotu do normalności?
Świat coraz bardziej online – pandemiczny przymus, czy stała zmiana zachowań?

Raport z wynikami badania zrealizowanego przez Santander Consumer Bank

Spis treści

Wstęp	3
Rozdział 1: Sytuacja finansowa Polaków po ponad roku pandemii	5
Rozdział 2: Wakacje 2021 – pierwszy etap powrotu do normalności	10
Rozdział 3: Polak w banku – przyspieszony kurs cyfryzacji	14
Rozdział 4: Zakupy online – pandemiczny przymus, czy stała zmiana zachowań	18
Podsumowanie	22
Metodologia badania	22

Wstęp



Najnowszy raport „Polaków Portfel Właśny” Santander Consumer Banku – banku od kredytów ukazuje się w niezwykle ciekawym momencie. Po kilku miesiącach obowiązywania restrykcyjnych obostrzeń, w maju zaczęto się ich luzowanie i to znaczące – zniesiono obowiązek noszenia maseczek na wolnym powietrzu, otworzyły się sklepy wielkopowierzchniowe i galerie handlowe, po raz pierwszy od dawna możemy wybrać się do kina, teatru czy filharmonii. Wreszcie, za czym tęskniło wielu, dostępne są już kluby fitness i obiekty sportowe, a także gastronomia i szeroko rozumiana turystyka. Właściciele takich biznesów mogli odetchnąć z ulgą, licząc, że kolejnych fal pandemii już nie będzie. A jest na to duża szansa pod warunkiem, że akcja szczepień będzie kontynuowana, a liczba osób, które się zaszczepią osiągnie bezpieczny poziom. Wiele zależy tu nie tylko od sprawności samego programu szczepień, co również od przekonania osób nieprzekonanych, że zaszczepić się warto. Wszystko jednak wskazuje na to, że mamy podstawy do optymizmu.

Pierwsza część niniejszego raportu jest próbą uchwycenia stanu naszych finansów po ponad roku trwania pandemii. Polska gospodarka, podobnie jak niemal wszystkie na świecie, wychodzi z tego kryzysu pokiereszowana. Wygląda jednak na to, że na tle wielu innych państw poradziliśmy sobie stosunkowo nieźle, choć recesji nie udało się uniknąć. Istnieje spora szansa, że dzięki pieniądзом unijnym, które już pod koniec tego roku mogą popłynąć do nas szerokim strumieniem, uda się z tej recesji w miarę sprawnie wyjść.

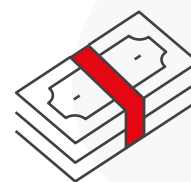
Jak zatem radzili sobie finansowo Polacy? Z badania Santander Consumer Banku wynika, że nie tak źle, jak można się było spodziewać. Nie widać znaczącego pogorszenia nastrojów – aż 80 proc. z nas dobrze ocenia stan swoich portfeli, a połowa nie dostrzega, aby pandemia go w sposób istotny zmieniła. Oczywiście ten obraz nie jest wcale sielankowy – pogorszenie swojej sytuacji w ciągu ostatnich 12 miesięcy odnotowała jedna czwarta Polaków.

Tradycyjnie już największym obciążeniem dla domowych budżetów są remonty oraz wydatki samochodowe, związane czy to

z zakupem, czy z utrzymaniem pojazdu. Co warto odnotowania, w tym roku w naszych planach wydatkowych istotną część stanowią koszty leczenia – w szczególności dotyczy to starszej części społeczeństwa. Większe wydatki finansowane są przede wszystkim z bieżących zarobków lub z odłożonych wcześniej oszczędności. Choć, jak pokazuje badanie, co trzeci Polak żadnych oszczędności nie posiada, a spośród tych, którzy jakieś pieniądze odłożyli, największą grupą ma w zapasie jedynie kwoty rzędu jednej, dwóch lub maksymalnie trzech swoich pensji. Takich, którzy mogą się pochwalić większą poduszką finansową jest stosunkowo niewielu.

Ponieważ znajdujemy się aktualnie w przededniu sezonu wakacyjnego, Santander Consumer Bank sprawdził również, jakie są w tym roku plany Polaków, jeśli chodzi o tegoroczne letnie urlopy. Tym razem istnieje szansa, że wakacyjne wyjazdy będą nieco łatwiejsze do zorganizowania, niż przed rokiem, kiedy o ile urlop w kraju mógł do pewnego stopnia przypominać dawną normalność, tak wyjazdy zagraniczne możliwe były jedynie w ograniczonym zakresie, z masą dodatkowych obostrzeń.

A jak będzie w tym sezonie? Nadal większość planujących wakacje Polaków spędzi je w kraju, a całkiem spora grupa nawet we własnym domu. Niemal co piąty z nas ma zamiar wyjechać za granicę. Jeśli chodzi o charakter pobytu, możemy zaobserwować wzrost zainteresowania dużymi hotelami, których popularność przed rokiem była śladowa. W dalszym ciągu jednak więcej osób wskazuje na pobyt w pensjonacie lub w kwaterach prywatnych. W badaniu zapytano również o preferowany środek transportu, którym wybierzemy się na wakacje. Zdecydowanie chętniej udamy się tam własnym samochodem niż środkami komunikacji zbiorowej, takimi jak autobus czy pociąg. Dość duża część urlopowiczów jednak wybierze samolot – to zapewne przede wszystkim ci, którzy chcą spędzić urlop



80%

Polaków pozytywnie ocenia stan swoich portfeli



49%

Polaków deklaruje, że po roku pandemii ich sytuacja finansowa nie zmieniła się



37%

Polaków wyjedzie na wakacje, ale spędzi je w Polsce



62%

Polaków sfinansuje tegoroczne wakacje ze swoich oszczędności

poza Polską. Respondenci zostali również zapytani o to, jak mają zamiar sfinansować wakacyjny wyjazd w tym roku i podobnie jak ma to miejsce w przypadku innych dużych obciążeń finansowych, większość z nas na wakacje wyda zgromadzone wcześniej oszczędności, bądź zapłaci za nie z bieżących przychodów. I raczej nie będą to jakieś astronomiczne kwoty – najczęściej wskazywane są sumy od 1 tys. do 5 tys. zł na całą rodzinę.

Pandemia przyspieszyła znacząco proces cyfryzacji w wielu różnych obszarach, również w bankowości, choć akurat banki już od wielu lat wykorzystywały nowoczesne, internetowe kanały dostępu do swoich usług – czy to w postaci serwisów online, czy mobilnych aplikacji. I faktycznie, w czasie lockdownu ta wcześniejsza digitalizacja przyniosła dobre efekty, a klienci mogli swobodnie korzystać z internetowych rozwiązań i byli do tej formy kontaktu z bankiem przyzwyczajeni – w szczególności przedstawiciele młodszych i średnich pokoleń. Starsi wciąż w większym stopniu preferują kontakt bezpośredni z pracownikiem banku w placówce.

Cyfryzacja dotyczy także kwestii kredytowych – proces ubiegania się o kredyt i zawarcie umowy przez Internet jest coraz częstsza praktyką w polskich bankach. Jeśli chodzi o pozytywne aspekty takiego zdalnego procesu, Polacy wskazywali przede wszystkim na jego elastyczność, szybkość i brak potrzeby wychodzenia z domu, co ma oczywiście szczególne znaczenie w czasie pandemii. Wśród negatywnych opinii na temat kredytów zawieranych online wymienia się najczęściej obawy o brak możliwości zapoznania się z wszystkimi dokumentami, niemożność bezpośredniego wsparcia pracownika banku, a co za tym idzie brak możliwości dopytania o szczegóły oferty oraz ryzyko pomyłki. Większe obawy w tym zakresie mają starsi Polacy.

Zamykając wątki kredytowe w raporcie ankieterzy potwierdzili również, że Polacy byłiby przychylni bankowej ofercie, w której po jednorazowej weryfikacji zdolności kredytowej i podpisaniu umowy bank przyznałby limit kredytowy do swobodnego wykorzystania w dowolnym momencie w określonych e- sklepach lub sieciach handlowych online. To pokazuje, że zapotrzebowanie na kredyty jest spore, pod warunkiem, że będą łatwiej dostępne.

Ostatni rozdział raportu dotyczy zakupów online. Nie bez powodu – e-commerce był jednym z największych beneficjentów pandemicznych zmian. Faktycznie – bada-

nie pokazało, że Polacy, przede wszystkim z młodszego i średniego pokolenia coraz chętniej kupują w sieci. Sklepy internetowe przyciągają klientów nie tylko niskimi cenami, ale dobrą opinią i zaufaniem konsumentów. Oczywiście jednak cena także gra bardzo istotną rolę – to drugi najczęściej wskazywany element. Doceniamy również sklepy posiadające bogatą i różnorodną ofertę. W przypadku kwestii powstrzymujących nas przed kupowaniem w e-sklepach – najczęściej wskazuje się na brak możliwości sprawdzenia produktu przed zakupem. Niewiele mniej istotne są także obawy wynikające z negatywnej oceny własnych kompetencji cyfrowych, czy brak dostępu do sprzętu lub internetu. Analiza pokazuje, że ten ostatni problem dotyczy głównie seniorów.

Jakie kategorie towarów najchętniej kupowaliśmy w sieci w ostatnich trzech miesiącach? Przede wszystkim książki i elektronikę. Nieco rzadziej przez internet nabywaliśmy ubrania, sprzęt RTV i AGD. Z kolei po meble i wyposażenie domu wciąż chętniej udawaliśmy się do sklepów stacjonarnych. Badanie pokazuje również, że Polacy nie są przekonani, że zakupy spożywcze online z dowozem do domu to dobra alternatywa dla kupowania żywności w osiedlowych sklepach czy hipermarketach. Popularność takiego rozwiązania jest nadal bardzo niewielka. Co innego zamawianie jedzenia z restauracji, co ze względu na obostrzenia było jedyną możliwością skorzystania z oferty gastronomicznej. Zamawianie jedzenia na wynos, czy to bezpośrednio w lokalu, czy za pomocą odpowiednich mobilnych aplikacji, stało się już bardzo popularne wśród młodych Polaków.

Zapraszamy do lektury,
Zespół Santander Consumer Banku



54%

Polaków preferuje serwis internetowy banku, w celu załatwienia bankowych formalności



71%

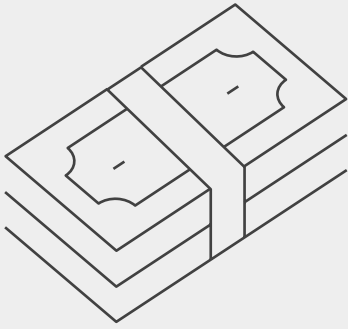
Polaków przy wyborze e-sklepu kieruje się dobrą opinią i zaufaniem do niego



36%

Polaków kupiło online książkę w ostatnich trzech miesiącach





Sytuacja finansowa Polaków po ponad roku pandemii

W momencie wybuchu pandemii w marcu ubiegłego roku mało kto przewidywał, że kryzys ten będzie aż tak rozległy i jego skutki będą odczuwalne na tak wielu płaszczyznach. Kolejne fale wirusa Sars-CoV-2 udowadniały, że z punktu widzenia zdrowotnego daleko jeszcze do końca, a wprowadzane przez większość państw na całym świecie lockdowny i obostrzenia będą miały destrukcyjny wpływ na wiele różnych gałęzi gospodarki. Dziś, kilkanaście miesięcy później, mamy znacznie większą wiedzę na temat sposobów walki z pandemią, ale także zdajemy już sobie sprawę, że są one zazwyczaj bronią obosieczną. Wyważenie wszystkich za i przeciw dla rządów poszczególnych krajów było niczym stąpanie po cienkim lodzie. Dbanie o bezpieczeństwo publicznego systemu zdrowia znalazło się na jednej szali, a na drugiej mieliśmy coraz liczniejsze bankructwa przedsiębiorców i prawdziwe ludzkie dramaty, szczególnie w tych najbardziej dotkniętych branżach, takich jak turystyka, gastronomia czy szeroko rozumiana branża artystyczna lub rozrywkowa.

Z pandemii wychodzimy mocno poobijani, choć dane pokazują, że polska gospodarka jak na razie radzi sobie całkiem nieźle na tle wielu innych krajów, także europejskich. Według danych Komisji Europejskiej spadek PKB w Polsce był jednym z najniższych w Unii. Najmniejszą recesję zanotowała Litwa (-0,9 proc.), Polska – druga w kolejności (ze spadkiem o 2,8 proc.). W ubiegłym roku spadek PKB niższy niż 3 proc. miał miejsce jeszcze w Estonii i w Szwecji (w obu tych krajach -2,9 proc.).

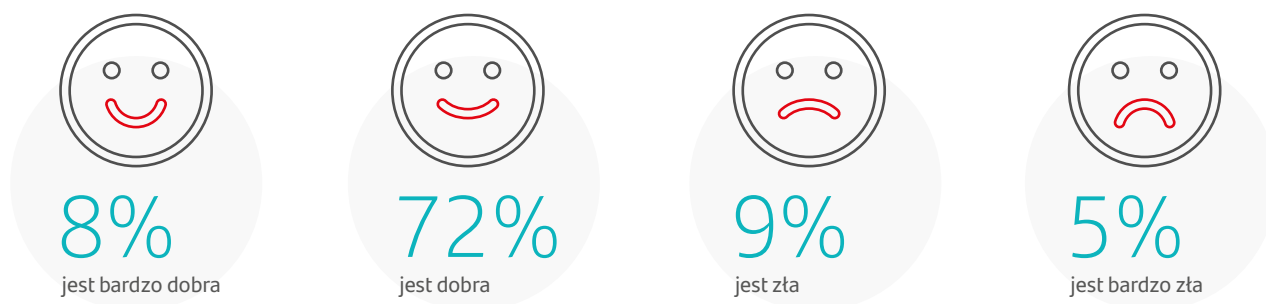
Z danych GUS wynika, że stopa bezrobocia w marcu 2021 r. wyniosła 6,4 proc. – to o 1 pkt proc. więcej niż w marcu 2020 r. Czy taki niski poziom bezrobocia może się utrzymać? Prognozy ekonomistów nie są jednoznaczne. Choć zdaniem większości z nich rok 2021 będzie okresem silnego odbicia w gospodarce, to pojawiają się również głosy mówiące, że po pierwsze rynek pracy reaguje z opóźnieniem na recesję, a dodatkowo należy pamiętać, że podjęte przez rząd działania w postaci tarcz antykryzysowych przyczyniły się do zamrożenia spadków zatrudnienia, a w chwili, gdy programy wsparcia dla firm się zakończą, bezrobocie może jednak wzrosnąć. Rządzący swoje szanse widzą w uchwalanym właśnie ogólnoeuropejskim planie odbudowy, ale realny napływ tych funduszy będzie miał miejsce najwcześniej pod koniec tego roku. Wtedy prawdopodobnie będziemy mogli mieć nadzieję na większe, odczuwalne odbicie.

Obawa przed utratą pracy to jedno, ale jest jeszcze inny problem dotyczący bezpośrednio wszystkich Polaków, choć najbardziej odczuwalny przez osoby mniej zamożne – chodzi o inflację. Pod tym kątem Polska notuje najwyższe wskaźniki ze wszystkich państw Unii. Z danych GUS wynika, że inflacja cen konsumpcyjnych w Polsce wzrosła w kwietniu br. o 4,3 proc. w ujęciu rocznym – i wygląda na to, że to nie koniec. Pojawiają się głosy ekonomistów mówiące, że możemy dobić do wzrostu cen na poziomie nawet 5 proc., co już jest niebezpieczne, tak dla gospodarki, jak i dla naszych portfeli. Oczywiście w takich momentach równolegle pojawia

się presja płacowa, jednak trudna sytuacja wielu firm, może ograniczyć tempo podnoszenia pensji. Zdaniem ekonomistów przeciętny poziom wzrostu wynagrodzeń może może wahać się w dość dużym przedziale – od 3 do nawet 6 proc., jest więc szansa, że część Polaków w miarę bezboleśnie przejdzie przez możliwy, długotrwały okres wzrostu inflacji.

Na razie jednak możemy cieszyć się otwieraniem kolejnych branż i usług, za którymi tak bardzo wszyscy tęskniliśmy. Mimo początkowych kłopotów z dostawami i dystrybucją szczepionek program szczepień postępuje. Jak zatem wygląda sytuacja finansowa Polaków w tym przelotowym momencie? Z najnowszego badania Santander Consumer Banku wynika, że jest całkiem niezła. Polacy, mimo recesji i problemów zdrowotnych wywołanych pandemią i jej skutkami, w swojej ocenie pod kątem finansowym radzą sobie dobrze. Zdecydowana większość – aż 80 proc. pozytywnie ocenia stan swoich portfeli (w tym 7,7 proc. wręcz bardzo dobrze). Ocen negatywnych jest zaledwie 14 proc. (z czego niespełna 5 proc. ocenia sytuację jako bardzo złą). Ten optymistyczny obraz może zaskakiwać, jednak bardzo podobne wnioski można wysnuć z innych badań, np. tych przeprowadzonych przez Federację Konsumentów i Fundację Rozwoju Rynku Finansowego, które pokazują, że aż 61 proc. gospodarstw domowych nie odczuwa negatywnych efektów pandemii, jeśli chodzi o swoje finanse.

Jak oceniamy swoją aktualną sytuację finansową?



O ile swoje budżety domowe ocenia dobrze mniej więcej tyle samo kobiet, co mężczyzn (72 proc.), to te najbardziej pozytywne opinie wyrażają częściej panowie (co dziesiąty mężczyzna i ponad 5 proc. kobiet). Można również zauważyć znaczącą różnicę w zależności od wieku ankietowanych – najbardziej optymistycznie do tematu podchodzą osoby w wieku 18-29 lat. Z kolei seniorzy powyżej 70 roku życia najczęściej wskazywali, że ich sytuacja jest bardzo zła. Zważywszy, na fakt, że są oni już emerytami, a co za tym idzie, niezależnie od pandemii otrzymują stałą, regularną emeryturę, można wnioskować, że tak negatywna ocena, akurat w ich przypadku nie jest konsekwencją pandemii, ale ogólnie zbyt niskich świadczeń emerytalnych. Z kolei najmłodsze pokolenie jest w tym względzie bardziej optymistyczne, a wydawałoby się, że to właśnie najmłodszy są w największym stopniu dotknięci obstrzeniami. W końcu to raczej młodzi częściej pracują w branżach takich jak gastronomia, rozrywka czy turystyka.

Pewne różnice są także widoczne w ujęciu geograficznym – najgorzej swoją sytuację oceniają mieszkańcy wsi, a w większych ośrodkach ta ocena jest lepsza. Ponownie – trudno wysnuć wnioski, że jest to bezpośredni efekt pandemii. To w końcu raczej duże miasta były najbardziej dotknięte ograniczeniami. W sposób oczywisty w największym stopniu kwestia oceny wiąże się z osiąganymi dochodami – wśród zarabiających powyżej 5 tys. zł miesięcznie na osobę w rodzinie, aż 92 proc. ocenia pozytywnie swój aktualny domowy budżet (w tym co dziesiąty bardzo dobrze), z kolei 35 proc. zarabiających mniej niż 2 tys. zł na miesiąc ocenia ją źle, choć nawet wśród tych osób oceny pozytywne zdecydowanie przeważają (61 proc.).

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że kolejne dane pokazują jednoznacznie, że pandemia nie zmieniła wcale znacząco ogólnej sytuacji finansowej Polaków. Zapytani w badaniu Santander Consumer Banku o to, czy sytuacja ich budżetów domowych

różni się od tej sprzed roku, połowa ankietowanych (50 proc.) zadeklarowała, że pozostaje ona bez zmian, co samo w sobie, mając na uwadze skalę kryzysu, można uznać za spory sukces. Tymczasem obraz wyłaniający się z badania jest nawet bardziej optymistyczny – niemal co czwarty badany stwierdził, że jego sytuacja finansowa się poprawiła (z czego dla 1,6 proc. polepszyła się ona w sposób znaczący).

Oczywiście pandemia nie wpłynęła na wszystkich w takim samym stopniu. Zarówno część przedsiębiorców, jak i zatrudniani przez nich pracownicy, przeżywali realne dramaty – część osób straciła pracę, a biznesy bankrutowały. Pogorszenie swojej sytuacji w ciągu ostatnich 12 miesięcy odnotowała jedna czwarta Polaków, z czego niemal 8 proc. wskazało, że było ono znaczące.

Jak zmieniła się sytuacja finansowa w stosunku do tej sprzed roku?



Badanie pokazało również, że to mężczyźni mocniej odczuli negatywny wpływ pandemii w swoich portfelach. O ile poziom ocen pozytywnych jest niemal identyczny u kobiet i u mężczyzn (23,5 proc. i 21,5 proc.), to w pozostałych kategoriach różnice są już spore. Aż 54 proc. pań i 44 proc.

panów wskazało, że stan ich finansów nie uległ zmianie, natomiast pogorszenie odczuł niemal co trzeci mężczyzna i niespełna co piąta kobieta. Prawie 12 proc. mężczyzn ocenia, że ich sytuacja finansowa jest znacząco gorsza niż przed rokiem. Z kolei analiza pod kątem poziomu dochodów

pokazuje, że zmiany, czy to negatywne, czy pozytywne, nie są skorelowane bezpośrednio z zamożnością – to wśród osób zarabiających powyżej 5 tys. zł miesięcznie najczęstsze były oceny zdecydowanie negatywne, a paradoksalnie wśród najmniej zarabiających (do 1999 zł miesięcznie) najczęściej było wskazań pozytywnych.

Z danych opublikowanych przez firmę badawczą Euromonitor International (EI) wynika, że pandemia mocno ograniczyła wydatki konsumpcyjne Polaków. Obostrzenia narzucane w ramach walki z rozprzestrzenianiem wirusa siłą rzeczy zmieniły ich strukturę – w szczególności, jeśli chodzi o aktywności takie jak rekreacja, wyjazdy i przemieszczanie się, jedzenie na mieście etc. W przypadku niektórych kategorii dóbr i usług konsumpcyjnych wydatki polskich gospodarstw domowych spadły nawet o 20-30 proc. Natomiast największe wartościowo kategorie – żywność i napoje oraz alkohole i wyroby tytoniowe – notowały wzrost sprzedaży powyżej 10 proc. Według wycień EI

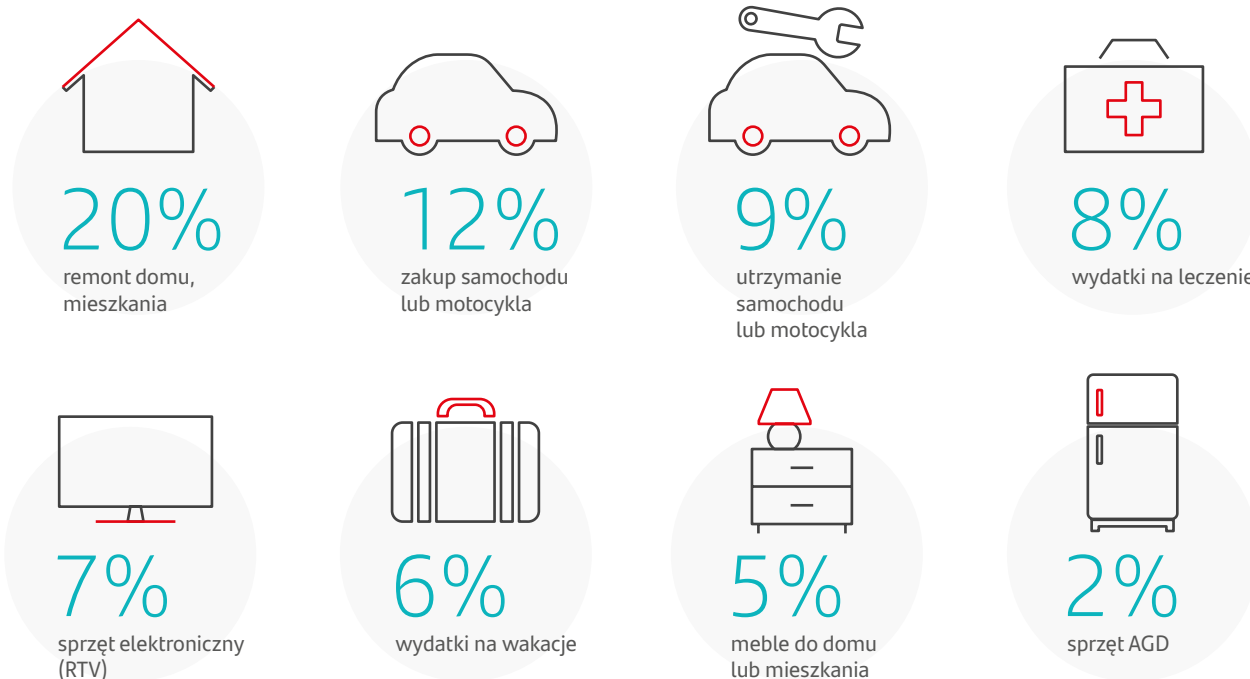
w 2019 r. Polacy mieli do dyspozycji łączny dochód rozporządzalny w wysokości ponad 1,36 bln zł, a w 2020 r. kwota ta skurczyła się o 3,7 proc. (czyli o ok. 50 mld zł). Zdaniem ekspertów z EI, w 2021 r. ma ona szybko wzrosnąć o 5,1 proc. i kolejne 3,6 proc. w 2022 r.

Z badania Santander Consumer Banku wynika natomiast, że dla jednej piątej Polaków, największy wydatek w 2020 r. stanowił remont domu lub mieszkania, dla 7 proc. zakup sprzętu RTV lub AGD, a dla 5 proc. kupno nowych mebli. Obok tego typu wydatków, Polacy najczęściej ponosili koszty związane z samochodem – 12 proc. kupiło własny pojazd, a 9 proc.

stwierdziło, że najwięcej w 2020 r. kosztowało jego utrzymanie. Na remont częściej wskazywały kobiety, wydatki samochodowe w większym stopniu obciążały mężczyzn. W dalszej kolejności ankietowani wskazywali na wydatki na leczenie (8 proc.). Pandemia mocno ograniczyła kwoty przeznaczane na wakacyjne wyjazdy w ubiegłym roku – tylko dla niespełna 6 proc. był to największy koszt poniesiony w 2020 r. Na dalszych miejscach znalazły się takie kwestie jak szkolenia i kursy podnoszące kompetencje (3 proc.), czy ubezpieczenie (niecały 1 proc.). Nieco ponad 16 proc. ankietowanych zadeklarowało, że w ogóle nie wydawali większych kwot w ubiegłym roku.

Jakie były największe wydatki Polaków w 2020 r.?

* Najczęściej udzielane odpowiedzi



Jakie wydatki stanowią największe obciążenie finansowe dla naszych domowych budżetów w tym momencie? Podobnie jak przed rokiem, najczęściej wskazywaną kategorią jest remont – i to aż dla niemal jednej czwartej z nas (22 proc.). Tegoroczne priorytety różnią się jednak od tych z 2020 r. Na drugim miejscu znalazły się bowiem wydatki na leczenie – aż 18 proc. wskazań. Dane pokazują, że mimo iż wiele wskazuje na to, że pandemia powoli zmierza ku końcowi, to problemy, jakie wywołała, w szczególności, jeśli chodzi o dostęp do bezpłatnej służby zdrowia, wydają się nawet pogłębiać. Dostęp, szczególnie do

lekarzy specjalistów w czasie pandemii był bardzo utrudniony, a co za tym idzie, wiele osób decydowało się na płatne wizyty w prywatnych gabinetach lekarskich. Rósł również ceny leków w aptekach i to od dłuższego już czasu. Z analizy firmy PEX PharmaSequence wynika, że średnia cena leku wynosi obecnie 23,67 zł i w ujęciu rok do roku wzrosła o 7,6 proc., z czego o 3 proc. w okresie po listopadzie 2020 r. Jak z kolei wynika z danych GUS, wydatki prywatne Polaków, w tym zakup leków stanowią 29 proc. ogólnych kosztów medycznych w Polsce.

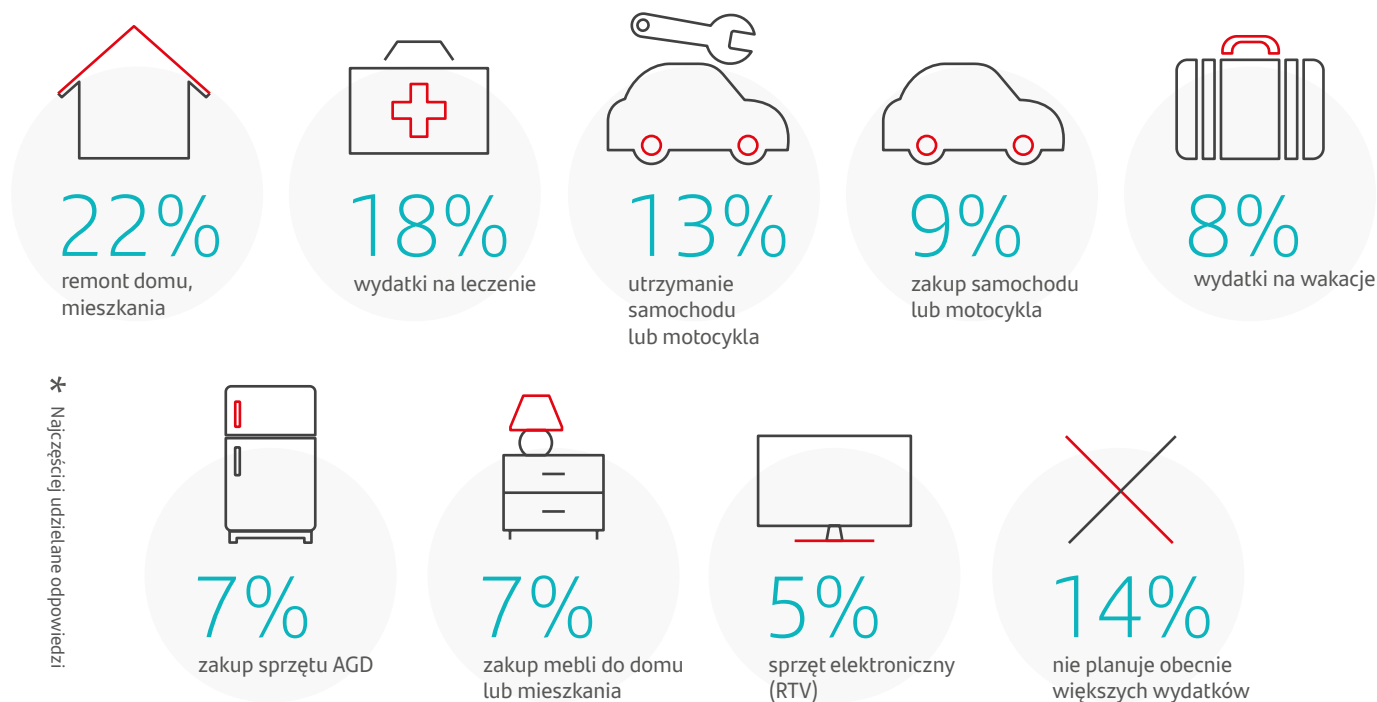
Na wydatki na leczenie wskazuje niemal jedna czwarta kobiet (23 proc.) i co dziwniejsze mężczyźni (12 proc.). Dodatkowo, co nie powinno dziwić, koszty leczenia są głównie obciążeniem dla osób starszych – takiej odpowiedzi udzieliło prawie 35 proc. 60-latków i niemal połowa seniorów powyżej 70 lat. Na zdrowie najczęściej przeznaczają mieszkańcy średnich i większych miast, a także osoby najmniej zaradkowe – (ponad 45 proc. wskazań wśród osób o miesięcznych dochodach poniżej 1999 zł na osobę w rodzinie).

W dalszej kolejności – tu już podobnie jak w roku 2020 – ankietowani wskazywali na koszty związane z zakupem (ponad 9 proc.) lub eksploatacją (niemal 13 proc.)

własnego pojazdu. Nieco większym obciążeniem dla domowych budżetów będą w tym sezonie wakacyjne wyjazdy, choć nadal jedynie trochę ponad 8 proc. py-

tanych wskazało tę odpowiedź. Kwestię kosztów tegorocznego letniego wypoczynku szerzej i bardziej szczegółowo omawiamy w kolejnym rozdziale raportu.

Jakie wydatki stanowią obecnie największe obciążenie finansowe?



* Najczęściej udzielane odpowiedzi

Na liście największych tegorocznych obciążeń finansowych znalazły się także: zakup nowych mebli (7 proc.), sprzętu AGD (7 proc.) i RTV (5 proc.), ubezpieczenie (niespełna 4 proc.) oraz kursy i szkolenia (niemal 3 proc.). Różnice w porównaniu z ubiegłorocznymi wydatkami, oprócz tych na leczenie, nie są więc znaczące.

Tego typu wydatki finansowaliśmy przede wszystkim z bieżącego wynagrodzenia (ponad 57 proc.) lub ze zgromadzonych wcześniej oszczędności (46 proc.). Na trzecim miejscu znalazł się kredyt gotówkowy lub ratalny (14 proc.). Do banku Polacy udawali się więc częściej, niż pożyczali od rodziny lub przyjaciół (ponad 8 proc.). Być może jest to wynikiem utrzy-

mujących się, rekordowo niskich stóp procentowych, a co za tym idzie łatwiejszego dostępu do tańszych kredytów. Dodatkowo 5 proc. badanych wskazało na karty kredytowe, a 1,4 proc. na limit odnawialny w koncie osobistym. Ze wsparcia bliskich korzystali najczęściej najmłodsi (niemal 20 proc. osób w wieku 18-29 lat), ale co ciekawe, to także to pokolenie najchętniej wspomagało się kredytami (29 proc.).

Jak Polacy finansowali większe wydatki w 2020 r.?



* Najczęściej udzielane odpowiedzi

Po wybuchu pandemii wiele osób z dużym niepokojem patrzyło w przyszłość – niepewność jutra, zagrożenie dla zdrowia i obawa o utratę pracy lub obciążenie pensji – to wszystko realne problemy, z którymi trzeba było się zmierzyć. Dotyczy to głównie osób, które nie mają zgromadzonych żadnych oszczędności, więc w razie utraty dochodów, nawet chwilowej, znaleźliby się oni w ogromnych tarapatach. Co prawda, jak wynika z danych NBP, na koniec lutego Polacy zgromadzili na depozytach bieżących ponad 814 mln zł, co oznacza kwotę wyższą o 31,5 proc. niż przed rokiem, ale nie jest to komfort dostępny dla wszystkich. Z badań przeprowadzonych przez Europejski Bank Centralny w krajach strefy euro wynika, że większa akumulacja oszczędności była przede wszystkim efektem wprowadzanych obostrzeń i braku dostępności wielu usług. EBC zwraca również uwagę na swego rodzaju psychologiczny mechanizm ostrożnościowy, naturalny w momentach większej niepewności i obaw o jutro.

Badanie Santander Consumer Banku pokazuje, że dokładnie jedna trzecia Polaków nie posiada aktualnie żadnych oszczędności (33 proc.). Kwotę w wysokości jednego miesięcznego wynagrodzenia zdołało odłożyć niemal 12 proc. z nas. Kwotami większymi – 2-3-krotnością swojego wynagrodzenia dysponuje 16 proc. Polaków, a 4-5-krotnością niemal 13 proc. Pozostali, którzy mogą się pochwalić sporą poduszką finansową, stanowią już znacznie mniejszy odsetek społeczeństwa. Nieco ponad 7 proc. z nas odłożyło kwoty rzędu 6-7 miesięcznych wynagrodzeń, 8-12 razy większe sumy posiada ponad 6 proc., a majątek w wysokości większej niż 12-krotność miesięcznej pensji ma w tej chwili na rachunkach ok. 4 proc. Polaków. Widać zatem wyraźnie, że choć ogólne sumy depozytów wydają się spore i rosną, to zdecydowana większość Polaków nie może czuć się komfortowo, jeśli chodzi o swoje bieżące bezpieczeństwo finansowe, szczególnie w obliczu recesji i potencjalnych dalszych, negatywnych skutków pandemii.

Czy Polacy posiadają oszczędności (poduszkę finansową)?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”



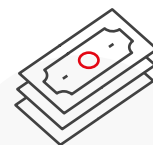
33%

nie posiada żadnych oszczędności



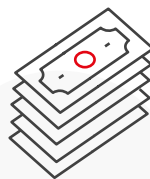
12%

oszczędności w wysokości 1 miesięcznej pensji



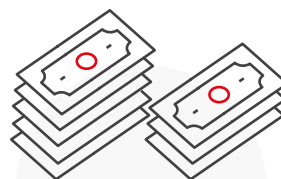
16%

oszczędności w wysokości 2-3 miesięcznych pensji



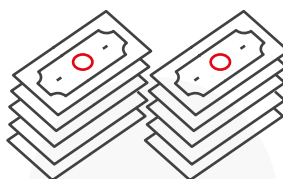
13%

oszczędności w wysokości 4-5 miesięcznych pensji



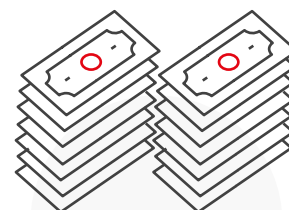
7%

oszczędności w wysokości 6-7 miesięcznych pensji



6%

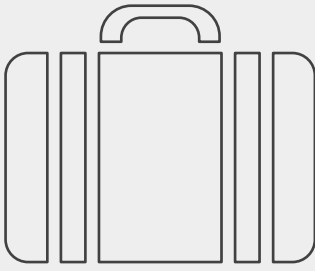
oszczędności w wysokości 8-12 miesięcznych pensji



4%

oszczędności w wysokości powyżej 12 miesięcznych pensji





Wakacje 2021 – pierwszy etap powrotu do normalności

Podobnie jak późną wiosną ubiegłego roku, tak również w 2021 r. mamy do czynienia ze spadkiem zakażeń COVID-19, a co za tym idzie luzowaniem kolejnych obostrzeń. Tym razem jednak sytuacja wydaje się o tyle lepsza, że dysponujemy już szczepionkami i coraz większy odsetek populacji ma już za sobą co najmniej pierwszą dawkę szczepienia. Dla najbardziej dotkniętych branż, takich jak gastronomia czy turystyka, jest to być może jedyna szansa na przetrwanie przy założeniu, że Polacy stęsknieni za wakacjami czy stołowaniem się w lokalach gastronomicznych będą chcieli szybko nadrobić miesiące lockdownu. Oczywiście sektor turystyczny w Polsce nie jest aż tak kluczowy dla całej gospodarki w porównaniu np. z państwami południa Europy, takimi jak Grecja, gdzie stanowi 21 proc. krajowego PKB, czy Portugalia (17 proc. PKB). W polskim sektorze turystycznym wytwarzane jest nieco ponad 6 proc. PKB, jednak także u nas są rejony, gdzie turystyka jest głównym źródłem utrzymania, np. w regionach górskich, czy w miejscowościach nadmorskich. Poza tym na tę kwestię powinno się patrzeć szerzej – to, jak radzi sobie ten akurat sektor, wpływa na wiele innych obszarów gospodarki – np. transport, konsumpcję, czy różnego rodzaju lokalne usługi.

Według statystyk ONZ szacuje się, że spadek obrotów w turystyce w 2020 r. w skali całego świata wyniósł 74 proc. Czy zatem w 2021 r. turystyka odżyje? Wygląda na to, że odpowiedź brzmi: „to zależy – gdzie”. Znaczna część ekspertów przewiduje, że w ujęciu globalnym jest to

niemal niemożliwe – w wielu krajach będących częstym celem wakacyjnym, np. w Azji Wschodniej, czy w pozostałych tropikalnych destynacjach w innych regionach świata, sytuacja pandemiczna jest jeszcze bardzo daleka od opanowania, ponieważ kraje te nie mają wystarczającego dostępu do szczepionek. Dodatkowo pojawiają się zupełnie nowe mutacje wirusa, często bardziej zaraźliwe. W opinii analityków Allianz Research i Euler Hermes powrót do zglobalizowanej turystyki może potrwać kilka lat – co najmniej do 2024 r.

Można powiedzieć, że Europa ma pod względem tempa szczepień lepszą sytuację, niż większość regionów świata, a więc szanse na rozruszanie turystyki w krajach unijnych jeszcze w tym roku zdają się znacznie bardziej prawdopodobne. Dla Polski kluczowy może być fakt, że nasz rynek był przede wszystkim zdominowany przez turystów krajowych, a w mniejszym stopniu nastawiony na turystów zza granicy. Jest zatem duża szansa, że zniesione obostrzenia spowodują, że tłumnie ruszymy w Polskę, o czym mogą również świadczyć doniesienia o rozgrzanych do czerwoności systemach rezerwacji noclegów nawet na te bardziej oddalone terminy.

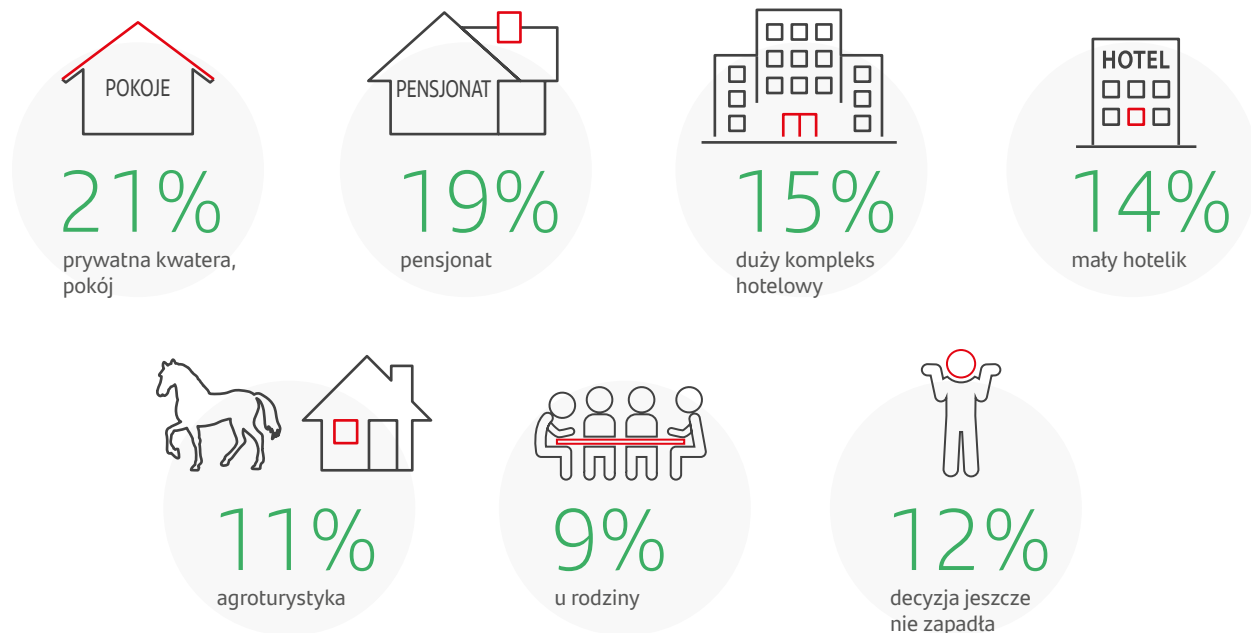
Jeśli chodzi o następne etapy odmrażania turystyki, w pierwszej kolejności przywrócona została działalność hoteli i innych miejsc noclegowych – w początkowej fazie z limitem 50 proc. zajętych pokoi. Koniec maja to moment, w którym otworzyły się hotelowe baseny, strefy spa i siłownie. Nie bez znaczenia dla komfortu turystów było też zniesienie obowiązku

noszenia maseczek na wolnym powietrzu, przy zachowaniu zasad dystansu. Pośrednio z turystyką wiąże się gastronomia – tu także mają być czasem zmian – w połowie tego miesiąca otworzyły się ogródki restauracyjne, a w ostatni weekend maja dopuszczono możliwość stołowania się wewnątrz lokali (przy maksymalnym obłożeniu 50 proc. stolików).

Gdzie zatem spędzimy tegoroczne wakacje? Z badania Santander Consumer Banku wynika, że najchętniej rezerwujemy kwatery prywatne lub pokoje na wynajem (21 proc.), a w drugiej kolejności pensjonaty (niemal 19 proc.). I w obu tych przypadkach odsetek chętnych jest bardzo zbliżony do tego ubiegłorocznego. Wiele zmieniło się natomiast w ciągu roku, jeśli chodzi o duże hotele – rok temu wakacje w większym kompleksie hotelowym planowało zaledwie 3,3 proc. ankietowanych. W nowym badaniu odsetek ten wzrósł blisko pięciokrotnie, do 15 proc. To dobra wiadomość dla dużych sieci hotelowych, których sytuacja w pandemii wydaje się najgorsza spośród wszystkich gałęzi turystyki. Być może jest to więc wreszcie początek faktycznego odbicia dla tego segmentu branży.

Podobna liczba Polaków chce w te wakacje zatrzymać się w małym hoteliku (14 proc.), a co dziesiąty w agroturystyce (11 proc.). Kolejne 9 proc. zatrzyma się u rodziny. Decyzji dotyczącej formuły spędzania wakacji nie podjęto jeszcze prawie 12 proc. ankietowanych.

Jak Polacy planują spędzić tegoroczne wakacje?



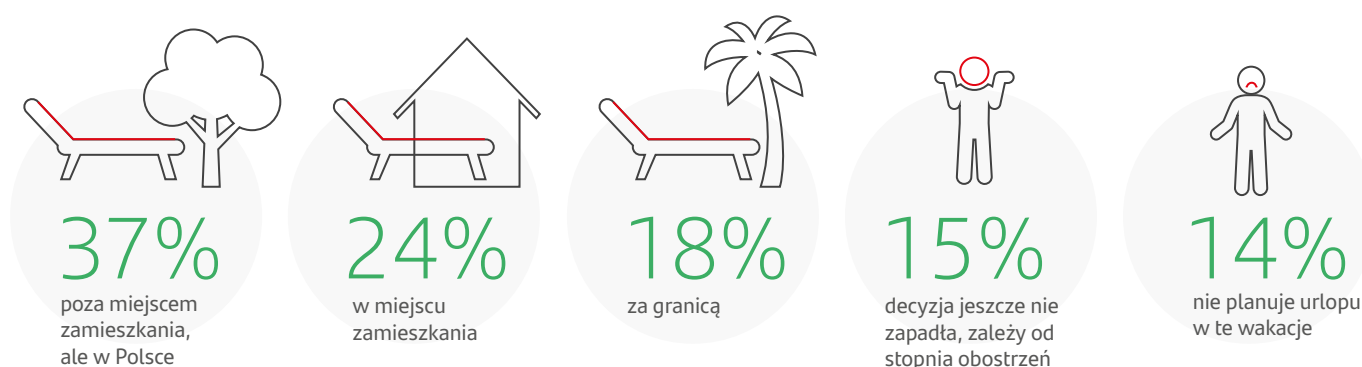
Hotele, czy to te małe, czy duże, są chętniej wybierane przez kobiety. Mężczyźni częściej deklarują chęć nocowania w prywatnych kwaterach i w pensjonatach. Te ostatnie są też preferowane przez osoby najmłodsze (37 proc. osób w wieku 18-29 lat). To pokolenie często wybiera się również na wakacje do rodziny (16 proc.), choć ta forma spędzania wakacji jest najbar-

dziej popularna wśród najstarszej generacji (30 proc.). Analiza pokazuje ponadto, że duże hotele i pensjonaty są wybierane raczej przez rodziny z dziećmi.

Wśród osób, które już zdecydowały, jak będą wyglądały ich tegoroczne wakacje, większość (37 proc.) ma zamiar spędzić je poza domem, ale na terenie Polski. Za

granicę chce się wybrać niemal 18 proc. z nas. Prawie co czwarta osoba letni urlop spędzi w miejscu swojego zamieszkania. W ogóle dni wolnych w te wakacje nie ma zamiaru brać 14 proc. z nas. Taki sam odsetek jeszcze nie podjął decyzji, uzależniając ją od poziomu obowiązujących w miesiącach wakacyjnych obostrzeń.

Dokąd Polacy wyjadą na wakacje?



Na urlop za granicę dwukrotnie częściej wybierają się kobiety (23 proc.) niż mężczyźni (12 proc.), wśród których niemal co piąty w ogóle nie planuje tego lata brać urlopu (takiej odpowiedzi udzieliła co dziesiąta kobieta). Wakacje w Polsce będą

w tym roku najczęściej wyborem młodych Polaków (aż 61 proc. z nich ma takie plany), ale za granicę wyjadą najczęściej 30-latkowie (32 proc.). Najstarsi raczej nie planują w tym roku wyjazdów, co może być nadal pokłosiem pandemicznego

zagrożenia, które przecież jeszcze wcale nie minęło, zatem dla osób starszych taki wyjazd może wciąż oznaczać potencjalne ryzyko.

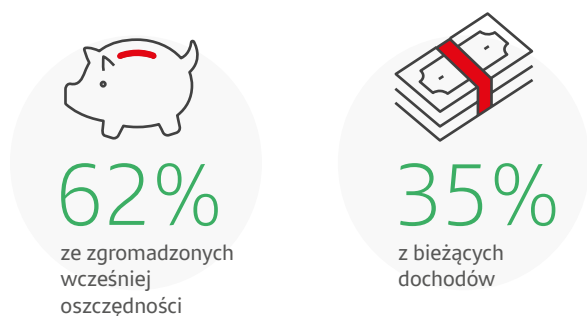
Na urlop zdecydowanie częściej wybierają się osoby posiadające dzieci – dla wielu z nich może to być pierwszy od wielu miesięcy moment, kiedy cała rodzina ma szansę na relaks poza domem, a to chyba właśnie dla nich lockdown był najtrudniejszym doświadczeniem, kiedy musieli łączyć pracę zdalną i opiekę nad dziećmi przez tak długi czas. Z kolei niemal 20 proc. osób, które nie posiadają dzieci, w ogóle urlopu nie planuje. W oczywisty

sposób możliwość wyjazdu na wakacje jest uzależniona od poziomu zarobków. Ci lepiej zarabiający chcą wyjechać czy to za granicę, czy gdzieś w inny rejon kraju. Im niższe dochody, tym mniej jest osób gotowych wyjechać.

Santander Consumer Bank zapytał również, jak Polacy mają zamiar sfinansować wakacyjny wyjazd w tym roku. Większość – niemal dwie trzecie z nas – wyda zgro-

madzone wcześniej oszczędności (ponad 62 proc.), a jedna trzecia zaptaci za nie z bieżących przychodów. Inne sposoby finansowania raczej nie są brane pod uwagę. Można więc wnioskować, że skoro ktoś nie dysponuje odpowiednią kwotą w tym momencie, to prędkiej w ogóle zrezygnuje z wyjazdu, niż weźmie pożyczkę, czy to z banku, czy od rodziny.

Jak Polacy sfinansują wakacje w tym roku?

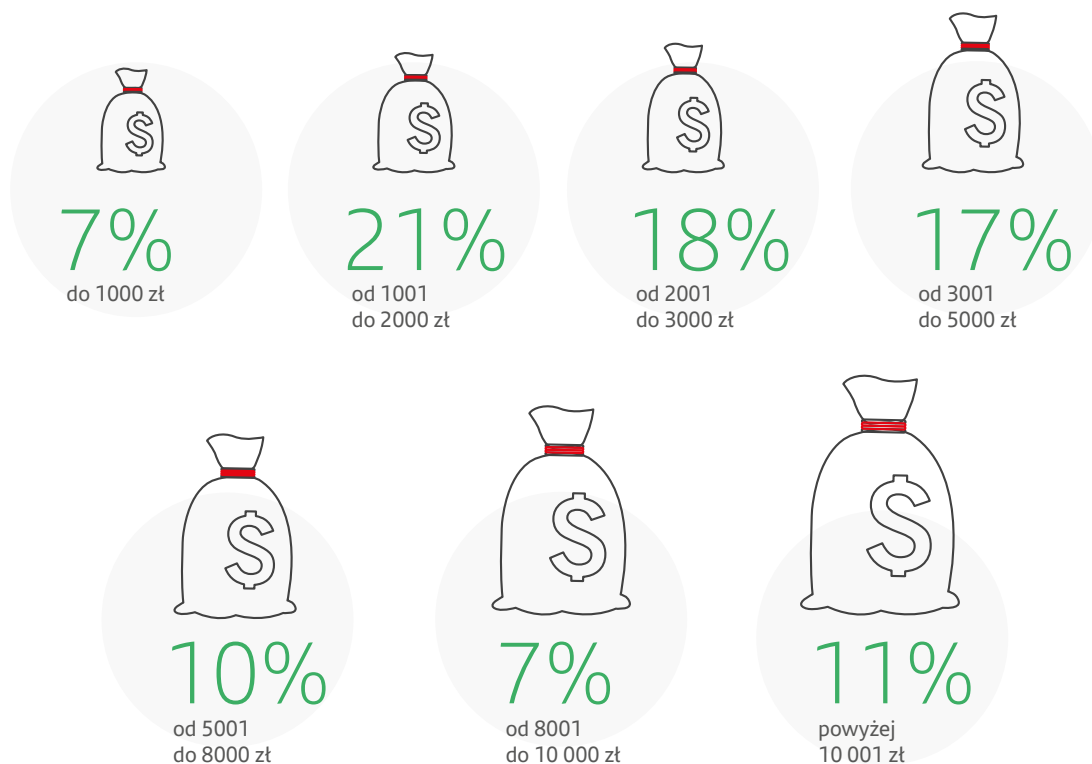


Najczęściej udzielane odpowiedzi

A jakie kwoty mamy zamiar wydać w związku z urlopem? Niespełna 7 proc. przeznaczy na wakacje maksymalnie 1 tys. zł – chodzi o całociowy wydatek rodzinny. Co piąty z nas ma zamiar wydać między 1 tys. a 2 tys. zł. Niewiele mniej (18 proc.) wskazało na kwotę od 2 tys. do 3 tys. zł, a niemal identyczny odsetek (17 proc.) od 3 tys. do 5 tys. Jedna rodzina na dziesięć jest w stanie przeznaczyć na ten cel między 5 tys. a 8 tys. zł. Sumy rzędu 8 tys. - 10 tys. zł ma zamiar wydać 6,5 proc. Polaków. Co dziesiąta polska rodzina wyda na wakacje więcej niż 10 tys. zł.

Jakie kwoty Polacy przeznaczą na wakacje w tym roku dla całej rodziny?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”



Niemal dwie trzecie Polaków planujących urlop wybiera się na niego własnym samochodem (65 proc.) – to zdecydowanie najbardziej popularny środek transportu w te wakacje, co aktualnie w czasie pandemii, kiedy wiele osób unika transportu zbiorowego, nie powinno dziwić. We własnych czterech kółkach czujemy się najbardziej komfortowo i bezpiecznie. Jak wynika z danych Otomoto, wzrost zain-

teresowania używanymi samochodami od czerwca 2020 r. do lutego 2021 r. wyniósł rekordowe 12 proc., a używane auta sprzedają się aktualnie znacznie szybciej niż do tej pory.

Drugim najczęściej wskazywanym środkiem transportu jest samolot, wybierany przez 20 proc. z nas. Taka liczba wskazań na samolot jest prawdopodobnie bezpo-

średnio skorelowana z obranym kierunkiem wakacyjnego wypoczynku. Liczba ta niemal pokrywa się z odsetkiem deklarujących chęć wyjechania za granicę. Prawie co dziesiąty badany wybierze podróż pociągiem (9,1 proc.), a niespełna 6 proc. autobusem.

Jakim środkiem transportu Polacy pojadą w tym roku na wakacje?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”



65%

pojedzie własnym samochodem



20%

połeci samolotem



9%

pojedzie pociągiem



6%

pojedzie autobusem

Zarówno własny samochód, jak i transport szynowy częściej wybierają mężczyźni, z kolei kobiety w te wakacje chętniej

skorzystają z oferty lotniczej. Co ciekawe, samolotem na urlop wybierają się przede wszystkim rodziny z dziećmi (30 proc.),

natomiast osoby nieposiadające dzieci znacznie chętniej pojadą własnym autem (70 proc.).





Polak w banku – przyspieszony kurs cyfryzacji

Z danych zebranych przez branżowy portal PRNews.pl wynika, że na koniec ostatniego kwartału 2020 r. banki w Polsce obsługiwały łącznie 48,1 mln klientów – to o 342 tys. mniej niż we wcześniejszym kwartale. Z tego 45 mln to klienci detaliczni – przy czym należy pamiętać, że część klientów posiada więcej niż jeden rachunek bankowy. Na koniec 2020 r. banki prowadziły 34 mln kont osobistych. Dane NBP pokazują z kolei, że maleje wysokość kapitału zgromadzonego na lokatach – w lutym 2021 r. na depozyty w bankach wptacono ok. 18,13 mld zł. Widać więc wyraźny wpływ serii obniżek stóp procentowych – w lutym 2020 r., czyli przed obniżką, kwota ta wynosiła ponad 40 mld zł.

Charakterystyczną cechą pandemii jest przenoszenie kolejnych usług świadczonych przez różnego rodzaju instytucje

i firmy do sieci. Nie inaczej jest z bankami, które już i tak od lat mocno promowały zdalne kanały komunikacji z klientami i bankowość elektroniczną oraz mobilną. Cyfryzacja usług bankowych przyspieszyła już nie tylko z uwagi na wygodę, ale także ze względów bezpieczeństwa. Sama technologia wykorzystywana do zdalnego bankowania cały czas ewoluuje. Banki np. coraz chętniej korzystają z usług napędzanych sztuczną inteligencją – botów, czy voicebotów obsługujących infolinię.

Z wyliczeń PRNews.pl wynika, że na koniec ubiegłego roku 19,6 mln klientów korzystało aktywnie z bankowości elektronicznej, a w grudniu ubiegłego roku 16,7 mln osób logowało się do banku z poziomu telefonu, a 13,9 mln klientów banków aktywnie wykorzystywało apli-

kacje mobilne. Co więcej – aż 8,4 mln klientów korzystało z banku wyłącznie za pośrednictwem smartfona.

Dane Santander Consumer Banku pokazują, że bankowość internetowa, czyli obsługa rachunku za pośrednictwem serwisu internetowego jest najbardziej popularnym sposobem załatwiania formalności w banku – preferuje ją więcej niż co drugi klient (54 proc.). Wciąż jednak drugą najczęściej wskazywaną formą jest wizyta w bankowej placówce – wybiera ją niemal 29 proc. ankietowanych. Z aplikacji mobilnej korzystamy obecnie nieco chętniej niż z infolinii. Rozwiązanie mobilne wybiera ponad 6 proc, a infolinię 5 proc. klientów banków. Chat z pracownikiem na stronie www banku to na razie najmniej popularna metoda.

W jaki sposób Polacy najczęściej załatwiają formalności w banku?

* Najczęściej udzielane odpowiedzi



54%

przez bankowość internetową



29%

w oddziale banku



6%

za pomocą aplikacji mobilnej



5%

za pośrednictwem infolinii

Dosyć ciekawie rozkładają się tu preferencje w zależności od wieku klientów. Najbardziej przywiązani do bezpośredniej wizyty w placówce są seniorzy (56 proc. 60-latków i 41 proc. osób powyżej 70 roku życia). Wynika to rzecz jasna z faktu, że starsze pokolenie w znacznie mniejszym stopniu korzysta z usług online jako takich, preferując kontakt osobisty nie tylko w kontekście spraw bankowych. Załatwianie formalności przez serwis internetowy banku jest najczęściej domeną pokolenia 30-latków (66 proc.), ale także wśród osób 40 i 50-letnich ten odsetek jest bardzo wysoki (odpowiednio 60 proc. i 65 proc.). Z kolei, jeśli chodzi o aplikacje mobilne – nie ma zaskoczenia, że to przede wszystkim najmłodszy klienci są zwolennikami tego typu rozwiązań. Co piąta osoba w wieku 18-29 lat korzysta z bankowości za pomocą swojego smartfona, choć również wśród przedstawicieli tej generacji najczęstszą formą dostępu do banku jest serwis internetowy (54 proc. wskazań). Ponadto osoby z wyższym wykształceniem zdecydowanie preferują bankowość online, unikając bezpośrednich wizyt w placówkach.

W czasie pandemii nie tylko obsługa bieżących usług bankowych przeniosła się w jeszcze większym stopniu do kanałów zdalnych, ale także dostęp do kredytów online stał się naturalną konsekwencją zmian. Choć znaczna część banków już od jakiegoś czasu oferowała takie rozwiąza-

nia swoim klientom, można powiedzieć, że COVID-19 nie tyle był powodem przenoszenia się ofert kredytowych banków do sieci, ile po prostu w pandemii ten proces przyspieszył i się zintensyfikował.

Analiza przeprowadzona przez Biuro Informacji Kredytowej pokazuje, że w pierwszym kwartale 2021 r. banki i SKOK-i udzieliły łącznie 649,7 tys. kredytów gotówkowych na kwotę ponad 14,3 mld zł oraz 891,4 tys. kredytów ratalnych na kwotę ponad 4 mld zł. Analitycy BIK zwracają uwagę, że ze względu na fakt, że już na samym początku pandemii nastąpiło silne ograniczenie akcji kredytowej w bankach – szczególnie w przypadku kredytów gotówkowych i kart kredytowych – to te wysokie dynamiki rok do roku w przypadku wszystkich rodzajów produktów kredytowych w samym marcu są przede wszystkim efektem niskiej bazy. Średnia wartość udzielonego w marcu 2021 r. kredytu gotówkowego to 22 854 zł, co oznacza wzrost o 7,4 proc. w porównaniu z marcem 2020 r. Średnia wartość kredytu ratalnego w marcu 2021 r. to 4 712 zł i jest ona wyższa niż przed rokiem aż o 14,7 proc. W przypadku kredytów ratalnych możemy mówić zatem o trwającej już hossie.

Odmienne zjawisko nastąpiło z kolei w przypadku kart kredytowych. W marcu 2021 r. banki wydały 66,4 tys. kart kredytowych na łączną kwotę przyznanych limi-

tów w wysokości 418 mln zł, co oznacza trend negatywny. Jak zaznaczają jednak eksperci BIK, limity kartowe są jednym z najbardziej ryzykownych produktów kredytowych, stąd naturalna ostrożność do ich przyznawania przez banki w okresie zwiększonej niepewności.

Santander Consumer Bank zapytał Polaków, jakie są ich zdaniem najbardziej pozytywne aspekty związane z zawieraniem umów kredytowych przez internet. Najwięcej osób wskazuje na brak konieczności wychodzenia z domu. Takiej odpowiedzi udzieliło ponad 26 proc. zapytanych. Niemal tyle samo osób wskazało na szybkość procesu i oszczędność czasu (25 proc.). Elastyczność, jeśli chodzi o terminy, jest istotna dla jednej piątej ankietowanych (20 proc.). Ta grupa chwali większą swobodę w odniesieniu do terminu zawarcia umowy kredytowej, doceniając, że mogą to zrobić w dowolnym, najbardziej dogodnym dla siebie momencie. Dla 13 proc. ankietowanych kluczowa jest elastyczność, ale dotycząca lepszego dopasowania samej oferty do swoich potrzeb. W kanałach online istnieje zazwyczaj możliwość samodzielnego dopasowania parametrów – np. kwoty, wysokości raty czy okresu spłaty kredytu. Prawie 12 proc. ankietowanych wskazało na możliwość dokładnego zapoznania się z warunkami oraz dokumentami związanymi z kredytem, a co dziesiąty docenia przejrzystość informacji o jego kosztach.

Jakie są pozytywne aspekty zawierania umów kredytowych przez internet?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „żadne”



Santander Consumer Bank zapytał również o to, jakie są negatywne aspekty ścieżki online przy zawieraniu umów kredytowych. Najczęściej wskazywana była obawa, że klient nie zapozna się ze wszystkimi dokumentami kredytowymi (33 proc. wskazań). Nieco mniejszy odsetek (28 proc.) uważa, że w przypadku

kredytu zaciąganego przez internet nie będzie zapewnionego odpowiedniego wsparcia ze strony pracownika banku, a także, że nie będzie możliwości dopytania o szczegóły dotyczące warunków i zasad udzielania takiego kredytu. Jedną czwartą obawia się z kolei własnej pomyłki przy zawieraniu takiej umowy

(25 proc.), a niespełna 15 proc. boi się, że taki proces ubiegania się o kredyt jest zbyt skomplikowany. Warto zaznaczyć, że aż 30 proc. zapytanych wskazało, że nie dostrzega żadnych negatywnych cech takiej formy zawierania umowy kredytowej.

Jakie są negatywne aspekty zawierania umów kredytowych przez internet?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”



W tym aspekcie, podobnie jak przy innego typu rozwiązaniach w bankach, młodszy klienci są zdecydowanie bardziej przychylni kanałom online. Starsze generacje preferują jednak raczej bezpośredni kontakt z pracownikiem banku, nie ufając aż tak bardzo czy to samej technologii, czy własnym umiejętnościom cyfrowym, w szczególności, jeśli sprawa dotyczy tak poważnej w gruncie rzeczy materii, jak umowa kredytowa. Dla młodszych pokoleń nie stanowi to już żadnego problemu, a wręcz jest to forma przez nich preferowana.

Zawarcie umowy kredytowej przez internet istotnie zwiększa dostępność kredytu, szczególnie teraz, w czasie pandemii. Jak się jednak okazuje, klienci biorą też pod uwagę inne aspekty mogące przekonać ich do oferty danego banku. Santander Consumer Bank zapytał Polaków, czy uważają za atrakcyjny taki produkt kredytowy, gdzie po jednorazowym złożeniu wniosku i po weryfikacji zdolności kredytowej bank przyznałby limit kredytowy do wykorzystania na zakupy online w dowolnym momencie w określonych e-sklepach lub sieciach handlowych online. Co ważne, klient nie musiałby każdorazowo wnio-

skować o kredyt czy raty, tylko korzystałby z jednorazowo przyznanego limitu. Odzew na taką ofertę był zdecydowanie pozytywny – ponad połowa badanych (52 proc.) uważa taką ofertę za atrakcyjną, z czego niemal 12 proc. w sposób zdecydowany. Raczej niechętnie na taki produkt finansowy spogląda 15 proc. zapytanych, a zdecydowanie nie skorzystałoby z takiej oferty kolejne 16 proc. Taka oferta spotkała się z uznaniem przede wszystkim wśród młodszych Polaków. Chętniej korzystałoby z niej również osoby o wyższych dochodach.

Czy Polacy skorzystaliby z produktu kredytowego, w którym przy jednorazowej weryfikacji zdolności kredytowej i złożeniu wniosku, otrzymaliby otwarty internetowy limit kredytowy do wielokrotnego wykorzystania w e-sklepach lub sieciach handlowych online?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”



12%

zdecydowanie tak



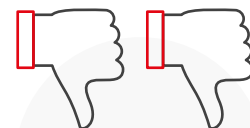
40%

raczej tak



15%

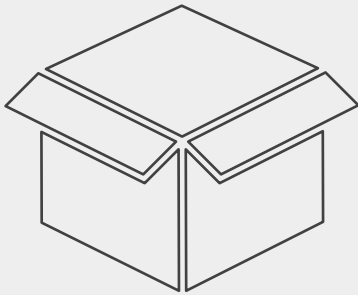
raczej nie



16%

zdecydowanie nie





Zakupy online – pandemiczny przymus, czy stała zmiana upodobań?

Zarówno sam COVID-19, jak i przyspieszający rozwój platform e-commerce i e-sklepów w Polsce znacząco wpłynęły na preferencje zakupowe Polaków. Z danych PwC wynika, że w 2020 r. kanał online miał już 14 proc. udziału wartości w sprzedaży detalicznej w Polsce. W analizie tej czytamy także, że do 2026 r. wartość brutto polskiego rynku e-handlu ma osiągnąć 162 mld zł, co oznaczałoby średni roczny wzrost na poziomie 12 proc. Ponadto aż 74 proc. Polaków chce utrzymać poziom dokonywanych zakupów online, kiedy pandemia już wygaśnie, a kolejne 10 proc. chce go jeszcze zwiększyć.

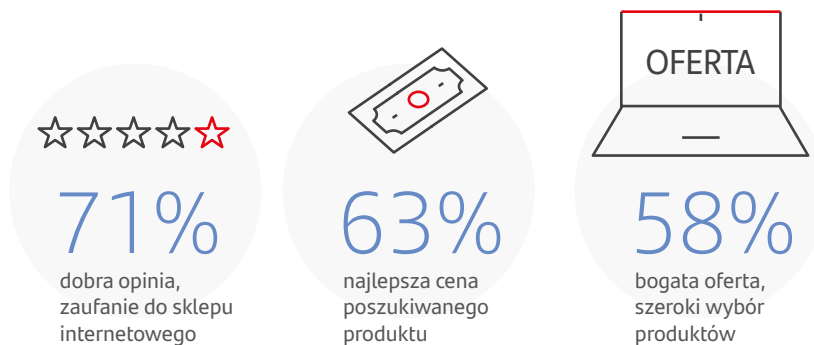
Najnowsze badanie Santander Consumer Banku pokazuje, że aż 69 proc. Polaków robi zakupy przez Internet. Pytanie zatem, czy liczba klientów e-sklepów może jeszcze wzrosnąć? Z pewnością wraz ze zmianą pokoleniową, osób preferujących e-zakupy będzie przybywać.

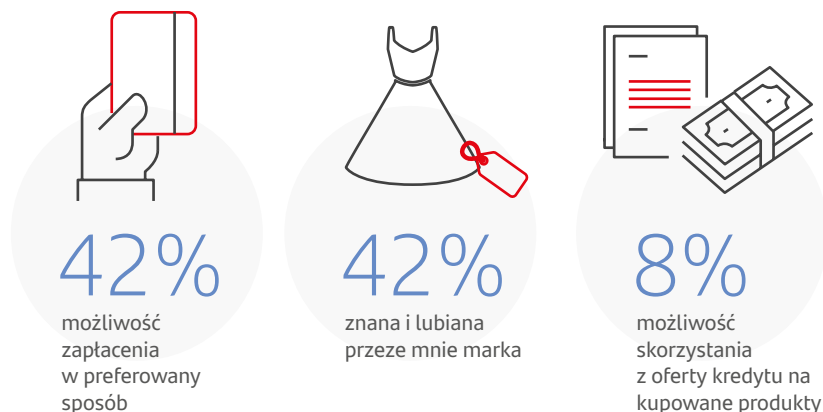
Czym zatem e-sklep może skusić klientów do zakupów? Okazuje się, że najważniejszym czynnikiem dla konsumentów jest dobra opinia o danym e-sklepie i zaufanie – na tę odpowiedź wskazało aż 71 proc. Polaków. Zaufanie okazało się zatem bardziej istotne niż niska cena. Na tę ostatnią zwraca w pierwszej kolejności uwagę 63 proc. z nas. Nieco ponad 58 proc. ankietowanych wybiera konkretny sklep ze względu na bogatą

ofertę i szeroki wybór produktów, a 42 proc. kupuje, bo sklep oferuje konkretną – znaną i lubianą przez nich markę (to aspekt istotny przede wszystkim dla kobiet). Z kolei bogata oferta oraz dobra opinia o e-sklepie to cechy, na które uwagę częściej zwracają najmłodszy klienci. W ich przypadku bardzo często gra też rolę cena produktu (77 proc.). Taki sam odsetek (42 proc.) zdecyduje się na zakupy w danym sklepie, jeśli ten zapewni klientowi możliwość zapłaty za zakupy za pomocą konkretnego, preferowanego systemu płatności. Dla 8 proc. klientów ważne jest, że mają możliwość skorzystania w danym sklepie z kredytu w chwili kupna.

Jakie są najbardziej istotne czynniki przy wyborze sklepu internetowego?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”





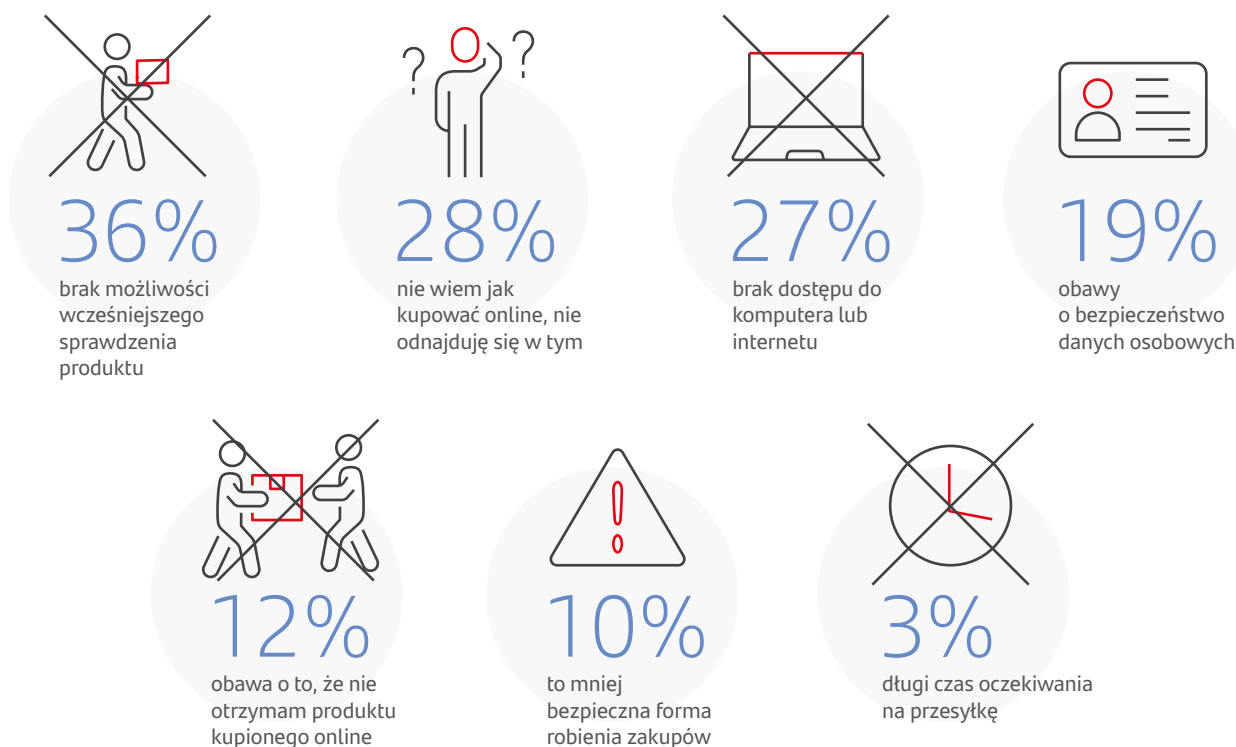
Jak z kolei Polacy motywują brak chęci dokonywania zakupów w sieci? Okazuje się, że najczęstszą obawą jest brak możliwości sprawdzenia produktu przed jego zakupem – na ten aspekt zwróciło uwagę 36 proc. badanych. Faktycznie, czasami można kupić produkt w złym rozmiarze lub odcień koloru jest inny niż na zdjęciu na ekranie komputera czy telefonu. Od

pewnego już jednak czasu wiele sklepów internetowych umożliwia odesłanie produktu bez podania przyczyny, a w części popularnych sklepów lub platform zakupowych można to zrobić bezpłatnie. Na ten problem przede wszystkim zwracają uwagę mężczyźni (46 proc. wskazań). Ponad 28 proc. osób zadeklarowało, że nie wie, jak kupować w sieci, bo w ogóle

nie odnajduje się w świecie online – na taką z kolei odpowiedź częściej wskazywały kobiety (32 proc.) i osoby z podstawowym wykształceniem (40 proc.). W przypadku badanych z wykształceniem wyższym odsetek ten wynosi 10 proc.

Dlaczego Polacy nie chcą kupować przez internet?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć”



Więcej niż jedna czwarta Polaków niekupujących online deklaruje, że po prostu nie ma dostępu do komputera lub internetu (27,5 proc.). Analiza tej odpowiedzi pod kątem wieku pokazuje, że im starsza generacja, tym częściej taki problem występuje. Brak dostępu do sprzętu i sieci jest bezpośrednio skorelowany z poziomem dochodów Polaków – im niższe, tym odsetek osób nieposiadających komputera jest większy. W przypadku Polaków zarabiających powyżej 5 tys. zł miesięcznie problem ten w ogóle nie występuje. Czy jest szansa, aby brak dostępu do internetu przestał być w Polsce barierą? Z danych GUS wynika, że sytuacja z roku na rok się poprawia. W 2020 r. dostęp do sieci w Polsce miało 90,4 proc. gospodarstw domowych – to o 3,7 pkt proc. więcej niż w roku 2019. Analiza GUS pokazuje

ponadto, że największy odsetek gospodarstw domowych z internetem jest w dużych miastach – 92,1 proc. Wśród mieszkańców mniejszych miejscowości wynosi on 89,7 proc., a na wsi 89,3 proc.


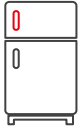



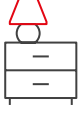



Jedna czwarta pytaných, niechętnych e-zakupom wskazuje, że ma obawy związane z jakością towarów kupowanych przez Internet (24 proc.). Ta odpowiedź łączy się w dużym stopniu z najczęściej sygnalizowanym problemem – czyli brakiem możliwości sprawdzenia produktu przed zakupem. Oczywiście istnieje szansa, że niechęć kupimy np. podróbkę, jednak kupując w polskich, sprawdzonych e-sklepach, ten problem raczej już nie występuje. Jeśli zaś towar jest oryginalny, ale z jakiegoś powodu nie spełnia naszych

oczekiwań, zawsze mamy prawo zwrócić taki zakup.

Niemal co piąty badany (19 proc.) nie kupuje w sieci w obawie o bezpieczeństwo swoich danych osobowych. Ten problem oczywiście może być realny szczególnie, jeśli chodzi o dane płatnicze, np. numery kart. Na szczęście, także w Polsce e-handel bardzo się profesjonalizował, a sposoby płatności za zakupy w internecie są obecnie bezpieczne – zarówno w przypadku płatności kartą, jak i za pomocą bezpośredniego, szybkiego przelewu internetowego lub płatności BLIK. Płacąc za zakupy w taki sposób, przy prawidłowym korzystaniu z tych systemów, nie powinniśmy obawiać się o bezpieczeństwo.

Jakie kategorie produktów Polacy kupowali online, a jakie stacjonarnie w ostatnich 3 miesiącach?

* Nie uwzględniono odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć” oraz „Nie kupowałem w ostatnich 3 miesiącach”

produkt	online	stacjonarnie	produkt	online	stacjonarnie
 książki	36%	20%	 sprzęt AGD	14%	15%
 jedzenie z restauracji	30%	18%	 sprzęt RTV	13%	15%
 elektronika	23%	14%	 meble, wyposażenie mieszkania	10%	17%
 ubrania	36%	33%	 zakupy spożywcze, jedzenie	2%	96%
 sprzęt sportowy	14%	12%			

Co dziesiąta osoba (niecałe 11 proc.) zwraca jednak uwagę, że jest to ich zdaniem mniej bezpieczna forma zakupów, niż te dokonywane w sklepie stacjonarnym. Podobny odsetek (12 proc.) obawia się, że zakupione produkty do nich nie dotrą. Zaledwie niespełna 3 proc. nie kupuje online ze względu na zbyt długi ich zdaniem czas dostawy.

Santander Consumer Bank zapytał też, jakie kategorie produktów chętniej kupowaliśmy w sieci w ostatnich trzech miesiącach, a jakie w sklepach stacjonarnych. Okazuje się, że w największym stopniu do sieci przeniosta się sprzedaż książek (niemal 36 proc. pytanym kupiło książkę w sklepie online, a niecałe 20 proc. w tradycyjnej księgarni), co z jednej strony powinno cieszyć branżę wydawniczą, ponieważ handel książkami w pandemii nie maleje. Nie jest to natomiast dobra wiadomość dla księgarń, szczególnie tych mniejszych, które już przed pandemią były w trudnej sytuacji. Natomiast tuż rynku wydawniczego w Polsce, takie jak Empik czy Tania-książka.pl mogą spać spokojnie. Nilsen BookScan przeprowadził na zlecenie Biblioteki Analiz badania, z których wynika, że w 2020 r. sprzedano w Polsce około 100 mln książek, a łączna sprzedaż wyniosła ok. 2,1 mld zł (dane te dotyczą wyłącznie

klientów indywidualnych). Wygląda więc na to, że aby przetrwać na rynku niezależne, małe księgarnie powinny przenieść swoją sprzedaż także do kanałów online.

W ostatnich trzech miesiącach chętniej też kupowaliśmy w sieci elektronikę (w proporcji 23 proc. online – do 14 proc. stacjonarnie). To zapewne do pewnego stopnia efekt obostrzeń wprowadzonych pod koniec marca, które uderzyły głównie w elektromarkety wielkopowierzchniowe (o powierzchni powyżej 2 tys. m kw.), które musiały się zamknąć na dobre kilka tygodni. Natomiast mniejsze placówki musiały wprowadzić limity klientów. Jeśli zaś chodzi o sprzęty RTV oraz artykuły AGD kupowane często w tych samych sklepach, co elektronika, to proporcje są bardziej wyrównane – 13 proc. klientów kupiło online sprzęt RTV, a niemal 14 proc. AGD. W przypadku zakupów stacjonarnych było to niewiele więcej – w obu tych kategoriach po 15 proc. wskazań. Dosyć wyrównane są również proporcje, jeśli chodzi o zakup ubrań – tu niewielką przewagę miały zakupy przez Internet (niemal 36 proc.) nad stacjonarnymi (33 proc.), a także sprzęt sportowy (14 proc. kupiło go w sieci, a 12 proc. w sklepie tradycyjnym). Jeśli chodzi o meble i wyposażenie

domu, Polacy nadal chętniej odwiedzają sklep, niż kupują online, choć różnice nie były tu specjalnie duże – 17 proc. z nas kupiło taki sprzęt w sklepie meblowym, a ponad 10 proc. przez sieć.

Ciekawie natomiast wygląda kwestia kupowania żywności. Zakupy spożywcze online z dostawą do domu to nadal margines w naszym kraju. Choć już niemal wszystkie duże sieci spożywcze oferują taką opcję, badanie pokazuje, że aż 96 proc. zapytanym kupowało jedzenie w sposób tradycyjny, a jedynie niespełna 2 proc. online (z danych wynika, że najchętniej z takiej opcji korzystali 30-latkowie). Dane pokazują więc, że to do kupowania artykułów spożywczych przez internet jest nam się najtrudniej przekonać. Inna sprawa to dania restauracyjne – z możliwości zamówienia jedzenia na wynos z dostawą z restauracji skorzystało aż 30 proc. z nas. Stacjonarnie – czyli zgodnie z obowiązującymi przez całą niemal wiosnę przepisami – osobiście odbierając jedzenie w lokalu (niespełna 18 proc.). Zamawianie jedzenia z dostawą jest przede wszystkim domeną młodszych pokoleń – aż 63 proc. 18-29-latków skorzystało z takiej możliwości w ostatnich miesiącach.





Podsumowanie

Mamy nadzieję, że jest to już ostatni raport Santander Consumer Banku tak bardzo skupiony na kwestiach pandemicznych i że kolejna jego edycja będzie już wolna od negatywnych kwestii, które z pandemii wynikały. Z drugiej strony analiza postaw i odczuć Polaków w tym najtrudniejszym, nawet z perspektywy wielu ostatnich dekad momencie, jest swego rodzaju fotografią – zapisem rzeczywistości, który będzie mógł być analizowany w przyszłości przez badaczy i historyków, ciekawych tego, jak wyglądała codzienność życia w pandemii w naszym kraju.

Z raportu można jednak wysnuć również całkiem optymistyczne wnioski – mimo

trudności i realnego, egzystencjalnego wręcz zagrożenia, radziliśmy sobie zaskakująco dobrze. Z pandemii może nie wyjdziemy silniejsi, ale bogatsi o wiele doświadczeń, które być może zapoczną się w przyszłości.

Jednym z takich aspektów jest cyfryzacja wielu obszarów życia, która mocno przyspieszyła i nie zanosi się już na to, żeby miała się cofnąć. Przyzwyczailiśmy się już do tego, że wiele spraw można załatwić nie ruszając się z domu – od tych najbardziej oczywistych, takich jak zakupy, po nieco bardziej zaawansowane, jak korzystanie z oferty banków online, w tym także zaciąganie kredytów, co jeszcze kilka lat temu wydawało się zbyt

trudne do przeprowadzenia. Tymczasem dziś jest to już dla nas normalność.

Optymizmem może również napawać fakt, że znajdujemy się w przededniu wakacji. Badanie pokazuje, że może nie będą one jeszcze wyglądać tak, jak przed pandemią, jednak Polacy są spragnieni słońca, odpoczynku i skorzystają chętnie z możliwości wyrwania się z domów, w których przez tyle miesięcy byli zamknięci. Jeśli będziemy zaszczępieni, wreszcie będziemy mogli w pełni skorzystać z uroków wakacyjnej oferty. W tym roku należy się nam to bardziej niż kiedykolwiek.

Informacja o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku – banku od kredytów w ankiecie telefonicznej, przeprowadzonej przez Instytut IBRIŚ w maju 2021 r. W badaniu udział wzięła 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, kredyty celowe 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 www.santanderconsumer.pl