

Polaków portfel własny: wyjątkowe lato

Raport Santander Consumer Banku



Bank
OD
Kredytów

 **Santander**
Consumer Bank



SPIS TREŚCI

WSTĘP	3
WAKACJE 2020 – JAKIE MAMY PLANY?	5
NOWA NORMALNOŚĆ – WYJĄTKOWE LATO	11
JAKIE BĘDĄ WAKACJE 2020?	14
PRZEZORNY I ZDYSTANSOWANY: NASTROJE POLAKÓW	18
PRZED KOMPUTEREM, CZY Z KOSZYKIEM? ZAKUPY W CZASIE PANDEMII	20
OPIS BADANIA	28

WSTĘP

Rok 2020 przejdzie do historii, jako inny niż wszystkie. Pandemia zaskoczyła władze i społeczeństwa praktycznie w każdym zakątku świata. Społeczna kwarantanna była niezbędnym posunięciem, aby ograniczyć tempo rozprzestrzeniania się choroby. Ruch ten jednak przynosi skutki uboczne, zarówno gospodarcze, jak i społeczne. Będziemy je odczuwać jeszcze długo. Zamrożenie wielu gałęzi gospodarki przyniesie z pewnością wiele negatywnych, ale nieprzewidywalnych jeszcze w tym momencie konsekwencji w skali globalnej. Nie jest przesadą stwierdzenie, że świat po pandemii nie będzie już taki, jak przedtem.

Jedną z pierwszych branż, które odczuły skutki kryzysu była turystyka. W zasadzie z dnia na dzień zamknięto granice, odwołano loty i przewozy pasażerskie oraz zamknięto hotele. Teraz, w przededniu rozpoczęcia wakacji ruch turystyczny nieśmiało się odmraża. Nie oznacza to jednak, że wybierzemy się na urlopy takie, jak dotychczas. To wyjątkowe lato będzie pierwszym testem, jak w praktyce wygląda nowa normalność.

Santander Consumer Bank – bank od kredytów sprawdził też, czy i na jakie wakacje wybierają się w tym roku Polacy. Najnowszy raport „Polaków portfel własny: wyjątkowe lato” jest próbą znalezienia odpowiedzi na to pytanie. To, co najbardziej rzuca się w oczy, to fakt, że w zdecydowanej większości mamy zamiar spędzić je w Polsce. Nawet otwarcie granic i próby przyciągnięcia turystów przez kraje południa, nie spowodują powszechnej chęci wyjazdu za granicę. Dane pokazują, że wolimy skorzystać z krajowych atrakcji, zatrzymując się głównie w małych hotelach, pensjonatach i na kwaterach prywatnych – a więc z dala od dużych skupisk ludzkich. Sporą popularnością cieszą się też domki letniskowe i agroturystyka. Natomiast, jak się okazuje większe hotele mogą mieć niestety trudności z przyciągnięciem wystarczającej liczby gości.

W raporcie znajdziemy również odpowiedź na pytanie, czego najbardziej będzie nam brakowało tego lata. Najwięcej osób chciałoby mieć dostęp do basenów, aquaparków i parków rozrywki. Na drugim miejscu znalazły się spotkania w większym gronie ze znajomymi i rodziną. Wiele osób tęskni także za swobodnymi podróżami zagranicznymi.

Santander Consumer Bank – wydawca **Visa TurboKARTY** zapytał również Polaków, ile pieniędzy mają zamiar przeznaczyć na tegoroczny urlop. Skala rozpiętości okazała się całkiem spora, jednak najczęściej padały kwoty rzędu 1000 - 3000 zł na rodzinę. Z tym pytaniem łączy się kwestia planowanego przez rząd wsparcia finansowego na wakacje. Z badania wynika, że Polacy są raczej przychylni takiemu pomysłowi. Pieniądze te najchętniej wydaliby na noclegi, jedzenie oraz transport na miejsce wypoczynku.

Z deklaracji badanych wynika, że osobista sytuacja finansowa większości z nas na razie nie pogorszyła się znacząco. Ponad 42 proc. Polaków określa ją jako raczej dobrą lub bardzo dobrą, a niemal 46 proc. jako średnią. To bardzo optymistyczna wiadomość. Być może skutki kryzysu, np. prognozowany wzrost stopy bezrobocia, czy zdarzające się w wielu firmach ograniczenia wysokości pensji, jeszcze nie są powszechnie odczuwalne. Nie można jednak wykluczyć, że gdy zakończy się wsparcie w ramach tarcz antykryzysowych, bezpośredni wpływ tego spowolnienia na budżety domowe, stanie się bardziej powszechny. Odczyty pokazujące spadek konsumpcji oraz produkcji przemysłowej wyglądają obecnie niepokojąco.

WSTĘP

Pandemia zmieniła także mocno nasze zwyczaje zakupowe. Z raportu „Polaków portfel własny: wyjątkowe lato” wynika, że wygranym w tej sytuacji na pewno jest sektor e-commerce. Badanie pokazuje widoczny wzrost zainteresowania zakupami online, szczególnie wśród osób najmłodszych.

Santander Consumer Bank zapytał również Polaków, w jaki sposób robią obecnie zakupy. Dane pokazują wyraźnie, że choć nie wszyscy stosują się do wymogów sanitarnych, to maseczki, rękawiczki i płyny dezynfekujące stały się codziennością w handlu. Staramy się również kupować więcej produktów naraz, aby ograniczyć liczbę wyjść na zakupy do niezbędnego minimum. Częstą praktyką jest też robienie list zakupowych, aby unikać niepotrzebnego szukania towarów na półkach. Przy kasie wybieramy częściej płatności bezgotówkowe. Część Polaków, w szczególności seniorzy, stara się przebywać w sklepach wtedy, kiedy jest w nich najmniej klientów, np. wczesnym rankiem lub późnym wieczorem.

Na koniec badani zostali zapytani o plany zakupowe w okresie letnim, w których realizacji w największym stopniu pomogłaby karta kredytowa, np. **Visa TurboKARTA** wydawana przez Santander Consumer Bank. Umożliwia ona pozyskanie zniżek na paliwo i zwrot części kwot wydanych na zakupy w ciągu całego roku. Dodatkowo dla podróżujących samochodem – bezpłatny pakiet car assistance. Wyniki pokazują, że niemal co trzeci Polak posłużyłby się taką kartą w celu pokrycia nieprzewidzianych wydatków tego lata. Na dalszych miejscach znalazły się zakupy ogrodowe, a także sprzęt RTV lub AGD do domu.

Dokładna, przekrojowa analiza odpowiedzi na wszystkie pytania pozwala sformułować wniosek, że do zagrożenia związanego z pandemią dużo poważniej podchodzą kobiety niż mężczyźni. To panie starają się być bardziej zapobiegliwe, częściej przestrzegają obostrzeń. Wydają się być także bardziej pesymistyczne w ocenie sytuacji bieżącej i w oczekiwaniach co do przyszłości.

Raport „Polaków portfel własny: wyjątkowe lato”, został przygotowany na podstawie badania opinii, zrealizowanego w ostatnich dniach maja i na początku czerwca bieżącego roku na zlecenie Santander Consumer Banku przez Instytut Badań Społecznych i Rynkowych IBRiS.

Zachęcamy do lektury.

Zespół Santander Consumer Banku

WAKACJE 2020

– JAKIE MAMY PLANY?

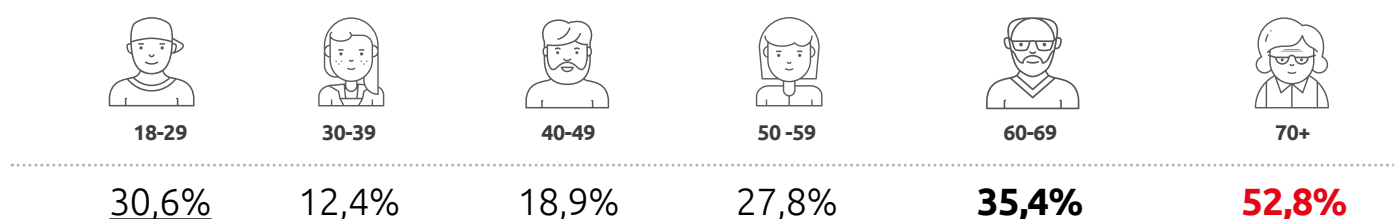
Takich wakacji, jak tegoroczne, nikt z nas jeszcze nie przeżył. Będzie to zupełnie inne lato niż wszystkie dotychczasowe. Pandemia skutecznie unieruchomiła cały globalny transport. Nie ma chyba miejsca na świecie, które nie odczułoby skutków koronawirusa. Kryzys ten niezwykle mocno doświadczył branżę turystyczną. Była jedną z pierwszych, której dotknęły obostrzenia, a jej powrót do stanu sprzed pandemii wydaje się jeszcze bardzo odległy.

Możliwość wyjazdu to jedno, ale pytanie, czy znajdą się chętni, którzy mimo pewnego ryzyka i obostrzeń, wymaganych podczas takiego urlopu, zdecydują się na zagraniczne wojaże? Okazuje się, że zdecydowana większość z nas woli spędzić tegoroczne wakacje w Polsce. To zła wiadomość dla zagranicznych hoteli, czy biur podróży, ale już nie najgorsza dla właścicieli polskich obiektów noclegowych, agroturystyki, pensjonatów oraz lokalnej gastronomii. Jeśli więc chcemy skorzystać z naszych lokalnych walorów krajoznawczych, warto się pospieszyć – popyt na wypoczynek w kraju rośnie. A miejsc w najbardziej atrakcyjnych lokalizacjach może zacząć brakować. Tym bardziej, że rząd wprowadził limity gości mogących przebywać w danym obiekcie równocześnie, więc część pokoi będzie musiała pozostawać pusta.

Oczywistym obowiązkiem właściciela obiektu jest restrykcyjna i regularna dezynfekcja blatów, klamek, telefonów i rzecz jasna pokoi. Muszą też pojawić się dozowniki z płynem dezynfekującym. Nieco prościej pod względem organizacyjnym wygląda sytuacja właścicieli takich miejsc, które wynajmowane są w całości i na wyłączność przez jedną grupę gości – np. domków letniskowych.

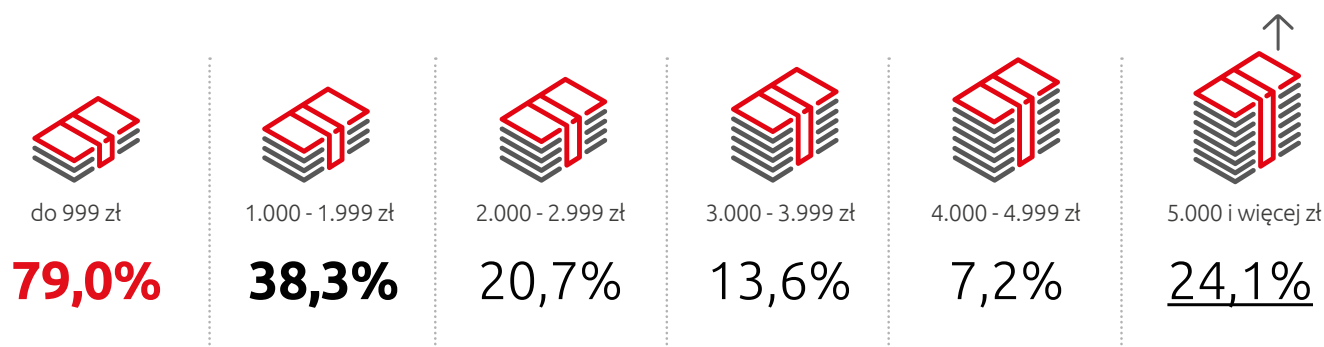
Czy te wszystkie restrykcje nie zniechęcą Polaków do ruszenia się z domu podczas urlopu? Może kryzys powoduje, że decyzję o wakacjach odsuwamy na inny czas, kiedy wróci stabilizacja finansowa? Faktycznie, z badania przeprowadzonego na potrzeby najnowszego raportu Santander Consumer Banku – banku od kredytów „Polaków portfel własny: wyjątkowe lato” wynika, że aż 28,2 proc. z nas nie planuje w tym roku wakacyjnego wyjazdu. Takich zamiarów nie ma 26 proc. mężczyzn i 30 proc. kobiet. Analiza wyników badania pokazuje, że decyzja o pozostaniu w domu powiązana jest najczęściej z wiekiem, poziomem dochodów oraz aktualnym statusem zatrudnienia badanych. Brak chęci wyjazdu najczęściej deklarowały osoby najstarsze – ponad połowa ankietowanych powyżej 70. roku życia i więcej niż co trzeci 60-latek. Co ciekawe, również prawie jedna trzecia najmłodszych (18-24 lata) nie wyjedzie tym razem na wakacje.

NIE PLANUJĘ W TYM ROKU WAKACYJNYCH WYJAZDÓW



Poziom zarobków ma realny wpływ na to, czy jesteśmy sobie w stanie pozwolić na wakacje. Brak stabilności i obawa o utratę pracy w kolejnych miesiącach mogą również skutecznie zniechęcić do wyjazdów na urlop, który wiąże się przecież z realnymi kosztami.

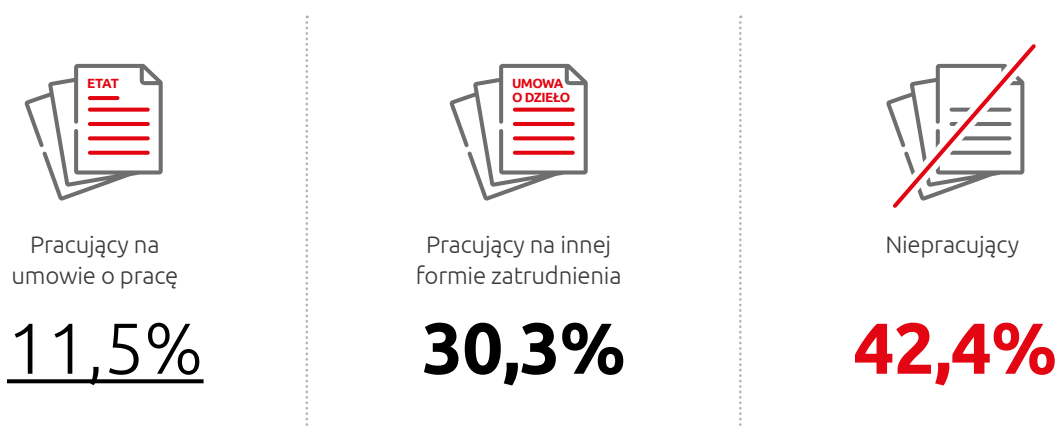
NIE PLANUJĘ W TYM ROKU WAKACYJNYCH WYJAZDÓW



Identyczne obawy mogą mieć osoby, które nie są pracownikami etatowymi, więc komfort, jakim obecnie jest stały, regularny dochód, może być dla nich trudny do osiągnięcia. Dlatego, jeśli nie mają opcji nisko kosztowego wypoczynku, np. u rodziny czy znajomych, często zmuszone są rezygnować z planów.

Z badania Santander Consumer Banku wynika ponadto, że odsetek tych, którzy nie mają zamiaru wyjechać jest większy wśród osób mieszkających na wsi (ponad 31 proc.) i w małych miastach – do 50 tys. mieszkańców (36,8 proc.). W metropoliach powyżej 500 tys., grupa ta wynosi już tylko 13 proc. Być może ich mieszkańcy chętniej decydują się na wyjazdy, aby spędzić trochę czasu bliżej natury i z dala od miejskiego zgiełku.

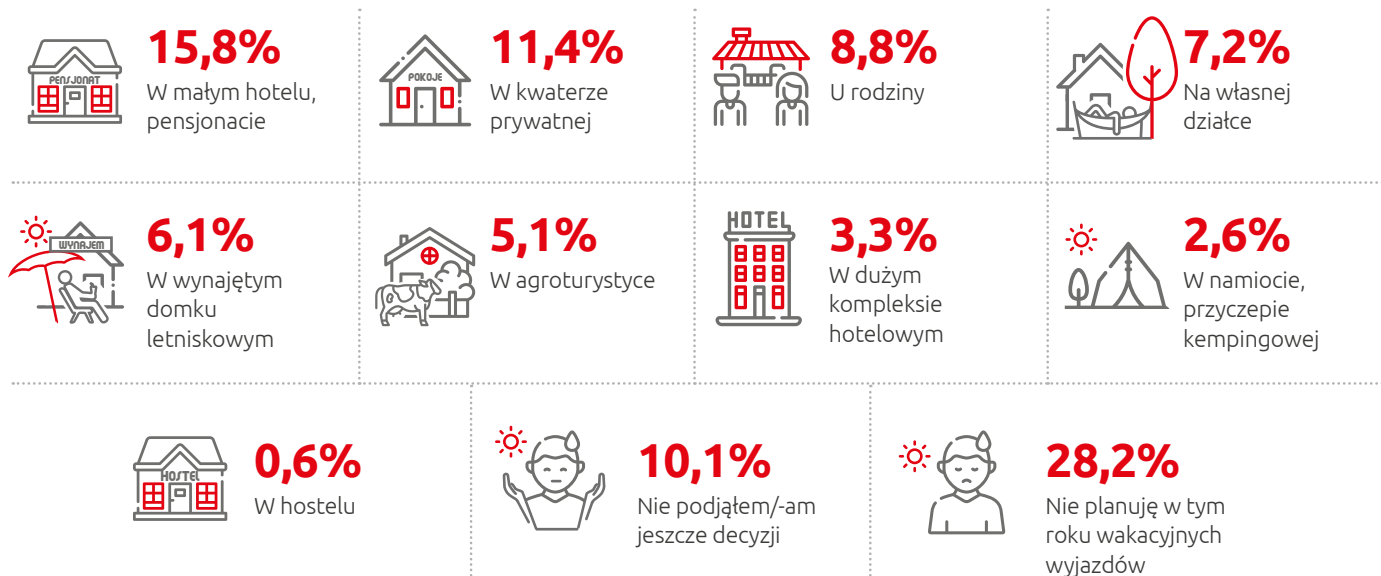
NIE PLANUJĘ W TYM ROKU WAKACYJNYCH WYJAZDÓW



A co z tymi, którzy jednak mogą i chcą spędzić urlop poza miejscem zamieszkania? Z badania przeprowadzonego na zlecenie Santander Consumer Banku – banku od kredytów wynika, że wykorzystają ten wolny czas w małym hotelu lub pensjonacie (niemal 16 proc.). Zainteresowaniem co dziesiątej osoby cieszą się również kwatery prywatne. To właśnie bardziej kameralne obiekty zyskują większą popularność niż duże hotele (3,3 proc. wskazań). Być może chodzi o obawy o potencjalny kontakt ze zbyt dużą liczbą innych gości w miejscu wypoczynku.

Te osoby, które mają taką możliwość, skorzystają w tym roku z własnych działek (7,2 proc.) lub z gościnności rodziny (8,8 proc.). Badani, którzy nie mają takiej możliwości, albo decydują się na wynajem domku letniskowego (6,1 proc.), albo na pobyt w agroturystyce (5,1 proc.). Biwakowanie, czy to w namiocie, czy w przyczepie kempingowej wybiera 2,6 proc. badanych. Co dziesiąty z nas nie podjął jeszcze decyzji gdzie i jak spędzi tegoroczny urlop. Warto jednak się pośpieszyć z wyborem, ponieważ już teraz pojawiają się doniesienia, że mimo stosunkowo wysokich cen, miejsc w ośrodkach zaczyna brakować.

JAK W TYM ROKU SPĘDZIMY WAKACJE?



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

Jak wyglądają nasze preferencje dotyczące letnich planów w zależności od płci? Kobiety znacznie częściej wskazywały, że skorzystają w tym roku z gościnności rodziny (aż 13,5 proc. wobec zaledwie 3,7 proc. w przypadku mężczyzn), nieco chętniej też decydują się na pobyt w małych hotelach i pensjonatach (17 proc. do 14,5 proc.) oraz w dużych obiektach hotelowych (odpowiednio 5,3 i 1,2 proc.). Z kolei istotnie więcej panów wybierze prywatną kwaterę (15,3 proc. mężczyzn i 7,8 proc. kobiet), agroturystykę (7,6 proc. do 2,8 proc.), a także biwak (niecałe 5 proc. i 0,7 proc.).

JAK W TYM ROKU SPĘDZIMY WAKACJE?

	 Kobiety	 Mężczyźni
W dużym kompleksie hotelowym	5,3%	1,2%
W małym hotelu, pensjonacie	17,0%	<u>14,5%</u>
W hostelu	0,4%	0,8%
W kwaterze prywatnej	<u>7,8%</u>	15,3%
W agroturystyce	2,8%	7,6%
U rodziny	<u>13,5%</u>	3,7%
Na własnej działce	7,4%	7,0%
W wynajętym domku letniskowym	6,2%	6,0%
W namiocie, przyczepie kempingowej	0,7%	4,7%
Nie planuję w tym roku wakacyjnych wyjazdów	30,1%	26,0%
Nie podjąłem/-am jeszcze decyzji odnośnie wakacji	8,0%	12,5%

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

Niemal co czwarty badany w wieku 18-29 lat, nie podjął jeszcze decyzji odnośnie wakacji (niecałe 23 proc.) - to największy odsetek spośród wszystkich grup wiekowych. Jeśli jednak mają oni plany, najchętniej wybierają albo mały hotel lub pensjonat, albo pobyt u rodziny - w obu przypadkach wskazał tak co 10. z nich. Podobnie kształtują się wybory 30-latków, choć tu osób zdecydowanych już obecnie na wyjazd jest więcej. Jeden na czterech zatrzyma się w mniejszym hotelu lub pensjonacie, a co piąty spędzi urlop u rodziny. W tym pokoleniu powodzeniem cieszy się też agroturystyka (jedno na 10 wskazań). Polacy w średnim wieku, częściej niż pozostali wynajmują domek letniskowy (22 proc.) lub wypoczywają na własnej działce (11,6 proc.). Co ciekawe – biwakowanie jest raczej domeną 50-latków (9,9 proc.), niż młodszych Polaków. Wśród starszych ankietowanych (powyżej 60 roku życia) tylko mniej niż połowa ma zamiar spędzić wakacje poza domem. Jeśli już się gdzieś wybierają, najczęściej są to pobyty w kwaterach prywatnych (33,8 proc.) lub w pensjonatach (18,6 proc.).

JAK W TYM ROKU SPĘDZIMY WAKACJE?

						
	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
W dużym kompleksie hotelowym	0,0%	3,4%	2,6%	7,7%	4,4%	2,3%
W małym hotelu, pensjonacie	<u>11,6%</u>	26,4%	<u>13,4%</u>	21,4%	<u>10,5%</u>	<u>8,1%</u>
W hostelu	0,0%	0,0%	0,6%	1,2%	0,7%	1,6%
W kwaterze prywatnej	7,2%	<u>13,0%</u>	11,5%	3,7%	19,5%	14,3%
W agroturystyce	7,8%	9,7%	6,6%	0,5%	2,2%	1,7%
U rodziny	10,3%	19,7%	0,0%	6,8%	7,0%	5,5%
Na własnej działce	7,0%	6,3%	11,6%	7,3%	6,4%	4,2%
W wynajętym domku letniskowym	1,2%	4,5%	21,8%	3,3%	3,0%	2,9%
W namiocie, przyczepie kempingowej	1,4%	0,0%	4,5%	<u>9,9%</u>	0,0%	0,0%
Nie planuję w tym roku wakacyjnych wyjazdów	30,6%	12,4%	18,9%	27,8%	35,4%	52,8%
Nie podjąłem/-am jeszcze decyzji odnośnie wakacji	22,9%	4,7%	7,4%	9,0%	9,5%	5,9%

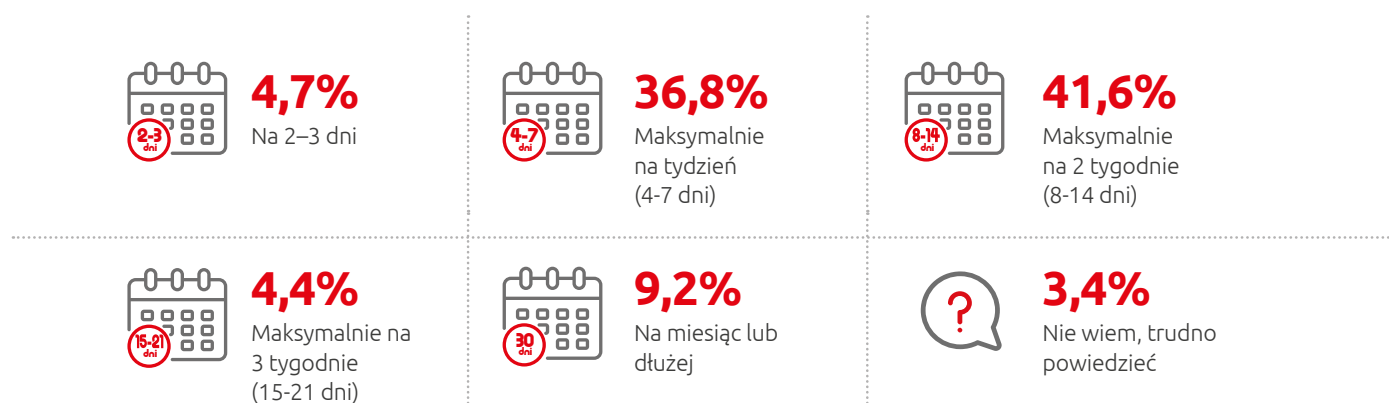
Wskazania nie sumują się do 100%. W prezentacji pominięto odpowiedzi „Nie wiem, trudno powiedzieć” oraz „Inne”

Osoby o miesięcznych dochodach między 4000 a 5000 zł „na głowę” w rodzinie, częściej niż pozostali decydują się na wykupienie pobytu w dużych hotelach (jedna dziesiąta wskazań). Jednak także one preferują w tym roku kameralne hotele lub pensjonaty (ponad 15,5 proc.). To również najczęściej wybierana odpowiedź przez ankietowanych o dochodach przekraczających 5000 zł (22,2 proc.). Co czwarta osoba o dochodach między 3000 a 4000 zł, spędzi wakacje u rodziny. Taka odpowiedź była również często wskazywana przez zarabiających do 999 zł miesięcznie.

Na pobyt w pensjonacie, domku letniskowym czy w kwaterze prywatnej mogą sobie pozwolić przede wszystkim pracujący na etatach. Ci, którzy zatrudnieni są obecnie na innej formie umowy lub są bezrobotni, jeśli już gdzieś się wybierają, to raczej do rodziny (13,7 proc.). Co piąty ankietowany posiadający dziecko poniżej 18 roku życia, ma zamiar wypoczywać w małym hotelu lub pensjonacie, a niemal 16 proc. z nich w wynajętym domku letniskowym. Osoby nieposiadające dzieci oprócz pensjonatów, chętnie odwiedzają kwatery prywatne (12,3 proc.).

Jeśli chodzi o czas spędzony na wakacyjnym wyjeździe, to średnia wydaje się nie odbiegać od norm z lat poprzednich – zdecydowana większość z nas planuje tygodniowy (36,8 proc.) lub dwutygodniowy wypoczynek (41,6 proc.). Niespełna 5 proc. może sobie pozwolić wyłącznie na dwu- lub trzydniowy wypad, a podobny odsetek wyjedzie na ok. trzy tygodnie. Niemal co dziesiąty ma w planie wyjazd na co najmniej miesiąc – jak pokazuje głębsza analiza, ten ostatni przypadek dotyczy przede wszystkim najmłodszych badanych (niemal co piąty z nich), z których wielu będzie pewnie miało dłuższą przerwę na uczelniach. Co ciekawe, to osoby w wieku emerytalnym najczęściej wskazywały na minimum miesięczny pobyt poza domem (27,1 proc.).

NA JAK DŁUGO MAMY ZAMIAR WYJECHAĆ W TE WAKACJE?



Ramy czasowe wakacji są najczęściej określone nie tyle możliwościami finansowymi, ile niemożnością wzięcia dłuższej przerwy w pracy. Z analizy wynika, że tygodniowe lub dwutygodniowe urlopy są wybierane przede wszystkim przez osoby pracujące na etacie (odpowiednio 44,7 i 43,9 proc.). Niepracujący z kolei częściej wybierają się na wyjazd na dwa lub trzy dni (niemal 7 proc.).

NA JAK DŁUGO MAMY ZAMIAR WYJECHAĆ W TE WAKACJE?

	 Pracujący na umowie o pracę	 Pracujący na innej formie zatrudnienia	 Niepracujący
Na 2-3 dni	<u>4,7%</u>	0,0%	6,7%
Maksymalnie na tydzień (4-7 dni)	44,7%	43,1%	25,8%
Maksymalnie na 2 tygodnie (8-14 dni)	43,9%	35,0%	39,2%
Maksymalnie na 3 tygodnie (15-21 dni)	2,3%	<u>11,7%</u>	4,2%
Na miesiąc lub dłużej	4,1%	4,9%	<u>17,5%</u>
Nie wiem, trudno powiedzieć	0,3%	5,3%	6,6%

Długość wyjazdu jest także skorelowana z dochodami ankietowanych. Krótkie dwu- lub trzydniowe wypadki planują przede wszystkim zarabiający do 999 zł na osobę w rodzinie (86,1 proc.). Nieco lepiej uposażeni wskazywali częściej na tygodniowy pobyt na wakacjach (ponad połowa osób o dochodach między 1000 a 1999 zł). Co ciekawe, wyjazdy trwające ponad miesiąc są najpopularniejsze wśród badanych o dochodach od 2000 do 2999 zł, natomiast urlop najbardziej zamożnych zazwyczaj nie przekroczy w tym roku 14 dni (prawie 67 proc.).

NA JAK DŁUGO MAMY ZAMIAR WYJECHAĆ W TE WAKACJE?

	 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
Na 2-3 dni	86,1%	1,3%	8,3%	2,0%	0,0%	0,0%
Maksymalnie na tydzień (4-7 dni)	13,9%	52,4%	44,1%	27,9%	35,1%	20,1%
Maksymalnie na 2 tygodnie (8-14 dni)	0,0%	23,1%	30,6%	56,8%	52,6%	66,9%
Maksymalnie na 3 tygodnie (15-21 dni)	0,0%	3,7%	1,6%	<u>9,4%</u>	<u>8,6%</u>	<u>4,6%</u>
Na miesiąc lub dłużej	0,0%	<u>8,5%</u>	<u>15,4%</u>	4,0%	2,0%	2,9%
Nie wiem, trudno powiedzieć	0,0%	11,0%	0,0%	0,0%	1,7%	5,5%

NOWA NORMALNOŚĆ – WYJĄTKOWE LATO

Festiwal muzyczny stały się już naturalną częścią wakacyjnego sezonu w Polsce, podobnie jak festiwale filmowe, imprezy miejskie, sportowe itp. Niestety tego lata zdecydowana większość z nich została odwołana. Organizatorzy zaczęli już planować wydarzenia na 2021 r., a imprezy sportowe odbywają się w nowym reżimie sanitarnym dostosowanym do bieżącej sytuacji epidemiologicznej. Santander Consumer Bank – bank od kredytów zapytał Polaków, których aktywności kojarzących się z letnimi miesiącami będzie im brakować najbardziej.

Najwięcej, bo co trzeci ankietowany, wskazał na ograniczenia lub brak możliwości swobodnego korzystania z basenów, aquaparków czy parków rozrywki. Faktycznie, to niezwykle popularny sposób na spędzanie upalnych letnich dni, przede wszystkim w miastach, gdzie daleko do plaż i naturalnych zbiorników wodnych. Głębsza analiza pokazuje, że jest to szczególnie dotkliwe dla 30-latków (ponad połowa wskazań.). To właśnie osoby, które najczęściej są rodzicami mniejszych dzieci, chętnie korzystających z tego typu atrakcji. Dane potwierdzają tę tezę – co drugi rodzic wybrał tę właśnie odpowiedź.

W pandemii utrudnione są również większe interakcje społeczne. Niemal co trzeciej osobie będzie brakowało spotkań w większym gronie – czy to z rodziną, czy znajomymi. Na tę odpowiedź wskazywali przede wszystkim najmłodsi badani (więcej niż co druga osoba w wieku 18 – 29 lat), dla których spotkania na wolnym powietrzu, w gronie przyjaciół i znajomych, są oczywistą formą spędzania wolnego czasu latem.

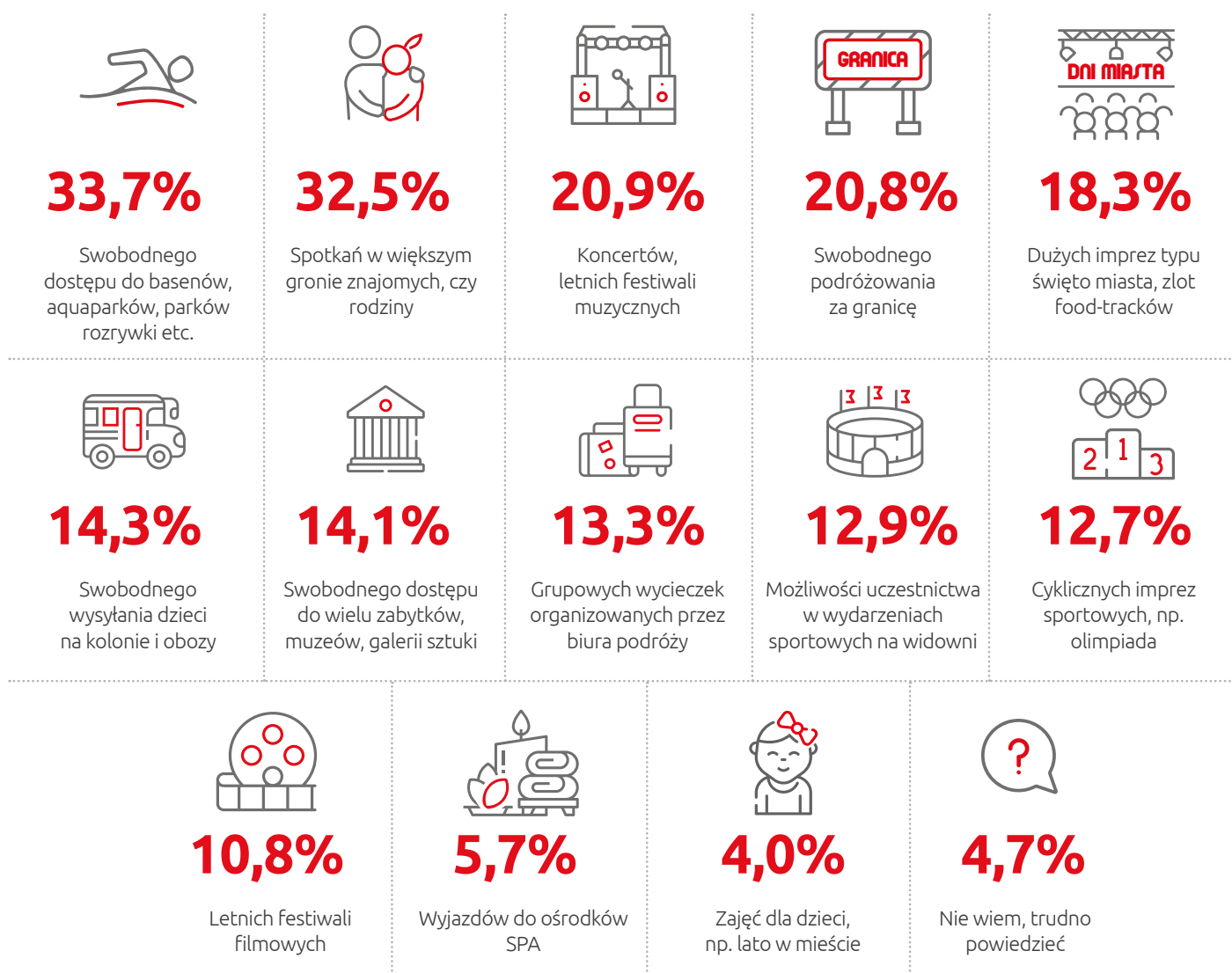
Jedna piąta badanych żałuje, że nie będzie miała okazji uczestniczyć w żadnym letnim festiwalu muzycznym. Z danych wynika, że jest to uciążliwe przede wszystkim dla mieszkańców największych polskich miast (ponad 48 proc. wskazań w ośrodkach powyżej 500 tys. mieszkańców). Dla porównania – wśród osób mieszkających na wsi odsetek ten spada do niespełna 8 proc. Dane pokazują również, że letnie festiwale muzyczne są bardziej popularną rozrywką wśród osób z wyższym wykształceniem (35,2 proc.) niż z podstawowym lub zawodowym (mniej niż co 10. z nich).

Okres wakacji to jednak nie tylko wydarzenia muzyczne, ale także otwarte imprezy typu - dni miasta, zloty food-tracków itp. Takich okazji będzie brakowało 18 proc. Polaków. Jest to szczególnie dotkliwy aspekt pandemii przede wszystkim dla 40-latków (niemal jedna trzecia z nich) i – co ciekawe – dla seniorów powyżej 70 roku życia (prawie jedna czwarta), a także osób mieszkających w małych i średnich miastach, do 250 tys. mieszkańców (25 proc.). Dla 14 proc. Polaków, istotny problem stanowi ograniczony, restrykcyjny dostęp do większości zabytków, muzeów czy galerii sztuki, a co 10. żałuje odwołanych letnich festiwali filmowych.

Ponad 14 proc. ankietowanych wskazało na utrudnienia związane z możliwością wystania dziecka na letni obóz czy kolonie. Na tę kwestię w szczególności zwracają uwagę kobiety (21,5 proc.). Jest to aspekt sygnalizowany przez 43 proc. rodziców. Niewiele mniej osób (13 proc.) definiuje jako problem brak możliwości skorzystania z usług biur podróży i wyjazdu na zorganizowaną wycieczkę grupową. Za taką formą wypoczynku również zdecydowanie częściej tęsknią panie (20,6 proc.) niż panowie (5,4 proc.). Tę opinię podziela też co czwarty ankietowany w najstarszym wieku (jedna czwarta osób po 70 roku życia).

Niespełna 13 proc. z nas narzeka na brak możliwości uczestnictwa na widowni w wydarzeniach sportowych, a niemal taki sam odsetek żałuje odwołanych cyklicznych imprez sportowych, takich jak Olimpiada, czy Mistrzostwa Europy w piłce nożnej. Ten ostatni aspekt szczególnie negatywnie odczuwają mężczyźni (więcej niż co piąty). W przypadku kobiet jest to już tylko 4,1 proc. Ankietowani wskazywali ponadto na brak możliwości wyjazdu do ośrodka SPA (5,7 proc.), czy ograniczony zakres takich atrakcji dla dzieci jak „lato w mieście” (4 proc.).

CZEGO BĘDZIE NAM NAJBARDZIEJ BRAKOWAŁO TEGO LATA?



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

W ostatnich latach Polacy chętnie wyjeżdżali na urlop za granicę. Do najpopularniejszych kierunków, takich jak Chorwacja, Grecja czy Turcja, coraz częściej dołączały dalsze destynacje – np. Tajlandia, Sri Lanka i Bali. Co prawda część turystycznych krajów luzuje już obostrzenia związane z ruchem turystycznym, jednak dla wielu z nas, taki wyjazd obarczony jest zbyt dużym ryzykiem i wolimy zostać w kraju. Za swobodą podróżowania po świecie tęskni jednak co piąty zapytany przez Santander Consumer Bank.

Mimo że Polacy z pewnością tęsknią za śródziemnomorskimi plażami, egzotycznym azjatyckim jedzeniem i pięknymi zabytkami, zdecydowana większość (aż 80 proc.) nie planuje w tym roku wyjazdu za granicę. Taki wyjazd rozważa zaledwie 7,3 proc. ankietowanych. Kolejne 13,3 proc. bierze pod uwagę wyjazd zagraniczny jesienią lub zimą tego roku. Pozostali nie mają zamiaru ruszać się z kraju w 2020 r. Ponad połowa rezygnuje w tym roku z wakacji poza Polską, a co czwarta osoba nie wyjedzie, ale też nie miała takiego zamiaru, jeszcze przed pandemią.

CZY PLANUJEMY W TYM ROKU WAKACJE ZA GRANICĄ?



7,3%

Tak, rozważam wyjazd za granicę na letni wypoczynek



13,3%

Rozważam wyjazd zagraniczny w późniejszym terminie np. jesienią lub zimą



53,1%

Nie, w tym roku całkowicie rezygnuję z zagranicznych wyjazdów



24,8%

Nie, w tym roku planowałem/-am wakacje w Polsce, jeszcze przed pandemią



1,6%

Nie wiem, trudno powiedzieć

W zagraniczną wakacyjną podróż, jak tylko będzie to możliwe, znacznie chętniej udadzą się mężczyźni niż kobiety (odpowiednio 11,4 i 3,4 proc.), podobnie jest jeśli chodzi o ewentualny wyjazd pod koniec tego roku (16,9 i 10 proc.). Wakacje poza krajem są raczej w planach osób o wyższych dochodach (ponad 17 proc. osób o dochodach między 4 tys. a 4,9 tys. zł i 11 proc. wśród przekraczających 5 tys. zł na głowę w rodzinie).

CZY PLANUJEMY W TYM ROKU WAKACJE ZA GRANICĄ?



Kobiety



Mężczyźni

Tak, rozważam wyjazd za granicę na letni wypoczynek

3,4%

11,4%

Rozważam wyjazd zagraniczny w późniejszym terminie, np. jesienią lub zimą.

10,0%

16,9%

Nie, w tym roku całkowicie rezygnuję z wyjazdów zagranicznych

54,1%

52,0%

Nie, w tym roku planowałem/-am wakacje w Polsce, jeszcze przed pandemią

31,6%

17,2%

Nie wiem, trudno powiedzieć

0,8%

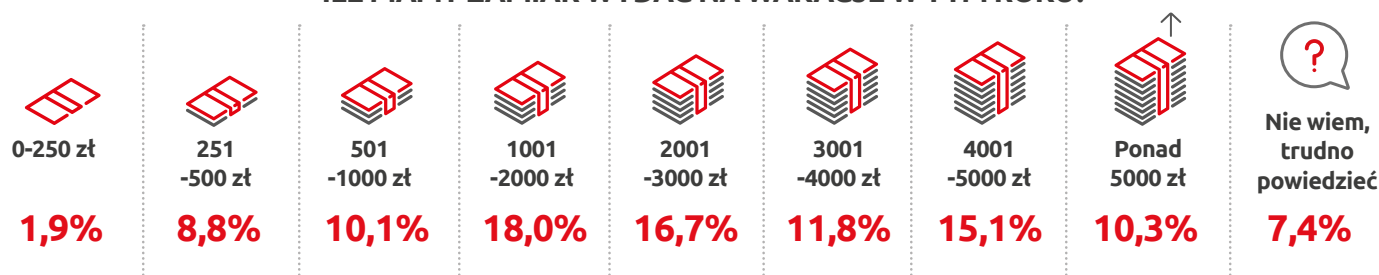
2,4%

JAKIE BĘDĄ WAKACJE 2020?

Skala problemów, które dotknęły nas w obliczu pandemii jest ogromna, choć jeszcze trudno oszacować jej realny rozmiar. Jeszcze w marcu br. Santander Consumer Bank – bank od kredytów zapytał Polaków, czy sytuacja epidemiologiczna wpłynie na ich plany. Pytani o to, które z wyzwań związanych z finansami musieli odłożyć na później w związku z sytuacją epidemiologiczną, najczęściej wskazywali właśnie na wakacyjne wyjazdy (44 proc.). Mimo wszystko większość Polaków stara się odnaleźć w tej niecodziennej sytuacji i na tyle na ile to możliwe, wypocząć na wakacjach, choć często w inny sposób niż w latach poprzednich.

Santander Consumer Bank sprawdził, ile będą nas kosztować takie nietypowe wakacje. Odpowiedzi okazały się bardzo zróżnicowane. Zapytani o to, ile wyniesie całkowity koszt wyjazdu całej rodziny, najczęściej (18 proc.) mamy zamiar wydać między 1000 a 2000 zł. Niewiele mniejszy odsetek ankietowanych wskazał na kwoty rzędu 2000 – 3000 zł (16,7 proc.), podobnie jak między 4000 a 5000 zł (15,1 proc.). Mniejszą kwotą – od 500 do 1000 zł dysponuje co dziesiąty badany. Taki sam odsetek wyda poniżej 500 zł.

ILE MAMY ZAMIAR WYDAĆ NA WAKACJE W TYM ROKU?



Na kwoty niższe niż 500 zł wskazywały przede wszystkim osoby najmłodsze (więcej niż połowa badanych w wieku 18 – 29 lat). Wśród starszych roczników wydatki te są wyższe – ponad 46 proc. 30-latków wyda między 1000 a 3000 zł, a 18 proc. między 4000 a 5000 zł. Jeśli chodzi o 40-latków, to ok. 40 proc. ma zamiar wydać co najmniej 4000 zł. W przypadku seniorów kwoty te wracają do nieco niższych limitów. Najwięcej, bo niemal 30 proc. 60-latków wyda między 1000 a 2000 zł, a wśród osób powyżej 70 roku życia najczęściej wskazywano sumy rzędu 500 – 1000 zł.

ILE MAMY ZAMIAR WYDAĆ NA WAKACJE W TYM ROKU?

	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
Poniżej 250 zł	6,7%	0,8%	3,7%	0,0%	0,0%	0,0%
251 – 500 zł	45,1%	0,0%	0,0%	2,2%	14,7%	0,0%
501 – 1000 zł	4,8%	10,3%	3,9%	12,8%	12,9%	21,5%
1001 – 2000 zł	4,8%	26,2%	10,7%	14,3%	28,9%	19,2%
2001 – 3000 zł	15,2%	20,0%	29,6%	5,9%	7,9%	16,0%
3001 – 4000 zł	7,2%	18,2%	9,1%	7,7%	12,9%	11,1%
4001 – 5000 zł	8,6%	13,8%	26,1%	8,7%	14,6%	18,5%
Powyżej 5 001 zł	2,4%	8,2%	14,4%	23,1%	4,1%	5,6%
Nie wiem, trudno powiedzieć	5,3%	2,4%	2,6%	25,2%	4,0%	8,1%

Kwoty przeznaczone na wakacyjny wypoczynek są oczywiście uzależnione od dochodów w rodzinie. Ponad 86 proc. osób o średnim miesięcznym dochodzie do 999 zł, wyda na ten cel mniej niż 1000 zł, a kolejne 13,9 proc. do 2000 zł. Wśród więcej zarabiających liczby te są bardziej wyrównane. Aż 73 proc. ankietowanych o dochodach powyżej 5000 zł miesięcznie, wyda na wakacje co najmniej 4000 zł.

ILE MAMY ZAMIAR WYDAĆ NA WAKACJE W TYM ROKU?



Pracujący
na umowie o pracę



Pracujący na innej
formie zatrudnienia



Niepracujący

Poniżej 250 zł	0,5%	0,0%	4,3%
251 – 500 zł	6,8%	12,9%	10,3%
501 – 1000 zł	3,5%	16,6%	16,4%
1001 – 2000 zł	<u>15,1%</u>	1,8%	28,6%
2001 – 3000 zł	17,2%	<u>14,9%</u>	<u>16,1%</u>
3001 – 4000 zł	14,9%	9,8%	9,1%
4001 – 5000 zł	21,4%	13,0%	9,1%
Powyżej 5001 zł	14,8%	16,3%	2,1%
Nie wiem, trudno powiedzieć	5,8%	14,7%	3,9%

Zapytani przez Santander Consumer Bank o aktualną ocenę swoich budżetów domowych, Polacy najczęściej wskazywali, że jest ona dobra lub średnia. Jak w związku z tym oceniamy propozycję rządowego finansowego wsparcia w te wakacje? Wydaje się, że co prawda takie dodatkowe pieniądze nie są kwestią kluczową dla większości z nas, jednak badani wypowiadali się o tym pomyśle w większości pozytywnie.

Ponad jedna trzecia badanych uznała to za raczej dobry pomysł, a kolejne 32 proc. za bardzo dobry. Tylko jedna piąta respondentów wypowiedziała się na jego temat negatywnie. Bardziej entuzjastycznie do pomysłu wsparcia na wakacje nastawione są kobiety (74,8 proc. pozytywnych odpowiedzi) niż mężczyźni (56,6 proc.), którzy z kolei częściej wypowiadali się o tym rozwiązaniu zdecydowanie krytycznie (17,4 proc. do 5,1 proc.).

CZY PROGRAM FINANSOWEGO WSPARCIA W CELACH WAKACYJNYCH JEST DOBRYM POMYSŁEM?



32,0%

To bardzo
dobry pomysł



34,1%

To raczej
dobry pomysł



7,2%

To raczej zły
pomysł



11,0%

To bardzo
zły pomysł



15,7%

Nie wiem, trudno
powiedzieć

Idea dofinansowania wyjazdu wakacyjnego najbardziej podoba się osobom między 30 a 50 rokiem życia. Pozytywne wskazania sięgają w tej grupie 80 proc. Jeśli chodzi o miejsce zamieszkania, to największym poparciem projekt cieszy się wśród mieszkańców wsi (66 proc.). Zdecydowanie bardziej pozytywnie pomysł dofinansowania oceniają osoby posiadające dzieci.

CZY PROGRAM FINANSOWEGO WSPARCIA W CELACH WAKACYJNYCH, JEST DOBRYM POMYSŁEM?



To bardzo dobry pomysł	41,9%	28,9%
To raczej dobry pomysł	39,7%	32,4%
To raczej zły pomysł	7,5%	6,1%
To zdecydowanie zły pomysł	2,9%	14,0%
Nie wiem, trudno powiedzieć	7,9%	18,7%

Santander Consumer Bank zapytał także Polaków na jakie wydatki przeznaczyliby pieniądze otrzymane w ramach tego typu wsparcia. Pierwsze trzy główne wskazania to sfinansowanie noclegów (55,9 proc.), posiłków w czasie wyjazdu (31,8 proc.) oraz transportu na miejsce wypoczynku (26,7 proc.). Niemal co czwarty zdecydowałby się na wykupienie dodatkowych atrakcji na miejscu, np. wypożyczenie skutera wodnego, jazdy konnej etc. Ponad 15 proc. zapłaciłoby za wejściówki do zabytków, muzeów, galerii. Nieco mniej (14,6 proc.) przeznaczyłoby tę kwotę na organizację wakacji dla swojego dziecka. Co dziesiąty wykupiłby ubezpieczenie na czas wyjazdu.

NA CO PRZEZNACZYLIBYŚMY PIENIĄDZE Z FINANSOWEGO WSPARCIA NA WAKACJE?



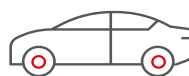
55,9%

Sfinansowanie noclegów



31,8%

Sfinansowanie posiłków



26,7%

Sfinansowanie transportu na miejsce wypoczynku



23,1%

Sfinansowanie dodatkowych atrakcji, np. wypożyczenie skutera wodnego, jazda konna etc.



15,5%

Sfinansowanie wejść do muzeów, galerii, zabytków



14,6%

Organizację wyjazdu dla dziecka



8,5%

Ubezpieczenie



5,0%

Zakup sprzętu na wakacje: buty trekkingowe, strój do pływania, artykuły biwakowe etc.



2,5%

Pamiątki, prezenty etc.



1,7%

Wypożyczenie samochodu na miejscu



3,3%

Inne



11,4%

Nie wiem, trudno powiedzieć

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

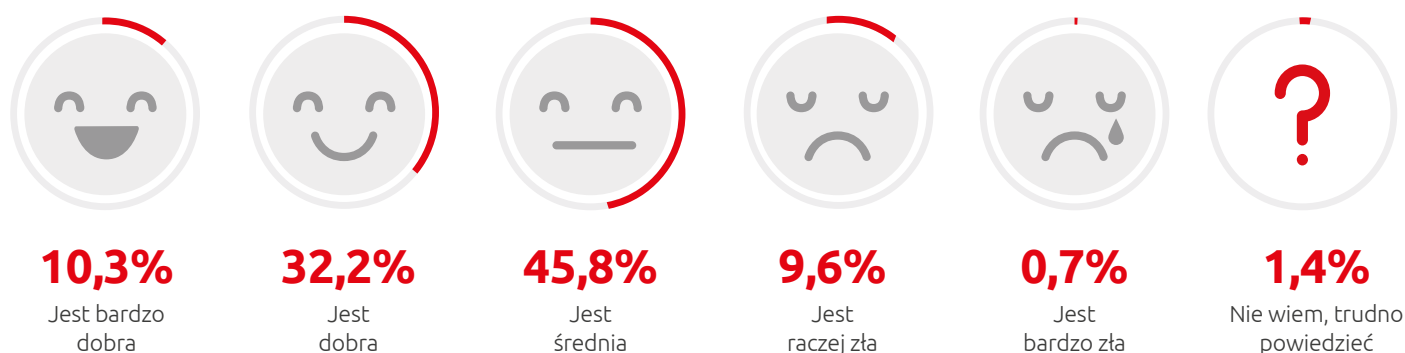
Często wymieniana przez Polaków chęć przeznaczenia ewentualnego dofinansowania na dojazd do miejsca wypoczynku, może świadczyć o tym, że kwestie związane z wakacyjnym transportem mogą stanowić istotny koszt całego urlopu. Co prawda uruchomiono już loty pomiędzy polskimi miastami, a pociągi wciąż kursują, mimo to, prawdopodobnie ze względów bezpieczeństwa znacznie chętniej wybieramy podróż własnym środkiem lokomocji. W niedawnym badaniu Santander Consumer Multirent, zrealizowanym na reprezentatywnej próbie klientów, aż 94 proc. osób wskazało, że w czasie pandemii, samochód jest najbardziej bezpiecznym sposobem przemieszczania się. Tego typu podróżom sprzyjają także rekordowo niskie ceny paliw na stacjach benzynowych.

Koszt takiego wyjazdu należy oczywiście dobrze skalkulować. Warto w takim momencie mieć pod ręką rozwiązanie, które zabezpieczy nas w podróży, także w nieprzewidzianych sytuacjach. Za przykład może posłużyć dająca stały dostęp do pieniędzy **Visa TurboKARTA**, której wydawcą jest Santander Consumer Bank. Karta kredytowa umożliwia zwrot 3 proc. kwot za paliwo i 1 proc. na inne zakupy do 360 zł w każdym roku, a także oferuje bezpłatny car assistance dla podróżujących samochodami. W sytuacji, kiedy warto brać pod uwagę każdy wydatek, mogą to być bardzo istotne czynniki decyzji o tym, jaki środek transportu będzie się opłacało wybrać.

PRZEZORNY I ZDYSTANSOWANY: NASTROJE POLAKÓW

Santander Consumer Bank – bank od kredytów, wydawca karty **Visa TurboKARTA**, zapytał Polaków, jak oceniają swoją aktualną sytuację finansową. Okazuje się, że niemal połowa określiła ją jako średnią. Warto jednak podkreślić, że postaw optymistycznych jest zdecydowanie więcej, niż negatywnych. Niespełna jedna trzecia ankietowanych wybrała odpowiedź „raczej dobra”, a ponad 10 proc. „bardzo dobra”. Tymczasem odpowiedzi „raczej zła” i „bardzo zła” wskazał łącznie zaledwie co dziesiąty badany. Co ciekawe, w marcu br., na samym początku pandemii, swoją sytuację jako średnią określiło 41 proc., a jako złą 11 proc. z nas. Widać więc, że mimo coraz trudniejszej sytuacji gospodarczej, znaczące pogorszenie nastrojów jeszcze nie nastąpiło. Być może realne odzwierciedlenie skutków kryzysu w ocenie własnej sytuacji finansowej będzie lepiej widoczne za jakiś czas, np. kiedy skończy się wsparcie rządowe dla przedsiębiorców i osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą, realizowane w ramach kolejnych edycji tarczy antykryzysowych.

JAK OCENIAMY OBECNIE WŁASNĄ SYTUACJĘ FINANSOWĄ?



Stan swoich portfeli nieco lepiej oceniają mężczyźni, niż kobiety, ale nie są to znaczące różnice. Bardziej zróżnicowane odpowiedzi widać przy podziale na wiek badanych. Najbardziej negatywnie określają swoją sytuację osoby najstarsze (27,2 proc. osób powyżej 70 roku życia wskazało na odpowiedź „raczej zła”), ale także osoby najmłodsze częściej niż pozostałe grupy wiekowe deklarowały złą ocenę (12,7 proc.). Najwięcej pozytywnych wskazań widać wśród 30-latków (17,9 proc. z nich uważa swoją sytuację budżetową za bardzo dobrą i 40,1 proc. za raczej dobrą). Niemal równie pozytywne deklaracje płyną z pokolenia 50-latków.

JAK OCENIAMY OBECNIE WŁASNĄ SYTUACJĘ FINANSOWĄ?

	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
Bardzo dobra	5,0%	17,9%	5,7%	11,9%	11,6%	8,0%
Raczej dobra	35,3%	40,1%	35,1%	40,2%	19,5%	17,9%
Średnia	47,0%	36,6%	54,5%	41,4%	57,0%	38,7%
Raczej zła	12,7%	2,4%	4,8%	4,0%	11,4%	27,2%
Bardzo zła	0,0%	3,0%	0,0%	0,0%	0,5%	0,0%
Nie wiem, trudno powiedzieć	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	0,0%	8,2%

Kłopoty w domowych budżetach są bardziej odczuwalne w przypadku osób posiadających dzieci – 12,4 proc. z nich ocenia swoją sytuację jako raczej złą, a 1,5 proc. jako bardzo złą. Wśród osób nieposiadających dzieci jest to odpowiednio 8,6 proc. i 0,4 proc. Jeśli chodzi o oceny bardzo pozytywne, ta proporcja się odwraca – (7,6 proc. wskazań rodziców i 11,2 proc. ankietowanych nieposiadających dzieci).

W badaniu Santander Consumer Banku widać również, że praca na etat wciąż jeszcze pozwala przechodzić ten kryzys w nie najgorszej kondycji finansowej – niemal dwie trzecie zatrudnionych na umowę o pracę ocenia ją raczej dobrze lub bardzo dobrze, w przypadku pracujących w ramach innej formy zatrudnienia odsetek ten spada do 33 proc. Jeśli chodzi o oceny negatywne, to tu różnice są znaczące – zaledwie 2,2 proc. „etatowców” i 5 proc. zatrudnionych w ramach innej formy umowy uważa, że ich obecna sytuacja jest zła lub bardzo zła.

JAK OCENIAMY OBECNIE WŁASNĄ SYTUACJĘ FINANSOWĄ?



**Pracujący
na umowie o pracę**



**Pracujący na innej
formie zatrudnienia**



Niepracujący

Bardzo dobra	14,1%	13,8%	6,3%
Raczej dobra	48,1%	19,4%	21,4%
Średnia	34,8%	61,7%	51,6%
Raczej zła	1,2%	4,5%	17,9%
Bardzo zła	1,0%	0,6%	0,5%
Nie wiem, trudno powiedzieć	1,0%	0,0%	2,3%

PRZED KOMPUTEREM CZY Z KOSZYKIEM? ZAKUPY W CZASIE PANDEMII

Nawet w momencie najbardziej restrykcyjnych obostrzeń, niektóre sklepy musiały nadal funkcjonować. Dotyczyło to przede wszystkim tych spożywczych, ale także drogerii, piekarni czy aptek. Żywność, leki, środki czystości to dobra, których potrzebujemy na bieżąco, także w czasie pandemii. Limity kupujących, obowiązek noszenia masek i rękawiczek, dezynfekcja rąk przy wejściu – te wszystkie zasady miały na celu maksymalną ochronę klientów i pracowników przed wirusem, ale równocześnie wpłynęły one znacząco na nasze zachowania podczas zakupów. Co zatem się zmieniło?

Z pewnością jest to czas, w którym zyskuje handel internetowy. Przez kilka tygodni wiele produktów było dostępnych wyłącznie online – np. ubrania, obuwie, sprzęty AGD i RTV, książki etc. Dla całych branż uruchomienie lub zwiększenie sprzedaży online, mogło być jedyną szansą na przetrwanie tego trudnego okresu. Czy zatem w tej chwili, gdy sklepy i galerie handlowe zostały ponownie otwarte, wróciliśmy do dawnych przyzwyczajeń? Santander Consumer Bank – bank od kredytów sprawdził, jak Polacy obecnie zachowują się na zakupach.

Okazuje się, że co szósty Polak podczas pandemii „przerzucił się” na kupowanie online, a 4,2 proc. badanych robi nawet zakupy spożywcze przez internet, z opcją dowozu do domu. Zwiększenie zainteresowania e-zakupami to przede wszystkim zasługa osób najmłodszych – więcej niż co trzeci badany w wieku 18-29 lat kupuje teraz częściej online, a niemal 13 proc. z nich zamawia w ten sposób do domu produkty spożywcze. W czasie pandemii e-handel zyskał też na popularności wśród 30-latków i 50-latków. Z wiekiem chęć kupowania online jest coraz mniej wyraźna – tylko 1,8 proc. seniorów powyżej 70 roku życia zwiększyło częstotliwość zakupów w sieci. W tej grupie wiekowej większą popularnością cieszą się natomiast zakupy spożywcze z dowozem do domu.

CZY W CZASIE PANDEMII KORZYSTAMY CHĘTNIEJ Z ZAKUPÓW W SIECI?

						
	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
Więcej niż przed epidemią kupuję online	36,5%	17,2%	12,9%	<u>15,6%</u>	7,3%	1,8%
Robię zakupy spożywcze online z dowozem do domu	12,8%	1,1%	0,5%	<u>1,9%</u>	1,5%	7,2%

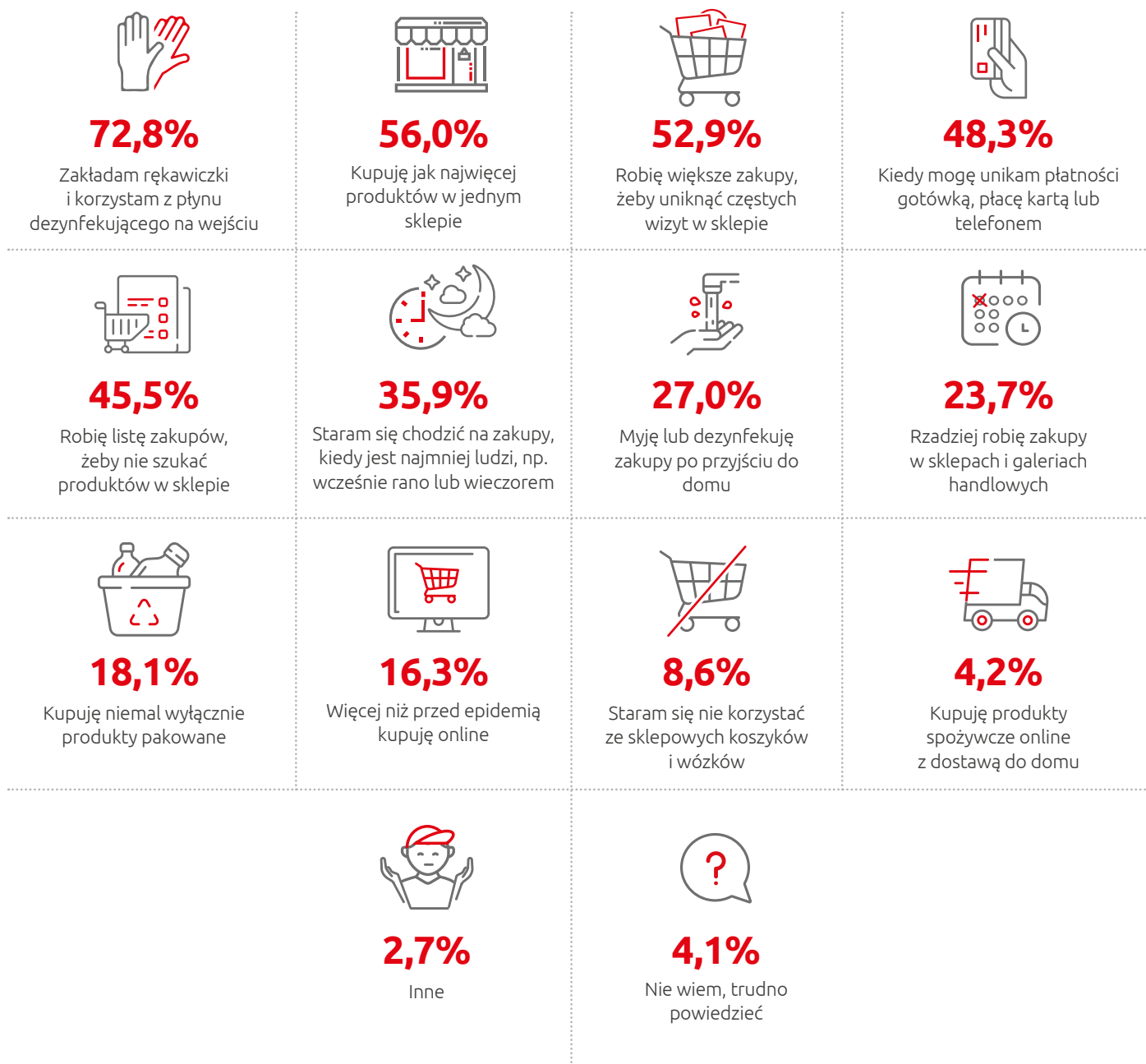
E-zakupy zyskują na popularności przede wszystkim wśród mieszkańców większych ośrodków miejskich. Wskazało tak 27 proc. badanych mieszkających w dużych miastach, takich jak Katowice, Wrocław, Gdańsk i niemal 26 proc. osób z największych – Warszawy, Łodzi, Krakowa. To również tam najczęściej kupuje się przez internet żywność z dowozem do domu (robi tak jedna na dziesięć osób). Warto jednak zauważyć, że na wsi zakupy online robi aż 17 proc. mieszkańców, a tymczasem w miastach średniej wielkości, np. Kielcach, Radomiu, Zabrzu tylko niecałe 9 proc.

A jak zmieniły się nasze nawyki w stacjonarnych placówkach handlowych? Wygląda na to, że widok klientów w rękawiczkach i maskach stał się normą i długo nią pozostanie. Najwięcej, bo niemal trzy czwarte badanych deklaruje, że każdorazowo przy wejściu do sklepu zakłada rękawiczki i korzysta z dostępnych tam płynów dezynfekujących. Część kupujących (prawie co 10.) stara się w ogóle nie dotykać sklepowych koszyków i wózków w obawie przed zakażeniem.

Drugą najczęściej stosowaną praktyką jest kupowanie możliwie dużej liczby produktów w jednym sklepie, żeby uniknąć wizyt w wielu różnych punktach handlowych (56 proc.). Ponadto co druga osoba stara się robić od razu większe zakupy, żeby ograniczyć wielokrotne wychodzenie z domu w celach zakupowych. Niemal jedna czwarta deklaruje, że obecnie po prostu rzadziej pojawia się w sklepach stacjonarnych i w galeriach handlowych.

Ponad 45 proc. ankietowanych wchodzi do sklepu z przygotowaną uprzednio listą zakupów, dzięki czemu nie musi szukać na półkach towarów i może szybko kupić tylko to, czego w danym momencie potrzebuje. Niespełna 36 proc. z nas, stara się wybierać takie godziny pracy sklepów, kiedy potencjalnych innych klientów jest jak najmniej – np. wcześniej rano lub późnym wieczorem. Więcej niż co czwarta osoba deklaruje, że dokładnie myje lub dezynfekuje zakupy po przyniesieniu ich do domu, a 18 proc. stara się kupować wyłącznie produkty pakowane. Czas pandemii to także duże zmiany w płatnościach. Polacy raczej starają się unikać używania gotówki. Na taką odpowiedź wskazała prawie połowa badanych.

JAK ROBIĄ ZAKUPY POLACY?



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

Analiza wyników badania pokazuje, że to kobiety lepiej dbają o własną ochronę na zakupach. Z rękawiczek i płynów do rąk korzysta 81 proc. kobiet i tylko 63,9 proc. mężczyzn. Duża różnica jest też widoczna w unikaniu sklepowych wózków i koszyków (14 proc. pań i tylko 3 proc. panów). To również klientki przychodzą częściej z gotową listą zakupów (odpowiednio 54 proc. do 36,3 proc.). Niemal dwie trzecie kobiet robi jak największe zakupy w jednym sklepie (62,8 proc.), a także stara się kupować możliwie na zapas, aby uniknąć częstszych zakupów (65,5 proc.). Wśród mężczyzn odsetek wskazań wynosi w tym przypadku odpowiednio 48,5 proc. oraz 39,2 proc. W przypadku panów, większa dbałość o bezpieczeństwo przejawia się w unikaniu gotówki (52,5 proc. do 44,4 proc.) i kupowaniu produktów pakowanych.

JAK ROBIMY ZAKUPY?

	 Kobiety	 Mężczyźni
Więcej niż przed epidemią kupuję online	15,7%	16,9%
Kupuję produkty spożywcze online z dostawą do domu	4,0%	4,3%
Przy wejściu do sklepu zakładam rękawiczki i korzystam z płynów dezynfekujących	81,0%	63,9%
Rzadziej robię zakupy w sklepach i galeriach handlowych	32,1%	14,6%
Staram się nie korzystać ze sklepowych koszyków i wózków	13,7%	3,0%
Kupuję niemal wyłącznie produkty pakowane	17,1%	19,1%
Robię listę zakupów, żeby nie szukać produktów w sklepie	54,0%	36,3%
Kiedy mogę unikam płatności gotówką, płacę kartą lub telefonem	44,4%	52,5%
Myję lub dezynfekuję zakupy po przyjeździe do domu	35,8%	17,4%
Staram się robić zakupy wtedy, gdy w sklepach jest najmniej ludzi, np. późnym wieczorem, wcześniej rano	37,9%	33,7%
Robię większe zakupy, żeby uniknąć częstych wizyt w sklepie	65,5%	39,2%
Kupuję jak najwięcej produktów w jednym sklepie	<u>62,8%</u>	<u>48,5%</u>
Nie wiem, trudno powiedzieć	0,0%	8,5%
Inne	3,2%	2,3%

Jak na zakupach w czasach koronawirusa zachowują się poszczególne pokolenia Polaków? O zabezpieczeniach takich jak rękawiczki, czy użycie płynu do rąk na wejściu zapominają najczęściej ludzie młodzi (jedynie 57,1 proc. zakłada rękawiczki i używa płynu do rąk), ale na drugim miejscu znajdują się osoby najbardziej zagrożone, czyli seniorzy (tylko 69,5 proc. chroni się w ten sposób). Najmłodszy badani stosunkowo rzadko przygotowują sobie listy zakupów (tylko co czwarty). We wszystkich pozostałych pokoleniach, odsetek ten oscyluje wokół 50 proc.

30- i 40-latkowie starają się robić większe zakupy naraz i raczej ograniczać się do jednego sklepu. Z kolei 50- i 60-latkowie pilnują, aby ubrać rękawiczki i dezynfekować ręce przy wejściu. To także oni w największym stopniu unikają korzystania z wózków i koszyków. Starsze pokolenia (60- i 70-latkowie) często myją zakupione produkty po powrocie do domu. Ponad połowa osób po 70 roku życia stara się unikać tłumów i robić zakupy albo w godzinach porannych, albo późnym wieczorem.

JAK ROBIMY ZAKUPY?

	 18-29	 30-39	 40-49	 50-59	 60-69	 70+
Więcej niż przed epidemią kupuję online	36,5%	17,2%	12,9%	15,6%	7,3%	1,8%
Kupuję produkty spożywcze online z dostawą do domu	12,8%	1,1%	0,5%	1,9%	1,5%	7,2%
Przy wejściu do sklepu zakładam rękawiczki i korzystam z płynów dezynfekujących	57,1%	79,9%	74,4%	80,1%	75,8%	69,5%
Rzadziej robię zakupy w sklepach i galeriach handlowych	20,6%	39,1%	26,5%	20,9%	18,7%	10,0%
Staram się nie korzystać ze sklepowych koszyków i wózków	4,0%	10,1%	6,2%	13,8%	14,8%	1,6%
Kupuję niemal wyłącznie produkty pakowane	5,1%	39,0%	10,2%	12,4%	24,2%	14,0%
Robię listę zakupów, żeby nie szukać produktów w sklepie	26,7%	52,1%	52,7%	<u>46,3%</u>	51,2%	45,3%
Kiedy mogę unikam płatności gotówką, płacę kartą lub telefonem	45,9%	72,9%	47,9%	43,4%	36,0%	35,2%
Myję lub dezynfekuję zakupy po przyjeździe do domu	22,9%	29,4%	17,1%	25,4%	35,9%	32,9%
Staram się robić zakupy wtedy, gdy w sklepach jest najmniej ludzi, np. późnym wieczorem, wcześniej rano	28,6%	23,1%	37,7%	31,4%	49,3%	53,2%
Robię większe zakupy, żeby uniknąć częstych wizyt w sklepie	57,3%	51,8%	<u>62,0%</u>	38,6%	60,8%	45,1%
Kupuję jak najwięcej produktów w jednym sklepie	<u>57,0%</u>	<u>54,3%</u>	62,8%	55,0%	<u>59,1%</u>	<u>45,7%</u>
Nie wiem, trudno powiedzieć	0,0%	8,2%	1,3%	1,8%	3,3%	10,9%
Inne	0,0%	0,0%	0,0%	6,1%	6,4%	5,8%

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

Analiza miejsc zamieszkania pokazuje, że obostrzenia o wiele mocniej wzięli sobie do serca mieszkańcy miast. To nie powinno dziwić – największe ogniska epidemii znajdują się właśnie w dużych ośrodkach miejskich, a zatem ich mieszkańcy czują zapewne większe zagrożenie przed zarażeniem, niż mieszkający na wsi. To także mieszkańcy dużych aglomeracji najczęściej przerzucają się na zakupy online, a w sklepach wolą płacić kartą lub telefonem, niż gotówką. Mieszkańcy dużych miast takich jak Katowice, Poznań, Wrocław oraz największych metropolii takich jak Warszawa czy Łódź, starają się kupić jak najwięcej produktów naraz, aby ograniczyć do minimum liczbę wyjść na zakupy.

JAK ROBIMY ZAKUPY?

	 wieś	 małe miasto do 50 tys.	 średnie miasto 50 - 250 tys.	 duże miasto 250 - 500 tys.	 metropolia powyżej 500 tys.
Więcej niż przed epidemią kupuję online	17,1%	13,0%	8,8%	27,3%	25,8%
Kupuję produkty spożywcze online z dostawą do domu	1,8%	6,6%	0,0%	9,8%	10,7%
Przy wejściu do sklepu zakładam rękawiczki i korzystam z płynów dezynfekujących	64,6%	68,2%	89,2%	81,5%	81,5%
Rzadziej robię zakupy w sklepach i galeriach handlowych	26,2%	20,3%	20,8%	35,1%	22,5%
Staram się nie korzystać ze sklepowych koszyków i wózków	5,0%	12,7%	11,4%	0,0%	10,9%
Kupuję niemal wyłącznie produkty pakowane	14,6%	20,4%	19,8%	50,8%	11,5%
Robię listę zakupów, żeby nie szukać produktów w sklepie	38,5%	51,6%	39,9%	52,3%	<u>60,9%</u>
Kiedy mogę unikam płatności gotówką, płacę kartą lub telefonem	47,2%	48,3%	38,3%	74,7%	56,3%
Myję lub dezynfekuję zakupy po przyjeździe do domu	23,3%	21,3%	43,9%	22,7%	27,4%
Staram się robić zakupy wtedy, gdy w sklepach jest najmniej ludzi, np. późnym wieczorem, wcześniej rano	24,9%	38,8%	53,3%	46,7%	37,4%
Robię większe zakupy, żeby uniknąć częstych wizyt w sklepie	<u>52,7%</u>	<u>50,8%</u>	<u>53,5%</u>	54,2%	56,5%
Kupuję jak najwięcej produktów w jednym sklepie	54,7%	50,4%	60,4%	<u>56,2%</u>	64,1%
Nie wiem, trudno powiedzieć	6,4%	3,3%	2,5%	0,0%	2,1%
Inne	5,3%	0,4%	2,9%	0,0%	0,0%

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

Okres wakacyjny wiąże się zazwyczaj ze zwiększonymi wydatkami. Co prawda tegoroczne lato – zupełnie inne niż wszystkie dotychczasowe, stawia pod znakiem zapytania wiele naszych planów, jednak każdy potrzebuje choćby krótkiego wypoczynku, aby zregenerować siły. Może to być wizyta u rodziny, własna działka, czy pobyt w hotelu. Każdy taki wypad wiąże się z kosztami.

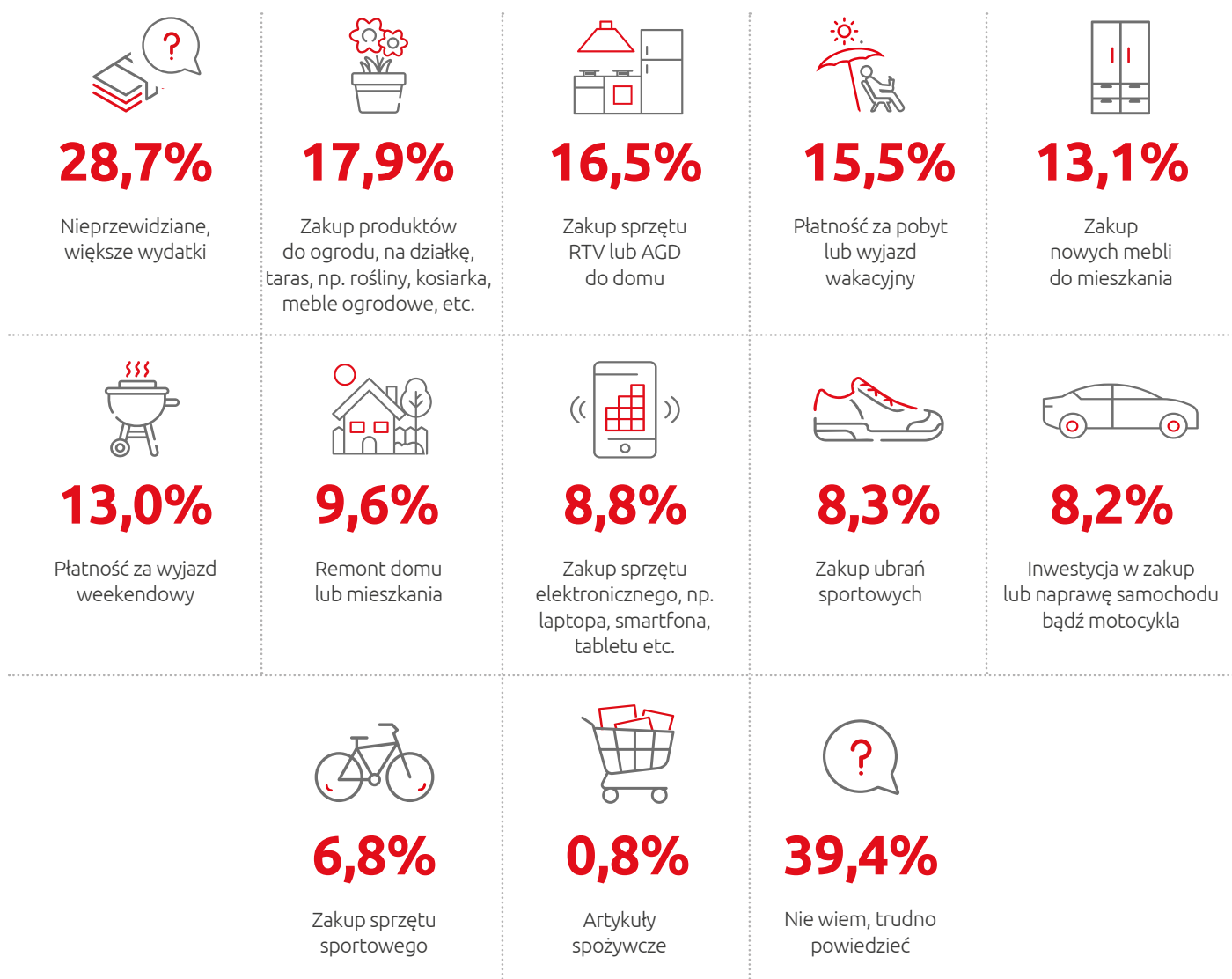
Jeśli czeka nas kumulacja wydatków w te wakacje, być może warto rozważyć wsparcie kartą kredytową. Dzięki niej będziemy mogli odroczyć termin wielu płatności. Jeśli planujemy podróż samochodem, czy większe zakupy, warto rozważyć skorzystanie z wydawanej przez Santander Consumer Bank **Visa TurboKARTY**. Przy okazji można wykorzystać dodatkowe benefity, które daje karta.

Santander Consumer Bank sprawdził, w realizacji jakich zakupów pomocna byłaby obecnie karta kredytowa. Najczęściej (28,7 proc.) wskazywano na nieprzewidziane, większe wydatki. W obecnej sytuacji, kiedy budżet wakacyjny może być niższy, świadomość zabezpieczenia przed niespodziewanym wydatkiem, daje poczucie komfortu i bezpieczeństwa podczas wypoczynku.

Na drugim miejscu znalazły się zakupy produktów ogrodowych, takich jak meble, rośliny, urządzenia - np. kosiarka, czy zraszacz (17,9 proc.). Niewiele mniej osób (16,5 proc.), kupiłoby za pomocą karty kredytowej sprzęt RTV lub AGD do domu, a 9 proc. elektronikę – laptopa, komputer, smartfon czy tablet. Ponad 13 proc. sfinansowałoby zakup mebli do mieszkania. Niemal co dziesiąty ankietowany wskazuje, że pieniądze z karty kredytowej przeznaczyłby na remont.

Karta kredytowa jest traktowana jako potencjalne wsparcie przy płatności za wakacyjny pobyt przez 15,5 proc. Polaków. Z kolei 13 proc. z nas sfinansowałoby w ten sposób wyjazd weekendowy. Na dalszych miejscach znalazły się wydatki związane z zakupem lub naprawą samochodu bądź motocykla, wliczając w to tankowanie paliwa (8,2 proc.). W dalszej kolejności wskazywano na zakup ubrań sportowych (8,3 proc.) oraz sprzętu sportowego, np. roweru, hulajnogi, deskorolki, czy sprzętu do nurkowania (6,8 proc.).

W REALIZACJI JAKICH ZAKUPÓW TEGO LATA POMOGŁABY KARTA KREDYTOWA?



Respondent mógł więcej niż jedną odpowiedź, wskazania nie sumują się do 100%.

Przydatność kart kredytowych częściej doceniają kobiety niż mężczyźni. W niemal każdej kategorii wydatków, odsetek wskazań był u nich wyższy (za wyjątkiem remontu domu i zakupów sprzętu ogrodowego oraz elektroniki). Panie znacznie chętniej wskazywały na zakup nowych mebli do domu (21 proc. i tylko 6,3 proc. w przypadku mężczyzn), sprzętu RTV lub AGD (odpowiednio 22,9 proc. i 10,9 proc.), czy płatności za weekendowy wyjazd (17,3 do 9,3 proc.).

W REALIZACJI JAKICH ZAKUPÓW TEGO LATA POMOGŁABY KARTA KREDYTOWA?



Kobiety



Mężczyźni

Płatność za pobyt, wyjazd wakacyjny	18,0%	<u>13,3%</u>
Płatność za pobyt, wyjazd weekendowy	17,3%	9,3%
Inwestycji w samochód, motocykl: zakup, naprawa, przegląd, tankowanie etc.	8,6%	7,9%
Remont domu, mieszkania	8,1%	10,9%
Zakup produktów do ogrodu, tarasu, działki: meble ogrodowe, rośliny, kosiarka, zraszacz etc.	15,4%	20,1%
Zakup ubrań sportowych	10,7%	6,2%
Zakup sprzętu sportowego: rower, hulajnoga, kajak, deskorolka, sprzęt do nurkowania etc.	10,9%	3,3%
Zakup sprzętu elektronicznego: komputer, laptop, tablet, smartfon etc.	8,4%	9,1%
Zakup sprzętu RTV lub AGD do domu	22,9%	10,9%
Zakup nowych mebli do domu lub mieszkania	<u>21,0%</u>	6,3%
Nieprzewidziane większe wydatki	30,7%	27,0%
Artykuły spożywcze	1,2%	0,4%
Nie wiem, trudno powiedzieć	30,0%	47,6%

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

Możliwość użycia karty kredytowej w celu realizacji letnich wydatków jest częściej brana pod uwagę przez młodszych Polaków. W przypadku seniorów powyżej 70 roku życia wskazania są znacząco niższe, niż w pozostałych kategoriach wiekowych. Aż 42,5 proc. 18-29-latków ocenia, że skorzystałoby z karty kredytowej, gdyby wystąpiły nieprzewidziane, większe wydatki. W takiej sytuacji jednak najchętniej kartą posłużyliby się 50-latkowie (56,2 proc.). Osoby między 30 a 39 rokiem życia wskazywały najczęściej na chęć zakupu sprzętu RTV lub AGD, a o dekadę starsi, wybierali płatność za wakacyjne noclegi (ponad jedna czwarta wskazań).

W REALIZACJI JAKICH ZAKUPÓW TEGO LATA POMOGŁABY KARTA KREDYTOWA?

						
	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
Płatność za pobyt, wyjazd wakacyjny	17,7%	13,8%	27,7%	13,1%	12,8%	1,9%
Płatność za pobyt, wyjazd weekendowy	18,7%	5,9%	<u>19,8%</u>	<u>13,3%</u>	<u>16,5%</u>	1,2%
Inwestycji w samochód, motocykl: zakup, naprawa, przegląd, tankowanie etc.	14,5%	7,8%	8,4%	9,3%	5,6%	0,0%
Remont domu, mieszkania	0,0%	16,6%	10,6%	7,7%	17,3%	<u>3,2%</u>
Zakup produktów do ogrodu, tarasu, działki: meble ogrodowe, rośliny, kosiarka, zraszacz etc.	36,2%	<u>24,4%</u>	5,7%	20,7%	8,2%	2,3%
Zakup ubrań sportowych	8,4%	17,9%	10,6%	6,0%	0,0%	0,0%
Zakup sprzętu sportowego: rower, hulajnoga, kajak, deskorolka, sprzęt do nurkowania etc.	9,9%	16,2%	3,6%	3,1%	1,6%	0,0%
Zakup sprzętu elektronicznego: komputer, laptop, tablet, smartfon etc.	20,0%	13,5%	3,8%	2,4%	5,2%	0,0%
Zakup sprzętu RTV lub AGD do domu	<u>27,0%</u>	36,3%	10,0%	4,1%	5,2%	0,0%
Zakup nowych mebli do domu lub mieszkania	14,1%	28,7%	13,8%	3,3%	6,1%	1,2%
Nieprzewidziane większe wydatki	42,5%	18,8%	23,5%	56,2%	18,4%	13,9%
Artykuły spożywcze	0,0%	0,0%	0,0%	0,9%	0,0%	6,0%
Nie wiem, trudno powiedzieć	27,3%	35,1%	28,7%	26,8%	59,0%	73,9%

Respondent mógł więcej niż jedną odpowiedź, wskazania nie sumują się do 100%.



O BADANIU:

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku – banku od kredytów w ankiecie telefonicznej, przeprowadzonej przez Instytut IBRIS na przełomie maja i czerwca 2020 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 ratalne, karty kredytowe oraz lokaty. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów, salony i komisy samochodowe, sklepy i punkty usługowe. Jest także wydawcą TurboKARTY.

Więcej na www.santanderconsumer.pl

Bank
OD
Kredytów

 **Santander**
Consumer Bank

