

RAPORT
POLAKÓW PORTFEL WŁASNY

Wiosenne Wyzwania 2022



Raport z wynikami badania zrealizowanego
przez Santander Consumer Bank

Spis treści

Wstęp	3
Rozdział 1: Portfele Polaków po pandemii	5
Rozdział 2: Zarządzanie finansami w warunkach niepokoju	8
Rozdział 3: Wiosenne wydatki 2022	11
Rozdział 4: Dobroczynność odporna na kryzys	15
Rozdział 5: Rynek kredytowy oczami Polaków	19
Zakończenie	22
Informacja o badaniu	23

Wstęp

Wiosna to czas, kiedy wszystko budzi się do życia i na który czekaliśmy z niecierpliwością. Dotychczas był to zawsze również odpowiedni moment na planowanie różnych aktywności – remontów, dużych świątecznych zakupów, wyjazdów. W tym roku, z uwagi na nadzwyczajne okoliczności związane z wyzwaniami społeczno-gospodarczymi i wojną toczącą się tuż za wschodnią granicą Polski, znaczna część tych planów ulegnie zmianie. W tegorocznej edycji raportu „Polaków portfel własny: wiosenne wyzwania 2022” Santander Consumer Bank postanowił sprawdzić, jak wygląda obecnie sytuacja finansowa Polaków i jakie nastroje wywołuje w nich obecny kryzys.

Raport powstał w wyjątkowym czasie, dlatego też pokazuje ciekawe przemiany. Z badania wynika, że co drugi Polak deklaruje, że jest w gorszej sytuacji finansowej niż jeszcze kilka miesięcy temu. W związku z tym, tej wiosny będzie ograniczał wydatki. Wpływ na to mają przede wszystkim rosnąca inflacja i wzrost kosztów życia. Duża część Polaków spodziewa się również, że w najbliższych miesiącach zasobność ich portfela się zmniejszy. W perspektywie najbliższych sześciu miesięcy na stan swoich finansów pozytywnie patrzy jedynie jeden na dziesięciu ankietowanych.

Drugi rozdział raportu w całości został poświęcony zarządzaniu finansami w niestabilnym i pełnym niepewności otoczeniu społeczno-gospodarczym. Przeanalizowano w nim, które czynniki mają największy wpływ na wstrzeźliwość zakupową Polaków. Okazuje się, że na planowanie wiosennych wydatków większy wpływ ma rosnąca inflacja niż wojna w Ukrainie. Ponadto podwyżka stóp procentowych wpłynęła na kondycję finansową potencjalnych kredytobiorców – co czwarty ankietowany odkłada kupno domu lub mieszkania.

W trzeciej części raportu bank sprawdził, jakie wyzwania czekają nas tej



Grafika z kluczowymi danymi z raportu



50%

Polaków uważa, że ich sytuacja finansowa w ciągu roku uległa pogorszeniu



52%

Polaków uważa, że ich sytuacja finansowa w przeciągu najbliższych 6 miesięcy pogorszy się



58%

Polaków rezygnuje z większych wydatków lub je odkłada



33%

Polaków uważa wydatki związane z remontem domu lub mieszkania za największe dla nich wyzwanie tej wiosny



53%

Polaków oszczędza na duże wydatki z wyprzedzeniem



30%

Polaków na zakupy związane z Wielkanocą wyda powyżej 500 zł



93%

Polaków nie wyrzuci nadmiaru jedzenia po Wielkanocy



66%

Polaków angażuje się w akcje na rzecz pomocy Ukrainie



40%

Polaków wzięło udział w internetowej zbiórce pieniężnej organizowanej przez dużą organizację charytatywną na rzecz Ukrainy

PIT

23%

Polaków przeznaczy 1% od dochodu PIT na rzecz niepełnosprawnych

wiosny i jak planujemy je sfinansować. Podobnie jak w poprzedniej edycji raportu, największe wyzwanie stanowi obecnie remont domu lub mieszkania. Wyniki badania banku znacznie jednak różnią się od tych z początków pandemii. W raporcie uwzględniono również wyzwania związane z nadchodzącą Wielkanocą. Pomimo mniejszej zasobności portfela, w tym roku więcej wydamy na świąteczne przygotowania. Ponadto coraz więcej z nas zdaje sobie sprawę, że wyrzucając jedzenie nie tylko marnujemy pieniądze, ale też energię, wodę i inne surowce naturalne potrzebne do

jego przygotowania. Dlatego te Święta Wielkanocne większość z nas spędzi w duchu zero waste.

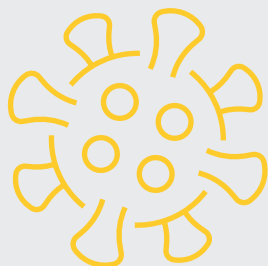
Nasze przekonania proekologiczne to dobry punkt wyjścia do analizy postaw związanych z dobroczynnością. Dlatego w kolejnym rozdziale zwrócono również uwagę na charytatywne działania Polaków – wojna za naszą wschodnią granicą wywołała lawinę pomocy. Nie tylko chętnie bierzemy udział w zbiórkach odzieży i żywności, ale głębiej sięgnęliśmy do kieszeni i bardzo często wspieramy naszych sąsiadów finansowo.

Ostatnia część raportu dotyczy rynku kredytowego w Polsce. Omawia jego stan oraz nowoczesne sposoby finansowania. Raport sprawdza, jakie oczekiwania, co do produktów bankowych mają obecnie Polacy i zawiera praktyczne wskazówki, które z nich mogą pomóc w wiosennych wydatkach.

Zachęcamy do lektury,

Zespół Santander Consumer Banku





Rozdział 1: Portfel Polaka po pandemii

Za nami dwie trudne pandemiczne wiosny i wszystko wskazuje na to, że kolejna pełna gospodarczych wyzwań przed nami. Z [raportu](#) Krajowego Rejestru Długów Biura Informacji Gospodarczej wynika, że dwie trzecie Polaków zauważyło wzrost kosztów życia w czasie pandemii. Podwyżki dotyczyły podstawowych rachunków, takich jak opłaty za prąd, gaz i wodę. Wraz z powolnym ustępowaniem kolejnych fal epidemii nie doczekaliśmy się jednak niskich cen. Wręcz przeciwnie, od dłuższego czasu obserwujemy spadek wartości złotego i wzrost inflacji. Nie obserwowaliśmy tak wysokiego jej poziomu od prawie 20 lat. Według [danych](#) Głównego Urzędu Statystycznego w marcu br. inflacja wy-

niosła niemal 11 proc. Optymizmem nie napawają również prognozy dotyczące jej kolejnych wzrostów. Co gorsza, nie sposób również w tej chwili przewidzieć ani jak duża będzie jej skala, ani jak długo ten kryzys potrwa. Jakże są tego konsekwencje dla naszych portfeli?

Z badania Santander Consumer Banku wynika, że sytuacja materialna co drugiego Polaka pogorszyła się w porównaniu do ubiegłego roku. Co trzeci ankietowany zapytany o stan swoich finansów przyznał, że jest on raczej gorszy niż w 2021 roku. Co więcej, 16 proc. ankietowanych ocenia go zdecydowanie negatywnie w porównaniu z ubiegłym rokiem.

Kobiety częściej niż mężczyźni deklarują mniejszą zasobność portfela. Aż 56 proc. pań w ciągu ostatniego roku zauważyło negatywną zmianę w swoich finansach. Wśród Panów taką deklarację złożyło 44 proc. z nich. Taka rozbieżność opinii może wynikać m.in. z różnicy w zarobkach. [Ogólnopolskie Badanie Wynagrodzeń w 2021 r.](#) pokazuje, że luka płacowa w zarobkach kobiet i mężczyzn sięga w Polsce blisko 20 proc., a dysproporcje w wynagrodzeniach są widoczne na wszystkich szczeblach kariery, niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa i stażu pracy. Kobiety częściej mniej zarabiają, dlatego wzrost kosztów życia jest dla nich bardziej odczuwalny.

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



16%

Jest zdecydowanie gorsza



34%

Raczej się pogorszyła



35%

Nie zmieniła się



11%

Raczej się poprawiła



4%

Jest zdecydowanie lepsza

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

	 18 – 29 lat	 30 – 39 lat	 40 – 49 lat	 50 – 59 lat	 60 lat i więcej
Zdecydowanie pogorszyła się	16 %	10 %	17 %	17 %	19%
Raczej pogorszyła się	33%	26%	39%	38%	36%
Nie zmieniła się	39%	37%	38%	31%	31%
Raczej poprawiła się	10 %	15%	6%	13%	12%
Zdecydowanie poprawiła się	2%	13%	1%	1%	2%

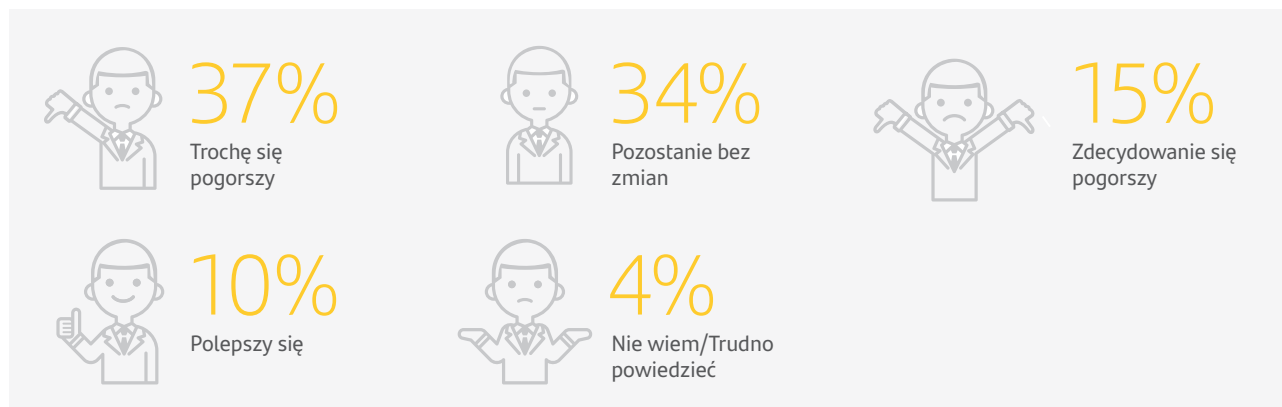
Analizując obecną sytuację materialną Polaków można również zauważyć znaczącą różnicę w zależności od wieku ankietowanych. Najmniej optymistyczne deklaracje składają osoby dojrzałe i seniorzy. Czterech na dziesięciu ankietowanych (39 proc.) w wieku od 40 do 49 lat i niemal tyle samo (38 proc.) w wieku od 50 do 59 lat uważa, że w porównaniu do 2021 roku ich sytuacja materialna jest raczej gorsza. Z kolei seniorzy powyżej 60 roku życia to grupa, która najczęściej wskazuje, że ich stan portfela jest bardzo zły. Zważywszy na fakt, że są oni już w większości emerytami i utrzymują się zazwyczaj z regularnych, choć niewysokich świadczeń, można wnioskować, że ich ocena jest bezpośrednią konsekwencją wzrostu cen produktów i usług.

Pewne różnice widoczne są również w ujęciu dochodowym. Zdecydowane pogorszenie zasobności portfela odczuły przede wszystkim osoby najmniej zamożne, zarabiające do 2 000 zł miesięcznie netto – to aż 26 proc. ankietowanych. Ponadto w grupie osób o takich zarobkach czterech na dziesięciu Polaków (38 proc.) deklaruje, że w porównaniu do 2021 roku ich sytuacja materialna raczej pogorszyła się. Najbardziej stabilną sytuację finansową mają natomiast osoby, które zarabiają od 4 000 do 4 999 zł netto miesięcznie. Co druga z nich (45 proc.) zadeklarowała, że jej sytuacja nie zmieniła się w porównaniu z rokiem ubiegłym, a 15 proc. ankietowanych z tej grupy zauważyło jej niewielką lub zdecydowaną poprawę.

W ujęciu geograficznym negatywne zmiany finansowe w porównaniu z ubiegłym rokiem odczuli przede wszystkim mieszkańcy wsi oraz dużych miast. Z badania banku wynika, że co druga osoba mieszkająca na terenach wiejskich doznała pogorszenia swojej sytuacji materialnej. Spotkało to 51 proc. ankietowanych mieszkających w aglomeracjach powyżej 250 tys. mieszkańców. Wynika to prawdopodobnie z tego, że wysokie koszty życia w dużym mieście stały się dla nich jeszcze bardziej odczuwalne. Podrożać jedzenie w restauracjach, wynajem mieszkań, media czy transport.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że stan portfela reszty Polaków na szczęście jest bardziej pozytywny. Jedna trzecia ankietowanych (35 proc.) zadeklarowała

Jak Pana/i zdaniem zmieni się Pana/i sytuacja finansowa w najbliższych 6 miesiącach?



ta, że ich sytuacja materialna pozostaje bez zmian względem zeszłego roku. Z kolei 11 proc. twierdzi, że raczej się poprawiła, a 4 proc. jest tego zdecydowanie pewna. Mając na uwadze skalę kryzysu, statystykę tę można uznać za spory sukces.

Najbardziej optymistyczne w tym względzie są osoby po 30. roku życia. Prawie co siódmy ankietowany (15 proc.) w tym wieku deklaruje, że jego finanse w ostatnim roku raczej się poprawiły, a 13 proc. odczuwa zdecydowanie pozytywną zmianę. Na sytuację materialną w przeciągu ostatnich 12 miesięcy nie narzekają również zamożni. 10 proc. ankietowanych zarabiających od 7 000 zł netto w górę twierdzi, że ich finanse raczej się poprawiły. Co ciekawe, analiza odpowiedzi Polaków pod kątem poziomu wykształcenia pokazuje również, że pozytywne zmiany dostrzegają głównie osoby z podstawowym lub zawodowym wykształceniem. Dla 16 proc. z nich sytuacja materialna raczej się poprawiła,

a dla 3 proc. zdecydowanie jest lepsza niż rok temu.

Na obecne nastroje Polaków wpływa również sytuacja za naszą wschodnią granicą. Tej wiosny zrealizował się czarny scenariusz – Rosja rozpoczęła wojnę z Ukrainą. Panika udzieliła się rynkom finansowym przez co błyskawicznie wzrosły ceny ropy naftowej. Podrożał również gaz. Choć wojna bezpośrednio nie dotyczy naszego kraju, większość z nas zdaje sobie sprawę, że prawdopodobnie wpłynie to negatywnie na stan naszych portfeli i czekają nas kolejne podwyżki kosztów życia. Warto zauważyć, że Ukraina była do tej pory istotnym dostawcą m.in. płodów rolnych. Wzrosną więc także ceny żywności. Eksperci spodziewają się także, że obecność znaczącej liczby uchodźców w Polsce w dłuższej perspektywie może mieć wpływ na polski rynek pracy. W niedalekiej przyszłości może pojawić się ryzyko presji np. na spowolnienie wzrostu wynagrodzeń. Wszystkie te

negatywne zjawiska powodują, że coraz większej liczbie z nas trudniej uwierzyć, że sytuacja szybko ulegnie poprawie. Aż 52 proc. Polaków – czyli największa część ankietowanych – wyraża obawy, co do własnej stabilności finansowej w najbliższych 6 miesiącach. Badanie Santander Consumer Banku pokazuje, że 37 proc. Polaków uważa, że ich sytuacja materialna w ciągu zaledwie pół roku trochę się pogorszy, a 15 proc. jest zdania, że jej pogorszenie będzie znaczące.

Pełne obaw o swoją przyszłość finansową są przede wszystkim osoby z wykształceniem wyższym, prawdopodobnie dlatego, że najlepiej zdają sobie sprawę z mechanizmów, jakie przez najbliższe miesiące będą determinować sytuację w kraju. Niepewność o swoje finanse w kolejnych sześciu miesiącach wyrażają również najzamożniejsi. Blisko 24 proc. osób zarabiających od 7 000 zł netto w górę zakłada, że w tym okresie zasobność ich portfela zdecydowanie się zmniejszy.

Jak zdaniem Polaków zmieni się ich sytuacja finansowa w ciągu najbliższych 6 miesięcy?

	 18 – 29 lat	 30 – 39 lat	 40 – 49 lat	 50 – 59 lat	 60 lat i więcej
Polepszy się	20%	15%	8 %	3%	6%
Pozostanie bez zmian	42%	39%	32%	37%	28%
Trochę się pogorszy	24%	32%	36%	34%	49%
Zdecydowanie się pogorszy	14%	14%	15%	19%	14%

Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Najbardziej optymistycznie na swoją przyszłość finansową patrzą osoby młode pomiędzy 18. a 29. rokiem życia. Nie pamiętają oni tak, jak starsze pokolenia trudnego okresu wojny czy wychodzenia z komunizmu. Zazwyczaj młodo wspominają dzieciństwo i przeszłość, dlatego z większym optymizmem podchodzą

do przyszłości. Dwóch na dziesięciu (20 proc.) ankietowanych w tym przedziale wiekowym uważa, że ich sytuacja materialna w ciągu najbliższego półrocza ulegnie poprawie.

Podobnego zdania są mieszkańcy dużych miast powyżej 250 tys. mieszkań-

ców, takich jak Warszawa, Kraków czy Wrocław – 15 proc. z nich spodziewa się poprawy sytuacji finansowej w ciągu najbliższych sześciu miesięcy.



Rozdział 2: Zarządzanie finansami w warunkach niepokoju

W obliczu aktualnej sytuacji społeczno-gospodarczej i wojny w Ukrainie, Santander Consumer Bank postanowił sprawdzić również to, jak Polacy zamierzają planować swoje wiosenne wydatki. Jeszcze kilka miesięcy temu, w badaniu [„Czy pandemia zmieniła podejście](#)

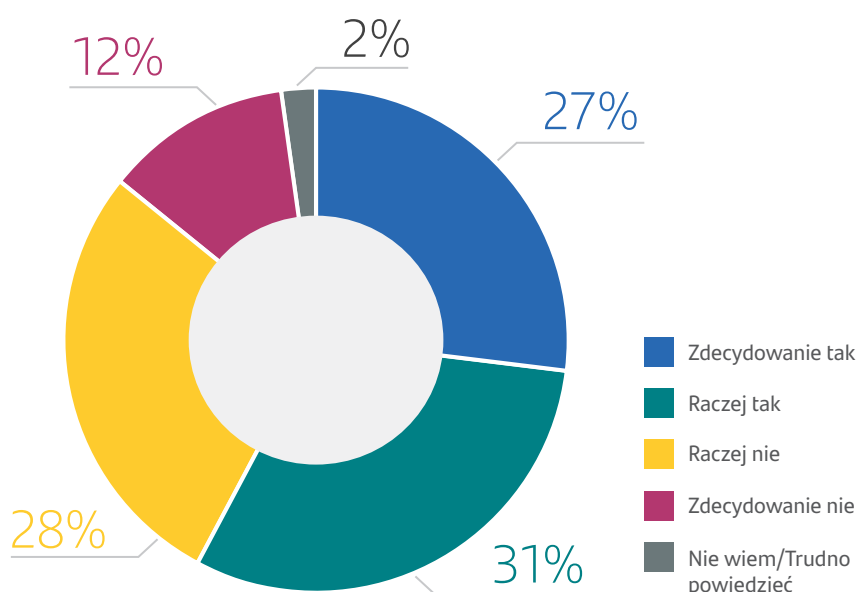
[Polaków do świadomości finansowej?”](#) co trzeci ankietowany twierdził, że w żaden sposób nie kontroluje swoich wydatków. Dziś skala problemów wpływa na plany większości z nas. Aż 58 proc. Polaków deklaruje, że zrezygnuje z większych wydatków albo odłoży je

w czasie. Ograniczenia będą wprowadzać częściej kobiety – 33 proc. z nich raczej, a 30 proc. zdecydowanie ograniczy lub zrezygnuje z większych inwestycji lub zakupów.

Czy obecna sytuacja społeczno-ekonomiczno-polityczna powoduje, że odkłada Pan/i wydatki w czasie lub z nich rezygnuje?

Ostrożnie tej wiosny wydawać pieniądze będą przede wszystkim osoby pomiędzy 40. a 49. rokiem życia. W tej grupie wiekowej 43 proc. ankietowanych raczej, a 32 proc. zdecydowanie ograniczy plany zakupowe i inwestycyjne. Oznacza to, że polscy 40-latkowie to pokolenie, które ma najbardziej realistyczne podejście do ewentualnego ryzyka. Najlepiej zdają sobie też sprawę z tego z jakimi konsekwencjami ekonomicznymi wiąże się obecna sytuacja społeczno-gospodarcza w kraju.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że restrykcji dotyczących finansów raczej nie planują wprowadzać młodzi. Obecna i prognozowana sytuacja gospodarcza w żadnym stopniu nie wpływa na wydatki trzech na dziesięciu ankietowanych w wieku od 18 do 29 lat. Taką postawę najczęściej prezentują również mieszkańcy małych miast do 50 tys. mieszkańców (16 proc. zdecydowanie nie zamierza odkładać ani rezygnować z większych wydatków). Nie powinien dziwić również fakt, że 34 proc. ankietowanych o dochodach w wysokości od 7 000 zł netto w górę nie zamie-



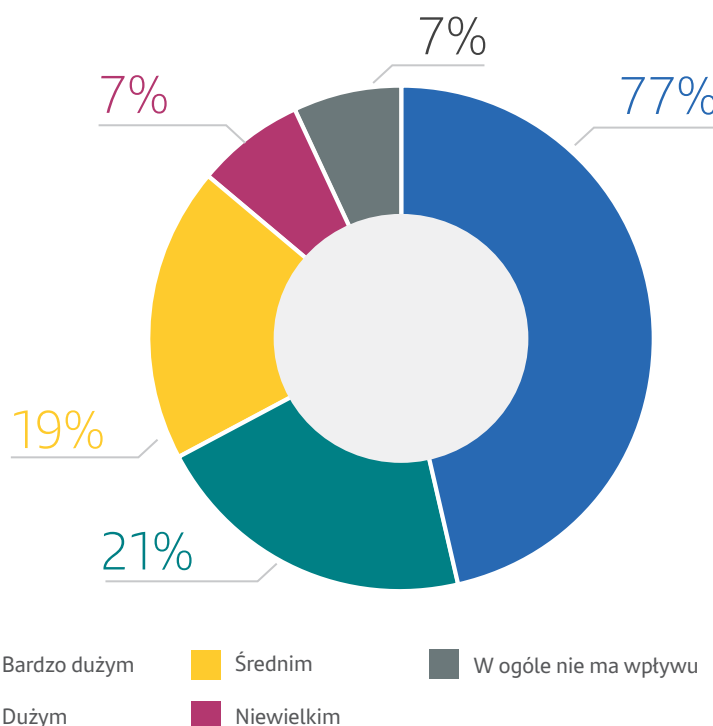
rza w najbliższym czasie rezygnować z wydatków. Prawdopodobnie osoby te mają w swoim budżecie poduszkę finansową i jeśli nawet sytuacja w kraju ulegnie pogorszeniu, to czują się bezpieczni finansowo i dlatego mogą sobie pozwolić na niezmiennianie swoich dotychczasowych wiosennych planów.

Podczas badania Santander Consumer Banku zapytano również Polaków o to, który z czynników w największym stopniu wpływa na decyzję o ograniczeniu lub niewydawaniu przez nich w najbliższym czasie pieniędzy. Ankietowani mieli do wyboru cztery odpowiedzi: wojna w Ukrainie, inflacja i wzrost cen, niepewność związana z Polskim łaadem oraz rosnące stopy procentowe. Ankietowani mogli również wybrać skalę, w jakiej dany czynnik wpłynął na ich decyzję.

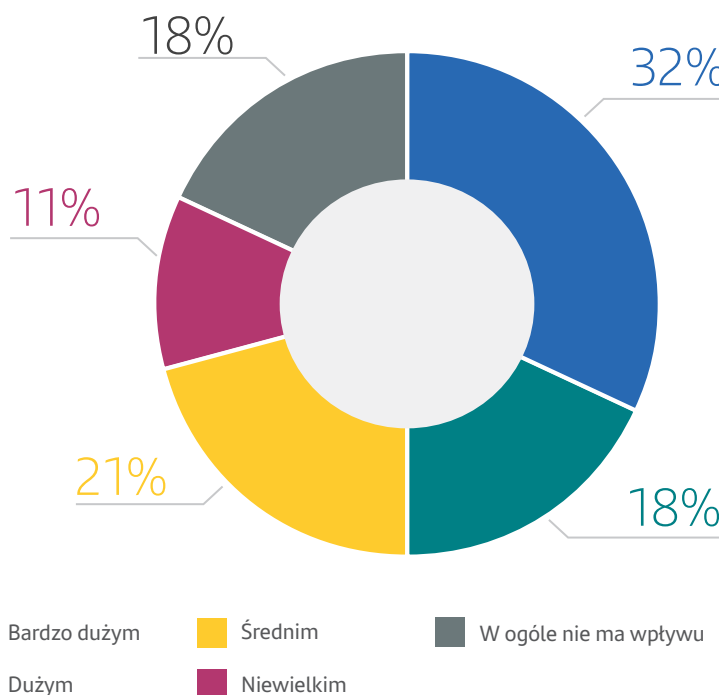
Z badania wynika, że zdecydowanie największy wpływ na podjęcie decyzji o ograniczeniu wydatków miały - wzrost cen i inflacja. Co drugi ankietowany (47 proc.) wskazał oba czynniki jako główny powód zmiany zamierzeń. Ponadto 21 proc. badanych zadeklarowało, że inflacja i wzrost cen w dużym stopniu zadecydowały o ograniczeniu lub odłożeniu przez nich większych wydatków. Co ciekawe, kobiety i mężczyźni niemal w równym stopniu mają taką opinię. Ten czynnik najsilniej wpływa na decyzje wszystkich konsumentów. Prawdopodobnie wynika to z tego, że już od dłuższego czasu słyszymy medialne doniesienia o negatywnych skutkach inflacji. Jedynie 7 proc. wszystkich ankietowanych jest zdania, że inflacja i ceny nie mają żadnego wpływu na ich decyzje o ograniczeniu wydatków.

Następnym czynnikiem, który w ostatnim czasie poważnie wpływa na decyzje finansowe Polaków jest niepewność związana z tzw. Polskim łaadem. Reforma weszła w życie w styczniu bieżącego roku. Niestety, pierwszy miesiąc jej obowiązywania zaowocował kilkukrotnymi zmianami we wprowadzonych do systemu podatkowego rozwiązaniach. Dodatkowo zmiana ta niestety nie ma najlepszej opinii wśród ekonomistów i ekspertów podatkowych. To wszystko powoduje, że wielu Polaków obawia się o swoje pieniądze. Z badania banku wynika, że dla 32 proc. niepewność związana z Polskim łaadem ma bardzo duży wpływ na ich rezygnację z większych wydatków. Co ciekawe, zmian w prawie podatkowym obawiają się najczęściej

W jakim stopniu inflacja i wzrost cen ma wpływ na Pana/i decyzję o rezygnacji lub odłożeniu w czasie większych wydatków?



W jakim stopniu niepokój związany z Polskim łaadem ma wpływ na Pana/i decyzję o rezygnacji lub odłożeniu w czasie większych wydatków?

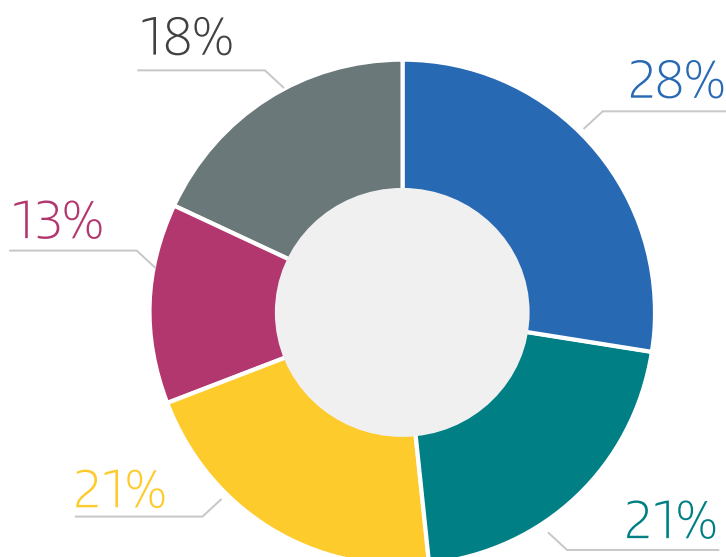


osoby z wyższym wykształceniem. Niemal czterech na dziesięciu (38 proc.) Polaków, którzy ukończyli studia wyższe twierdzi, że Polski Ład ma bardzo duży wpływ na ich najbliższe plany wydatkowe.

Z badania Santander Consumer Banku wynika również, że nieco mniej niż inflacji oraz Polskiego Ładu obawiamy się wojny w Ukrainie. Co prawda z jednej strony 28 proc. ankietowanych uznało, że ma ona bardzo duży wpływ na ich decyzje finansowe, ale z drugiej 18 proc. twierdzi, że w ogóle nie ma ona przełożenia na ograniczanie przez nich wydatków. W tej drugiej grupie zdecydowanie największy udział mają seniorzy. Jedna na cztery osoby w wieku powyżej 60. roku życia (24 proc.), uważa, że wojna za naszą wschodnią granicą w ogóle nie wpłynie na ich plany związane z domowym budżetem. Prawdopodobnie wynika to z tego, że seniorzy te najdroższe plany, takie jak kupno domu czy mieszkania mają już za sobą.

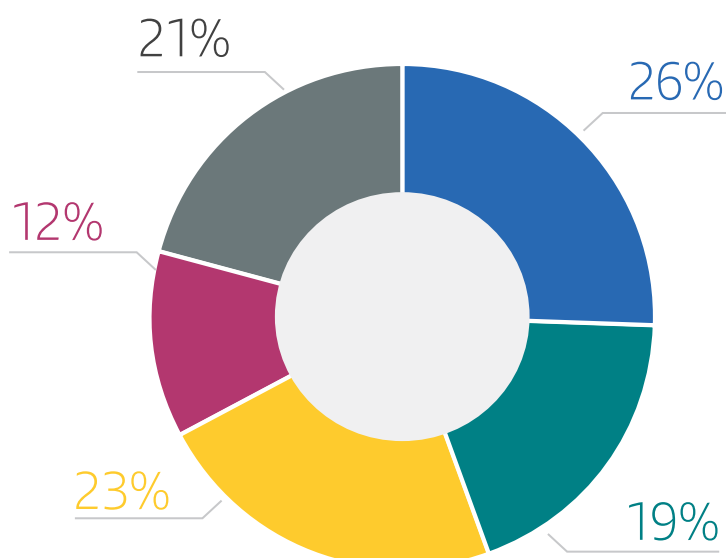
Na ograniczenie wydatków Polaków w znacznym stopniu wpłynęły ostatnio również wysokie stopy procentowe, które oznaczają wyższe raty kredytu. Ich podwyżki obawiają się nie tylko osoby młode, które dopiero planują kupno swojego pierwszego mieszkania i ubiegają się o udzielenie finansowania, ale również te, które już spłacają zobowiązania. Potwierdzają to wyniki badania. Spośród wszystkich ankietowanych 26 proc. deklaruje, że rosnące stopy procentowe mają bardzo duży wpływ na to, że chwilowo rezygnują z dużych wydatków. Wśród osób w wieku od 18 do 29 lat zaniepokojenie budzą one u 29 proc. ankietowanych. Z kolei w przedziale wiekowym od 40 do 49 lat, aż czterech na dziesięciu ankietowanych deklaruje, że z ich powodu zmieni swoje plany związane z większymi wydatkami. Naturalnie czynnik ten najbardziej rzutuje na decyzje konsumentów, którzy mieszkają w dużych miastach, takich jak Warszawa, Kraków czy Wrocław. Od wielu lat nieruchomości w nich są bardzo drogie. Jedna trzecia mieszkańców metropolii (33 proc. ankietowanych) uznała więc, że rosnące stopy procentowe powstrzymają ich na jakiś czas przed większymi wydatkami. Relatywnie dużo ankietowanych, bo 21 proc. jest zdania, że rosnące stopy procentowe zupełnie nie mają wpływu na ich plany finansowe. Powodem jest prawdopodobnie to, że są to osoby, które na własność posiadają już nieruchomości.

W jakim stopniu wojna w Ukrainie wpływa na Pana/i decyzję o rezygnacji lub odłożeniu w czasie większych wydatków?



■ Bardzo dużym ■ Średnim ■ W ogóle nie ma wpływu
■ Dużym ■ Niewielkim

W jakim stopniu rosnące stopy procentowe wpływają na Pana/i decyzję o rezygnacji lub odłożeniu w czasie większych wydatków?



■ Bardzo dużym ■ Średnim ■ W ogóle nie ma wpływu
■ Dużym ■ Niewielkim



Rozdział 3: Wiosenne wydatki 2022

Ostatni rok i pandemia mocno ograniczyły nasze wydatki konsumpcyjne. Spadki odnotowano we wszystkich państwach członkowskich Unii Europejskiej. Powodem tego był dystans społeczny, ograniczenia w zakresie przemieszczania się ludzi i gospodarczy lockdown, który poważnie wpłynął na nasze budżety. Jak jest dzisiaj?

Z najnowszej badania Santander Consumer Banku wynika, że podobnie jak w latach ubiegłych, największy wydatek dla Polaków stanowi obecnie remont domu lub mieszkania. Takiej odpowiedzi udzieliła jedna trzecia wszystkich ankietowanych (33 proc.). Wśród osób, które planują przeprowadzić remont w tym roku, największy odsetek (36 proc.) stanowią mężczyźni. Odnowienie lub wykończenie wnętrza swojej nieruchomości planuje również co druga osoba w wieku pomiędzy 18. a 29. rokiem życia (47 proc. ankietowanych). Niewiele mniej (44 proc.) osób z taką opinią jest w grupie od 50. do 59. roku życia.

Poza pierwszym miejscem na liście największych finansowych wyzwań Polaków w badaniu Santander Consumer Banku, tegoroczny ranking różni się jednak od tego sprzed dwóch lat. Obecnie prawie jedna czwarta z nas (23 proc. ankietowanych) uważa, że największą trudnością finansową w tym roku jest zakup nowego lub naprawa posiadanego samochodu. W 2020 roku taką opinię miało 15 proc. ankietowanych. Wzrost obaw wynika prawdopodobnie

Największe finansowe wyzwania tej wiosny



33%

Remont domu
lub mieszkania



23%

Inwestycja w samochód
(zakup nowego,
naprawa obecnego)



20%

Odłożenie pieniędzy
na wakacje



15%

Wyposażenie domu
lub mieszkania



14%

Inne



13%

Przygotowanie do
świąt wielkanocnych



11%

Uporządkowanie/
urządzenie ogrodu,
tarasu lub działki



10%

Edukacja własna
bądź dzieci



9%

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



7%

Planowane wyjazdy na
„długie weekendy”
(majówka, Boże Ciało)



4%

Wyjazd dziecka np.
na zieloną szkołę

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

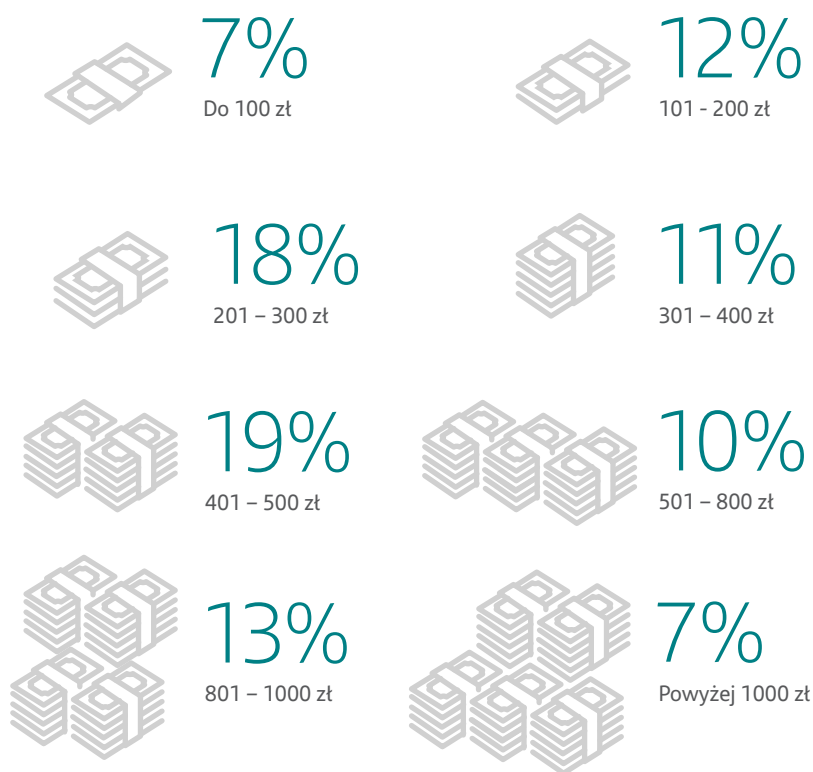
z tego, że na rynku motoryzacyjnym mamy obecnie do czynienia z mniejszą dostępnością samochodów. Wpływa to nie tylko na wydłużony czas oczekiwania, ale i wzrost ich cen. Wydatek związany z kupnem lub naprawą samochodu jest największym wyzwaniem dla takiej samej liczby kobiet i mężczyzn (23 proc.). Uważa tak również co druga osoba w wieku od 18. do 29. lat.

Na trzecim miejscu, na liście największych tegorocznych wyzwań, znalazły się wakacje. Choć do sezonu urlopowego jeszcze daleko, konieczność odłożenia pieniędzy na ten cel to poważny problem dla dwóch na dziesięciu z nas (20 proc. ankietowanych). W 2020 roku taką opinię miało 18 proc. ankietowanych. Odłożenie pieniędzy na wakacje w tym roku będzie wyzwaniem przede wszystkim dla kobiet – tak uważa jedna czwarta z nich. Wśród mężczyzn taką deklarację złożyło 15 proc. ankietowanych.

W czołówce wiosennych wyzwań znajdziemy również wyposażenie domu lub mieszkania. Z danych Santander Consumer Banku wynika, że w 2020 r. taki wydatek oceniało w ten sposób 14 proc. ankietowanych. Obecnie w ten sam sposób myśli 15 proc. Polaków. Wydatków związanych z aranżacją nowego wnętrza i zakupem RTV/AGD obawiają się przede wszystkim kobiety – tak deklaruje 16 proc. z nich. Wśród mężczyzn taką opinię ma 13 proc. Nie powinien dziwić również fakt, że tego typu plany finansowe sprawiają największą trudność osobom najmniej zamożnym, zarabiającym do 2 000 zł netto.

W trakcie badania ankietowani jako trudność finansową, z którą będą się mierzyć w najbliższym czasie, wymieniali Święta Wielkanocne. Polacy z reguły nie szczędzą wydatków na Wielkanoc, ale w tym roku przygotowanie do niej będzie wyzwaniem dla 13 proc. z nas. Dla porównania, dwa lata temu takiej odpowiedzi udzieliło 18 proc. badanych. Wielkanoc jako wyzwanie traktuje 17 proc. kobiet i 9 proc. mężczyzn. W ten sposób myśli również 17 proc. ankietowanych w wieku od 40 do 49 lat. Przygotowań do świąt wielkanocnych obawia się także 16 proc. mieszkańców wsi. Tegoroczna Wielkanoc będzie nas kosztować najczęściej od 401 do 500 zł. Wskazało tak 19 proc. ankietowanych.

Jaką kwotę przeznaczy Pan/i na zakupy spożywcze związane z Wielkanocą?



Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Co szósty ankietowany zadeklarował również na początku marca, że przeznaczy na świąteczne przygotowania od 201 do 300 zł. Ale jeśli spojrzymy na to ile osób planuje wydać powyżej 500 zł, zauważymy, że jest to aż 30 proc. wszystkich ankietowanych.

Oznacza to, że pomimo trudności i mniejszej w tym roku zasobności portfela, część z nas nie będzie oszczędzać na świątach Wielkanocnych. Duża część Polaków zapewne będzie chciała odreagować stres związany z aktualną sytuacją społeczno-gospodarczą, m.in. konsumując bardziej wyszukane potrawy, a to kosztuje. Większe wydatki w tym roku wiąże się również z tym, że poprzednią Wielkanoc i Święta Bożego Narodzenia, z uwagi na pandemię, spędzaliśmy raczej skromnie i w wąskim gronie. Wszystko wskazuje na to, że w tym roku będziemy starać się to nadrobić. Powyżej 1000 zł wydadzą przede wszystkim mieszkańcy dużych miast, powyżej 250 tys. mieszkańców

(11 proc.). Wśród konsumentów o dochodach od 7 000 zł netto miesięcznie w górę taką kwotę na ten cel przeznaczy 15 proc.

Wiosna to jeden z najbardziej wymagających i pracowitych sezonów dla wielu z nas. Zanim zawita ona w pełni do naszych ogrodów, część z nas myśli już o ich uporządkowaniu. Właściwa pielęgnacja zieleni, wyposażenie ogrodu lub tarasu i koszty z tym związane to zazwyczaj spory wydatek. Dlatego jeden na dziewięciu ankietowanych (11 proc.) uważa, że to dla niego jedno z największych wyzwań w tym roku. W 2020 r. taką opinię miało 14 proc. ankietowanych. Tegoroczne porządkowanie ogrodu, działki i tarasu to prace, na których przede wszystkim skupiają się 50 - 59-latkowie. Co siódma osoba w tym wieku (15 proc.) uważa, że będzie to wymagało od niej finansowego wysiłku. W ujęciu miejsca zamieszkania, podobną opinię mają najczęściej mieszkańcy wsi (12 proc.).

Ta lubiana przez większość pora roku, to także zwykle zmierzający ku końcowi rok szkolny i związane z tym faktem egzaminy. Dla wielu osób oznacza to zwiększone wydatki na edukację dzieci i korepetycje. W tym czasie często również dorośli sami decydują się na podniesienie swoich kwalifikacji i skorzystania z oferty kursów lub studiów podyplomowych, na których semestr letni zazwyczaj rozpoczyna się w marcu. Dlatego jeden na dziesięciu ankietowanych edukację dzieci lub własną postrzega jako wyzwanie. W ten sposób widzą tę kwestię najczęściej osoby w wieku od 40 do 49 lat, czyli takie, które zazwyczaj mają już dzieci w szkołach podstawowych lub średnich (21 proc. ankietowanych). W ujęciu geograficznym, podczas badania najczęściej taką odpowiedź wskazywali mieszkańcy małych miast do 50 tys. mieszkańców (13 proc.) oraz osoby z wyższym wykształceniem (14 proc.).

Dużym wydatkiem dla naszych portfeli wiosną jest także organizacja lub udział w weselu, komunii lub chrzcinach. Jeśli jesteśmy organizatorami, ceremonia zazwyczaj wiąże się z przyjęciem w restauracji. W przypadku gdy jesteśmy gośćmi - z wręczeniem prezentu lub tzw. koperty. W tym roku 9 proc. ankietowanych uważa, że udział lub organizacja takiej uroczystości będzie wymagała od nich finansowego wysiłku. To zdecydowanie mniej niż w 2020 roku, kiedy podobną opinię miało 17 proc. ankietowanych. Obecnie takie wydarzenia za największe wyzwanie uważają głównie kobiety (13 proc. w porównaniu do 6 proc. mężczyzn). Można wysnuć z tego wniosek, że kobiety lepiej orientują się w kosztach, z jakimi wiąże się kupno m.in. nowych ubrań czy akcesoriów na takie uroczystości, dlatego częściej analizują swoją obecność na nich lub koszty organizacji pod kątem swoich możliwości finansowych.

Na liście największych wiosennych wyznań w 2022 roku znalazło się również planowanie wyjazdów na długie weekendy, takie jak majówka czy Boże Ciało. W okresie pandemii branża turystyczna poważnie ucierpięła. Zmieniły się również preferencje Polaków i obecnie chętnie korzystamy z oferty turystycznej w naszym kraju. Oba czynniki wpłynęły na ceny wynajmu pokoi hotelowych i domków, które znacznie wzrosły. W 2020 roku, kiedy zaczęła się pande-

Jak Polacy finansują swoje wiosenne plany?



53%

Oszczędzam na ten cel z dużym wyprzedzeniem



38%

Pokrywam te wydatki z bieżących dochodów



16%

Rezygnuję z innych wydatków



14%

Z dodatkowej pracy, premii, trzynastek



10%

Płacę za nie kartą kredytową



7%

Pożyczam pieniądze od znajomych lub rodziny



6%

Przeznaczam na ten cel środki przyznane z programów rządowych np. 500 +



5%

Pożyczam pieniądze z banku



1%

Pożyczam pieniądze z własnego zakładu pracy



3%

Pożyczam pieniądze z firmy pożyczkowej

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

mia, 6 proc. ankietowanych deklarowało, że organizacja takiego wyjazdu będzie dla nich wyzwaniem. W bieżącym roku jest podobnie, uważa tak 7 proc. wszystkich respondentów. Organizacja wyjazdu na majówkę lub Boże Ciało będzie trudnym zadaniem dla 12 proc. ankietowanych w wieku od 18 do 29 lat i 13 proc. w wieku od 30 do 39 lat. Wyjazdy na długie weekendy, jako sytuację wymagającą wysiłku finansowego, postrzega także 14 proc. mieszkańców dużych miast powyżej 250 tys. mieszkańców. Wynika to z tego, że najprawdopodobniej to im najbardziej zależy na odpoczynku za miastem na łonie natury.

Podczas tegorocznego badania Santander Consumer Banku, ankietowani najchętniej, jako wyzwanie wskazywali wydatki związane z wyjazdem dziecka na wycieczkę lub zieloną szkołę. To zaledwie 4 proc. wszystkich ankietowanych.

Dwa lata temu ten odsetek wynosił 8 proc. Największe obawy z tym związane mają osoby pomiędzy 40 a 49 rokiem życia (13 proc. wskazań w tej grupie).

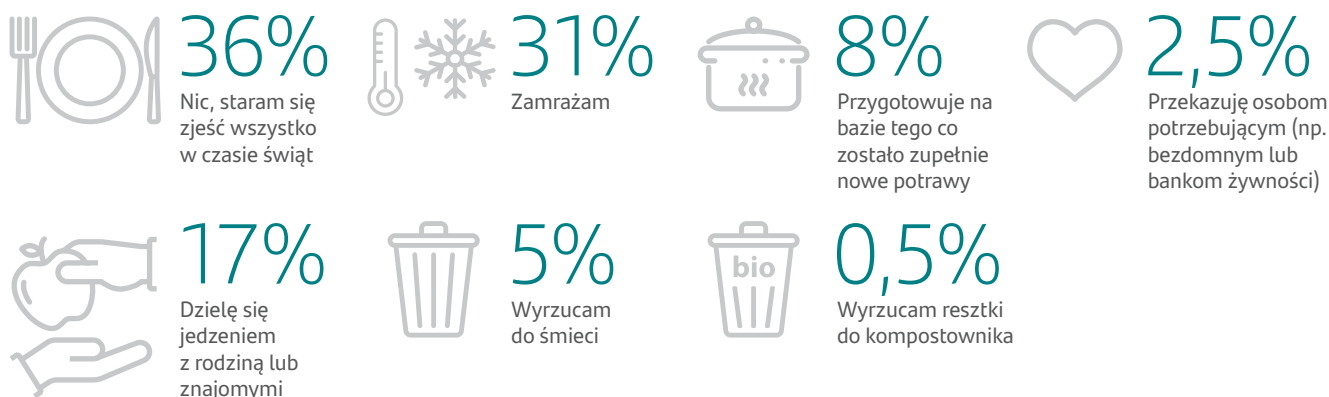
Wyniki badania Santander Consumer Banku pokazują również, w jaki sposób tej wiosny Polacy zamierzają sfinansować swoje wydatki. Możliwością jest kilka – mogą oszczędzać, wykorzystać bieżące dochody, zrezygnować ze swoich planów lub po prostu pożyczyć. Jakich odpowiedzi udzielali? Ponad połowa Polaków (53 proc.) już teraz oszczędza na wybrany cel pieniądze. W 2020 roku, taki sposób na poradzenie sobie z wiosennymi wydatkami miało 44 proc. ankietowanych. Oznacza to, że obecnie dużo lepiej planujemy i zarządzamy swoim domowym budżetem.

Z bieżących dochodów większe wydatki ma zamiar pokryć 38 proc. wszystkich ankietowanych. Oczywiście największe trudności z opłaceniem wiosennych wydatków ze swojej pensji czy emerytury będą miały osoby najmniej zamożne. Zaledwie 19 proc. osób o dochodzie do 2 000 zł sfinansuje w ten sposób swoje wiosenne cele. Z kolei 16 proc. ankietowanych zrezygnuje z mniejszych wydatków, na rzecz realizacji tych większych. Taki plan działania mają przede wszystkim osoby w wieku od 40 do 49 lat (28 proc. ankietowanych). Relatywnie często pojawiającą się odpowiedzią było również finasowanie zakupów z dodatkowej pracy, premii lub trzynastek – udzieliło jej 14 proc. ankietowanych. Dla 6 proc. ankietowanych sposobem na sfinansowanie większych wydatków są rządowe programy, takie jak 500+.

Z kolei wśród osób, które planują zapłacić za wiosenne wyzwania z pożyczonych pieniędzy, 10 proc. wykorzysta w tym celu kartę kredytową. W ten sposób będą płacić głównie mieszkańcy średnich i dużych miast (w obu przypadkach 11 proc. ankietowanych). Dość często badani odpowiadali, że planują zwrócić się o pomoc do swoich przyjaciół lub rodziny – taką pożyczkę na wiosenne cele planuje 7 proc. ankietowanych. Z banku pieniądze pożyczą 5 proc. z nas. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że pożyczka z banku na większe wydatki jest czymś zupełnie normalnym i nie należy jej się obawiać. Kredyty gotówkowe oferowane są przez banki na całym świecie i pozwalają zrealizować plany wymagające większego wkładu pieniędzy.

Santander Consumer Bank zapytał ankietowanych w realizacji, którego wiosennego celu mogłyby one pomóc. Ankietowani zdecydowanie odpowiedzieli, że przede wszystkim w remoncie domu lub mieszkania. Taką opinię ma 32 proc. ankietowanych, czyli niemal wszyscy, którzy postrzegają ten wydatek jako tegoroczne, wiosenne wyzwanie. Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku wyposażenia domu i mieszkania – 15 proc. ankietowanych uważa, że związane z tym koszty sprawią im trudność tej wiosny, a 14 proc. chętnie wspomógłby się kredytem gotówkowym z banku. Polacy uważają również, że takie finansowanie byłoby bardzo cenne przy naprawie starego lub zakupie nowego samochodu (19 proc. ankietowanych). Ponadto 4 proc. Polaków wykorzystałoby je na przygotowania do Świąt Wielkanocnych.

Co Pan/i zazwyczaj robi z nadmiarem jedzenia, które zostaje po świętach Wielkanocnych?



Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

W ich ferworze nie powinniśmy przesadzić jednak z zakupami spożywczymi. Nasza polska gościnność i tradycja powoduje, że chcemy, aby nasz stół był suto zastawiony. Tymczasem z raportu Federacji Polskich Banków Żywności [„Czy jesteśmy gotowi na uratowanie Ziemi?”](#) wynika, że rocznie marnowane jest 5 mln ton żywności. Czy mamy świadomość, że nie powinniśmy marnować jedzenia podczas Świąt Wielkanocnych, aby nie pogłębiać problemu?

Z badania Santander Consumer Banku wynika, że 36 proc. z nas nadmiar jedzenia po świętach planuje po prostu

zjeść. Dwa lata temu takiej odpowiedzi udzieliło 31 proc. ankietowanych. Mężczyźni częściej niż kobiety deklarują, że starają się spożyć wszystko, co zostało przygotowane na świąteczny stół (odpowiednio 37 proc. i 34 proc.). Taki zwyczaj mają również seniorzy (42 proc.). Drugim, najczęściej deklarowanym sposobem na nadmiar żywności po świętach, jest jej zamrożenie – wskazało tak 31 proc. Polaków. Dwa lata temu takiej odpowiedzi udzieliło 20 proc. ankietowanych. Ponadto w tym roku więcej osób przygotowuje na bazie świątecznych potraw nowe posiłki. Będą to przede wszystkim osoby w wieku od 50 do 59

lat (14 proc.) oraz 40 – 49-latkowie (13 proc.). Podczas badania w 2020 roku w ten sposób z nadmiarem jedzenia planowało sobie poradzić 6 proc. ankietowanych. Patrząc z perspektywy czasu można wysnuć więc wniosek, że w powszechnej świadomości Polaków przez ostatnie dwa lata zmieniło się wiele. Jesteśmy chętni do zdecydowanych działań, a tegoroczne Święta Wielkanocne spędzimy w duchu zero waste, na co zapewne ma wpływ trudniejsza sytuacja gospodarcza domowych związków m.in. z inflacją, wojną w Ukrainie i podwyżką stóp procentowych.



Rozdział 4: Dobroczynność odporna na kryzys

Polacy są bardzo zaangażowani i hojni jeśli chodzi o kwestie dobroczynności. Udowodnili to szczególnie teraz – w okresie kryzysu. Po wybuchu wojny w Ukrainie w zaledwie kilka godzin od jej rozpoczęcia Polacy oddolnie stworzyli machinę wsparcia. Chętnie angażują się w różnego rodzaju zbiórki odzieży i żywności na rzecz uchodźców, własnymi siłami organizują transport uchodźcom spod granicy w głąb Polski, udostępniają swoje domy i mieszkania na miejsca noclegowe oraz głębiej sięgnęli do swoich kieszeni i portfeli.

Z badania Santander Consumer Banku wynika, że 66 proc. Polaków zaangażowało się w różnego rodzaju inicjatywy i akcje pomocowe. Wsparcia obywatelom Ukrainy udzieliło aż 73 proc. kobiet i 59 proc. mężczyzn. Niemal w równym stopniu sytuacja za naszą wschodnią granicą poruszyła serca Polaków we wszystkich grupach wiekowych. Najrzadziej pomocy udzielali seniorzy, prawdopodobnie dlatego, że często sami są pod opieką członków rodziny.

W ujęciu miejsca zamieszkania warto zwrócić uwagę, że zmobilizowali się przede wszystkim mieszkańcy średnich miast od 50 do 250 tys. mieszkańców. Aż 74 proc. z nich wzięło udział w inicjatywie lub akcji na rzecz uchodźców lub jej walczących obywateli. Nieco mniej chętnych było w dużych miastach, powyżej 250 tys. mieszkańców i na wsiach. W obu lokalizacjach 66 proc. ankieto-

Czy w związku z trwającą wojną w Ukrainie angażuje się Pan/i w różnego rodzaju inicjatywy i akcje pomocowe?



66%
Tak



11%
Nie, ale zamierzam



18%
Nie i nie zamierzam

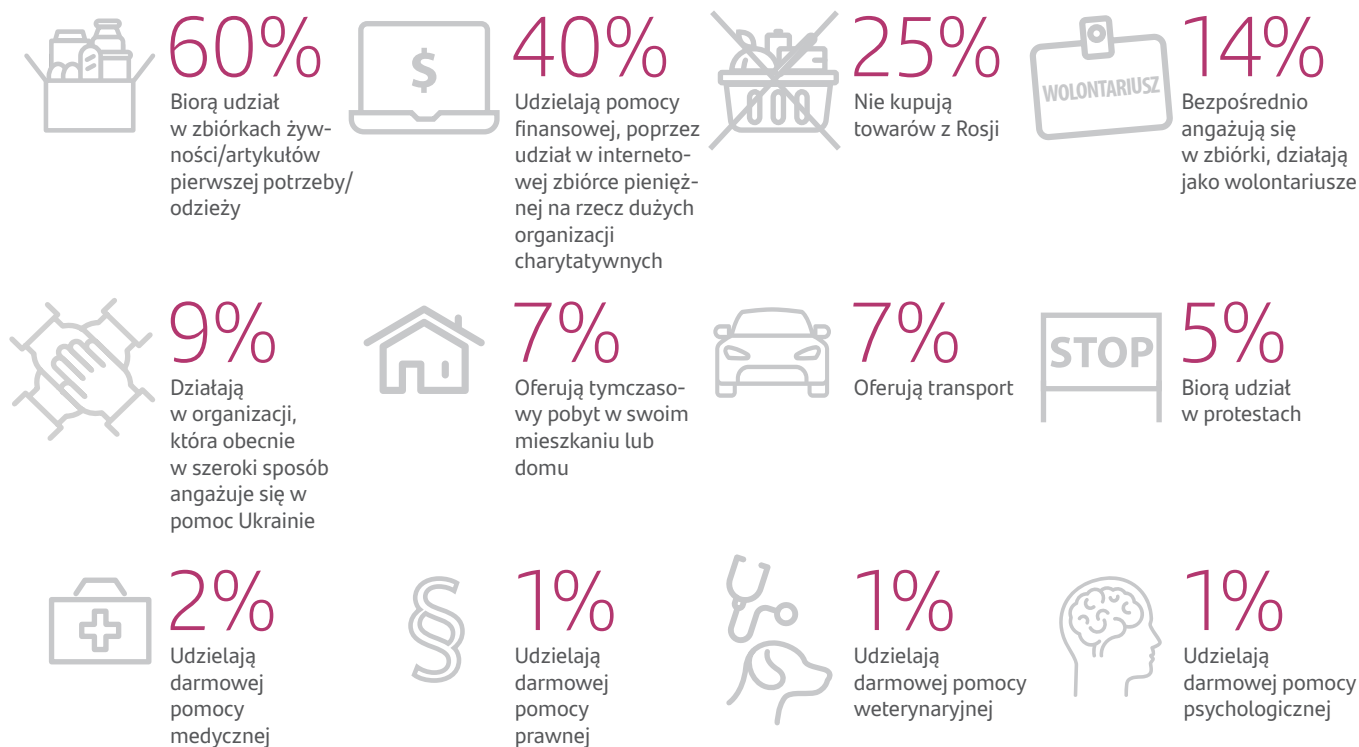
Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

wanych zaangażowało się, aby pomóc naszym sąsiadom. W kwestii pomocy Ukrainie najbardziej aktywne były osoby średniozamożne, zarabiające od 4 000 zł do 4 999 zł – to aż 81 proc. ankietowanych. Ponadto pomoc na rzecz Ukrainy ma w planach 11 proc. ankietowanych i są to głównie osoby o dochodzie od 3 000 do 3 999 zł miesięcznie. Oznacza to, że Polacy raczej nie muszą mieć dużej zasobności portfela, aby nieść pomoc. Kieruje nimi dobra wola i chęci.

Wśród ankietowanych znalazła się grupa, która pomimo wojny nie zamierza angażować się w żadne inicjatywy i akcje pomocowe. Jest to 18 proc. Pola-

ków. Taką opinię wyraziło 22 proc. mężczyzn i 15 proc. kobiet. Co ciekawe, pod względem wieku najczęściej są to osoby w wieku od 18 do 29 lat i seniorzy (w obu przypadkach 21 proc.). Jeśli chodzi o najmłodszą grupę ankietowanych, brak chęci zaangażowania nie musi wynikać ze złych intencji. Osoby w tym wieku śledzą wydarzenia w mediach i ogromną skalę niesienia pomocy obywatelom Ukrainy. Dlatego mogą uważać, że ich zaangażowanie niewiele już zmieni. Z kolei najstarsi mogą sami potrzebować pomocy lub kierować się względami historycznymi i czasami trudną historią naszych relacji z sąsiadem.

W jakie inicjatywy i akcje na rzecz Ukrainy angażują się Polacy?



Pytanie wielokrotnego wyboru. Odpowiedzi nie sumują się do 100.

Osoby, które angażują się w akcje i inicjatywy na rzecz Ukrainy robią to na wiele sposobów. Najczęściej biorą udział w zbiórkach żywności, artykułów pierwszej pomocy oraz odzieży. Aż 60 proc. Polaków pomaga naszym sąsiadom w ten sposób. Częściej są to kobiety (67 proc.) niż mężczyźni (52 proc.). Co ciekawe, w tego typu zbiórkach, które wymagają zaangażowania nie tylko pieniędzy, ale również swojego czasu, najchętniej biorą udział osoby w wieku od 50 do 59 lat. Tak zadeklarowało 71 proc. z nich. Nieco rzadziej w ten sposób angażują się ludzie młodzi. W zbiórkach najpotrzebniejszych artykułów spożywczych, pierwszej pomocy i odzieży bierze udział 63 proc. ankietowanych w wieku od 18 do 29 lat i tyle samo osób w wieku od 40 do 49 lat. Liderem takiej formy pomocy są również mieszkańcy wsi – 67 proc. z nich pomaga obywatelom Ukrainy dzieląc się żywnością, lekami oraz ubraniami.

Pomimo mniejszej niż w ubiegłym roku zasobności portfela bardzo chętnie wspieramy obywateli Ukrainy finansowo. Czterech na dziesięciu z nas wzięło udział w internetowej zbiórce pieniędzy-

nej. Najczęściej pieniądze w ten sposób przekazywały osoby w wieku od 50 do 59 lat (56 proc.) oraz od 18 do 29 lat (43 proc.). Zbiórki w sieci bardzo często wspierają też mieszkańcy dużych miast, powyżej 250 tys. mieszkańców. Co druga osoba mieszkająca w takich miastach przekazała pieniądze w ten sposób (54 proc.). Zbiórki online są popularne głównie wśród osób zamożniejszych. Prawie 67 proc. ankietowanych o dochodach od 5 000 do 6999 zł netto miesięcznie i 60 proc. osób zarabiających od 7 000 zł netto w górę zdecydowała się wesprzeć duże organizacje charytatywne.

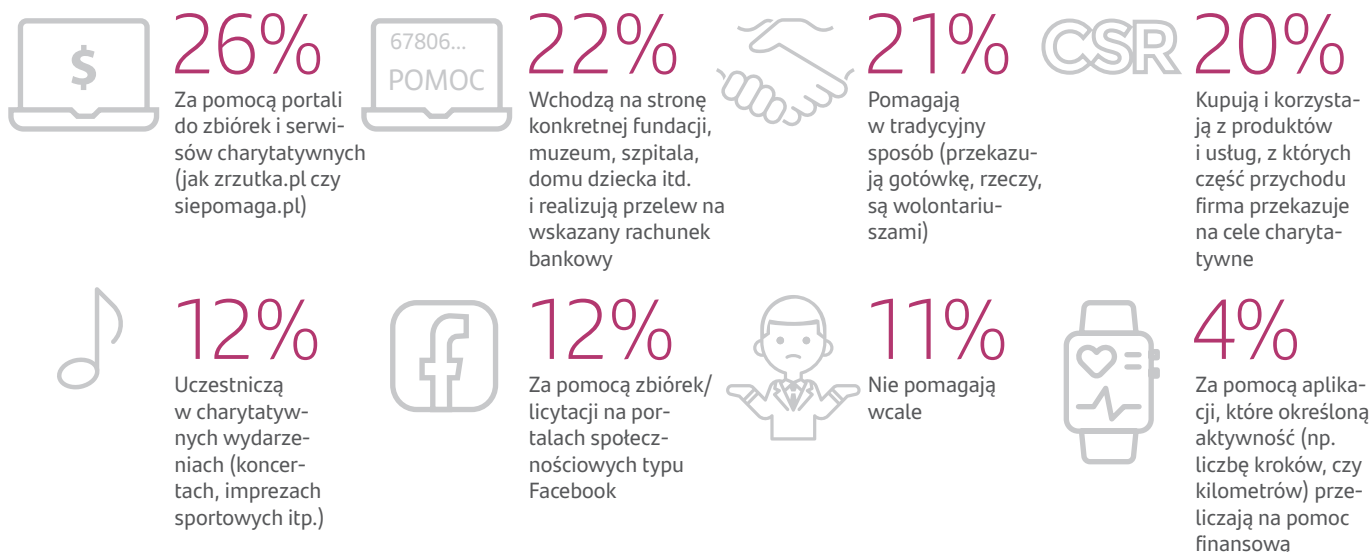
Częstym sposobem na sprzeciw wobec wojny jest bojkot rosyjskich towarów. Co czwarty ankietowany deklaruje, że nie kupuje żadnych produktów z Rosji. W równym stopniu takie działania podejmują kobiety, jak i mężczyźni. Z kolei w ujęciu wieku, najczęściej deklaracje bojkotu padają od osób w wieku od 40 do 49 lat (34 proc. ankietowanych).

Wśród najczęstszych form pomocy jest również wolontariat (14 proc.). Wolontariuszami najczęściej są osoby w wieku

30-39 i 40-49 lat (w obu przypadkach 19 proc. ankietowanych). Dobrowolna i bezpłatna praca na rzecz innych osób wykonywana jest przede wszystkim przez osoby z wyższym wykształceniem (22 proc. ankietowanych). Najmniej chętnie z kolei angażują się w ten sposób osoby o dochodach od 7 000 zł netto miesięcznie w górę. Wynika to z tego, że najczęstszą formą pomocy, na którą się decydują są zbiórki w sieci.

Na uwagę zasługuje również fakt, że Polacy relatywnie często działają w organizacjach, które obecnie w szeroki sposób wspierają naszych sąsiadów. Taką deklarację złożyło 9 proc. ankietowanych. Ponadto 7 proc. respondentów deklaruje, że przyjęło pod swój dach uchodźców. Taki sam procent ankietowanych zaoferował transport. Rzadszymi formami wsparcia są protesty (5 proc. ankietowanych), udzielanie darmowej pomocy medycznej, prawnej oraz weterynaryjnej (we wszystkich przypadkach po 1 proc. wskazań).

Pomijając wydarzenia i wsparcie dla Ukrainy, w jaki sposób Polacy wspierają cele charytatywne?



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

Niesienie pomocy to nie tylko powołany zrywem serca doraźny udział w różnych inicjatywach, ale także stałe angażowanie się w akcje pomocowe. Jak wynika z badania Santander Consumer Banku, Polacy doskonale zdają sobie z tego sprawę. Pomijając wsparcie dla Ukrainy w trakcie wojny, wielu z nas na co dzień wspiera charytatywne cele - najczęściej finansowo. Preferowane sposoby wsparcia organizacji pozarządowych i inicjatyw charytatywnych przez ostatnie dwa lata jednak znacznie uległy zmianie. Obecnie najczęściej wykorzystujemy drogę online. Dwa lata temu za pośrednictwem portali do

zbiórek i serwisów charytatywnych pieniądze na szczytny cel przekazywało zaledwie 6 proc. ankietowanych. Dziś pomaga tak 26 proc. Polaków. Częściej niż mężczyźni (23 proc.) przelewają pomoc finansową na konto organizacji kobiety (28 proc.). Taką formę wsparcia preferują również osoby młode w wieku od 18 do 29 lat (40 proc.).

Z badania banku wynika również, że dwóch na dziesięciu Polaków (22 proc.) wchodzi na stronę konkretnej fundacji, muzeum, szpitala czy domu dziecka i realizuje przelew na wskazany rachunek bankowy. Niemal tyle samo ankieto-

wanych (21 proc.) pomaga w tradycyjny sposób - przekazuje gotówkę, rzeczy lub jest wolontariuszem. Ponadto dwóch na dziesięciu Polaków kupuje i korzysta z produktów i usług, z których część przychodu firma przekazuje na cele charytatywne. Oznacza to, że jesteśmy świadomymi konsumentami i doceniamy biznesy, które biorą na siebie odpowiedzialność społeczną. Z kolei 12 proc. na stałe wspiera cele charytatywne biorąc udział w zbiórkach lub licytacjach na portalach społecznościowych takich jak Facebook.



Na co przeznaczy Pan/i swój 1% podatku?



23%

Pomoc niepełnosprawnym



17%

Pomoc w walce z chorobami (np. fundacje walczące z rakiem)



10%

Pomoc zwierzętom (schroniska, fundacje)



9%

Pomoc domom dziecka i ośrodkom preadopcyjnym

NIE

9%

Nie będę przekazywać w tym roku 1% podatku



3%

Pomoc najuboższym, bezdomnym



3%

Na pomoc seniorom



2%

Działania na rzecz sportu, turystyki i ochrony zdrowia



1%

Wsparcie inicjatyw politycznych



1%

Wsparcie działalności artystycznej i kulturalnej (np. wsparcie dla młodych artystów, pisarzy i innych twórców)



0,3%

Działania na rzecz przyrody i ekologii

Pominięto odpowiedzi „Inne” i „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Od 2004 roku Polacy mogą przekazać 1 proc. podatku na rzecz wybranej przez siebie organizacji pożytku publicznego. Jest to bardzo wygodna i bezpieczna forma pomocy potrzebującym, z której wielu z nas chętnie korzysta. Santander Consumer Bank sprawdził na jakie cele najchętniej przekazujemy to wsparcie. Z badania wynika, że najczęściej niewielką kwotę naszego podatku oddajemy na pomoc niepełnosprawnym. Tak deklaruje 23 proc. wszystkich ankietowanych – niemal tyle samo, co dwa lata temu (24 proc.). Los osób, które z racji ograniczeń fizycznych nie mogą w pełni funkcjonować normalnie, porusza najczęściej seniorów (26 proc. ankietowa-

nych) oraz osoby w wieku od 50 do 59 lat (23 proc.). Chęć wsparcia osób niepełnosprawnych 1 proc. swojego podatku w równym stopniu mają mieszkańcy małych, co i dużych miasta (25 proc. w obu przypadkach).

Na drugim miejscu wśród celów, na które przekazujemy 1 proc. podatku od dochodu przy rozliczeniu rocznym PIT, jest wsparcie fundacji walczących z chorobami m.in. z rakiem (17 proc. ankietowanych). Jest to o 2 punkty procentowe mniej niż w poprzedniej edycji badania. Takie organizacje pożytku publicznego w równym stopniu wspierają mężczyźni, co kobiety (17 proc. ankietowanych

w obu przypadkach). Z badania wynika, że na fundacje wspierające walkę z chorobami swój 1 proc. podatku przekazują najczęściej osoby w wieku od 18 do 29 lat (32 proc. ankietowanych).

Z badania banku wynika również, że porusza nas los zwierząt. Jeden na dziesięciu Polaków przekazuje 1 proc. swojego podatku na schroniska i fundacje pomagające naszym czworonożnym przyjaciółom. Ważnym celem, na który część swojego podatku przekazuje 9 proc. ankietowanych jest wsparcie domów dziecka i ośrodków preadopcyjnych. Częściej wybierają go kobiety (11 proc.) niż mężczyźni (7 proc.).





Rozdział 5: Rynek kredytowy oczami Polaków

Z [danych](#) Biura Informacji Kredytowej wynika, że w styczniu 2022 r., w porównaniu do stycznia 2021 r., banki i SKOK-i udzieliły więcej dwóch rodzajów produktów kredytowych: kredytów gotówkowych i kredytów ratalnych. Spadek odnotowały natomiast limity na kartach kredytowych oraz kredyty mieszkaniowe. Zdaniem ekspertów trend związany z kredytami hipotecznymi z uwagi na wysokie stopy procentowe zapewne się utrzyma. Jeśli chodzi o kredyty gotówkowe, tendencja wzrostowa w najbliższym czasie może jednak ulec zmianie. Źródłem dobrej koniunktury na rynku kredytów gotówkowych są m.in. niskie stopy procentowe i dobry nastrój zarówno po stronie konsumentów, jak i instytucji finansowych. W związku z obecną sytuacją gospodarczą i wojną w Ukrainie, Polacy w najbliższych wiosennych miesiącach mogą mniej chętnie zaciągać tego typu zobowiązania. Obecnie są one jednak dobrym sposobem zarówno na poradzenie sobie z chwilowymi trudnościami finansowymi, jak i większymi wiosennymi wydatkami.

Dlatego Santander Consumer Bank zapytał konsumentów o to, jakie produkty i ich cechy byłyby dla nich najistotniejsze, gdyby mieli potrzebę skorzystania z kredytu. W pierwszej kolejności ankietowani zostali poproszeni o wyobrażenie sobie, że decydują się na zaciągnięcie kredytu gotówkowego na pokrycie wiosennych wydatków. Bank sprawdził co przy takim produkcie jest dla Polaków najważniejsze. Z badania wynika, że czterech na dziesięciu ankietowanych (38 proc.) docenia gwarancję stałego oprocentowania w całym okresie spłaty

Co przy zaciąganiu kredytu gotówkowego na pokrycie wiosennych wydatków jest dla Pani/a najważniejsze?



38%

Gwarancja stałego oprocentowania w całym okresie spłaty kredytu, czyli zawsze równa rata



20%

Jak najniższe oprocentowanie w momencie zaciągania kredytu



7%

Możliwość wcześniejszej spłaty kredytu



5%

Możliwość skorzystania z ubezpieczenia spłaty kredytu



SZYBKOŚĆ

4%

Szybkość otrzymania kredytu gotówkowego



1%

Możliwość skorzystania z kredytu bez konieczności wizyty w oddziale

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

ty kredytu, czyli równe raty. Tę cechę cenią przede wszystkim mężczyźni. Aż 44 proc. z nich uważa, że jest to dla nich bardzo atrakcyjna właściwość produktu. Możliwość spłaty kredytu gotówkowego w równych ratach doceniają również osoby młode. Co drugi ankietowany w wieku od 18 do 39 lat zadeklarował, że zaciągając kredyt na wiosenne wydatki, chciałby móc spłacać go w równych ratach (49 proc.). Takie rozwiązanie pozwala nie tylko lepiej zaplanować swój

domowy budżet, ale również ustawić stałe zlecenie ze swojego konta i zapomnieć o sprawdzaniu co miesiąc kwoty, jaką trzeba spłacić.

Druga najczęściej pojawiająca się odpowiedź to najniższe oprocentowanie w momencie zaciągania kredytu. Udzieliło jej dwóch na dziesięciu ankietowanych. Dla 7 proc. Polaków ważna jest również możliwość wcześniejszej spłaty kredytu.

Dzisiejsi konsumenci cenią sobie przede wszystkim wygodę. Jeśli chodzi o zakupy w internecie, doceniają m.in. darmową dostawę i nowoczesne sposoby płatności. Coraz więcej z nas chce korzystać również z promocji. Zdarza się, że potrzebujemy na to dodatkowych środków i decydujemy się na zewnętrzne finansowanie zakupów.

Kredyt jest powszechnym sposobem płacenia za zakupy i istnieje wiele różnych jego rodzajów. Aby sprawdzić czego oczekują osoby kupujące w sieci, ankietowani zostali poproszeni o wyobrażenie sobie, że korzystają z dostępnego w sklepie kredytu ratalnego na zakup produktów lub usług. Następnie zapytano ich, co przy takim produkcie byłoby dla nich najważniejsze. Okazuje się, że w przypadku takiego rodzaju zewnętrznego finansowania trzech na dziesięciu ankietowanych (29 proc.) doceniłoby niskie koszty kredytu – atrakcyjne oprocentowanie lub niewielką prowizję. Dla 27 proc. Polaków istotna jest również gwarancja stałego oprocentowania w całym okresie spłaty kredytu, czyli zawsze równa rata. Dla kolejnych 8 proc. ankietowanych liczy się możliwość wcześniejszej spłaty. Z kolei ograniczone do minimum formalności i szybkość otrzymania kredytu gotówkowego to cecha, którą docenia 5 proc. ankietowanych.

Aby jeszcze lepiej poznać preferencje wszystkich konsumentów w obszarze zakupów na kredyt, Santander Consumer Bank zapytał również badanych czy jest dla nich atrakcyjna karta kredytowa, którą mogliby spłacać co miesiąc w równych, stałych kwotach – tak jak raty. Dodatkowo wysokość spłaty ustalana byłaby na samym początku, przy

Co przy korzystaniu z dostępnego w sklepie kredytu ratalnego jest dla Pani/a najważniejsze?



29%

Jak najniższe koszty kredytu (oprocentowanie, prowizja)



27%

Gwarancja stałego oprocentowania w całym okresie spłaty kredytu, czyli zawsze równa rata



8%

Możliwość wcześniejszej spłaty kredytu



5%

Szybkość otrzymania kredytu gotówkowego



3%

Możliwość skorzystania z kredytu w sklepie/e-sklepie (bez konieczności wizyty w bankowym oddziale)



1%

Możliwość skorzystania z ubezpieczenia spłaty kredytu

Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

podpisywaniu umowy. Spora część ankietowanych wypowiedziała się pozytywnie na temat takiego rozwiązania, co może oznaczać, że kredytobiorcy potrzebują narzędzi, które pozwolą im łatwo kontrolować wydatki. Dlatego cieszy nas fakt, że taki produkt jest już dostępny na polskim rynku w [ofercie Santander Consumer Banku](#).

Kolejnym sposobem na zewnętrzne finansowanie wydatków, który został przeanalizowany wspólnie z ankietowanymi, jest odnawialny limit kredytowy w banku przeznaczony na zakupy w sklepach internetowych. Dwóch na

dziesięciu Polaków uważa, że gdyby korzystali z takiego produktu kredytowego, na pewno skłoniliby to ich do częstszych zakupów w internecie. Taką opinię częściej niż kobiety wyrażali mężczyźni. Dodatkowo ponad 27 proc. osób w wieku od 18 do 29 lat deklaruje, że gdyby posiadało odnawialny limit kredytowy zdecydowanie chętniej korzystaliby z oferty sklepów internetowych. Zainteresowanie kupnem przez internet z wykorzystaniem limitu odnawialnego spada jednak po 50 roku życia, czyli wśród osób, które preferują zakupy w sklepach stacjonarnych.

Jaka wartość odnawialnego limitu kredytowego pokryłaby Pana/i miesięczne zakupy w sklepach internetowych (z wyłączeniem żywności i chemii)?



27%

Do 500 zł



11%

501 – 1 000 zł



4%

1 001 – 1 500 zł



5%

1 501 – 2 000 zł



3%

2 001 – 3 000 zł



6%

Powyżej 3 000 zł

Pominięto odpowiedź „Nie wiem/Trudno powiedzieć”.

Z badania banku wynika również, że stosunkowo niewielkie kwoty są potrzebne konsumentom, aby opłacić swoje miesięczne zakupy w sklepach internetowych z pomocą odnawialnego limitu na karcie. Najliczniejszej grupie wystarczyłby limit w wysokości do 500

zł – tak zadeklarowało 27 proc. badanych. Niemal 11 proc. respondentów uważa, że kwota od 501 do 1000 zł pozwoliłaby im zrobić wszystkie zakupy online, jeśli nie kupowałyby za to żywności i chemii. Odnawialnym limitem na karcie powyżej 3 000 zł zainteresowane

są przede wszystkim osoby zamożne, o dochodach od 7 000 zł netto miesięcznie. Wynika to z tego, że osobom, które mają wysokie zarobki łatwiej spłacić większe kwoty zobowiązania.





Zakończenie

Biorąc pod uwagę wyzwania związane z obecną sytuacją społeczno-gospodarczą oraz wojną w Ukrainie, wiele zadań i planów finansowych zostało w tym roku odłożonych na później. Sposób wydawania pieniędzy również się zmienił i wielu z nas zaczęło oszczędzać na większe wydatki. Ponadto spora część Polaków zaczęła unikać dużych, drogich zakupów. Wpływ na to ma przede wszystkim ro-

snąca inflacja i wysokie stopy procentowe. Pomimo, że Polacy deklarują, że podobnie jak w 2020 roku, największym wydatkiem tej wiosny jest remont domu lub mieszkania, to nasze cele finansowe zostały przededefiniowane i znacznie się różnią od tych sprzed dwóch lat. Warto więc rozważyć skorzystania z zewnętrznego finansowania, które będzie odpowiadać obecnemu stylowi naszego życia.

Teraz, gdy nadeszła wiosna, to dobry moment, by przeprowadzić gruntowny przegląd swoich finansów i zająć się wszystkimi zaniedbanymi obszarami. Wiosenne porządki powinny objąć oszacowanie domowego budżetu i wyznaczenie nowych celów. W ten sposób z łatwością przejdziemy przez kolejne wyzwanie, niezależnie od tego, kiedy nadejdzie.



Informacja o badaniu

Badanie zostało zrealizowane na zlecenie Santander Consumer Banku – banku od kredytów w ankiecie telefonicznej, przeprowadzonej przez Instytut Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) w marcu 2022 r. W badaniu wzięła udział reprezentatywna grupa dorosłych Polaków. Próba n = 1000.

Santander Consumer Bank – bank od kredytów jest jednym z liderów rynku consumer finance w Polsce. Oferuje klientom szeroki zakres produktów obejmujący kredyty gotówkowe, kredyty na nowe i używane samochody, kredyt celowy oraz internetowy limit odnawialny, karty kredytowe

oraz lokaty i rachunki oszczędnościowe. Produkty dystrybuowane są online oraz poprzez sieć oddziałów, salony i komisy samochodowe, sklepy i punkty usługowe. Jest także wydawcą TurboKARTY.

Więcej na www.santanderconsumer.pl