

Polacy coraz większą wagę przywiązują do oszczędzania i tworzenia sobie finansowej poduszki bezpieczeństwa – wynika z Barometru Providenta przeprowadzonego z okazji przypadającego 31 października Dnia Oszczędzania. Prawie 65 proc. deklaruje, że odkłada na czarną godzinę. To o 10 pkt proc. więcej niż rok temu. To nie oznacza jednak, że nie kupują pod wpływem impulsu czy nie przekraczają założonych na dany miesiąc wydatków. Co trzeci Polak przeznaczając miesięcznie różne kwoty na szeroko pojętą przyjemność.

– Odkładanie pieniędzy na czarną godzinę od kilku lat utrzymuje się na pierwszym miejscu naszych oszczędnościowych celów. Możemy zaobserwować jednak, że pesymizm Polaków rośnie, a inflacja oraz rosnące stopy procentowe wywarły znaczący wpływ na naszą niepewność finansową – mówi Karolina Łuczak, rzeczniczka Provident Polska. – W ubiegłorocznej odsłonie badania konieczność odłożenia pieniędzy na cięższe czasy deklarowało 54,2 proc, a więc o 10 pkt proc. mniej niż w najnowszej edycji.

Choć ponad 90 proc. respondentów zgadza się ze stwierdzeniem, że warto oszczędzać i posiadać zapasowe środki na koncie, wciąż odkładają mniej niż przed pandemią – deklaruje tak ponad 44 proc. badanych. To oznacza, że nie każdy oszczędzający ma taką ilość wolnych środków, która pozwala mu budować zabezpieczenie na przyszłość bez konieczności obniżenia poziomu życia.

– Średnia kwota oszczędności, jaka daje Polakom poczucie bezpieczeństwa, to 25,5 tys. zł. 30,9 proc. Polaków za wystarczające uznaje kwoty między 1 tys. a 5 tys. zł, natomiast co czwarty respondent potrzebuje już ponad 10 tys. zł – mówi Karolina Łuczak.

Czarna godzina to niejedyny cel, na który Polacy odkładają pieniądze. Ponad 22 proc. zbiera na wyjazdy i podróże, blisko 19 proc. – na remont mieszkania, a 14,3 proc. odkłada na przyszłość dla swoich dzieci.

– Kobiety chętniej oszczędzają na remont mieszkania i podróże, mężczyźni natomiast decydują się odkładać pieniądze na sprzęt AGD bądź na produkty związane z realizowaniem pasji – mówi rzeczniczka.

Według Barometru Providenta najwięcej osób oszczędza bez konkretnego planu – czyli odkłada różne kwoty i nieregularnie. Taką metodę wybiera co czwarty badany. Podobny odsetek przeznaczają na oszczędności środki, które zostają im na koniec miesiąca.

– Natomiast co piąty Polak każdego miesiąca systematycznie odkłada stałą sumę pieniędzy – mówi Karolina Łuczak.

Najwięcej osób gromadzi środki na kontach oszczędnościowych (37,8 proc.), spadł natomiast odsetek odkładających na rachunkach bieżących (29,3 proc. vs. 36,2 proc. przed rokiem). Lokaty wybiera prawie co piąty badany. Co istotne, jedna czwarta Polaków trzyma oszczędności w domu, w przysłowiowej skarpecie. Największy odsetek charakteryzuje grupę młodszych respondentów (18–34 lata).

Rozsądne podejście do oszczędzania nie oznacza jednak, że Polakom nie zdarzają się nieprzemyślane, kompulsywne zakupy. Przyznaje się do nich 67 proc. respondentów, podobny odsetek jak przed rokiem, i nieco częściej są to kobiety (69,1 proc. vs. 64,6 proc.). Z kolei do przekraczania zaplanowanych wydatków przyznaje się 78 proc. respondentów. To także jest częściej domena kobiet, ale też osób w przedziale wiekowym 35–44 lata.

Pesymizm finansowy Polaków rośnie – dwie trzecie oszczędza na czarną godzinę

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: piątek, 04, listopad 2022 12:29

Alicja Cisowska

Odśłony: 1073

– Dwóch na trzech Polaków deklaruje, że nie wydaje na impulsywne zakupy pieniędzy odkładanych na inny cel. Jednak w 2021 roku takiej odpowiedzi udzieliło znacznie więcej, bo 83,4 proc. badanych – różnica wynosi więc aż 17 pkt proc. Ostrożne podejście do naruszania poduszki finansowej wiąże się z wiekiem. Najbardziej rozważnych znajdziemy w grupie wiekowej 65+, najmniej – wśród najmłodszej grupy respondentów, 18–24 lata – wskazuje rzeczniczka Providenta.

Polacy nie rezygnują także z drobnych przyjemności – co trzeci przeznaczą na ten cel co miesiąc określoną część swoich dochodów. Wśród najczęstszych wydatków w tej kategorii są jedzenie na mieście lub w dowozie, nowe ubrania czy kosmetyki.

Źródło: Newseria