# ch_ISO_header_clr

# Warszawa, 31.10.2018 r.

**Coraz lepiej planujemy wydatki. Dzieci motywują nas do oszczędzania.**

**O połowę zmniejszyła się liczba Polaków, którzy przeznaczają wszystkie środki finansowe na realizację codziennych potrzeb - wynika z ponad dekady badań "Postawy Polaków wobec Finansów". Dzięki temu, że nasz dochód rozporządzalny rośnie, już trzy czwarte z nas planuje swoje wydatki. A dzieci motywują... żeby nie wydawać wszystkiego.**

**Jesteśmy bogatsi... i bardziej roztropni**

**O połowę - z 55 do 28% spadła liczba Polaków, którzy wydają wszystko, aby zaspokoić codzienne potrzeby. Żyje nam się lepiej:**[**według raportu Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy**](http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/raport_postawy_2018.pdf)**w Polsce jest już ponad 1 100 000 osób, których zarobki przekraczają 7 100 złotych brutto (wg danych KMPG 2017). Mamy większe możliwości planowania:  po uwzględnieniu wydatków nadal mamy do dyspozycji jedną czwartą naszych dochodów.**

**Zastanawiamy się, na co przeznaczyć wolne środki - 76% z nas kontroluje, na co przeznaczy dostępne pieniądze. Dobrze widoczna jest zależność między kontrolą wydatków, a oszczędzaniem. Jeśli mamy nawyk odkładania jakichkolwiek pieniędzy, to częściej kontrolujemy także swoje wydatki (28% wobec 9%). *Wydaję i nie chcę wiedzieć na co* - taką dewizę życiową wyznaje 28% osób nieoszczędzających.**

**Rewolucja finansowa w rodzinie, czyli dzieci**

**Na tym tle najbardziej przezorne pozostają rodziny – bardziej świadome zarządzanie finansami przychodzi nam wraz z pojawieniem się  dzieci. Jak wynika z badania Fundacji Kronenberga, rodzice są bardziej zmobilizowani niż bezdzietni, żeby nie wydawać wszystkich pieniędzy – prawie 80% nie wydaje całego budżetu, jakim dysponuje.**

**Wraz z dziećmi zmieniają się też nasze priorytety: świadomie rezygnujemy z przyjemności, takich jak nowy samochód czy egzotyczne wakacje. Wzrasta natomiast motywacja do oszczędzania na wyposażenia domu, jak i edukację dzieci. Role oszczędzających są jasno podzielone: kobiety oszczędzają na dom i dzieci (wyprawka do szkoły, sprzęt AGD), mężczyźni pozostają fanami motoryzacji i oszczędzają tradycyjnie na samochód.**

**- W*yniki badań pokazują, jak poprawa koniunktury pozytywnie wpływa na dochody i zdolność gospodarstw domowych do oszczędzania. Odsetek osób, które całe swoje dochody przeznaczają na bieżące potrzeby systematycznie zmniejsza się od 2012 roku, a w bieżącym roku spadł on do 28%. W tym samym czasie gospodarka rozwijała się w dynamicznym tempie, przeciętnie rosnąc o ponad 3%. Jednocześnie stopa bezrobocia spadła o ponad 7 punktów do 3,4%, jednego z najniższych poziomów w Unii Europejskiej. Warto podkreślić, że od 2012 roku zwiększyła się liczba osób oszczędzających, przy czym wzrost ten wynikał w połowie z przyrostu liczby oszczędzających regularnie. Działo się to pomimo systematycznego spadku stóp procentowych. O ile jeszcze pod koniec 2012 roku stopa referencyjna wynosiła 4,25%, w momencie przeprowadzania ostatniej edycji badania wynosiła ona już zaledwie 1,5%. W tym samym czasie bardzo niski poziom stóp procentowych utrzymywał się również w strefie euro, a więc wpływał na osoby oszczędzające w obcych walutach* – komentuje Piotr Kalisz, główny ekonomista Citi Handlowy.**

**Polak świadomy...i nieufny**

**Jesteśmy nie tylko lepiej sytuowani, ale i bardziej świadomi kwestii finansowych – już 2/3 z nas stara się oszczędzać, choć regularnie nadal udaje się to tylko 14% z nas, a o emeryturze myśli nadal jedynie co dziesiąty. W sferze finansów przestaliśmy jednak polegać jedynie na własnej intuicji (pięciokrotny spadek od 2008 r. z 49% do 10%), niewielu z nas również jako wiarygodne źródło informacji o oszczędzaniu traktuje reklamy. Mocny pozostaje trend „osobistej rekomendacji” – polegamy na pracownikach instytucji finansowych albo znajomych i rodzinie. Ci ostatni cieszą się tradycyjnie największym kredytem zaufania – obdarza ich tym 28% z nas. Z drugiej strony 40% z nas uważa, że nie może nikomu zaufać w kwestiach finansowych.**

**Nie martwimy się przyszłością**

**Perspektywa wakacji, ubezpieczenia samochodu czy nadchodzących wydatków świątecznych - dla jednej czwartej z nas horyzont finansowy sięga pół roku.  Dla 18% czas ten skraca się do jednego miesiąca – tylu z nas planuje budżet „od pensji do pensji”. W błogiej nieświadomości wyzwań finansowych pozostaje co czwarty z nas. W gospodarstwach domowych o najniższym dochodzie, w których dochód badanego wynosi do 1500 zł, widać trend życia „tu i teraz” – tu najczęściej wydatki w ogóle nie są planowane.**

**Rozmowa to klucz do bycia oszczędnym?**

**Dla 60% Polaków finanse osobiste nie są tematem tabu. Mamy tu pełne równouprawnienie – otwartych na rozmowę pozostaje tyle samo kobiet, jak i mężczyzn. Chętniej o pieniądzach rozmawiają ci oszczędzający, z kolei jeśli zarabiamy więcej – temat pieniędzy zaczynamy pomijać milczeniem. Do otwartości na tematy finansowe skłania tez duża rodzina - im więcej domowników i dzieci  (67%), tym bardziej jesteśmy otwarci na rozmowę.**

**Cały raport z 11. edycja badań „Postawy Polaków wobec finansów” realizowanych przez Fundację Think! we współpracy z Fundacją Kronenberga przy Citi Handlowy dostępny jest na stronie internetowej Fundacji** **jest dostępny** [tutaj](http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/raport_postawy_2018.pdf).

## #

Dodatkowych informacji udziela:

Dorota Szostek-Rustecka, dyrektor Biura Prasowego, tel. (0-22) 692 10 49

E-mail: [dorota.szostekrustecka@citi.com](mailto:dorota.szostekrustecka@citi.com)

Agata Charuba-Chadryś, kierownik ds. kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 9416

E-mail: [agata.charubachadrys@citi.com](mailto:agata.charubachadrys@citi.com)

Zuzanna Przepiórkiewicz, specjalista ds.kontaktów z mediami, tel. (0-22) 692 90 52

E-mail: [zuzanna.przepiorkiewicz@citi.com](mailto:zuzanna.przepiorkiewicz@citi.com)

**Bank Handlowy w Warszawie SA** to jedna z największych instytucji finansowych w Polsce, oferująca pod marką Citi Handlowy bogaty i nowoczesny asortyment produktów i usług bankowości korporacyjnej, inwestycyjnej i detalicznej. Bank Handlowy obsługuje  6,2 tys. klientów korporacyjnych i ok. 687 tys. klientów indywidualnych poprzez nowoczesne kanały dystrybucji oraz sieć  26 oddziałów. W skład grupy kapitałowej Banku wchodzą takie podmioty jak: Dom Maklerski Banku Handlowego i Handlowy Leasing. Przynależność do Citigroup, największej na świecie instytucji finansowej, zapewnia klientom Banku Handlowego dostęp do usług finansowych w ponad 100 krajach.

**Citi (NYSE:C)** to wiodąca globalna instytucja finansowa, mająca około 200 milionów klientów w ponad 140 krajach. Poprzez swoje dwie odrębne jednostki operacyjne: Citicorp i Citi Holdings, Citi obsługuje klientów indywidualnych, korporacyjnych, rządowych i instytucjonalnych zapewniając im bogaty wachlarz produktów i usług finansowych w zakresie bankowości detalicznej, bankowości korporacyjnej i inwestycyjnej, usług maklerskich i zarządzania aktywami. Dodatkowe informacje można uzyskać na stronie internetowej [www.citigroup.com](http://www.citigroup.com/) lub [www.citi.com](outbind://1000/www.citi.com).