Co Polacy myślą o oszczędzaniu w trudnych czasach? Wyniki ogólnopolskiego badania

Z ogólnopolskiego badania przeprowadzonego przez Future Fund wynika, że dla blisko 1/3 Polaków posiadanie oszczędności jest ważniejsze, niż przed rokiem. Niepewne czasy wpływają na cel oszczędzania – prawie 2/3 osób odkłada przede wszystkim na tzw. „czarną godzinę”.



bariery w oszczędzaniu baner future fund

Jedną z ważniejszych barier w budowaniu poduszki finansowej jest brak wiedzy o tym, jak pomnażać oszczędności – na taki problem wskazuje co piąta osoba

Oszczędzanie coraz ważniejsze – i coraz trudniejsze

Trudna sytuacja gospodarcza, rosnąca inflacja i niepewna przyszłość – nie powinno dziwić, że problem gospodarowania pieniędzmi jest dla Polaków coraz istotniejszy. Jak pokazuje ogólnopolskie badanie wykonane na zlecenie fintechu Future Fund, dla niemal 40%

respondentów kontrolowanie wydatków jest ważniejsze, niż przed rokiem, a dla blisko 30% – posiadanie oszczędności znaczy więcej, niż rok temu.

Pesymistyczne nastroje znajdują odzwierciedlenie również w celach, na jakie najczęściej oszczędzamy – ponad 60% respondentów odkłada przede wszystkim na tzw. „czarną godzinę". Myślimy też długoterminowo – co piąta osoba przeznacza oszczędności na przyszłość swoich dzieci.

Jednocześnie konsumenci przyznają, że napotykają wiele barier, które utrudniają im oszczędzanie. Niemal połowa osób twierdzi, że ich głównym ograniczeniem są zbyt małe dochody. Co piąta osoba deklaruje brak zaufania do instytucji finansowych, a tyle samo – brak czasu lub odpowiednich narzędzi do inwestowania. Wszystko to powoduje, że respondenci sygnalizują problem z odkładaniem co miesiąc nawet małej kwoty (przy czym kobiety zwracają uwagę na to wyzwanie 2 razy częściej, niż mężczyźni).

> *– Konsumentom trudno jest rezygnować z bieżącej konsumpcji na rzecz oszczędzania, a jednocześnie potrzebują poczucia bezpieczeństwa, jakie daje poduszka finansowa – mówi Piotr Kędzierski z Future Fund, nowego fintechu z obszaru bezpieczeństwa finansowego – Nasza usługa umożliwi ludziom gromadzenie oszczędności bez wyrzeczeń. Każdy będzie mógł bez ograniczania wydatków budować długofalowe zabezpieczenie finansowe. To możliwe, dzięki połączeniu tradycyjnych narzędzi bankowych z nowoczesnymi technologiami.*

Brak wiedzy powstrzymuje przed inwestowaniem

Do niewystarczającej wiedzy o tym, jak inwestować, przyznaje się co piąty Polak – a mowa

tu jedynie o bardziej znanych sposobach lokowania środków, takich jak obligacje Skarbu Państwa, czy rynek akcji. Bardziej zagubieni czujemy się w przypadku innowacyjnych instrumentów inwestycyjnych, które wykorzystują nowoczesne rozwiązania technologiczne. Coraz częściej są one budowane w oparciu o technologię blockchain, która dostarcza szereg nowych możliwości i zyskuje na popularności w świecie inwestycji. Niestety, blisko 40% respondentów nie jest w stanie skojarzyć pojęcia „blockchain" z niczym konkretnym. Jedna czwarta Polaków kojarzy je zaś jedynie z kryptowalutami.

> *– Z naszych badań wynika, że konsumenci potrzebują wiedzy w zakresie użytych narzędzi i mechanizmów inwestowania. Brak dobrej orientacji w świecie finansów ogranicza im możliwość oszczędzania – przekonuje Robert Zubrzycki, współzałożyciel i CFO Future Fund – Z naszym doświadczeniem i produktem, możemy im to zapewnić. Jednocześnie chcemy zmienić myślenie dotyczące technologii blockchain – wierzymy, że daje ona innowacyjne, a zarazem bezpieczne możliwości oszczędzania i inwestowania.*

O Future Fund

Future Fund to innowacyjny fintech, który zaoferuje klientom możliwość długofalowego oszczędzania i inwestowania środków pochodzących z popularnego cashbacku – bez rezygnowania z bieżącej konsumpcji. Projekt zbudowany jest w oparciu o architekturę blockchain, mikroinwestycje i system cashback, łącząc najlepsze cechy tradycyjnych i zdecentralizowanych finansów.

W maju b.r. roku Future Fund ogłosił zamknięcie prywatnej rundy finansowania (tzw. „private round"). Inwestorzy, którzy dołączyli do projektu w tej rundzie, zdecydowali się

wyłożyć na zbudowanie projektu 3,8 mln dolarów.

Informacja o badaniu

Badanie przeprowadzono w dniach 28.06-30.06.2022 na zlecenie Future Fund przez SW Research metodą on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel na reprezentatywnej próbie 1136 Polek i Polaków.

źródło informacji: Neuron/Future Fund