**Oszczędzamy więcej i klikamy chętniej – potwierdza badanie przeprowadzone na zlecenie Credit Agricole**

**Obecnie aż 70 proc. badanych Polaków gospodaruje swoim budżetem uważniej niż przed czasem pandemii koronawirusa, 47 proc. oszczędza więcej niż wcześniej, a 68 proc. z nas częściej kupuje i załatwia sprawy bankowe i urzędowe online - wynika z badania przeprowadzonego na zlecenie Credit Agricole przez Interactive Research Center.**

Aby zbadać bieżące trendy rynkowe i potrzeby klientów po kilku miesiącach od wybuchu pandemii koronawirusa, Credit Agricole zlecił agencji badawczej Interactive Research Center (IRCenter) badanie rynku.

Wyniki wskazały, że obecnie aż 70 proc. badanych Polaków gospodaruje swoim budżetem uważniej niż przed pandemią koronawirusa. Trend bardziej rozsądnego wydawania i unikania nadmiernej konsumpcji jest zauważalny we wszystkich badanych grupach, niezależnie od płci, wieku, wykształcenia i wielkości zamieszkiwanej miejscowości.

Równocześnie 47 proc. badanych Polaków oszczędza zdecydowanie więcej lub trochę więcej niż przed pandemią, a 37 proc. odkłada takie same kwoty jak wcześniej. Również ten trend jest widoczny we wszystkich grupach respondentów, przy czym największy wzrost zainteresowania oszczędzaniem widać wśród osób w wieku 18-24 lata (61 proc).

Wzrosła także popularność rozwiązań online: 68 proc. badanych Polaków częściej kupuje i załatwia sprawy bankowe lub urzędowe przez Internet. Co ważne, nie ma istotnych różnic między poszczególnymi grupami wiekowymi.

Credit Agricole sprawdził także, czy klienci oczekują pomocy w zarządzaniu budżetem i analizowaniu wydatków. Tego typu wsparcie i doradzanie w oparciu o zrozumienie potrzeb określiło jako przydatne 54 proc. badanych Polaków, a najczęściej taką opinię wyrażały osoby w wieku 18-24 lata (66 proc.).

- *Wyniki badania potwierdziły nasze przypuszczenia, że dużo się zmieniło jeśli chodzi o podejście Polaków do oszczędzania, zarządzania domowym budżetem i załatwiania spraw zdalnie. Znacznie uważniej oglądamy teraz każdą wydawaną złotówkę i chętniej odkładamy pieniądze na tzw. „czarną godzinę”. Na pewno ma na to wpływ ryzyko utraty pracy lub ograniczanie wysokości wynagrodzeń przez pracodawców. I właśnie w takich niepewnych czasach doceniamy wagę posiadania „poduszki finansowej”, która pozwala przetrwać trudny okres* – komentuje Marcin Jagodziński, dyrektor Departamentu Zarządzania Segmentami, Daily Banking oraz Produktami Oszczędnościowymi w Credit Agricole.

- *Także wzrost popularności kanałów zdalnych w kontakcie z bankiem, czy innymi instytucjami nie jest zaskoczeniem. Klienci dbają o swoje bezpieczeństwo i jeśli jest taka możliwość, to wolą np. otworzyć konto czy zaciągnąć kredyt przez Internet, bez kontaktowania się z kimkolwiek. Dlatego wychodzimy im naprzeciw z nowoczesnymi rozwiązaniami* – dodaje Marcin Jagodziński.

Badanie przeprowadziła agencja badawcza Interactive Research Center metodą CAWI na próbie N=700 respondentów w wieku 18-65 lat, z dochodem osobistym netto 2000 +.