Pandemia zmieniła nawyki konsumenckie Polaków

*Nowa rzeczywistość w świetle COVID-19*

**Według wyników badania przeprowadzonego na zlecenie BIG InfoMonitor, w wyniku pandemii COVID-19 ponad 60 proc. respondentów zamierza regularnie przeznaczać część domowego budżetu na oszczędności. Planujemy mniej wydawać na większe zakupy (45 proc.), ale też zaoszczędzić na mniejszych, codziennych zakupach spożywczych (15 proc.). Prognozy i nastroje w krajach europejskich odnośnie powrotu do normalności po pandemii są różne. Pewne jest jednak to, że konsumpcja znacznie przyhamowała. Wraz z jej zatrzymaniem rozpoczęło się wypracowywanie nowych nawyków finansowych i konsumenckich.**

*Nastroje i prognozy po pandemii COVID-19*

Choć w wielu krajach na świecie pandemia koronawirusa zdaje się nie zwalniać, nastroje konsumenckie z miesiąca na miesiąc zdają się być coraz bardziej optymistyczne. Co ciekawe, pomimo ogromnej ilości zachorowań w Chinach i Stanach Zjednoczonych, to właśnie tam społeczeństwa liczą na szybki powrót do normalności. Zgodnie z corocznym badaniem “Globalny Barometr Zaufania Kapitałowego” firmy EY, w obu krajach ponad 90 proc. respondentów zakłada, że gospodarka powróci do stanu sprzed pandemii w ciągu 2 miesięcy. 50 proc. badanych zakłada, że ich sytuacja finansowa ustabilizuje się po 4 miesiącach. Europejscy konsumenci podchodzą do sprawy z nieco większym dystansem. Ponad połowa europejskich badanych uważa, że skutki pandemii odczuwać będziemy jeszcze przez minimum 4 miesiące od jej zakończenia.

*Polska z nowym spojrzeniem na wydatki*

Polacy idą śladem sąsiadów i również drastycznie zmieniają nawyki zakupowe oraz stosunek do finansów. Niepewna przyszłość, rosnące bezrobocie i zamknięcie w domach nie tylko zmusiły nas do przeorganizowania dotychczasowego stylu życia, ale też przemyślenia swych wydatków i zaplanowania ich na nowo. Nic więc dziwnego, że wśród Polaków znacznie więcej jest osób martwiących się o konsekwencje finansowe koronawirusa (45 proc.) niż tych obawiających się zachorowania (34 proc.). Niesie to za sobą szereg zmian zakresie nawyków zakupowych i wydatków.

*“Pandemia koronawirusa wystraszyła nas nie tylko jeśli chodzi o kwestie zdrowotne, ale w dużej mierze także finansowe. Wszystkie te aspekty poniekąd łączą się, prowadząc do wypracowania nowych zachowań i nawyków konsumenckich. Można zauważyć, że znaczna część z nas zrezygnowała z małych, codziennych zakupów na rzecz większych, cotygodniowych. Mniej korzystamy również ze sklepów wielkopowierzchniowych, zastępując je lokalnymi sklepami w pobliżu miejsca zamieszkania. Znacznemu ograniczeniu uległy także wydatki na ubrania, produkty kosmetyczne czy rozrywkę. ”* - komentuje Marcin Sikora, Chief Sales Officer w Grupie LOANDO (właściciel pozyczkaportal.pl, loando.pl).

*Produkty bankowe w dobie COVID-19*

Pandemia koronawirusa zmieniła również nawyki Polaków w kontekście produktów bankowych oraz nawyków płatniczych. Badanie przeprowadzone przez Santander Consumer Bank wskazuje, że ponad 70 proc. klientów banku ograniczyła płatności gotówkowe na rzecz karty (ponad 80 proc. konsumentów przed 40. rokiem życia i 50 proc. seniorów). Pandemia ostudziła także plany konsumenckie jeśli chodzi o produkty bankowe. Z raportu Instytutu Badań Zmian Społecznych wynika, że ponad 20 proc. Polaków przez pandemię zrezygnowało z ubiegania się o kredyt.

Pandemia koronawirusa nie opuściła nas na dobre - to pewne. Eksperci przewidują natomiast, że COVID-19 - choć częściowo słabnący - będzie powracać sezonowo. Kolejne miesiące pokażą zatem, jak my-konsumenci, radzimy sobie z trudnymi okresami, zarówno jeśli chodzi o kwestie finansowe, jak i prozdrowotne.