RAPORT Z BADANIA

Finanse Polaków

2026



Ostrożni jak zawsze i smart

Jak Polacy szukają stabilności, oswajają technologię i przejmują kontrolę nad swoimi finansami.

Millennium bank

Już piąty raz pytamy Polaków, jak czują się ze swoimi finansami, jak oszczędzają i o ich podejście do tematów finansowych.

Pierwsza edycja badania, z 2022 roku, dotyczącego finansów i oszczędności Polaków nosiła tytuł „Polacy kontra inflacja". Od tamtego czasu obserwowaliśmy, jak oszczędzanie Polaków dynamicznie zmieniało się pod wpływem sytuacji ekonomicznej i wydarzeń na świecie – widzieliśmy ulgę spadku inflacji w 2023, a potem skok oszczędności i zarobków w 2024. W tym roku widzimy, jak chwiejna była stabilność i optymizm roku 2025 i że jesteśmy na progu kolejnego (być może drobnego) kryzysu w naszych portfelach. Obserwujemy odbicie wzrostu cen paliw i rachunków w stagnacji zarobków, nieco gorszej samoocenie sytuacji finansowej i trudnościach w powiększaniu swoich oszczędności.

Postawy Polaków wobec finansów pozostają jednak stosunkowo stabilne. Konsekwentnie cenimy oszczędzanie, z ostrożnością i szacunkiem podchodzimy do pieniędzy, zdecydowanie bardziej zależy ankietowanym na bezpieczeństwie niż zysku, więc wybierają produkty oszczędnościowe, konta bieżące i gotówkę zamiast inwestycji. Na obserwowaną w otoczeniu niepewność odpowiadamy odzyskiwaniem kontroli przez bycie „smart" – szukaniem oszczędności tam, gdzie daje to szybki efekt, odczuwalny bezpośrednio w naszych portfelach.

Obserwujemy zmianę w podejściu do tematu finansów w stronę świadomości i otwartości. Polacy widzą dużą wartość w edukacji finansowej, częściej czują, że dobrze sobie radzą z zarządzaniem swoim budżetem i mitem okazuje się, że według większości o pieniądzach się nie rozmawia.

Polacy darzą instytucje finansowe i dostarczane przez nie technologie dużym zaufaniem, co wiąże się z odpowiedzialnością, m.in. za edukację finansową społeczeństwa i bezpieczeństwo pieniędzy – tutaj ankietowani wymagają wiele od siebie i od banku. Mimo że coraz bardziej ufamy technologii, w tym AI, wciąż poszukujemy złotego środka – nie zgadzamy się na całkowitą rezygnację z kontaktu z człowiekiem w tematach finansowych i zaczynamy czuć przesyt kontaktów ze sztuczną inteligencją. To ważna granica do wychwycenia przez banki i kolejny moment znalezienia balansu między cyfrową wygodą a zaufaną ludzką twarzą.



Katarzyna Dobosz

starsza ekspertka ds. badań
i projektowania CX w Banku Millennium



Finanse Polaków

2026

O badaniu

5. fala – lipiec–sierpień 2026

1. fala – lipiec 2022
2. fala – luty 2023
3. fala – maj 2024
4. fala – maj 2025

Próba reprezentatywna

Próba ogólnopolska N=1050 osób w wieku 18 lat i starszych, reprezentatywna pod względem płci, wieku i wielkości miejsca zamieszkania



Ankieta online (CAWI)

panel Ariadna

Spis treści

5
Finanse Polaków w głównych liczbach

13
Polacy w kontekście: postawy, ceny, obawy

17
Ogólna sytuacja finansowa, oszczędności i postawy finansowe

31
Inwestycje

36
Mieszkalnictwo

40
Edukacja finansowa

48
Cyberbezpieczeństwo

53
Sztuczna inteligencja

Finanse Polaków w głównych liczbach



Ostrożni jak zawsze i smart. Jak Polacy szukają stabilności, oswajają technologię i przejmują kontrolę nad swoimi finansami.

Szukają stabilności

48%
chce lepiej zarządzać swoimi finansami

35%
planuje zakup mieszkania w najbliższych latach – dla 29% z nich to będzie pierwsze własne lokum

Smart

45%
oddaje butelki i puszki, żeby odzyskać kaucję

53%
szuka promocji

! Działania ograniczające konsumpcję mają na celu zarówno oszczędzanie, jak i zadbanie o środowisko.

Ostrożni

56%
woli ograniczać wydatki, żeby mieć większe poczucie bezpieczeństwa finansowego

76%
unika zadłużenia, jeśli nie jest to naprawdę konieczne

53%
miało styczność z sytuacją związaną z oszustwem online

52%
w lokowaniu pieniędzy bardziej zależy na bezpieczeństwie niż na wysokim zysku

Oswajają technologię

76%
czuje się bezpiecznie podczas logowania do bankowości

2026 **15%** 2024 9%
nie ma żadnych obaw związanych z AI

60%
korzysta z AI

2026 **27%** 2024 17%
nie wie, czy AI przyniesie nam więcej złego, czy dobrego

Przejmują kontrolę nad swoimi finansami

50%
ma kontrolę nad swoimi wydatkami i finansami

2026 **48%** 2025 31%
ocenia swoją umiejętność zarządzania finansami jako dobrą lub bardzo dobrą



01 Ogólna sytuacja finansowa, oszczędności i postawy finansowe

Chcemy oszczędzać, ale portfele pustoszeją przez koszty stałe i stagnację wynagrodzeń

I

Zaciskanie pasa w dobie stagnacji płac

Choć 76% Polaków stara się unikać zadłużania, a 58% stara się ograniczać bieżące wydatki z powodu wysokich kosztów utrzymania, to nasza stabilność finansowa jest krucha. Tylko 25% ocenia swoją sytuację jako dobrą (pieniędzy wystarcza na wiele bez specjalnego oszczędzania). To wyraźny spadek z poziomu 30% w ubiegłym roku. Przyczyną jest stagnacja płac – dla aż 68% Polaków dochody w ostatnich sześciu miesiącach nie zmieniły się, podczas gdy wzrosły one zaledwie u 18% badanych (najniższy odsetek od 2023 roku).

II

Skarbonki pod presją

Chociaż oszczędza aż 76% Polaków, to odkładamy coraz mniejsze kwoty. Aż 32% oszczędzających odkłada miesięcznie mniej niż 5% swoich dochodów (wzrost o 5 p.p. w stosunku do zeszłego roku). Co więcej, u 28% kwota oszczędności od początku roku spadła (wobec 23% w zeszłym roku), najczęściej przez nieplanowane wydatki (37%) i konieczność pokrycia bieżących potrzeb w związku ze wzrostem cen (32%). Jedynie połowa osób (50%), których oszczędności się zmniejszyły, zamierza je odbudować.

III

Uderzenie w portfele

Jako pięć najbardziej odczuwalnych wzrostów cen 53% Polaków wskazuje ceny paliwa, 47% rachunki za prąd, 39% artykuły spożywcze, 32% rachunki za ogrzewanie i 25% czynsz/wynajem oraz rachunki za wodę. Wzrost cen jest bardzo odczuwalny, ponieważ dotyczy kategorii, które stanowią jedną z największych części naszych budżetów i które trudno znacznie ograniczyć czy z nich zrezygnować.

IV

Eko² – sprytne codzienne ekooszczędzanie

Gdy szukamy oszczędności, najchętniej wybieramy proste metody, które dają szybki efekt i łączą dbałość o portfel z ekologią. 53% Polaków szuka promocji, 45% oddaje butelki i puszki, by odzyskać kaucję, a 42% oszczędza media (prąd, wodę, gaz), by obniżyć rachunki. Jednocześnie tylko 4% kupiło auto hybrydowe lub elektryczne bądź rozważa jego zakup, a zaledwie 7% wybiera droższe marki ekologiczne, co potwierdza, że motywacja ekonomiczna wyraźnie wygrywa z czystą troską o klimat. Z postawami proekologicznymi i oszczędnościowymi konkurują postawy prokonsumpcyjne, chęć sprawiania sobie przyjemności zakupami (31%) i impulsywne zakupy (23%).

V

Bezpieczeństwo przede wszystkim

Polakom w lokowaniu pieniędzy wciąż zależy bardziej na bezpieczeństwie niż na wysokim zysku (52%). Tylko 16% deklaruje gotowość zaryzykowania na rzecz większego zysku. Oszczędności trzymamy najchętniej na koncie oszczędnościowym (52%), koncie bieżącym (39%) lub w gotówce (36%). Polacy mają duży potencjał, jeśli chodzi o powszechniejsze ubezpieczanie się – obecnie hamują ich koszty. Choćby z prywatnej opieki medycznej chciałoby korzystać 50% Polaków (korzysta 13%), z OC w życiu prywatnym chciałoby korzystać 38% (vs. 21% korzystających). Pokazanie potencjału ubezpieczeń wymaga jeszcze pracy – jedno z powszechniejszych ubezpieczeń, czyli ubezpieczenie na życie, posiada obecnie mniej niż połowa Polaków.



02 Inwestycje

Chcemy chronić kapitał, ale boimy się ryzyka i brakuje nam wiedzy

I

Inwestowanie wciąż pozostaje czarną magią

Polacy bardzo krytycznie oceniają swoje kompetencje w zakresie inwestowania – prawie połowa (48%) uważa swoją wiedzę na ten temat za przeciętną, 32% za słabą, a zaledwie 11% ocenia ją dobrze lub bardzo dobrze. Ponad połowa (51%) twierdzi, że inwestycje są wyłącznie dla osób, które dobrze się na tym znają, a 42% obawia się zamrożenia gotówki na długi czas. Z form inwestowania najlepiej znamy obligacje (57%) i nieruchomości (57%), podczas gdy najmniej wiemy o ETF-ach (11%) i start-upach (11%).

II

Bezpieczeństwo nawet w ryzyku

W inwestycjach szukamy tarczy ochronnej, a nie spekulacji. Główną motywacją jest zabezpieczenie przyszłości (60%) oraz coraz popularniejsza ochrona pieniędzy przed inflacją (60%), podczas gdy chęć pomnażania kapitału wskazuje 48%. Aż 44% polskich inwestorów określa swój styl inwestowania jako stabilny (akceptując tylko niewielkie wahania wartości inwestycji), a styl dynamiczny i gotowość do akceptacji sporego ryzyka deklaruje zaledwie 4%.

III

Nie tylko produkty inwestycyjne

Najpopularniejszą formą inwestycji, z której korzystają obecnie Polacy, są nieruchomości, oszczędzanie na emeryturę u pracodawcy (12%), obligacje, surowce i produkty emerytalne (10%). Patrząc na plany inwestycyjne na przyszłość, zainteresowanie budzą podobne formy pomnażania kapitału (obligacje, inwestowanie w surowce oraz nieruchomości).

IV

Inwestujemy małe kwoty, ale digitalowo

Połowa inwestorów (58%) przeznacza na ten cel maksymalnie 500 zł miesięcznie. Polscy inwestorzy są dosyć samodzielni – aż 55% inwestorów lokuje środki samodzielnie w banku przez internet.

V

Banki z dużym zaufaniem inwestorów

Inwestorzy inwestują najczęściej za pośrednictwem banku – samodzielnie (55%) lub w placówce z pomocą doradcy (37%). Inne formy inwestowania, takie jak platformy inwestycyjne czy giełdy kryptowalut, są dużo mniej popularne.



03 Mieszkalnictwo

Boimy się, ale robimy: marzenia o własnym M zderzają się z lękiem przed hipoteką

I

Mieszkanie z rodzicami codziennością młodych

Chociaż 69% Polaków mieszka we własnym domu lub mieszkaniu, to wciąż 11% dorosłych zamieszkuje z rodzicami (40% do 24. roku życia, 33% między 25. a 34. rokiem życia). Potrzeba posiadania własnego kąta jest jednak silna – 35% Polaków planuje (9%) lub rozważa (26%) zakup nieruchomości w ciągu najbliższych pięciu lat.

II

Hipoteka częściej w planach zakupu nieruchomości

41% planujących zakup własnego lokum deklaruje, że skorzysta z kredytu hipotecznego – to o 11 p.p. więcej niż przed rokiem. 53% zamierza skorzystać z zebranej gotówki, a 29% z pieniędzy ze sprzedaży innej nieruchomości.

III

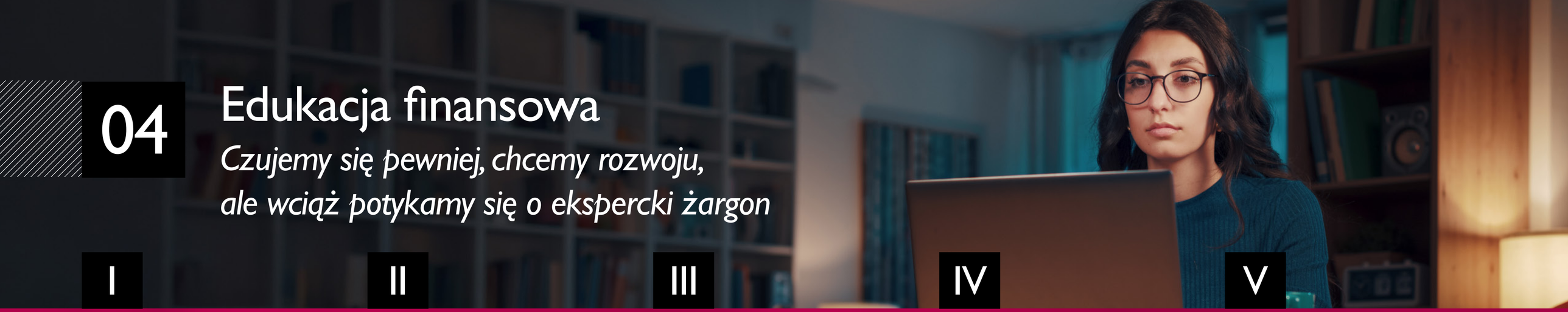
Lęki przed hipoteką się utrzymują

Choć 24% Polaków wolałoby kredyt niż płacenie za wynajem (wzrost o 6 p.p. w stosunku do 2025), to hipoteka budzi obawy: dla 23% to zbyt długie zobowiązanie, 20% uważa ją za zbyt ryzykowne rozwiązanie (vs. 14% w 2025), a 18% deklaruje, że po prostu ich na nią nie stać.

IV

Obniżka stóp dla oszczędzających i już zakredytowanych

Choć 50% Polaków słyszało o obniżkach stóp procentowych przez RPP, to większość z nas nie podejmuje pod ich wpływem żadnych kroków – aż 57% świadomych tej decyzji nie planuje żadnych działań. Ci, którzy reagują, najczęściej szukają alternatyw dla dotychczasowych lokat i kont oszczędnościowych (22%), 8% już przeniosło część środków z produktów oszczędnościowych, a 10% zamierza nadpłacać kredyt kwotami zaoszczędzonymi na niższych ratach.



04 Edukacja finansowa

Czujemy się pewniej, chcemy rozwoju, ale wciąż potykamy się o ekspercki żargon

I

Zdrowa pewność siebie

Odnotowano spektakularny wzrost samooceny – aż 48% Polaków ocenia swoje umiejętności zarządzania finansami osobistymi jako dobre lub bardzo dobre (wobec zaledwie 31% rok temu). Jedynie 10% uważa, że radzi sobie słabo – to dwukrotny spadek w skali roku. Największe braki wiedzy wciąż odczuwamy w obszarze inwestowania (46%). W tym temacie mamy też najwięcej wątpliwości i popełniamy najwięcej błędów, kiedy mamy ustosunkować się do konkretnych zagadnień z zakresu finansów.

II

System barier i brak dostępu, który kruszeje

Mimo lepszej samooceny aż 48% Polaków uważa, że edukacja finansowa w Polsce nie jest równo dostępna dla wszystkich. Podobnie 50% przyznaje, że osobiście miało do niej mały dostęp. Jednak to osobiste doświadczenie małego dostępu do edukacji finansowej jest mniej powszechne niż rok temu (50% vs. 56% w 2025). Edukacja w zakresie finansów bezpośrednio przekłada się na osobiste decyzje – braki w tej edukacji zdaniem niemal połowy Polaków przełożyły się w przeszłości na ich złe decyzje finansowe. Główną barierą pozostaje dla nas niezrozumiały, ekspercki język w materiałach edukacyjnych (48%), zbyt późne rozpoczynanie edukacji (38%) i ograniczona dostępność edukacji poza dużymi miastami (34%). Te bariery są jednak dostrzegane rzadziej niż rok temu.

III

Pół na pół

Połowa Polaków deklaruje, że ma kontrolę nad swoimi wydatkami i finansami. Połowa chce lepiej zarządzać swoimi finansami. Połowa ocenia swoje umiejętności finansowe jako dobre, a połowa jako przeciętne lub gorsze. Połowa uważa, że można swobodnie rozmawiać o pieniądzach. Wyniki pokazują, że spora pewność siebie Polaków w kwestiach finansowych nie oznacza braku potrzeby dalszego rozwoju w tym obszarze. Choć widać poprawę, do zrobienia wciąż została połowa pracy, ale otwartość na tę pracę jest duża.

IV

…i telefon do przyjaciela lub internetu

Rodzina i znajomi są istotni w procesie zdobywania wiedzy na temat finansów – 26% deklaruje, że czerpie od nich wiedzę finansową (drugie miejsce po stronach internetowych banków), a 35% uważa, że najbliższe otoczenie powinno być odpowiedzialne za edukację finansową. Źródła rodzinne są na równi z artykułami w internecie (25% wskazań) oraz tradycyjnymi mediami (25%). Rodzina ma w tym obszarze zdecydowaną przewagę nad mediami społecznościowymi (14%).

V

Szkoły, rząd i banki wywołane do tablicy

Jesteśmy zgodni co do systemowych rozwiązań – aż 84% Polaków uważa, że edukacja finansowa powinna być obowiązkowa w szkołach (z czego połowa chce jej rozpoczęcia już w szkole podstawowej, a dwie na pięć osób w szkole średniej). Zwiększył się nacisk na instytucjonalne rozwiązania ze strony szkół i uczelni (68% vs. 63% w 2025) oraz rządu i instytucji publicznych (42% vs. 34% w 2025). Rośnie też odpowiedzialność banków: 34% z nas uważa, że to banki powinny odpowiadać za edukację (wzrost z 26% rok temu), a strony internetowe i materiały edukacyjne banków są dla 32% Polaków źródłem finansowej wiedzy.



05 Cyberbezpieczeństwo

Ufamy bankom, ale doświadczenie nakazuje nam czujność

I

Bezpieczeństwo jak w banku

W internecie ogólnie bezpiecznie czuje się zaledwie 51% Polaków. Sytuacja diametralnie się zmienia, gdy korzystamy z usług bankowych: 76% czuje się bezpiecznie, logując się do bankowości internetowej, a 73% korzystając z aplikacji mobilnej. Banki cieszą się dużym zaufaniem – 81% uważa, że ich pieniądze są tam bezpieczne (podczas gdy fintechy takie jak Revolut, BLIK czy PayPo notują tu zaledwie 52% zaufania).

II

Płatności online wygodne, ale nie bez obaw

Nasze zaufanie spada przy zakupach w sieci – płacąc kartą w internecie, bezpiecznie czuje się tylko 46% Polaków, a płacąc BLIKIEM 62%. 14% czuje się mało bezpiecznie, płacąc telefonem w sklepie, a co 10. osoba obawia się przy otwieraniu nowego produktu bankowego online.

III

Gorzka nauka ostrożności

Aż połowa Polaków miała w ciągu ostatniego roku styczność z cyberoszustwami – 20% doświadczyło bezpośredniej próby wyłudzenia, 16% ostrzegało kogoś przed możliwością oszustwa, 7% zgłaszało taką okoliczność na policję, a 6% rzeczywiście straciło pieniądze w wyniku oszustwa. Ostrożność wzmagają też informacje o nowych metodach stosowanych przez oszustów – co trzeci Polak zetknął się z taką informacją w ciągu ostatniego roku.

IV

Bezpieczeństwo wspólnym wysiłkiem

Polacy wierzą w synergię własnej odpowiedzialności, akcentowanej w wielu kampaniach społecznych i technologii – jako kluczowe czynniki bezpieczeństwa wskazują własną ostrożność (78%) oraz zabezpieczenia stosowane przez bank (76%). Najmniej (choć też dość mocno) opieramy się na monitorowaniu sieci przez państwo (56%).

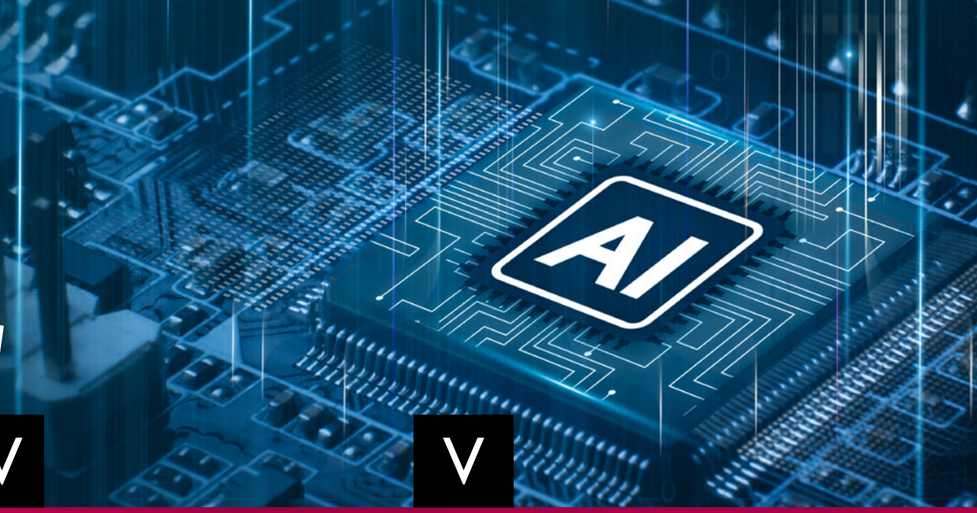
V

Nieznane linki w e-mailach i fałszywy konsultant

Zapoczątkowania próby oszustwa w internecie Polacy najbardziej spodziewają się w wiadomości e-mail (49%) i w rozmowie telefonicznej (42%). Wiedzą też, że powinni zachować ostrożność podczas odbierania SMS-ów czy podawania danych osobowych/do logowania. Oszustwa na portalach sprzedażowych i ogłoszeniowych (Vinted, olx) znalazły się dopiero na piątym miejscu w rankingu ryzyka, na równi z korzystaniem z publicznego wi-fi z wynikiem 32%.

06 Sztuczna inteligencja

Oswajamy AI na swoich zasadach, ale w bankowości dostępność człowieka wciąż daje poczucie bezpieczeństwa



I

AI codziennym ułatwieniem życia

Aż 60% Polaków korzysta ze sztucznej inteligencji, przede wszystkim używa jej do wyszukiwania konkretnych informacji (42%) oraz w celach edukacyjnych (21%). 16% wykorzystuje AI w pracy. Co ciekawe, już 8% Polaków szuka w AI wsparcia psychicznego.

II

Mniejszy lęk, większa niepewność

Maleje pesymizm dotyczący ogólnych skutków obecności AI w naszym życiu: 24% uważa, że AI przyniesie nam więcej złego niż dobrego (wyraźny spadek z 28% w 2024), a 32% – że bilans zysków i strat będzie wyrównany (wobec 38% w 2024). Wciąż 17% oczekuje przewagi pozytywnych skutków. Dłuższa styczność z AI i obserwacja rozwoju technologii nie przyniosła nam większej pewności co do jej przyszłości, wręcz przeciwnie – trudniej nam jest określić, jakie będą skutki tej technologii (27% vs. 17% w 2024). Powszechnie już zauważamy możliwe korzyści z AI (tylko 8% nie widzi żadnych korzyści wobec 24% w 2024), a mniej obecne są konkretne obawy co do jego wykorzystania (już 15% nie ma żadnych obaw wobec 9% w 2024).

III

Love-hate relationship

W wykorzystaniu AI najbardziej obawiamy się manipulacji i dezinformacji (45%), spadku zdolności intelektualnych społeczeństwa (45%), naruszeń prywatności wizerunku (43%) i utraty kontroli nad AI (42%). Z drugiej strony wiążemy z AI też duże nadzieje: na postęp w medycynie, usprawnienie pracy, poprawę jakości życia (51%) czy postęp w edukacji (41%). Większość obaw jest mniej powszechna, a nadziei bardziej powszechna niż w 2024 roku.

IV

Przesyt i potrzeba kontroli

Nie chcemy jednak AI na każdym kroku. 56% uważa, że sztucznej inteligencji jest za dużo w czatowej i telefonicznej obsłudze klienta, 52% ma jej dość w treściach online, a 50% dostrzega nadmiar w zakresie porad życiowych/nawiązywania relacji z AI. W żadnym z wymienionych obszarów codziennego życia respondenci nie oczekują powszechnie większego wykorzystania AI. Sztuczna inteligencja nie jest raczej atrakcją samą w sobie, ma być narzędziem, z którego użytkownicy mogą aktywnie korzystać na swoich zasadach, a nie być biernym odbiorcą takich treści.

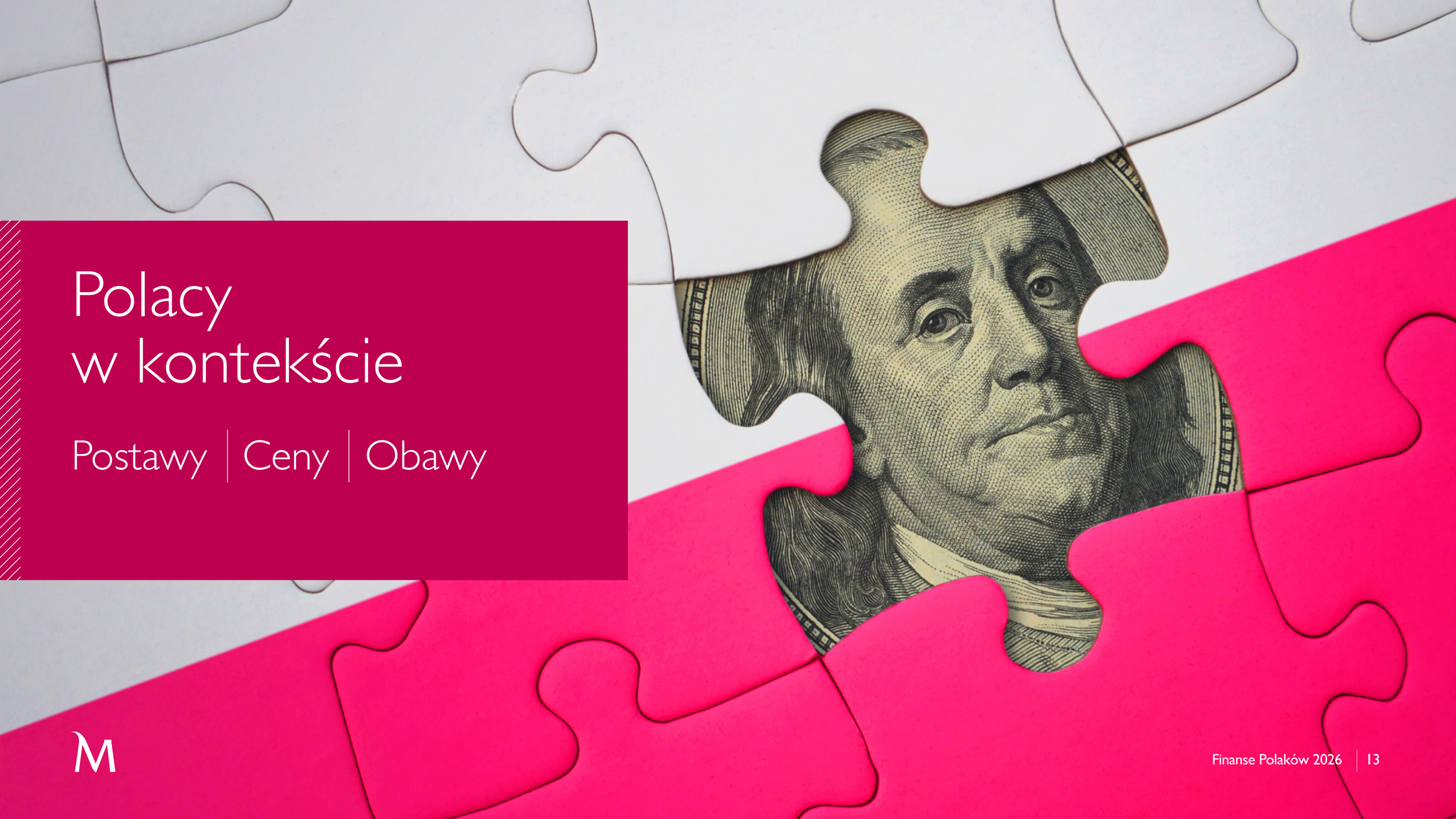
V

Sektor finansowy z ludzką twarzą

Choć 54% Polaków uważa poziom wdrożenia AI w bankowości za odpowiedni, to w żadnej usłudze finansowej większość klientów nie chce opierać się wyłącznie na technologii. Przykładowo przy doradztwie kredytowym aż 52% deklaruje, że nie chce w ogóle korzystać ze wsparcia AI, 42% żąda możliwości kontaktu z człowiekiem jako wsparcia obok AI, a zaledwie 7% zadowoliłoby się wyłącznie kontaktem z algorytmem. Ogólnie 41% respondentów ocenia zastosowanie AI w bankowości jako zbyt daleko idące.

Polacy w kontekście

Postawy | Ceny | Obawy



Postawy finansowe Polaków

Polacy mają raczej ostrożne podejście do finansów – zależy im na unikaniu zadłużenia i ochronie pieniędzy przed inflacją (61%) bardziej niż na zysku (45%). Starają się zapewnić sobie bezpieczeństwo finansowe przez ograniczanie wydatków (58%). I wydaje się, że pomimo zaniepokojenia sytuacją na świecie większości się to udaje. Jednak wciąż co trzeci Polak czuje, że przyszłość finansowa jest niepewna, a prawie połowa chciałaby lepiej zarządzać swoimi finansami. To dążenie może wspierać dość duża już otwartość na rozmowy o finansach – dla 56% Polaków to temat jak każdy inny.

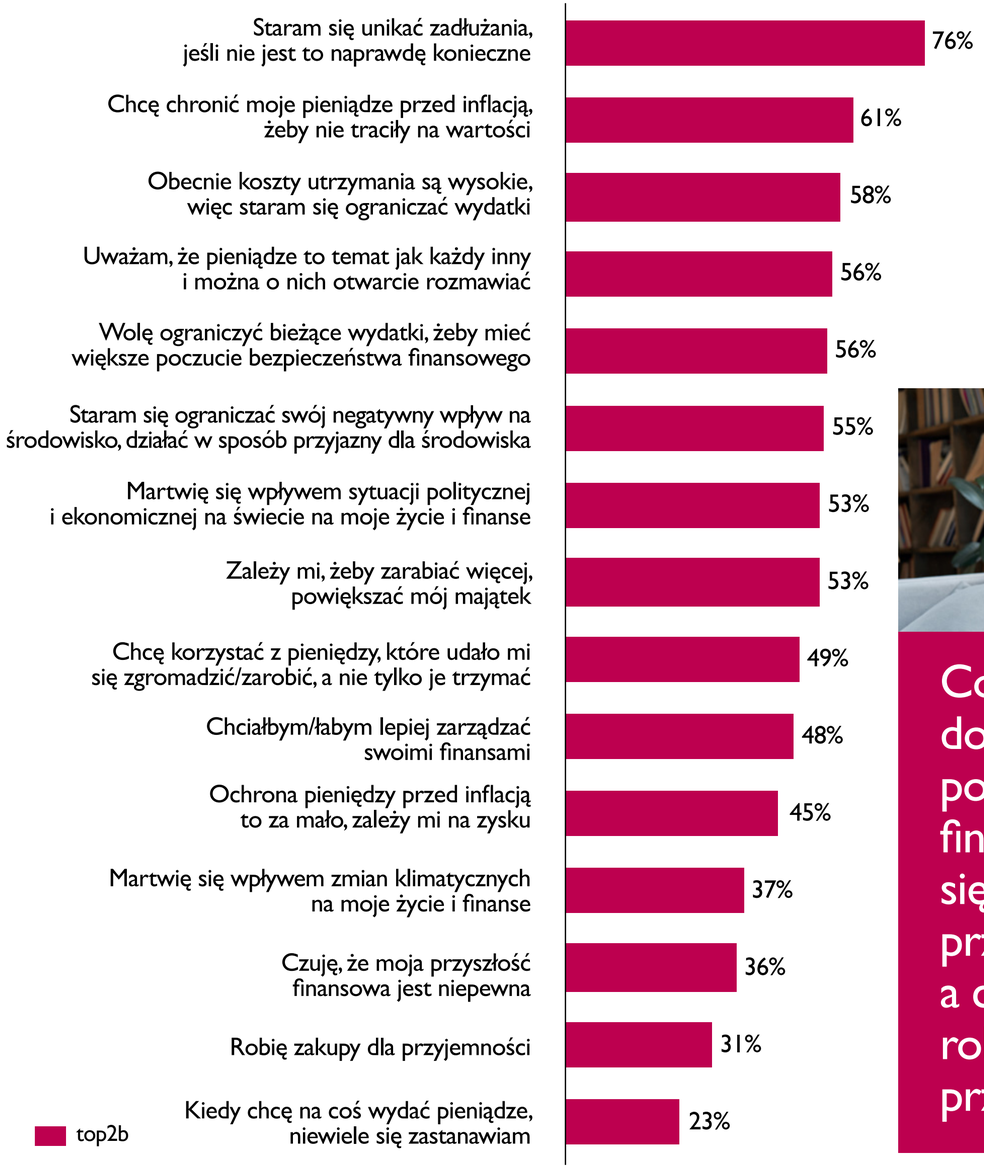


56%

Można swobodnie rozmawiać o pieniądzach

48%

Chcę lepiej zarządzać swoimi finansami



Baza: 2026 N=1050 wszyscy respondenci



Co piąta osoba ma dosyć swobodne podejście do finansów – niewiele się zastanawia przed zakupem, a co trzecia robi zakupy dla przyjemności.

Zmartwienia Polaków

19%

Polaków wymienia sytuację na Bliskim Wschodzie i ceny paliw jako jedno z pięciu największych zmartwień

43%

Polaków wymienia wzrost cen jako jedno z pięciu największych zmartwień. To trzecie największe zmartwienie Polaków

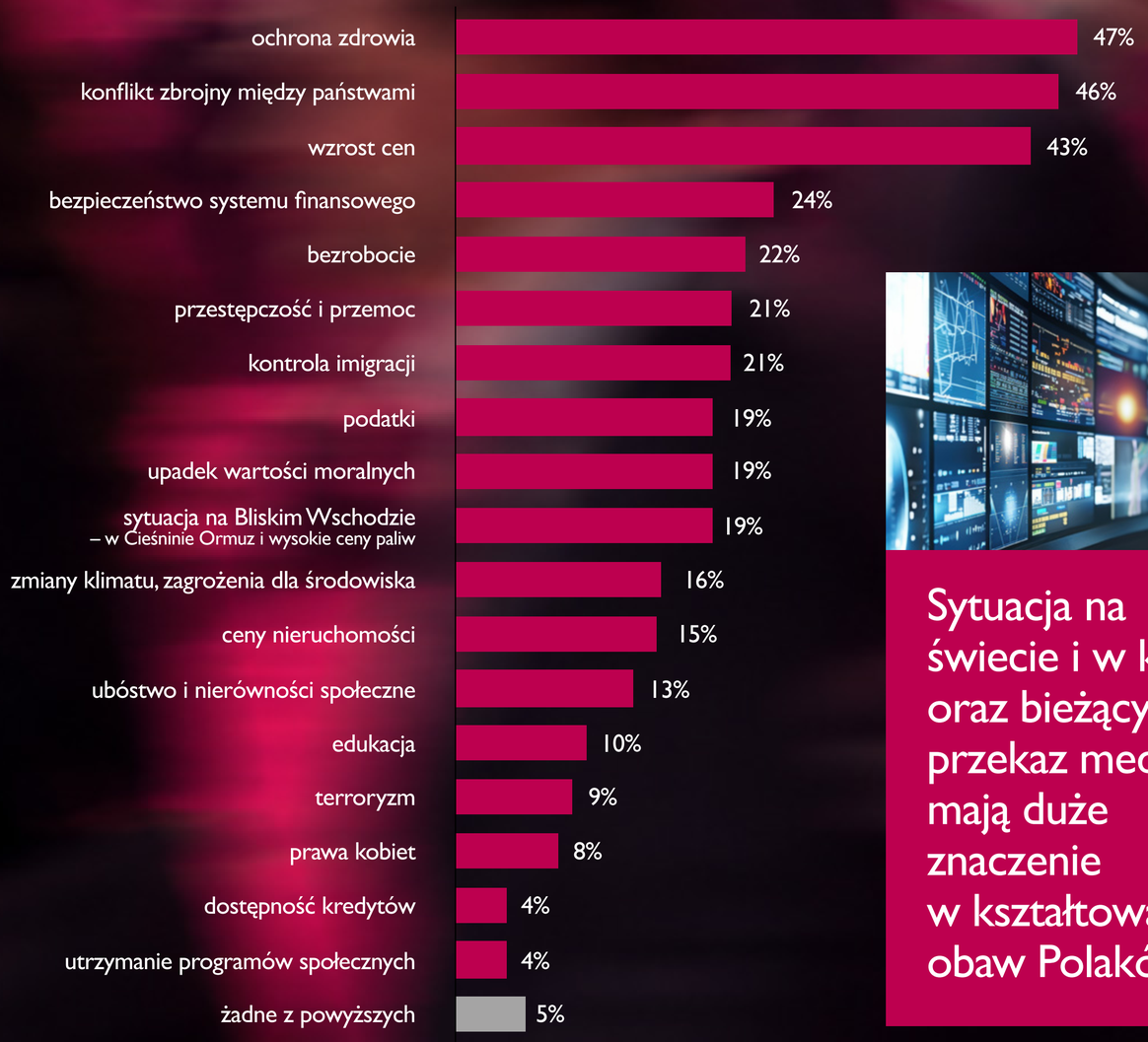
3 największe zmartwienia Polaków:

ochrona zdrowia

konflikt zbrojny

wzrost cen

Którymi kwestiami martwisz się najbardziej w odniesieniu do sytuacji w Polsce? Zaznacz do pięciu, którymi martwisz się najbardziej.



Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci

Sytuacja na świecie i w kraju oraz bieżący przekaz medialny mają duże znaczenie w kształtowaniu obaw Polaków.

Postrzeganie zmian cen



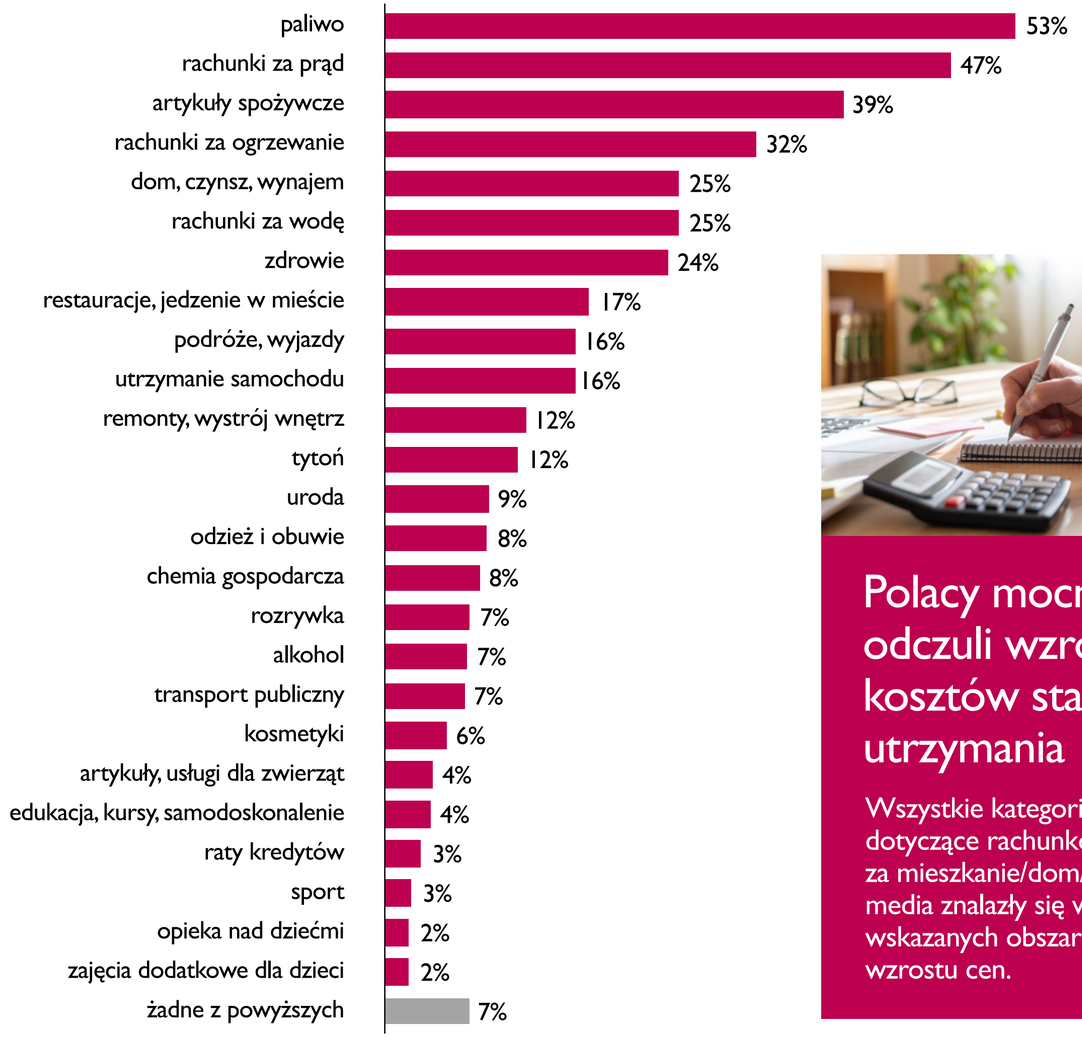
Obecny wzrost cen jest bardzo odczuwalny, ponieważ dotyczy kategorii, które są jedną z największych części naszych budżetów domowych (według GUS mieszkanie, woda, energia elektryczna, gaz i inne paliwa obecnie 19,4%, transport 9,8%, po żywności i napojach 25,1%*) i które trudno znacznie ograniczyć czy z nich zrezygnować. Dotyczy to rachunków za mieszkanie i media oraz cen paliwa.

53%

wskazuje wzrost cen paliw jako jeden z pięciu najbardziej zauważalnych

*Wydatki Polaków 2026: żywność, mieszkanie i transport to 54,3% budżetu – Forsal.pl

Czy odczuwasz wzrost cen poniższych produktów/usług w ostatnich 12 miesiącach? Wskaż maksymalnie pięć obszarów, w których nastąpił według Ciebie największy wzrost cen.



Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Polacy mocno odczuli wzrost kosztów stałych utrzymania

Wszystkie kategorie dotyczące rachunków za mieszkanie/dom/media znalazły się w top 5 wskazanych obszarów wzrostu cen.

01

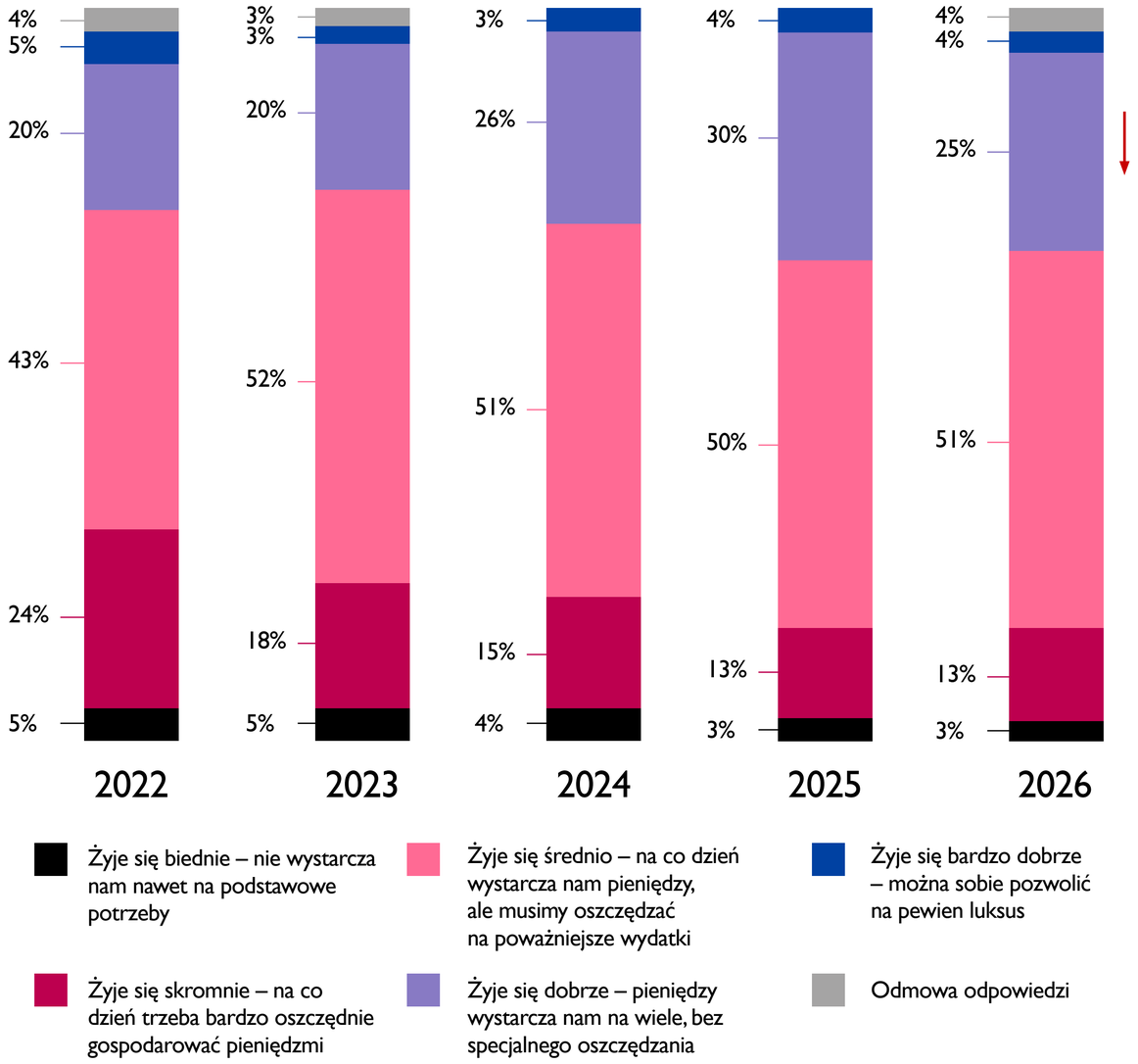
Ogólna sytuacja finansowa, oszczędności i postawy finansowe



Ocena sytuacji finansowej w gospodarstwie domowym

Polacy oceniają swoją sytuację finansową nieco gorzej niż rok temu – spadł odsetek Polaków deklarujących, że żyje im się dobrze (pieniędzy wystarcza na wiele wydatków bez potrzeby specjalnego oszczędzania), i obecnie wynosi 25%. Najbardziej powszechną sytuacją finansową Polaków jest oszczędzanie na większe wydatki, ale posiadanie względnej swobody finansowej w codziennych wydatkach. Biorąc jednak pod uwagę wysoki odsetek osób zauważających wzrost kosztów utrzymania, samoocenę sytuacji finansowej Polaków można uznać za optymistyczną.





Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

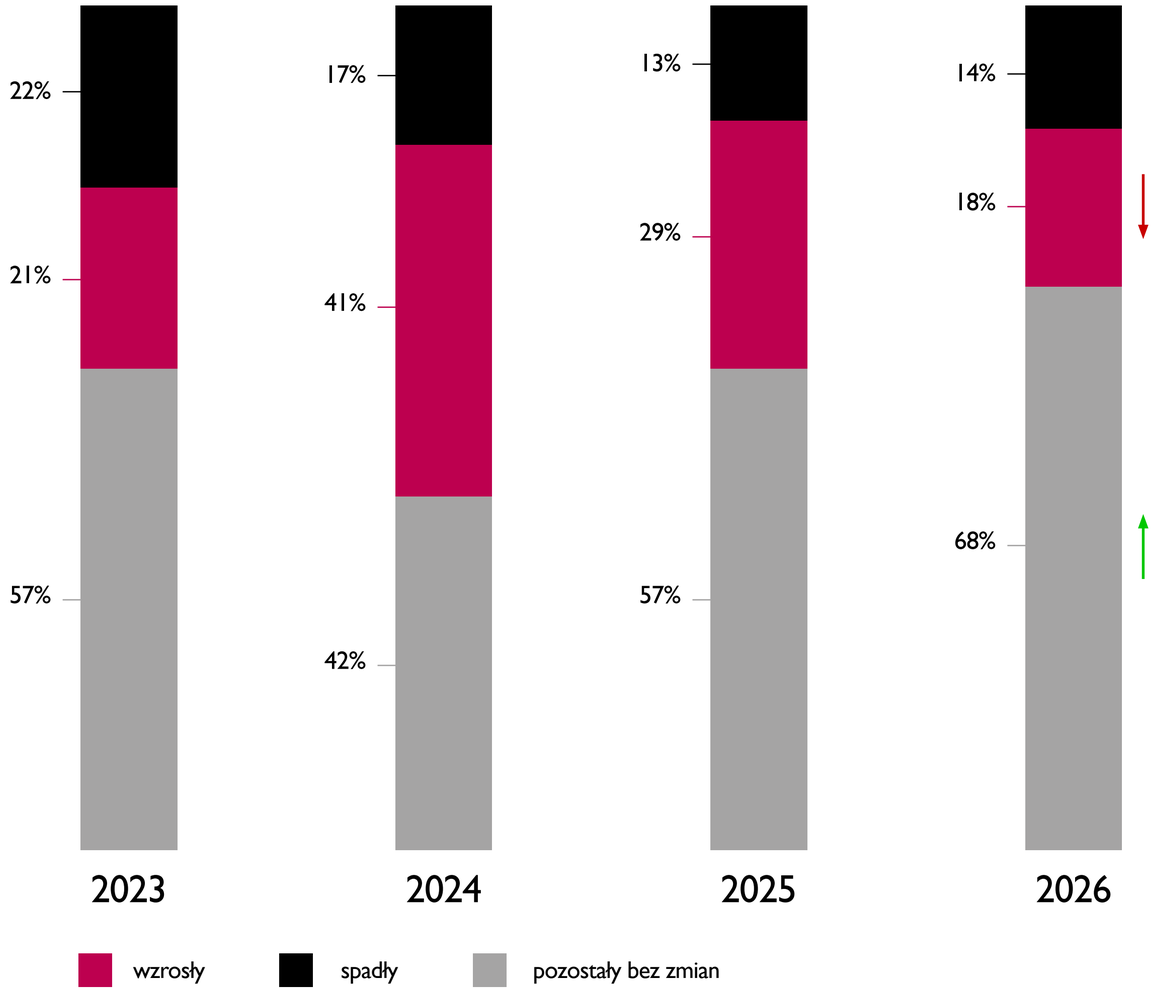
Baza: 2022 N=1070, 2023 N=1070, 2024 N=1135, 2025 N=1046, 2026 N=1050, wszyscy respondenci

Dochody Polaków



W wynagrodzeniach Polaków widoczna jest stagnacja. Dla niemal 70% Polaków ostatnie pół roku nie przyniosło zmiany dochodów. Dochody wzrosły tylko u 18% Polaków, co jest istotnie mniejszym odsetkiem niż w zeszłym roku i najniższym od 2023. Stabilna jest za to grupa osób, których dochody spadły. Dane pokazują zatem, że lekkie pogorszenie oceny sytuacji finansowej wynika ze wzrostu kosztów utrzymania, za którym nie nadążają wynagrodzenia.

Czy Twoje dochody w ciągu ostatnich 6 miesięcy...?



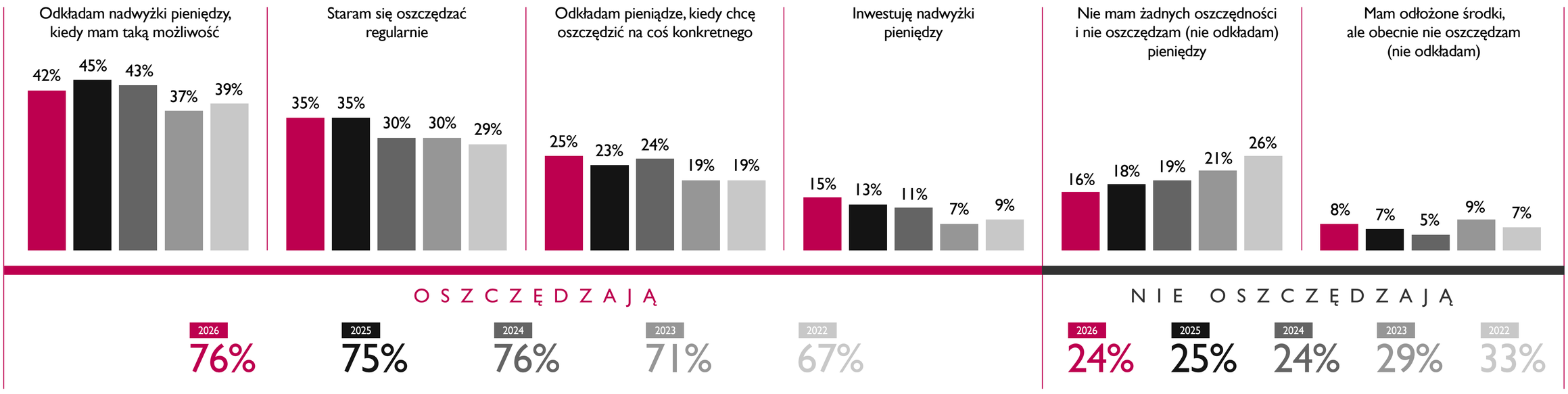
Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Baza: 2022 N=1070, 2023 N=1070, 2024 N=1135, 2025 N=1046, 2026 N=1050, wszyscy respondenci

Zwyczaje w oszczędzaniu

Od 2024 odsetek oszczędzających utrzymuje się na stabilnym poziomie – oszczędza trzech na czterech Polaków. Widać jednak łagodny trend wzrostowy w poszczególnych nawykach oszczędnościowych. Po zeszłorocznym wzroście na wysokim poziomie utrzymuje się odsetek osób oszczędzających regularnie (35%). Sukcesywnie wzrasta odsetek osób deklarujących inwestowanie nadwyżek pieniędzy. Najpopularniejszym nawykiem oszczędnościowym pozostaje odkładanie nadwyżek finansowych w miarę możliwości – robi tak 42% Polaków. 16% Polaków nie oszczędza i nie ma w ogóle oszczędności, jednak ten odsetek stopniowo spada. Rośnie za to łagodnie grupa, która ma oszczędności, ale obecnie nie jest w stanie ich powiększać.





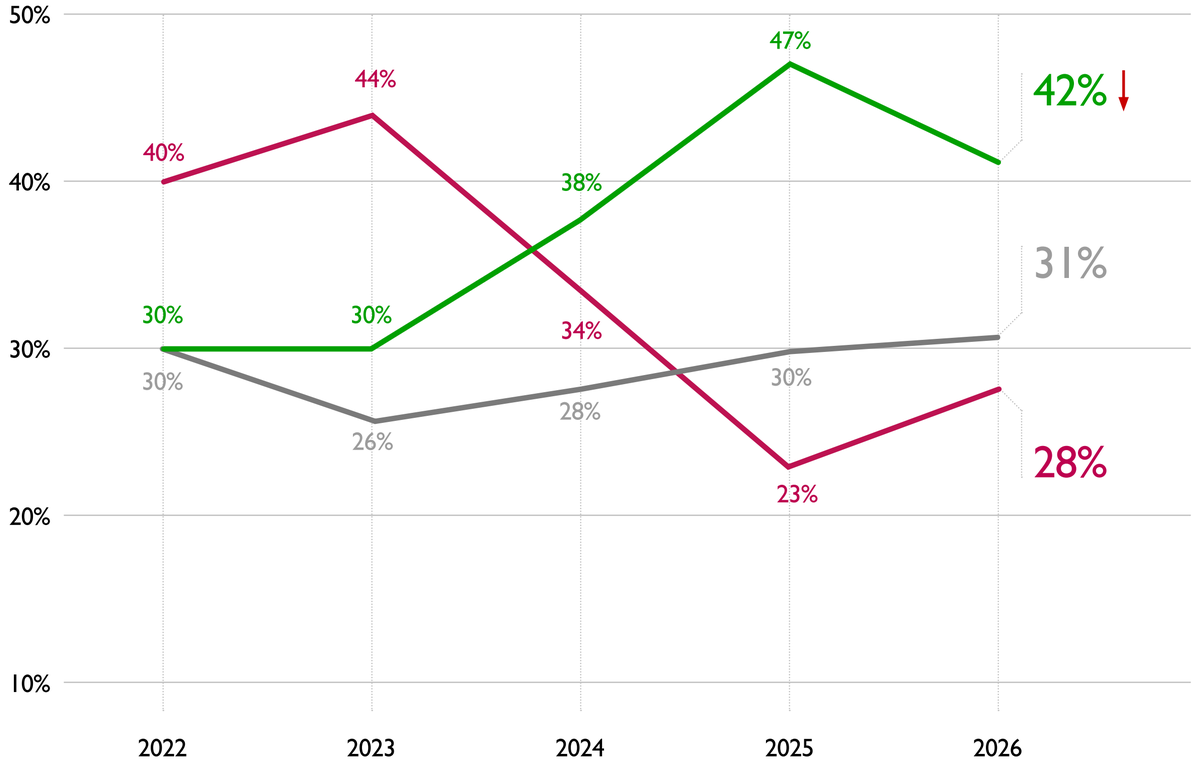
Baza: 2022 N=1070, 2023 N=1070, 2024 N=1135, 2025 N=1046, 2026 N=1050, wszyscy respondenci

Stan oszczędności

Po optymistycznym pod względem oszczędności 2025 w tym roku mniej Polaków było w stanie powiększyć kwotę swoich oszczędności – tylko 42% budowało dalej swoją poduszkę finansową (w porównaniu z 47% w zeszłym roku). Grupa osób, których oszczędności spadły, zwiększyła się za to z 23% do 28%.



Który opis dotyczący kwoty Twoich oszczędności w ciągu ostatnich 6 miesięcy pasuje do Ciebie najbardziej?



Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓↑

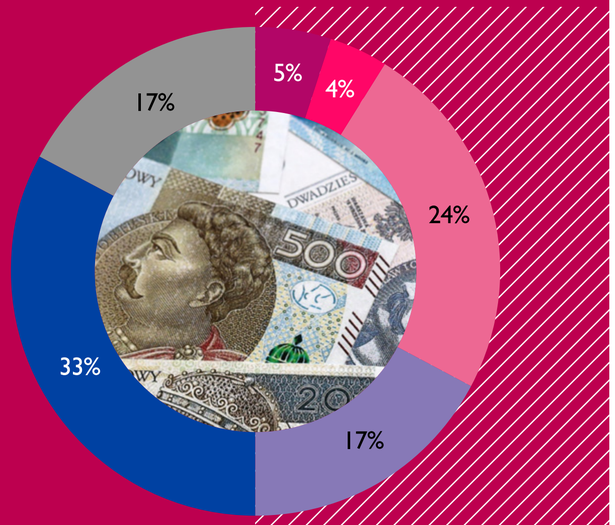
Baza: 2022 N=722, 2023 N=756, 2024 N=862, 2025 N=826, 2026 N=799 respondenci, którzy obecnie oszczędzają pieniądze

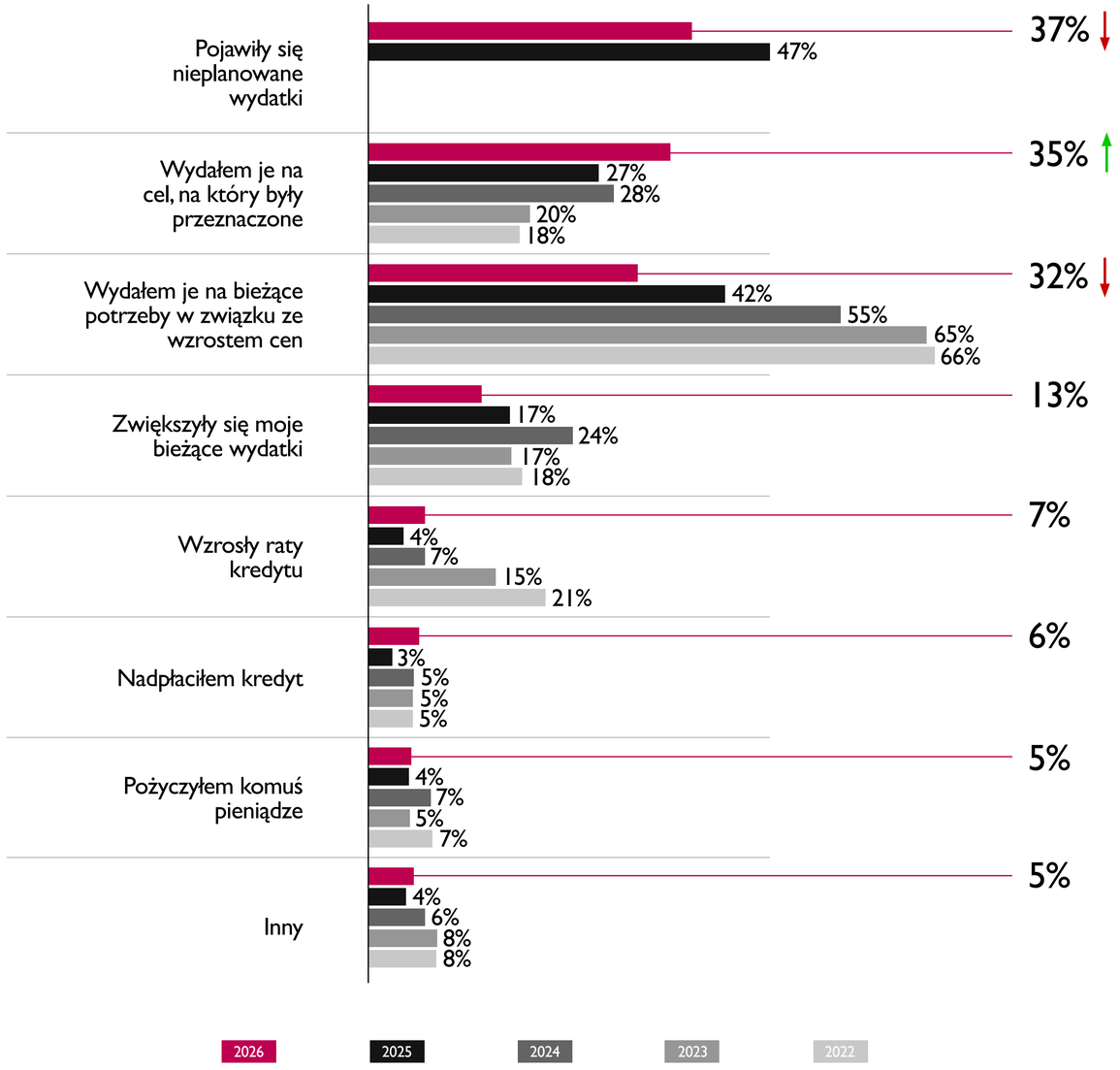
Powody spadku oszczędności

Analiza powodów spadku oszczędności pokazuje, że korzystanie z poduszki finansowej mogło uchronić Polaków przed odczuciem w bieżącym portfelu wzrostu kosztów utrzymania – 32% wydało przynajmniej część oszczędności na bieżące potrzeby z powodu wzrostu cen, co jest mniejszym odsetkiem niż w poprzednich latach, pozostaje jednak na trzecim miejscu powodów spadku sumy oszczędności.

Najczęściej jednak Polacy byli zmuszeni wykorzystać swoje oszczędności na nieplanowane wydatki lub wydawali je zgodnie z przeznaczeniem – ten odsetek sukcesywnie rośnie.
Rodzaj niepewności finansowej jest widoczny w planach odbudowy oszczędności – jedynie połowa osób, których oszczędności spadły, jest zdeterminowana, żeby je odtworzyć.

Czy zamierzasz odtworzyć swoje oszczędności do poziomu sprzed pół roku temu, jeśli sytuacja finansowa Ci na to pozwoli?





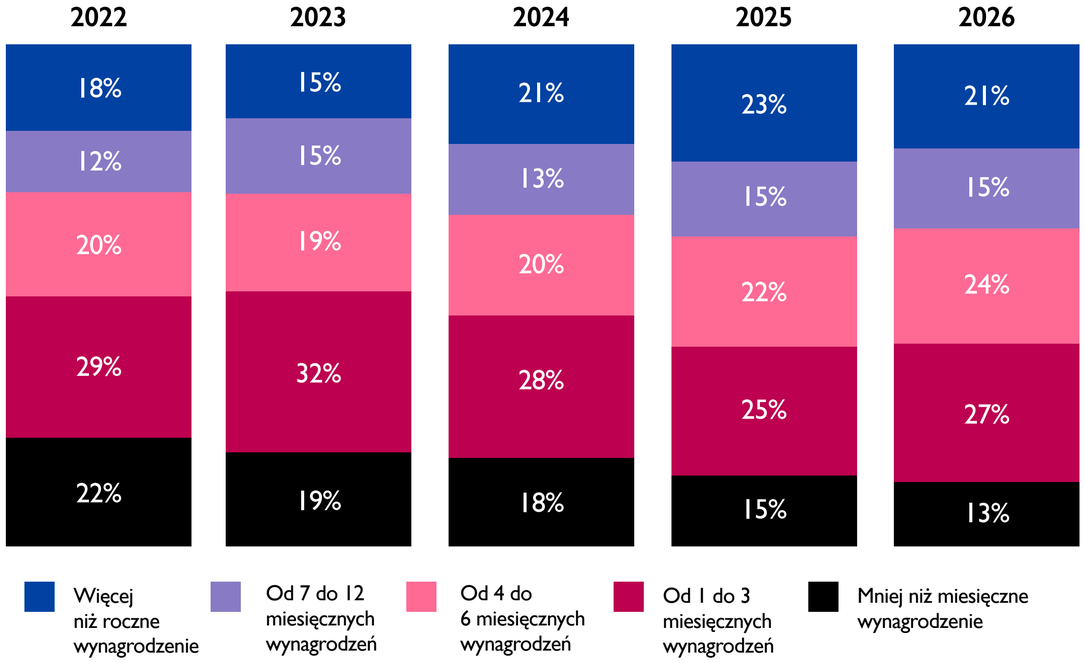
Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Baza: 2022 N=291, 2023 N=332, 2024 N=294, 2025 N=181, 2026 N=221 respondenci, których oszczędności spadły

Stan oszczędności – kwoty

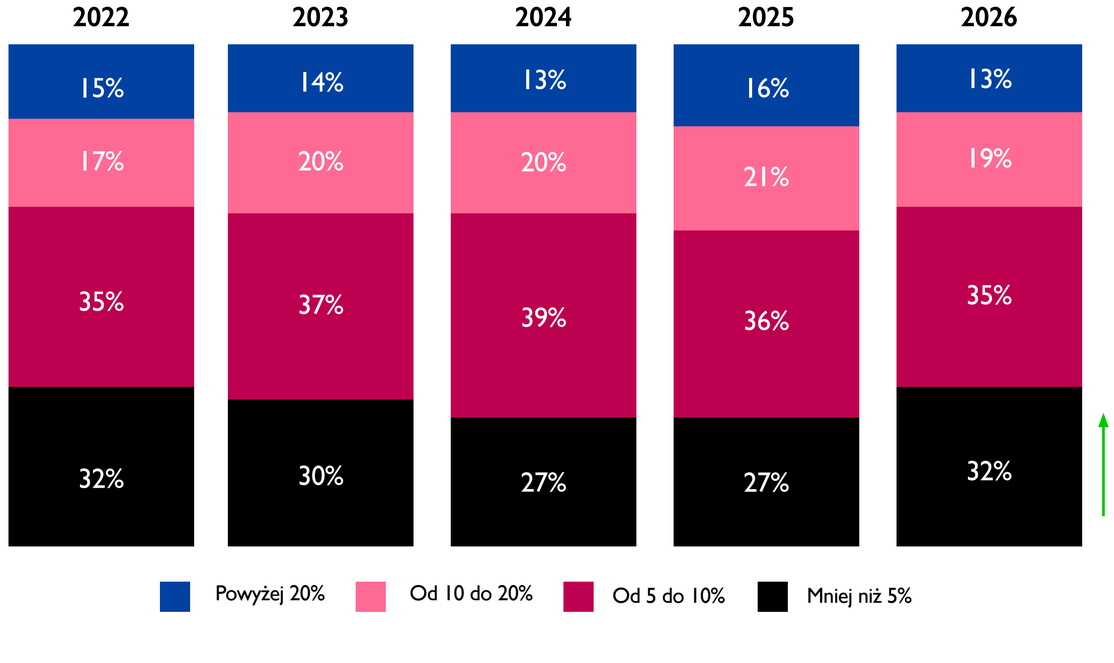
Ile masz obecnie zaoszczędzonych pieniędzy?

40% oszczędzających ma odłożone do trzech miesięcznych wynagrodzeń, a 36% Polaków ma poduszkę finansową przekraczającą wartość półrocznych dochodów. Zmiany w poziomie oszczędności nie znajdują jeszcze odzwierciedlenia w konkretnych odłożonych kwotach. Widoczny jest jedynie niewielki wzrost odsetka Polaków, którzy mają oszczędzone od 1 do 6 miesięcznych wynagrodzeń.



Jaką część miesięcznego dochodu odkładasz?

Trudność w dalszym budowaniu oszczędności widać w odsetku miesięcznego dochodu odkładanego przez Polaków – aż o 5 p.p. wzrósł odsetek osób, które oszczędzają miesięcznie poniżej 5% dochodu (z 27% do 32%). W sumie 67% oszczędzających odkłada miesięcznie maksymalnie 10% dochodu.



Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Baza: 2022 N=722, 2023 N=756, 2024 N=862, 2025 N=826, 2026 N=799, respondenci, którzy obecnie oszczędzają pieniądze

Postawy wobec oszczędzania i inwestowania

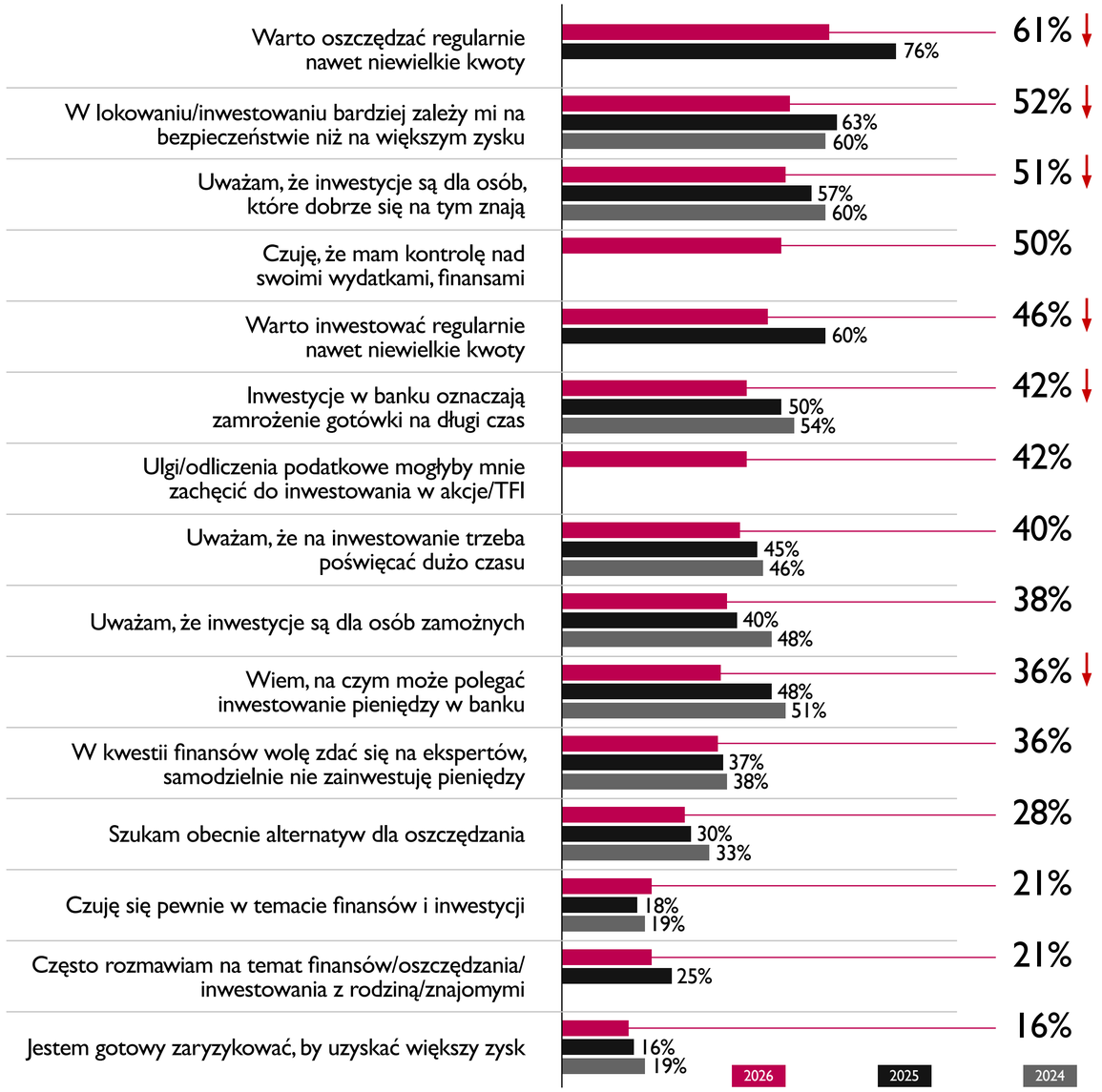
Polacy widzą zalety regularnego oszczędzania (61%) i inwestowania małych kwot (46%). Są też często usatysfakcjonowani poziomem kontroli nad swoimi finansami (50%). W przypadku lokowania pieniędzy Polakom wciąż zależy bardziej na bezpieczeństwie niż na wysokim zysku (52%). Jedynie 16% deklaruje gotowość do zaryzykowania na rzecz większego zysku. Przed inwestowaniem Polaków powstrzymuje przekonanie, że jest to dla osób, które dobrze się na tym znają (51%), oraz wizja zamrażania pieniędzy na długi czas (42%). Za małą motywacją do inwestowania stoi również to, że jedynie 28% Polaków obecnie szuka alternatyw dla oszczędzania, a temat finansów nie pojawia się często w prywatnych rozmowach. Deklarują jednak, że ulgi podatkowe mogłyby ich zachęcić do inwestowania (42%). W porównaniu z zeszłym rokiem hierarchia postaw wobec oszczędzania i inwestowania jest podobna, lecz większość z nich jest mniej wyrazista – Polacy z mniejszym przekonaniem deklarują prawie wszystkie stwierdzenia.

52%

w lokowaniu pieniędzy zależy bardziej na bezpieczeństwie niż na wysokim zysku

16%

jest gotowych, żeby zaryzykować dla większego zysku



Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Baza: 2022 N=1070, 2023 N=1070, 2024 N=1135, 2025 N=1046, 2026 N=1050, wszyscy respondenci

Zwyczaje w oszczędzaniu

Konto oszczędnościowe pozostaje najpopularniejszą formą gromadzenia oszczędności wśród Polaków. Dwie na pięć osób przechowuje oszczędności na koncie bieżącym, a 36% w gotówce. Polacy najczęściej oszczędzają bez konkretnego celu, czyli „na czarną godzinę", na nieprzewidziane wydatki. Wśród konkretnych celów oszczędzania przodują wakacje (35%) i remonty (23%). Niemal 30% Polaków oszczędza na emeryturę/na przyszłość.



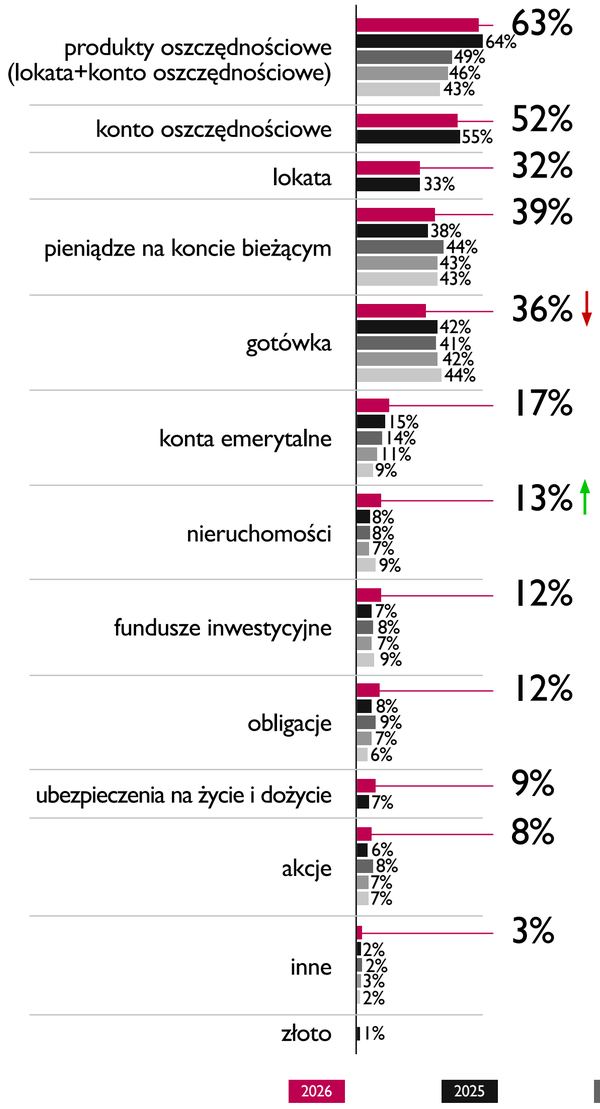
39%

przechowuje oszczędności na koncie bieżącym

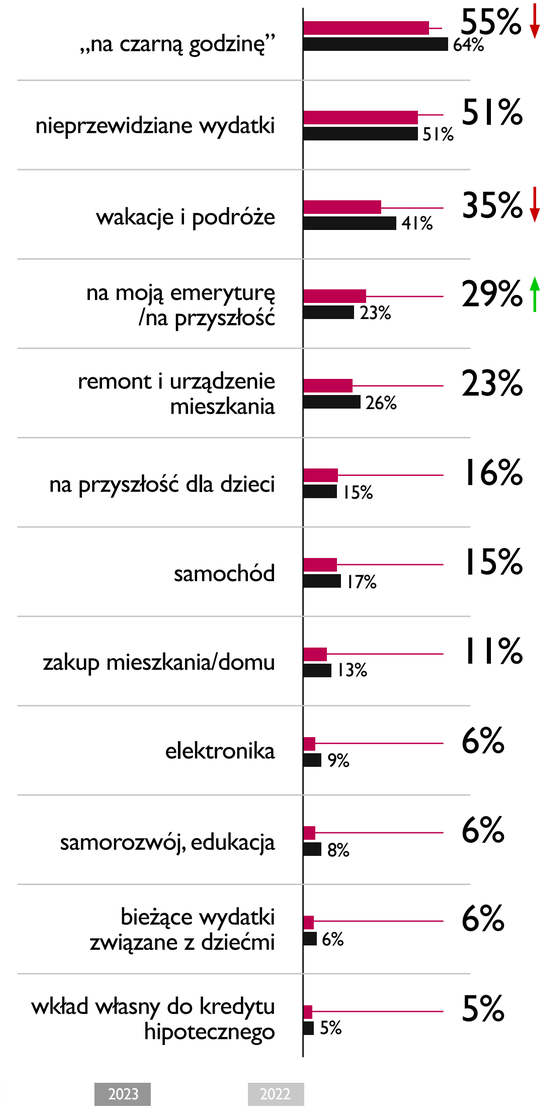
36%

przechowuje oszczędności w gotówce

Metody oszczędzania pieniędzy



Cele oszczędzania

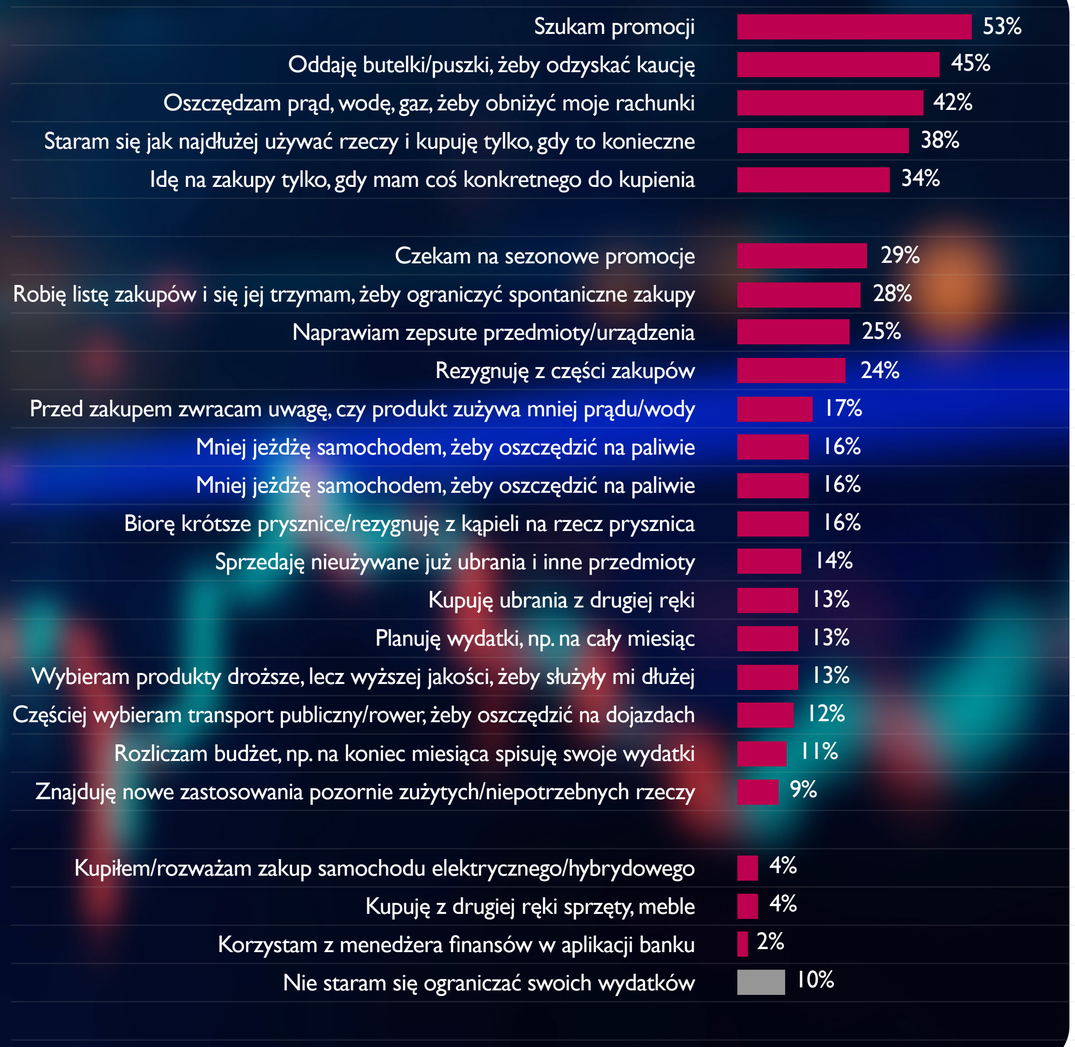


Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Baza: 2022 N=722, 2023 N=756, 2024 N=862, 2025 N=826, 2026 N=799 respondenci, którzy obecnie oszczędzają pieniądze

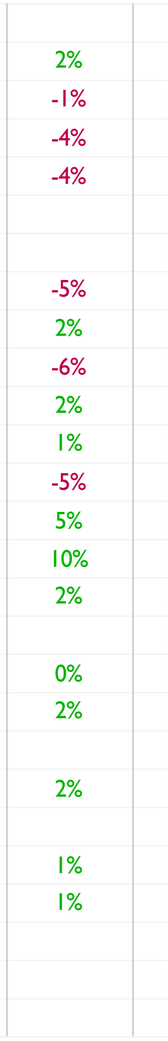
Postawy

Co robimy, żeby zaoszczędzić EKOnomiczne



P. Ludzie stosują różne sposoby, żeby ograniczyć wydatki, oszczędzać pieniądze. Zaznacz te, które stosował_ś w ciągu ostatnich 12 miesięcy. N=1050, wszyscy respondenci

Różnica między działaniami w trosce o środowisko a działaniami w celu oszczędności



XXX – przewaga motywacji ekonomicznej
XXX – przewaga motywacji ekologicznej

Co robimy w trosce o środowisko EKOlogiczne



P. Ludzie stosują różne sposoby, żeby zadbać o środowisko naturalne. Zaznacz te, które stosował_ś w ciągu ostatnich 12 miesięcy. N=1050, wszyscy respondenci

53%

Polek i Polaków szuka promocji, żeby oszczędzić pieniądze. To najpopularniejszy sposób oszczędzania

10%

Polek i Polaków nie stara się ograniczać wydatków



Większość działań ograniczających konsumpcję ma na celu zarówno oszczędzanie, jak i zadbanie o środowisko. W przypadku najczęstszych działań motywacja ekologiczna jest jednak nieco mniej powszechna.

16%

Polek i Polaków nie podejmuje działań z troski o środowisko – nie widzi takiej potrzeby lub nie wierzy w swoją sprawczość

47%

Polek i Polaków oddaje butelki/puszki do recyklingu. To najpopularniejszy sposób dbania o środowisko

Top 3 sposoby na oszczędzanie pieniędzy

53%

Szukam promocji

45%

Oddaję butelki /puszki, żeby odzyskać kaucję

42%

Oszczędzam prąd, wodę, gaz, żeby obniżyć moje rachunki

Top 3 sposoby na dbanie o środowisko

47%

Oddaję butelki /puszki, żeby mogły trafić do recyklingu

41%

Ograniczam zużycie prądu, wody, gazu, żeby zużywać mniej zasobów

34%

Staram się jak najdłużej używać rzeczy i kupować tylko, gdy to konieczne

Top działania z przewagą motywacji ekonomicznej

38%

Staram się jak najdłużej używać rzeczy i kupuję tylko, gdy to konieczne

34%

Idę na zakupy tylko, gdy mam coś konkretnego do kupienia

28%

Robię listę zakupów i się jej trzymam, żeby ograniczyć spontaniczne zakupy

24%

Rezygnuję z części zakupów

16%

Mniej jeżdżę samochodem, żeby oszczędzić na paliwie

Top działania z przewagą motywacji ekologicznej

20%

Biorę krótsze prysznice /rezygnuję z kąpieli na rzecz prysznica

24%

Sprzedaję lub oddaję innym nieużywane już ubrania i przedmioty

P. Ludzie stosują różne sposoby, żeby ograniczyć wydatki, oszczędzać pieniądze. Zaznacz te, które stosował_ś w ciągu ostatnich 12 miesięcy.
P. Ludzie stosują różne sposoby, żeby zadbać o środowisko naturalne. Zaznacz te, które stosował_ś w ciągu ostatnich 12 miesięcy. N=1050

Polacy EKOnomicznie

Polacy wybierają strategie oszczędzania, które są dla nich najbardziej dostępne finansowo i praktycznie, mają bezpośrednie przełożenie na wydatki (są odpowiednie do codziennych wydatków na żywność i napoje), dają szybki efekt. Równocześnie jednak nie pomagają oszczędzać w dłuższej perspektywie czasowej (jak np. wybór samochodu elektrycznego).
Polacy potrzebują bodźców ekonomicznych i infrastrukturalnych, żeby móc sobie pozwolić i by opłacało im się sięgać po bardziej dalekosiężne strategie oszczędzania i troski o klimat (np. realne dopłaty do zmiany źródła energii czy pojazdu, możliwość korzystania z transportu publicznego w mniejszych miastach/wsiach, gdzie trudno ograniczyć korzystanie z samochodu/paliwa).

Top strategie oszczędzania:

I Szukam promocji

II Oddaję butelki /puszki, żeby odzyskać kaucję

III Oszczędzam prąd, wodę, gaz, żeby obniżyć moje rachunki

IV Staram się jak najdłużej używać rzeczy i kupuję tylko, gdy to konieczne

V Idę na zakupy tylko, gdy mam coś konkretnego do kupienia

16% Mniej jeżdżę samochodem, żeby oszczędzić na paliwie

12% Częściej wybieram transport publiczny /rower, żeby oszczędzić na dojazdach

4% Kupiłem/rozważam zakup samochodu elektrycznego /hybrydowego

Polacy EKOlogicznie

Podejmowanie działań/zakupy eko są droższe i może to być barierą dla Polaków z ograniczonym budżetem. Komunikowanie ograniczania konsumpcji obydwoma argumentami (ekonomicznym i ekologicznym) może być skuteczne – Polacy lubią poczucie bycia smart, sprytnego oszczędzania, ale także robienia czegoś dobrego (tylko 7% deklaruje, że nie widzi potrzeby podejmowania działań z troski o środowisko).
Poziom postaw proekologicznych Polaków wygląda dość optymistycznie, ale wymaga też dalszej edukacji – 9% uważa, że ich działania nie mogą spowolnić zmian klimatu. Potrzebna jest edukacja w zakresie indywidualnego wpływu naszych decyzji na decyzje władz i producentów/koncernów.
Z postawami proekologicznymi konkurują postawy prokonsumpcyjne, sprawiania sobie przyjemności zakupami, co daje na poziomie emocjonalnym poczucie bezpieczeństwa, którego potrzebujemy w sytuacji odczuwania wielu zagrożeń. Zaprzeczanie własnemu możliwemu wpływowi na spowolnienie zmian klimatu może być usprawiedliwieniem swojej bierności i trudności w powstrzymaniu się od nadmiernej konsumpcji.

7% Wybieram marki odpowiedzialne, ekologiczne, nawet jeśli są droższe

7% Nie widzę potrzeby podejmowania działań z troski o środowisko

9% Uważam, że moje działania nie mogą spowolnić zmian klimatu

31% Robię zakupy dla przyjemności

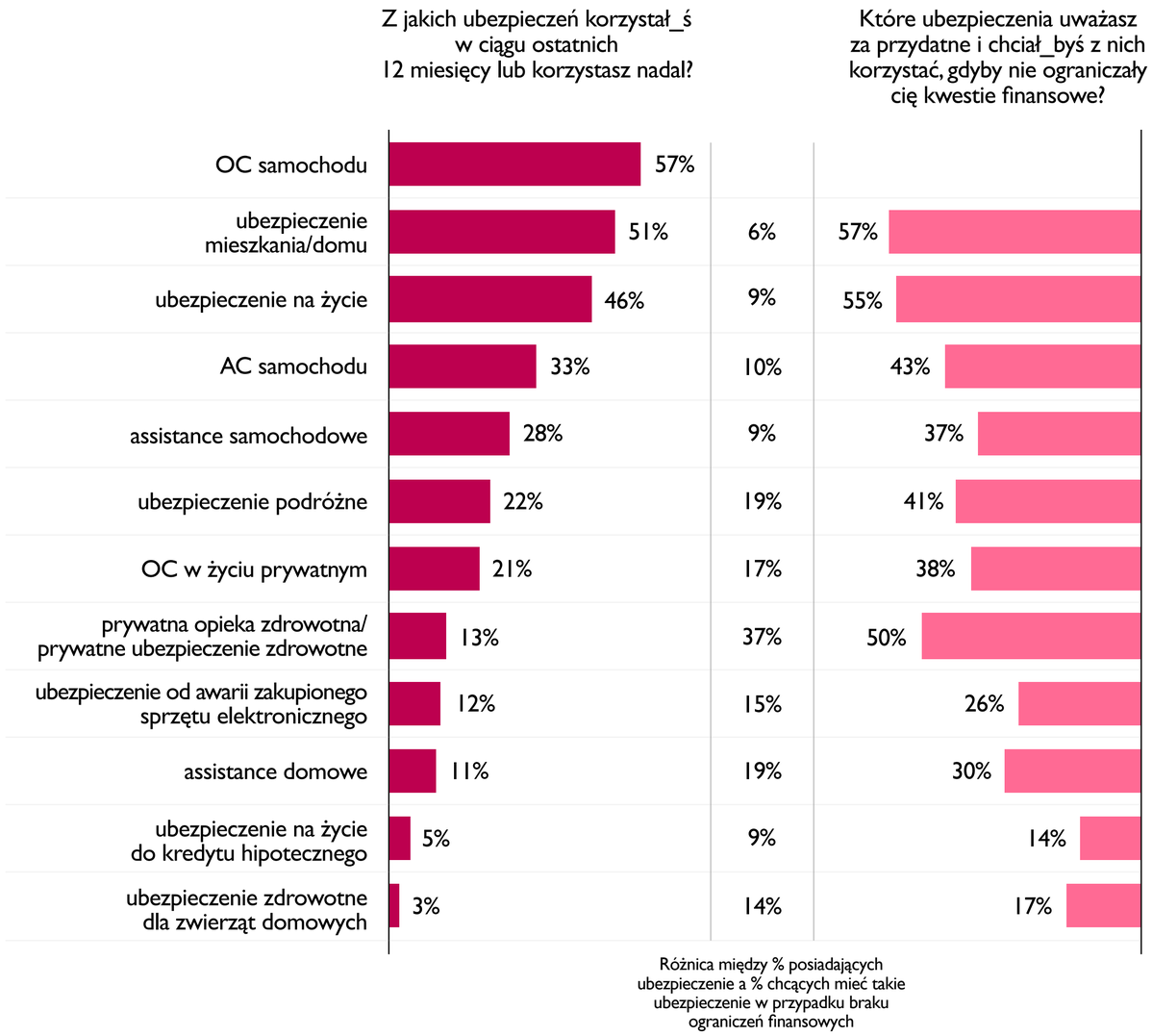
Ubezpieczenia



Polacy najczęściej korzystają z ubezpieczenia samochodu (OC – 57%, AC – 33%, assistance – 28%), domu/mieszkania (51%) i ubezpieczenia na życie (46%).
Wiele z mniej popularnych rodzajów ubezpieczeń byłoby jednak chętnie wykorzystywanych, gdyby nie ograniczenia finansowe – przoduje tu prywatna opieka zdrowotna (obecnie korzysta z niej 13% Polaków, a chciałoby 50%), ubezpieczenie podróżne (22% korzystających, 41% zainteresowanych), assistance domowe (11% vs. 30%) i OC w życiu prywatnym (21% vs. 38%).

55%

uważa za przydatne i chciałoby korzystać z ubezpieczenia na życie. To tylko o 9 p.p. więcej niż już obecnie ubezpieczonych w ten sposób



Baza: 2026 N=1050 Wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Wyniki tegorocznego raportu „Finanse Polaków” pokazują, że Polacy coraz bardziej świadomie podchodzą do zarządzania swoimi pieniędzmi. Funkcjonowaliśmy w ostatnich latach w warunkach dużej zmienności gospodarczej, dlatego kwestie związane z bezpieczeństwem finansowym, planowaniem wydatków czy budowaniem oszczędności zyskały na znaczeniu. Konsumenci nie tylko zwracają większą uwagę na stan swoich finansów, ale też aktywnie poszukują narzędzi, które pomagają im lepiej nimi zarządzać.

Jeszcze kilka lat temu rozmowa o finansach koncentrowała się głównie wokół produktów bankowych. Dzisiaj punktem wyjścia są potrzeby klienta: jak odłożyć pieniądze na przyszłość, jak zachować finansową niezależność i przygotować się na nieprzewidziane sytuacje. Szczególnie interesujące jest to, że wraz ze wzrostem świadomości finansowej rosną oczekiwania wobec instytucji finansowych. Klienci nie szukają już wyłącznie miejsca do przechowywania pieniędzy. Oczekują wsparcia, prostych wskazówek i rozwiązań, które pomagają podejmować lepsze decyzje. Chcą rozumieć swoje finanse i mieć nad nimi większą kontrolę, ale bez konieczności poświęcania na to dodatkowego czasu i energii.

Wyniki raportu pokazują również coś bardzo optymistycznego. Mimo niepewności gospodarczej Polacy nie przyjmują postawy biernej. Szukają wiedzy, analizują wydatki, budują oszczędności i podejmują bardziej świadome decyzje niż jeszcze kilka lat temu. Można powiedzieć, że dojrzewamy finansowo jako społeczeństwo.

Z perspektywy Banku Millennium to ważny sygnał i jednocześnie zobowiązanie. Rolą nowoczesnego banku nie jest dziś wyłącznie dostarczanie produktów finansowych. Jest nią tworzenie rozwiązań, które pomagają klientom lepiej funkcjonować na co dzień, wzmacniają ich poczucie bezpieczeństwa i pozwalają ze spokojem patrzeć w przyszłość. Właśnie w tym kierunku będzie rozwijać się bankowość w najbliższych latach: od instytucji finansowej do roli zaufanego partnera, który pomaga klientom nie tylko zarządzać pieniędzmi na co dzień, ale także planować przyszłość swoją i najbliższych.

Konsumenci nie tylko zwracają uwagę na stan swoich finansów, ale też poszukują narzędzi, które pomagają im nimi zarządzać.



Remigiusz Hołdys

dyrektor Departamentu Marketingu Bankowości Detalicznej w Banku Millennium

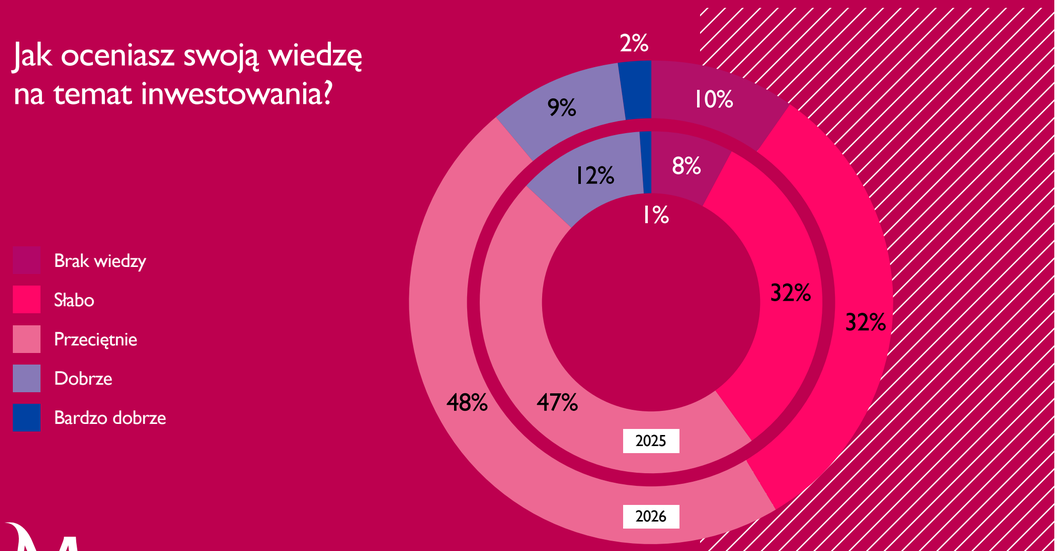
02

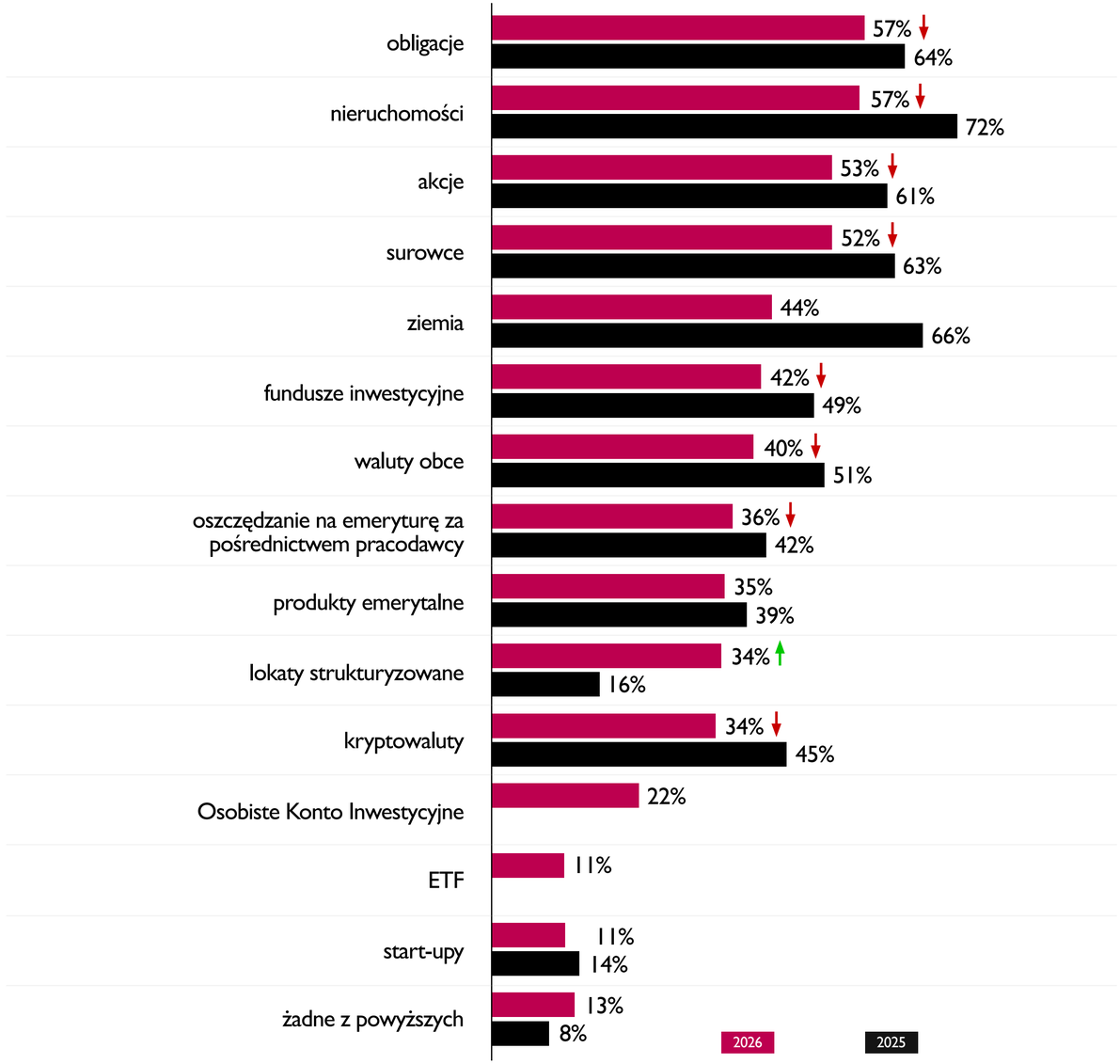
Inwestycje

Znajomość metod inwestowania i lokowania pieniędzy

Najlepiej znanymi formami inwestowania są obligacje, nieruchomości, akcje i surowce, jednak poziom ich znajomości jest niższy niż w zeszłym roku. Około dwóch na pięciu respondentów zna inwestowanie w ziemię, fundusze inwestycyjne i waluty obce. Dopiero za nimi plasują się produkty emerytalne. Na dole rankingu znajomości metod inwestowania są start-upy, ETF-y i Osobiste Konta Inwestycyjne (OKI). Polacy niezbyt pozytywnie oceniają swoją wiedzę na temat inwestowania – prawie połowa określa ją jako przeciętną, co trzeci jako słabą, jedynie 11% ocenia swoją wiedzę jako dobrą lub bardzo dobrą.

Jak oceniasz swoją wiedzę na temat inwestowania?





Istotna statystycznie różnica vs. 2025

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Korzystanie i plany dotyczące produktów inwestycyjnych

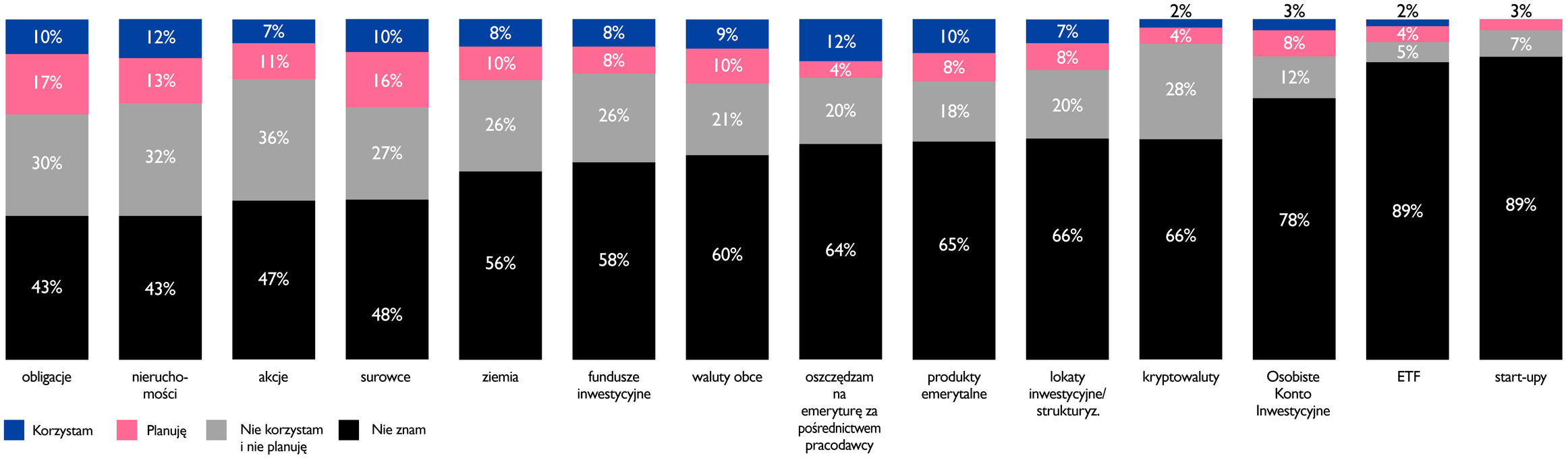
17%

planuje inwestowanie w obligacje

89%

nie zna możliwosci inwestowania w start-upy

Najpopularniejsze formy inwestowania to nieruchomości, oszczędzanie na emeryturę u pracodawcy (12%), obligacje, surowce i produkty emerytalne (10%). Największe zainteresowanie pod kątem przyszłości budzą również obligacje, inwestowanie w surowce i nieruchomości. Akcje są formą inwestowania, co do której najwięcej osób deklaruje, że z niej nie korzysta i nie zamierza tego robić w przyszłości.



Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Polski inwestor

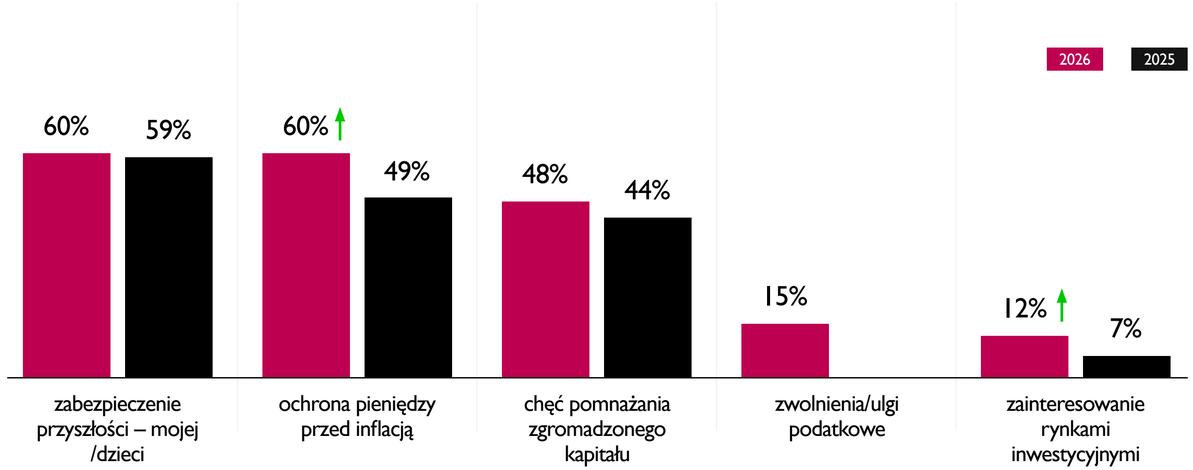


Motywacje podejmowania ryzyka inwestycyjnego również koncentrują się wokół bezpieczeństwa. Najczęstszą motywacją do inwestowania jest zabezpieczenie przyszłości (60%), następnie ochrona pieniędzy przed inflacją – i ta motywacja jest coraz popularniejsza (60%). Dopiero na trzecim miejscu jest chęć pomnażania kapitału (48%). Dostępność produktów inwestycyjnych w bankach jest widoczna w sposobach inwestowania – najczęstszą drogą jest samodzielne inwestowanie w banku przez internet, następnie w banku, ale przez doradcę w placówce. Inne formy inwestowania, jak platformy inwestycyjne czy giełdy kryptowalut, są dużo mniej popularne.

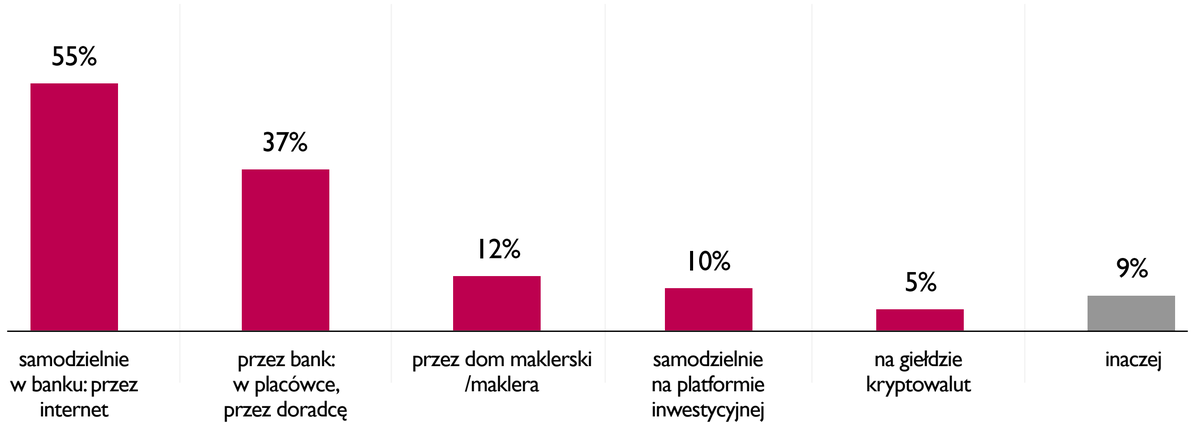
55%

inwestuje samodzielnie w banku przez internet

Motywacje do inwestowania



Sposoby inwestowania



Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓↑

Baza: respondenci, którzy inwestują 2026 N=455, 2025 N=427

Polski inwestor

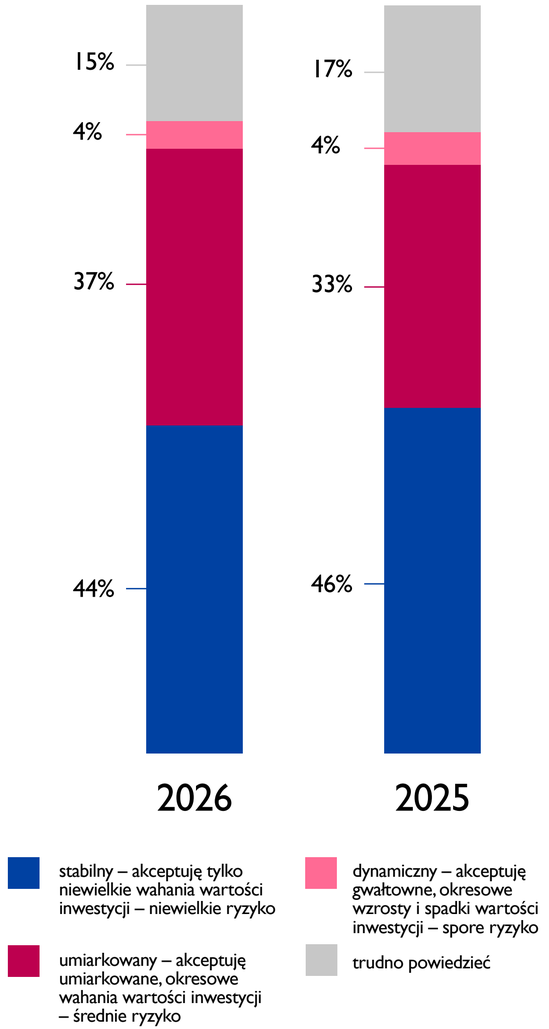


Polscy inwestorzy inwestują bardzo zróżnicowane kwoty miesięcznie, jednak raczej nie przekraczają kwoty 5 tys. zł. Ponad połowa inwestorów poświęca na inwestycje do 500 zł miesięcznie i ten odsetek wzrósł od zeszłego roku. Polscy inwestorzy najczęściej określają swój styl inwestowania jako stabilny (44%), następnie jako umiarkowany (37% inwestorów).

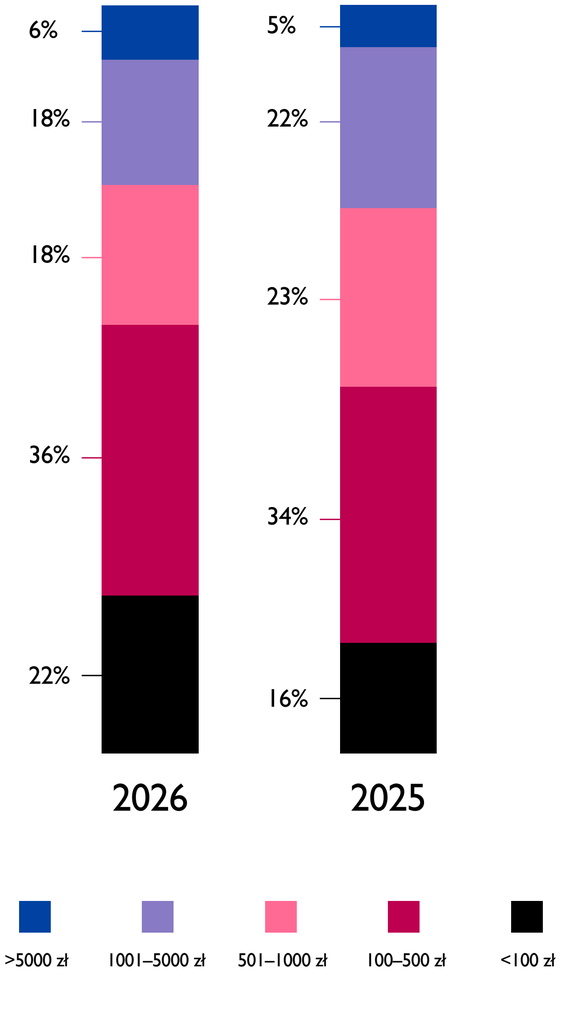
58%

inwestuje do 500 zł miesięcznie

Samoocena stylu inwestowania



Średnia kwota inwestowana miesięcznie



Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓↑

Baza: respondenci, którzy inwestują 2026 N=455, 2025 N=427



03

Mieszkalnictwo

Reakcja na obniżenie stóp procentowych

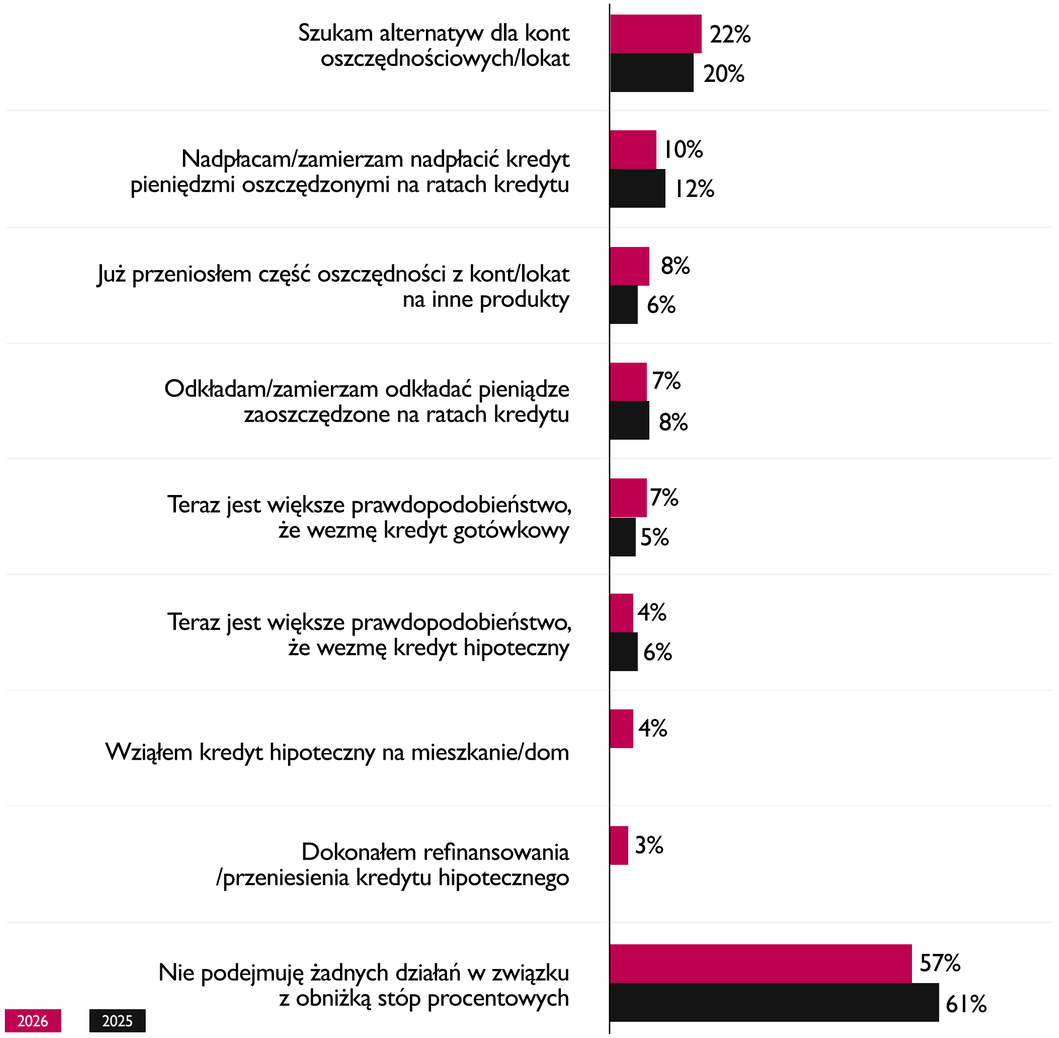
Połowa Polaków słyszała w lipcu o obniżce stóp procentowych przez Radę Polityki Pieniężnej, podobnie jak w zeszłym roku. Najczęstszą reakcją na te informacje jest poszukiwanie alternatyw dla lokat i kont oszczędnościowych (22%), zamiar nadpłacenia kredytu z pieniędzy zaoszczędzonych na ratach (10%) lub przeniesienie oszczędności z lokat i kont oszczędnościowych na inne produkty (8%). Nieco mniejszy wpływ ta zmiana ma na plany kredytowe. 57% świadomych zmiany nie podejmuje żadnych działań w związku z obniżką stóp procentowych. Nie nastąpiły duże zmiany reakcji, biorąc pod uwagę serię obniżek dokonanych przez RPP.

W ostatnim roku słyszał_m o obniżeniu stóp procentowych przez Radę Polityki Pieniężnej

50% w 2026 roku

49% w 2025 roku

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci



Baza: 2026 N=520, 2025 N=516, respondenci, którzy słyszeli o obniżeniu stóp procentowych

Sytuacja mieszkaniowa

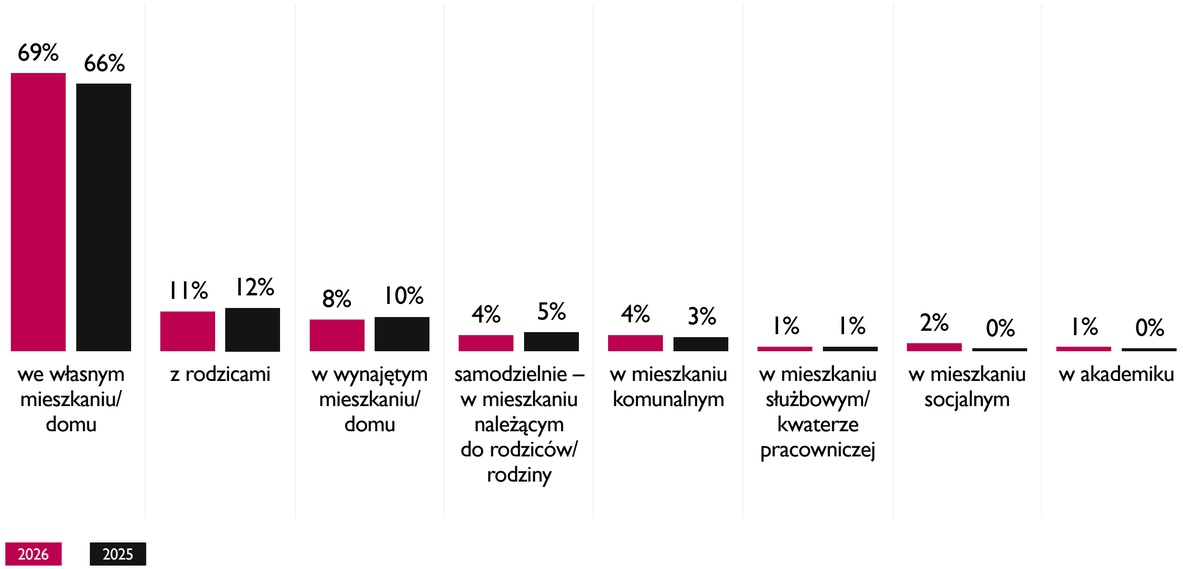
69% Polaków mieszka we własnym mieszkaniu lub domu, 11% zamieszkuje z rodzicami (dodatkowe 4% samodzielnie w mieszkaniu należącym do rodziny), a 8% wynajmuje mieszkanie lub dom. Plany zakupu nieruchomości w ciągu najbliższych pięciu lat dotyczą 9% Polaków, lecz kolejne 26% rozważa taką możliwość. Dla 35% byłaby to nieruchomość kupowana dla siebie (przeprowadzka), dla 29% pierwsze własne mieszkanie, 19% chciałoby kupić dodatkową nieruchomość dla siebie, a 18% nieruchomość inwestycyjną.

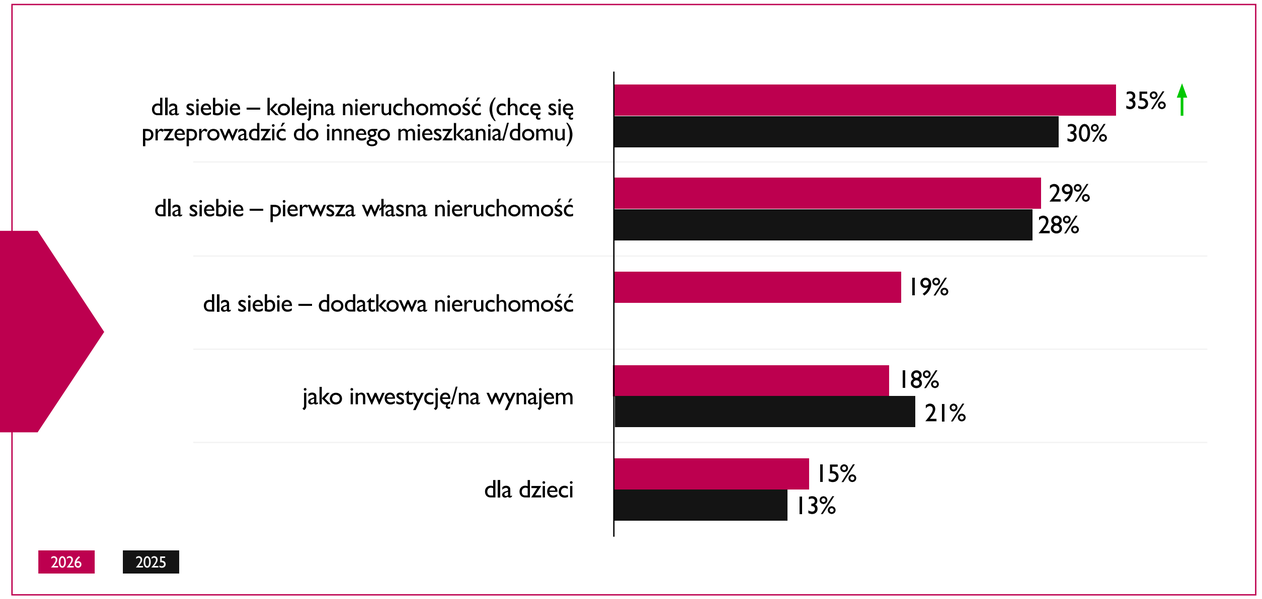


Plany zakupu nieruchomości w ciągu najbliższych pięciu lat

	2026	2025	
☑	9%	11%	Tak
?	26%	24%	Być może
☒	65%	65%	Nie

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci





Baza: 2026 N=364, 2025 N=361, respondenci planujący zakup nieruchomości

Polacy a hipoteka

Planujący zakup nieruchomości zamierzają sfinansować ją przede wszystkim z zebranej gotówki (53%) oraz z kredytu hipotecznego (41%) – ta forma finansowania zakupu nieruchomości jest znacznie częściej deklarowana niż rok temu. 29% sfinansuje zakup w całości lub częściowo pieniędzmi ze sprzedaży innej nieruchomości. W tym roku najczęstszym przekonaniem o kredycie hipotecznym wśród Polaków jest to, że preferowaliby kredyt hipoteczny niż płacenie za wynajem (24%). To przekonanie jest jednak niemal na równi z twierdzeniem, że jest to zbyt długie zobowiązanie (23%). Kredyt wydaje się rozwiązaniem ryzykownym (20%) i niedostępnym finansowo (18%).



10%

Ponownie podj_łbym decyzję o wzięciu kredytu hipotecznego

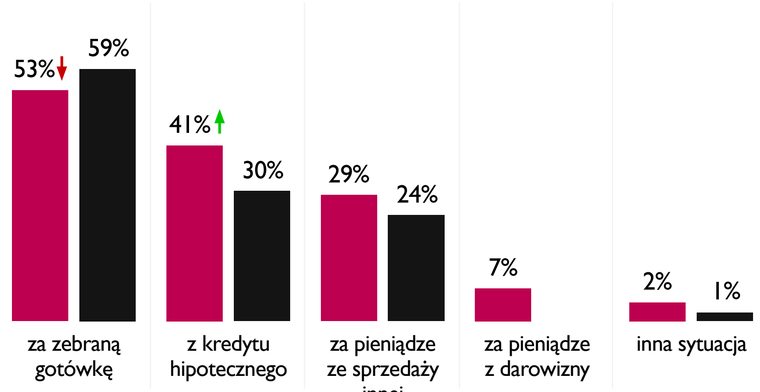
5%

Nie kupił_bym ponownie nieruchomości na kredyt hipoteczny

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

35%

Polaków rozważa lub planuje zakup nieruchomości w ciągu najbliższych pięciu lat



Baza: 2026 N=364, 2025 N=361, respondenci planujący zakup nieruchomości



Istotna statystycznie różnica vs. 2025

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

04

Edukacja finansowa

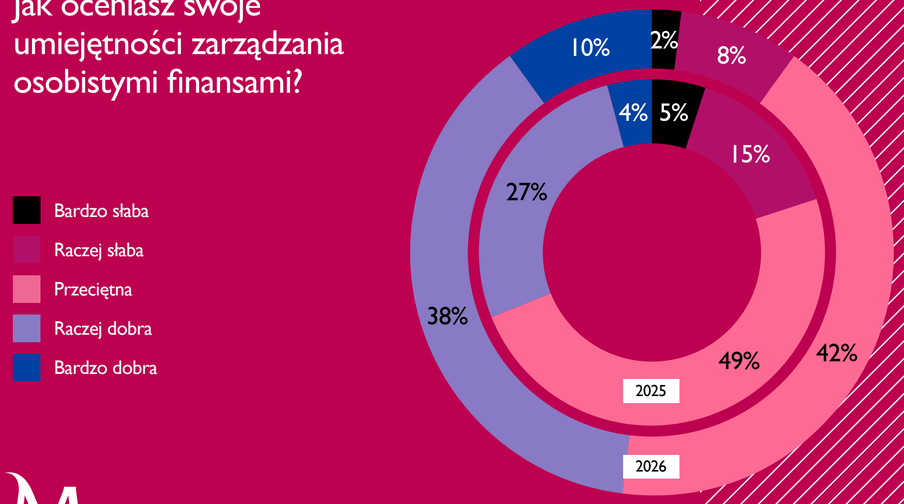


Samoocena umiejętności zarządzania finansami

42% Polaków ocenia swoje umiejętności zarządzania finansami jako przeciętne. Znacznie zwiększyła się grupa Polaków, którzy pozytywnie oceniają swoje kompetencje finansowe – z 31% na 48%. 20% deklaruje, że nie ma obszarów, w których ich umiejętności są niewystarczające. Obecnie jedynie 10% Polaków uważa, że słabo radzi sobie z zarządzaniem swoimi finansami – to dwukrotnie mniej niż rok temu.

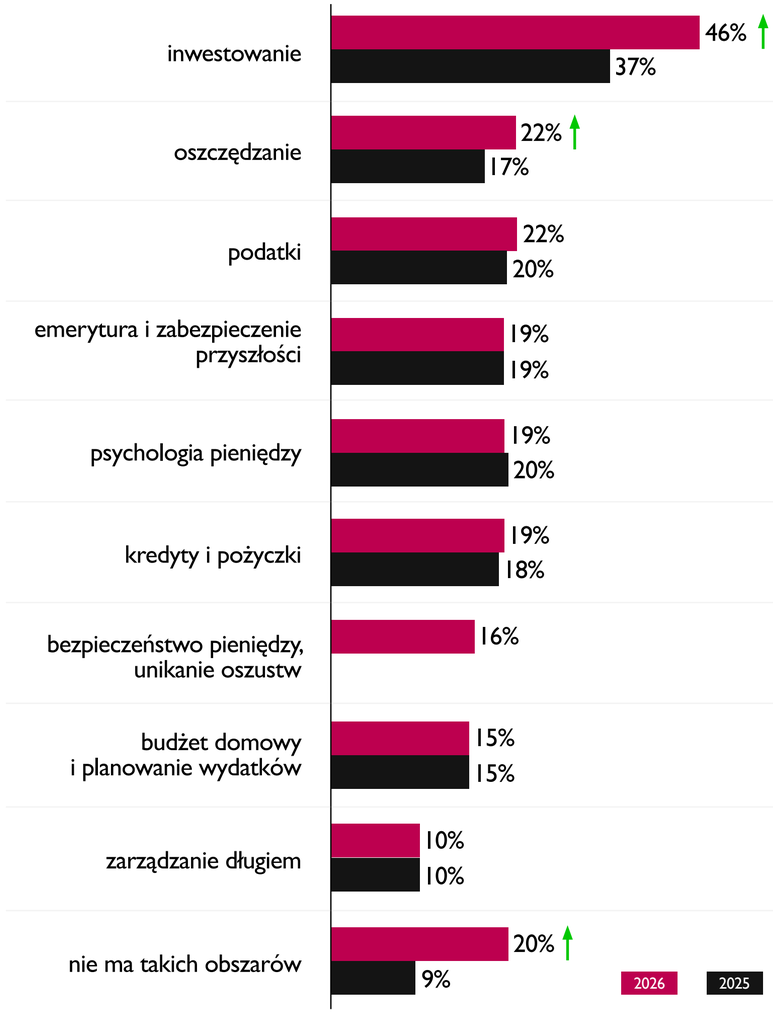
Pomimo bardziej pozytywnej samooceny Polacy wyraźniej zauważają swoje braki w umiejętnościach finansowych, szczególnie w obszarze inwestycji (46% vs. 37% rok temu) i oszczędzania. Wyniki pokazują, że spora pewność siebie Polaków w kwestiach finansowych (50% – czuję, że mam kontrolę nad swoimi finansami) nie oznacza braku chęci do dalszego rozwoju w tym obszarze (48% – chcę lepiej zarządzać swoimi finansami).

Jak oceniasz swoje umiejętności zarządzania osobistymi finansami?



Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

W jakich obszarach oceniasz swoje umiejętności jako niewystarczające?



Istotna statystycznie różnica vs. 2025

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków



20%

Nie ma obszarów, w których moje umiejętności zarządzania finansami są niewystarczające

50%

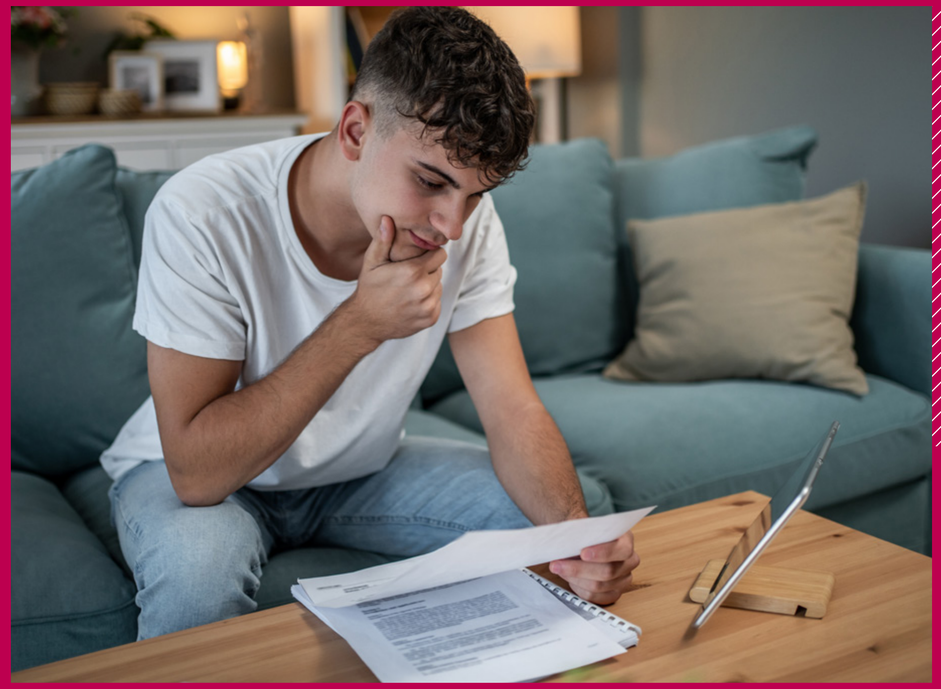
Czuję, że mam kontrolę nad swoimi wydatkami, finansami

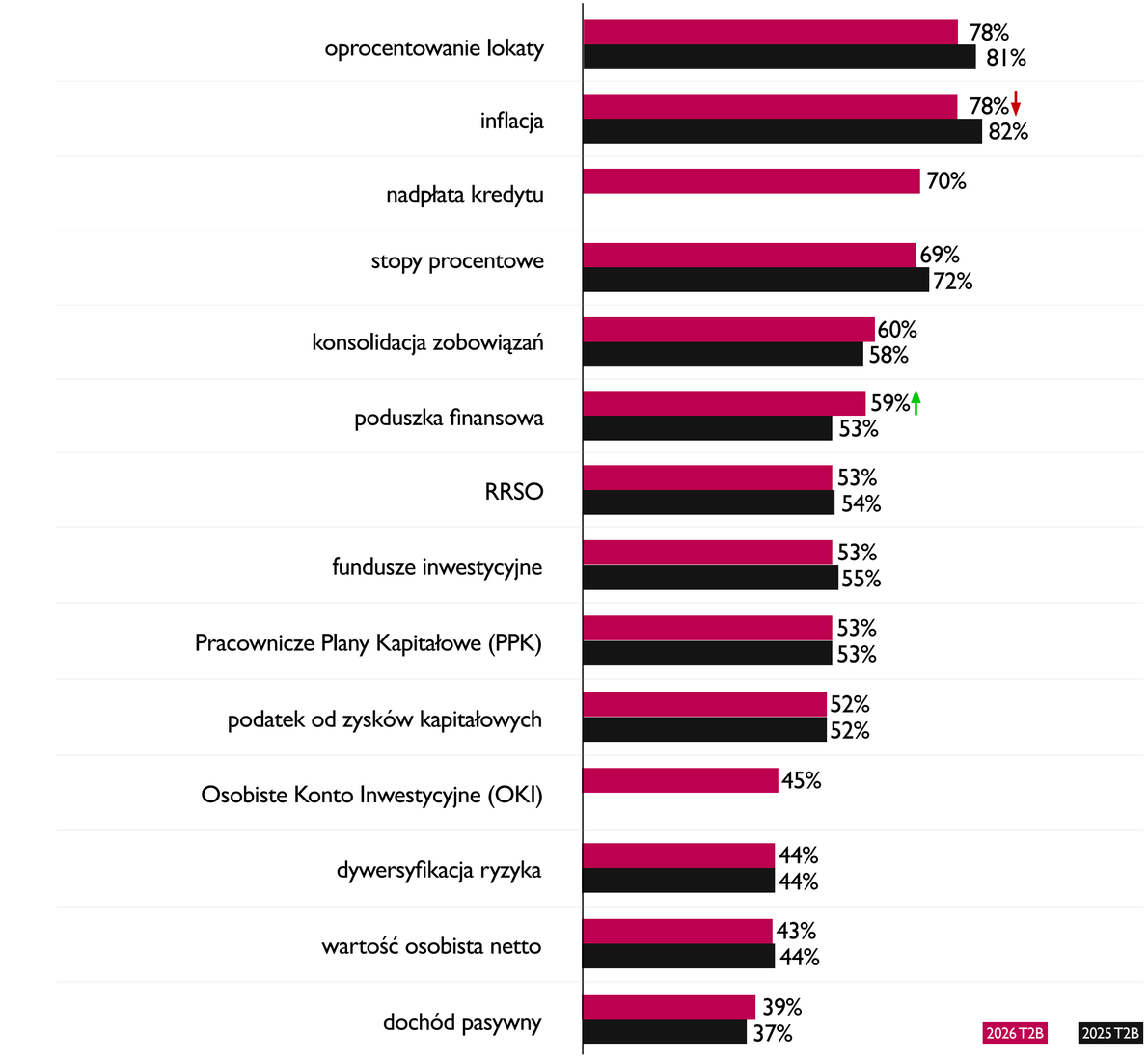
48%

Chcę lepiej zarządzać swoimi finansami

Znajomość terminów finansowych

Pojęcia „oprocentowanie lokaty", „inflacja", „nadpłata kredytu" oraz „stopy procentowe" są najbliższe respondentom – w największym stopniu deklarują, że byliby w stanie je komuś wyjaśnić, podobnie jak w 2025. Największą trudność Polacy mają z rozumieniem i wyjaśnieniem pojęć: „dochód pasywny", „wartość osobista netto" oraz „dywersyfikacja ryzyka".



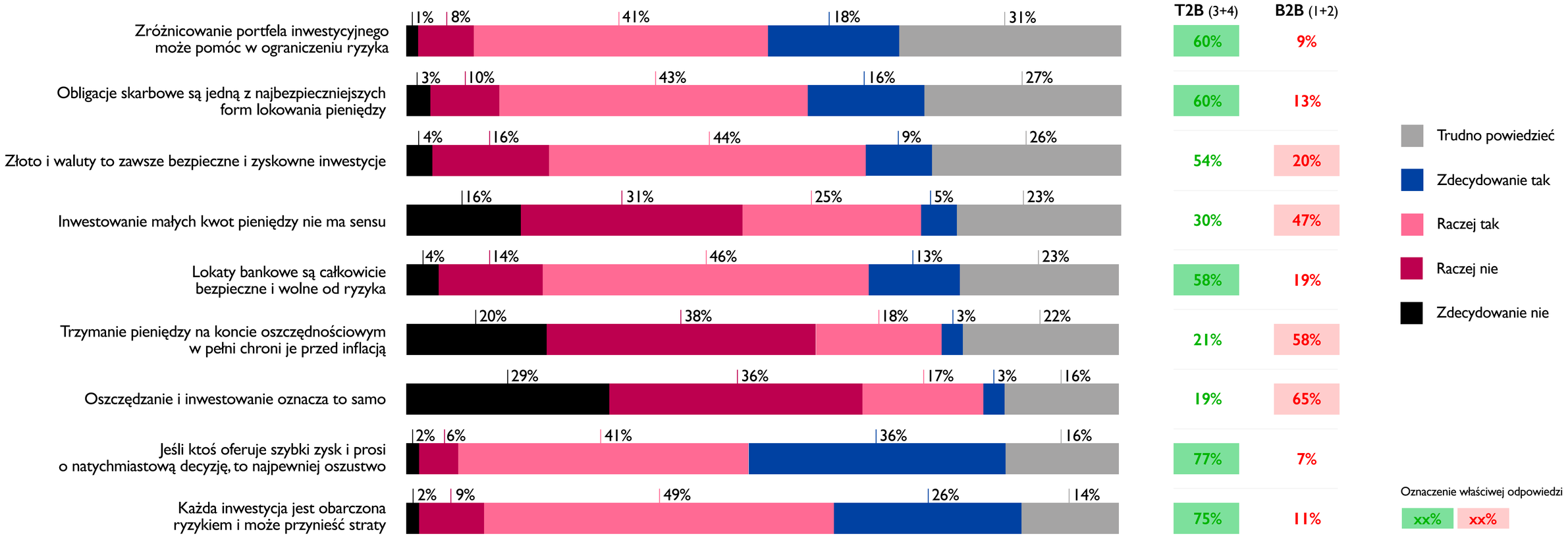


Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Wiedza o oszczędzaniu i inwestowaniu

Polacy mają najwięcej wątpliwości, kiedy mają ustosunkować się do stwierdzenia dotyczącego zróżnicowania portfela inwestycyjnego, bezpieczeństwa lokowania pieniędzy w obligacjach skarbowych oraz bezpieczeństwa i zyskowności inwestowania w złoto i waluty. Najmniej osób wybierających odpowiedź „trudno powiedzieć" pojawia się w przypadku stwierdzeń dotyczących ryzyka związanego z inwestowaniem, niebezpieczeństwa obietnic szybkiego zysku oraz równoważności inwestowania i oszczędzania. Przy tych stwierdzeniach respondenci najrzadziej się mylą. Polacy najczęściej się mylą, odpowiadając na pytanie o bezpieczeństwo lokowania w waluty i złoto.



Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci

Podejście do edukacji finansowej

84% Polaków zgadza się z tym, że edukacja finansowa powinna być obowiązkowa w szkołach. Według połowy z nich powinna zaczynać się już w szkole podstawowej, a zdaniem 2 na 5 – w szkole średniej. Polacy uważają, że za edukację finansową odpowiadać powinny w szczególności szkoły i uczelnie (68%), rząd i instytucje publiczne (42%), rodzina i najbliżsi (35%) oraz banki/instytucje finansowe (34%). Nacisk na odpowiedzialność banków znacznie się zwiększył od poprzedniej fali.

Banki i instytucje finansowe powinny być odpowiedzialne za edukację finansową

34% w 2026 roku

26% w 2025 roku

Edukacja finansowa powinna być obowiązkowa w szkołach

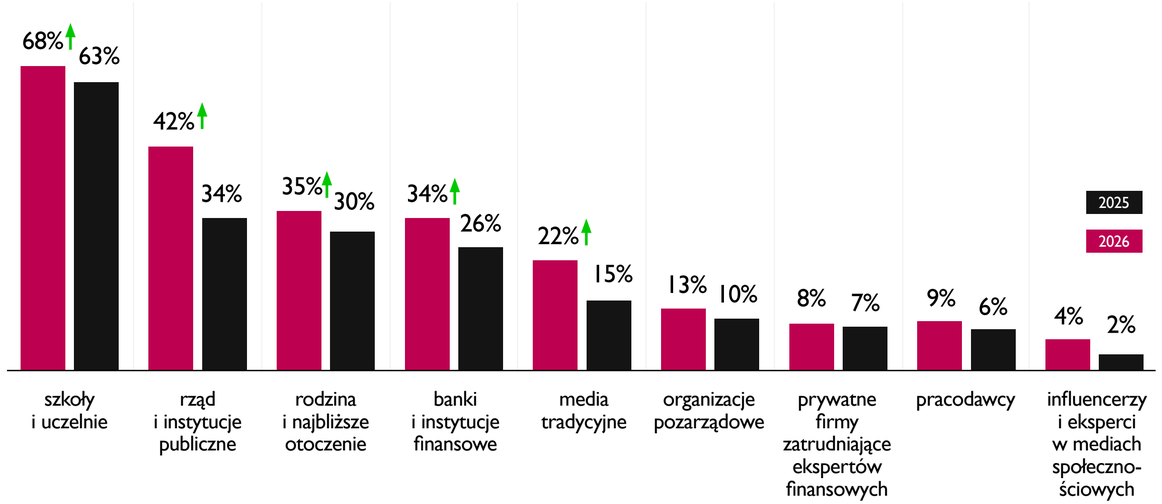
84% w 2026 roku

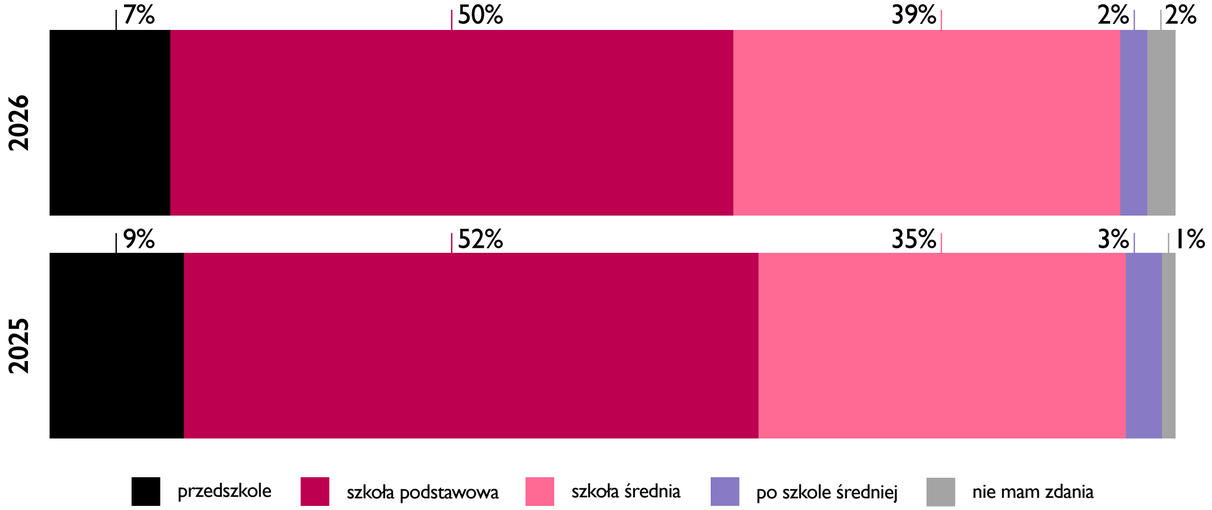
83% w 2025 roku



Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

Kto powinien być odpowiedzialny za edukację finansową?





Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓↑

Baza: 2026 N=520, 2025 N=516 respondenci, którzy słyszeli o obniżeniu stóp procentowych

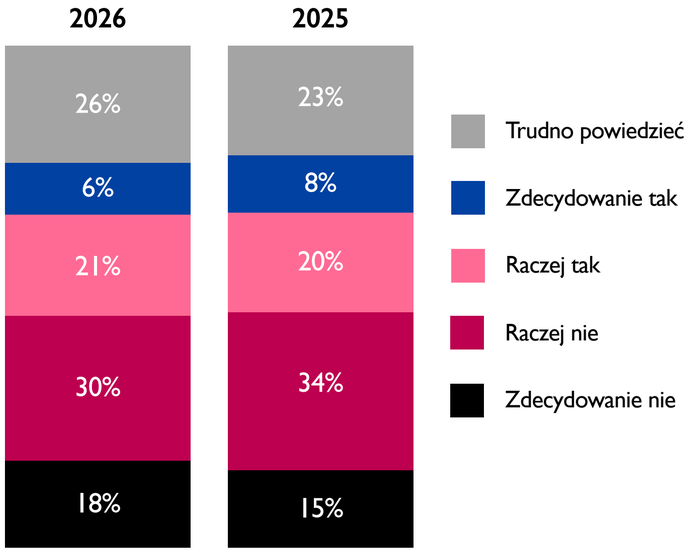
Dostęp do edukacji finansowej

Połowa Polaków jest zdania, że edukacja finansowa w Polsce nie jest dostępna dla wszystkich. Ponad ¼ nie potrafi się wypowiedzieć na temat dostępności tej edukacji. Respondenci również często przyznają, że do tej pory sami mieli mały dostęp do edukacji finansowej (50% – spadek w stosunku do poprzedniej fali). Postrzegany większy dostęp do edukacji łączy się z lepszą samooceną wiedzy finansowej. Braki w edukacji finansowej zdaniem niemal połowy Polaków przełożyły się w przeszłości na ich złe decyzje finansowe.

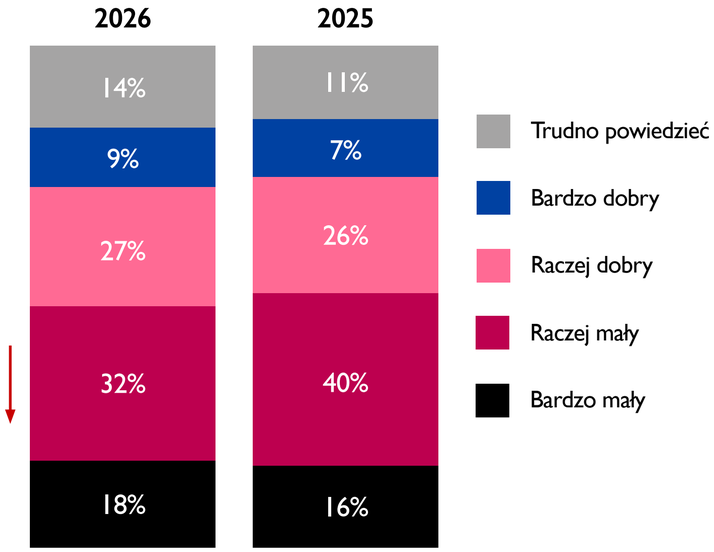
Miał_m mały dostęp do edukacji finansowej

50% w 2026 roku | **56%** w 2025 roku

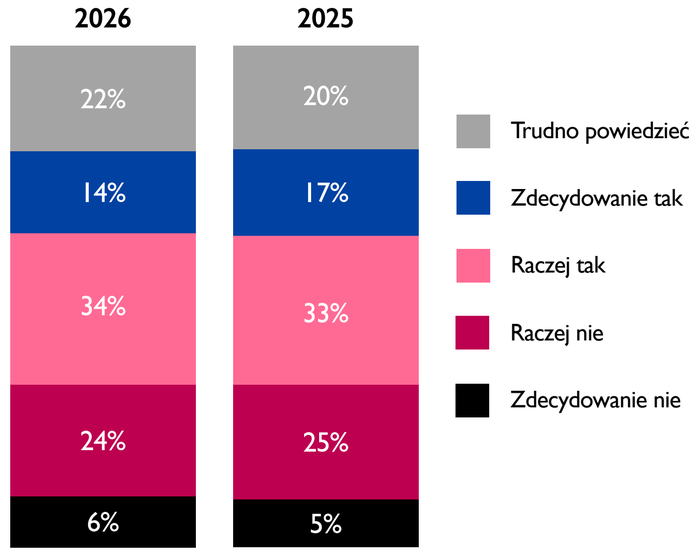
Czy uważasz, że edukacja finansowa w Polsce jest dostępna dla wszystkich, niezależnie od ich sytuacji życiowej i potrzeb?



Jaki dostęp do edukacji finansowej miał_ś osobiście do tej pory?



Czy uważasz, że w przeszłości niewystarczająca wiedza finansowa miała negatywny wpływ na Twoje decyzje finansowe?



Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓↑

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Edukacja finansowa w życiu Polaków

Obecnie Polacy poszukują wiedzy o finansach na stronach internetowych banków i instytucji finansowych (32%), u rodziny i znajomych (26%), w artykułach i blogach oraz w telewizji i radiu (po 25%). Głównymi barierami w dostępie do edukacji finansowej pozostają: niezrozumiały ekspercki język (48%), zbyt późne rozpoczęcie edukacji finansowej (38%) oraz brak działań edukacyjnych poza dużymi ośrodkami miejskimi (34%). Te bariery są jednak dostrzegane rzadziej niż rok temu.



Niezrozumiały ekspercki język w materiałach edukacyjnych

48% w 2026 roku | **54%** w 2025 roku

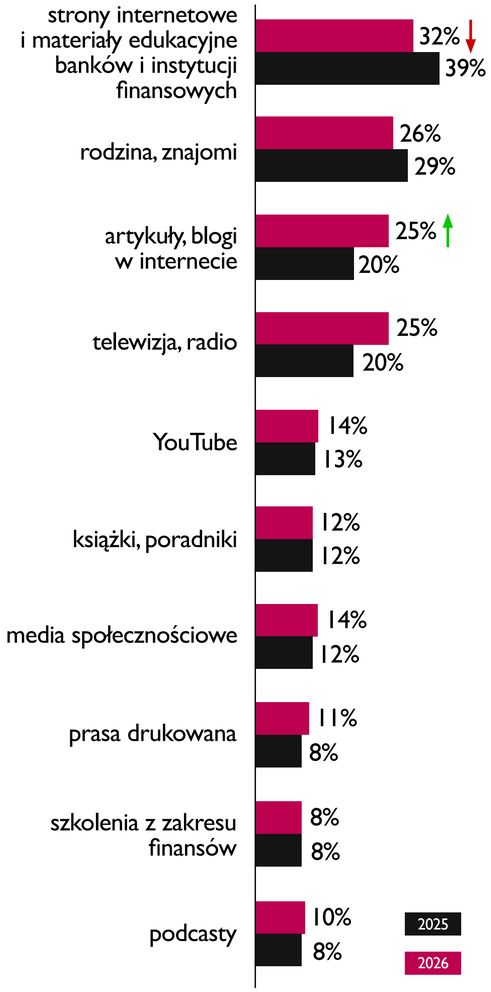
Bariery w dostępie do edukacji finansowej



Baza: 2026 N=1027, 2025 N=906, badani, którzy uważają, że edukacja finansowa nie jest dostępna dla wszystkich

Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Źródła wiedzy o finansach



Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046
wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Wyniki raportu „Finanse Polaków 2026” pokazują, że świadomość zagrożeń cyfrowych systematycznie rośnie. Coraz więcej osób rozumie, jak ważna jest ochrona danych, ostrożność oraz stosowanie podstawowych zasad bezpieczeństwa w internecie. Jednocześnie banki pozostają instytucjami, które cieszą się najwyższym poziomem zaufania w obszarze ochrony środków i danych klientów. To potwierdza, że wieloletnie inwestycje sektora finansowego w cyberbezpieczeństwo, nowe technologie oraz edukację użytkowników przynoszą wymierne rezultaty.

W Banku Millennium bezpieczeństwo jest jednym z najważniejszych elementów rozwoju usług cyfrowych. Nieustannie doskonalimy rozwiązania, które pomagają chronić klientów przed oszustwami i cyberatakami. Rozwijamy zarówno zaawansowane systemy monitorowania transakcji i wykrywania nieprawidłowości, jak i narzędzia wspierające podejmowanie bezpiecznych decyzji podczas codziennego korzystania z bankowości. Przykładem są kontekstowe ostrzeżenia wyświetlane przy wybranych płatnościach BLIK czy wdrażane właśnie innowacyjne rozwiązania wykorzystujące analizę behawioralną użytkowników w czasie rzeczywistym. Dzięki temu możemy szybciej identyfikować nietypowe sytuacje i skuteczniej reagować na próby wyłudzeń, zanim dojdzie do utraty środków.

Raport przypomina jednak o wyzwaniu, które od lat pozostaje niezmienne. Najczęstszym celem cyberprzestępców nie są dziś systemy informatyczne banków, lecz sami użytkownicy. Oszuści coraz częściej wykorzystują socjotechnikę, bazując na emocjach, pośpiechu, strachu czy obietnicy szybkiego zysku. Rozwój nowych technologii, w tym narzędzi opartych na sztucznej inteligencji, sprawia, że tego typu ataki stają się coraz bardziej przekonujące i trudniejsze do rozpoznania.

Dlatego obok inwestycji w nowoczesne zabezpieczenia równie duże znaczenie ma budowanie świadomości i odpowiedzialnych nawyków. Bank Millennium prowadzi działania edukacyjne skierowane do różnych grup klientów. Obecnie przygotowujemy ogólnopolski program „CyberUważni”, którego celem jest zwiększanie wiedzy o zagrożeniach cyfrowych, szczególnie wśród osób po 50. roku życia. Chcemy pokazywać, że cyberbezpieczeństwo nie zaczyna się od technologii, ale od codziennych decyzji użytkowników, ich czujności oraz umiejętności rozpoznawania prób manipulacji.

Jestem przekonany, że bezpieczeństwo w cyfrowym świecie można skutecznie budować tylko poprzez połączenie trzech elementów: nowoczesnych technologii, skutecznych mechanizmów ochrony i świadomych użytkowników. Tego rodzaju synergia pozwala tworzyć bezpieczny i odporny ekosystem finansowy, odpowiadający na wyzwania dynamicznie zmieniającego się świata cyfrowego.



Artur Kurcweil

dyrektor Departamentu
Bezpieczeństwa Banku Millennium

05

Cyberbezpieczeństwo



Poczucie bezpieczeństwa w internecie

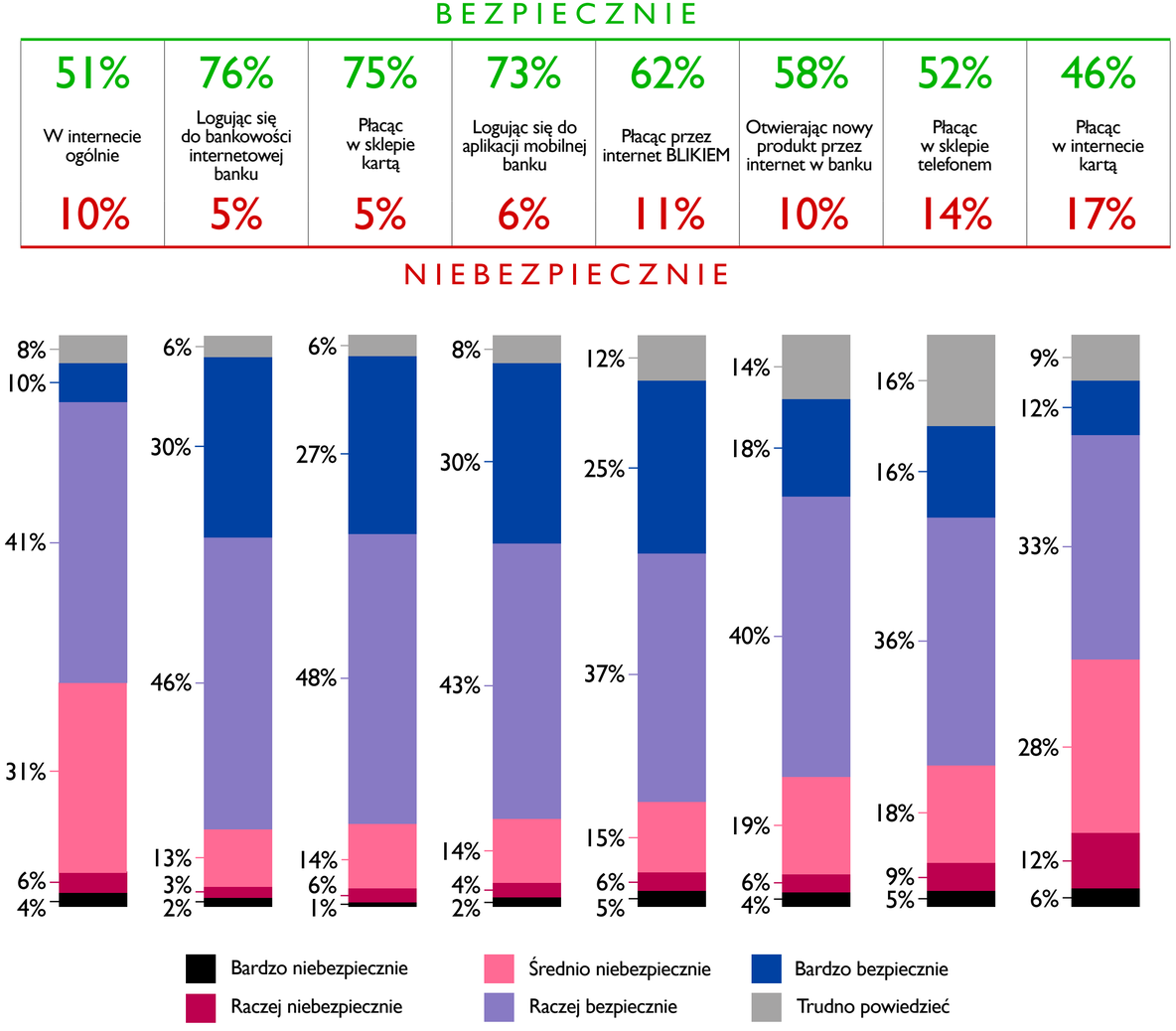
Jedynie połowa Polaków czuje się bezpiecznie ogólnie w internecie. Logowanie do usług bankowych (bankowość elektroniczna i aplikacja) oraz płatności kartą w sklepie wypadają dobrze pod względem poczucia bezpieczeństwa – około trzech na czterech respondentów czuje się bezpiecznie przy tych czynnościach. Kiedy w grę wchodzi jeszcze inny pośrednik płatności poza bankiem czy operatorem karty, pojawiają się wątpliwości co do bezpieczeństwa. Inne formy płatności kartą – płatność w internecie i telefonem – budzą już pewien niepokój: tylko średnio co druga osoba czuje się bezpiecznie podczas tych czynności. Płatność BLIKIEM i otwieranie nowego produktu bankowego online są traktowane jako bezpieczne przez około 60% respondentów.

75%
czuje się bezpiecznie, płacąc kartą w sklepie

46%
czuje się bezpiecznie, płacąc kartą w internecie

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

W jakim stopniu czujesz się bezpiecznie, jeśli chodzi o ochronę Twoich danych i pieniędzy w internecie w tych sytuacjach?



Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

Bezpieczeństwo pieniędzy – zaufanie do instytucji

Banki z wynikiem 81% respondentów czujących się bezpiecznie mają bardzo dużą przewagę pod względem zaufania ze strony klientów, jeśli chodzi o bezpieczeństwo przechowywanych pieniędzy. Ubezpieczyciele zajmujący drugie miejsce w rankingu zaufania mają dużo niższy wynik – 57%, podobnie jak finansowe usługi technologiczne – 52%.

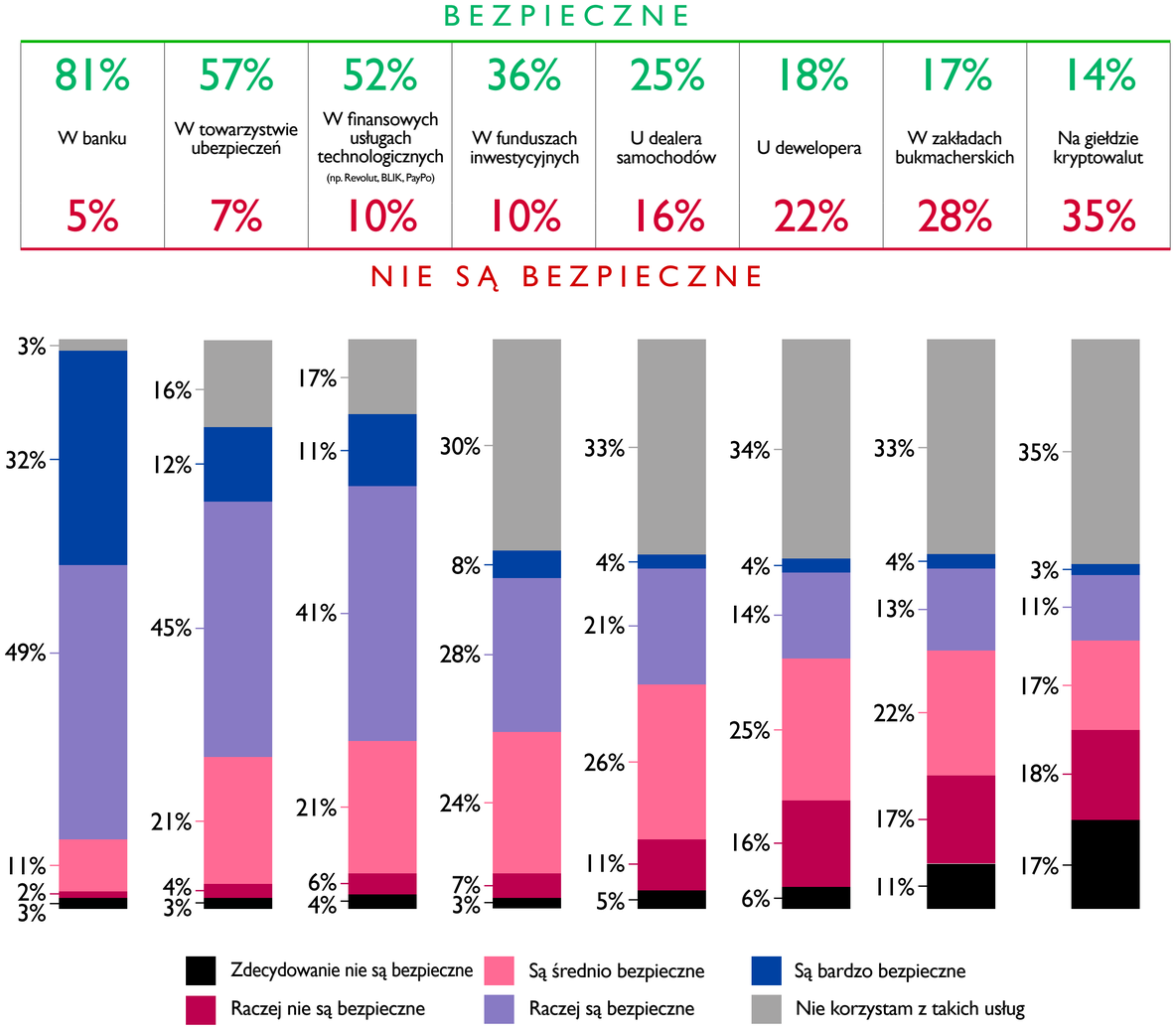


81%
Moje pieniądze są bezpieczne w banku

52%
Moje pieniądze są bezpieczne w finansowych usługach technologicznych (np. Revolut, BLIK, PayPo)

Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

W jakim stopniu uważasz, że Twoje pieniądze są bezpieczne w poniższych instytucjach?



Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

Oszustwa w internecie – doświadczenia

Aż połowa Polaków miała styczność z oszustwem w internecie w ciągu ostatniego roku. Najczęściej jest to zetknięcie się z informacją na temat nowej formy oszustwa (co trzecia osoba).
Co piąty Polak doświadczył próby oszustwa, 16% respondentów ostrzegało kogoś przed oszustwem, 7% zgłaszało, a 6% rzeczywiście padło ofiarą oszustwa i straciło pieniądze. Polacy uważają, że największej czujności wymagają: korzystanie z poczty elektronicznej, rozmowy telefoniczne, SMS-y i podawanie swoich danych.

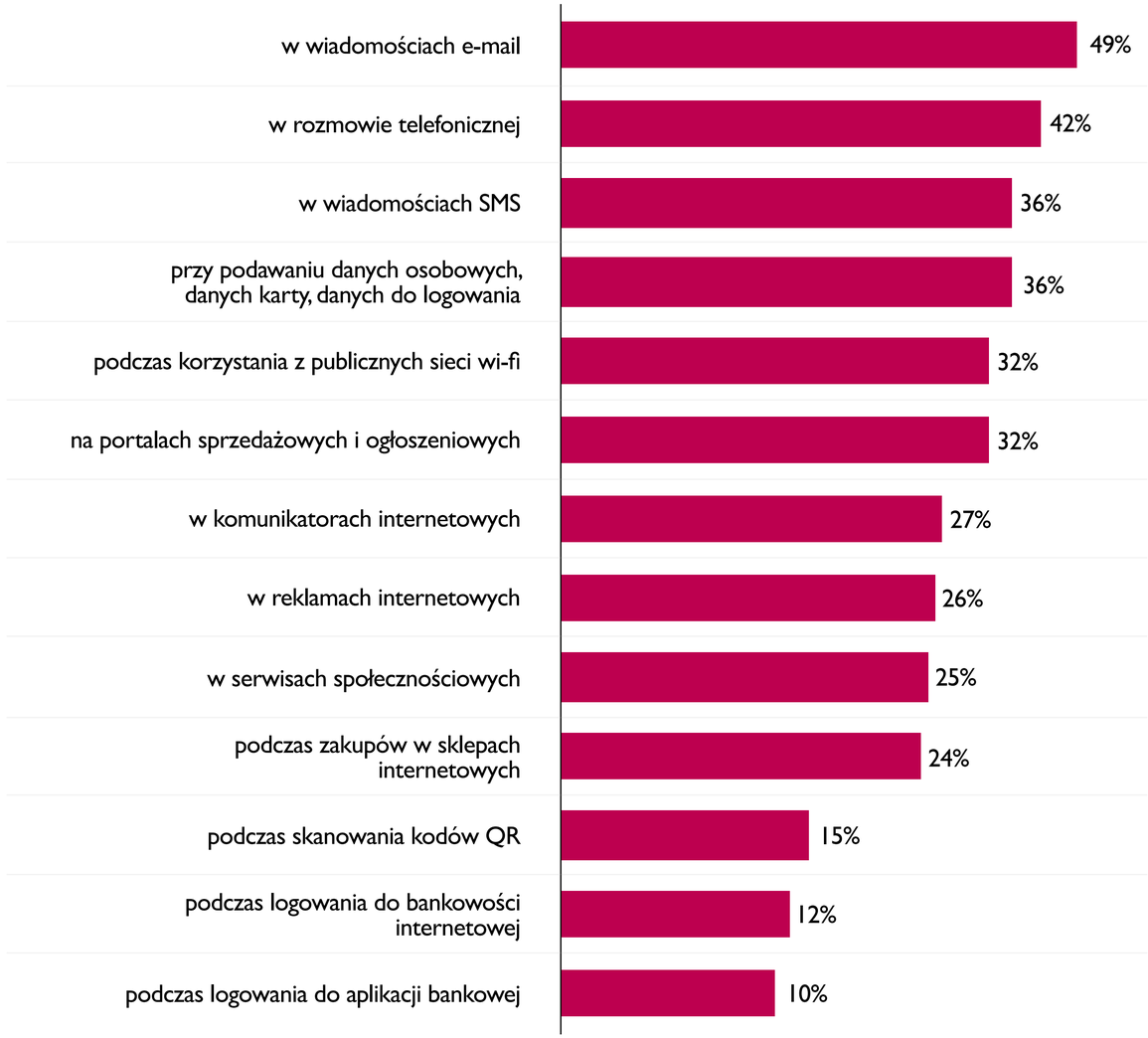
7% zgłosiło próbę oszustwa lub oszustwo do organów ścigania

Czy w ostatnich 12 miesiącach:



Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

Gdzie można zetknąć się z próbą oszustwa w internecie? Zaznacz maksymalnie 5 okoliczności, w których Twoim zdaniem jest największe ryzyko próby oszustwa



Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Ochrona przed zagrożeniami w internecie

Polacy dostrzegają duży wpływ własnej ostrożności na swoje bezpieczeństwo w internecie. Oprócz własnej odpowiedzialności widzą też odpowiedzialność banku i stosowanych przez niego zabezpieczeń. Zdaniem respondentów najmniejszy wpływ na bezpieczeństwo w internecie ma monitorowanie sieci przez instytucje państwowe.



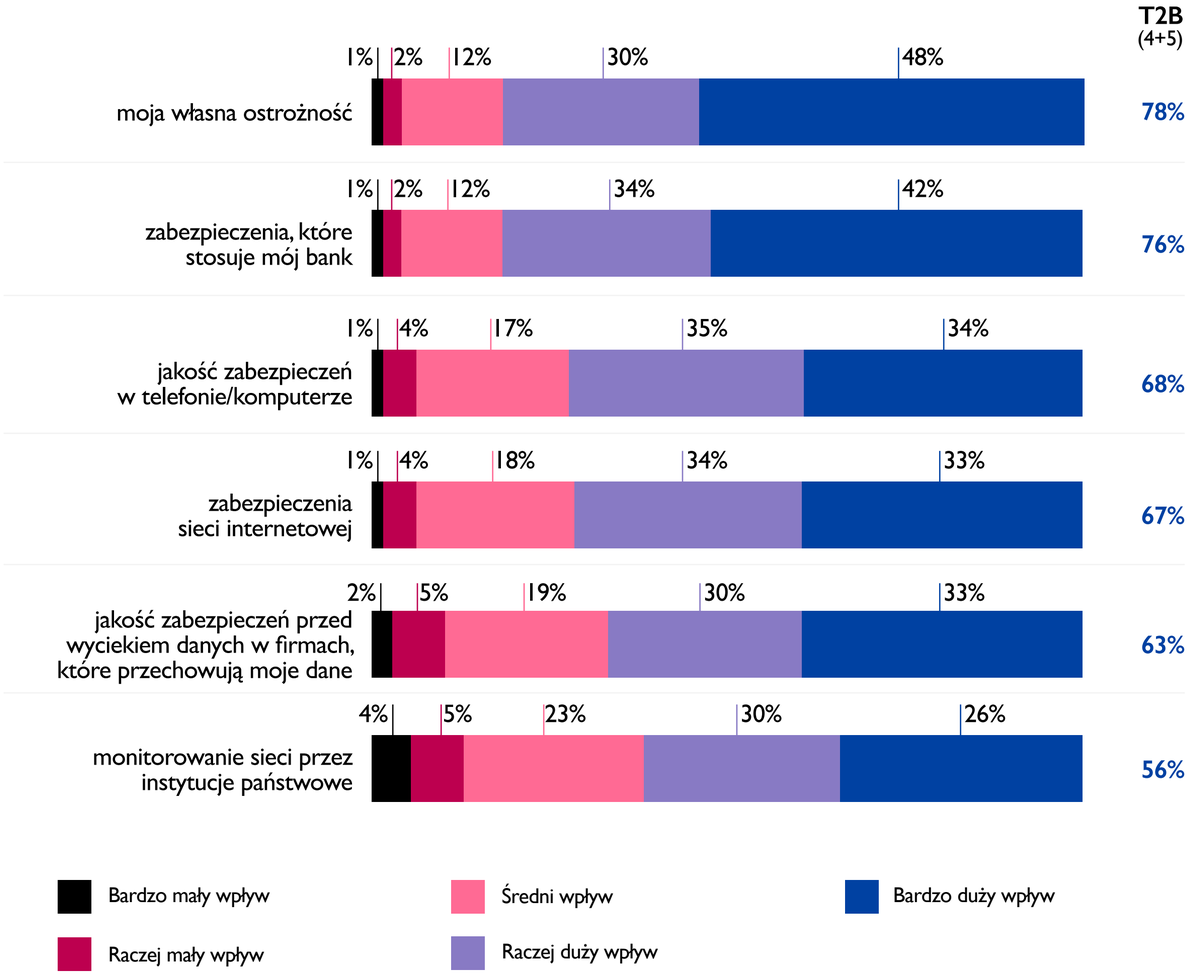
78%

Wpływ na bezpieczeństwo mojej własnej ostrożności

56%

Wpływ na bezpieczeństwo monitorowania sieci przez instytucje państwowe

Jaki wpływ na Twoje bezpieczeństwo w internecie mają Twoim zdaniem poszczególne czynniki?



Baza: 2026 N=1050, 2025 N=1046, wszyscy respondenci

06

Sztuczna inteligencja



Korzystanie z AI i bilans zysków i strat

60% Polaków deklaruje, że korzysta z AI. Głównym zastosowaniem jest wyszukiwanie konkretnych informacji przez AI. Dużo rzadziej Polakom zdarza się używać AI w celach edukacyjnych, zawodowych czy do edycji tekstu. 8% korzysta z AI jako ze wsparcia psychicznego.
Od 2024 ocena AI się poprawiła – zmniejszył się odsetek osób, które uważają, że AI przyniesie nam więcej złego niż dobrego lub tyle samo plusów i minusów. Więcej jest obecnie osób, które nie mają żadnych obaw związanych z AI, niż tych, które nie widzą korzyści z tej technologii. Dłuższa obecność AI na rynku i jej rozwój nie przyniósł jednak większej pewności co do pozytywnej przyszłości tej technologii – z 17% do 27% wzrósł odsetek osób, które nie potrafią określić, jaki wpływ będzie miała sztuczna inteligencja.

60% korzysta ze sztucznej inteligencji

8% wsparcie psychiczne przez AI

nie mam żadnych obaw związanych z AI

15% w 2026 roku

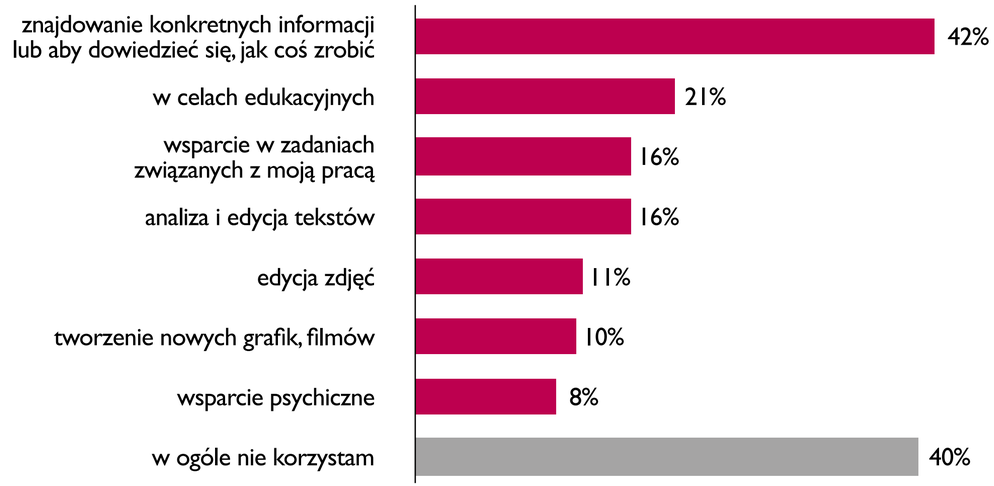
9% w 2025 roku

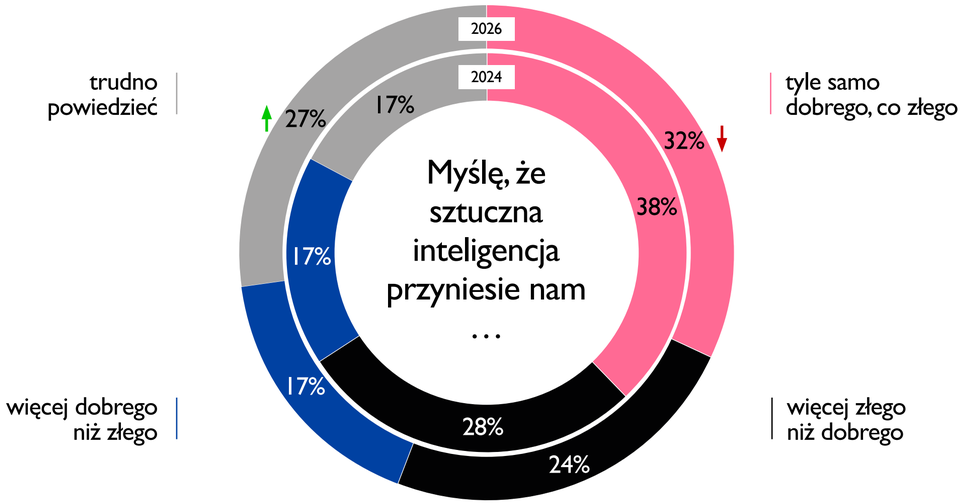
nie widzi żadnych korzyści z AI

8% w 2026 roku

24% w 2025 roku

W jaki sposób korzystasz ze sztucznej inteligencji?

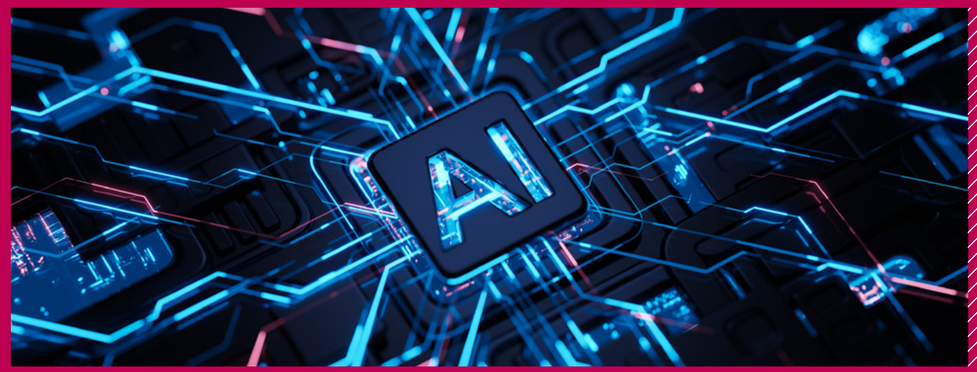




Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓↑

Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków, 2024 respondenci, którzy spotkali się z pojęciem sztucznej inteligencji, N=1016 z 1068

Obawy i nadzieje związane z AI



Polacy obawiają się narażenia na manipulację i dezinformację w związku z wykorzystaniem AI, spadku zdolności intelektualnych, naruszeń prywatności wizerunku i utraty kontroli nad AI. Obawy te są jednak mniej powszechne niż w 2024 roku. W tej fali 15% nie ma żadnych obaw związanych z AI (wobec 9% w 2024).
Połowa respondentów upatruje w AI szansy na postęp w medycynie, usprawnienie pracy i poprawę jakości życia. Większość z tych nadziei jest bardziej powszechna niż dwa lata temu. Już tylko 8% respondentów nie widzi w AI żadnych korzyści.

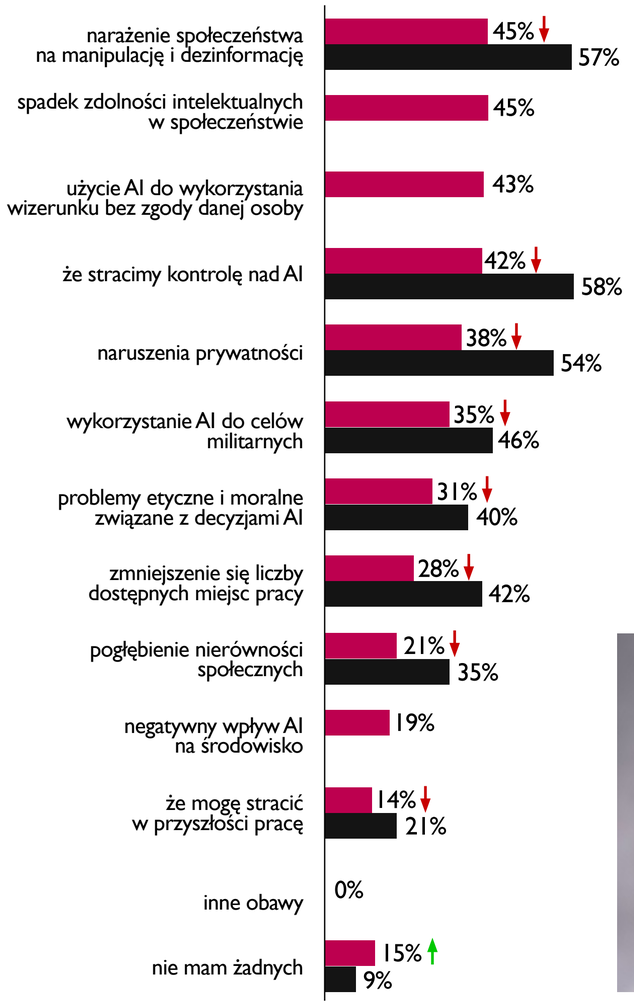
45%

obawia się dezinformacji ze strony AI

45%

obawia się spadku zdolności intelektualnych

Obawy związane z wykorzystaniem sztucznej inteligencji na szeroką skalę



Nadzieje związane z wykorzystaniem sztucznej inteligencji na szeroką skalę

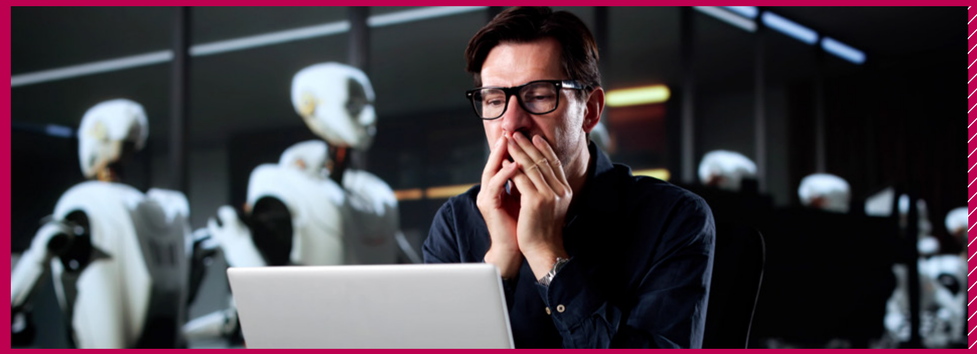




Istotna statystycznie różnica vs. 2025 ↓ ↑

Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków, 2024 respondenci, którzy spotkali się z pojęciem sztucznej inteligencji, N=1016 z 1068

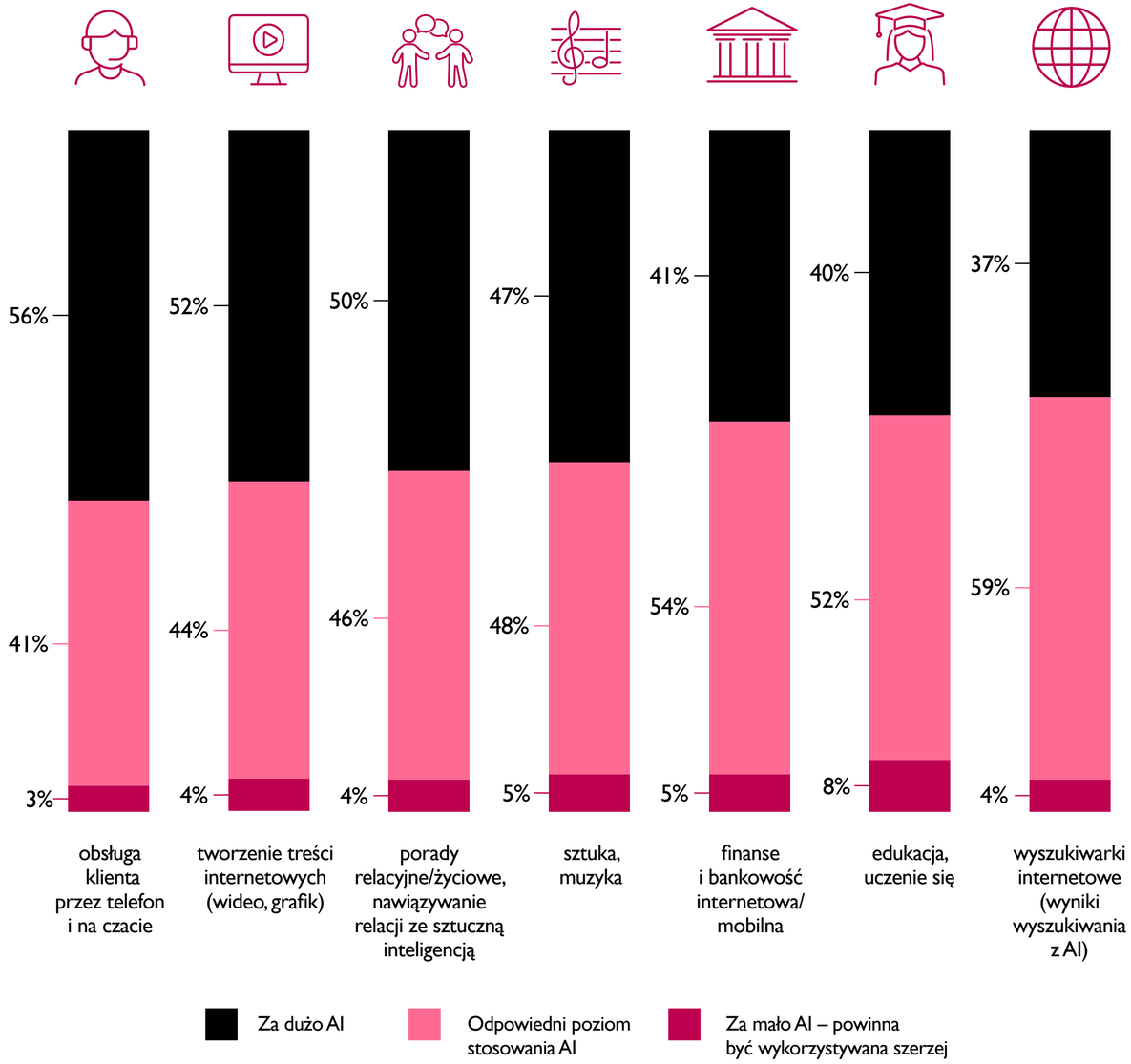
Zmęczeni AI?



Mimo dostrzegania korzyści z rozwoju sztucznej inteligencji respondenci są mocno podzieleni w ocenie powszechności zastosowania AI w różnych dziedzinach życia. Mało jest jednak obszarów, w których chcieliby szerszego zastosowania AI. Najbardziej tu wyróżnia się edukacja – 8% chciałoby szerszego wykorzystania AI w tym obszarze. Przesyt AI jest najbardziej widoczny w kontekście obsługi klienta przez telefon i na czacie oraz w tworzeniu treści internetowych. Odnośnie do bankowości 54% jest obecnie zadowolonych z poziomu zastosowania AI, a 41% uważa, że jest go już za dużo. AI nie jest atrakcją samą w sobie, ma być narzędziem, z którego użytkownicy mogą aktywnie korzystać na swoich zasadach, a nie być biernym odbiorcą takich treści.

8%

oczekuje szerszego zastosowania AI w edukacji



Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

AI w bankowości

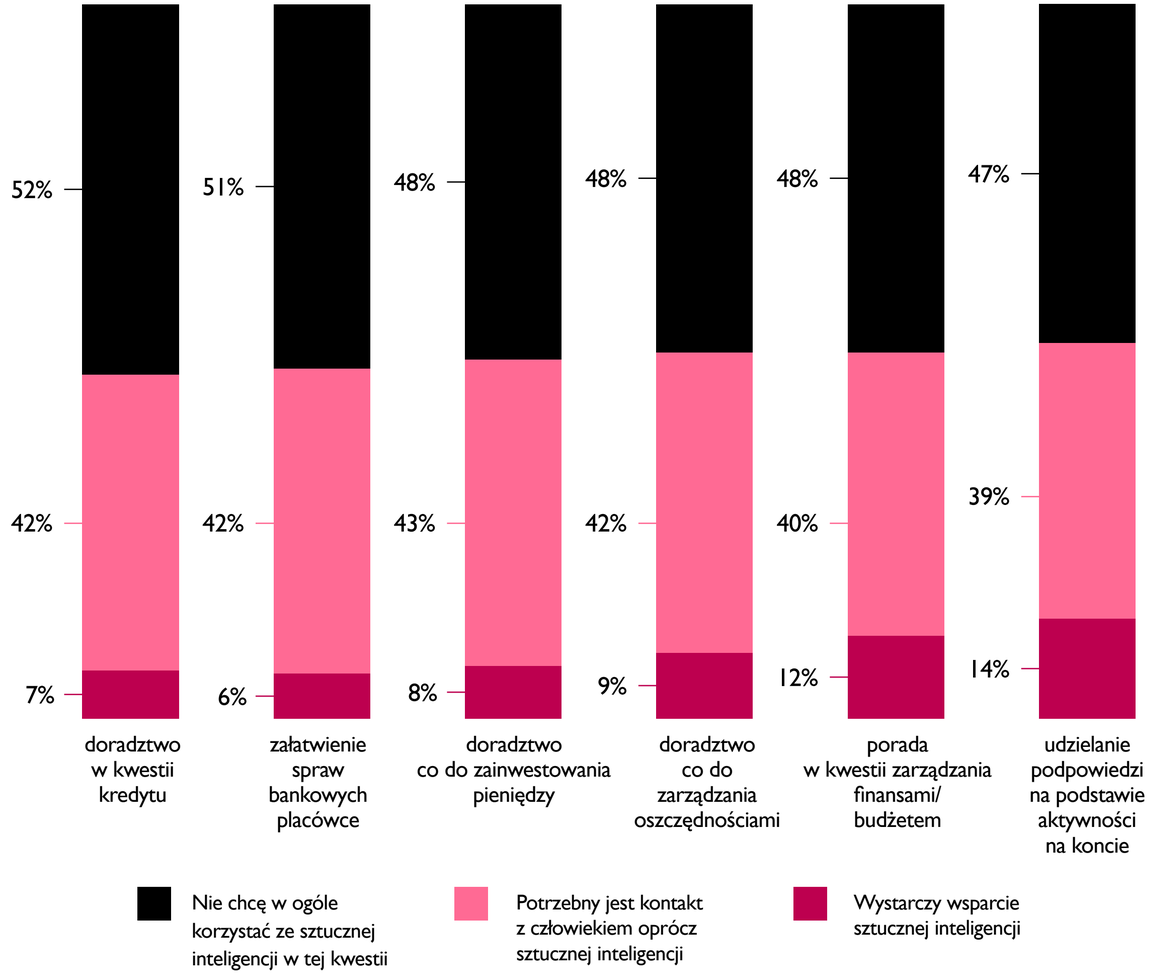
W bankowości nie ma spraw, w których większość klientów preferowałaby dostępność kontaktu wyłącznie ze sztuczną inteligencją. Największy potencjał pod tym względem ma udzielanie podpowiedzi na podstawie aktywności na koncie i porady dotyczące zarządzania budżetem/finansami. Dla każdej aktywności bankowej połowa respondentów deklaruje, że nie chce w ogóle korzystać ze wsparcia AI, a około 40% – że potrzebna jest możliwość kontaktu z człowiekiem oprócz AI.



14%

akceptowałoby udzielanie podpowiedzi na podstawie aktywności na koncie tylko przez AI

Jeśli chodzi o usługi bankowe – w których obszarach wystarczyłoby Ci wsparcie sztucznej inteligencji, a w których jest potrzebne wsparcie człowieka?



Baza: 2026 N=1050, wszyscy respondenci, reprezentatywna próba Polaków

Millennium
bank