

Wykład:

**Modele obsługi  
klientów indywidualnych**

# Liczba ludności w wybranych krajach

Country	Population	GDP
China	1410	17963
India	1374	3417
<b>United States</b>	<b>334</b>	<b>25440</b>
Indonesia	276	1319
Pakistan	236	375
Nigeria	219	473
Brazil	215	1920
Bangladesh	171	460
Russia	146	2240
Mexico	129	1466
Japan	125	4232
Ethiopia	123	127
Philippines	112	404
Egypt	106	477
Vietnam	100	409
Turkey	85	907
Iran	85	413
Germany	84	4082
France	68	2779
United Kingdom	68	3089
Italy	59	2050
South Korea	52	1674
Spain	49	1418
<b>Poland</b>	<b>37</b>	<b>688</b>

# Segmentacja klientów indywidualnych (1)

Kryterium segmentacji	Segmenty
Płeć	mężczyźni, kobiety
Wiek	do 30 lat, 31-40 lat, 41-50 lat, 51-60 lat, powyżej 60 lat
Wykształcenie	podstawowe i zasadnicze zawodowe, średnie, wyższe
Status zawodowy	zatrudnieni w zakładzie pracy, własna firma / działalność gospodarcza, emeryt / rencista, student / osoba ucząca się, osoba niepracująca zawodowo, bezrobotny
Wielkość gospodarstwa domowego	1 osoba, 2 osoby, 3 osoby, 4 osoby, 5 osób, 6 osób i więcej
Faza cyklu życia rodziny	młoda osoba samotna, małżeństwo / para bez dzieci, małżeństwo z dziećmi do lat 6, małżeństwo z dziećmi od 6 do 18 lat, małżeństwo z dorosłymi dziećmi, małżeństwo z dziećmi poza domem / starsza osoba samotna
Dochody	do 1000 zł, 1001–2000, 2001–3000, 3001–4000, 4001–5000, powyżej 5000 zł
Wartość posiadanych aktywów	do 150000 zł, 150001-400000 zł, 400001-800000 zł, powyżej 800000 zł

## Segmentacja klientów indywidualnych (2)

Kryterium segmentacji	Segmenty
Miejsce zamieszkania (miasto – wieś)	miasto powyżej 200 000 mieszkańców, miasto 50 001-200 000, miasto do 50 tys., wieś / osada
Miejsce zamieszkania (województwo)	mazowieckie, śląskie, wielkopolskie, małopolskie, dolnośląskie, łódzkie, kujawsko-pomorskie, pomorskie, lubelskie, podkarpackie, zachodnio-pomorskie, opolskie, lubuskie, świętokrzyskie, warmińsko-mazurskie, podlaskie
Stosunek do nowości	poszukujący nowości, szybko akceptujący nowości, naśladowcy (akceptujący nowości, gdy są już sprawdzone), konserwatyści (przywiązani do tradycyjnych produktów)
Stosunek do ryzyka	mały dochód / niskie ryzyko, większy dochód / umiarkowane ryzyko, wysoki dochód / wysoki poziom ryzyka
Typ psychologiczny	łowca przygód, samorealizujący się, zorientowany na sukces, domator, wątpiący, zrezygnowany
Wpływ na zysk firmy	A (grupa przynosząca firmie duże zyski), B (grupa przynosząca firmie średnie lub małe zyski), C (grupa przynosząca firmie straty)
Liczba wykorzystywanych produktów	1, 2, 3, 4, 5 i więcej

# Liczba i struktura ludności w Polsce - płeć

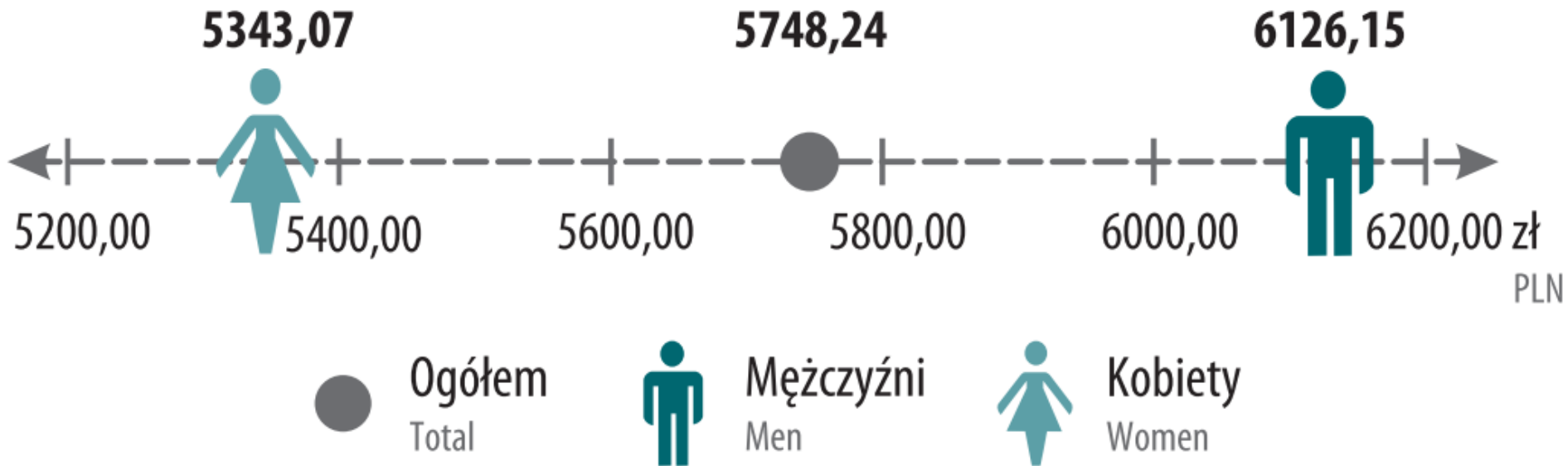
Wyszczególnienie	1960	1970	1978	1988	2002	2011	2021
Ludność ogółem w tys.	29 406	32 642	35 062	37 879	38 230	38 512	38 036
Mężczyźni	14 059	15 854	17 080	18 465	18 516	18 644	18 389
Kobiety	15 347	16 789	17 982	19 415	19 714	19 868	19 647

Źródło: GUS, 2022.



# Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto według płci za październik 2020 r.

Average monthly gross earnings by sex for October 2020



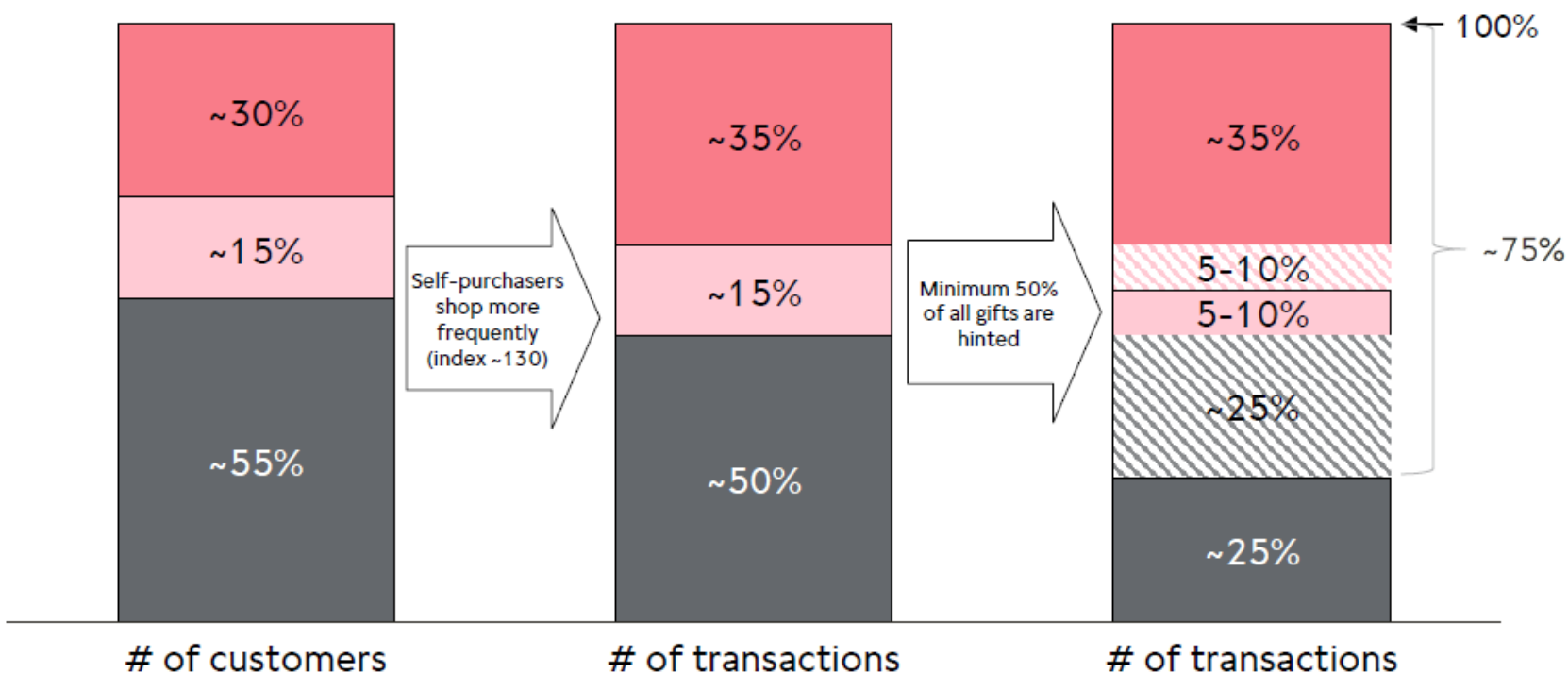
Źródło: GUS, 2022.

# Klienci PANDORY – aspekty behawioralne

CUSTOMER GROUPS

In %

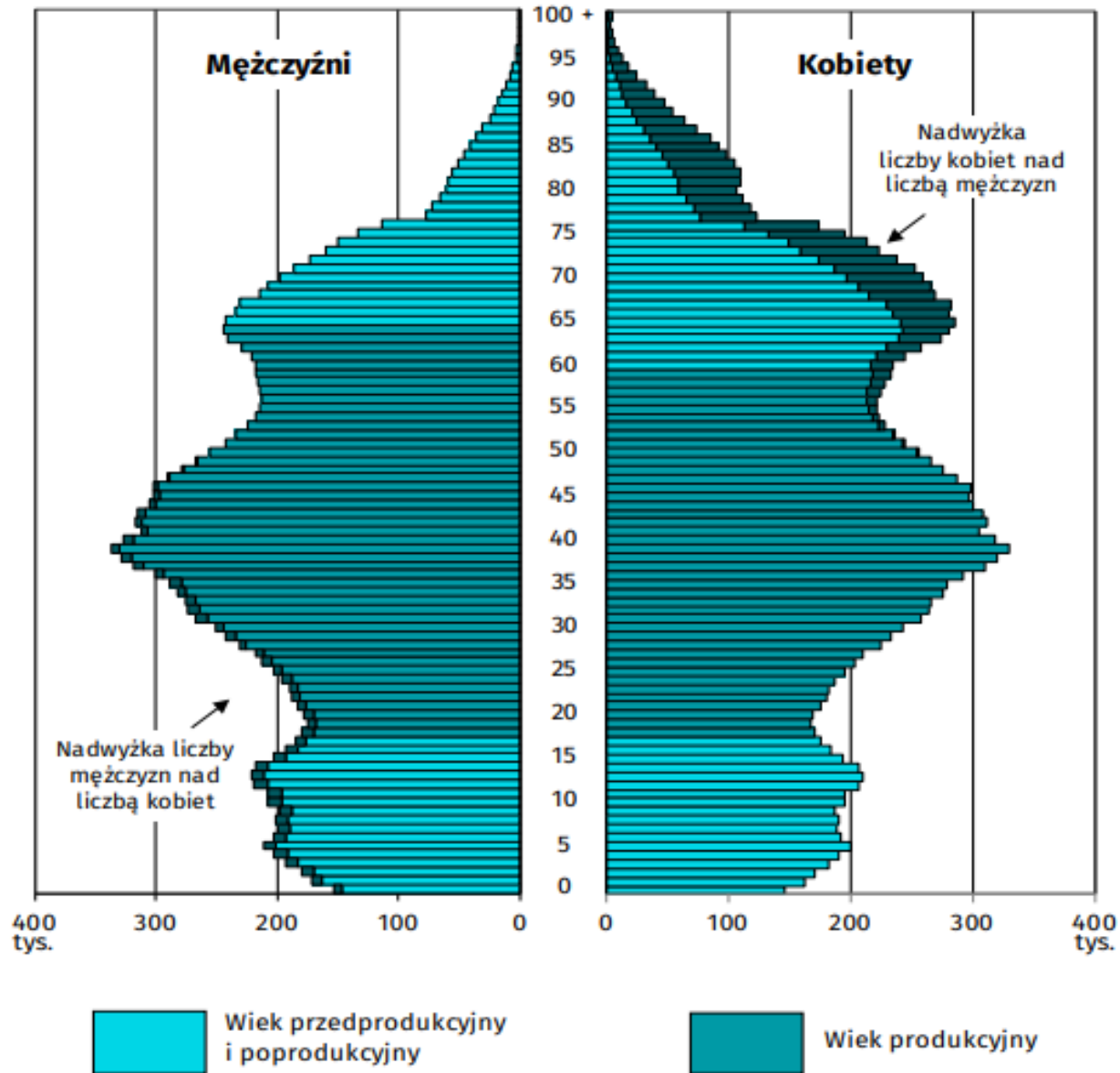
Self-purchasers Female gifters Male gifters Hinted by end-user



Źródło: investor.pandoragroup.com.

Minimum 75% of all purchases are 'decided' by women

# Liczba i struktura ludności w Polsce, 31.12.2022



37 766 tys.

Źródło: GUS, 2023.



# Liczba i struktura ludności w Polsce - wiek

Wyszczególnienie	1960	1970	1978	1988	2002	2011	2021
Ludność ogółem w tys.	29 406	32 642	35 062	37 879	38 230	38 512	38 036
Ludność według wieku w %:							
0–17 lat	37,7	32,9	28,7	29,9	23,2	18,7	18,4
18–59	52,6	54,1	58,0	55,5	59,9	61,5	56,1
18–29	17,0	19,0	22,6	16,7	19,4	18,5	13,1
30–59	35,6	35,1	35,4	38,8	40,5	43,0	43,0
60 lat i więcej	9,7	13,0	13,3	14,6	17,0	19,8	25,5

Źródło: GUS, 2022.

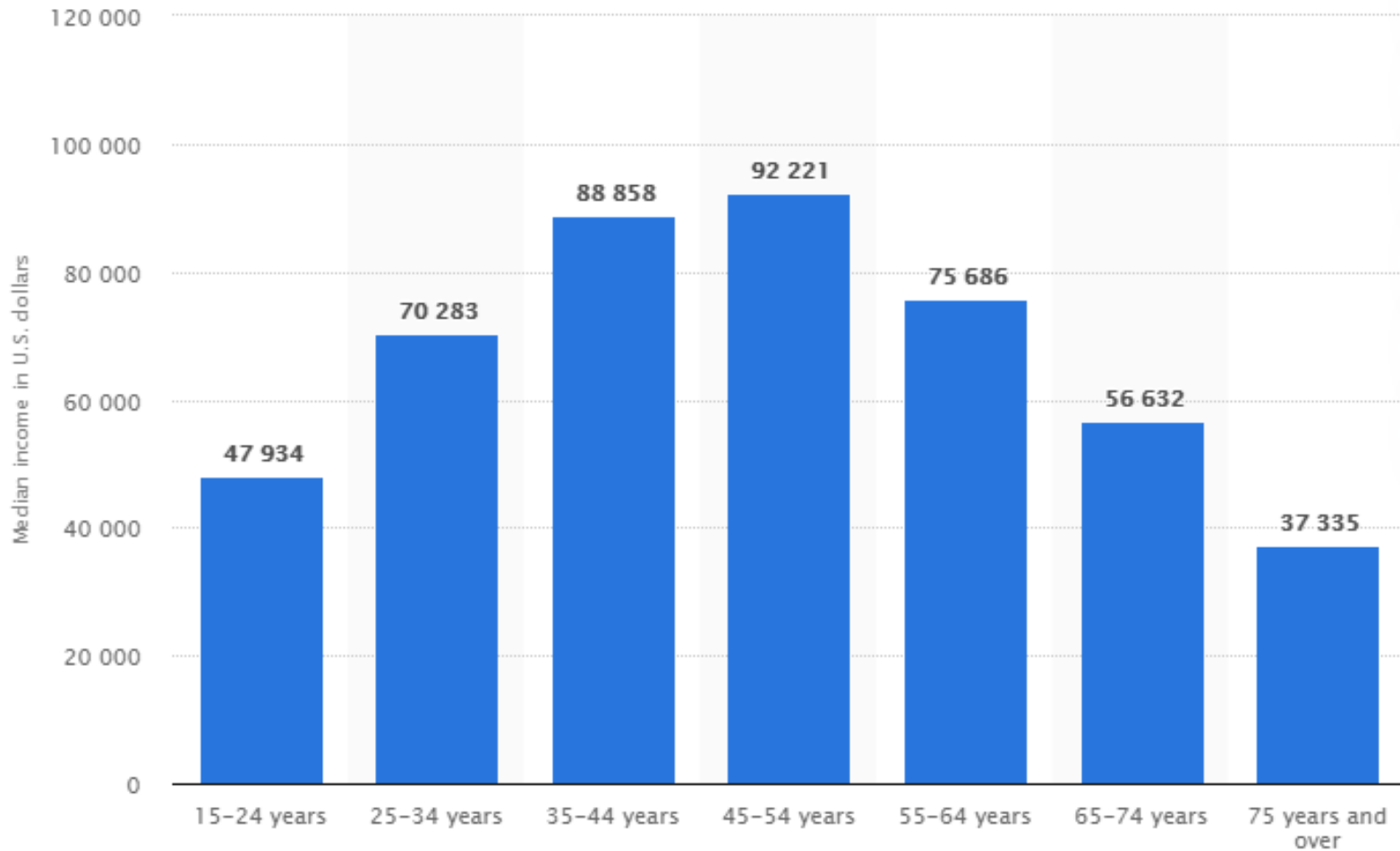


# Korzystanie z Internetu w Polsce (liczba i % osób)

Wyszczególnienie A - w liczbach bezwzględnych (w tys.) B - w odsetkach		Ogółem	16 - 24	25 - 54				55 - 74		
				razem	25 - 34	35 - 44	45 - 54	razem	55 - 64	65 - 74
Osoby w wieku 16 - 74 lata	A	28839	3171	16355	5015	6260	5080	9313	4816	4497
	B	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Osoby korzystające z Internetu:	A	26123	3157	16001	4987	6177	4836	6966	4089	2877
	B	90,6	99,5	97,8	99,4	98,7	95,2	74,8	84,9	64,0
- w ciągu ostatnich 3 miesiący	A	25073	3148	15753	4957	6117	4678	6172	3767	2405
	B	86,9	99,3	96,3	98,9	97,7	92,1	66,3	78,2	53,5
- od 3 miesięcy do 12 miesięcy temu	A	429	9	136	10	38	88	284	128	156
	B	1,5	0,3	0,8	0,2	0,6	1,7	3,0	2,7	3,5
- ponad rok temu	A	622	bd	112	19	22	70	510	194	317
	B	2,2	-	0,7	0,4	0,3	1,4	5,5	4,0	7,0
Osoby nigdy niekorzystające z Internetu	A	2716	15	354	28	83	243	2347	727	1620
	B	9,4	0,5	2,2	0,6	1,3	4,8	25,2	15,1	36,0

Źródło: GUS (2023), *Wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych w jednostkach administracji publicznej, przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2022 roku*

# Mediana dochodów w USA, 2019



Źródło: <https://www.statista.com/>.

# Before-tax median and mean family income, USA

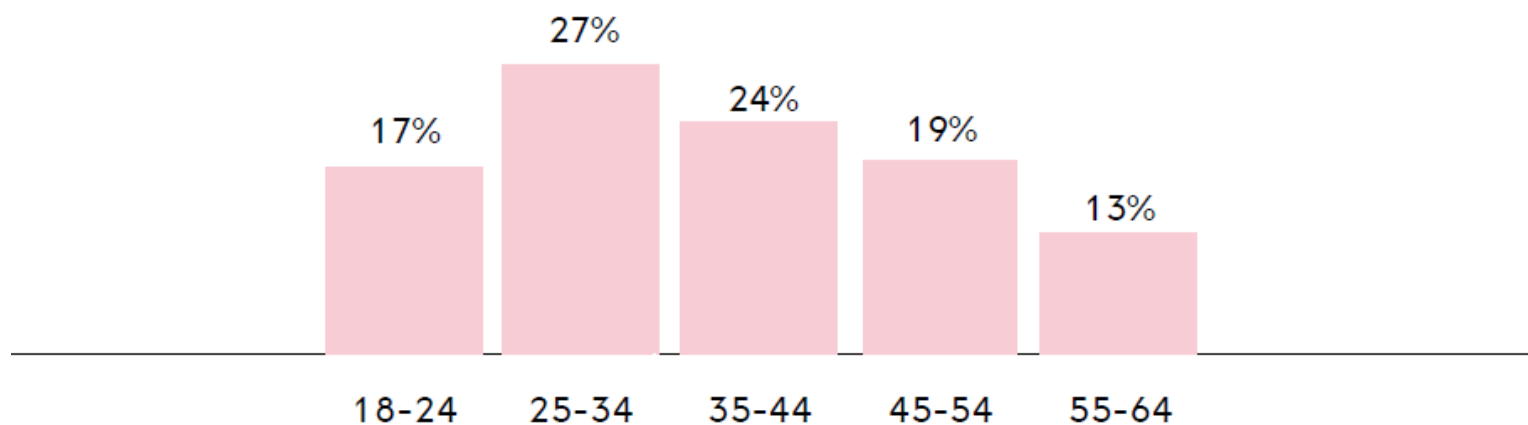
Family characteristic	Median income			Mean income		
	2019	2022	Percent change 2019-22	2019	2022	Percent change 2019-22
<b>All families</b>	<b>67.9</b>	<b>70.3</b>	<b>3</b>	<b>123.4</b>	<b>141.9</b>	<b>15</b>
<b>Percentile of usual income</b>						
Less than 20	20.5	21.6	5	20.8	22.5	8
20-39.9	42.5	44.8	6	43.3	45.3	5
40-59.9	68.6	71.2	4	69.4	73.2	5
60-79.9	110.0	115.7	5	112.2	121.9	9
80-89.9	174.3	189.2	9	177.3	201.3	14
90-100	328.0	378.3	15	565.2	691.7	22
<b>Age of reference person (years)</b>						
Less than 35	56.4	60.5	7	75.5	82.7	9
35-44	86.2	85.9	0	128.6	169.9	32
45-54	90.2	91.9	2	168.5	171.4	2
55-64	73.7	81.9	11	151.4	175.9	16
65-74	58.1	60.9	5	125.0	142.5	14
75 or more	49.9	49.1	-2	86.9	107.9	24
<b>Education of reference person</b>						
No high school diploma	35.7	32.3	-10	45.9	42.2	-8
High school diploma	53.1	53.0	0	73.9	74.0	0
Some college	59.4	60.0	1	91.6	86.4	-6
College degree	110.9	117.8	6	204.6	242.2	18

Źródło: FED (2023), Changes in U.S. Family Finances from 2019 to 2022.

# Klienci PANDORY – grupy wiekowe

## AGE DISTRIBUTION OF PANDORA CUSTOMERS 2022

Base: All Pandora customers



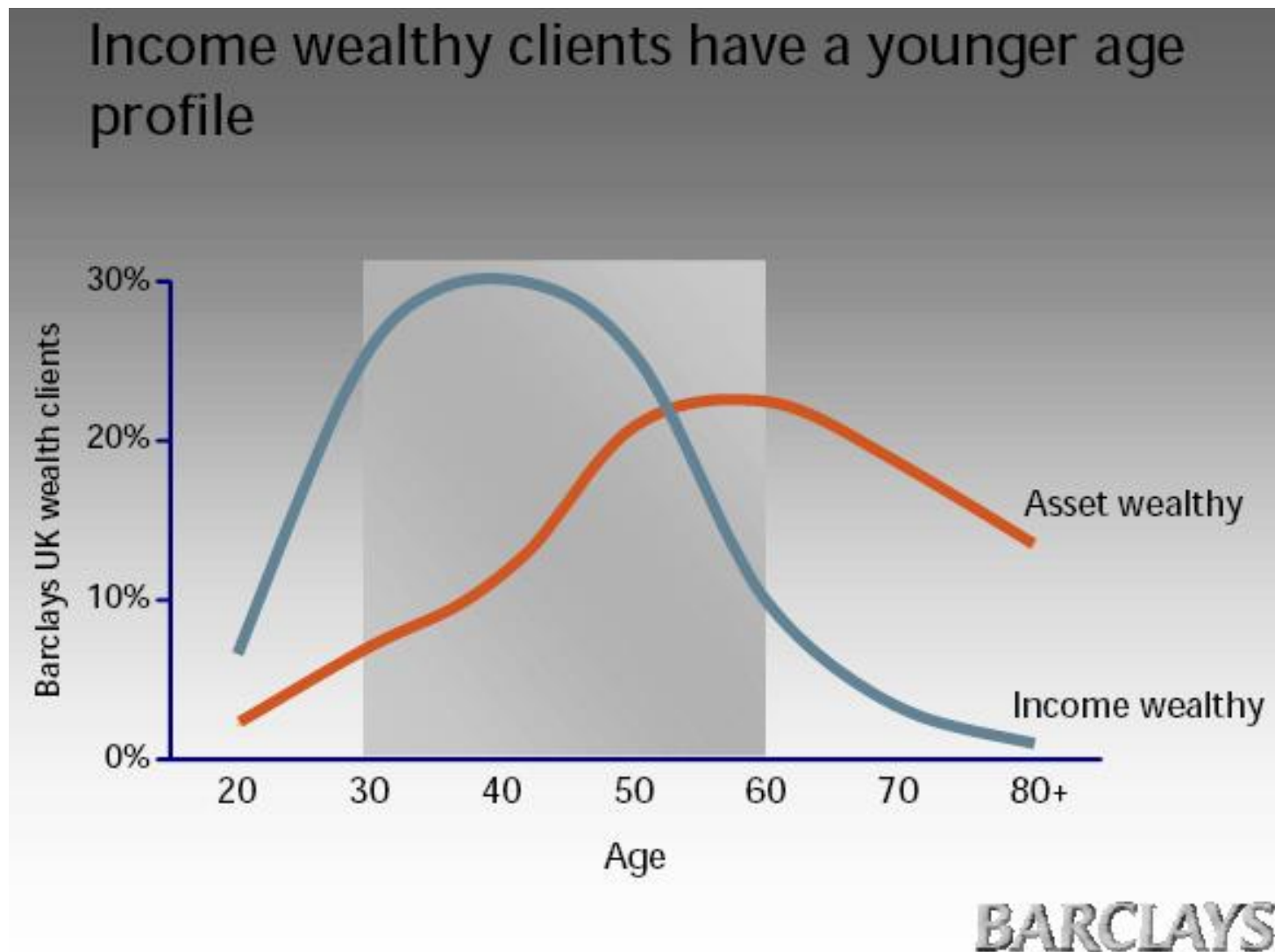
MARKETS: IT, AU, ES, UK, CA, US, FR and DE

Note: Customers are defined as all men that have gifted Pandora in the past 12 months and all women that have either self-purchased or gifted Pandora in the past 12 months

# Klienci PANDORY – kolekcja dla młodych



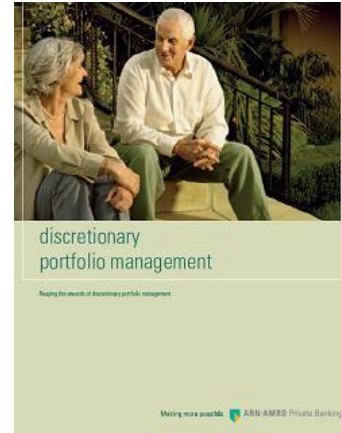
# Wiek a dochody i posiadane aktywa w Wielkiej Brytanii



# Wiek a sytuacja finansowa Amerykanów

Ken Dychwald w książce "Age Wave" napisał, że starsi (w wieku powyżej 50 lat) Amerykanie:

- kontrolują ponad 70% krajowych aktywów netto (będących w rękach gospodarstw domowych);
- posiadają 80% pieniędzy na rachunkach oszczędnościowych;
- kupują 80% luksusowych wycieczek;
- kupują 48% luksusowych samochodów.



Age of head of family	Median net worth	Average net worth
Less than 35	\$13,900	\$76,300
35-44	\$91,300	\$436,200
45-54	\$168,600	\$833,200
55-64	\$212,500	\$1,175,900
65-74	\$266,400	\$1,217,700
75+	\$254,800	\$977,600

Źródło:  
FED (2019)



# Nieautoryzowane *overdrafty* w USA

Większość amerykańskich banków pozwala na dokonywanie transakcji prowadzących do przekroczenia stanu środków na rachunku do pewnego poziomu i pobiera **34 USD** za każdą taką operację. Opłata *overdraftowa* najczęściej znacznie przekracza wielkość udzielonego kredytu.

Osoby w wieku powyżej 55 lat płacą rocznie ok. **1 mld USD** tytułem opłat za „*nieautoryzowane overdrafty*”.

Zdecydowana większość badanych osób deklaruje, że chcieliby decydować o możliwości korzystania z salda debetowego

Parrish, Smith, 2006

Gary Kalmar musi zapłacić 370 USD kary za 10 płaćności na łączną kwotę 60 USD



# Oferta usług bankowych dla studentów w Wielkiej Brytanii



[Bank](#) [Borrow](#) [Save and invest](#) [Mortgage](#) [Insure](#) [More](#)

[Personal Banking](#) / [Other accounts](#) / [Student Additions Account](#)

## Student Additions Account



- ✓ Personalise your debit card free of charge
- ✓ Winner of the Moneyfacts Student Account Provider of the Year Award
- ✓ Send and receive money quickly and easily with Barclays Pingit
- ✓ Free Text Alerts
- ✓ Manage your money on the go with Barclays Mobile Banking

[How to apply](#) ↻

### If you hold a Student Additions account, you can apply for:

- Up to £2,000 fee-free while you're studying at university depending on circumstances, with £200 fee-free available when you open your account, subject to application and status
- Overdrafts are only available to UK resident students

# Poziom wykształcenia a wynagrodzenia, 2021

wynagrodzenie osób z wykształceniem średnim = 100

Kraj	Wykształcenie		
	mniej niż średnie	wyższe licencjat	wyższe mgr lub dr
Dania	90	113	144
Francja	89	151	189
Hiszpania	80	146	185
Irlandia	84	147	184
Australia	89	127	148
Kanada	79	141	161
Niemcy	72	152	184
Szwajcaria	80	130	162
Szwecja	86	108	145
USA	78	169	221
Wielka Brytania	73	139	160
<b>Polska</b>	<b>86</b>	<b>140</b>	<b>162</b>

# Wskaźniki aktywności zawodowej, zatrudnienia i bezrobocia wg poziomu wykształcenia, I kw. 2023

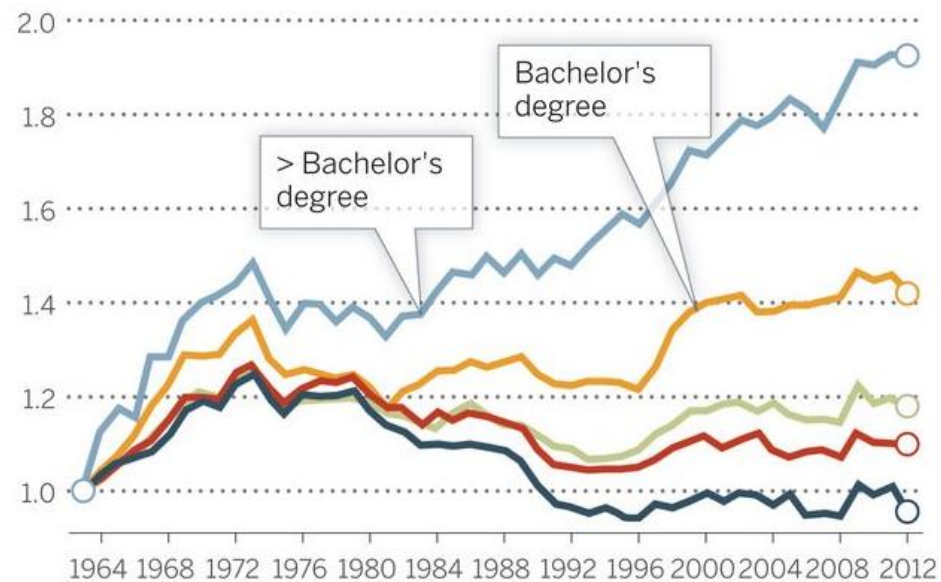
WYSZCZEGÓLNIENIE	Ogółem	Aktywni zawodowo					Bierni zawodowo	Współczynnik aktywności zawodowej	Wskaźnik zatrudnienia	Stopa bezrobocia
		razem	pracujący			bezrobotni				
			razem	w wymiarze czasu pracy						
				pełnym	niepełnym					
w tysiącach							w %			
<b>OGÓŁEM</b>	<b>29720</b>	<b>17357</b>	<b>16852</b>	<b>15691</b>	<b>1161</b>	<b>505</b>	<b>12363</b>	<b>58,4</b>	<b>56,7</b>	<b>2,9</b>
wyższe	8372	6806	6704	6314	391	102	1565	81,3	80,1	1,5
policealne i średnie zawodowe	7219	4397	4271	3955	317	125	2822	60,9	59,2	2,8
średnie ogólnokształcące	3271	1837	1759	1595	164	78	1434	56,2	53,8	4,2
zasadnicze zawodowe/branżowe	6557	3594	3444	3242	202	150	2963	54,8	52,5	4,2
gimnazjalne, podstawowe, niepełne podstawowe i bez wykształcenia szkolnego	4302	724	674	585	88	50	3579	16,8	15,7	6,9

Źródło: GUS., BAEL, I kw. 2023.

# Dochody wg poziomu wykształcenia, USA

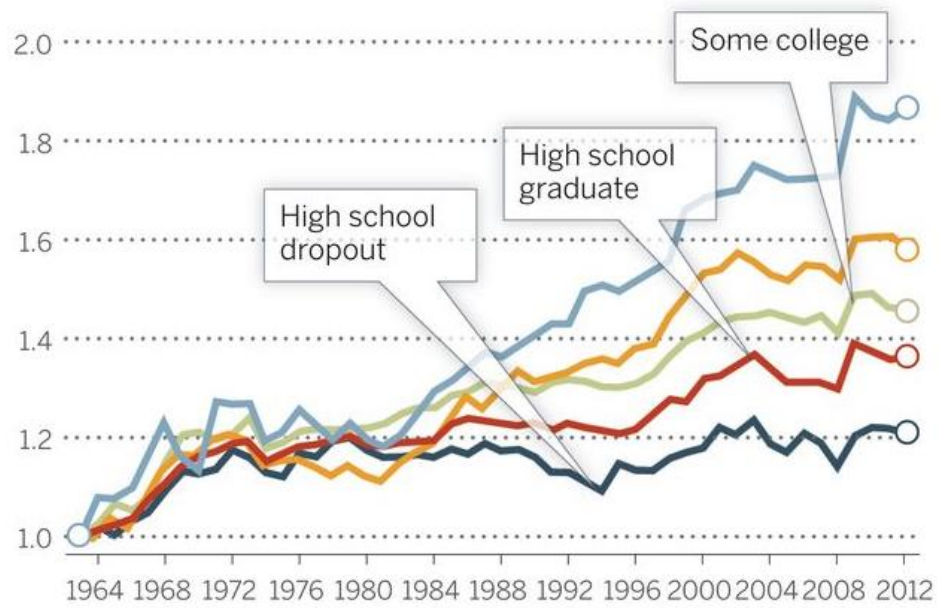
Real weekly earnings relative to 1963 (men)

**A**

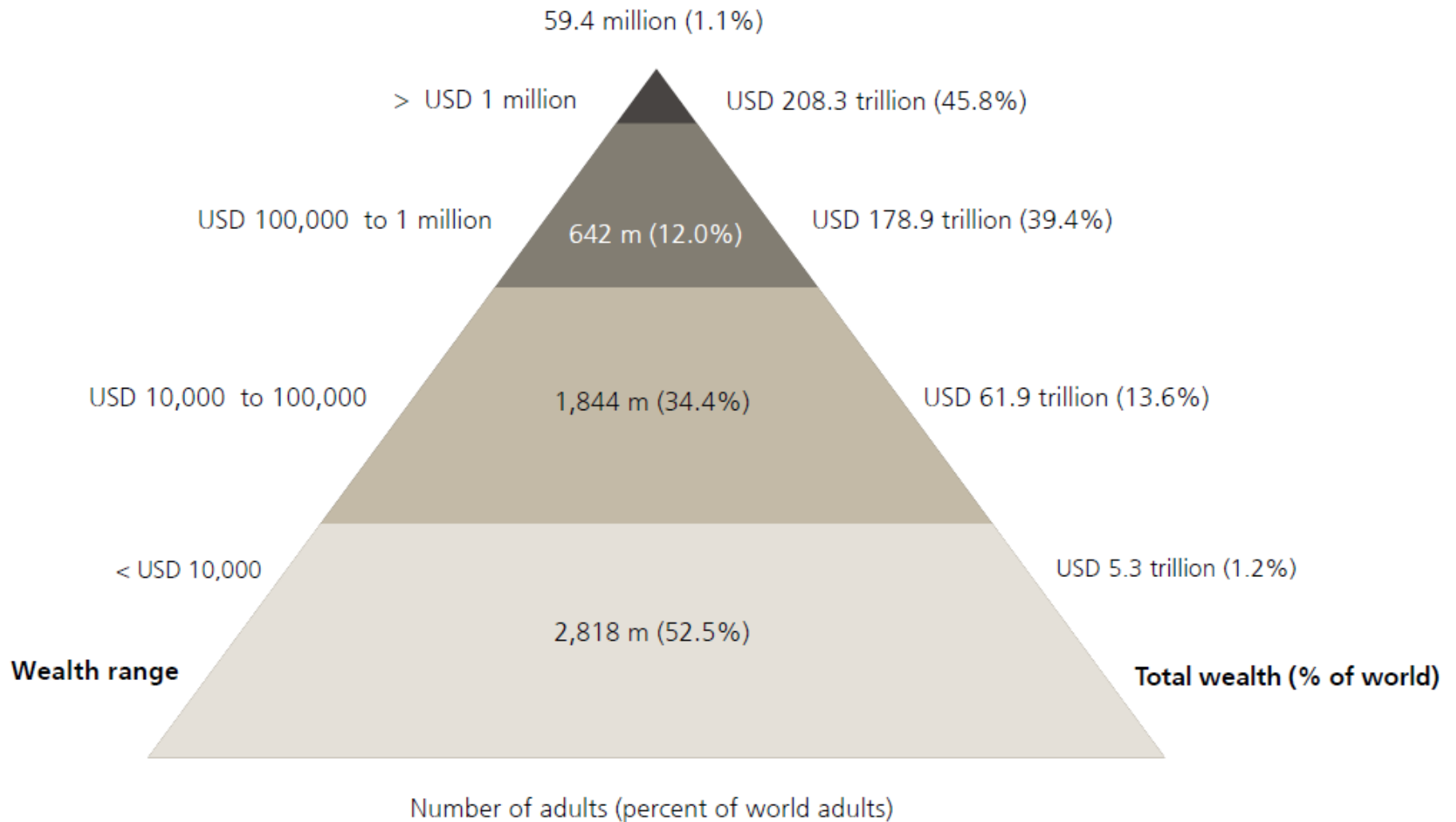


Real weekly earnings relative to 1963 (women)

**B**



# Światowa piramida bogactwa



# Ranking państw wg poziomu bogactwa obywateli

Rank	Mean wealth per adult (USD)		
2022	Market	2022	Change 2021–22
1	Switzerland	685,230	-13,450
2	United States	551,350	-27,700
3	Hong Kong SAR	551,190	-2,170
4	Australia	496,820	-57,660
5	Denmark	409,950	-30,390
6	New Zealand	388,760	-67,420
7	Norway	385,340	39,440
8	Singapore	382,960	22,590
9	Canada	369,580	-44,320
10	Netherlands	358,230	-44,230
11	Belgium	352,810	-13,940
12	France	312,230	-12,270
13	United Kingdom	302,780	-15,720
14	Sweden	296,800	-69,110
15	Taiwan	273,790	-18,930
16	Germany	256,180	-14,360
17	Ireland	247,080	-11,290
18	Austria	245,220	-1,480
19	Israel	235,440	-24,610
20	Korea	230,760	-2,130

Median wealth per adult (USD)		
Market	2022	Change 2021–22
Belgium	249,940	-7,860
Australia	247,450	-28,630
Hong Kong SAR	202,410	-130
New Zealand	193,060	-30,640
Denmark	186,040	-10,210
Switzerland	167,350	-1,230
United Kingdom	151,820	-3,990
Norway	143,890	6,860
Canada	137,630	-15,320
France	133,140	-7,080
Netherlands	112,450	-31,220
Taiwan	108,250	-3,720
United States	107,740	14,460
Spain	107,510	170
Italy	107,320	-7,100
Japan	103,680	-13,460
Singapore	99,490	5,790
Korea	92,720	-10,230
Ireland	90,740	-3,650
Qatar	90,260	3,740

# Liczba osób zamożnych

Źródło: UBS (2023).

Market/region	Over USD 100,000		Over USD 1 million	
	Number of adults (thousands)	%	Number of adults (thousands)	%
Mainland China	168,421	24.0	6,231	10.5
United States	132,407	18.9	22,710	38.2
Japan	52,261	7.5	2,757	4.6
Germany	29,862	4.3	2,627	4.4
France	29,386	4.2	2,821	4.7
United Kingdom	29,271	4.2	2,556	4.3
Italy	25,815	3.7	1,335	2.2
Korea	21,433	3.1	1,254	2.1
India	20,114	2.9	849	1.4
Spain	19,727	2.8	1,135	1.9
Canada	16,923	2.4	2,032	3.4
Australia	13,531	1.9	1,840	3.1
Taiwan	10,360	1.5	765	1.3
Mexico	9,466	1.4	393	0.7
Netherlands	7,289	1.0	1,175	2.0
Brazil	6,870	1.0	413	0.7
Belgium	6,140	0.9	536	0.9
Iran	5,086	0.7	246	0.4
Russia	4,437	0.6	408	0.7
Hong Kong SAR	4,130	0.6	630	1.1
Switzerland	3,900	0.6	1,099	1.9
Indonesia	3,709	0.5	177	0.3
Poland	3,457	0.5	90	0.2
Sweden	3,381	0.5	467	0.8
Austria	3,287	0.5	302	0.5

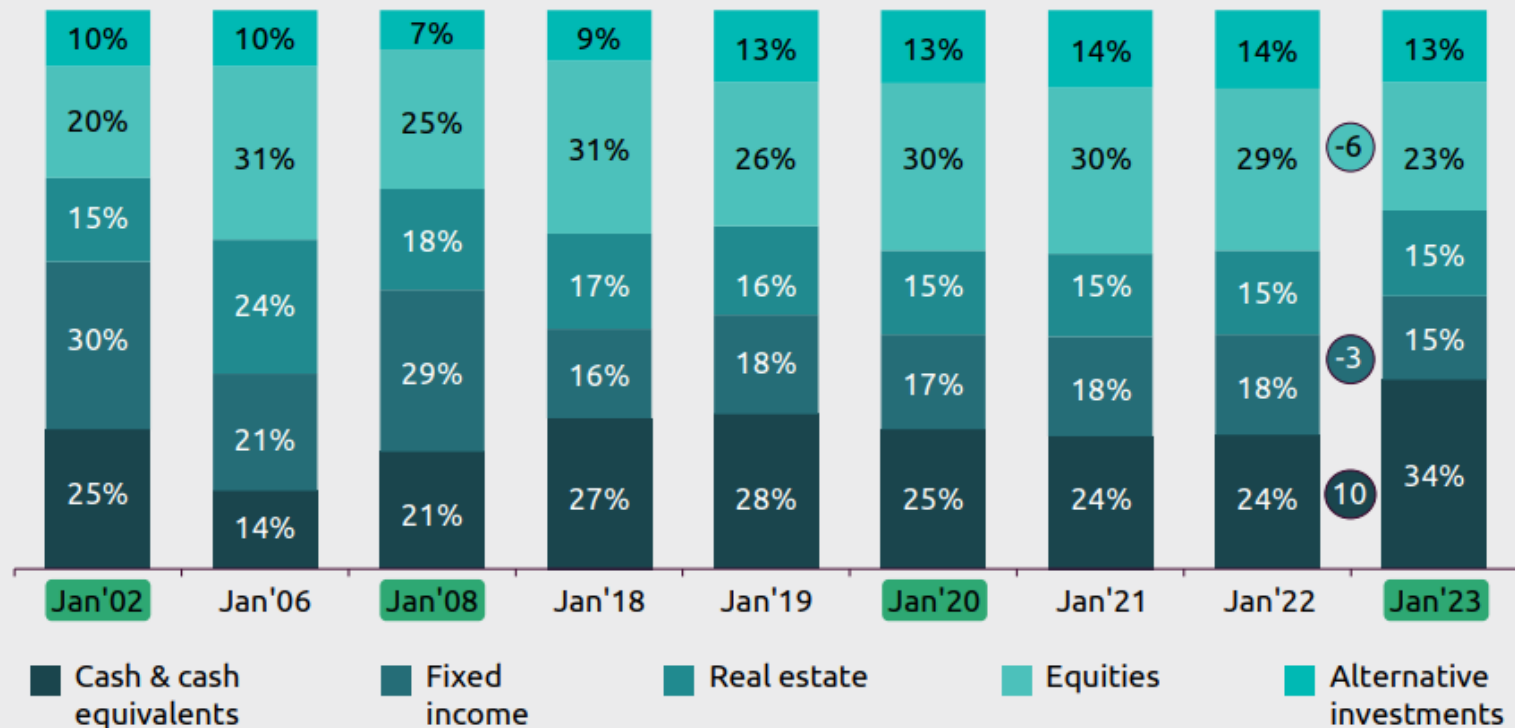


**Table 2-2: Wealth estimates by market (end-2022), continued**

Market	Adults	Share of adults	Total wealth	Share of wealth	Wealth per adult	Financial wealth per adult	Non-financial wealth per adult	Debt per adult	Median wealth per adult
	thousand	%	USD bn	%	USD	USD	USD	USD	USD
Solomon Islands	367	0.0	4	0.0	11,660	2,776	9,142	258	3,429
South Africa	38,667	0.7	926	0.2	23,956	19,501	8,680	4,225	5,141
Spain	37,855	0.7	8,487	1.9	224,209	75,047	170,630	21,467	107,507
Sri Lanka	14,966	0.3	359	0.1	23,991	5,280	19,427	717	8,615
St. Lucia	141	0.0	6	0.0	42,301	4,603	42,028	4,330	12,454
St. Vincent and the Grenadines	79	0.0	2	0.0	23,728	6,738	20,083	3,093	7,357
Suriname	392	0.0	3	0.0	7,885	3,382	5,467	964	1,444
Sweden	7,866	0.1	2,335	0.5	296,800	225,252	137,572	66,023	77,515
Switzerland	7,047	0.1	4,829	1.1	685,226	448,960	387,871	151,605	167,353
Syria	12,229	0.2	23	0.0	1,911	337	1,608	35	680
Taiwan	19,803	0.4	5,422	1.2	273,788	213,771	95,382	35,366	108,247
Tajikistan	5,442	0.1	25	0.0	4,592	1,020	3,725	154	1,863
Tanzania	29,686	0.6	145	0.0	4,869	545	4,494	171	2,005
Thailand	54,741	1.0	1,421	0.3	25,956	10,181	21,317	5,543	9,602
Togo	4,336	0.1	7	0.0	1,520	361	1,321	163	488
Tonga	60	0.0	3	0.0	55,898	2,657	55,338	2,098	20,960
Trinidad and Tobago	1,042	0.0	58	0.0	55,939	27,154	36,492	7,707	22,957
Tunisia	8,372	0.2	177	0.0	21,087	8,067	14,444	1,425	7,298
Turkey	59,247	1.1	1,041	0.2	17,578	4,187	14,403	1,012	5,488
Uganda	21,416	0.4	60	0.0	2,780	317	2,601	138	798
United Arab Emirates	8,138	0.2	1,242	0.3	152,556	93,567	71,971	12,982	31,761
United Kingdom	52,752	1.0	15,972	3.5	302,783	168,223	184,162	49,602	151,825
United States	253,681	4.7	139,866	30.8	551,347	422,404	201,726	72,783	107,739

# Inwestycje osób zamożnych

Figure 4. HNWI move asset allocations towards wealth preservation



20xx Represents a crisis years    # Change in investments (percentage points)

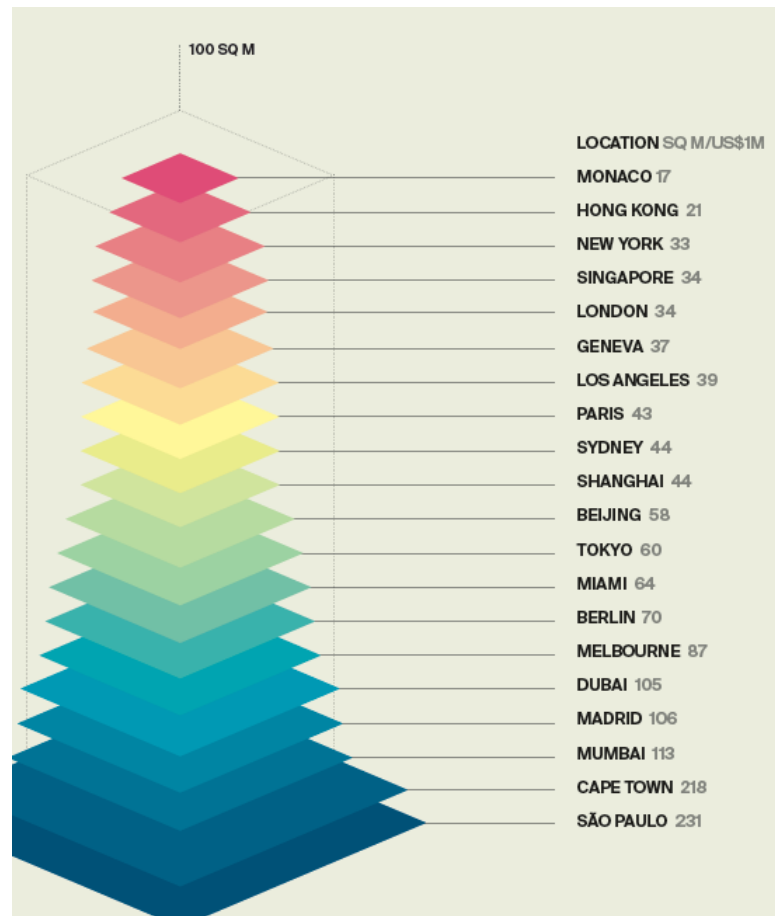
Source: Capgemini Research Institute for Financial Services Analysis, 2023.

Note: Alternative investments include commodities, private equity, FX, hedge funds, structured products, and digital assets. Chart numbers and quoted percentages may not total 100% due to rounding.

# Rynek nieruchomości dla zamożnych klientów

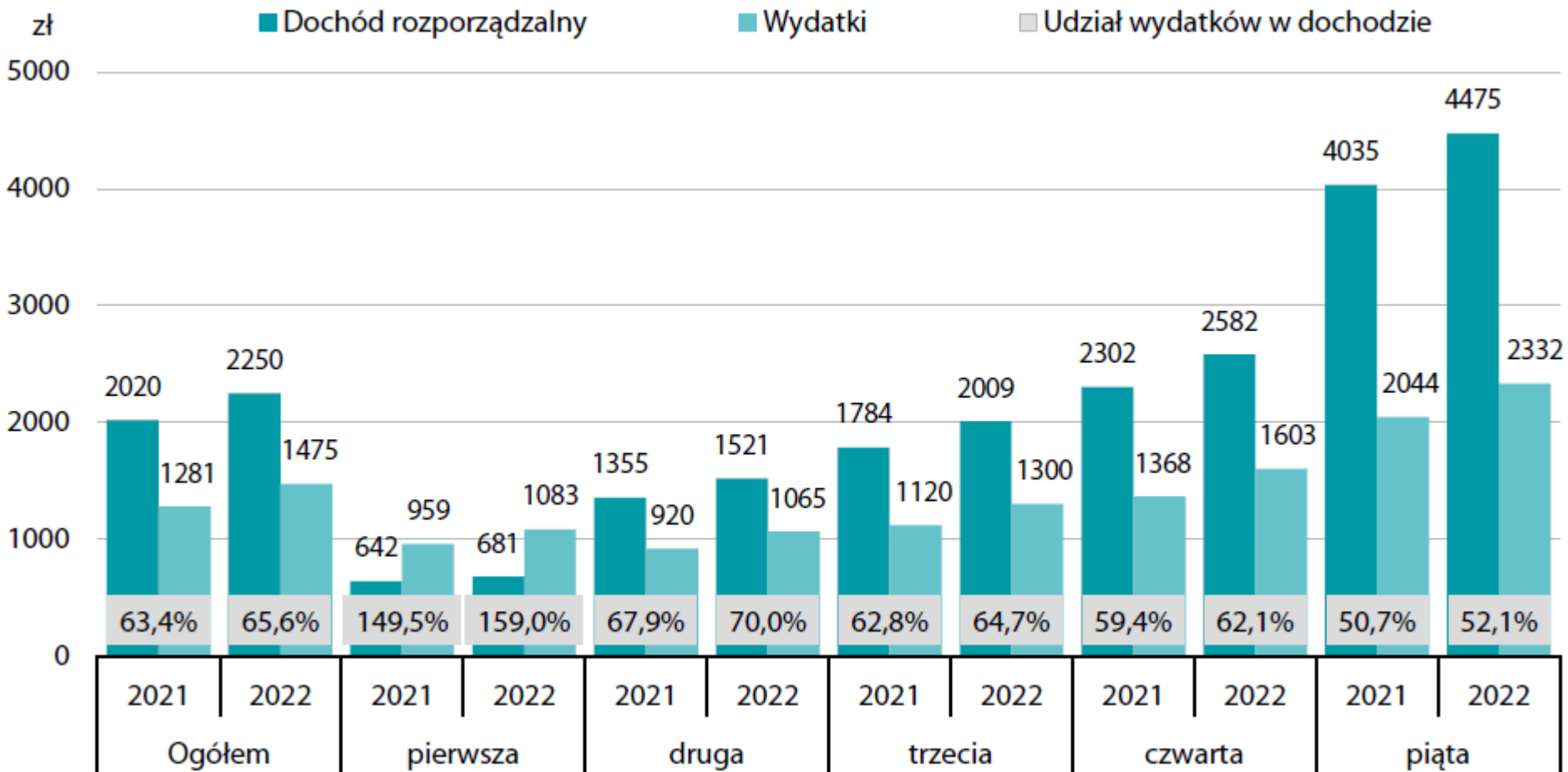


How many square metres of prime property US\$1m buys in selected cities



Źródło: The Wealth Report 2023, Knight Frank.

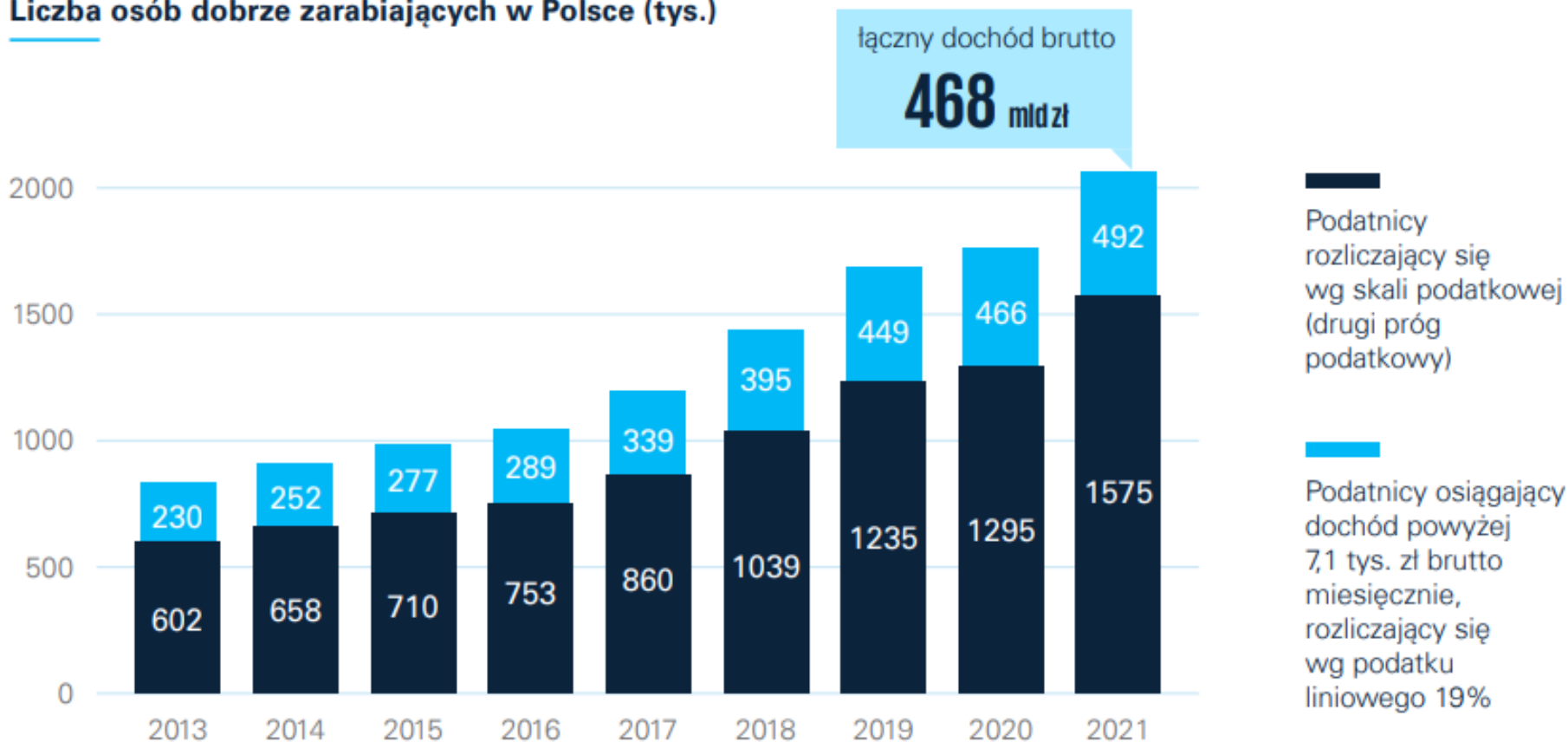
# Dochód rozporządzalny i wydatki na 1 osobę w 2022 r. w gospodarstwach domowych, wg grup kwintylowych



Źródło: GUS 2023.

# Liczba osób przekraczających drugi próg podatkowy w Polsce (w tys.)

Liczba osób dobrze zarabiających w Polsce (tys.)



Źródło: KPMG (2023), Rynek dóbr luksusowych w Polsce.

# Segmentacja osób o wysokich dochodach, Polska 2021

Segment	Kryterium dochodowe (w tys. zł miesięcznie)	Liczba podatników (w tys.)	Średni miesięczny dochód brutto (w tys. zł)	Łączna wartość dochodów brutto w 2021 r. (w mld zł)
Osoby przekraczające drugi próg podatkowy	7,1	2070	19	468
Osoby zamożne	20,0	320	57	220
Osoby bogate	50,0	83	131	130
Osoby bardzo bogate	83,3	37	211	94

Źródło: KPMG (2022), Rynek dóbr luksusowych w Polsce.



## Liczba HNWI w Polsce według bogactwa (stan na koniec 2021 r.)

	2020	2021	Różnica % r/r
1-5 mln \$	83 037	91 039	9,6%
5-10 mln \$	5 305	5 836	10,0%
10-50 mln \$	2 660	2 980	12,0%
Powyżej 50 mln \$	238	274	15,1%
<b>Razem HNWI</b>	<b>91 240</b>	<b>100 129</b>	<b>9,7%</b>

# Źródła bogactwa kobiet

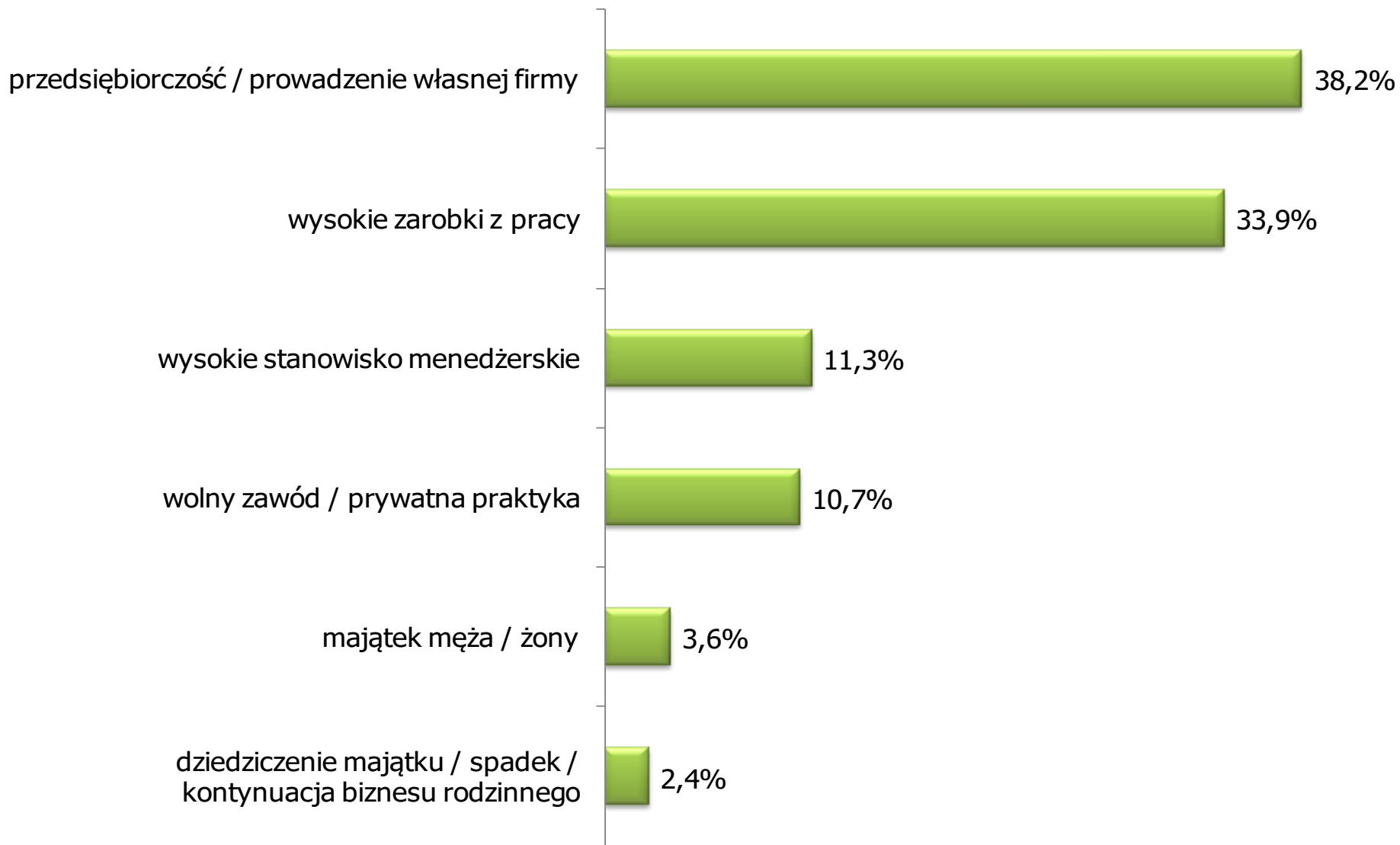
Table 2: Sources of personal wealth cited by women

Which of the following have been most important to you as sources of your personal wealth? Select up to three responses

	Asia	North America	Europe		Middle East & Africa
Inheritance	26.8 %	22.2 %	15.2 %	5	25.9 %
Income from job	53.7 %	75.0 %	64.6 %	1	63.0 %
Income from investments	34.1 %	38.9 %	24.1 %	3	44.4 %
Income from property rental	12.2 %	11.1 %	8.9 %		11.1 %
Income from sale of property	9.8 %	16.7 %	8.9 %		0.0 %
Income from a business	26.8 %	16.7 %	19.0 %	4	18.5 %
Sale of a business	9.8 %	11.1 %	7.6 %		14.8 %
Pension	14.6 %	11.1 %	12.7 %		3.7 %
Rich benefactor	4.9 %	0.0 %	8.9 %		3.7 %
Marriage	24.4 %	19.4 %	27.8 %	2	29.6 %
Gambling/lottery win	2.4 %	2.8 %	7.6 %		7.4 %
Divorce settlement	2.4 %	5.6 %	0.0 %		3.7 %
Other	0.0 %	0.0 %	2.5 %		0.0 %

Source: EIU/Barclays Wealth

# Źródła pochodzenia bogactwa

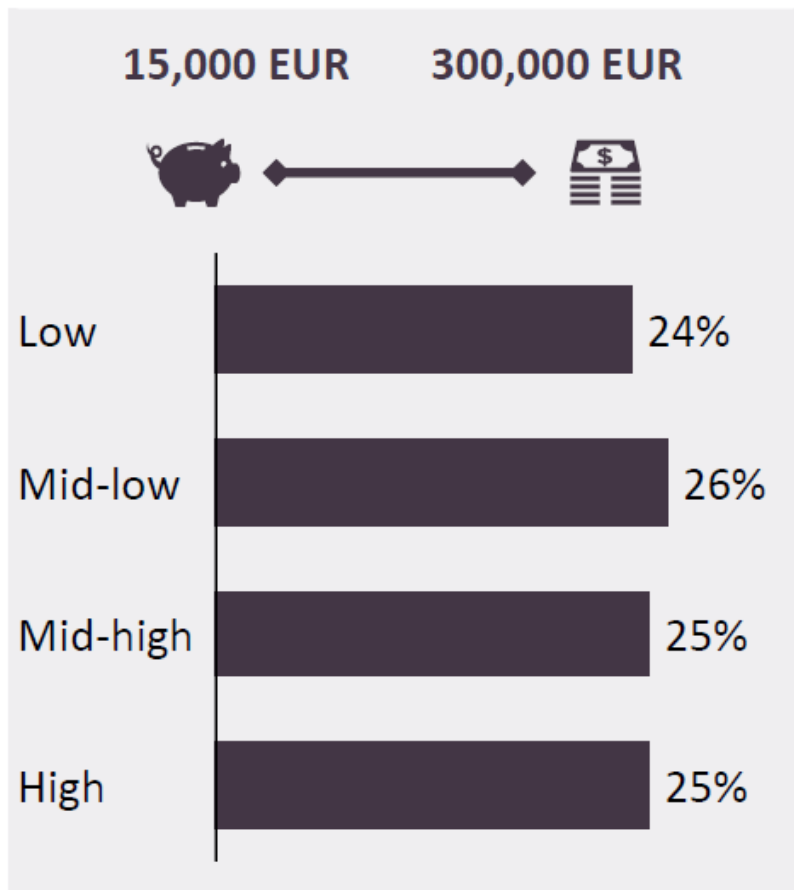


Źródło: QUALIFACT, Affluent segment, 2011.



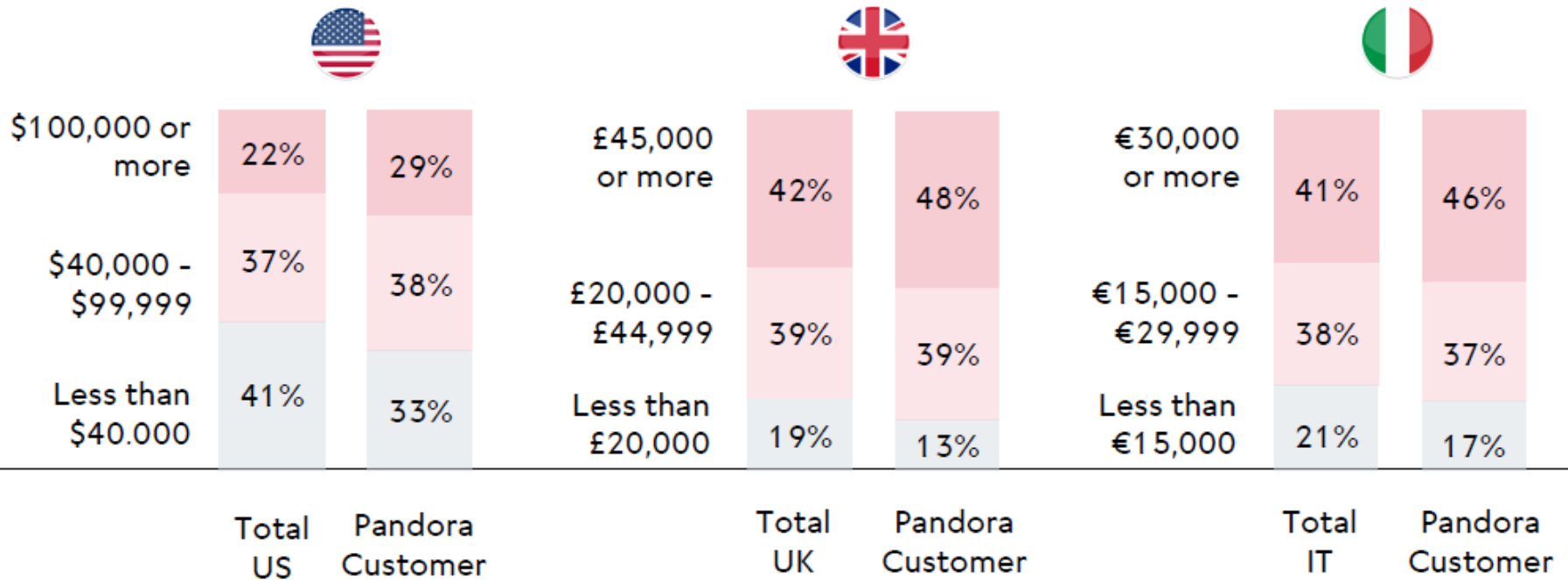
# Klienci PANDORY – grupy dochodowe

## ANNUAL INCOME



PANDORA

# Klienci PANDORY – grupy dochodowe



MARKETS: IT, UK, US

Note 1: Income levels across markets are not directly comparable, due to currency rate and buying power

Note 2: 'Prefer not to answer' answers are removed and the % rebased without it

SOURCE: PANDORA BRAND TRACKER 2022

**PANDORA**

# Prognoza gospodarstw domowych gospodarstwa domowe według liczby dzieci

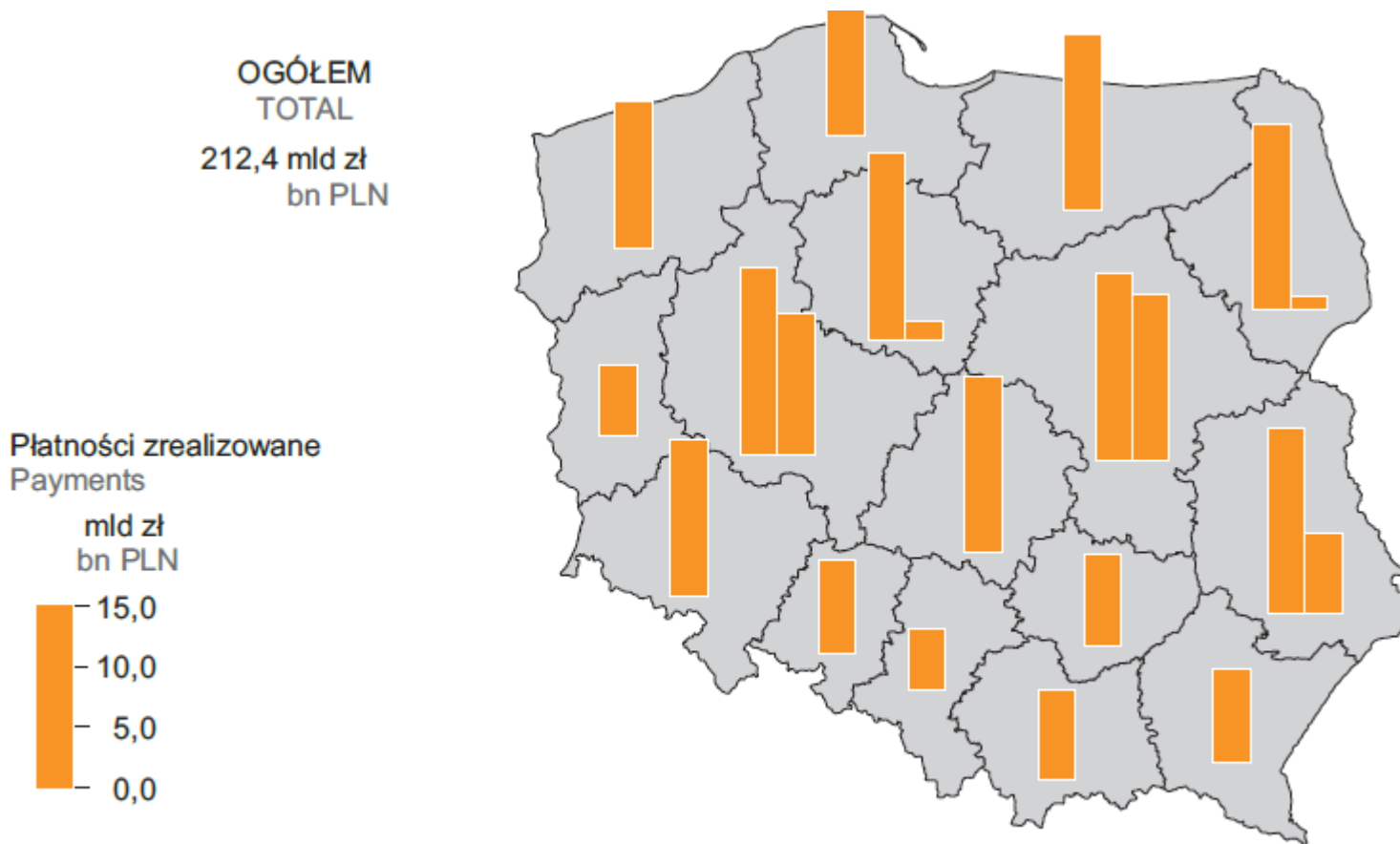
Liczba dzieci	2018	2020	2030	2040	2050
w tysiącach					
Ogółem	14 275	14 482	15 372	14 253	13 507
0	9 864	10 072	11 430	10 726	10 159
1	2 613	2 631	2 400	2 173	2 079
2	1 423	1 414	1 242	1 099	1 035
3	283	275	228	195	179
4	64	62	50	42	38
5 i więcej	28	27	21	18	16
w procentach					
0	69,1	69,5	74,4	75,3	75,2
1	18,3	18,2	15,6	15,2	15,4
2	10,0	9,8	8,1	7,7	7,7
3	2,0	1,9	1,5	1,4	1,3
4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
5 i więcej	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
w procentach (wśród gospodarstw z dziećmi)					
1	59,2	59,7	60,9	61,6	62,1
2	32,3	32,1	31,5	31,2	30,9
3	6,4	6,2	5,8	5,5	5,4
4	1,4	1,4	1,3	1,2	1,1
5 i więcej	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5

# Gospodarstwa rolne

LATA YEARS	Ogółem Total	0 powierzchni użytków rolnych Area of agricultural land						15 ha i więcej 15 ha and more
		0 – 1 ha	1 – 2 ha	2 – 5 ha	5 – 10 ha	10 – 15 ha		
		<b>GOSPODARSTWA FARMS</b>						
<b>W tysiącach In thousand</b>								
2010 <sup>a</sup>	1509,1	24,9	300,6	489,8	346,3	151,5	196,1	
2016	1410,7	22,8	271,2	465,9	309,9	137,3	203,6	
2018	1428,8	27,5	285,0	449,0	315,0	142,0	210,2	
2019	1409,4	27,8	285,5	440,7	306,2	137,7	211,5	
<b>2020<sup>a</sup></b>	<b>1317,4</b>	<b>25,3</b>	<b>220,3</b>	<b>440,1</b>	<b>289,0</b>	<b>130,6</b>	<b>212,3</b>	
<b>W odsetkach In percent</b>								
2010 <sup>a</sup>	100,0	1,6	19,9	32,6	22,9	10,0	13,0	
2016	100,0	1,6	19,2	33,1	22,0	9,7	14,4	
2018	100,0	1,9	20,0	31,4	22,0	9,9	14,7	
2019	100,0	2,0	20,3	31,3	21,7	9,8	15,0	
<b>2020<sup>a</sup></b>	<b>100,0</b>	<b>1,9</b>	<b>16,7</b>	<b>33,4</b>	<b>21,9</b>	<b>9,9</b>	<b>16,1</b>	

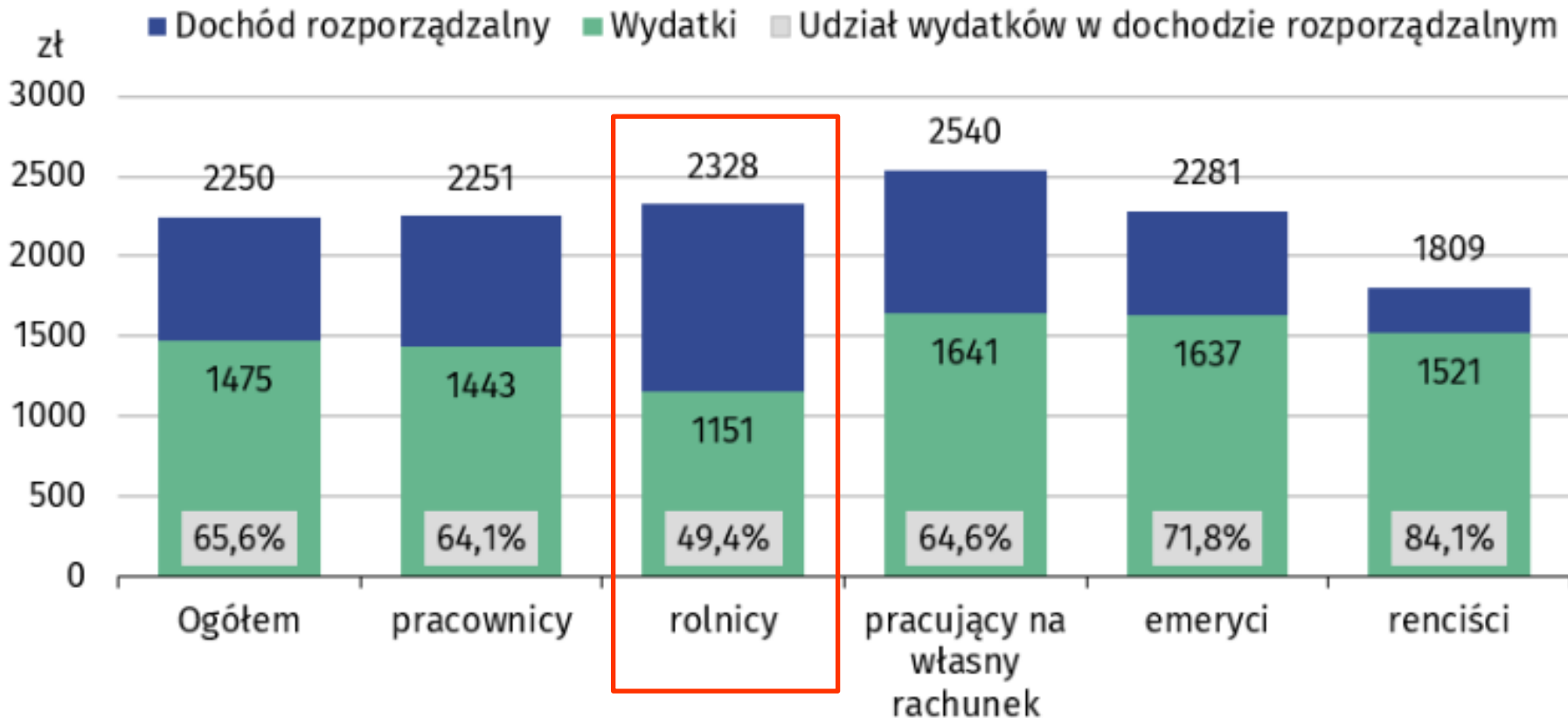
Źródło: GUS, 2022.

# Kwota zrealizowanych płatności w ramach systemów wsparcia bezpośredniego do gruntów rolnych w kampaniach 2004–2021

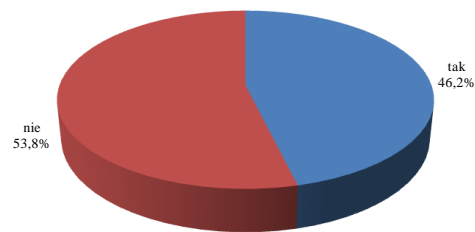


a Uwzględnia Jednolitą Płatność Obszarową, Uzupelniającą Płatność Obszarową, dopłaty energetyczne, płatności cukrowe, Oddzielną Płatność z tytułu owoców i warzyw, Przejściową płatność z tytułu owoców miękkich, Wsparcie specjalne.

# Przeciętne miesięczne dochody dyspozycyjne i wydatki gospodarstw domowych w Polsce (na 1 osobę), 2022



# Inwestycje dokonane w ostatnich 12 miesiącach



Źródło: QUALIFACT, AGRI 2009.



## Kryteria wyboru banku - wskazania na 1. miejscu (n=543)

Źródło: QUALIFACT, AGRI 2009.



# Banki, w których gospodarstwa rolne posiadają rachunek prywatny

Bank	%
<i>banki spółdzielcze</i>	53,0%
PKO BP SA	21,9%
BGŻ SA	5,4%
Bank BPH SA	5,3%
Bank Ochrony Środowiska SA	4,7%
Pekao SA	4,3%
BZ WBK SA	1,3%
ING Bank Śląski SA	1,1%
Kredyt Bank SA	1,1%
Bank Millennium SA	0,6%

# Potrzeby finansowe rolników

Specyficznych potrzeb finansowych należy upatrywać przede wszystkim w **kredytach**:

- **szybkich, łatwych** (bo rolnik musi nawozić natychmiast, nie może czekać na kredyt miesiąc),
- **tanich** (np. preferencyjnych),
- **elastycznych w spłacie** (nie co miesiąc, lecz zgodnie z częstotliwością uzyskiwanych dochodów, np. raz na pół roku, raz w roku oraz bez poważnych konsekwencji przy niewielkim przesunięciu spłaty).

# Relacje z bankami spółdzielczymi (1)

*Jak my z ojcem świniaka na wóz, sprzedali, pieniądze gdzie? Do banku spółdzielczego. Z dziada pradiada.*

*BS wie, że my potrzebujemy na nawozy, środki ochrony roślin, a taki bank, co jest w mieście, obsługuje ludzi z miasta, nie wie.*

*BS mają to specyficzne, że znają sytuacje w rolnictwie, znają ta atmosferę, natomiast PKO nie czuje tego. Ustanawia takie warunki, że nie da się z nimi współpracować.*

*To mały bank, często chodzę, o coś pytam. Raz miałem taką sytuację, że zadzwoniłem zapytać czy przysły dopłaty, nie podałem nazwiska, a ona sprawdziła – po głosie mnie poznała.*

## Relacje z bankami spółdzielczymi (2)

*Tu wiedzą na co kogo stać, nikt nikogo nie oszuka.*

*30 lat współpracuję, czuję się tam dobrze, bo mnie znają, atmosfera prawie rodzinna, pani dyrektor wyjdzie, zapyta jak tam w polu, jeśli trzeba jakichś kredytów to bardzo chętnie, bez zbędnych zabezpieczeń, bo mnie znają. Obsługa jest miła, znamy się osobiście.*

*Całe szczęście, że się ostały. Akurat wczoraj byłem, pytali mnie jak tam wnuczek. Ale nie o to chodzi. Znają mnie od podszewki, dlatego wielu rzeczy nie trzeba udowadniać, jest łatwiej. W innych bankach jakbym był, to tych żyrantów kombinować, dokumenty przedstawiać.*