

# Finanse Polaków w czasach pandemii

Badanie postaw i opinii Polaków

Sopot, sierpień 2021r.



Blue Media Research

**BLUE  
MEDIA**

Czas pandemii to czas obaw, niepewności oraz wielu drobnych zdarzeń, które wywołują większe zmiany zarówno po stronie przedsiębiorstw, jako instytucji, ludzi, jako elementów składowych tych instytucji (pracownicy oraz właściciele firm) a także ludzi, jako konsumentów.

Badanie pokazuje, że zmiany jakie następują w podejściu tych podmiotów do kwestii związanych z finansami osobistymi często nijak mają się do naszych prognoz i oczekiwań.

Największą zmianą jest postępująca cyfryzacja Polek i Polaków, która choć wymuszona trudną sytuacją, zdaje się przekonywać ludzi do siebie i ma ogromną szansę pozostać z nami na zawsze. Dotyczy to już nie tylko korzystania z usług finansowych ale również urzędów, zakupów, jak i spraw codziennych, takich jak praca, nauka, czy usługi medyczne.

Co może wydawać się zaskakujące, prognozy dotyczące sytuacji finansowej oraz sytuacji na rynku pracy były chyba zbyt pesymistyczne. Badanie pokazuje, że w skali całej populacji pracę straciło mniej osób niż zakładano a sytuacja finansowa Polek i Polaków cały czas się poprawia. Oczywiście są ludzie którzy boleśnie odczuli, zmiany spowodowane COVID 19, ale zdaje się to być jedynie stanem przejściowym, z którego prawdopodobnie wyjdziemy silniejsi. Odbudowa finansowa nastąpi szybko, rynek pracy już się ożywia, a nowe narzędzia i modele funkcjonowania, jakich nauczyliśmy się w tym trudnym czasie, pozostaną z nami na zawsze.

Arkadiusz Pełczyński

Satisface Pracownia Badawcza

01

# Metodologia

# Metodologia badania

Metoda badania:

BADANIE INTERNETOWE CAWI Z WYKORZYSTANIEM INTERNETOWEGO PANELU BADAWCZEGO ARIADNA – MAJ 2021

Zrealizowano łącznie:

1164 wywiadów na reprezentatywnej próbie ogólnopolskiej

Średni czas wypełniania ankiety:

około 15 minut

Próba badawcza:

Polacy w wieku 18 – 65 lat. Próba reprezentatywna ze względu na wiek, płeć, województwo i wielkość miejsca zamieszkania

Do analizy wykorzystane następujące podgrupy:

Płeć	Wiek	Miejsce zamieszkania
 Kobieta	 Grupa młodszą 18 – 34 lat	 Wieś
 Mężczyzna	 Grupa średnia 35 – 54	 Małe lub średnie miasto (do 99 tys. mieszkańców)
	 Grupa starsza 55 lat i więcej	 Duże miasto (powyżej 100 tys. mieszkańców)

Symbolem ▲

w raporcie oznaczono różnice istotne statystycznie

Tam gdzie to możliwe:

w raporcie użyto porównań do wyników badań Innowacje Finansowe realizowanych przez Blue Media i Satisface w latach ubiegłych

02

## Charakterystyka próby

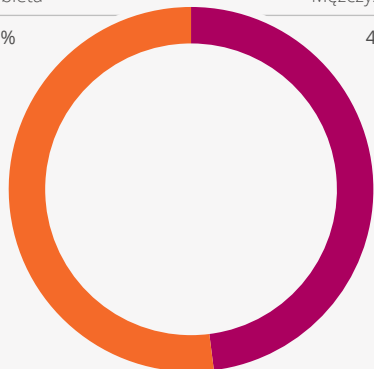
# Charakterystyka próby

N=1164

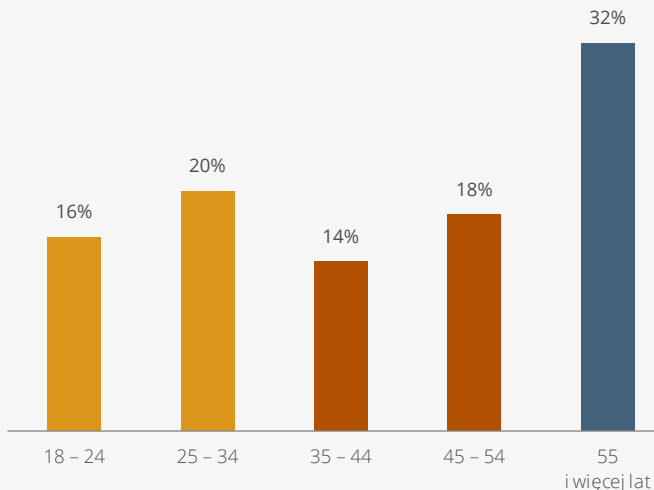
## Płeć



Kobieta 51%      Mężczyzna 49%



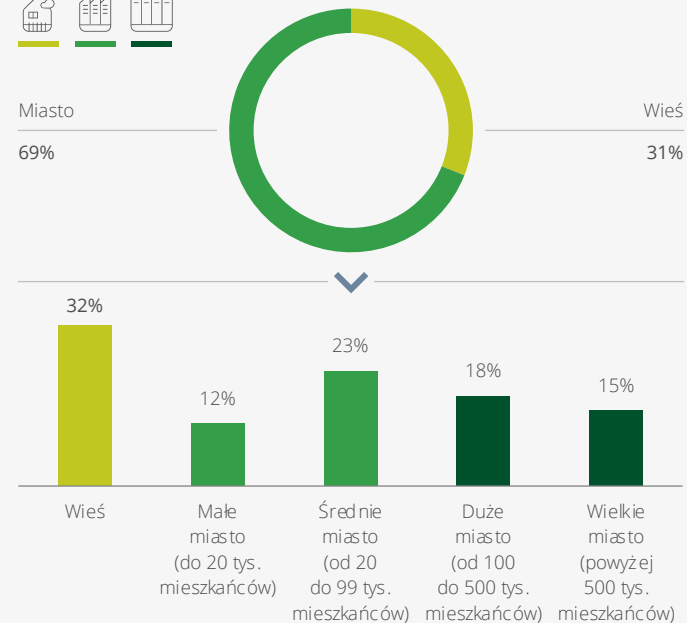
## Wiek



## Miejsce zamieszkania



Miasto 69%      Wieś 31%



03

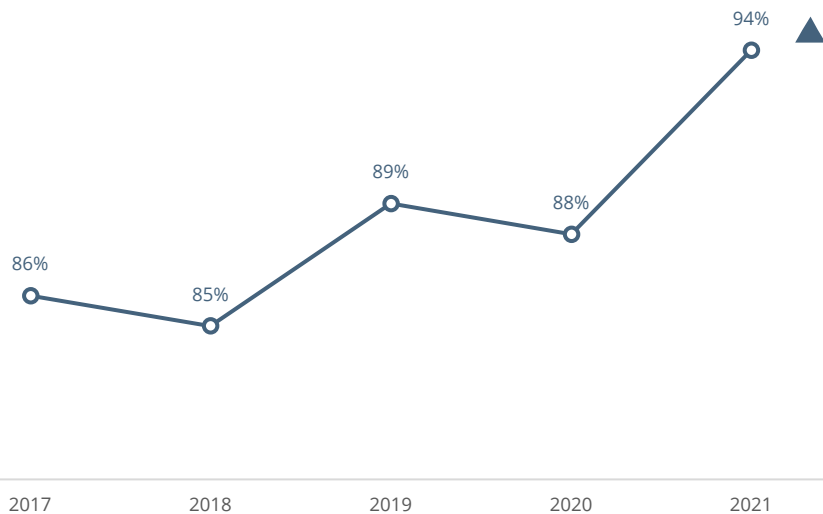
# Zakupy przez Internet

# Zakupy przez Internet

N=1164

P1. Czy kupuje Pan(i) jakieś produkty lub usługi przez Internet?

Aż 94%, spośród badanych osób, kupuje produkty lub usługi za pośrednictwem Internetu. Wskaźnik ten zanotował istotny wzrost.

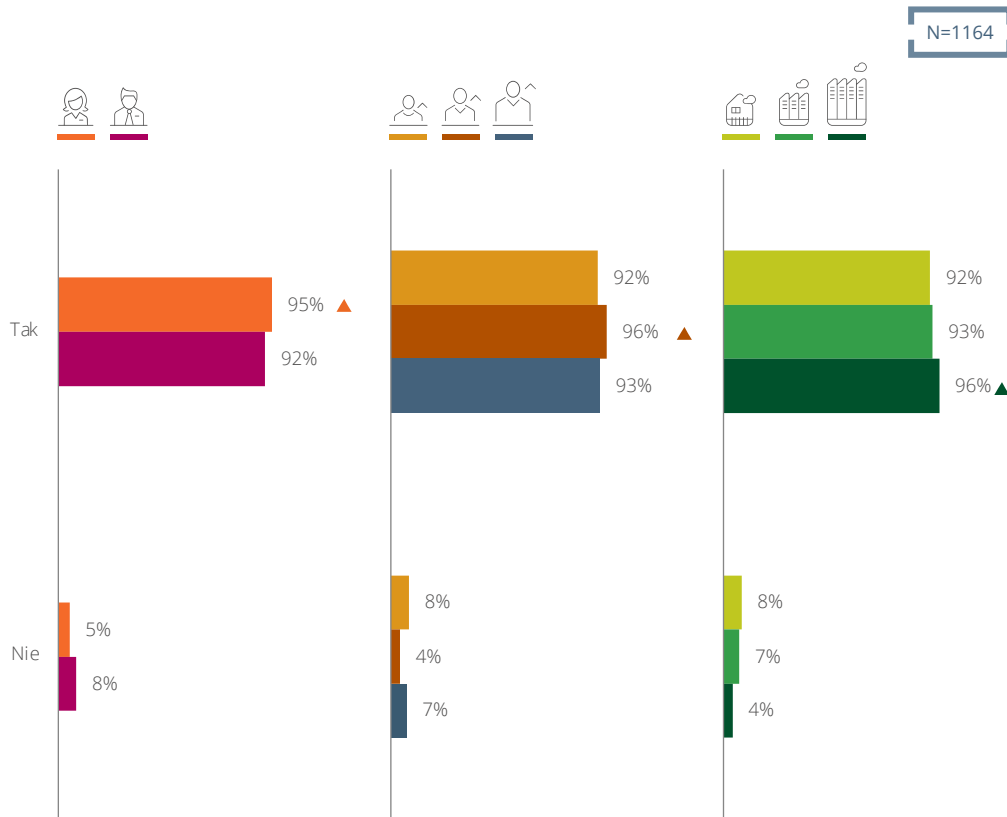




# Zakupy przez Internet

P1. Czy kupuje Pan(i) jakieś produkty lub usługi przez Internet?

W ostatnim roku do grona osób kupujących przez Internet dołączył duży procent mężczyzn, osób ze średniej i starszej grupy wiekowej i mieszkańców dużych miast.

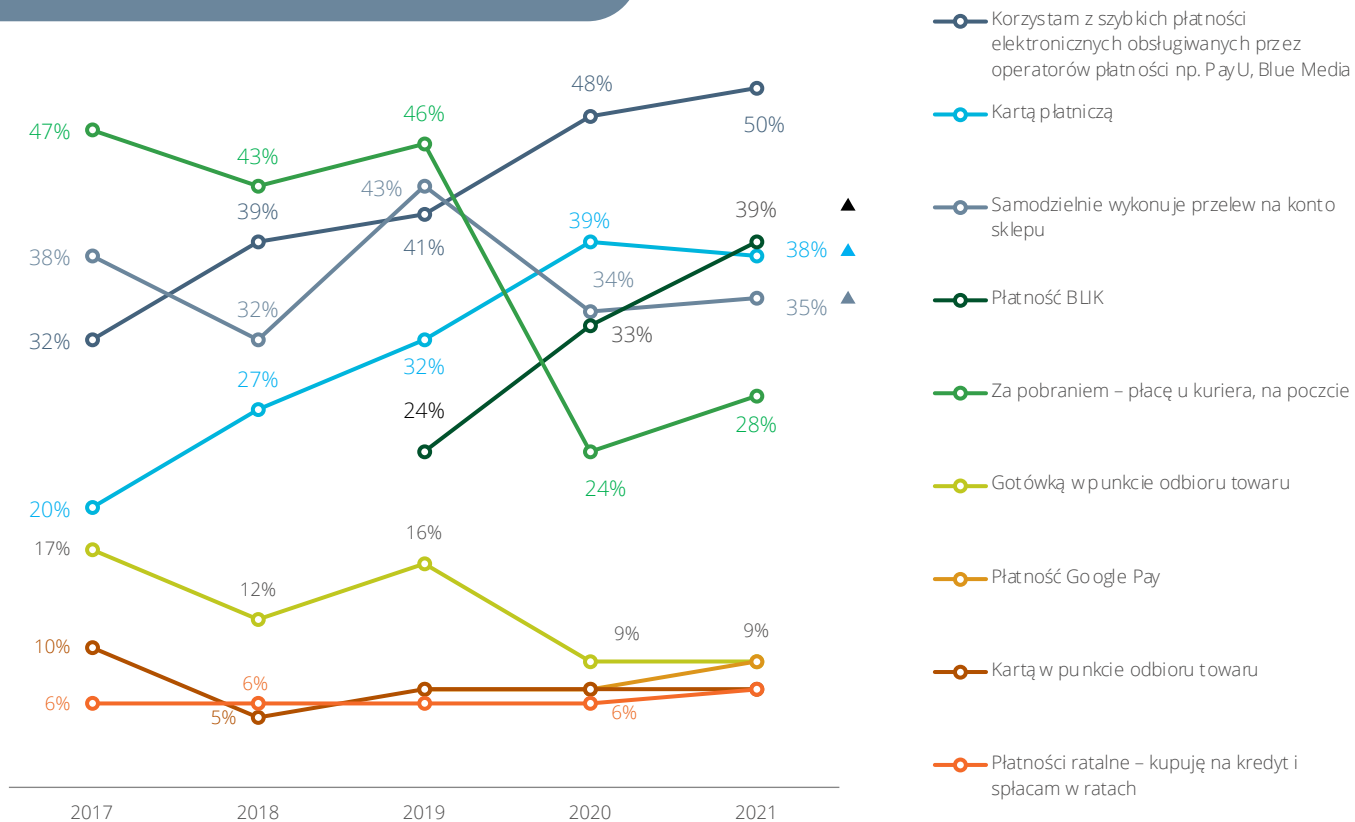


# Płatności za zakupy realizowane w Internecie

N=1088

P3. W jaki sposób płaci Pan(i) za zakupione przez Internet przedmioty lub usługi?

Szybkie płatności elektroniczne obsługiwane przez operatorów płatności tj. Blue Media są najczęściej wybieraną metodą płacenia. Korzysta już z nich połowa Polek i Polaków. Najbardziej na znaczeniu zyskuje BLIK, który zajmuje już drugą pozycję.



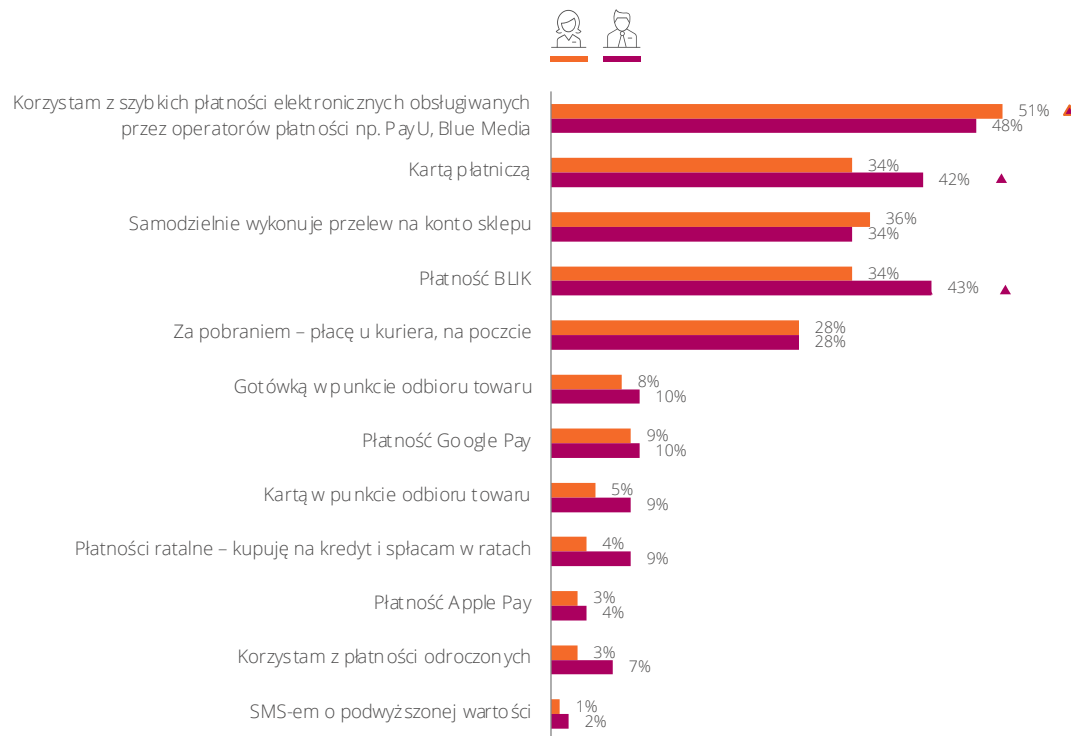
# Płatności za zakupy realizowane w Internecie wg płci

N=1088

P3. W jaki sposób płaci Pan(i) za zakupione przez Internet przedmioty lub usługi?

Mężczyźni częściej niż kobiety za zakupy internetowe płacą kartą lub tzw. BLIKiem.

Kobiety zdają się częściej stosować szybkie płatności elektroniczne (Blue Media, PayPal, PayU).



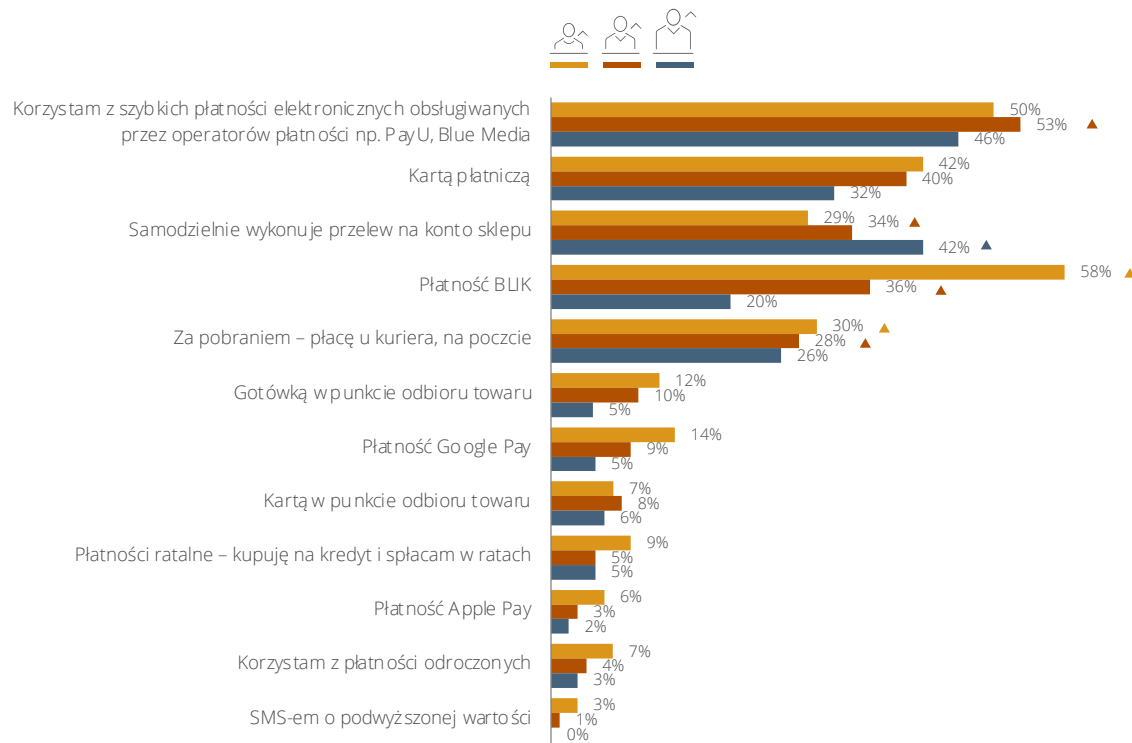
# Płatności za zakupy realizowane w Internecie wg wieku

N=1088

P3. W jaki sposób płaci Pan(i) za zakupione przez Internet przedmioty lub usługi?

BLIK jest najczęściej wybieraną formą płatności wśród najmłodszej grupy wiekowej, korzysta z niej już ponad połowa młodych osób.

Szybkie płatności np. Blue Media są najchętniej wybierane przez średnią grupę wiekową.

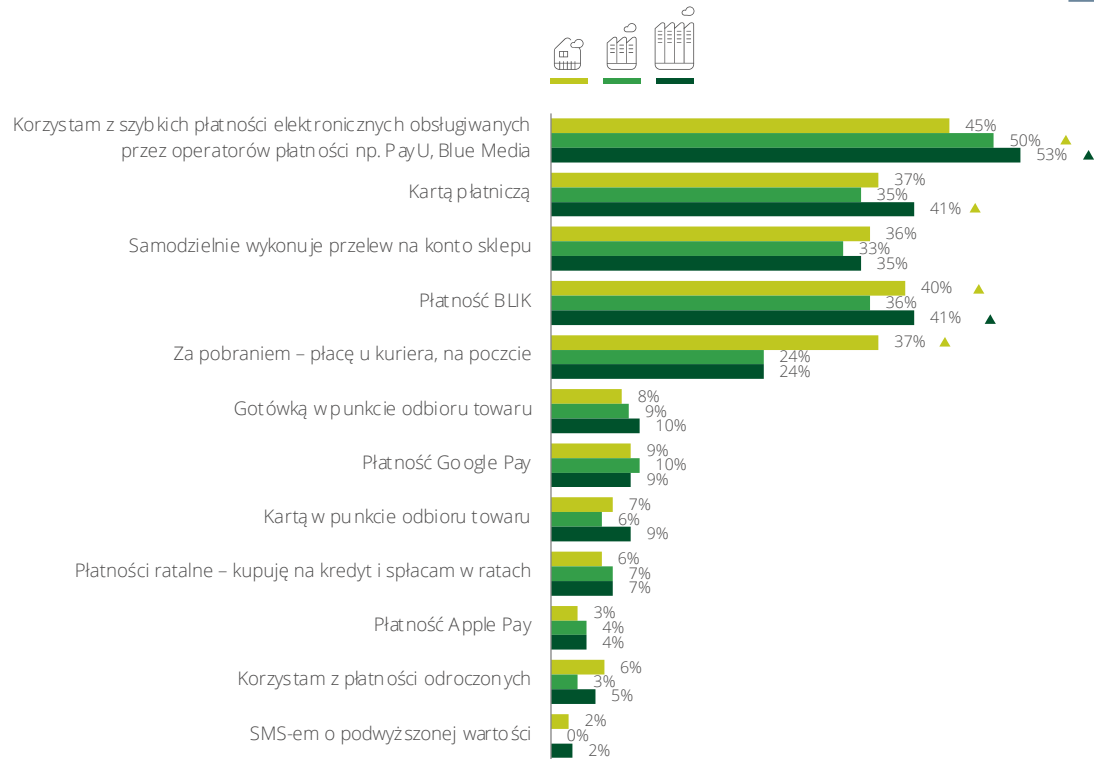


# Płatności za zakupy realizowane w Internecie wg miejsca zamieszkania

N=1088

P3. W jaki sposób płaci Pan(i) za zakupione przez Internet przedmioty lub usługi?

Szybkie płatności elektroniczne obsługiwane przez operatorów płatności są najchętniej wykorzystywane przez mieszkańców największych miast. Również ta grupa respondentów, częściej niż pozostali, korzysta z kart płatniczych. BLIK cieszy się popularnością zarówno na wsi jak i w największych miastach. Mieszkańcy wsi częściej niż mieszkańcy miast płacą bezpośrednio u kuriera lub na poczcie przy odbiorze zamówienia.

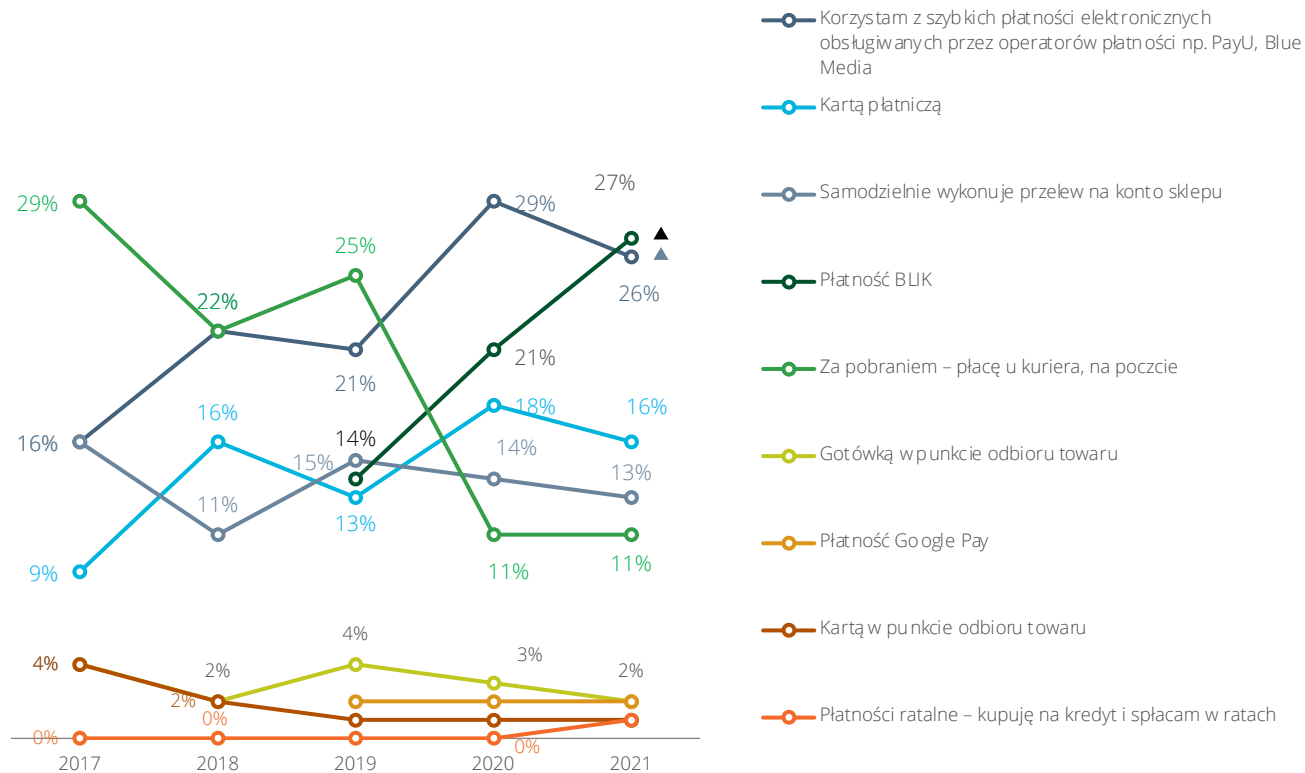


# Ulubione formy płatności za zakupy realizowane w Internecie

N=1088

P4. Z której formy płatności korzysta Pan(i) najchętniej?

BLIK stał się najchętniej używanym narzędziem do płatności za zakupy internetowe. Kolejnym lubianym przez Polaków sposobem płatności są te automatyczne tj. Blue Media.



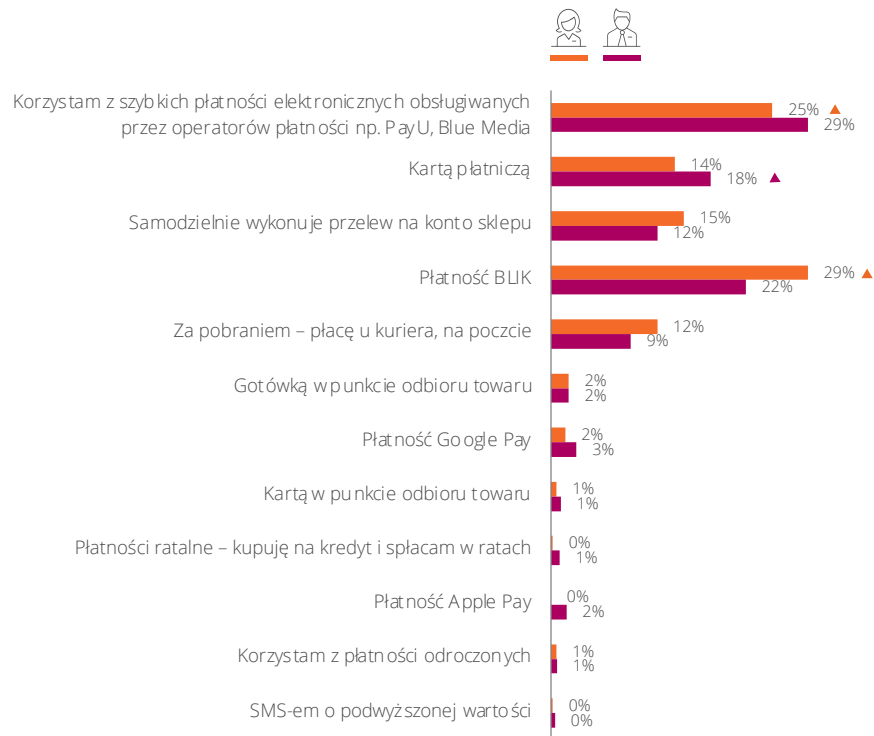
# Płatności za zakupy realizowane w Internecie – preferencje

N=1088

P4. A z której formy płatności korzysta Pan(i) najczęściej?

Kobiety zmieniły swoje preferencje i najczęściej korzystają z płatności BLIK.

Wśród mężczyzn najczęściej wybieranymi metodami są płatność szybkim przelewem np. Blue Media.

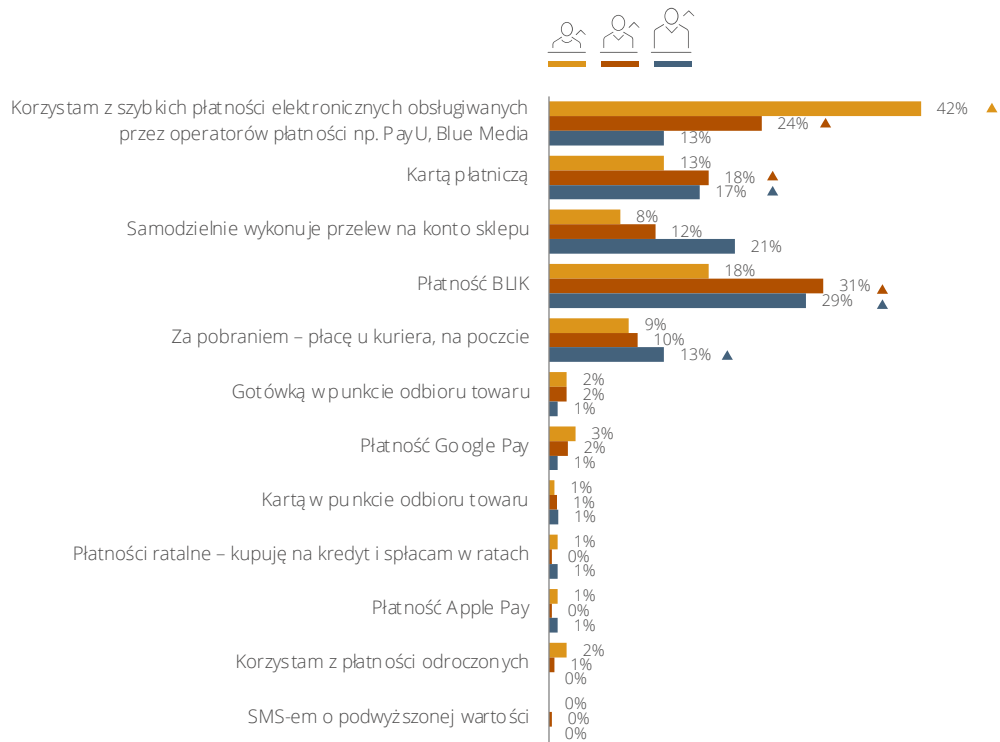


# Płatności za zakupy realizowane w Internecie – preferencje

N=957

P4. A z której formy płatności korzysta Pan(i) najchętniej?

Osoby z najmłodszej grupy wiekowej, w tym roku wskazują szybkie płatności elektroniczne np. Blue Media jako najbardziej lubianą formę płatzenia natomiast pozostałe grupy wiekowe najchętniej korzystają z BLIK-a.



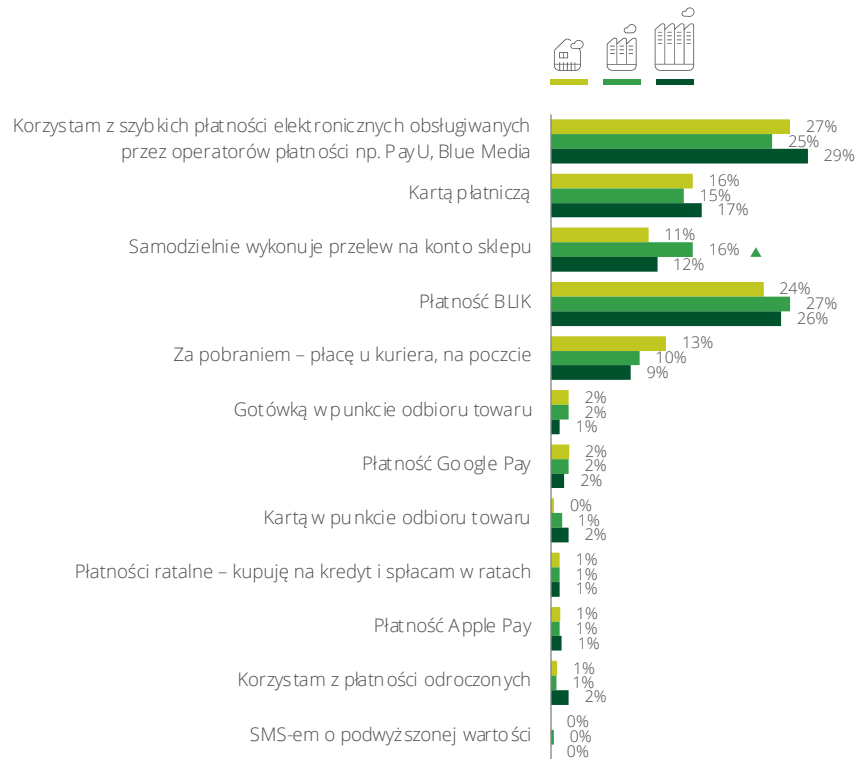


# Płatności za zakupy realizowane w Internecie – preferencje

N=1088

P4. A z której formy płatności korzysta Pan(i) najchętniej?

Mieszkańcy wsi, małych i dużych miast najchętniej korzystają z szybkich płatności i płatności BLIK.



# Powody wyboru ulubionej formy płatności

P5. Co decyduje o wyborze tej formy płatności? Dlaczego wykorzystuje ją Pan(i) najczęściej?

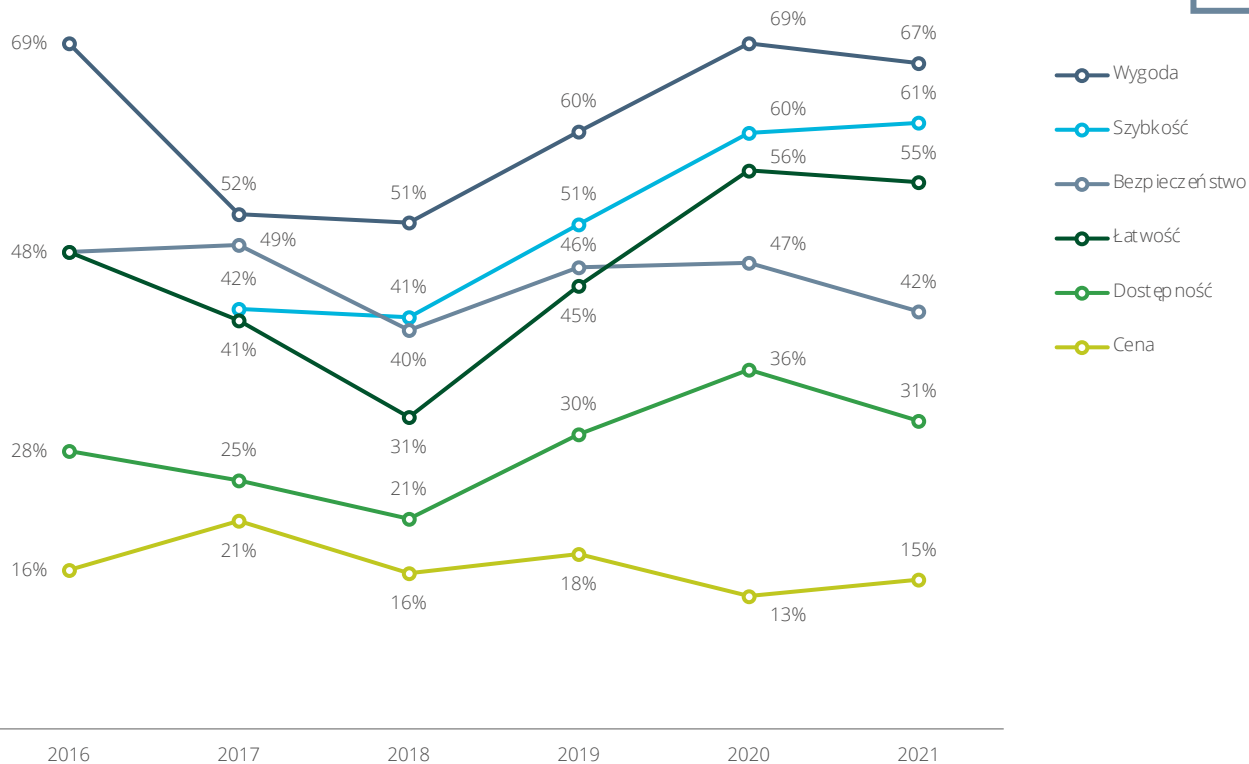
Nadal najważniejszymi czynnikami decydującymi o wyborze sposobu płatności są:

**WYGODA 67%**

**SZYBKOŚĆ 61 %**

**ŁATWOŚĆ 55%**

N=1088



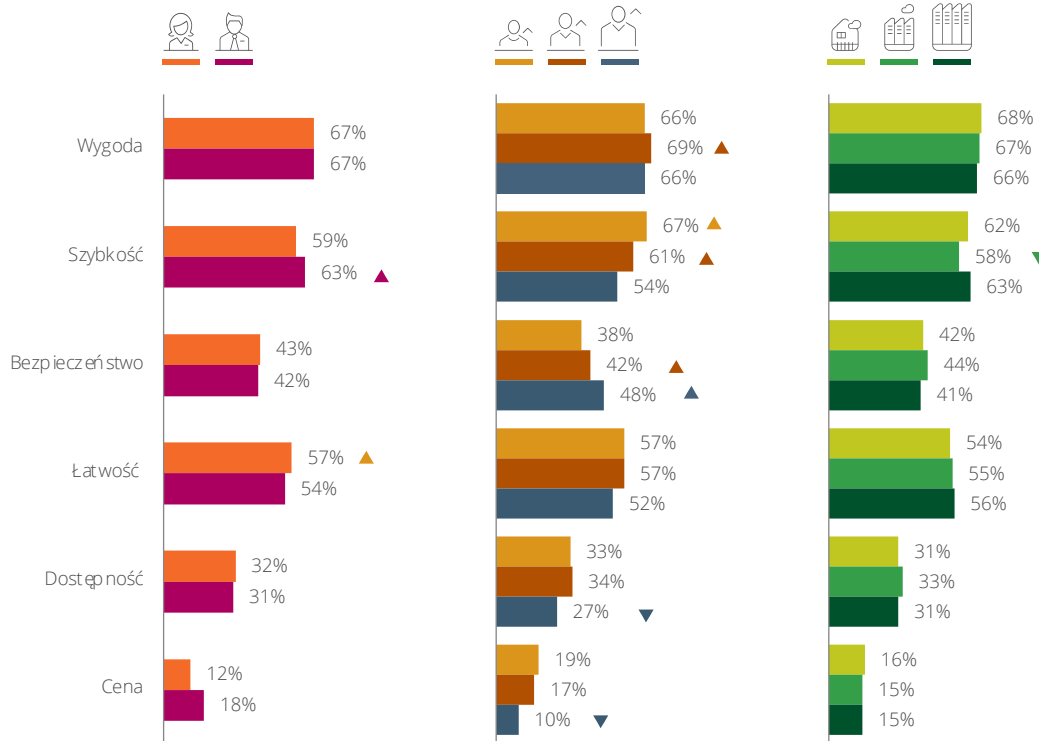
# Powody wyboru ulubionej formy płatności

N=1088

P5. Co decyduje o wyborze tej formy płatności? Dlaczego wykorzystuje ją Pan(i) najchętniej?

Wraz z wiekiem wzrasta znaczenie bezpieczeństwa przy wyborze płatności. Odwrotnie jest z szybkością.

Spada znaczenie bezpieczeństwa zwłaszcza dla mężczyzn i wśród najmłodszej grupy badanych.



# Kryteria wyboru sklepu internetowego

N=1088

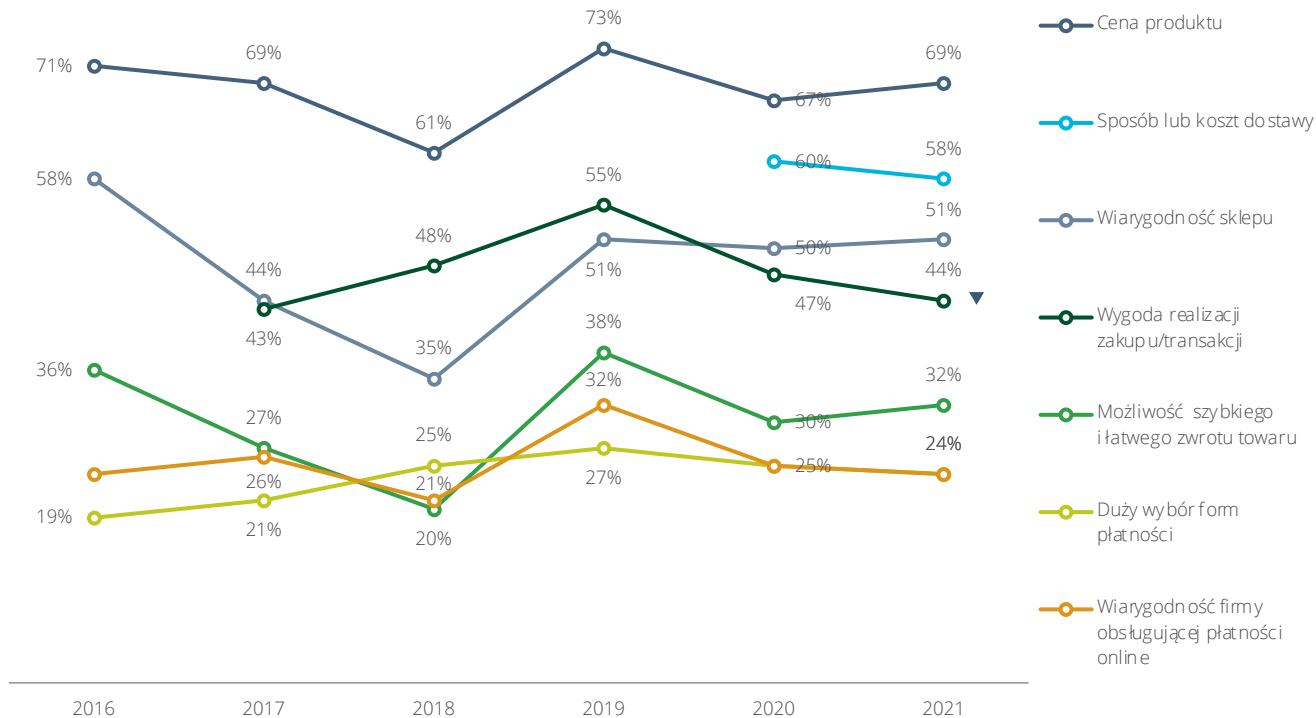
P6. Co, oprócz dostępności konkretnego produktu, w istotny sposób wpływa na wybór przez Pana(ią) sklepu Internetowego, w którym dokonuje Pan(i) zakupu? Proszę wskazać wszystkie czynniki mające wpływ.

Oprócz dostępności konkretnego produktu, wpływ na wybór sklepu internetowego mają przede wszystkim:

Cena produktu - **69%** wskazań,

Sposób lub koszt dostawy - **58%**,

wiarygodność sklepu - **51%**

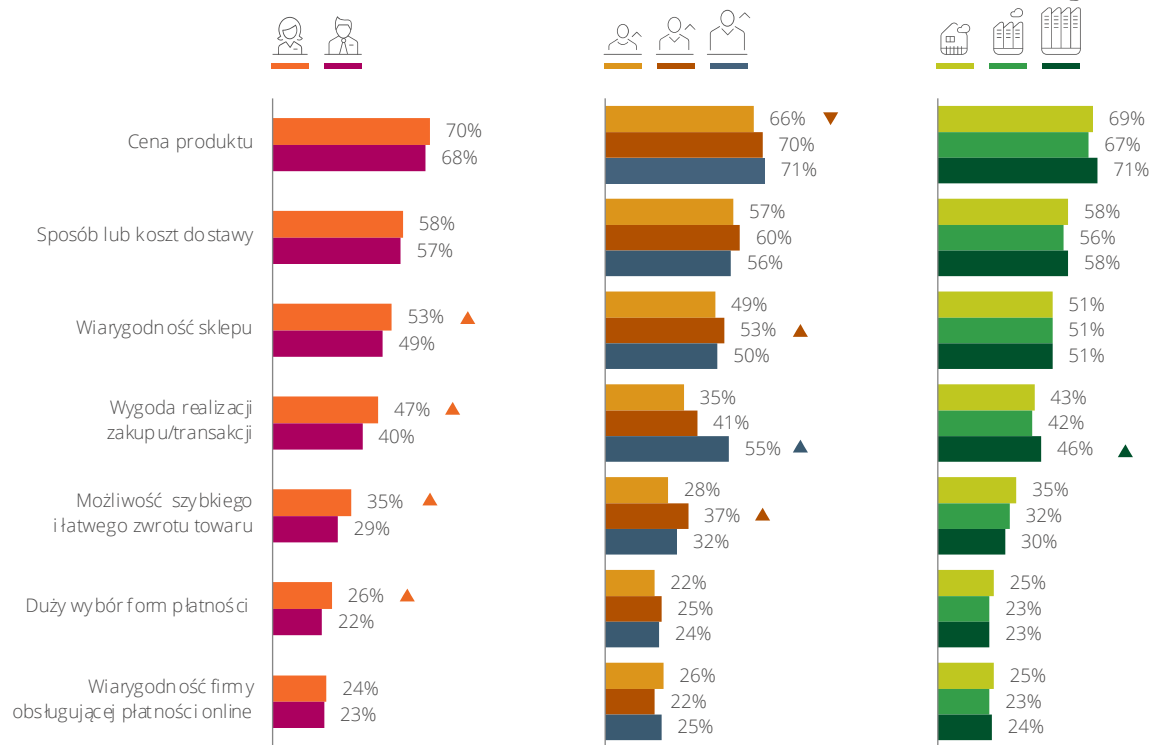


# Kryteria wyboru sklepu internetowego

P6. Co, oprócz dostępności konkretnego produktu, w istotny sposób wpływa na wybór przez Pana(ią) sklepu Internetowego, w którym dokonuje Pan(i) zakupu? Proszę wskazać wszystkie czynniki mające wpływ.

Cena produktu to niezmiennie najistotniejszy czynnik wyboru sklepu Internetowego.

Kobiety bardziej niż mężczyźni zwracają uwagę na wiarygodność sklepu, wygodę realizacji sklepu, wygodę realizacji transakcji i zakupu oraz szybki i łatwy zwrot. Wygoda realizacji zakupu i transakcji jest bardziej istotna dla najstarszej grupy wiekowej a najmniej dla osób najmłodszych.



# Rezygnacja z usług sklepu internetowego

N=1088

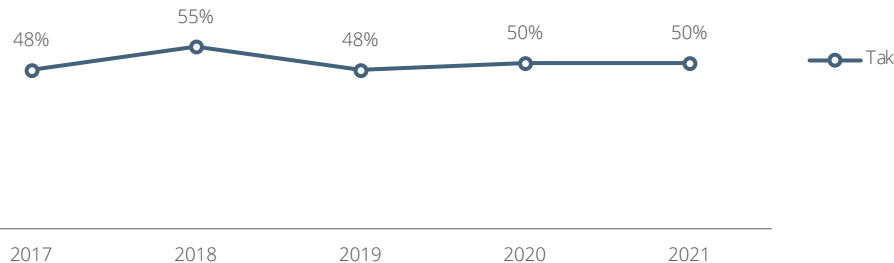
P7. Czy zdarzyło się Panu(i) zrezygnować z zakupu w sklepie internetowym, ponieważ nie znalazł(a) Pan(i) dogodnej dla siebie formy płatności za towar?

P8. Czy zdarzyło się Panu(i) zrezygnować z zakupu w sklepie internetowym, ponieważ nie było możliwość szybkiego i łatwego zwrotu towaru?

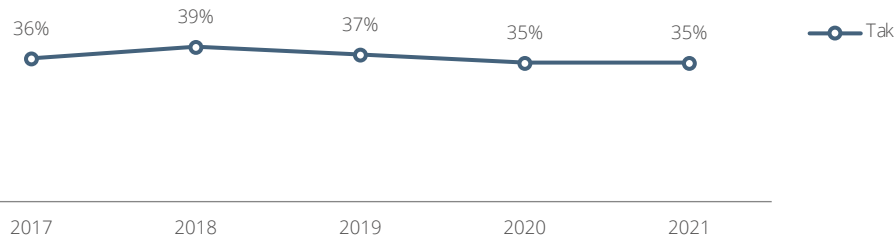
**50%** osób dokonujących zakupy za pośrednictwem Internetu zrezygnowało z zakupu ponieważ nie znalazło dogodnej dla siebie formy płatności za towar lub usługę.

**35%** takich osób zrezygnowało z zakupu ponieważ nie było możliwości szybkiego i łatwego zwrotu towaru.

Ze względu na brak dogodnej formy płatności



Ze względu na brak możliwości szybkiego i łatwego zwrotu towaru



# Rezygnacja z usług sklepu internetowego

N=1088

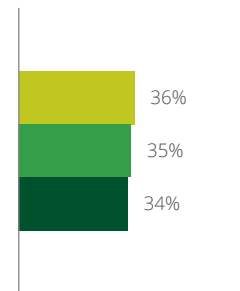
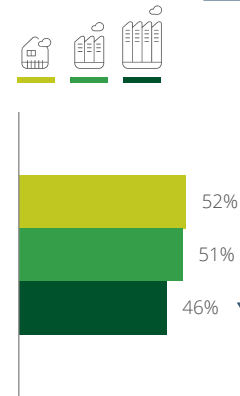
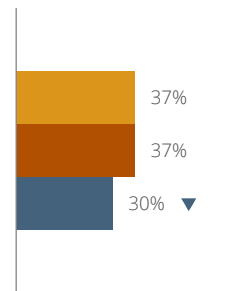
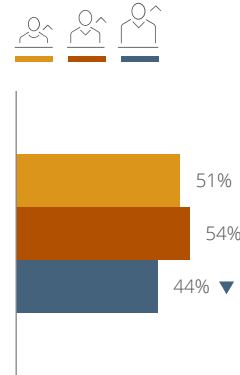
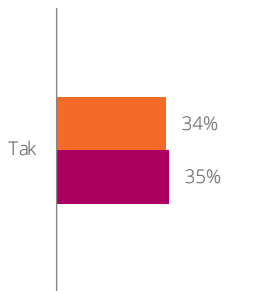
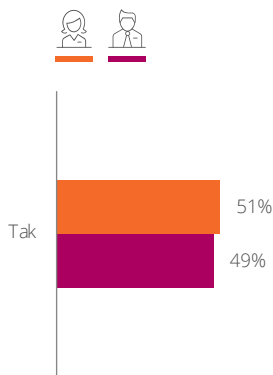
**P7.** Czy zdarzyło się Panu(i) zrezygnować z zakupu w sklepie internetowym, ponieważ nie znalazł(a) Pan(i) dogodnej dla siebie formy płatności za towar?

**P8.** Czy zdarzyło się Panu(i) zrezygnować z zakupu w sklepie internetowym, ponieważ nie było możliwość szybkiego i łatwego zwrotu towaru?

Osoby starsze oraz mieszkańcy największych miast częściej niż pozostali rezygnują z usług sklepu internetowego ze względu na brak dogodnej formy płatności. Osoby najstarsze częściej rezygnowały z zakupu ze względu na brak możliwości szybkiego i łatwego zwrotu towaru.

Ze względu na brak dogodnej formy płatności

Ze względu na brak możliwości szybkiego i łatwego zwrotu towaru



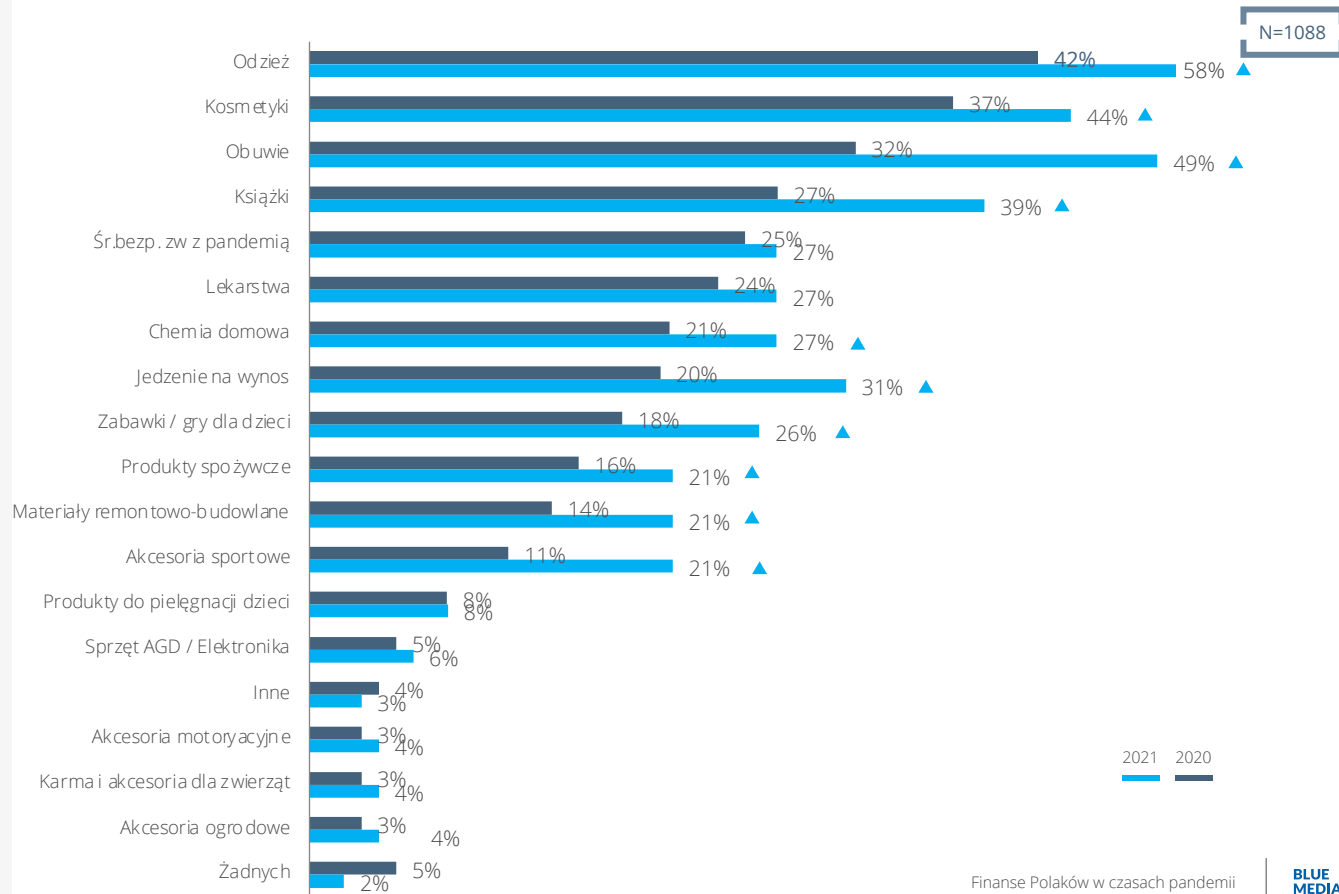
# Produkty zamawiane przez Internet w czasie zagrożenia epidemicznego

P9. Jakie produkty zamówił Pan/i przez Internet w czasie obowiązywania stanu zagrożenia epidemicznego?

Osoby kupujące przez internet kupowały przede wszystkim:

58% odzież, 49% obuwie (wzrost aż o 17% względem roku ubiegłego), 44% kosmetyki i 39% książki

Wszystkie kategorie zanotowały znaczące wzrosty.





## Podsumowanie

**Aż 94% Polek i Polaków dokonuje już zakupów produktów oraz usług za pośrednictwem Internetu. Wskaźnik ten zanotował ogromny wzrost i jest to niewątpliwie efekt pandemii covid19.**

Już połowa osób kupujących przez Internet korzysta z szybkich płatności, 39% używa płatności Blik, podobna liczba karty płatniczej. Więcej niż co trzeci respondent z tej grupy samodzielnie wykonuje przelewy na konto sklepu.

**Blik stał się najchętniej używanym narzędziem do płacenia za zakupy internetowe. Takie stanowisko deklaruje już 27% badanych. Kilka procent na rzecz BLIKAa straciły niewątpliwie płatności automatyczne (takie jak Blue Media), które za swoje ulubione uznaje 26% respondentów. Pozostałe formy płatności są stosowane zdecydowanie mniej chętnie.**

Nadal najczęściej wymienianymi czynnikami decydującymi o wyborze formy płatności za zakupy Internetowe są; wygoda, szybkość oraz łatwość zakupu.

Oprócz dostępności konkretnego produktu, wpływ na wybór sklepu internetowego mają przede wszystkim; cena produktu, sposób lub koszt dostaw, wiarygodność sklepu oraz wygoda realizacji zakupu i transakcji.

Połowa osób, kupujących za pośrednictwem Internetu, zrezygnowała z zakupu ponieważ nie znalazła dogodnej dla siebie formy płatności za towar lub usługę, a co trzecia taka zrezygnowała z zakupu ponieważ nie było możliwości szybkiego i łatwego zwrotu towaru.

W ostatnim okresie osoby badane kupowały przez Internet przede wszystkim odzież, obuwie, kosmetyki, książki oraz jedzenie z dostawą do domu.

04

## Opłacanie rachunków

# Opłacanie rachunków

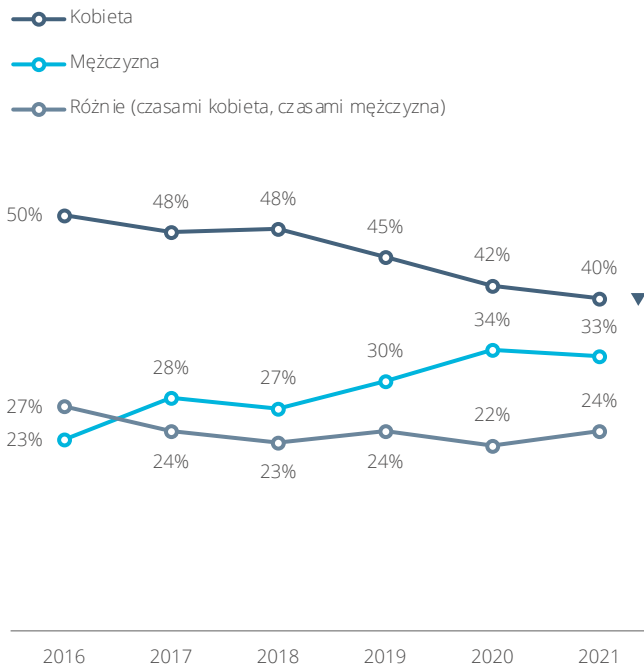
N=1164

P10. Kto w Państwa gospodarstwie domowym opłaca rachunki – kobieta czy mężczyzna?

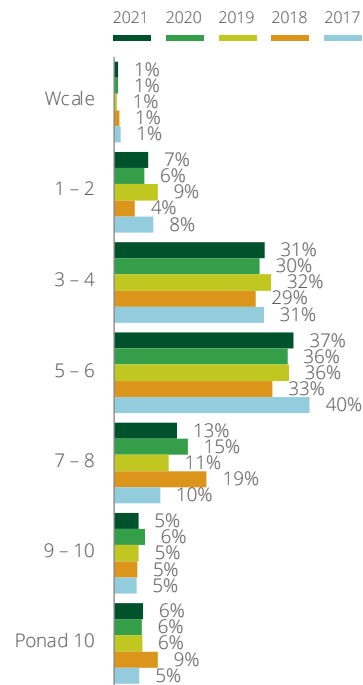
P11. Ile rachunków miesięcznie jest opłacanych w Pani(a) gospodarstwie domowym?

Stale zmniejsza się różnica między liczbą kobiet i mężczyzn, opłacających rachunki w gospodarstwach domowych. Taką odpowiedzialność deklaruje obecnie 40 procent kobiet, w 24% jest różnie (czasami kobieta, czasami mężczyzna). W większości gospodarstw domowych miesięcznie opłaca się około 5 – 6 rachunków (37%) lub nieco mniej: 3 – 4 rachunki (31%).

## Kto opłaca?



## Miesięczna liczba rachunków

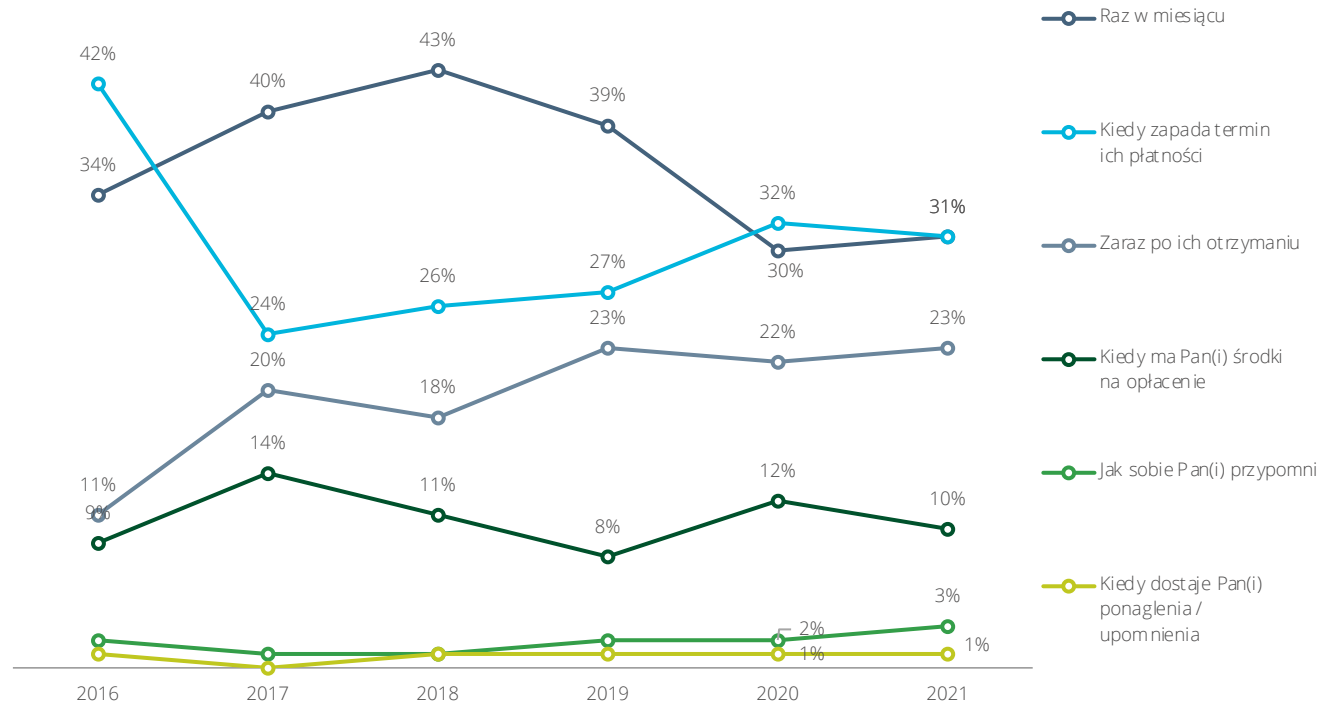


# Moment opłacania rachunków

N=1155

P10. Kiedy najczęściej opłacane są te rachunki?

Kolejny rok „raz w miesiącu” i „w terminie płatności” to dwa najczęściej deklarowane momenty opłacania rachunków.

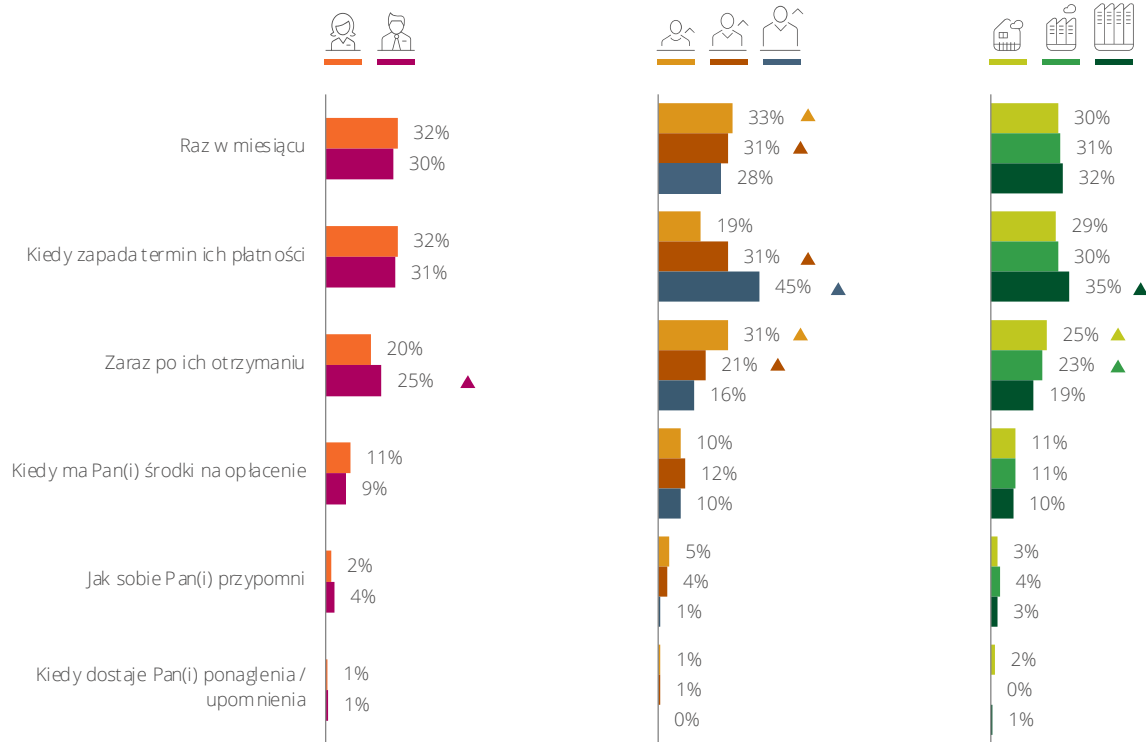


# Moment opłacania rachunków

P10. Kiedy najczęściej opłacane są te rachunki?

Zwłaszcza starsza grupa wiekowa opłaca rachunki raz w miesiącu, najmłodsi płacą zaraz po otrzymaniu rachunku.

N=1155

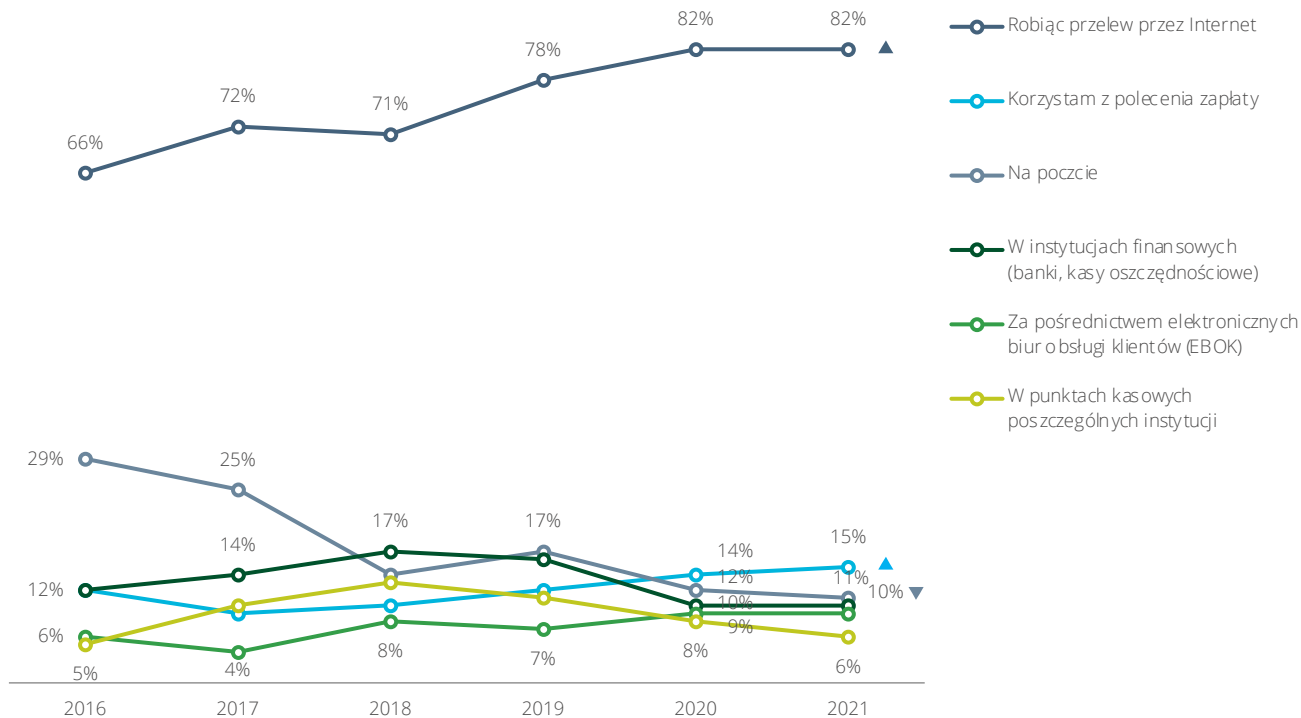


# Sposób opłacania rachunków

N=1155

P11. W jaki sposób opłacane są rachunki w Pani(a) gospodarstwie domowym? Proszę wskazać wszystkie stosowane metody.

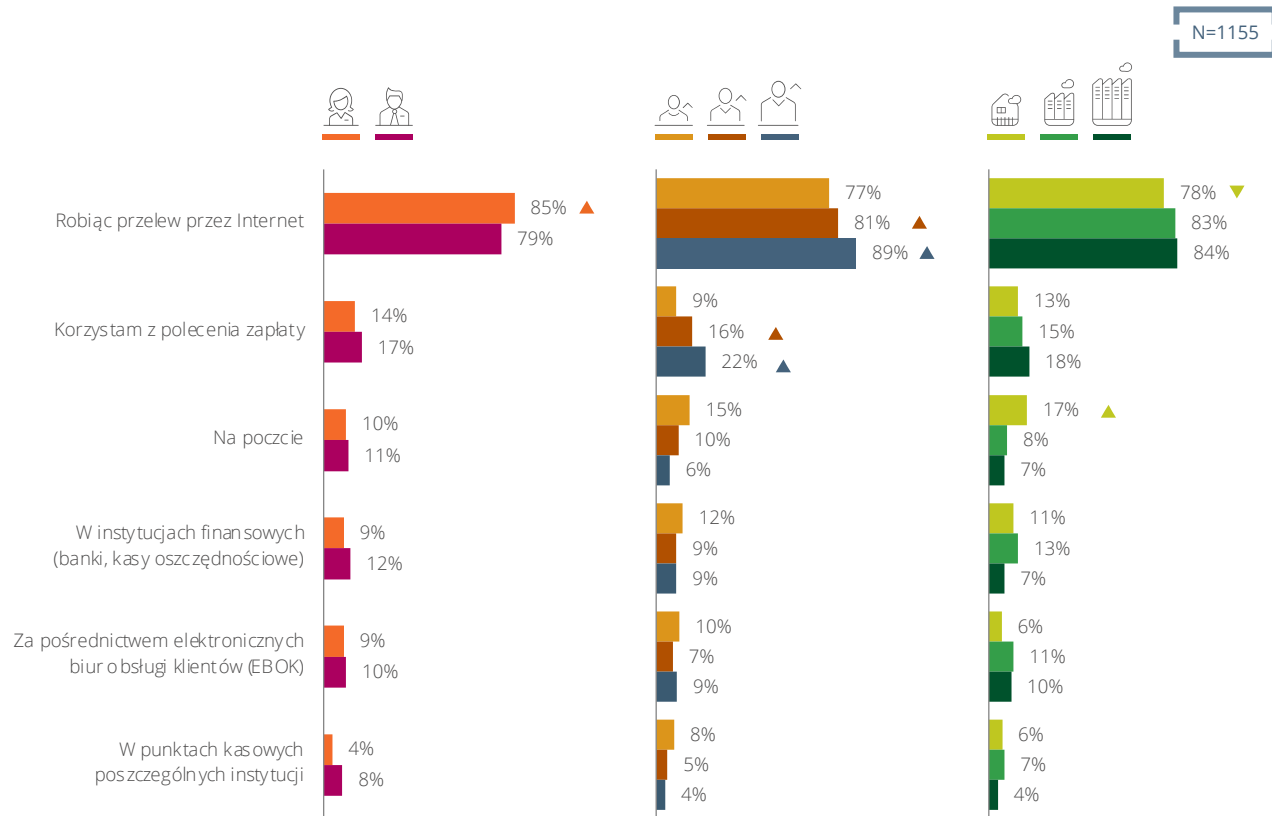
Już ponad 80 procent badanych deklaruje, że część lub wszystkie rachunki opłaca wykonując przelew internetowy. Inne metody płatności są zdecydowanie mniej popularne. Od początku pomiaru największy spadek odnotowują płatności dokonywane na poczcie (tylko 11% badanych wskazuje, że płaci za rachunki w ten sposób).



# Sposób opłacania rachunków

P11. W jaki sposób opłacane są rachunki w Pani(a) gospodarstwie domowym? Proszę wskazać wszystkie stosowane metody.

Mieszkańcy największych miast częściej niż pozostali korzystają z przelewów online. Spada liczba osób zamieszkujących tereny wiejskie, które z rachunkami udają się na pocztę.



# Zapominanie o rachunkach

N=1155

P26. Czy zdarzyło się Panu(i) zapomnieć zapłacić jakiś rachunek lub opłacić go po terminie?

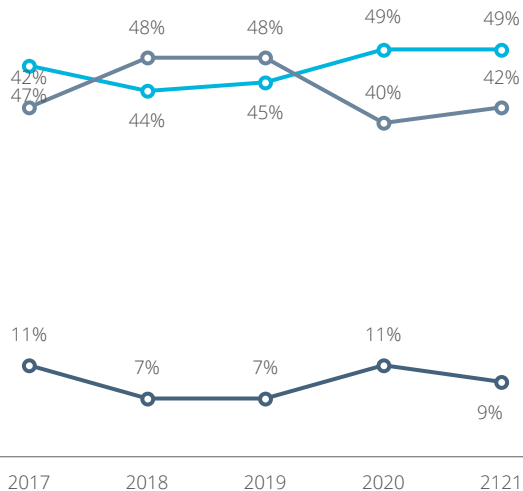
P27. Dlaczego zapomniał(a) Pan(i) zapłacić za rachunek lub zapłacił(a) go po terminie?

O płaceniu rachunków zapominamy coraz rzadziej, bez wątpienia ma na to wpływ automatyzacja na rynku płatności.

Coraz mniej osób deklaruje, że powodem nieopłacenia rachunku był brak pieniędzy.

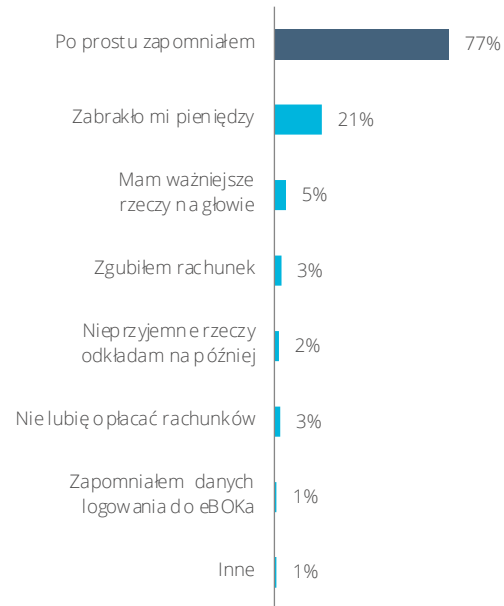
Czy zdarzyło się zapomnieć?

- Tak
- Nie
- Nie wiem / Nie pamiętam



N=475

Powody nie opłacenia rachunku



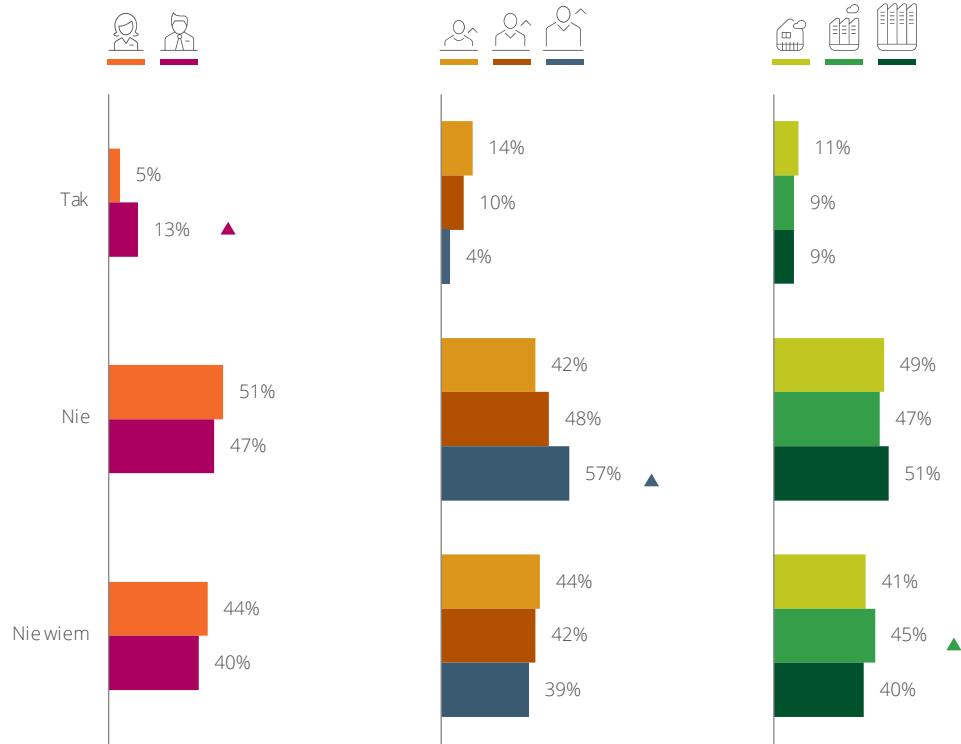


# Zapominanie o rachunkach

P26. Czy zdarzyło się Panu(i) zapomnieć zapłacić jakiś rachunek lub opłacić go po terminie?

Zwłaszcza mieszkańcy wsi o płaceniu rachunków zapominają rzadziej niż w latach ubiegłych.

N=1155



# Powód nieopłacenia rachunków

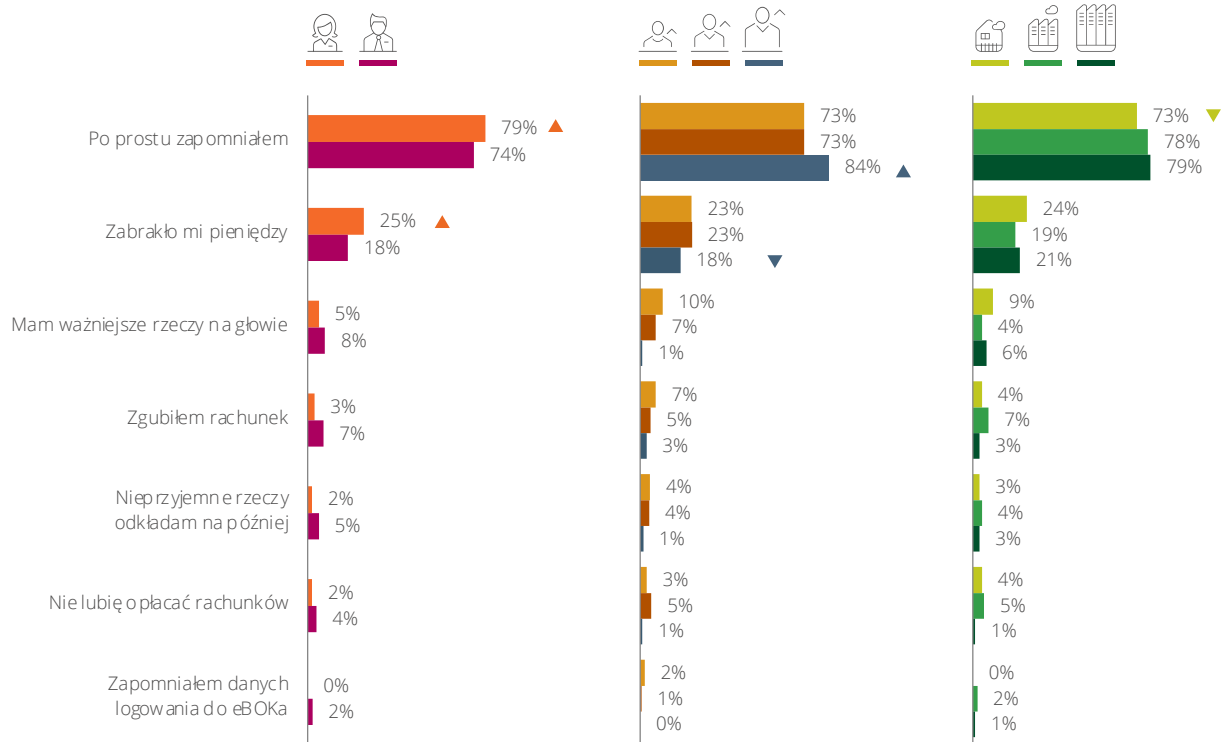
P27. Dlaczego zapomniał(a) Pan(i) zapłacić za rachunek lub zapłacił(a) go po terminie?

Kobiety częściej niż mężczyźni jako powód nieopłacenia rachunku wskazują brak pieniędzy.

Osoby z grupy najstarszej coraz częściej „po prostu zapominają” jednocześnie coraz rzadziej wskazują „brak pieniędzy” jako powód nieopłacenia rachunku w terminie.

Mieszkańcy wsi jako jedyna grupa wiekowa zanotował wzrost deklaracji „zabrakło mi pieniędzy”, małe i duże miasta zaznaczają tę opcję rzadziej niż w zeszłym roku.

N=475



## Podsumowanie

W 40% gospodarstw domowych to kobiety odpowiadają za opłacanie rachunków, w co trzecim gospodarstwie tę rolę spełniają mężczyźni, a w co czwartym przypadku rachunki opłacają zarówno kobiety jak i mężczyźni.

Prawie jedna trzecia badanych opłaca rachunki regularnie, raz w miesiącu, podobna liczba respondentów opłaca je wtedy kiedy zapada termin ich płatności. Co czwarty rachunek jest opłacany zaraz po jego otrzymaniu a co dziesiąty wtedy, kiedy w gospodarstwie pojawiają się środki na jego opłacenie.

**Już 82 procentom badanych zdarza się opłacać rachunki, robiąc przelew przez Internet, do 11 procent spadł odsetek osób płacących rachunki na poczcie. Mozolnie ale regularnie zwiększa się popularność polecenia zapłaty (wzrost do 15%).**

Prawie połowa osób opłacających rachunki deklaruje, że nie zapomniała o zapłacie rachunku lub zapłaciła go po terminie. Widzimy tutaj wyraźny trend - o zapłacie rachunków zapominamy coraz rzadziej, bez wątplenia wpływ na to ma automatyzacja na rynku płatności.

**Spada odsetek osób, które nie opłaciły rachunku bo zabrakło im pieniędzy. Niewątpliwie jest to znak wzrostu poziomu zamożności Polaków.**

05

## Sprawy urzędowe

# Załatwianie spraw urzędowych

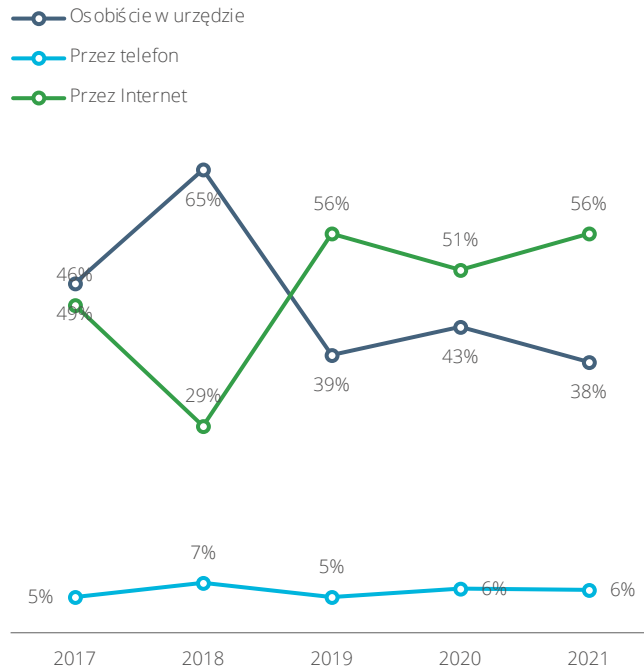
N=1164

P16. W jaki sposób najchętniej załatwiasz/załatwiałbyś sprawy urzędowe (np. rejestrację samochodu, opłacenia podatku za nieruchomości, użytkowanie wieczyste itp.)?

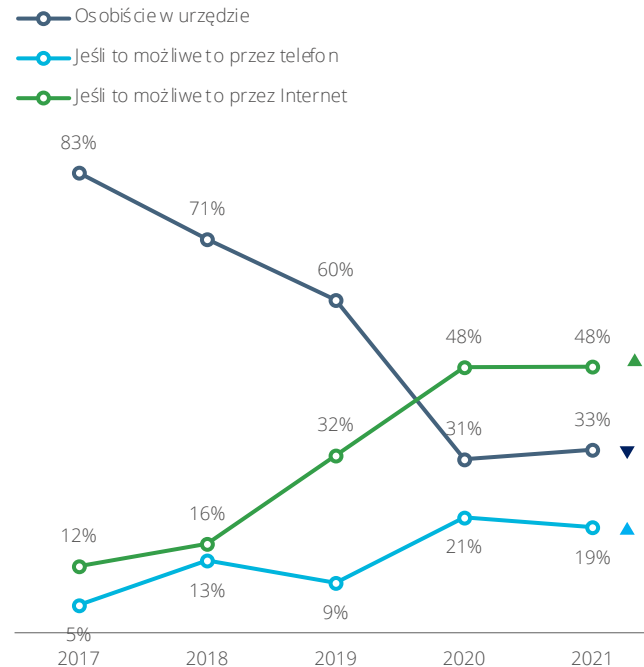
P17. A w jaki sposób obecnie, najczęściej załatwiasz sprawy urzędowe?

Droga internetowa jest ulubioną i najczęściej wykorzystywaną formą załatwiania spraw urzędowych Polaków. Jedynie trzech na dziesięciu badanych zadeklarowało, że w urzędzie najczęściej załatwia sprawy osobiście.

## Ulubiony sposób



## Najczęstszy sposób

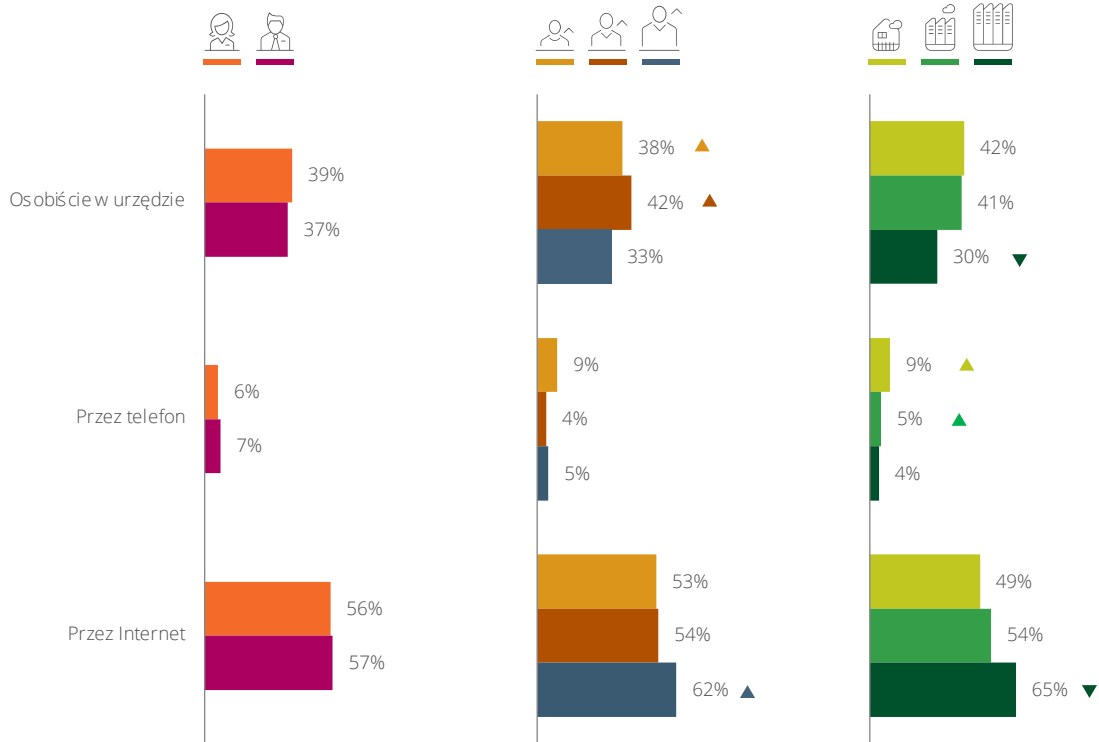


# Załatwianie spraw urzędowych – ulubiony sposób

N=1164

P16. W jaki sposób najchętniej załatwiasz/załatwiałbyś sprawy urzędowe (np. rejestrację samochodu, opłacenia podatku za nieruchomości, użytkowanie wieczyste itp.)?

W ostatnim roku na popularności najczęściej zyskały internetowe sposoby załatwiania spraw urzędowych, zwłaszcza wśród mieszkańców dużych miast (wzrost o 10 %).

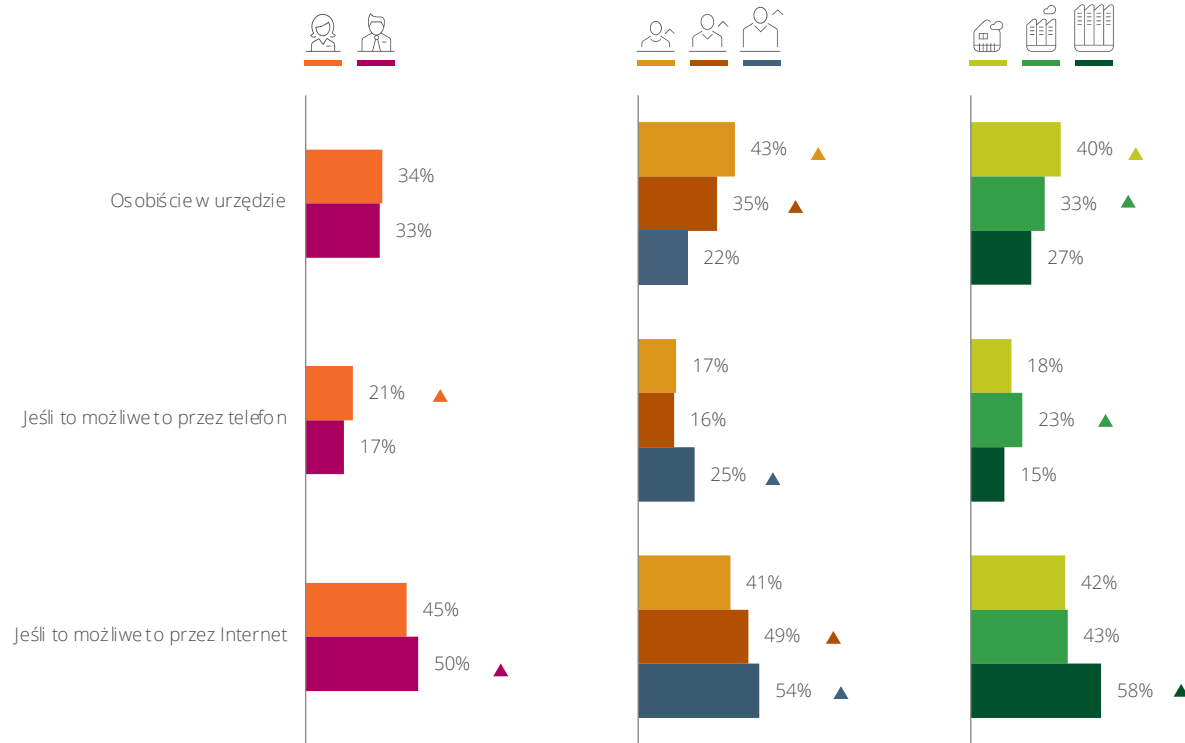


# Załatwianie spraw urzędowych – najczęstszy sposób

P17. A w jaki sposób obecnie, najczęściej załatwiasz sprawy urzędowe?

Osoby młodsze częściej pojawiają się osobiście w urzędzie aby załatwić swoje sprawy, choć niekoniecznie pokrywa się to z ich preferencjami. Mieszkańcy największych miast i osoby ze starszej grupy wiekowej swoje sprawy najczęściej załatwiają tak jak najbardziej lubią – przez Internet.

N=1164



## Podsumowanie

**Ponad połowa respondentów najchętniej załatwiałaby sprawy urzędowe przez Internet, a już 48 procent robi tak w istocie i wskaźnik ten cały czas rośnie. Spada liczba osób załatwiających sprawy osobiście w urzędzie, coraz więcej spraw załatwianych jest przez Internet i telefon.**

Widać, że Polki i Polacy przekonują się do zdalnego załatwiania spraw urzędowych i jest to niewątpliwie efekt pandemii COVID 19.



06

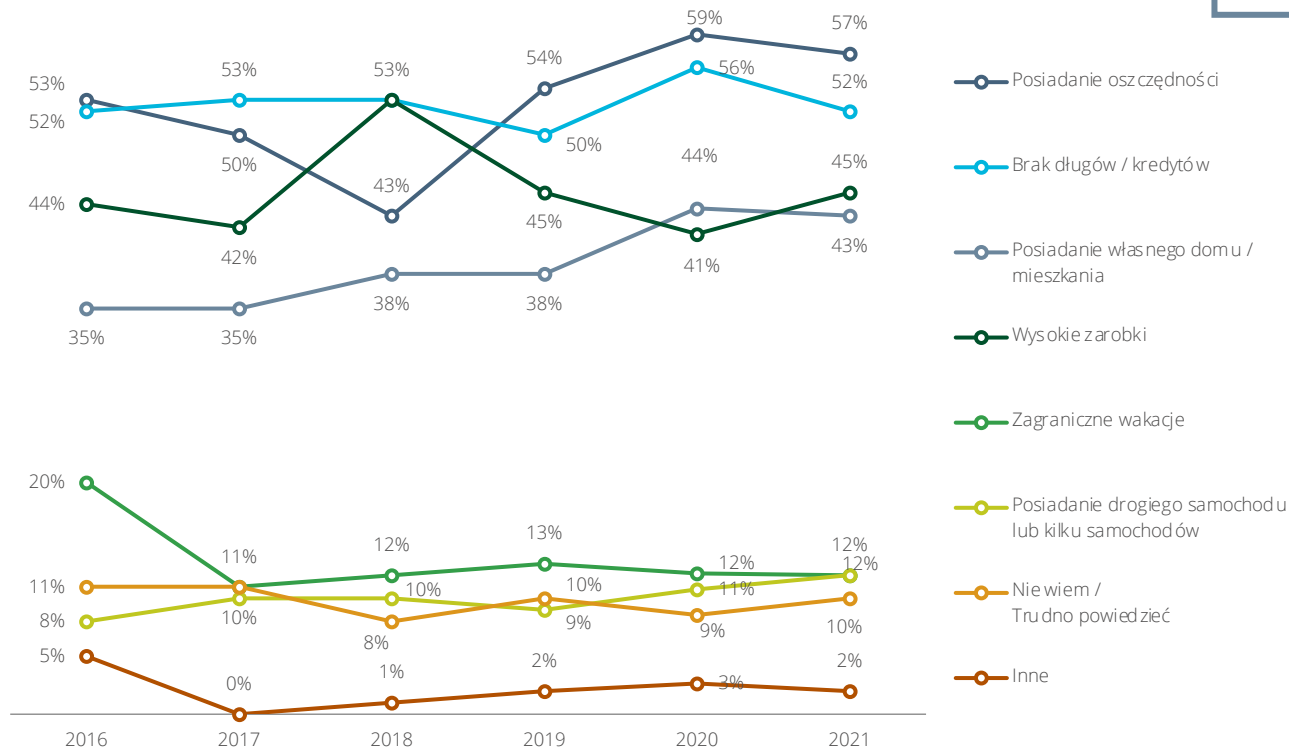
# Finanse osobiste

# Sukces finansowy

P18. Co oznacza dla Pani(a) sukces finansowy?

Sześciu na dziesięciu badanych utożsamia sukces finansowy z posiadaniem oszczędności, podobny odsetek z brakiem długów i kredytów. Pierwszą trójkę zamyka posiadanie własnego domu lub mieszkania..

N=1164

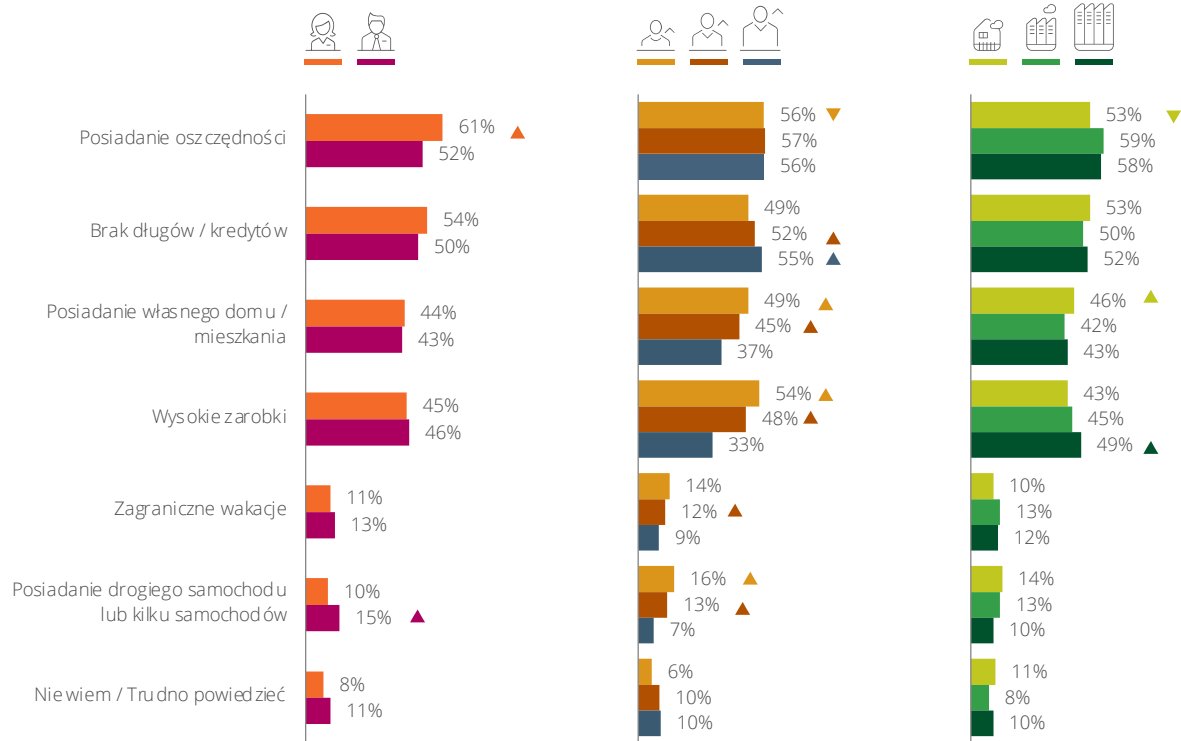


# Sukces finansowy

P18. Co oznacza dla Pani(a) sukces finansowy?

Kobiety częściej niż mężczyźni utożsamiają sukces finansowy z posiadaniem oszczędności. Osoby młodsze częściej spoglądają w stronę wysokich zarobków oraz własnego lokum.

N=1164

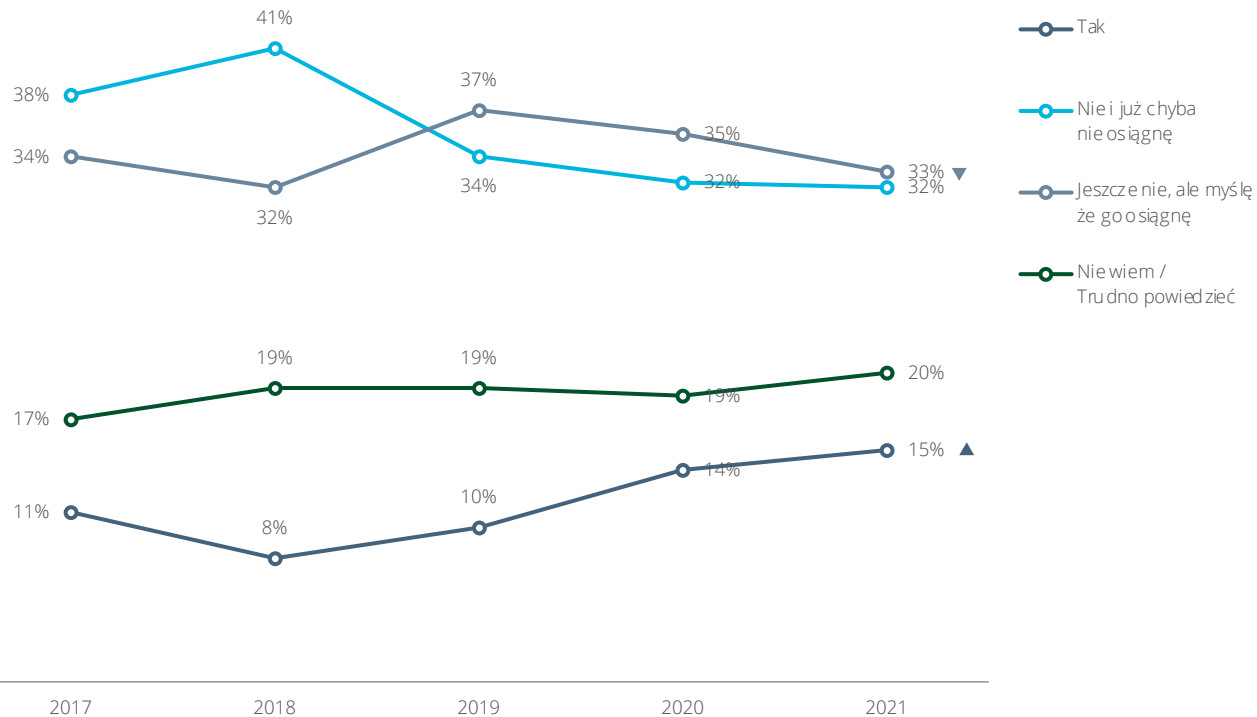


# Osiągnięcie sukcesu finansowego

P19. A czy Pan(i) osiągnął(ęła) sukces finansowy?

Dwóch na trzech badanych uważa, że dotychczas nie osiągnęło sukcesu finansowego. Ponad połowa z nich wierzy, że sukces ten osiągnie w przyszłości reszta jest przeciwnego zdania. 14 procent respondentów uważa się za ludzi sukcesu, przynajmniej w wymiarze finansowym.

N=1164

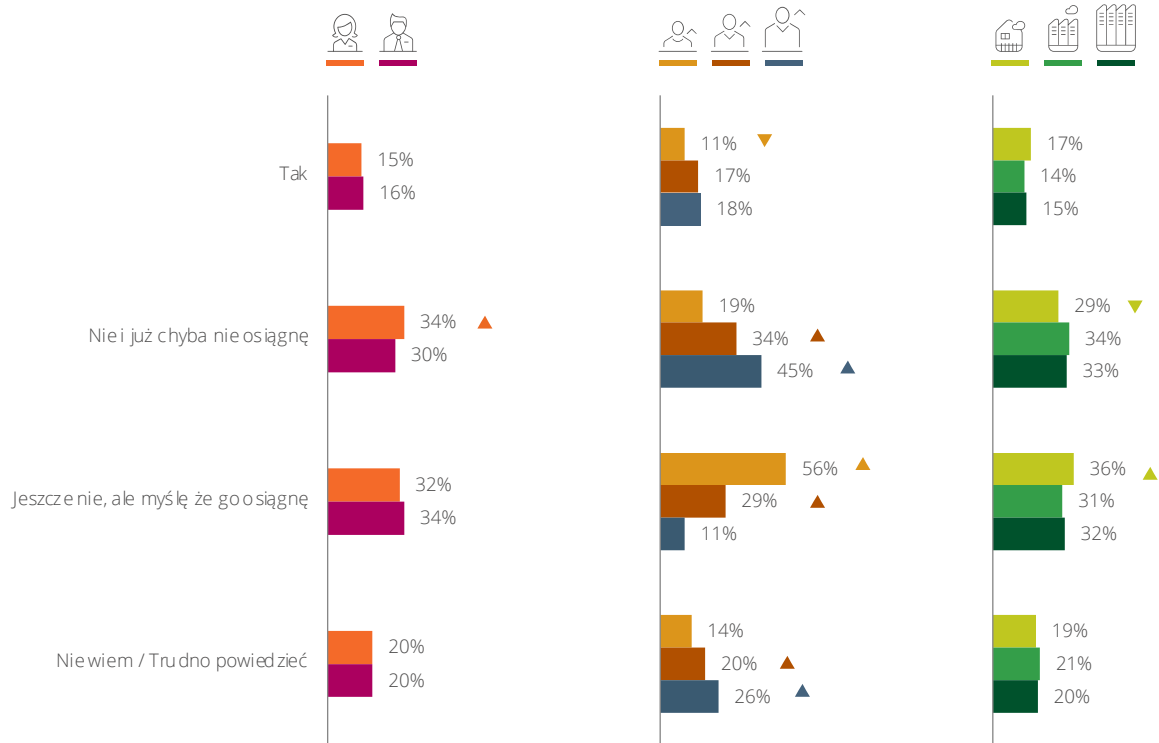


# Osiągnięcie sukcesu finansowego

P19. A czy Pan(i) osiągnął(ęła) sukces finansowy?

Co naturalne wiara w osiągnięcie sukcesu finansowego maleje wraz z wiekiem, ale w tym roku znacząco spadła liczba osób ze średniej grypy wiekowej oraz mieszkańców małych i średnich miast, która wierzy w jego osiągnięcie.

N=1164



## Podsumowanie

Ponad połowa badanych utożsamia sukces finansowy z posiadaniem oszczędności, połowa z brakiem długów / kredytów, a niewiele mniej z wysokimi zarobkami oraz z posiadaniem własnego domu/ mieszkania.

**W wolnym tempie, ale jednak, wzrasta przekonanie Polek i Polaków o tym, że osiągnęli oni sukces finansowy. Uważa tak 15 procent badanych osób. Jedna trzecia badanych utrzymuje, że jeszcze nie osiągnęła sukcesu, ale cały czas w niego wierzy, podobny odsetek osób niestety już tę wiarę stracił.**

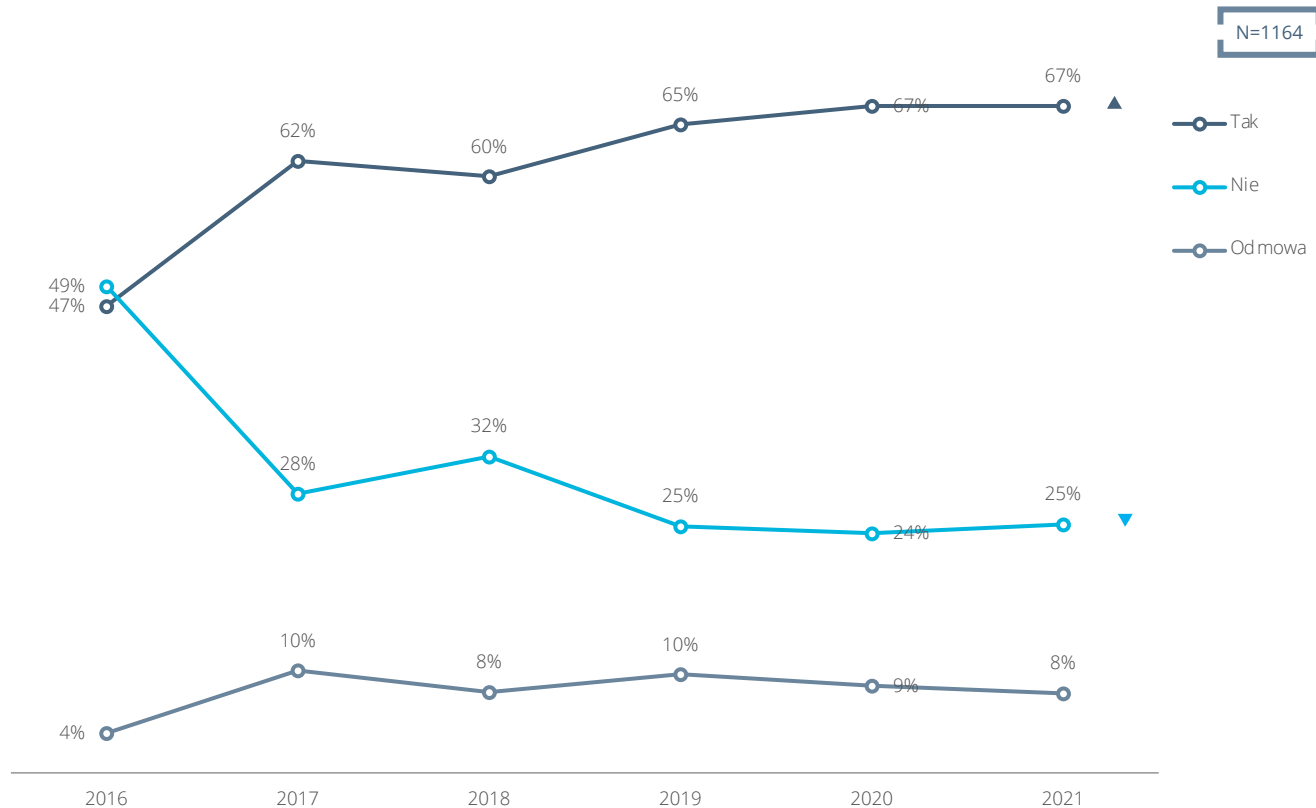
07

# Oszczędności i inwestycje

# Oszczędzanie pieniędzy

P20. Czy Pan(i) oszczędza pieniądze?

Dwie trzecie Polaków oszczędza pieniądze. Jedna czwarta przyznaje, że tego nie czyni.





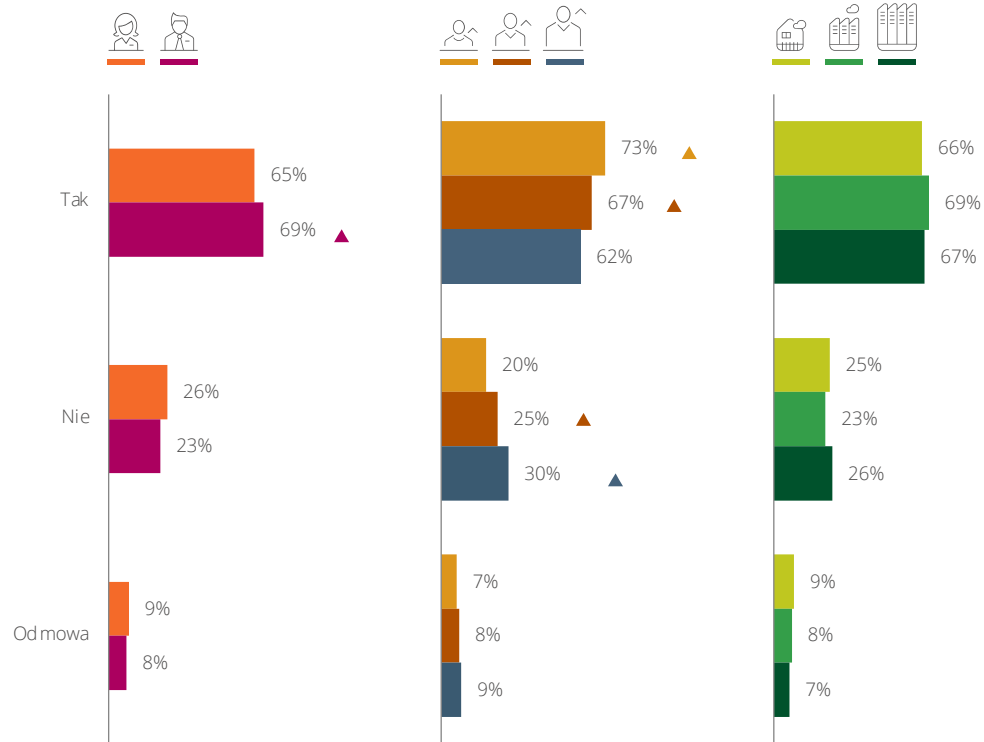
# Oszczędzanie pieniędzy

P20. Czy Pan(i) oszczędza pieniądze?

Odwróciły się role (w porównaniu do zeszłego roku), kobiety zaczęły mniej oszczędzać natomiast mężczyźni więcej.

Niezmiennie najwięcej osób oszczędza w najmłodszej grupie.

N=1164



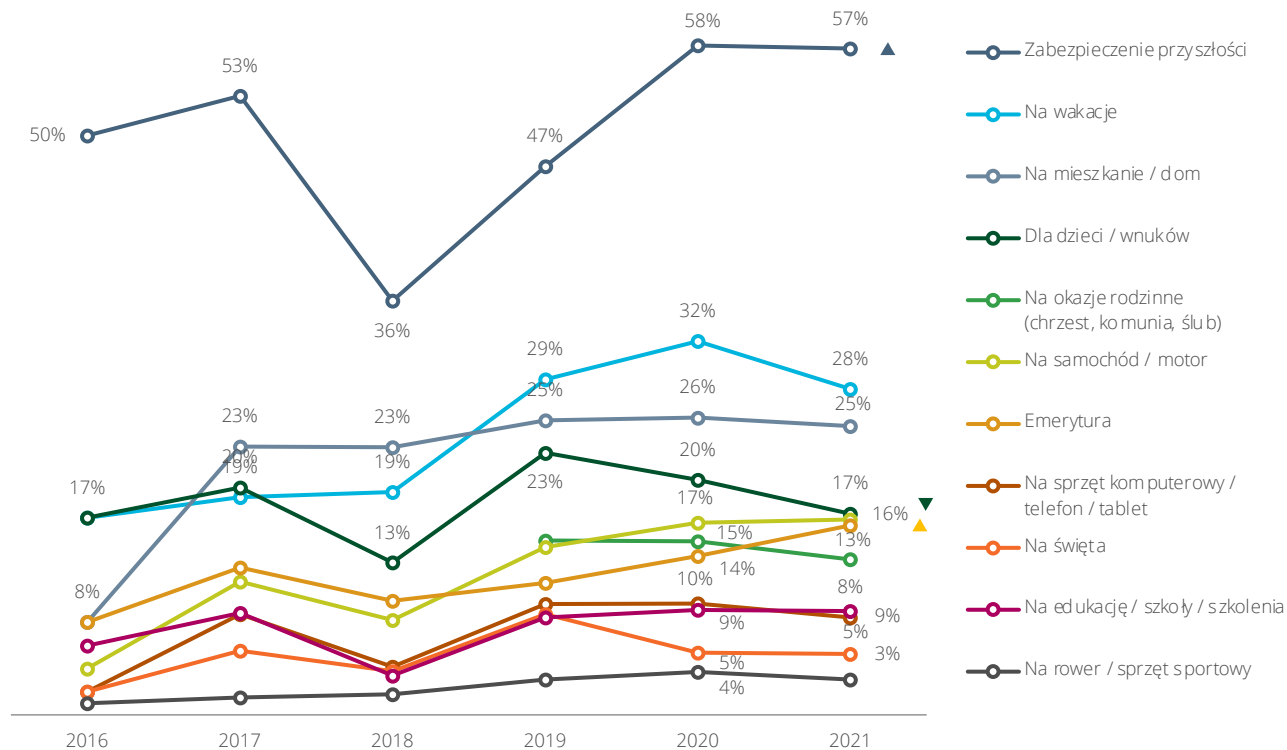
# Cel oszczędzania

P21. Na jaki cel odkłada Pan(i) pieniądze?

Głównym celem oszczędzania pieniędzy jest zabezpieczenie przyszłości. Znaczenie tego czynnika wzrasta wyraźnie w czasie pandemii i utrzymuje się wysoko kolejny rok z rzędu. W tym roku badani odłożyli mniej na wakacje oraz na dzieci i wnuków.

Celami zyskującymi na znaczeniu są emerytura oraz zakupienie samochodu lub motoru.

N=783

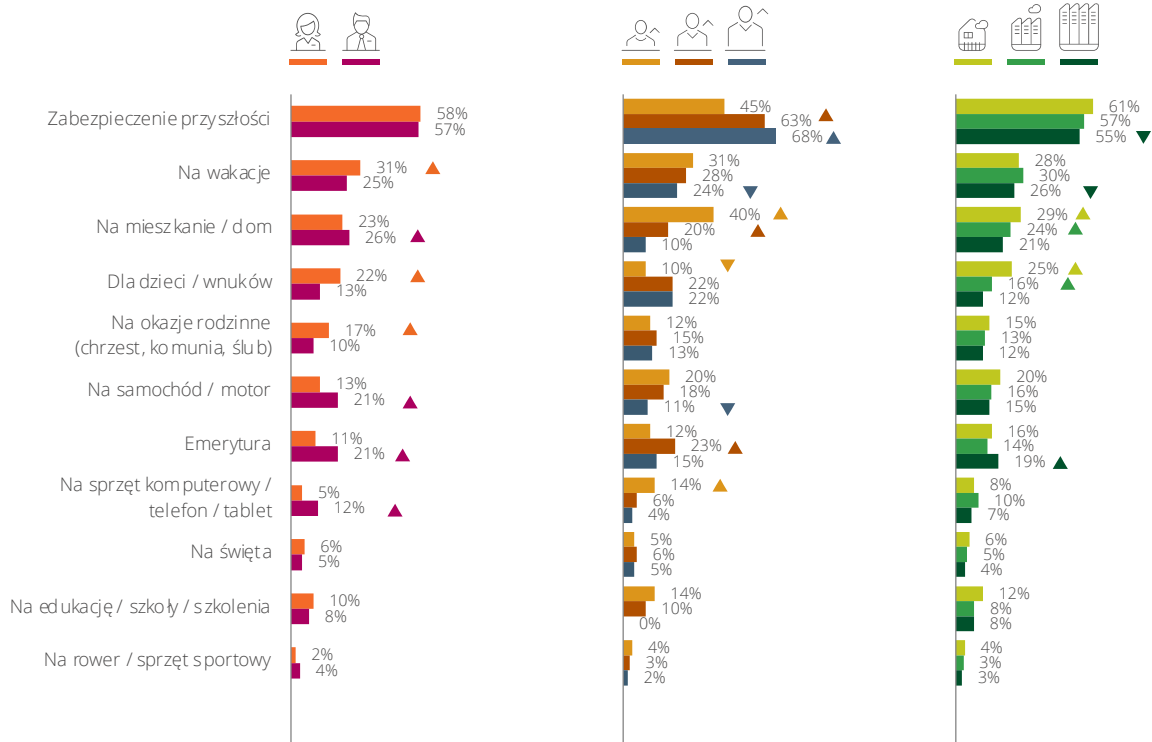


# Oszczędzanie pieniędzy

P21. Na jaki cel odkłada Pan(i) pieniądze?

Zabezpieczenie przyszłości to cel, który zaczął być bardziej istotny niż w latach ubiegłych dla średniej grupy wiekowej. To również cel, który zaczął się cieszyć większą popularnością wśród mieszkańców wsi natomiast stracił na popularności w dużych miastach.

N=783



# Inwestowanie

P22. Czy Pan(i) inwestuje pieniądze?

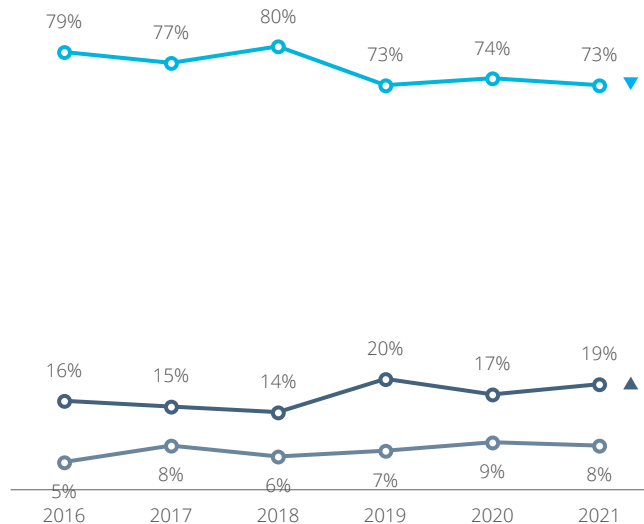
P23. Dlaczego nie inwestuje Pan(i) pieniędzy?

19 procent badanych deklaruje, że inwestuje pieniądze. Głównymi barierami są tutaj brak środków, brak wiedzy, niechęć do podejmowania ryzyka i ograniczone zaufanie do produktów inwestycyjnych.

N=1164

Czy inwestuje?

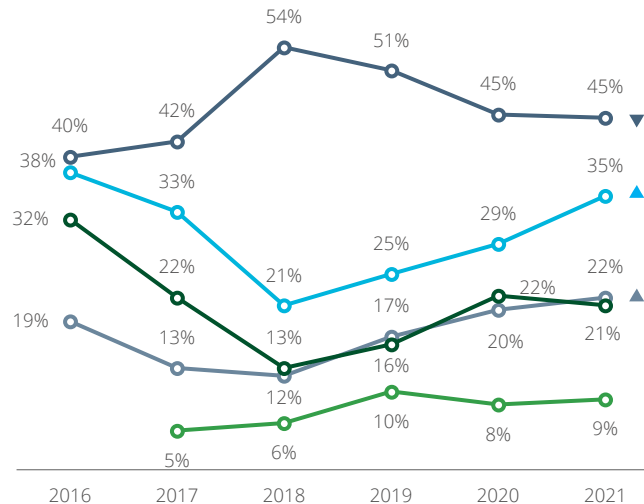
- Tak
- Nie
- Odмова



N=852

Dlaczego nie?

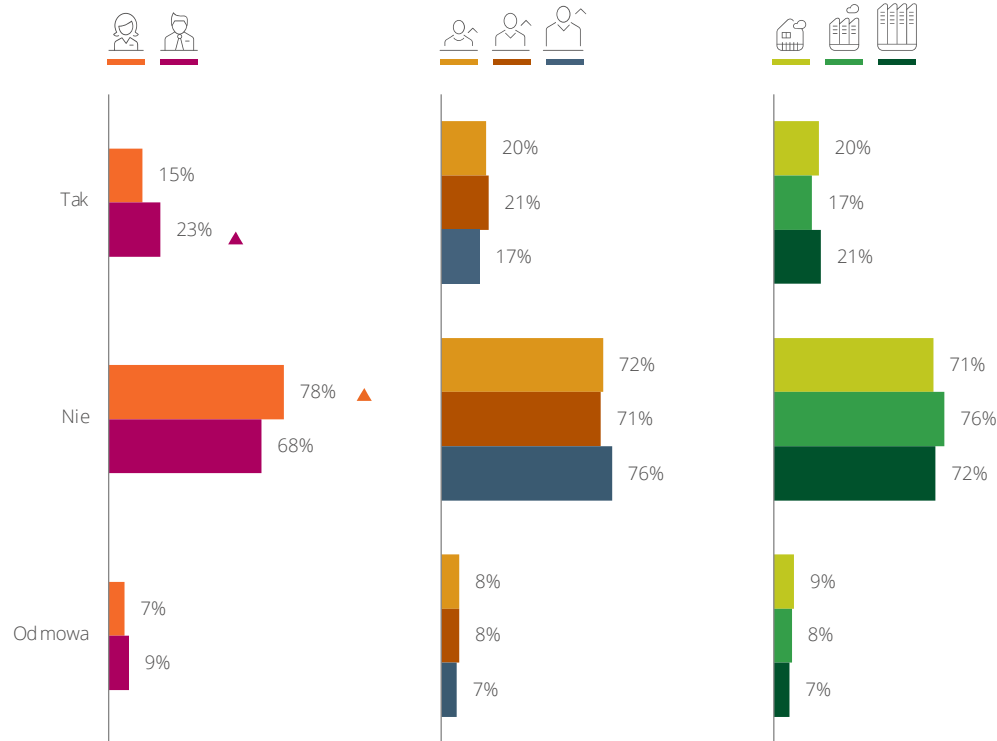
- Nie mam środków
- Nie znam się / Nie mam wiedzy
- Nie ufam produktom inwestycyjnym
- To za duże ryzyko
- Nie mam czasu, to zbyt skomplikowane



# Inwestowanie

P22. Czy Pan(i) inwestuje pieniądze?

Kobiety i osoby starsze przejawiają mniejszą skłonność do inwestowania pieniędzy niż pozostali.

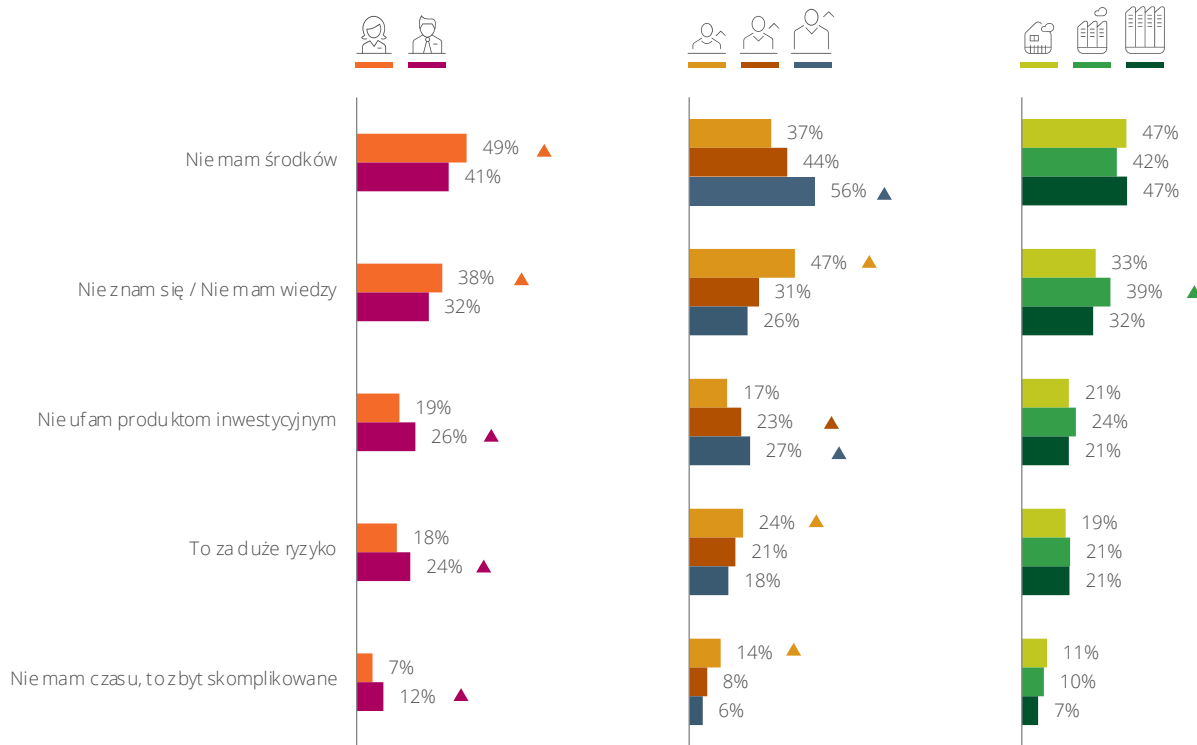


# Przyczyny braku inwestycji

P23. Dlaczego nie inwestuje Pan(i) pieniędzy?

Mężczyźni, osoby młodsze oraz mieszkańcy małych miast w mniejszym stopniu niż pozostali ufają produktom inwestycyjnym. Kobiety, osoby najmłodsze oraz mieszkańcy małych i średnich miast częściej przyznają się do braku odpowiedniej wiedzy, a kobietom i osobom starszym brakuje środków finansowych.

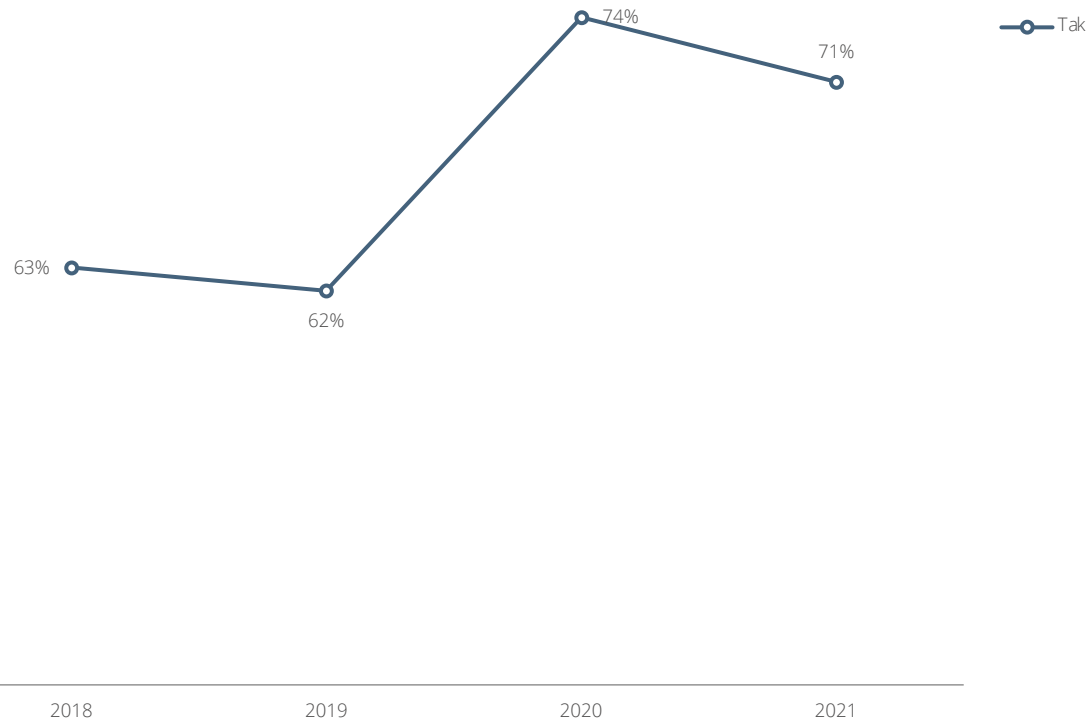
N=852



# Inwestowanie przez Internet

P24. Czy inwestuje Pan pieniądze za pośrednictwem Internetu?

Wskaźnik wykorzystania internetu do inwestowania utrzymuje się na względnie stabilnym poziomie, kolejny rok wskaże czy tegoroczny spadek jest istotny statystycznie.



## Podsumowanie

Dwie trzecie respondentów deklaruje, że oszczędza pieniądze. Odmiennego zdania jest co trzecia badana osoba, z roku na rok liczba oszczędzających delikatnie się zwiększa.

**Ponad połowa Polek i Polaków oszczędza pieniądze w celu zabezpieczenia przyszłości. Widzimy ogromny wzrost znaczenia tego celu w ostatnich 3 latach. Inne istotne cele oszczędzania to wakacje oraz dom lub mieszkanie. Oszczędzanie dla dzieci i wnuków staje się coraz rzadszym zjawiskiem.**

Co piąty respondent deklaruje, że inwestuje pieniądze. Wskaźnik zdaje się nieznacznie wzrastać.

Prawie połowa badanych osób nie inwestuje pieniędzy ponieważ nie posiada środków finansowych. Tendencję zwykłą utrzymują dwa wskaźniki: „nie znam się nie mam wiedzy” (wzrost z 21% do 35%) oraz „nie ufam produktom inwestycyjnym” (z 12% do 22%). Istotny jest jeszcze wskaźnik dotyczący ryzyka, bierze je pod uwagę co piąta osoba.

Wskaźnik wykorzystania Internetu do inwestowania pieniędzy wynosi 71 procent. Utrzymuje się on na względnie stabilnym poziomie.



08

# Instytucje finansowe

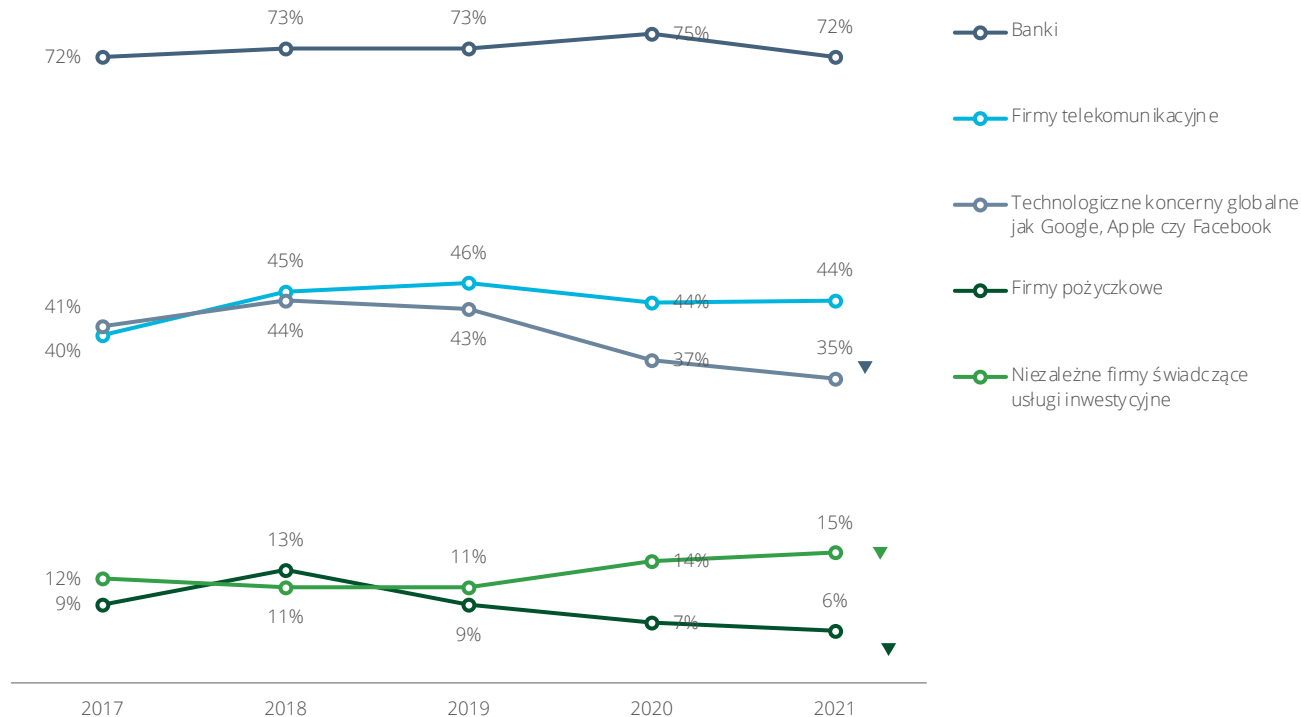
# Zaufanie do instytucji finansowych

N=1164

P25. Czy ufa Pan(i) następującym instytucjom?

Cały czas to banki wzbudzają największe zaufanie wśród instytucji działających na rynku usług finansowych. Ufa im 72 % badanych, zauważamy tu jednak spadek w porównaniu do roku ubiegłego.

Spadki dotknęły również technologicznych koncernów globalnych ( Google, Apple czy Facebook) - spadek z 44 do 35% i firm pożyczkowych – spadek z 13 do 6%.





# Usługi finansowe w instytucjach niefinansowych

N=1164

P26. Czy był(a)by Pan(i) skłonna(y) skorzystać z usług finansowych, oferowanych przez inne niż finansowe instytucje?

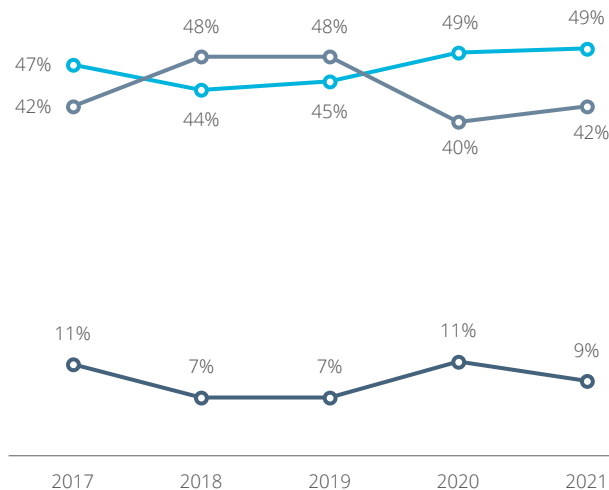
P27. Z usług finansowych której z poniższych instytucji najchętniej by Pan(i) skorzystał(a)?

Jedynie 9% badanych osób byłoby skłonne skorzystać z usług finansowych oferowanych przez inne niż finansowe instytucje. Przeciwnego zdania jest prawie połowa respondentów.

W okresie pandemii, na przełomie lat 20/21, spadło zaufanie do wszystkich instytucji niefinansowych (w kontekście inwestowania pieniędzy).

## Skłonność do skorzystania

- Tak
- Nie
- Nie wiem / Trudno powiedzieć

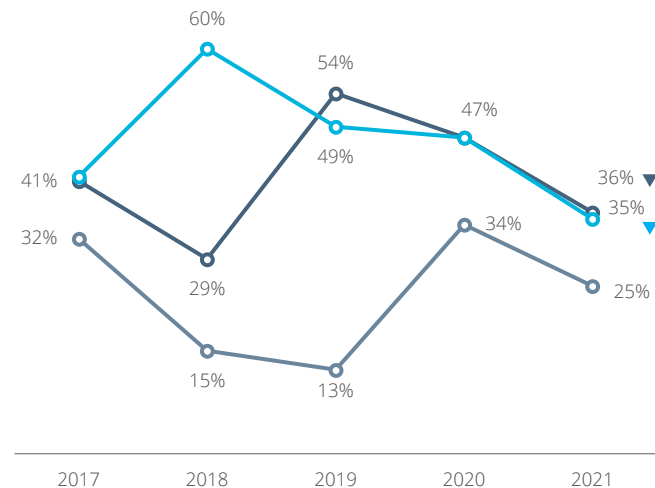


N=110

UWAGA  
Niska liczebność próby

## Rodzaj instytucji

- Dostawca usług telekomunikacyjnych jak Play, T-mobile, Plus
- Globalna firma technologiczna jak Google, Apple czy Facebook
- Mniejsza firma technologiczna, za którą nie stoi żaden duży globalny gracz

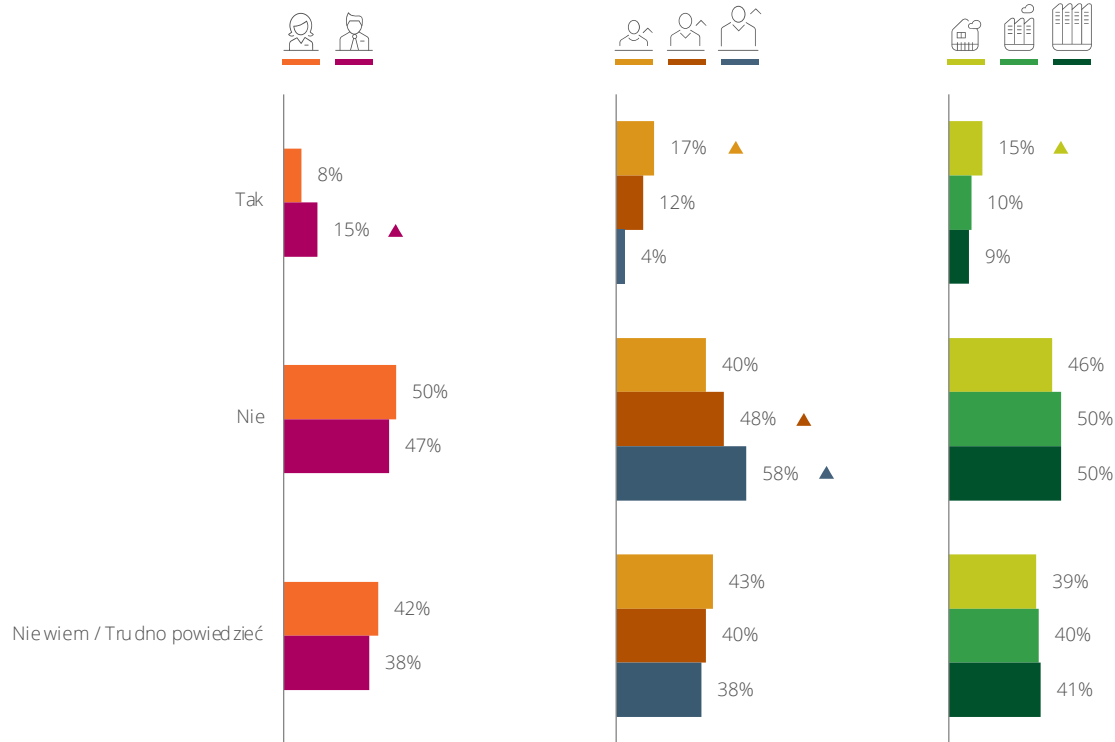


# Usługi finansowe w instytucjach niefinansowych

N=1164

**P26.** Czy był(a)by Pan(i) skłonna(y) skorzystać z usług finansowych, oferowanych przez inne niż finansowe instytucje?

Mężczyźni, osoby młodsze i mieszkańcy wsi w większym stopniu niż pozostali byliby skłonni skorzystać z usług finansowych, oferowanych przez inne niż finansowe instytucje. Najbardziej sceptyczni są respondenci z najstarszej grupy wiekowej.

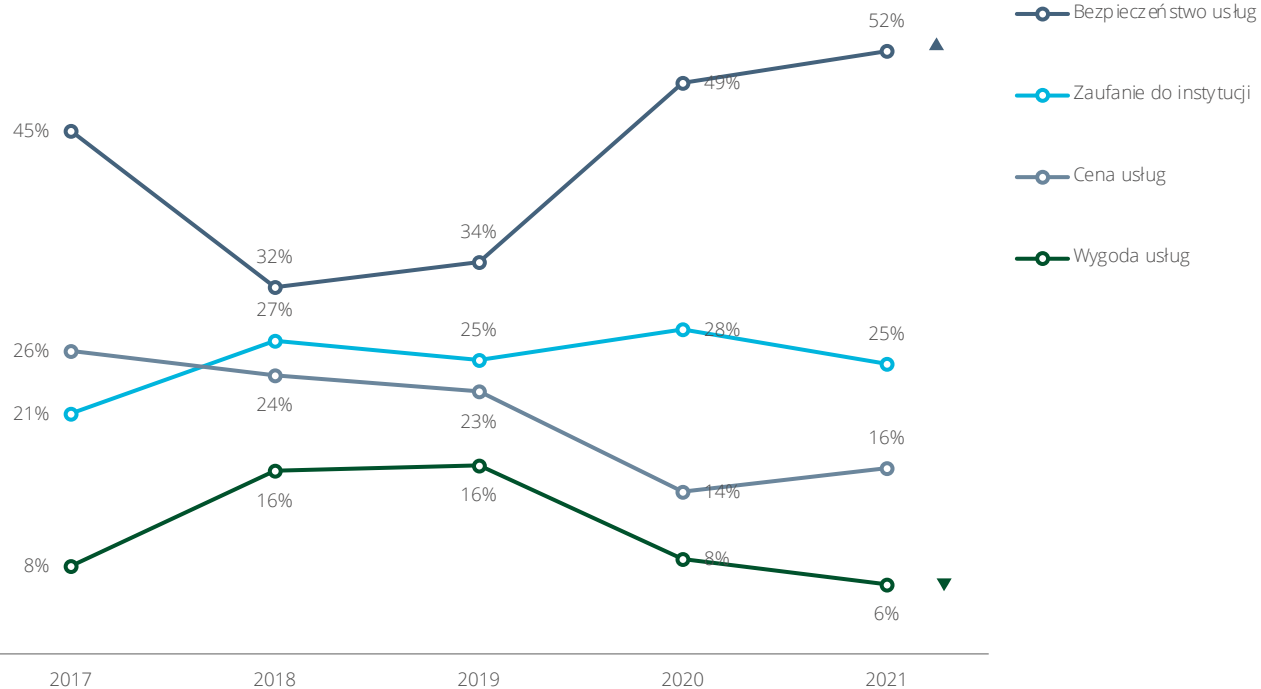


# Czynniki wpływające na korzystanie z usług finansowych

N=1164

P28. Co jest dla Pan/i najważniejsze przy korzystaniu z usług finansowych / płatniczych danej instytucji?

W ostatnich dwóch latach na znaczeniu traci wygoda usług, którą za najważniejszą uznaje jedynie 6% respondentów. W kontekście własnych pieniędzy bezpieczeństwo uznane jest za najbardziej istotne.

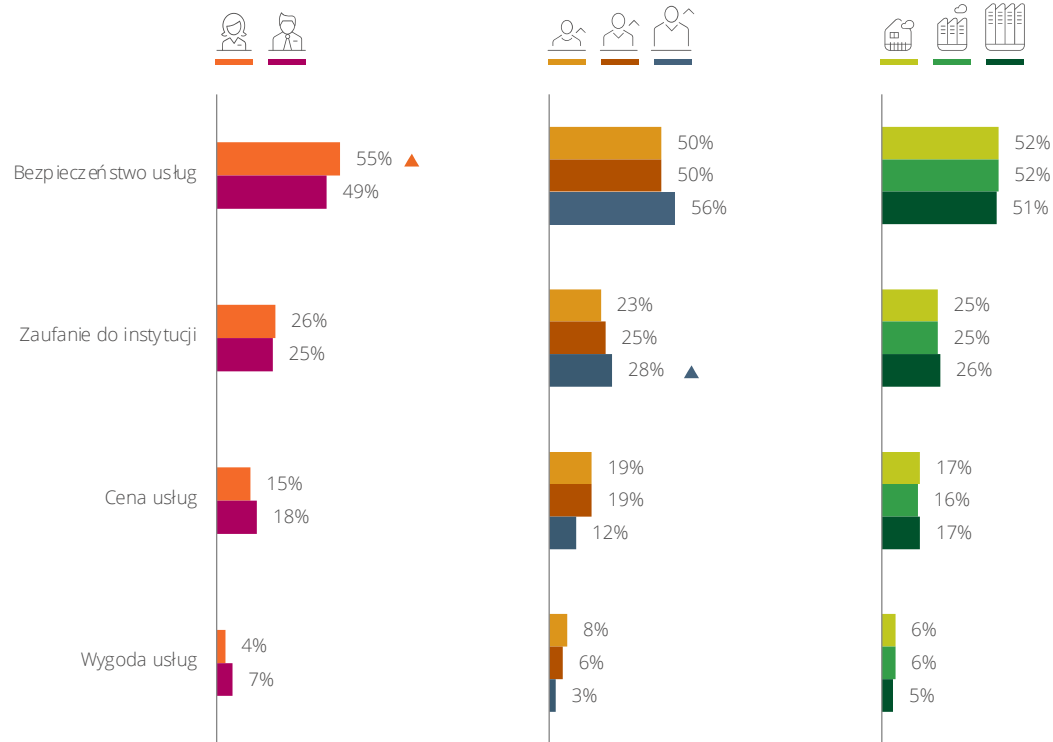


# Czynniki wpływające na korzystanie z usług finansowych

N=1146

P28. Co jest dla Pan/i najważniejsze przy korzystaniu z usług finansowych / płatniczych danej instytucji?

Bezpieczeństwo usług i związane z nim zaufanie do instytucji są istotniejsze dla kobiet i osób z najstarszej grupy wiekowej niż dla pozostałych respondentów.



## Podsumowanie

### **Cały czas to banki wzbudzają największe zaufanie spośród instytucji działających na rynku usług finansowych.**

Ufa im 72 procent badanych (w roku 2020 było to 75 %). Istotne wydają się być dwie tendencje spadkowe jakie dotknęły technologiczne koncerny globalne takie jak Google, Apple czy Facebook (spadek z 44% do 35%) oraz firmy pożyczkowe (spadek z 13% do jedynie 6%). Lekki wzrost notują niezależne firmy świadczące usługi inwestycyjne - już 15 procent.

Jednie co dziesiąta badana osoba byłaby skłonna skorzystać z usług finansowych oferowanych przez inne niż finansowe instytucje. Przeciwnego zdania jest prawie połowa respondentów.

36 procent osób skłonnych do skorzystania z usług finansowych oferowanych przez inne niż finansowe instytucje, pod uwagę wzięłoby dostawcę usług telekomunikacyjnych, niewiele mniej bo 35 procent globalną firmę technologiczną a co czwarta taka osoba mniejszą firmę technologiczną.

### **Połowa badanych za najważniejsze przy korzystaniu z usług finansowych uznaje bezpieczeństwo. Wskaźnik ten wzrósł wyraźnie od czasu początku pandemii. Kolejne pozycje zajmują zaufanie do instytucji (25%) oraz cena usług (16%).**

W ostatnich dwóch latach na znaczeniu traci wygoda usług, którą za najważniejszą uznaje jedynie 6% respondentów. Nie dziwi jednak, że w kontekście własnych pieniędzy to bezpieczeństwo jest najważniejsze.



09

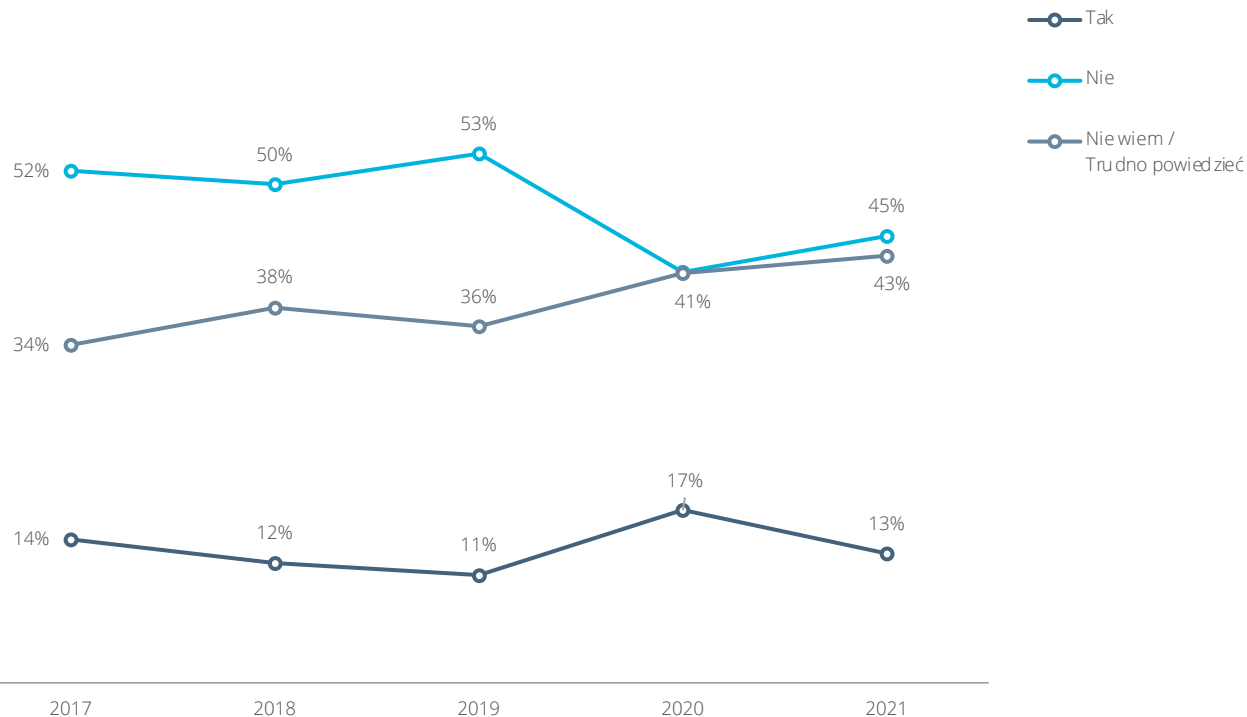
# Udostępnianie danych

# Skłonność do udostępnienia informacji o rachunku bankowym

N=1164

**P29.** Od 2019 r. w całej Unii Europejskiej obowiązuje prawo dopuszczające nowe formy płatności. Czy w związku z tym udostępniłby Pan(i) legalnemu podmiotowi, licencjonowanemu na terenie UE, dostęp do informacji o Pan(i) rachunku bankowym, jeżeli dzięki temu uzyska Pan(i) ofertę lepiej dostosowaną do swoich potrzeb, korzystniejszą finansowo?

W badanym okresie skłonność Polek i Polaków do udostępniania informacji o swoim rachunku bankowym, w celu uzyskania lepszej oferty finansowej, znajduje się na względnie stabilnym poziomie. W ostatnim roku wskaźnik skłonności osiągnął 13% a wskaźnik odmowy 45%..

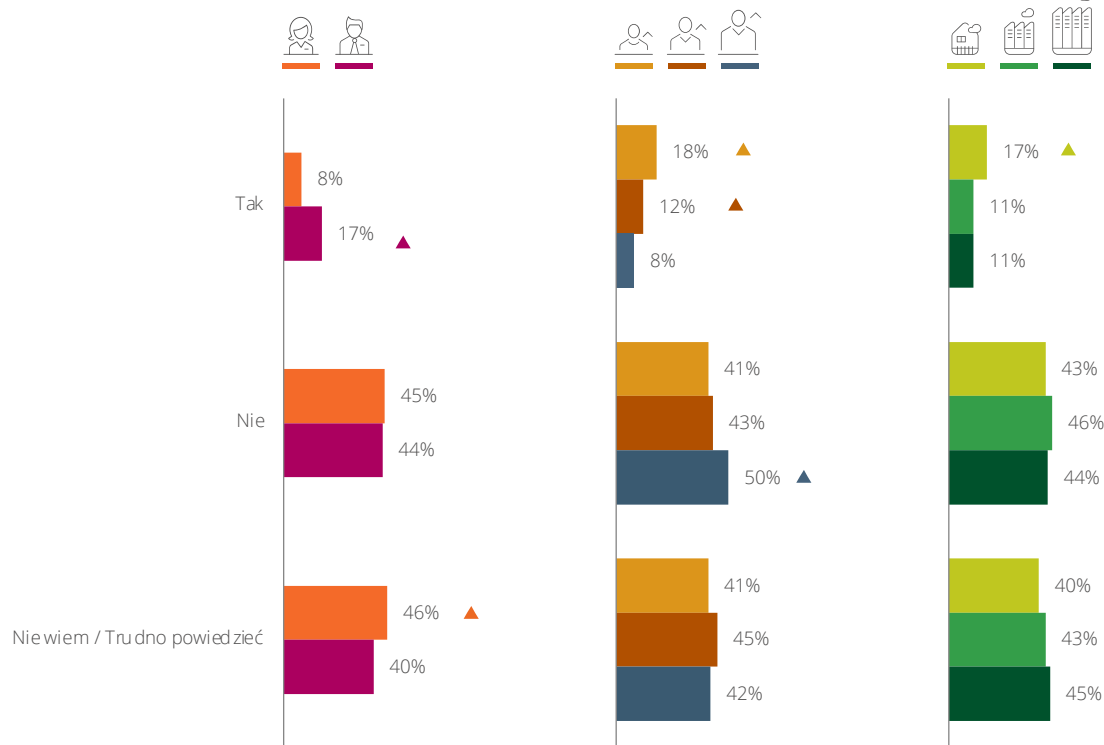


# Skłonność do udostępnienia informacji o rachunku bankowym

N=1164

**P29.** Od 2019 r. w całej Unii Europejskiej obowiązuje prawo dopuszczające nowe formy płatności. Czy w związku z tym udostępniłby Pan(i) legalnemu podmiotowi, licencjonowanemu na terenie UE, dostęp do informacji o Pan(i) rachunku bankowym, jeżeli dzięki temu uzyska Pan(i) ofertę lepiej dostosowaną do swoich potrzeb, korzystniejszą finansowo?

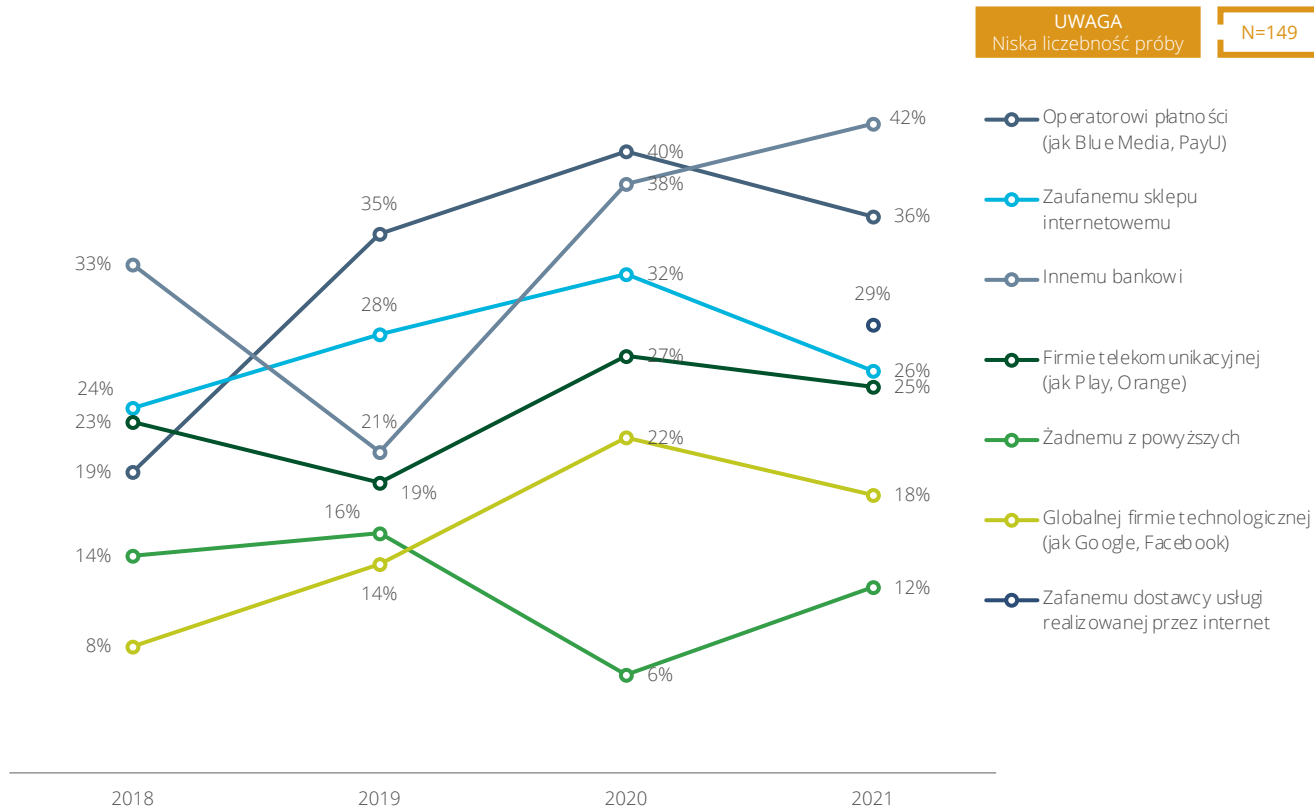
Coraz mniej osób jest chętnych do udzielenia informacji o swoim rachunku bankowym w celu uzyskania lepiej dostosowanej i korzystniejszej finansowo oferty.



# Preferowane podmioty

P30. Jakiemu podmiotowi udostępniłby Pan(i) informacje o swoim rachunku bankowym, aby otrzymać ofertę lepiej dostosowaną do swoich potrzeb, korzystniejszą finansowo:

Osoby które byłyby skłonne udzielić informacji o swoim rachunku bankowym w celu uzyskania oferty finansowej lepiej dostosowanej do swoich potrzeb i korzystniejszej finansowo najchętniej zaufałyby innym bankom oraz operatorom płatności tj. Blue Media czy PayU. Trzech na dziesięciu badanych mogłoby się podzielić informacjami z zaufanym sklepem internetowym, niewiele mniej z firmami telekomunikacyjnymi.



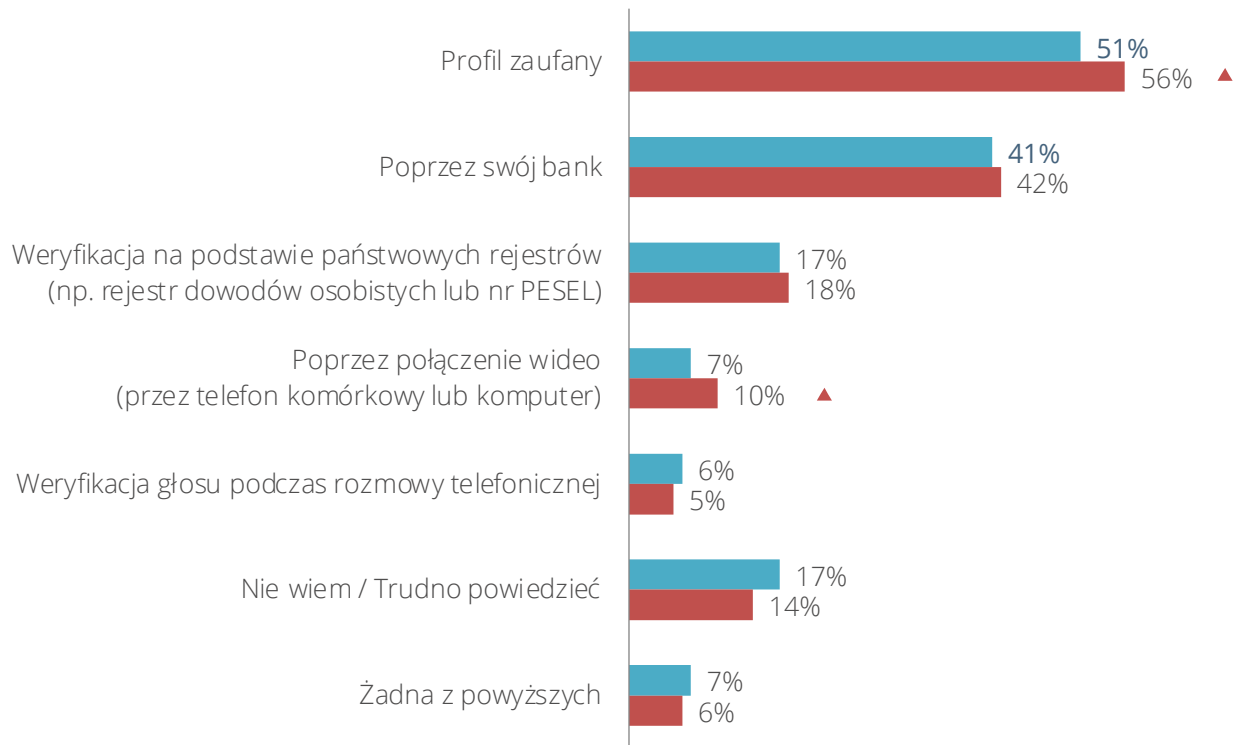
# Akceptacja metod potwierdzania tożsamości w Internecie

N=1164

P31. Na jaką metodę potwierdzenia tożsamości w Internecie – by np. podpisać nową umowę z dostawcą mediów – by się Pan(i) zgodził?

W pandemicznym okresie „profil zaufany” umocnił pierwszą pozycję wśród sposobów potwierdzania tożsamości w Internecie. Taką metodę akceptuje już 56% respondentów.

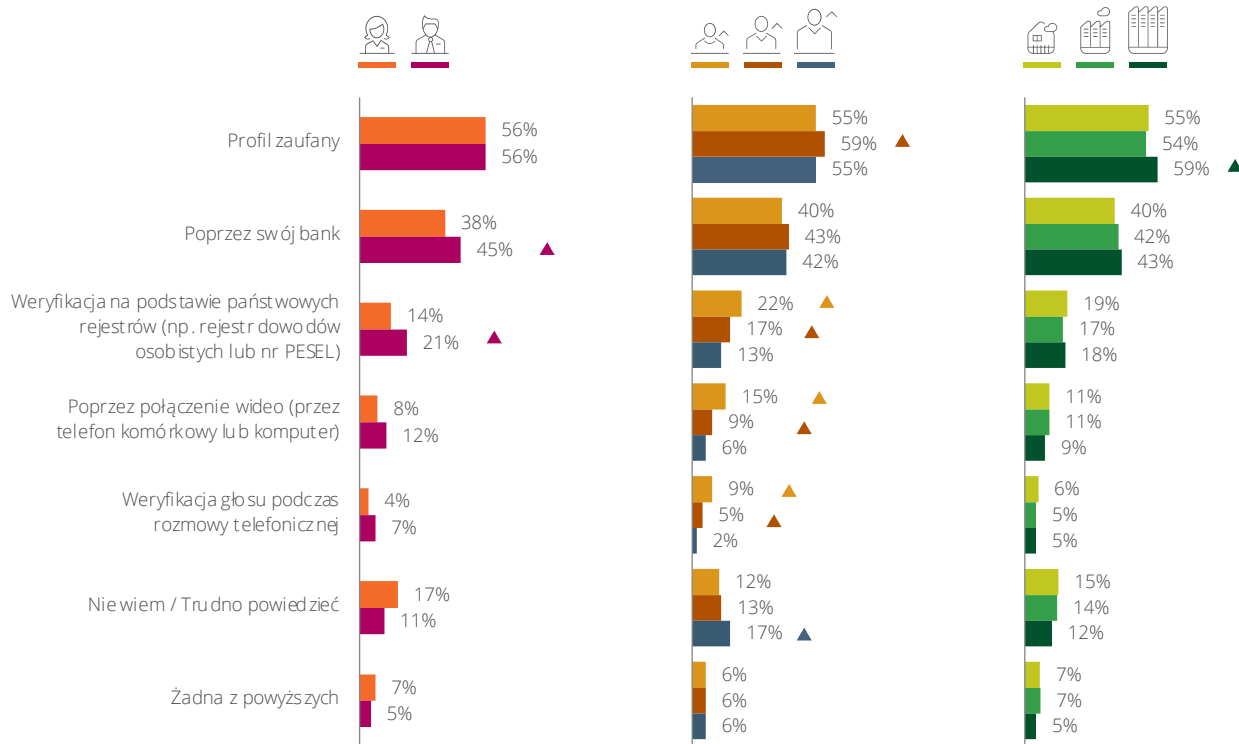
Niewielki wzrost widać również w przypadku potwierdzenia wizerunku przez połączenie wideo – 10%.



# Akceptacja metod potwierdzania tożsamości w Internecie

P31. Na jaką metodę potwierdzenia tożsamości w Internecie – by np. podpisać nową umowę z dostawcą mediów – by się Pan(i) zgodził?

Metoda potwierdzenia tożsamości za pomocą profilu zaufanego cieszy się już taką samą popularnością wśród mężczyzn jak i kobiet.



## Podsumowanie

W badanym okresie skłonność Polek i Polaków do udostępniania informacji o swoim rachunku bankowym, w celu uzyskania lepszej oferty finansowej, znajduje się na względnie stabilnym poziomie. W ostatnim roku wskaźnik skłonności osiągnął 13 procent a wskaźnik odmowy 45 procent.

42 procent osób skłonnych do udzielenia informacji o swoim rachunku bankowym innej instytucji, podzieliłoby się tymi danymi z innym bankiem, 36 procent z operatorem płatności, 29 procent zaufanemu dostawcy usługi internetowej, 26 procent zaufanemu sklepowi internetowemu a 25 procent firmie telekomunikacyjnej.

**W pandemicznym okresie „profil zaufany” umocnił pierwszą pozycję wśród sposobów potwierdzania tożsamości w Internecie. Taką metodę akceptuje już wyraźnie ponad połowa respondentów. Niewielki wzrost widać również w przypadku potwierdzenia wizerunku przez połączenie wideo, tę metodę akceptuje jedna na dziesięć osób.**

10

# Postęp technologiczny

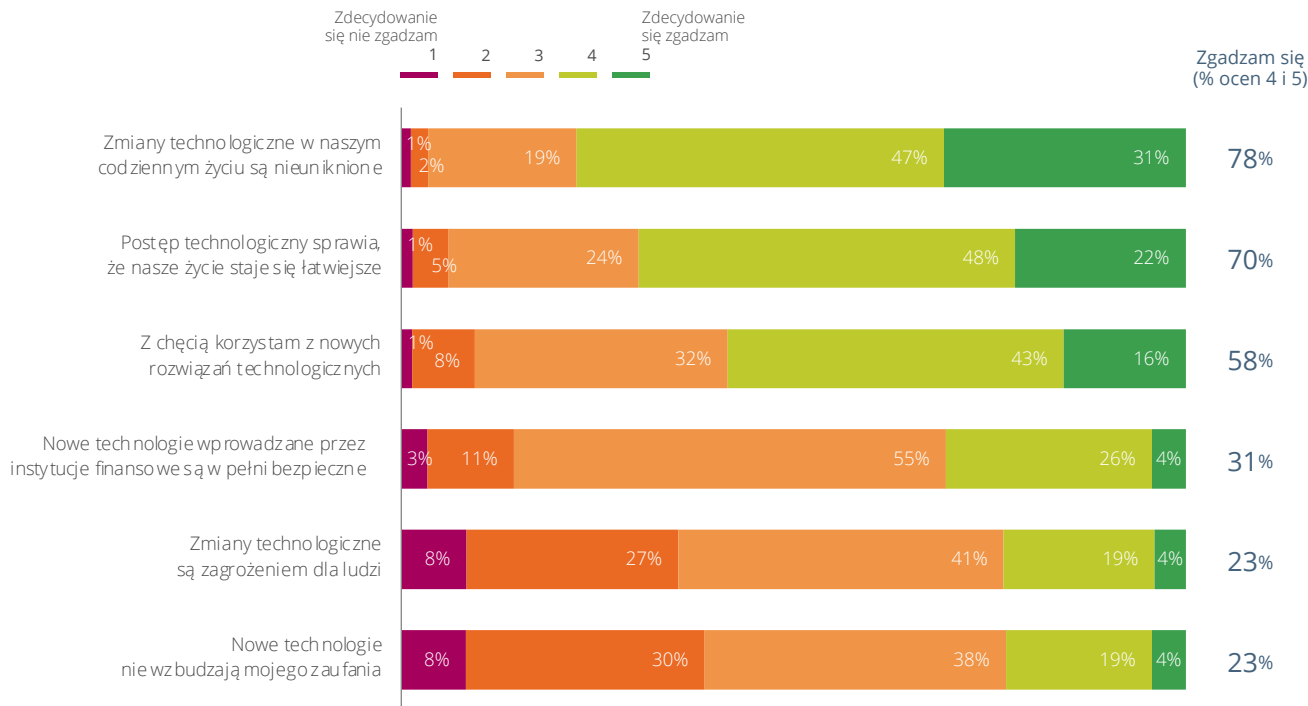


# Wpływ postępu technologicznego na życie

N=1164

P32. Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami. Przy odpowiedzi proszę posłużyć się skalą 1 do 5, gdzie jeden oznacza, że zdecydowanie się nie zgadzam ze stwierdzeniem, a 5 zdecydowanie się zgadzam.

Ośmiu na dziesięciu badanych zgadza się z twierdzeniem, że zmiany technologiczne w naszym życiu są nieuniknione, siedmiu na dziesięciu respondentów uważa, że zmiany te czynią nasze życie łatwiejszym. Co czwarty badany uważa jednak, że zmiany technologiczne są zagrożeniem dla ludzi, podobny odsetek nie darzy ich zaufaniem.



# Wpływ postępu technologicznego na życie

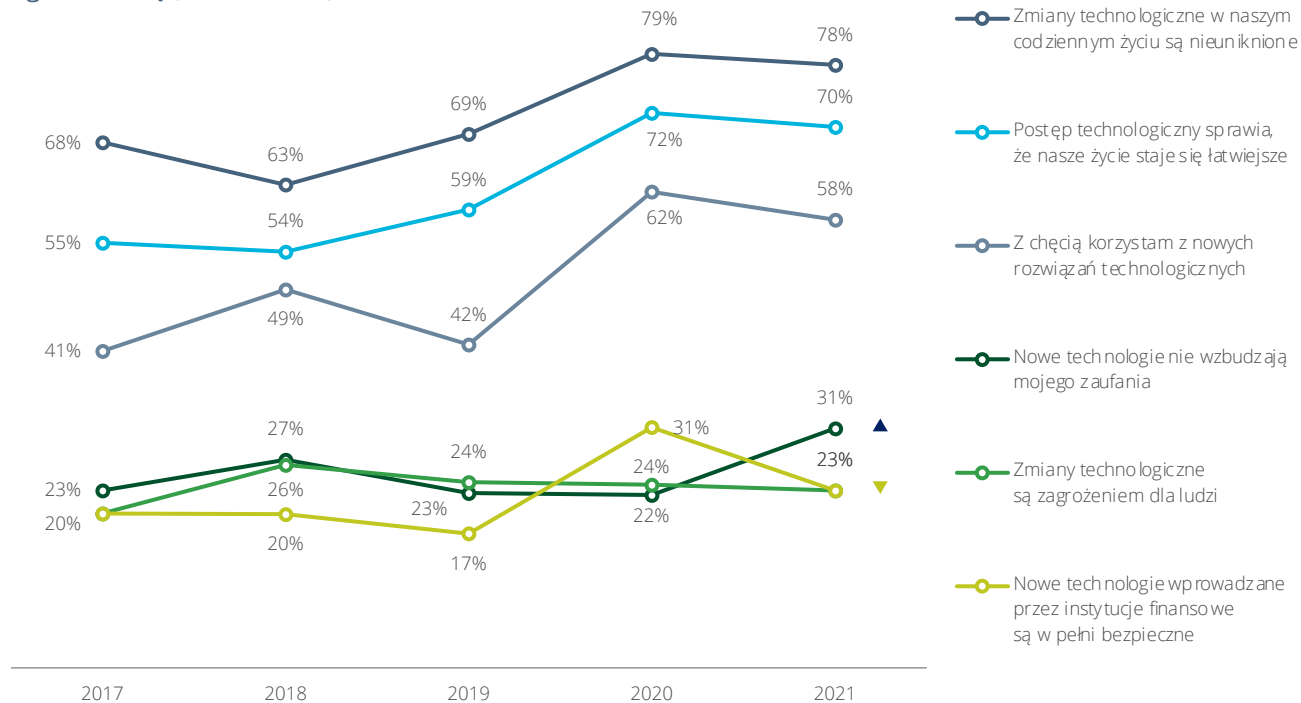
N=1164

P32. Proszę powiedzieć w jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami. Przy odpowiedzi proszę posłużyć się skalą 1 do 5, gdzie jeden oznacza, że zdecydowanie się nie zgadzam ze stwierdzeniem, a 5 zdecydowanie się zgadzam.

78% respondentów uważa, że zmiany w naszym codziennym życiu są nieuniknione, 70% że postęp technologiczny sprawia, że nasze życie staje się łatwiejsze a 58% z chęcią korzysta z nowych technologii.

U części osób zmiany technologiczne nie wzbudzają jednak zaufania, szczególnie te wprowadzane przez instytucje finansowe.

Zgadzam się (% ocen 4 i 5)



## Podsumowanie

Już prawie 80% respondentów przyznaje, że postęp technologiczny jest nieunikniony i 90 % z nich uważa, że niesie ze sobą pozytywne zmiany ułatwiające życie.

Co czwarty badany przyznaje, że zmiany technologiczne są zagrożeniem dla ludzi, podobny odsetek nie darzy ich zaufaniem.

Szczególnie ostrożnie respondenci podchodzą do zmian wprowadzanych przez instytucje finansowe.

11

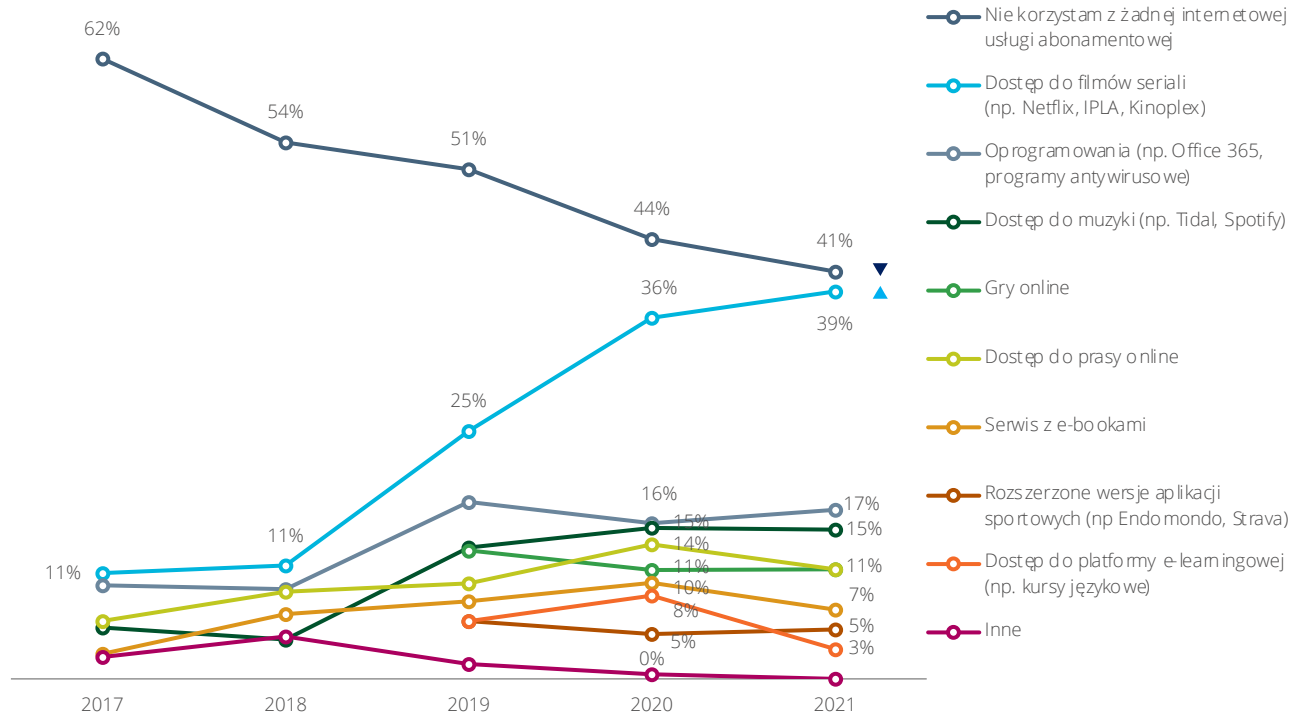
# Usługi subskrypcyjne

# Korzystanie z usług subskrypcyjnych online

N=1086

**P33.** Czy korzysta Pan(i) z poniższych usług internetowych opłacanych w formie abonamentu (kupuje się dany produkt lub usługę przez określony czas od tego samego dostawcy w zamian, za co płaci się comiesięczny/roczny abonament). Proszę zaznaczyć te z których Pan(i) korzystał(a).

Wraz ze spadającą liczbą osób, deklarujących że nie korzystają z żadnej usługi abonamentowej online, wzrasta odsetek użytkowników serwisów umożliwiających oglądanie filmów i seriali. Z ich oferty korzysta już 39 procent badanych. Kolejne miejsca zajmują: oprogramowanie opłacane w systemie abonamentowym, serwisy muzyczne, prasa i gry online.

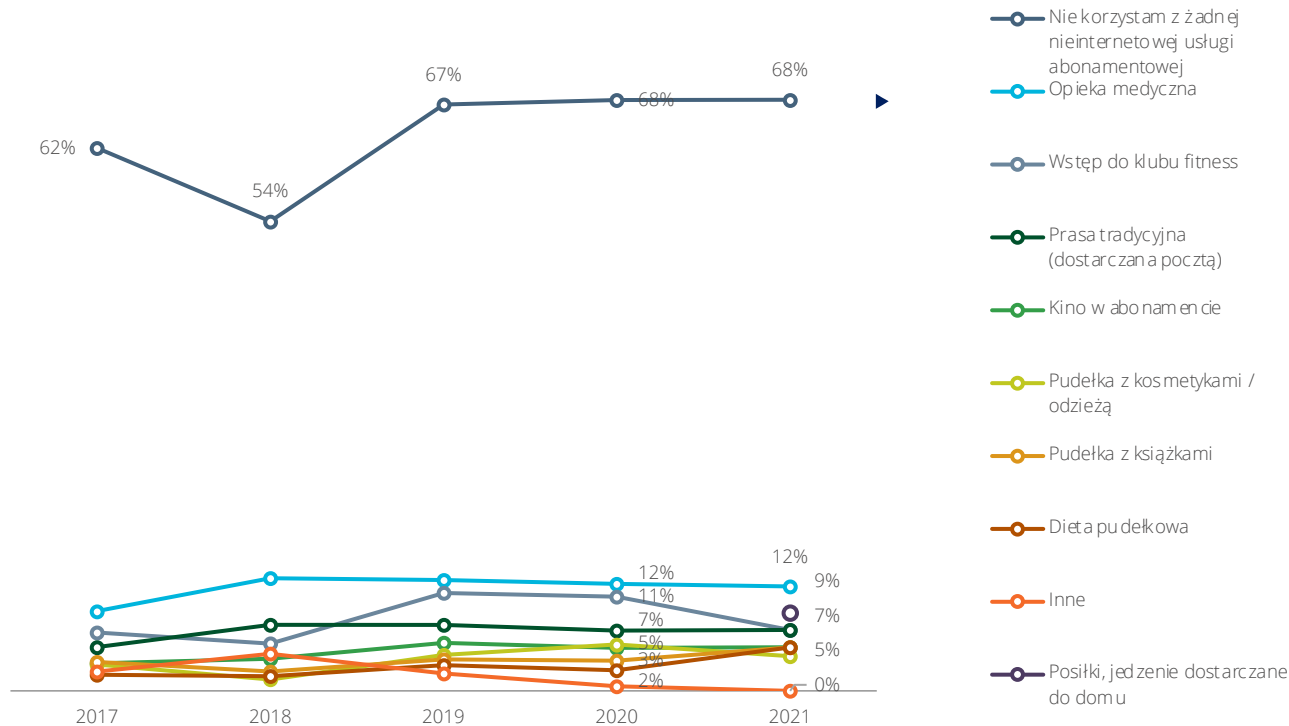


# Korzystanie z nieinternetowych usług subskrypcyjnych

N=1164

**P34.** A czy korzysta Pan(i) z poniższych usług nieinternetowych opłacanych w formie abonamentu (kupuje się dany produkt lub usługę przez określony czas od tego samego dostawcy w zamian, za co płaci się comiesięczny/roczny abonament). Proszę zaznaczyć te z których Pan(i) korzystał(a).

Nieinternetowe usługi opłacane w formie abonamentu są mniej popularne niż te sieciowe. Siedmiu na dziesięciu badanych deklaruje, że nie korzysta z żadnej z nich. Najczęściej spotykane są opieka medyczna, wstęp do klub fitness oraz posiłki, jedzenie dostarczane do domu.

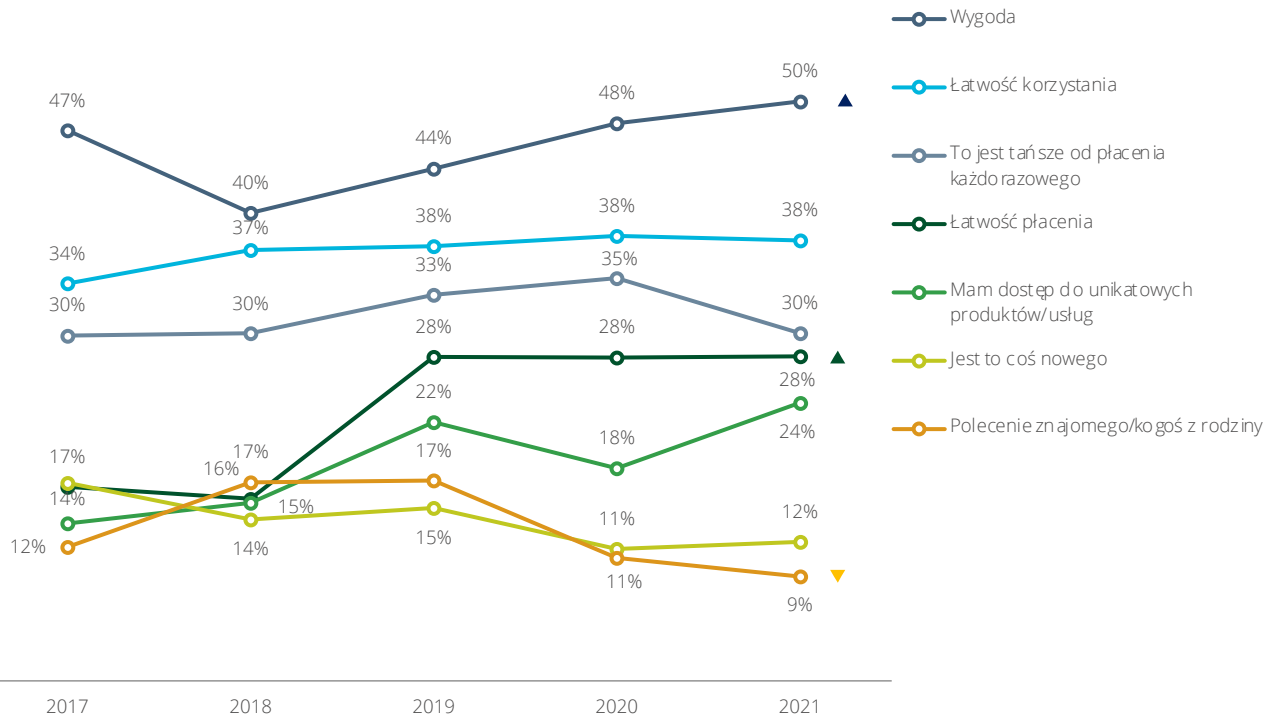


# Przyczyny korzystania z usług subskrypcyjnych

N=737

P35. Co zdecydowało, że korzysta Pan(i) z usług w modelu abonamentowym/subskrypcyjnym?

Wygoda i łatwość korzystania to najczęściej wskazywane czynniki skłaniające do korzystania z usług w modelu abonamentowym (subskrypcyjnym). Na znaczeniu zyskuje dostęp do unikatowych produktów.

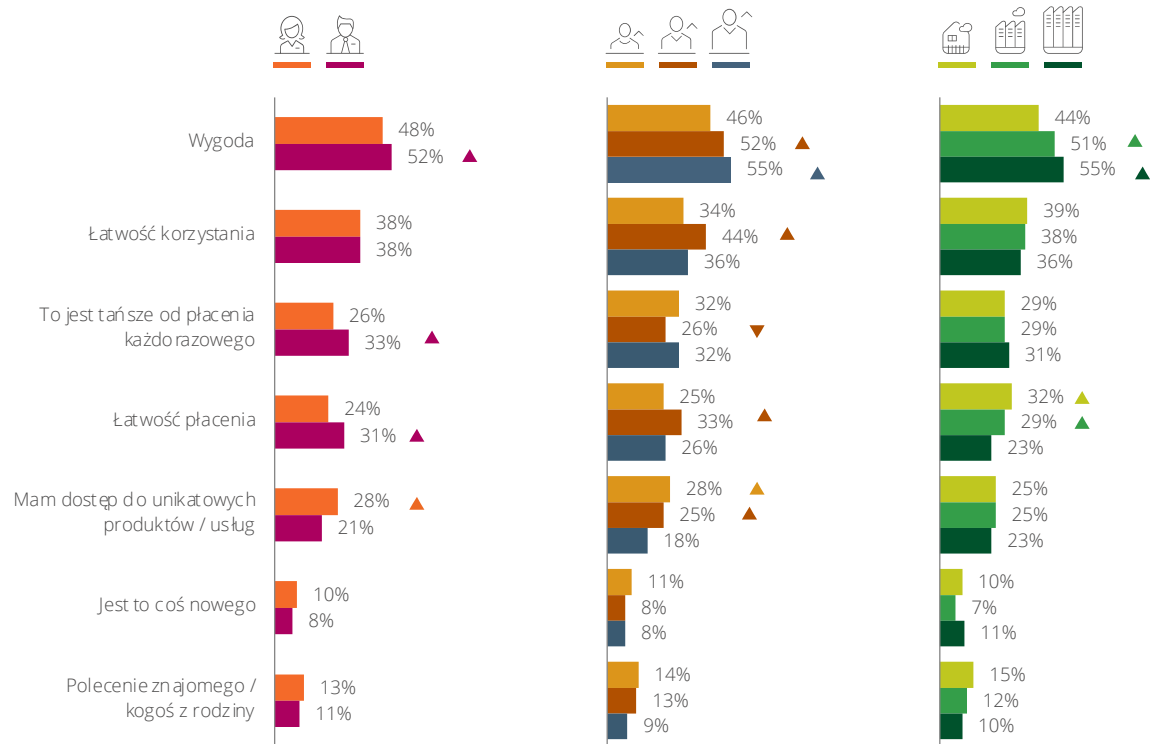


# Przyczyny korzystania z usług subskrypcyjnych

P35. Co zdecydowało, że korzysta Pan(i) z usług w modelu abonamentowym/ subskrypcyjnym?

Usługi subskrypcyjne nie są już uznawane za nic nowego i każdego roku spada odsetek osób, które uważają inaczej.

Wygoda korzystania jest bardzo istotna dla wszystkich, ale najbardziej dla osób ze starszej grupy wiekowej i mieszkańców dużych miast.

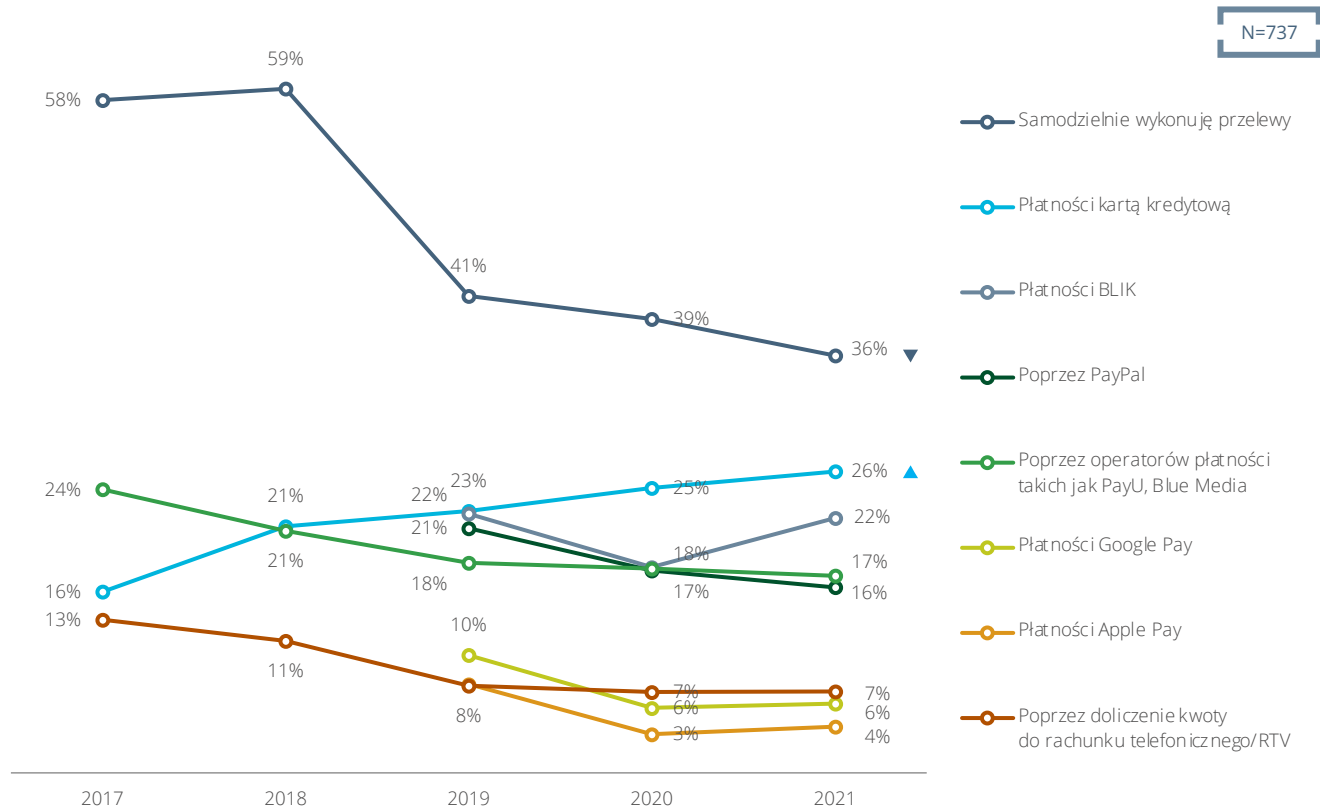




# Sposób opłacania usług subskrypcyjnych

P36. W jaki sposób opłaca Pan/i co miesiąc usługi subskrypcyjne?

Coraz mniej opłat subskrypcyjnych jest opłacanych za pomocą przelewów wykonywanych samodzielnie. Co czwarty abonament jest już opłacany kartą kredytową, popularne stają się również płatności BLIK.

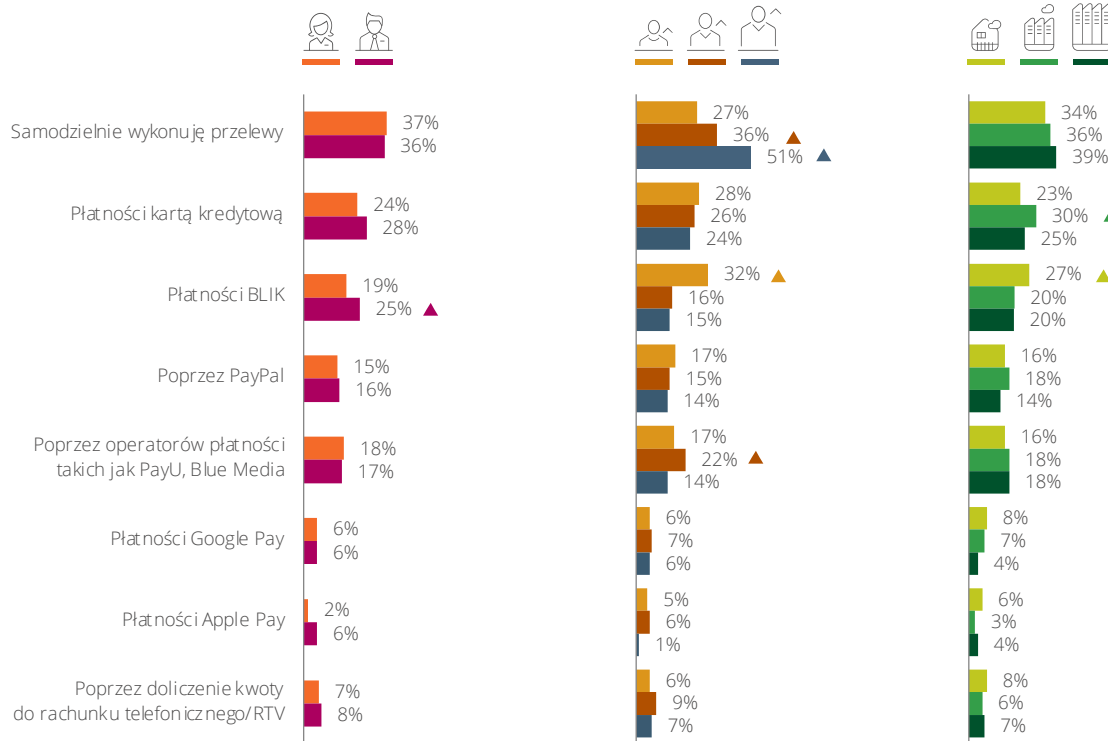


# Sposób opłacania usług subskrypcyjnych

N=737

P36. W jaki sposób opłaca Pan/i co miesiąc usługi subskrypcyjne?

Osoby najmłodsze rzadziej niż starsze opłacają abonamenty samodzielnie wykonując przelewy, częściej za to wybierają płatności BLIK. Te ostatnie są bardzo chętnie wybierane przez mężczyzn oraz mieszkańców wsi, co jest istotną zmianą w porównaniu do roku ubiegłego.



### **W 2021 roku już jedynie 41% badanych osób nie korzysta z żadnej internetowej usługi abonamentowej.**

Najpowszechniejszą usługą tego typu jest dostęp do filmów/seriali – 39% użytkowników. Dużo dalej są pozostałe: oprogramowanie online 17%, streamingi muzyczne – 15%, prasa oraz gry online – po 11%.

68% Polek i Polaków nie korzysta z żadnej nieinternetowej usługi abonamentowej. Najpopularniejsze z nich to opieka medyczna, posiłki / jedzenie dostarczane do domu, prasa oraz kluby fitness. Dieta pudełkowa, pudełka z kosmetykami oraz pudełka z książkami są mniej popularne – korzysta z nich zaledwie kilka procent populacji.

Półowa Polek i Polaków korzystających z usług subskrypcyjnych, korzysta z nich z powodu wygody, co czwarta docenia łatwość korzystania z nich, 30 procent uważa, że są one tańsze niż byłyby gdyby płacono za nie każdorazowo po skorzystaniu, niewiele mniej ceni sobie łatwość płacenia, co czwarta unikalność tych usług i produktów.

Coraz mniej popularną formą płatności za usługi subskrypcyjne są samodzielnie wykonywane przelewy. W ten sposób te usługi opłaca 36% Polek i Polaków użytkujących usługi subskrypcyjne.

### **Co ciekawe ich kosztem, w największym stopniu, na sile zyskuje karta kredytowa - jej użycie deklaruje co czwarty badany.**

Trendy wskazują, że jest szansa, że w kolejnych latach na popularności mogą zyskiwać Blik oraz płatności automatyczne realizowane przez operatorów.

12

# Zdalne usługi Internetowe

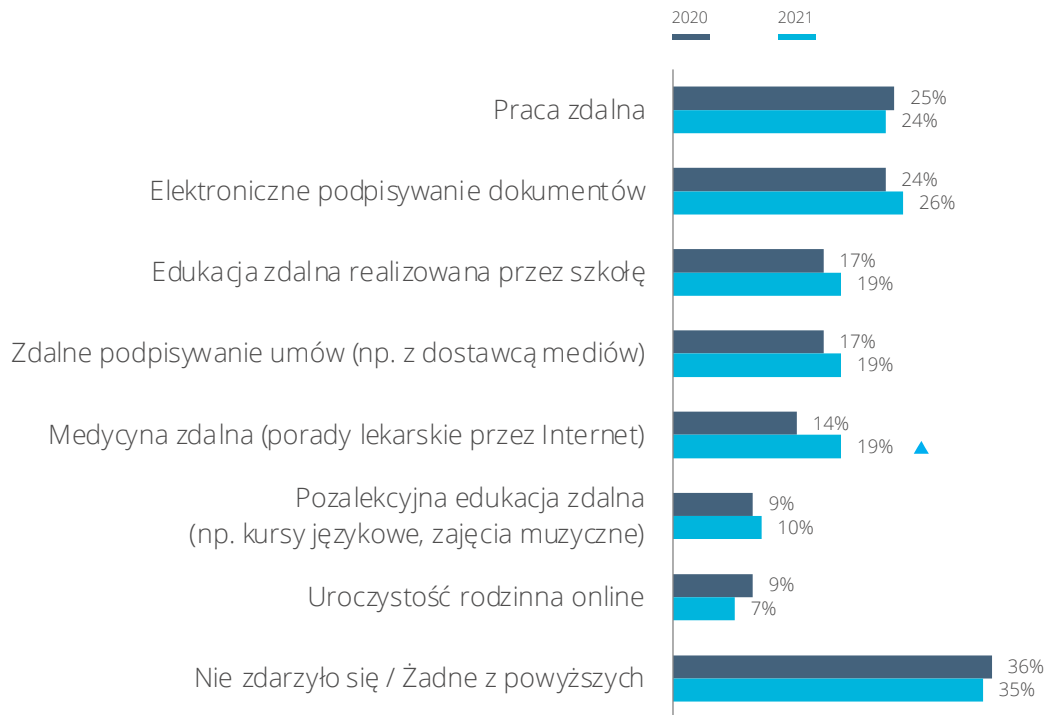
# Korzystanie z usług przez Internet

N=1164

P37. Czy zdarzyło się Pani(u) skorzystać z poniższych usług zdalnych, dostępnych przez Internet? Proszę zaznaczyć właściwe.

Praca zdalna i elektroniczne podpisywanie dokumentów to najbardziej popularne usługi zdalne realizowane przez Polaków w czasach pandemii.

Zdalna edukacja, medycyna i podpisywanie umów z dostawcami mediów to usługi, które z racji okoliczności, wykorzystywaliśmy częściej niż w poprzednim roku.

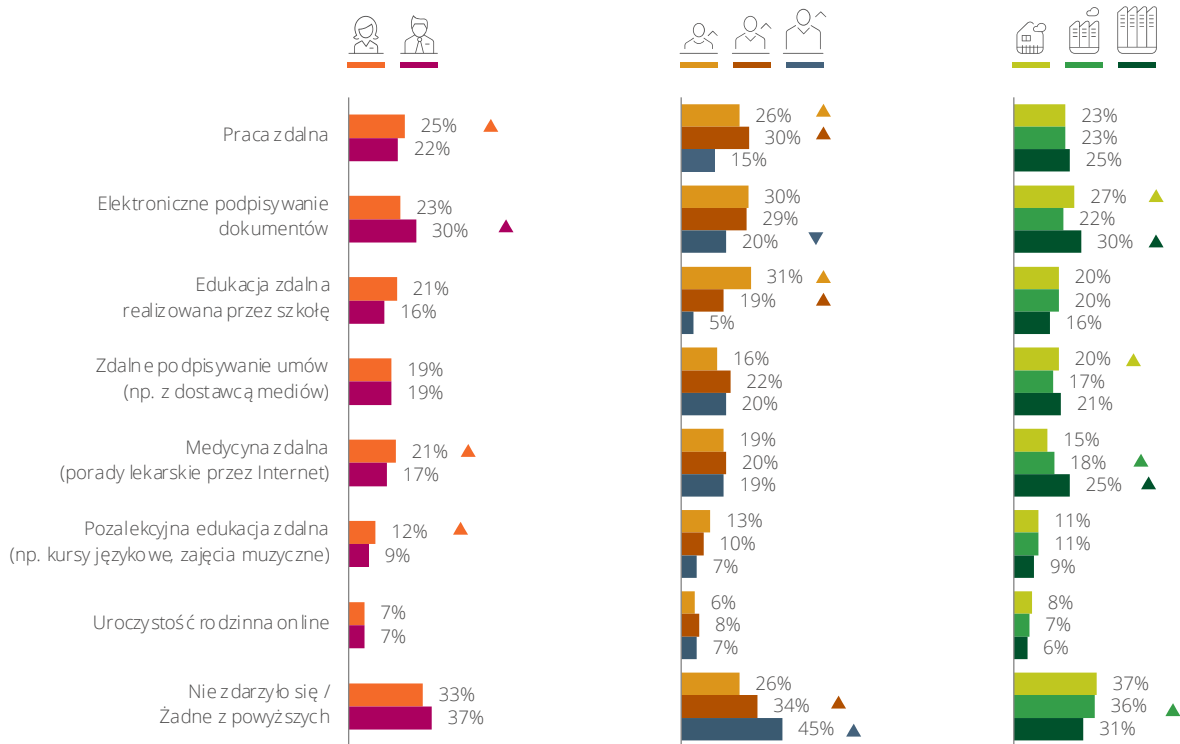


# Korzystanie z usług przez Internet

N=1164

**P37.** Czy zdarzyło się Pani(u) skorzystać z poniższych usług zdalnych, dostępnych przez Internet? Proszę zaznaczyć właściwe.

Kobiety częściej niż mężczyźni miały styczność z edukacją szkolną realizowaną przez Internet. Podobnie osoby z najmłodszej grupy wiekowej. Osoby młodsze i mieszkańcy miast częściej niż pozostali pospisują zdalnie dokumenty i zdalnie wykonują swoje obowiązki zawodowe. Mieszkańcy dużych miast korzystają też częściej z porad lekarskich przez Internet.

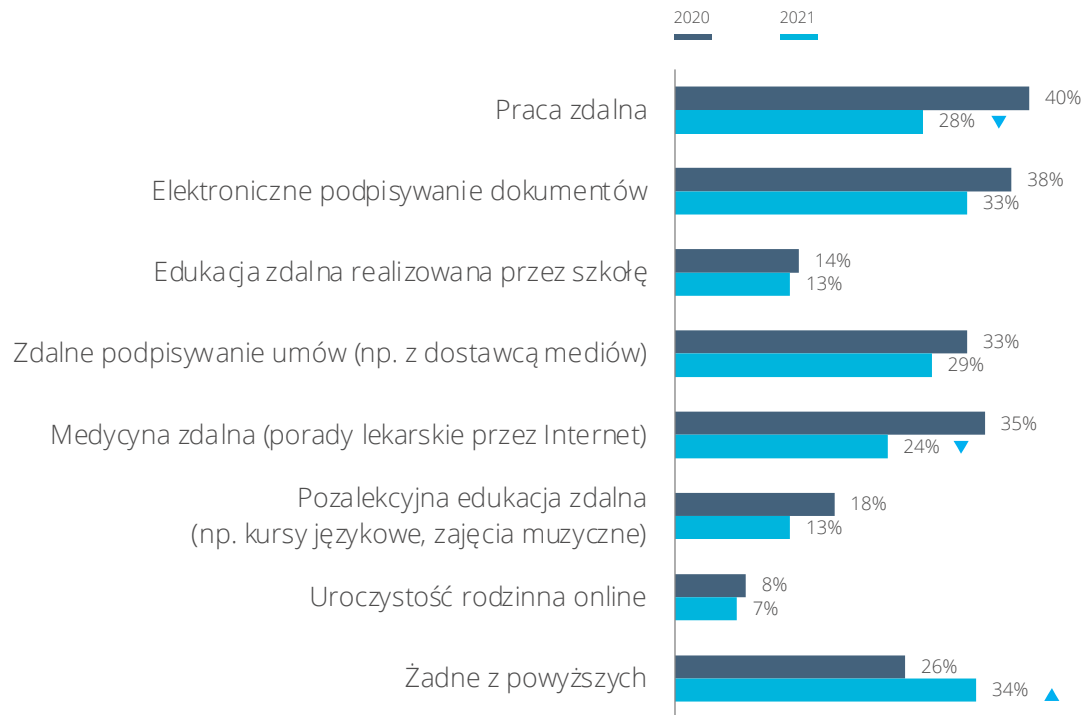


# Zamiar korzystania w przyszłości z usług realizowanych przez Internet

N=1164

P37. Czy zamierza Pan(i) w przyszłości skorzystać z poniższych usług w sposób zdalny, przez internet? Proszę zaznaczyć właściwe.

Wyraźnie widać, że Polacy przewidują zakończenie lub ograniczenie pandemii i powrót do bezpośredniej komunikacji z innymi ludźmi. Wskaźniki prognozujące korzystanie z usług zdalnych w 2021 roku są niższe od tych z roku ubiegłego.

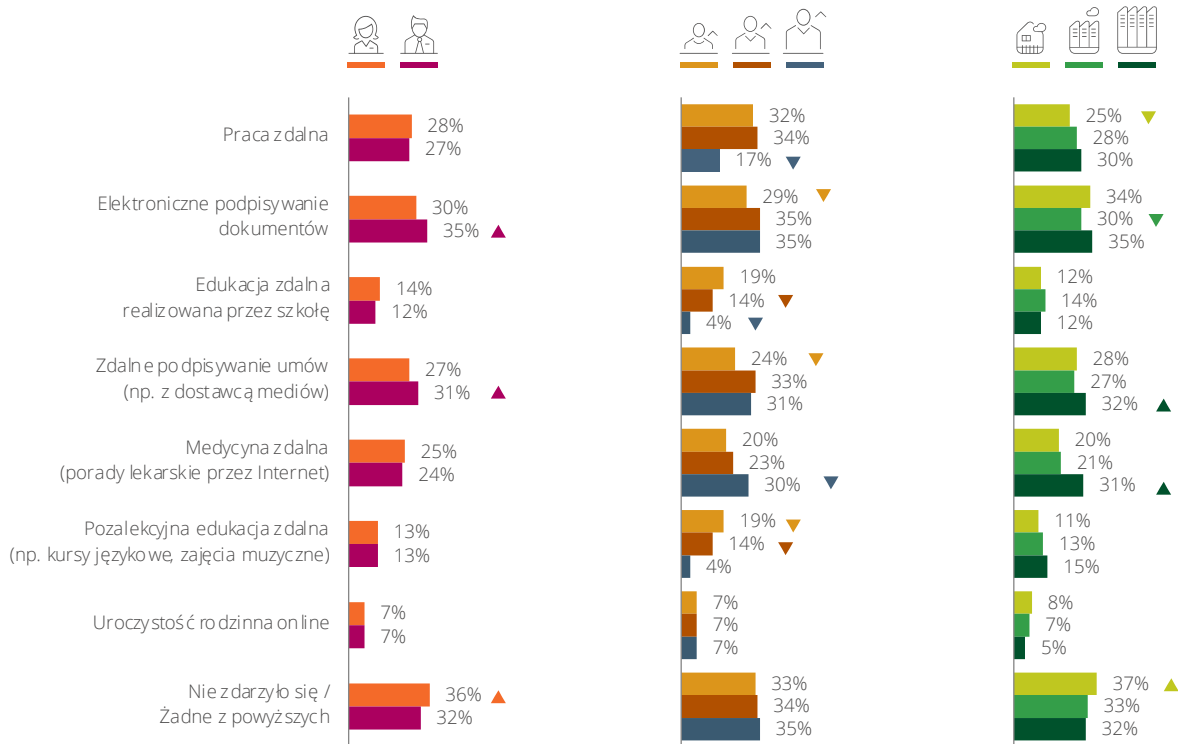


# Zamiar korzystania w przyszłości z usług przez Internet

N=1164

**P38.** Czy zamierza Pan(i) w przyszłości skorzystać z poniższych usług w sposób zdalny, przez Internet? Proszę zaznaczyć właściwe.

Mieszkańcy największych miast przejawiają większe zainteresowanie korzystaniem z usług w sposób zdalny niż pozostałe grupy.





## Podsumowanie

**W 2021 roku respondenci w coraz większym zakresie korzystali z usług zdalnych realizowanych przez Internet.**

Największy wzrost zanotowała medycyna zdalna, z której skorzystał już co piąty badany. Najczęściej jednak Internet wykorzystywany był do podpisywania dokumentów 26 procent i pracy zdalnej 24 procent wskazań. Oprócz wyżej wymienionych duży odsetek respondentów korzystał ze zdalnej edukacji (co piąta osoba) oraz zdalnego podpisywania umów (podobny odsetek).

Polki i Polacy w dużej mierze przyzwyczaili się do korzystania z usług przez Internet i zdają sobie sprawę że w przyszłości nie uciekną od tej formy załatwiania różnych spraw.

**Jednak wyraźnie widać że przewidują zakończenie lub ograniczenie pandemii i powrót do bezpośredniej komunikacji z innymi ludźmi. Wskaźniki prognozujące korzystanie z usług zdalnych w roku są niższe od tych z roku 2020.**

13

# Czas kryzysu

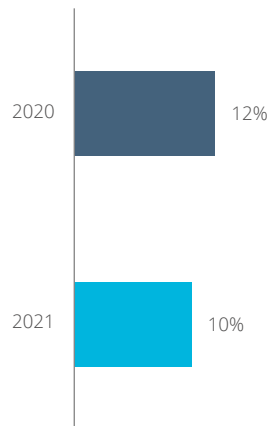
# Sytuacja przedsiębiorców w czasie pandemii – przychody

N=1164

## Prowadzenie firmy

P39. Czy jest Pan(i) przedsiębiorcą – właścicielem lub współwłaścicielem firmy?

W porównaniu do roku ubiegłego, w 2021 liczba przedsiębiorców w ogólnopolskiej próbie osób fizycznych spadła z poziomu 12 % do 10%. Być może jest to skutkiem pandemii, jednak przy niskiej liczebności próby nie możemy tego jednoznacznie ocenić.



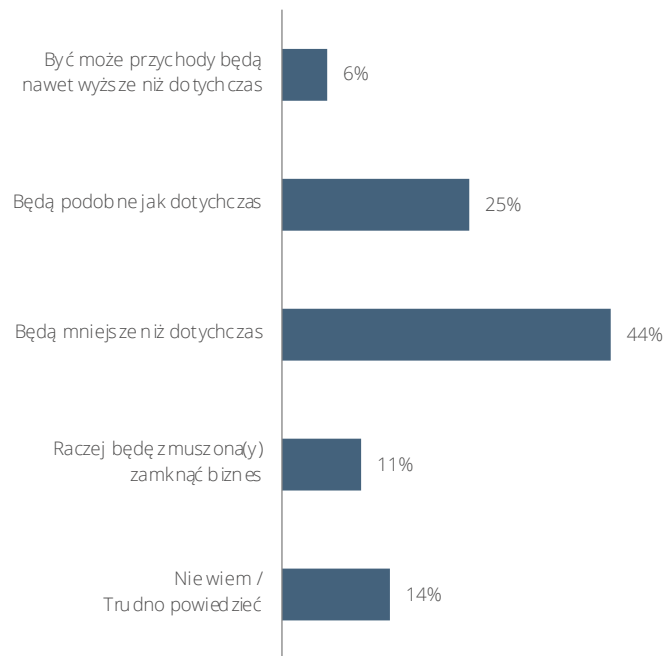
# Sytuacja przedsiębiorców w czasie pandemii – przychody

P40. Czy w najbliższych miesiącach uda się utrzymać przychody firmy na dotychczasowym poziomie?

Rzeczywistość okazała się bardziej optymistyczna niż prognozowano. Tylko 6% badanych przewidywało wyższe przychody, a osiągnęło je aż 21%.

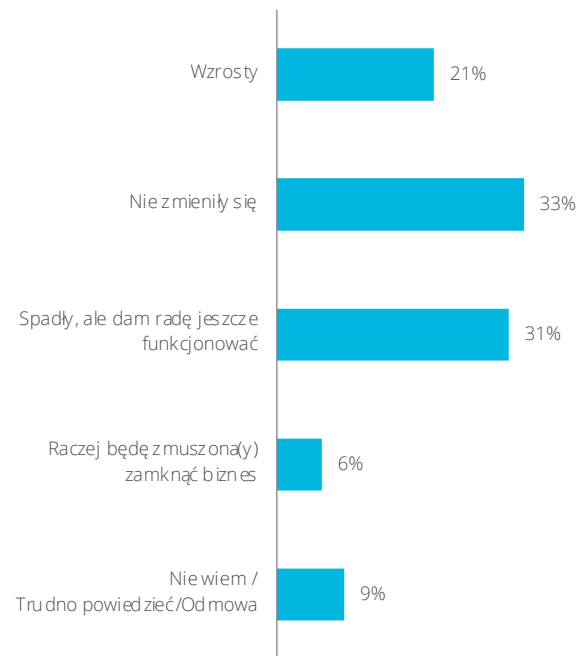
N=132 UWAGA  
Niska liczebność próby

## Przychody firmy - prognoza 2020 na kolejny rok.



N=113 UWAGA  
Niska liczebność próby

## Przychody firmy – rzeczywistość 2021



# Sytuacja przedsiębiorców w czasie pandemii – zatrudnienie

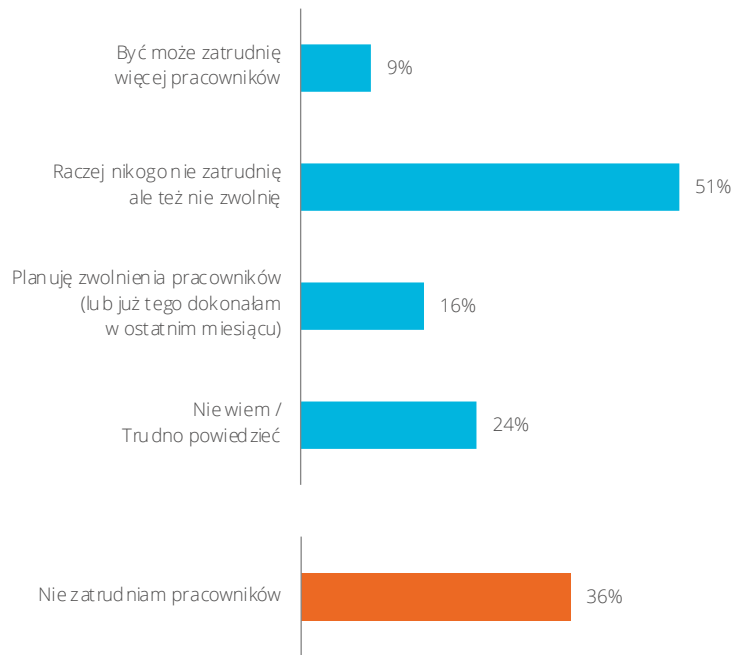
P41. Czy w najbliższych miesiącach uda się utrzymać zatrudnienie w Pani(a) firmie na dotychczasowym poziomie?

P42. Jak kształtowało się zatrudnienie w Pani(a) firmie w ostatnich 12 miesiącach?

36 procent zbadanych przedsiębiorców nie zatrudnia pracowników. Spośród pozostałych połowa zakłada utrzymanie zatrudnienia na dotychczasowym poziomie, kilkanaście procent zwolniło lub zwolni pracowników w najbliższym czasie. Co dziesiąta firma zatrudniająca pracowników nie wyklucza zwiększenia zatrudnienia. Co czwarty taki podmiot, nie potrafi w tej chwili określić w jakiej sytuacji się znajduje.

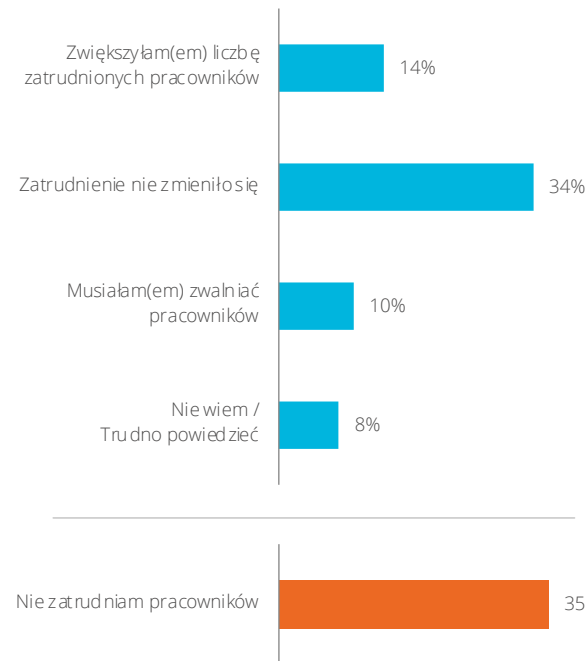
N=132  
UWAGA  
Niska liczebność próby

## Planowane zatrudnienie w firmie – plany 2021 na najbliższe miesiące



N=113  
UWAGA  
Niska liczebność próby

## Zatrudnienie w firmie – rzeczywistość 2021



# Sytuacja przedsiębiorców w czasie pandemii – konieczność zaciągnięcia kredytu

N=132

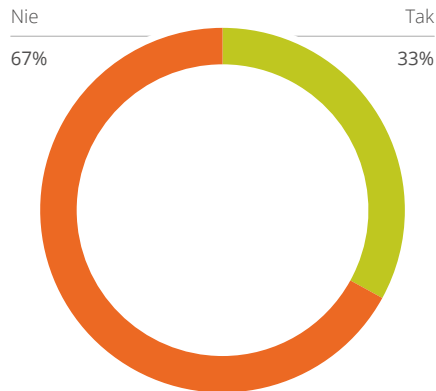
UWAGA  
Niska liczebność próby

P41. Czy w najbliższych miesiącach uda się utrzymać zatrudnienie w Pani(a) firmie na dotychczasowym poziomie?

P42. Czy Pani(a) firma w obecnej sytuacji epidemicznej jest lub będzie zmuszona posiłkować się kredytem?

.W porównaniu do roku ubiegłego, zmniejszył się odsetek osób, których firmy będą zmuszone posiłkować się kredytem z 33 do 27%.

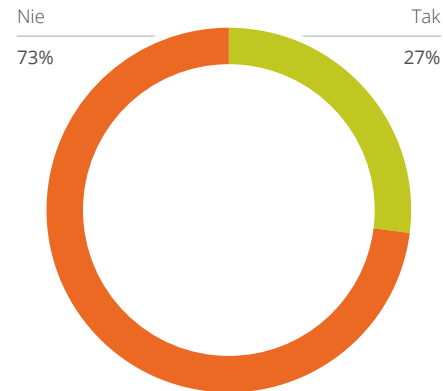
Konieczność zaciągnięcia kredytu rok 2020



N=113

UWAGA  
Niska liczebność próby

Konieczność zaciągnięcia kredytu rok 2021



# Sytuacja pracowników na etacie – utrzymanie zatrudnienia i pensji

P43. Czy jest Pan(i) zatrudniona(y) na etacie?

P44.(Rok 2020) Czy w najbliższych miesiącach uda się utrzymać Pani(a) pracę i pensję na dotychczasowym poziomie?

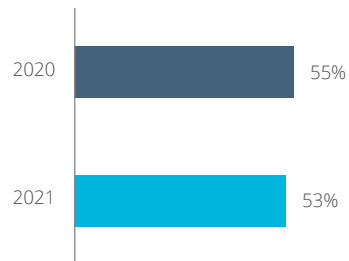
P44. Czy w ciągu ostatniego roku zmienił(a) Pan(i) miejsce pracy?

P45. Czy w ostatnich 12 miesiącach udało się utrzymać pensje na dotychczasowym poziomie?

W przypadku osób pracujących na etacie prognozy również okazały się bardziej pesymistyczne niż rzeczywistość. Aż 23% badanych otrzymało podwyżki, a spodziewało się ich jedynie 9%.

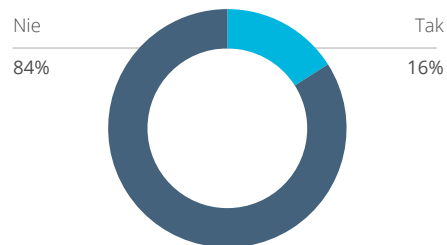
N=1086

## Praca na etacie



N=1164

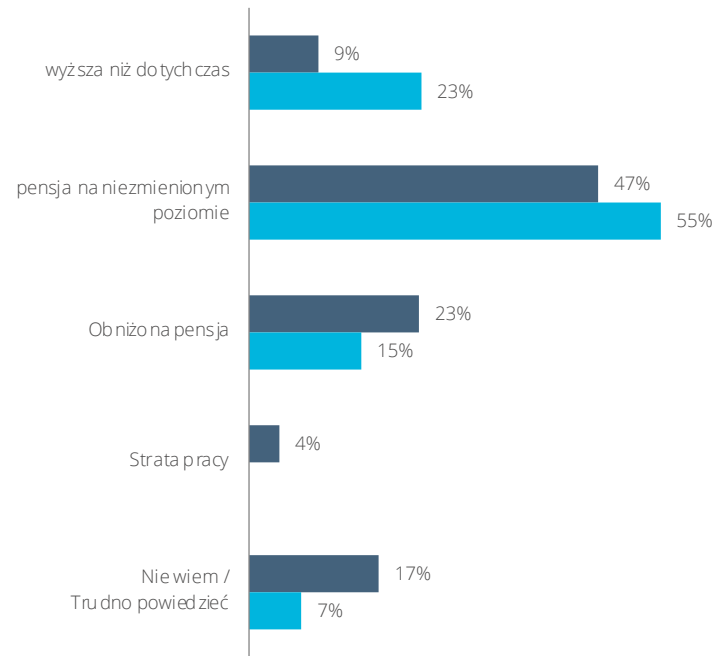
## Zmiana miejsca pracy w ostatnich miesiącach - 2021



N=594

N=613

## Zatrudnienie i pensja



# Konieczność skorzystania z oszczędności

P46. Czy w związku z sytuacją epidemiczną na świecie, w ostatnim czasie, musiał(a) Pani sięgnąć do swoich oszczędności?

P46 B. Czy w związku z sytuacją epidemiczną na świecie, w ostatnim czasie, musiał(a) Pani sięgnąć do swoich oszczędności?

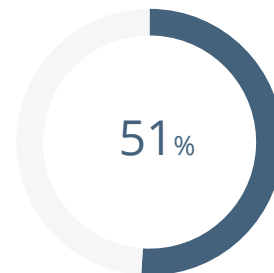
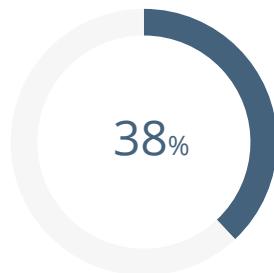
Czterech na dziesięciu respondentów deklarowało, że musiało sięgnąć po swoje oszczędności, połowa badanych prognozowała, że będzie zmuszona skorzystać z odkładanych pieniędzy. Tymczasem prognoza nie sprawdziła się i w 2021 tylko 36% badanych sięgało po oszczędności, zmieniło się postrzeganie przyszłości i w tym roku tylko trzech na 10 respondentów przewiduje konieczność uszczuplenia oszczędności.

W ostatnim czasie

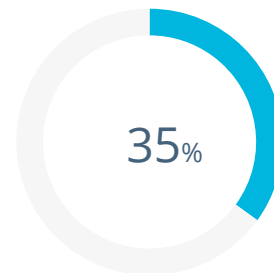
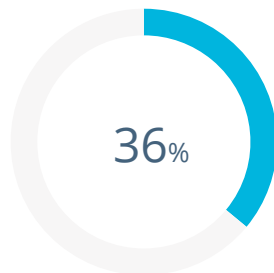
W przyszłości - prognoza

N=1086

2020



2021



N=1164





# Konieczność skorzystania z pożyczki lub kredytu - prognozy

N=1086

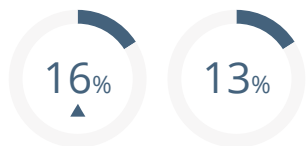
P47. Czy sądzi Pan(i), że w najbliższych miesiącach będzie Pan(i) zmuszona aby wziąć pożyczkę lub kredyt?

Niewielki spadek procenta osób, które przewidują konieczność pożyczania pieniędzy od instytucji finansowych.

Ogółem

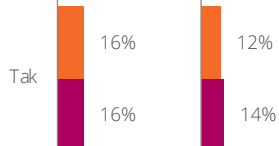
2020

2021



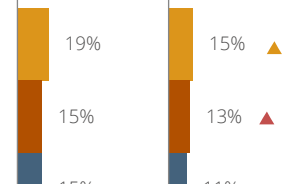
2020

2021



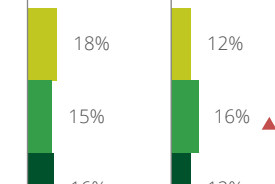
2020

2021



2020

2021

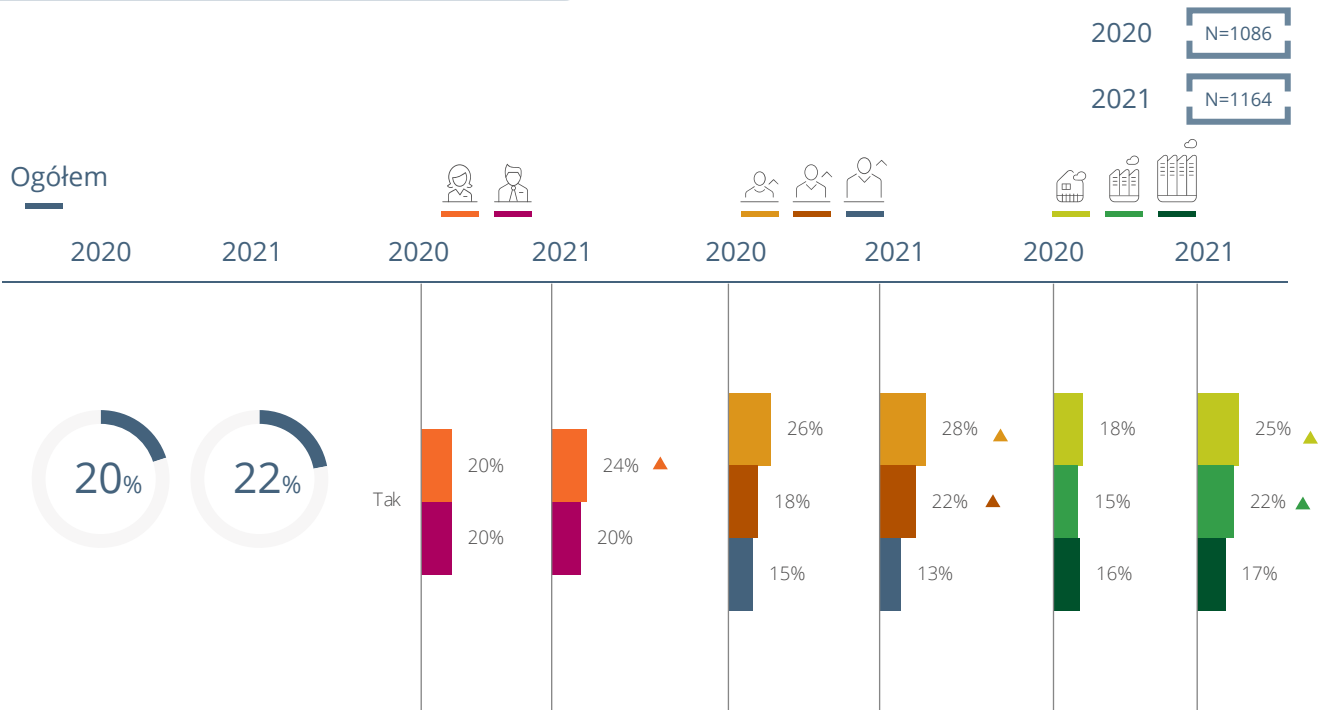


# Konieczność korzystania z pomocy finansowej

P48. Czy w ostatnim czasie korzystał(a) Pan(i) z pomocy finansowej udzielanej przez inne osoby (rodzina, znajomi)?

Co piąty badany musiał w ostatnich miesiącach sięgnąć po pomoc finansową u rodziny lub znajomych.

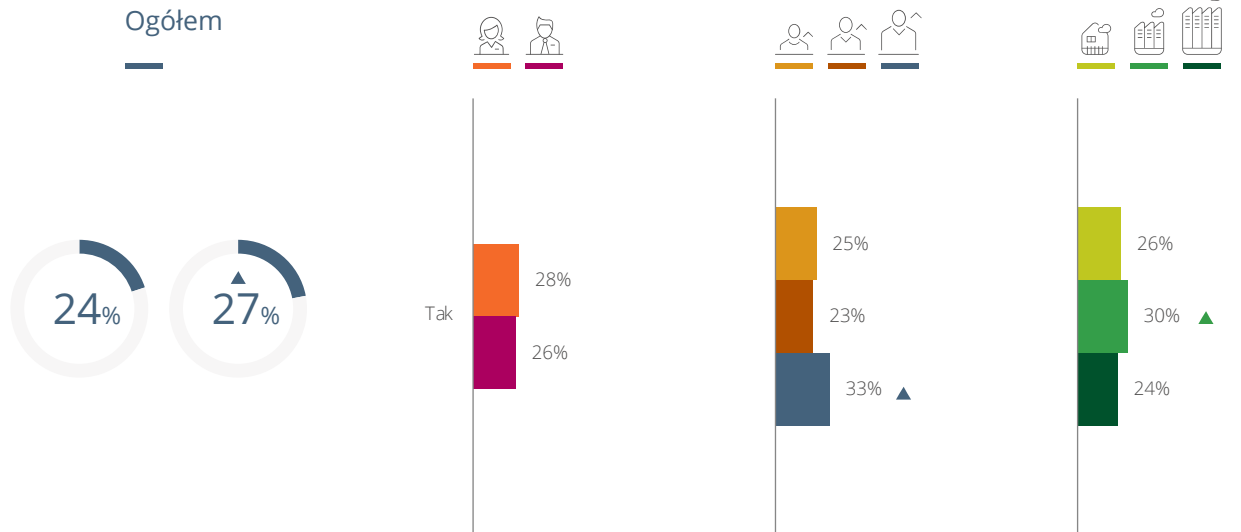
Mieszkańcy wsi, osoby z najmłodszej grupy wiekowej i kobiety to osoby częściej sięgające po tę formę pożyczki.



# Udzielenie pomocy finansowej rodzinie / znajomym

P49. Czy w ostatnim czasie udziela(a) Pan(i) z pomocy finansowej innym osobom (rodzina, znajomi)?

Nieznacznie wzrosła liczba respondentów, którzy w ostatnich tygodniach wspierali finansowo osoby ze swojego otoczenia. Najczęściej robią to mieszkańcy małych i średnich miast i osoby ze starszej grupy wiekowej.

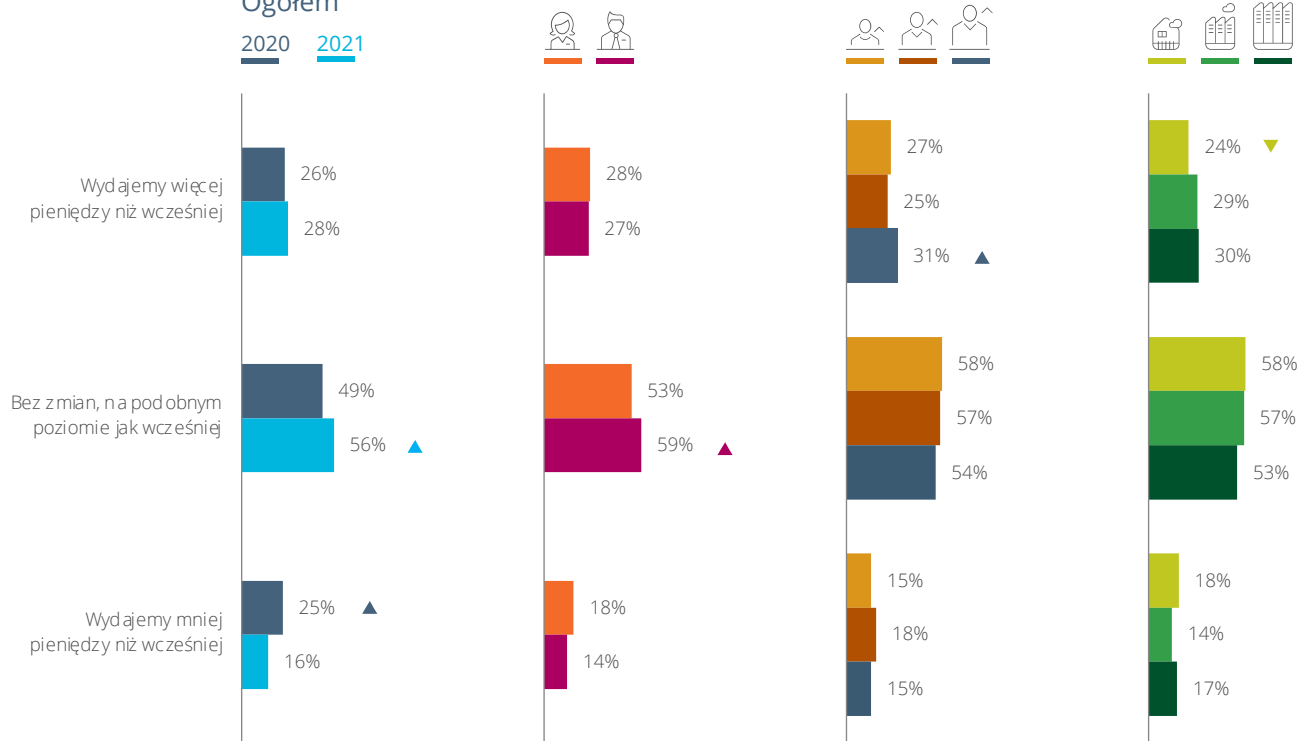


# Wydatki gospodarstw domowych w czasie pandemii

P50. Jak obecnie, w czasie pandemii, kształtują się wydatki Pani(a) gospodarstwa domowego?

Ponad połowa deklaracji zakłada utrzymanie wydatków na niezmiennym poziomie. Prawie 1/3 badanych wydaje więcej niż dotychczas. Ograniczyć wydatki musiały przede wszystkim osoby zamieszkujące wieś, natomiast wzrost wydatków zanotowały osoby najstarsze.

Ogółem  
2020 2021



## Podsumowanie

W porównaniu do roku 2020 liczba przedsiębiorców w ogólnopolskiej próbie osób fizycznych spadła z poziomu 12% do 10%. Być może jest to skutkiem wpływu pandemii, jednak przy niskiej liczebności próby nie możemy tego jednoznacznie ocenić.

**Przychody co piątej badanej firmy wzrosły w 2021 roku, choć w 2020 roku taką sytuację przewidywało zaledwie 6% przedsiębiorców.**

44 procent badanych właścicieli firm przewidywało spadek przychodów, a 11 procent zamknięcie swojego biznesu, jednak obroty spadły jedynie w 31 procent badanych przedsiębiorców, a 6 procent osób nadal uważa, że obecna sytuacja zmusi ich do zamknięcia firmy.

**W ubiegłorocznym badaniu 9% badanych przedsiębiorców przewidywało zatrudnienie nowych pracowników w kolejnych miesiącach, zatrudnienie zwiększyło aż 14 % firm..**

Choć zwolnienia przewidywało 16 procent badanych przedsiębiorców, to dotknęły one jedynie co dziesiątą firmę. W porównaniu do roku ubiegłego, zmniejszył się odsetek osób, prognozujących, że ich firmy będą zmuszone posiłkować się kredytem (z 33 do 27 procent).

**Jedna na dziesięć osób zatrudnionych na etacie zakładała możliwość wzrostu swojej pensji, co czwarta jej obniżenie a 4 procent nawet utratę pracy, tymczasem podwyżkę otrzymał prawie co czwarty z nich, a pensję obniżono jedynie 15 procentom pracowników.**

## Podsumowanie

W ostatnim czasie 36 procent badanych musiało skorzystać ze swoich oszczędności (w związku z sytuacją epidemiczną). Podobny odsetek respondentów prognozuje, że w najbliższych miesiącach będą musieli skorzystać ze swoich oszczędności aby pokryć bieżące wydatki, wskaźnik ten jednak znacząco spadł w porównaniu do badania ubiegłorocznego.

Z 16 do 13 procent spadła liczba osób, które przewidują, że w najbliższej przyszłości będą zmuszone skorzystać z pożyczki lub kredytu.

Co piąta badana osoba była zmuszona skorzystać w ostatnim czasie z pomocy finansowej udzielonej im przez znajomych lub rodzinę. Nieznacznie, do 27 procent wzrosła liczba respondentów, którzy w ostatnich miesiącach udzielali pożyczki finansowej swoim znajomym lub członkom rodziny.

**25% badanych w okresie pandemii wydaje mniej pieniędzy niż wcześniej. Ten odsetek jest istotnie większy niż w roku ubiegłym, kiedy to wynosił 16%. Wpływ na to miał niewątpliwie wprowadzony lockdown.**



# Zapraszamy do kontaktu.

Łukasz Zaworski  
lukasz.zaworski@bm.pl  
667 711 288

Blue Media S.A.

ul. Powstańców Warszawy 6  
81-718 Sopot

[www.bluemedia.pl](http://www.bluemedia.pl)  
[info@bm.pl](mailto:info@bm.pl)