

Julitta Koćwin

ORCID: 0000-0002-1128-3830
Uniwersytet Wrocławski
julitta.kocwin@uwr.edu.pl

Rodzaj artykułu: oryginalny artykuł naukowy

Etyka na rynku usług finansowych. Wiedza, edukacja i moralność konsumenta

Słowa kluczowe: edukacja finansowa konsumenta, moralność konsumenta, etyka na rynku finansowym

1. Wprowadzenie

Wiedza, edukacja i moralność konsumenta stanowią zespół czynników określających jego zachowania na rynku usług finansowych, a także decydują o ekonomiczności zarządzania finansami gospodarstwa domowego. Wiedza i edukacja, a także świadomość finansowa umożliwiają konsumentom dokonanie prawidłowej identyfikacji szans i zagrożeń, które stwarzają oferowane produkty finansowe, szczególnie te pojawiające się po raz pierwszy na rynku, często niezmiernie skomplikowane oraz niemające jeszcze wiarygodnych opinii.

Etyczne zachowania zarówno usługodawców, jak i konsumentów na rynku usług finansowych mają istotne znaczenie dla utrzymania zrównoważonego rozwoju gospodarczego, co powoduje wzrost zainteresowania instytucji publicznych poprawą stanu wiedzy finansowej społeczeństwa. Wzrost wiedzy i świadomości finansowej staje się dodatkowym czynnikiem, oprócz regulacji państwowych, ochrony interesów konsumenta na rynku usług finansowych.

Celem podjętych studiów jest określenie stanu wiedzy i świadomości konsumentów w zakresie zasad funkcjonowania rynku usług bankowych w Polsce oraz uzasadnienie potrzeby zwiększenia edukacji w tej dziedzinie. Skupiono się w nich na trzech zasadniczych problemach: (1) przyczynach zadłużania się gospodarstw domowych oraz moralności kredytobiorców; (2) świadomości ekonomicznej społeczeństwa; (3) wykluczeniu ekonomicznym. Podjęty problem badawczy wiąże się ze stanem wiedzy, edukacji i moralności konsumenta określającymi etykę jego zachowań na rynku usług finansowych.

Przyjęta hipoteza zakłada, że sytuacja konsumentów na rynku usług finansowych może ulec poprawie, kiedy rozpoczęcie edukacji ekonomicznej nastąpi w najwcześniejszych latach nauki. Na ochronę jego pozycji i interesów na tym rynku powinno wpływać również stosowne ustawodawstwo prawne.

Hipoteza ta została potwierdzona wynikami badań jakościowych (dokumentów, ustaw i opracowań) oraz ilościowych, tj. zastosowanymi w analizie technikami statystycznymi, co pozwoliło sformułować konkluzję, że w obecnych czasach konsumenci, poza podstawową wiedzą o gospodarce, powinni także znać zasady funkcjonowania rynku usług finansowych, który ma coraz większy wpływ na poziom ich życia.

Należy podkreślić, że w relacjach z instytucją finansową klient zawsze ma słabszą pozycję, jednak od kilku lat obserwuje się w Polsce trend wzmacniania jego pozycji na rynku przez wprowadzanie nowych regulacji, obowiązków informacyjnych wobec konsumentów i wzmoczoną edukację. Przykładowo, celem nowelizacji ustaw regulujących rynek finansowy (pierwsze zmiany zostały wprowadzone dopiero w 2015 r.) było wzmocnienie ochrony konsumentów w kontaktach z instytucjami finansowymi. Dzięki nim zmniejsza się asymetria informacyjna między klientem a kredytodawcą (pożyczkodawcą). Regulacje te stanowią początek umacniania pozycji klienta na rynku finansowym¹. Potwierdzają także wzrastającą ochronę ze strony państwa interesów konsumenta na rynku usług finansowych.

Dokonywane zmiany na rynku usług finansowych poprzedzone zostały ogólnokrajową dyskusją o negatywnych konsekwencjach nierzetelnych praktyk finansowych stosowanych przez część przedstawicieli rynku finansowego oraz kwestii ich odpowiedzialności za nieuczciwe praktyki sprzedażowe. W języku potocznym oprócz terminów „lichwa” i „lichwiarz” pojawiły się nowe, takie jak „parabank” czy „banksterzy”.

Analizując rynek usług finansowych, należy jednak zauważyć, że w wielu wypadkach problemy ze spłatą zobowiązania wynikają z różnych zdarzeń losowych, jednak nie jest to jedyny powód. Kolejne stanowią: słaba edukacja finansowa konsumenta oraz brak odpowiedzialności przedsiębiorców za udzielanie

¹ J. Sawicki, *Edukacja finansowa: Kurs na konsumenta*, 2018. URL: <https://www.newsweek.pl/biznes/edukacja-finansowa-kurs-na-konsumenta/2ybhy9k> (24.02.2021).

pożyczek osobom bez zdolności kredytowej, której przyczyną jest brak „kultury sprzedażowej”. Wynika ona z nierzetelnej postawy menedżerów, którzy dążą do realizacji wygórowanych planów instytucji i pozyskania jak największych prowizji od zawartych transakcji. Dlatego istotna jest również edukacja menedżerów, by ich postawy etyczne nie tworzyły i nie zwiększały ryzyka finansowego².

Ukierunkowanie na większą ochronę konsumenta w Polsce jest widoczne i stanowi zarazem zjawisko ogólnoeuropejskie. W Polsce przyjęto unijną dyrektywę MiFID II, której celem jest lepsza ochrona inwestorów na rynku usług i produktów finansowych oraz mniejsze ich koszty. Zgodnie z nią instytucje finansowe oferujące produkty inwestycyjne zobowiązane są szczegółowo zbadać preferencje i profil inwestycyjny klientów, dobrać odpowiedni produkt do ich preferencji ryzyka, celów inwestycyjnych i sytuacji finansowej, a także zaprezentować opis instrumentu łącznie z wiążącymi się z nim czynnikami ryzyka³.

Celem dyrektywy jest eliminacja sytuacji sprzedaży produktów wprowadzających w błąd oraz niedostosowanych do profilu klienta. Od 2018 r. instytucje finansowe (biura maklerskie, banki) mają obowiązek przedstawić klientowi dokładne informacje o poniesionych kosztach. Umiejętność właściwej oceny ryzyka wiąże się nie tylko z produktami inwestycyjnymi, ale także z kredytami (np. hipotecznymi we frankach szwajcarskich). W wypadku kredytów trzeba pamiętać także o ryzyku stopy procentowej⁴.

W rezultacie stosowania dyrektywy w kontaktach klienta z instytucją finansową pojawia się coraz więcej dokumentów zapobiegających ryzyku nieświadomego podjęcia decyzji finansowej (takich jak formularze informacyjne, oświadczenia o świadomości podejmowanego ryzyka).

2. Przyczyny zadłużania się gospodarstw domowych – moralność kredytobiorców

Z badań przeprowadzonych przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych (KPF) i Instytutu Rozwoju Gospodarczego SGH (IRG SGH) wynika, że poziom odpowiedzialności finansowej kredytobiorców (przedsiębiorców i konsumentów) stanowi znaczny problem. Tezę tę potwierdzają wyniki dwóch edycji badań, przeprowadzonych przez KPF i IRG SGH w latach 2008 i 2014, które ujawniły, że główną przyczyną niewywiązywania się w terminie ze zobowiązań kredytowych przez gospodarstwa domowe jest nieodpowiedzialna postawa

² T. Rafalski, *KPF: Edukacja finansowa – tak, ale dobrze ukierunkowana*, 2016. URL: <https://loan-magazine.pl/kpf-edukacja-finansowa-takale-dobrze-ukierunkowana/> (27.10.2018).

³ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie rynków instrumentów finansowych oraz zmieniająca dyrektywę 2002/92/WE i dyrektywę 2011/61/UE, OJ L 173 12.6.2014.

⁴ T. Józwiak, *MIFID II: Klient bezpieczny. Dyrektywa zapewni lepszą ochronę i niższe koszty*, 1017. URL: <http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/1090976,mifid-ii-klient-bezpieczny.html> (24.02.2021).

wobec zaciągania zobowiązań, tj. lekceważenie własnych możliwości budżetowych oraz brak planowania wydatków.

W 2014 r. wyniki przeprowadzonego przez KPF badania były nieco lepsze niż poprzednie, jednak nadal prawie 50% konsumentów wyrażało opinię, że głównymi powodami ich kłopotów z terminową spłatą zobowiązań były niski poziom uczciwości finansowej i nierzetelność praktyk kredytodawców. Przyczynami nieterminowości spłaty zobowiązań nie są w pierwszej kolejności przypadki losowe, które uważane są powszechnie za najważniejszy powód problemów finansowych związanych ze spłatą kredytów, zaciągniętych przez konsumentów. Świadome wyłudzenia w porównaniu z 2008 r. wzrosły i dotyczyły ok. 3,5% konsumentów niewywiązujących się z zobowiązań w terminie.

Na podstawie badań przedstawionych przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce można sformułować wniosek odnośnie do kierunku i celu edukacji. Należy przyjąć tezę, że dla osób wykluczonych ekonomicznie lub świadomie wyłudających kredyt skuteczność wszelkich kampanii społecznych typu „Przeczytaj, zanim podpiszesz” będzie niewielka. Takie kampanie społeczne adresowane do nich mogą nie odnieść żadnych skutków. Natomiast mogą one przynieść pożądane efekty u osób nieposiadających wiedzy w zakresie korzystania z usług finansowych⁵.

Badania przeprowadzone przez KPF w 2016 r. potwierdziły, że tylko teoretycznie Polacy są odpowiedzialni finansowo, w praktyce jednak bardzo często znajdują usprawiedliwienie dla swojego nierzetelnego i nieuczciwego postępowania w kontaktach z instytucjami finansowymi. Potwierdzają one, że świadomość odpowiedzialności finansowej odnośnie do zaciągniętych zobowiązań jest podstawową zasadą w unikaniu surowych, życiowych konsekwencji dla kredytobiorców.

Należy podkreślić, że skutki problemu nierzetelności w spłacie zobowiązań konsumenta ponoszą wszyscy terminowo spłacający swoje zobowiązania. W rezultacie lekceważenia spłaty przez pożyczkobiorców, przedsiębiorcy rekompensują swoje straty, podnosząc ceny sprzedawanych usług i produktów. Tym samym w sytuacji, w której przyczyną niewywiązywania się ze zobowiązań jest niska moralność finansowa klientów, potrzebne są też wzmocnienie instytucji prawnych, ulepszanie skuteczności egzekucji komorniczej oraz lepszy dostęp do informacji o kredytobiorcach, by w ten sposób zapobiegać postawom nierzetelnym i niemoralnym⁶.

Od 2016 r. KPF sporządza raport pt. *Moralność finansowa Polaków*, którego celem jest ocena poziomu moralności w sferze finansów. Dotychczas temu problemowi nie poświęcono wiele uwagi. Natomiast badania wykazały, że niski

⁵ Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, *Edukacja finansowa – tak, ale dobrze ukierunkowana*, 0016. URL: <https://kpf.pl/edukacja-finansowa-tak-ale-dobrze-ukierunkowana/> (2.05.2021).

⁶ *Ibidem*.

poziom moralności finansowej ma istotny wpływ na sytuację na rynku usług finansowych⁷.

W badaniach moralności finansowej z 2017 r. respondenci dość nisko ocenili instytucje funkcjonujące na rynku finansowym. Najgorzej został oceniony brak rzetelności w przedstawianiu oferty przez instytucje finansowe. Nieznacznie lepiej oceniano przekonanie o sprawiedliwej wymianie rynkowej, poziom uczciwości transakcji ubezpieczeniowych i bezpieczeństwo zagwarantowane przez instytucje państwowe. Najwyżej oceniono skuteczność sankcji społecznych⁸.

Na pytanie dotyczące wywiązywania się ze zobowiązań finansowych („czy oddawanie długów jest zawsze obowiązkiem moralnym”) w 2020 r. uzyskano 90% odpowiedzi twierdzących (94% w latach 2018 i 2019 95% w 2017 r., 97% w 2016 r.), 3% odpowiedzi „nie” (1% w 2018 r. i 2019 r., 3% w 2017 r., 2% w 2016 r.), natomiast 7% respondentów wybrało odpowiedź „trudno powiedzieć” (5% w 2018 r. i 2019 r., 2% w 2017 r., 1% w 2016 r.). Uzyskane odpowiedzi świadczą, iż norma nakazująca oddawanie długów jest z drobnymi wyjątkami akceptowana w polskim społeczeństwie⁹.

Powszechnie akceptowanie normy nakazującej zwrot długów jest odczuwane jako przymus zewnętrzny, decydujący o postępowaniu ludzi. Norma nakazująca spłacanie zaciągniętych długów opiera się na szacunku dla prywatnej własności, a także na zasadzie dotrzymywania umów. Wartości te stanowią etyczny fundament gospodarki kapitalistycznej, rynek nie mógłby sprawnie funkcjonować w sytuacji niedotrzymywania umów, naruszania własności i braku oparcia transakcji na zaufaniu. Wśród osób, które nie zgodziły się z opinią, że „oddawanie długów jest zawsze obowiązkiem moralnym” lub nie miały na ten temat zdania, przeważają najczęściej osoby w wieku 18–49 lat, z wyższym wykształceniem¹⁰.

Edycja III raportu (czerwiec 2018) została poszerzona o zagadnienia dotyczące postrzegania przez konsumentów biur informacji gospodarczej. Działalność takich biur jest konieczna ze względu na brak „kondycji” moralnej i minimalizowanie skutków niszczenia instytucji społecznych, z powodu świadomego odrzucenia konieczności zobowiązania do regulowania swoich długów.

Badania rynku wskazują, że indeks akceptacji nieetycznych zachowań finansowych¹¹ znacznie wzrasta w stosunku do lat ubiegłych. W 2020 r. indeks ten osiągnął wartość 46,2, co oznacza usprawiedliwianie odstępstw od zasad w prawie

⁷ Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, *Moralność finansowa Polaków*. URL: <https://kpf.pl/badania-i-publicacje/raporty-cykliczne/moralnosc-finansowa-polakow/> (27.10.2018).

⁸ A. Lewicka-Strzałecka, *Moralność finansowa Polaków. Raport z badań – II edycja*, Gdańsk–Warszawa, 2017, s. 7.

⁹ *Eadem*, *Moralność finansowa Polaków. Raport z badań – IV edycja*, Gdańsk–Warszawa, 2019, s. 7, 8; *Eadem*, *Moralność finansowa Polaków. Raport z badań – V edycja*, Gdańsk, 2020, s. 8.

¹⁰ *Ibidem*, s. 10, 11.

¹¹ Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych mierzy społeczną akceptację (przyzwolenie na nadużycia) naruszania przez konsumentów norm prawnych bądź standardów etycznych.

połowie badanych sytuacji. Wynik ten obrazuje bardzo duże społeczne przyzwolenie na nadużycia w obszarze finansów. Wartość indeksu jest znacznie wyższa niż w latach ubiegłych (przykładowo w 2016 r. – 23,2). Świadczy to o obniżaniu się etycznych standardów konsumentów¹². Oznacza również, że konsumenci akceptują i usprawiedliwiają odstępstwa od zasad prawnych i naruszanie standardów etycznych. Przyzwolenie na nadużycia powoduje, że konsumenci nie tylko nie muszą obawiać się społecznej niechęci, ale także mogą liczyć na wsparcie ze strony otoczenia. W ostatnim czasie powodem tego może być epidemia, która wpłynęła na niepewność sytuacji finansowej gospodarstw domowych oraz gospodarki.

Potwierdzeniem badań jest rosnąca liczba niesolidnych dłużników w Rejestrze Dłużników BIG InfoMonitor i w bazie Biura Informacji Kredytowej. Od marca 2016 r. do marca 2019 r. liczba konsumentów niespłacających zobowiązań w terminie wzrosła o 30%, a kwota ich zaległości zwiększyła się o 67%. Niesolidnych dłużników było ok. 2,8 mln, nieopłacone w terminie należności wynosiły 76 mld zł, z czego 11,8 mld zł to alimenty¹³.

Obecnie moralność finansowa większości konsumentów odpowiada obowiązującym normom prawnym. Najrzadziej akceptowanymi nadużyciami są te, które są objęte surowymi sankcjami karnymi, takie jak posługiwanie się fałszywymi dokumentami przy uzyskaniu kredytu.

Jednakże w dalszym ciągu dużym przyzwoleniem społecznym cieszą się: zatajenie informacji utrudniających otrzymanie kredytu, przepisanie majątku na rodzinę, aby uciec przed wierzycielem, płacenie gotówką, by uniknąć zapłaty VAT, czy praca na czarno w celu uniknięcia ściągnięcia długów z pensji.

Nieetyczne zachowania konsumentów pogarszają wyniki finansowe instytucji, a także ograniczają dochody klientów lokujących w bankach oszczędności, gdyż z ich depozytów finansowane są kredyty. Dlatego bardzo istotna jest edukacja, aby społeczeństwo miało świadomość, że niska moralność finansowa wpływa na jakość życia ogółu¹⁴.

3. Świadomość ekonomiczna społeczeństwa

Edukacja finansowa w Polsce rozpoczyna się na poziomie szkół ponadgimnazjalnych, jednak zdaniem zarówno ekspertów, jak i samych rodziców powinna zacząć się dużo wcześniej. Z raportu „Mały konsument i finanse” zrealizowanego przez TNS OBOP dla Krajowego Rejestru Długów wynika, że 75% rodziców uważa, że

¹² A. Lewicka-Strzałecka, *Moralność finansowa Polaków ... V edycja*, s. 9.

¹³ *Pogarsza się poziom moralności finansowej Polaków*, 2019. URL: <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/budzet-domowy/pogarsza-sie-poziom-moralnosci-finansowej-polakow/xzdV4k6> (23.02.2021).

¹⁴ *30% Polaków akceptuje zapłatę gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT*. URL: <https://ksiegowosc.infor.pl/wiadomosci/2714287,30-Polakow-akceptuje-zaplate-gotowka-bez-rachunku-by-uniknac-placenia-VAT.html> (24.02.2021).

przedszkolaki najbardziej potrzebują wiedzy o motywach racjonalnego wydawania pieniędzy. Tylko 2% respondentów jest przekonanych, że przedszkola i szkoły należycie uczą dzieci oszczędzania i rozsądnego wydawania pieniędzy. 31% ankietowanych uważa, że instytucje odpowiedzialne za edukację uczą dzieci w sposób niedostateczny na temat finansów. Prawie 1/3 ankietowanych twierdzi, że dzieci powinny uczyć się oszczędzania, jednocześnie 1/3 badanych przyznała, że nie ma pojęcia, jak skutecznie można przekazać taką wiedzę i jakie pojęcia oraz mechanizmy ekonomiczne powinny być omawiane, co świadczy o braku wiedzy rodziców z zakresu finansów. Ponadto aż 96% dorosłych jest zdania, że dzieci powinny dostawać pieniądze na drobne wydatki, a ponad połowa rodziców przyznała, że co miesiąc daje dzieciom kieszonkowe w wysokości 20 PLN¹⁵.

Badania na temat wiedzy i postaw ekonomicznych uczniów szkół ponadgimnazjalnych realizowane przez PZU i Fundację Młodzieżowej Przedsiębiorczości wykazały, że „co trzeci młody Polak nie ma podstawowej wiedzy z ekonomii. Jako dorośli będą łatwym celem oszustów”¹⁶. Co trzeci uczeń stwierdził, że nie poradziłby sobie z otwarciem lokaty oszczędnościowej, a prawie połowa twierdziła, że inwestowanie w fundusze inwestycyjne zawsze jest bardzo ryzykowne. Ponad 30% uważało, że ma małą lub bardzo małą wiedzę w dziedzinie zagadnień finansowych. Równocześnie ponad 70% uznało, że takie umiejętności są potrzebne ludziom w ich wieku¹⁷.

Z badań przeprowadzonych na zlecenie NBP w 2019 r. wynika, że „uczniowie na każdym badanym etapie edukacyjnym krytycznie oceniają swoją wiedzę ekonomiczną. Niezależnie od etapu edukacji tylko ok. 5% uczniów ocenia swoją wiedzę jako dużą lub bardzo dużą. Samoocena wiedzy ekonomicznej uczniów (w okresie od 2014 r. – JK) nie uległa znacznym zmianom od poprzedniego badania. Dotyczy to zwłaszcza kwestii pozytywnej oceny. Jednakże zmiany można zaobserwować zakresie *bottom 2 box* (wiedza „bardzo mała” i „dość mała”). Negatywna samoocena wiedzy spadła o 9 punktów procentowych wśród uczniów VI klasy szkoły podstawowej, ale wzrosła wśród uczniów gimnazjum i szkoły ponadgimnazjalnej (odpowiednio 7 i 6 p.p.)¹⁸. Około 20% osób chciałoby korzystać z aktywnych form zdobywania wiedzy (interaktywne portale, gry edukacyjne).

W badaniach NBP z 2016 r. największą trudność sprawiły zadania, w których należało obliczyć odsetki od lokaty albo porównać warunki lokat. W testach sprawdzających wiedzę ekonomiczną najmniej problematyczne okazały się pytania dotyczące zasad regulujących indywidualne zachowania finansowe,

¹⁵ *Mały konsument chce uczyć się oszczędzania*, 2012. URL: <https://biznes.interia.pl/finanse-osebiste/news/maly-konsument-chce-uczyc-sie-oszczedzania,1768968,4141> (24.02.2021).

¹⁶ A. Grabarek, *Finansowi analfabeci*, 2012. URL: <https://www.rp.pl/arttykul/932156-Finansowi-analfabeci.html> (24.02.2021).

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ *Diagnoza wiedzy i świadomości ekonomicznej dzieci i młodzieży w Polsce*, Pracownia Badań i Innowacji Społecznych Stocznia, Warszawa, 16 maja 2019, s. 4, 5.

tj. systemu emerytalnego, finansowego i bankowego oraz podatków. Największy brak wiedzy dotyczył zasad rządzących gospodarką: giełdy, rynków walutowych i zagadnień z zakresu makroekonomii. Uczniowie uzyskali dobre wyniki z testu znajomości instytucji finansowych, w miarę poprawnie odpowiedzieli na niemal 3/4 pytań. Największą trudność sprawiały im pytania o NBP i GPW, czyli instytucje, z którymi uczniowie i ich rodzice nie mają kontaktu bezpośrednio. Podobnie jest z deklarowaną znajomością pojęć finansowych¹⁹.

Uczniowie o niskim poziomie wiedzy ekonomicznej niechętnie chcą ją pogłębiać, mimo że mają ograniczoną i fragmentaryczną wiedzę z zakresu ekonomii, a także problemy z praktycznym jej wykorzystaniem. Jednak nie chcą się uczyć o zasadach funkcjonowania mechanizmu gospodarczego i rynkowego, systemie podatkowym, giełdzie²⁰.

Natomiast wyniki przeprowadzonego w 2015 r. przez NBP testu wiedzy ekonomicznej dowiodły, że osoby, które w szkole objęte były programem kształcenia kompetencji ekonomiczno-finansowych, mają przeważnie większą potrzebę zdobywania wiedzy ekonomicznej niż pozostałe osoby. Przede wszystkim są świadome konieczności pogłębiania swojej wiedzy w zakresie przedsiębiorczości, która to wiedza ułatwia im zrozumienie procesów zachodzących na rynkach finansowych i dzięki temu mogą w sposób odpowiedzialny i bezpieczny korzystać z oferowanych na nich produktów i usług²¹.

Tezę tę potwierdza raport przygotowany we wrześniu 2017 r. przez firmę Maison & Partners dla platformy Kapitalni.org. Weryfikował on wiedzę na temat finansów wśród osób, które korzystały z kursów na portalu, oraz tych, które tego nie robiły. Z badania wynika, że informacje zawarte na portalu wpłynęły na wzrost wiedzy finansowej w ocenie zarówno subiektywnej, jak i obiektywnej. Internauci korzystający z platformy częściej odpowiadali poprawnie na pytania sprawdzające wiedzę ze wszystkich dziedzin, w tym z obszaru finansów, których dotyczyły kursy. 38% badanych, korzystających z informacji zawartych na platformie ocenia swoją wiedzę w zakresie finansów jako dużą lub bardzo dużą w porównaniu do 25% respondentów, którzy nie korzystali z portalu.

Z cytowanego raportu wynika, że im więcej społeczeństwo wie o finansach, tym rozsądniej zachowuje się podczas zakupów i nie ma problemu z regulowaniem zobowiązań. Dodatkowo, ok. 60% uczestników kursów na platformie zadeklarowało, że ma odłożone pieniądze, a 61% zachowuje większą ostrożność w Internecie. Potwierdza to m.in., że wiedza zdobyta na portalu miała wpływ na postawy i zachowania respondentów, skłaniając ich do bardziej odpowiedzialnych decyzji w obszarze pożyczania. Częściej oświadczali oni, że nie mają pro-

¹⁹ *Diagnoza wiedzy i świadomości ekonomicznej dzieci i młodzieży w Polsce*, Pracownia Badań i Innowacji Społecznych Stocznia, Warszawa, listopad 2014, s. 5–8.

²⁰ *Ibidem*, s. 42, 72, 79.

²¹ NBP, *Stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków*, Warszawa N015, s. 59, 60.

blemów ze spłatą swoich zobowiązań finansowych na czas (43%) niż osoby, które nie korzystały ze szkoleń na platformie (38%). Wśród respondentów, którzy nie regulowali długów w terminie, najczęściej wymienianymi powodami były: zła sytuacja materialna, brak lub utrata pracy, potrzeba opóźnienia spłaty raty, by mieć możliwość opłacenia innych zobowiązań. Na pytanie „czy udało się pokonać kłopoty z regulowaniem zaległych płatności” 77% uczestników portalu odpowiedziało, że aktualnie spłaca zobowiązania terminowo, natomiast spośród ankietowanych niekorzystających z niego analogicznej odpowiedzi udzieliło 73%. O wpływie edukacji na zachowania kredytobiorców według raportu świadczy m.in. to, że uczestnicy programu mają więcej pożyczek i częściej je zaciągają w porównaniu do osób niebiorących udziału w kursach, jednak możliwość nieoddania zobowiązania finansowego w tej grupie jest prawie dwukrotnie niższa niż wśród osób, które nie korzystały z wiedzy zawartej na platformie.

Z danych statystycznych zawartych w raporcie wynika, że wśród osób korzystających z programu Kapitalni.org obserwuje się bardziej pozytywne podejście do odkładania pieniędzy niż wśród osób nieznających go, częściej także deklarowały one posiadanie oszczędności niż osoby, które nie wzięły udziału w tym programie (58% do 52%). Osoby nieznające programu częściej deklarowały, że nie mają dostatecznego dochodu, by oszczędzać, jednak badanie wykazało, że nie ma poważnych różnic w dochodach obu grup²².

Raport uwierzytelnia tezę, że efektywna edukacja wpływa pozytywnie na wiedzę i zachowania konsumentów. Internauci, którzy skończyli kursy na platformie, lepiej dysponują swoim budżetem i podejmują korzystniejsze decyzje finansowe. Korzystanie z kursu motywuje do pogłębiania wiedzy i pozytywnie wpływa na postępowanie w codziennym życiu.

Stwierdzić należy, że osoby zdobywające wiedzę finansową na platformie częściej stosowały różne metody oszczędzania, tj. korzystały z promocji podczas zakupów, porównywały ceny produktów w innych sklepach, ograniczały zbędne wydatki. Wśród osób uczestniczących w kursach obserwuje się mniej zachowań przejawiających się w wydawaniu pieniędzy pod wpływem impulsu, mniejszą skłonność do dokonywania spontanicznych decyzji zakupowych, rzadsze nieprzysięganie wagi do cen kupowanych produktów.

Według badania przeprowadzonego przez Maison & Partners najchętniej wybieranym źródłem, z którego społeczeństwo czerpie wiedzę o finansach, jest Internet (50%), w dalszej kolejności są poleganie na własnych doświadczeniach (34%), opinii znajomych i rodziny (23%), programy telewizyjne (20%), reklamy i ulotki (10%). Edukacja ekonomiczna uzyskana w szkole znalazła się na końcu listy (tylko 7%)²³.

²² *Wiedza o finansach wpływa na postawy i zachowania konsumentów*, 2017. URL: <https://fintek.pl/wiedza-o-finansach-wplywa-postawy-zachowania-konsumentow/> (24.02.2021).

²³ *Egzamin z wiedzy finansowej Polaków*, Raport Kapitalni.org, wrzesień 2017. URL: <https://kapitalni.org/test-wiedzy.pdf>, s. 18.

Badania przeprowadzone przez Organizację Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) potwierdzają, że wiedza finansowa i edukacja ekonomiczna Polaków od lat są nadal na bardzo niskim poziomie. Wyniki ich potwierdzają, że większość społeczeństwa nie posiada wiedzy o właściwym zarządzaniu domowym budżetem i rozsądnym planowaniu wydatków. 8% respondentów przyznało, że ich dochody miesięczne nie zawsze wystarczały przez ostatnie 12 miesiące na pokrycie miesięcznych kosztów utrzymania. Tylko 53% wiedziało, że wynagrodzenie netto stanowi kwota, którą otrzymują do ręki.

Za niską pozycję Polski w badaniu OECD odpowiadają czynniki związane z zachowaniami finansowymi. Ledwie trzech na dziesięciu Polaków myśli o pieniądzu w długoterminowej perspektywie. Duże znaczenie ma sposób, w jaki jest przekazywana wiedza z zakresu finansów. Edukacja finansowa kojarzona jest przede wszystkim z nudnymi informacjami, nieprzystępnie przekazywanymi. Aż 20% osób uważało, że wiedza o finansach potrzebna jest tylko ludziom bogatym. Istotnym czynnikiem, który motywuje do pogłębiania wiedzy z zakresu finansów są problemy finansowe (dla 27% mężczyzn i 22% kobiet)²⁴.

Potwierdziły one badania Millward Brown przeprowadzone na zlecenie grupy Kruk w październiku 2016 r., z których wynika, że 58% Polaków ma podstawowy poziom wiedzy w zakresie finansów, jednak nic nie wie na temat różnych produktów finansowych²⁵.

4. Wykluczenie ekonomiczne

Wyniki omawianych badań wskazują, że społeczeństwo od lat dysponuje niskim poziomem wiedzy w zakresie finansów osobistych, funkcjonowania instytucji finansowych i rynków walutowych. Wielu konsumentów nie wie, że im większy zysk oferuje instytucja, tym większe jest związane z tym ryzyko dla klienta. Nie mają oni pojęcia, że konta są nieoprocentowane. Nader często konsumentom brakuje wiedzy, która mogłaby uchronić ich przed niewłaściwymi decyzjami. Przyczyną tego jest niski poziom nauczania przedsiębiorczości w szkołach ponadpodstawowych. Właśnie ta niewiedza jest przyczyną popadania w kłopoty w kontaktach z bankami czy firmami pożyczkowymi, które mogą prowadzić do wykluczenia ekonomicznego²⁶.

Poziom przygotowania ekonomiczno-finansowego, będący rezultatem edukacji finansowej tworzy dwa rodzaje wykluczenia finansowego. Pierwszy stanowi samo wykluczenie i jest indywidualną decyzją konsumenta o niekorzystaniu z

²⁴ *Polacy oblali test z wiedzy o finansach*. URL: <https://biznes.interia.pl/finanse-osobiste/news/polacy-oblali-test-z-wiedzy-o-finansach,2556482,4141> (24.02.2021).

²⁵ *Co Polacy wiedzą o finansach? Oto wyniki sondażu*, 2017. URL: <https://forsal.pl/artykuly/1013416,kruc-co-polacy-wiedza-o-finansach-oto-wyniki-sondazu.html> (24.02.2021).

²⁶ G. Raszowska, *Edukacja finansowa Polaków nadal niewielka*, 22.04.2016. URL: <https://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1611171,Edukacja-finansowa-Polakow-nadal-niewielka> (24.02.2021).

produktów i usług finansowych. Drugi zaś stanowi zjawisko nadmiernego zadłużenia, będące wynikiem braku zdrowego rozsądku w kwestii zaciągania zobowiązań i niezrozumienia ryzyka związanego z danym produktem finansowym (np. kredyt w walucie obcej).

Stan wiedzy ekonomiczno-finansowej oraz wystąpienie zjawiska wykluczenia finansowego wymagają zmiany podejścia konsumentów oraz instytucji edukacyjnych i finansowych do kwestii edukacji finansowej. Podstawą stabilności systemu finansowego jest umożliwienie konsumentowi zrozumienia pojęć z zakresu finansów osobistych oraz dokonywania na tej podstawie świadomych i odpowiedzialnych wyborów finansowych²⁷.

W literaturze ekonomicznej poziom „ubankowienia społeczeństwa” utożsamia się z poziomem włączenia finansowego, który jest mierzony liczbą produktów i usług bankowych, z których korzystają mieszkańcy. Osoby niekorzystające z różnych powodów z oferty rynku finansowego objęte są wykluczeniem finansowym.

Wzrost liczby rachunków nie musi oznaczać takiego samego wzrostu „ubankowienia społeczeństwa”, gdyż część rachunków mogą stanowić bezterminowe rachunki oszczędnościowe lub niektóre osoby mogą posiadać większą ilość rachunków. Dlatego bardziej prawidłowe dla wskazania „ubankowienia społeczeństwa” są wyniki badań ukazujące liczbę osób posiadających rachunek bankowy w danym kraju lub nie.

W 2016 r. Polska pod względem liczby rachunków bankowych zajęła 11 miejsce (wraz z Austrią i Niemcami) wśród 22 krajów Unii Europejskiej uzyskując wskaźnik 1,8 rachunku bankowego na jednego mieszkańca. W badaniach nie uczestniczyły: Chorwacja, Włochy, Rumunia, Słowacja, Szwecja i Wielka Brytania²⁸.

Liczba rachunków bankowych przypadająca na 1 mieszkańca jest ważnym czynnikiem rozwoju obrotu bezgotówkowego, który w wielu wypadkach zależy od czynników technologicznych, kulturowych, społecznych czy operacyjnych. Posiadanie jednak dużej liczby rachunków bankowych na mieszkańca nie oznacza pełnego „ubankowienia społeczeństwa”.

5. Znaczenie edukacji ekonomicznej

Poziom wiedzy społeczeństwa na temat zagrożeń i korzyści z produktów i usług bankowych zależy od edukacji finansowej, która odgrywa zasadniczą rolę w toku podejmowania decyzji i zachowania na rynku finansowym. Brak wiedzy z zakresu ekonomii i finansów często stanowi barierę czerpania korzy-

²⁷ Ł. Kurowski, Z. Laskowska, *Czy edukacja finansowa może zmniejszyć wykluczenie finansowe?*, „e-mentor” 2016, nr 3 (65). URL: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/65/id/1246> (24.02.2021).

²⁸ *Porównanie wybranych elementów polskiego systemu płatniczego z systemami innych krajów Unii Europejskiej za 2016 r.*, Departament Systemu Płatniczego, Warszawa 2017, s. 9.

ści z oferowanych na rynku produktów i usług finansowych i jest przyczyną wykluczenia społecznego.

Efektom nieumiejętnego zarządzania finansami osobistymi jest brak rozsądku w zaciąganiu zobowiązań. Nadmierne zadłużenie blokuje możliwość korzystania z produktów kredytowych. W rezultacie tego konsument ma ograniczoną możliwość uzyskania środków finansowych na rynku bankowym i zmuszony jest do korzystania z oferty sektora parabankowego na mniej korzystnych warunkach, doprowadzając się do wykluczenia finansowego i nasilenia problemów ze zdolnością terminowego regulowania zobowiązań²⁹.

Rola edukacji finansowej jest istotnym czynnikiem w przeciwdziałaniu wykluczeniu finansowemu. Problem ten po raz pierwszy został podjęty w raporcie OECD z 2005 r., dotyczącym narzędzi i metod, jakie należy wykorzystać w celu promowania wiedzy finansowej. Precyzował on korzyści płynące z podnoszenia przygotowania ekonomiczno-finansowego „osób nieubankowionych”, do których to korzyści zaliczył: lepsze zrozumienie usług finansowych i wiążących się z nimi korzyści i ryzyka, większą ostrożność wobec usług niestandardowych, wyższy poziom oszczędności konsumentów, zmniejszenie kosztów płynących z niedoinformowania „osób nieubankowionych”.

Znaczenie edukacji ekonomicznej oraz kwestia wykluczenia finansowego podejmowane były wielokrotnie na różnych forach międzynarodowych. Przykładowo, podczas szczytu grupy G20 w 2010 r. w Toronto opublikowano wytyczne mające na celu stworzenie sprzyjającej polityki i otoczenia regulacyjnego, aby w ten sposób przeciwdziałać wykluczeniu finansowemu. Zaakcentowano obustronne powiązania pomiędzy „włączeniem finansowym”, edukacją finansową i ochroną konsumenta na rynku finansowym, które tworzą system finansowy i decydują o dobrobycie społecznym.

Natomiast w raporcie OECD z 2015 r. dowiedziono występowania pozytywnej relacji między stopniem wiedzy finansowej i włączeniem finansowym. Brak odpowiedniej wiedzy z zakresu finansów i ekonomii powoduje niskie zaufanie do banków i oferowanych przez nie produktów finansowych, zmniejszając tym samym możliwość „włączenia finansowego”. Podkreślono również, że konsumenci powinni mieć ograniczone zaufanie do podmiotów świadczących usługi zbliżone do usług bankowych, niepodlegających wymogom nadzorczym i nieobjętych systemem gwarantowania depozytów³⁰.

Edukacja ekonomiczna powinna skupić się na pogłębieniu wiedzy o działalności instytucji finansowych, gdyż coraz częściej osoby niemające zdolności kredytowej zawierają zobowiązania w instytucjach parabankowych. Godząc się na większe koszty pożyczek, narażają się na wykluczenie finansowe będące rezultatem nadmiernego zadłużenia.

²⁹ Ł. Kurowski, Z. Laskowska, *op. cit.*

³⁰ *Ibidem.*

6. Podsumowanie

Prezentowana analiza i cytowane materiały źródłowe potwierdzają, że posiadanie przez społeczeństwo odpowiedniej wiedzy z zakresu ekonomii i finansów niesie ze sobą korzyści w skali całej gospodarki, np. zwiększając poziom oszczędności, a także zachowania na rynku konsumentów, którzy rozsądniej mogą podejść do zaciągania zobowiązań czy też są świadomi, jakie zagrożenie niesie ze sobą korzystanie z usług instytucji sektora pozabankowego.

Podkreślić należy, że prawidłowe zrozumienie zagadnień z zakresu rynku finansowego pozwoli uniknąć obywatelom zawierania umów na produkty i usługi o wysokim stopniu ryzyka, często nietypowe, przyczyni się do korzystania z oferty instytucji licencjonowanych podlegających nadzorowi finansowemu, a tym samym do wzrostu obrotu bezgotówkowego.

Przeprowadzona analiza wykazała konieczność zmiany sposobu podejścia społeczeństwa do edukacji ekonomiczno-finansowej, a także wykazała konieczność tej edukacji już od najmłodszych lat. W szkolnych programach nauczania większą uwagę należy przeznaczyć na finanse osobiste i przedsiębiorczość. Edukację ekonomiczną zaś należy rozpocząć od najwcześniejszych lat szkolnych, w których uczeń po raz pierwszy powinien zapoznać się z problematyką ekonomiczną i finansową. Od jakości tej edukacji zależy przyszła świadomość ekonomiczna dorosłego człowieka.

Ciągle zmiany na globalnych rynkach i powodowany przez nie dynamiczny rozwój usług finansowych wymagają współcześnie od konsumentów ustawicznego kształcenia i pogłębiania wiedzy z ekonomii i finansów. Badania potwierdzają, że rozpoczęty po 1989 r. proces transformacji gospodarki nie był równoległy z rozwojem prorynkowej świadomości społeczeństwa.

Bibliografia

- 30% Polaków akceptuje zapłatę gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT.* URL: <https://ksiegowosc.infor.pl/wiadomosci/2714287,30-Polakow-akceptuje-zaplate-gotowka-bez-rachunku-by-uniknac-placenia-VAT.html> (24.02.2021).
- Co Polacy wiedzą o finansach? Oto wyniki sondażu,* 2017. URL: <https://forsal.pl/artykuly/1013416,kruk-co-polacy-wiedza-o-finansach-oto-wyniki-sondazu.html> (24.02.2021).
- Diagnoza wiedzy i świadomości ekonomicznej dzieci i młodzieży w Polsce,* Pracownia Badań i Innowacji Społecznych Stocznia, Warszawa, listopad 2014.
- Diagnoza wiedzy i świadomości ekonomicznej dzieci i młodzieży w Polsce,* Pracownia Badań i Innowacji Społecznych Stocznia, Warszawa, 16 maja 2019.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie rynków instrumentów finansowych oraz zmieniająca dyrektywę 2002/92/WE i dyrektywę 2011/61/UE, OJ L 173 12.6.2014.
- Egzamin z wiedzy finansowej Polaków,* Raport Kapitalni.org, wrzesień 2017. URL: <https://kapitalni.org/test-wiedzy.pdf>.

- Grabarek A., *Finansowi analfabeci*, 2012. URL: <https://www.rp.pl/artykul/932156-Finansowi-analfabeci.html> (24.02.2021).
- Józwiak T., *MIFID II: Klient bezpieczny. Dyrektywa zapewni lepszą ochronę i niższe koszty*, 2017. URL: <http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/1090976,mifid-ii-klient-bezpieczny.html> (24.02.2021).
- Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, *Edukacja finansowa – tak, ale dobrze ukierunkowana*, 2016. URL: <https://kpf.pl/edukacja-finansowa-tak-ale-dobrze-ukierunkowana/> (27.10.2018).
- Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, *Moralność finansowa Polaków*. URL: <https://kpf.pl/badania-i-publicacje/raporty-cykliczne/moralnosc-finansowa-polakow/> (27.10.2018)
- Kurowski Ł., Laskowska Z., *Czy edukacja finansowa może zmniejszyć wykluczenie finansowe?*, „e-mentor” 2016, nr 3 (65). URL: <http://www.e-mentor.edu.pl/artykul/index/numer/65/id/1246> (24.02.2021).
- Lewicka-Strzałecka A., *Moralność finansowa Polaków. Raport z badań – II edycja*, Gdańsk–Warszawa 2017.
- Lewicka-Strzałecka A., *Moralność finansowa Polaków. Raport z badań – IV edycja*, Gdańsk–Warszawa 2019.
- Lewicka-Strzałecka A., *Moralność finansowa Polaków. Raport z badań – V edycja*, Gdańsk 2020.
- Mały konsument chce uczyć się oszczędzania*, 2012. URL: <https://biznes.interia.pl/finanse-osobiste/news/maly-konsument-chce-uczyc-sie-oszczedzania,1768968,4141> (24.02.2021).
- NBP, *Stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków*, Warszawa 2015.
- Pogarsza się poziom moralności finansowej Polaków*, 2019. URL: <https://businessinsider.com.pl/twoje-pieniadze/budzet-domowy/pogarsza-sie-poziom-moralnosci-finansowej-polakow/xzdv4k6> (23.02.2021).
- Polacy oblali test z wiedzy o finansach*. URL: <https://biznes.interia.pl/finanse-osobiste/news/polacy-oblali-test-z-wiedzy-o-finansach,2556482,4141> (24.02.2021).
- Porównanie wybranych elementów polskiego systemu płatniczego z systemami innych krajów Unii Europejskiej za 2016 r.*, Departament Systemu Płatniczego, Warszawa 2017.
- Rafalski T., *KPF: Edukacja finansowa – tak, ale dobrze ukierunkowana*, 2016. URL: <https://loan-magazine.pl/kpf-edukacja-finansowa-takale-dobrze-ukierunkowana/> (27.10.2018).
- Raszkowska G., *Edukacja finansowa Polaków nadal niewielka*, 22.04.2016. URL: <https://www.polskieradio.pl/42/276/Artykul/1611171,Edukacja-finansowa-Polakow-nadal-niewielka> (24.02.2021).
- Sawicki J., *Edukacja finansowa: Kurs na konsumenta*, 2018. URL: <https://www.newsweek.pl/biznes/edukacja-finansowa-kurs-na-konsumenta/2ybhy9k> (24.02.2021).
- Wiedza o finansach wpływa na postawy i zachowania konsumentów*, 2017. URL: <https://fintek.pl/wiedza-o-finansach-wplywa-postawy-zachowania-konsumentow/> (24.02.2021).

Ethics in the financial services market. Knowledge, consumer education and morality

Summary

The aim of the research presented in the article was to analyse the state of economic awareness of consumers of financial market services in Poland. Lack of the awareness often leads to irrational behaviours, as well as violating the norms of financial law. The presented analysis, as well as quoted source materials, confirm that the society's possession of appropriate knowledge in the field of economics and finance brings benefits in the entire economy, e.g., increasing the level of savings, as well as consumers' behaviour on the market, who may be more attentive to incurring liabilities, or they are also aware of the risks of using non-banking sector institutions. Educational activities shaping consumers' behaviour should be simultaneously supported by the state regulating the functioning of the financial services market on which external factors, such as the effects of the financial crisis from 2008–2009, often cause “turmoil”.

Keywords: consumer financial education, consumer morality, ethics on the financial market

Юлітта Коцьвін

Вроцлавський університет

Етика на ринку фінансових послуг. Знання, освіта і моральність споживача

Анотація

Мета дослідження, представленого в статті, – проаналізувати економічну свідомість споживачів послуг фінансового ринку, що часто поводяться ірраціонально, а також порушують норми фінансового законодавства. Дослідження зосереджувалося на трьох основних проблемах:

- 1) причина заборгованості домашніх господарств та моральність позичальників;
- 2) економічна свідомість суспільства;
- 3) економічне виключення.

Згадані проблеми залежать від знань, освіти та моралі споживача, які визначають етику його поведінки на ринку фінансових послуг.

У дослідженні ми керувалися тезою про те, що для людей, які економічно виключені або беруть кредит для махінацій, ефективність будь-яких освітніх соціальних кампаній, таких як “Читай перед тим, як підписати”, не є великою. Такі громадські кампанії, адресовані до цих груп, можуть не мати жодного ефекту. З іншого боку, вони можуть принести бажані результати для людей, які не знають, як користуватися фінансовими послугами.

За нашою гіпотезою ситуація споживачів на ринку фінансових послуг може покращитися, коли економічна освіта вестиметься з перших років навчання, тобто

з дитинства. У рамках освіти молоді люди повинні отримати необхідні знання про індивідуальну фінансову поведінку – щодо пенсійної системи, фінансово-банківської системи та податків, а також ознайомитись з функціонуванням основних економічних установ, тобто фондової біржі, валютних ринків, а також із загальними макроекономічними проблемами.

Гіпотезу підтвердили методи якісного дослідження (документи, закони та звіти) та статистичні прийоми, використані при аналізі. Це дозволило зробити висновок, що в наш час споживачі, крім базових знань про економіку, повинні знати також принципи функціонування ринку фінансових послуг, що впливає щоразу більше на рівень їхнього життя.

Представлений аналіз та цитовані джерела підтверджують, що належний рівень економічних знань у суспільстві приносить вигоду в масштабах усієї економіки, наприклад, збільшує рівень заощаджень, покращує поведінку споживачів на ринку, які можуть розважливіше брати на себе зобов'язання і будуть свідомі ризиків, пов'язаних з використанням послуг небанківського сектору.

Освітню діяльність, що формує поведінку споживачів, також повинна підтримувати держава шляхом регулювання ринку фінансових послуг, де часто виникають “турбулентності”, спричинені зовнішніми факторами, такими як наслідки фінансової кризи 2008–2009 років.

Ключові слова: фінансова освіта споживача, моральність споживача, етика на фінансовому ринку