

Zachowania finansowe Polek: między konsumpcją a oszczędzaniem

Jolanta Gładys-Jakóbk

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie

Instytut Filozofii, Socjologii i Socjologii Ekonomicznej

e-mail: jglady@sgh.waw.pl

Summary

Between Consumption and Saving: The Financial Behaviors of Polish Women

Behind Poland is already more than 20 years of experience in a free market economy. New, previously little or completely unknown institutions have guided Poles' finan-

cial decisions. In an increasingly consumerist model of society, how can Poles manage savings? What information guides rational choice? This article focuses on Polish women and the financial services available to them, and examines their current behavior.

Key words: finance, crisis, awareness, behavior, women

Wprowadzenie

W 2011 roku Polska uplasowała się na 25. miejscu światowego rankingu milionerów. Według analityków Deloitte 50 tys. osób w naszym kraju posiada aktywa warte więcej niż 1 mln dolarów. Zakłada się także, że do roku 2020 takich osób będzie już 126 tys.¹ Obserwowany systematyczny wzrost liczby bogatych, zamożnych i tzw.

¹ <http://kobietawinwestycjach.pl/wpis-3/> [dostęp 30.01.2014]; <http://www.kobietawbiznesie.com.pl/biznes/finanse/kim-jest-doradca-finansowy>.

aspirujących, będzie stymulować zapotrzebowanie na usługi doradcze i finansowe. Coraz więcej inwestujemy, częściej też sięgamy po zewnętrzne źródła finansowania, a licząc na większe zyski lub oszczędności, poszukujemy rady u specjalistów. Badania pokazują także, że finanse stały się jedną z najbardziej cenionych branż. Według U.S. News, w 2012 roku doradca finansowy był postrzegany jako 23. najlepszy zawód na świecie i 5. wśród zawodów związanych z biznesem². Wysoką pozycję tego zawodu, również w Polsce, potwierdzają coroczne wybory dokonywane przez studentów uczelni ekonomicznych, na których kierunki finanse i bankowość cieszą się największą popularnością³.

Trudno dokładnie określić, ile podmiotów świadczących usługi doradztwa finansowego działa na polskim rynku. Wynika to przede wszystkim z ich rozproszenia i rozdrobnienia, a także z różnego nazewnictwa i sposobów interpretowania tego zawodu. Związek Firm Doradztwa Finansowego skupia największe tego typu firmy, jak: Bankier.pl, Dom Kredytowy Notus, Expander, Gold Finance, Golde-negg, Money Expert, Open Finance, Credit House Polska, Doradcy Kredytowi, Real Finance Polska, Powszechny Dom Kredytowy czy Home Broker. Nadrzędnym celem ZFDF jest podnoszenie jakości świadczonych usług, w tym wypracowanie wspólnego dla wszystkich standardu pracy doradców.

W ostatnich latach na sytuację instytucji finansowych i banków odcisnęła swoje piętno kryzys finansowy; jest on widoczny także m.in. w malejącym zaufaniu klientów⁴. Badania pokazują, że większość ankietowanych ma do instytucji finansowych ograniczone zaufanie (72 procent), jedynie 13 procent, obdarza je pełnym zaufaniem, a 14 procent nie ufa im w ogóle. Zmianę nastrojów widać także w odpowiedzi na pytanie, co jest ważniejsze: zysk czy bezpieczeń-

² <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Swiat-doradcow-finansowych-2506834.html> [dostęp grudzień 2013].

³ Zob.: „Gazeta SGH” 2014, nr 1/14 (300).

⁴ Badania ogólnopolskie, zleczone przez Xelion na reprezentatywnej grupie 1000 osób. Zob. *Świat doradców finansowych*, www.bankier.pl [dostęp grudzień 2013].

stwo? Tylko 16 procent wskazało, że od bezpieczeństwa ważniejszy jest dla nich zysk. Dla ponad połowy (67 procent) zarówno zysk, jak i bezpieczeństwo okazały się równie ważne, a dla prawie 18 procent sprawą priorytetową było bezpieczeństwo.

Uzyskane odpowiedzi stanowią nie tylko konsekwencję kryzysu finansowego, ale także kryzysu systemu emerytalnego, w stosunku do którego pojawia się coraz więcej wątpliwości i zastrzeżeń. W sytuacji, w której państwo nie jest w stanie zabezpieczyć emerytalnej przyszłości swoich obywateli, tym bardziej otwierają się szanse dla tych firm doradztwa finansowego, które analizując sytuację konkretnych klientów, są w stanie zaproponować im długoterminowe strategie planowania finansowego, które wpływają na ich zachowania (zob. Antonides, Van Raaij 2003).

Z drugiej strony, poziom wiedzy ekonomicznej Polaków nie jest wysoki. Co prawda bardziej świadomie niż kiedyś, wydajemy pieniądze, pojawia się jednak pytanie, na ile na zmianę zachowań wpłynął kryzys finansowy ostatnich lat i malejące zasoby gospodarstw domowych, a na ile rosnąca świadomość ekonomiczna związana z posiadaniem własnego konta w banku.

Globalny kryzys finansowy, który dotarł do Polski, pokazał, że reguły gospodarki rynkowej nie są abstrakcją, a znajomość jej zasad odnosi się do każdego z nas; odnoszą się one także do umiejętności inwestowania i ponoszenia ryzyka⁵. Są różnie oceniane, w zależności od tego, czy dotyczą kobiet czy mężczyzn. W świadomości społecznej nadal istnieje przekonanie, że to mężczyźni lepiej radzą sobie z pieniędzmi i są lepszymi inwestorami. Rzeczywistość jest jednak bardziej złożona, co znajduje potwierdzenie m.in. w pracach

⁵ Witold Orłowski w artykule zamieszczonym w „Gazecie Wyborczej” w listopadzie 2008 roku, pisał: „Jeszcze rok temu dwa miliony Polaków zadeklarowało ankieterom, że czują się milionerami. Euforyczne wyceny majątków wzięły się zarówno z ówczesnej hossy na warszawskiej giełdzie (indeksy były jesienią 2007 rekordy wysokości), jak z dokonywanych na papierze wyliczeń rynkowej wartości mieszkań i domów. Dziś, gdy ceny akcji o połowę spadły, a właściciele mieszkań i domów przypomnieli sobie o konieczności spłaty kredytów hipotecznych, nastroje euforii zamieniają się w rozczarowanie i pesymizm”.

psychologów, zajmujących się badaniami nad zachowaniami ekonomicznymi (Tyszka 2004).

Niniejszy tekst stanowi wkład do prowadzonych w ostatnich latach, analiz przemian społeczeństwa polskiego. Ich „celem [wielu badań] było przedstawienie stosunku Polaków do kapitalizmu, jego zasad, instytucji i elit, a także wskazanie źródeł istniejących postaw” (Kolarska-Bobińska 2004, s. 7). Czy postawiona na początku okresu transformacji przez Annę Gizę (2012) teza o naszym braku kompetencji do korzystania z usług finansowych, jest ciągle aktualna? Zwracała ona uwagę, że „energia Polaków przybiera zarówno charakter »adaptacyjny«, (przystosowawczy), jak i proaktywny, bardziej pozytywny. Problemem jest jednak nadal „wyraźna niespójność między regułami wpisanymi w instytucje a praktykami społecznymi” (s. 658).

Prowadzone do tej pory analizy zmian mentalności odnosiły się do społeczeństwa postrzeganego jako całość lub jego wybranych segmentów, jak przedsiębiorcy, menedżerowie czy robotnicy (Gilejko 2002). Natomiast rzadziej lub wcale były nią kobiety. Dopiero ostatnie lata w większym zakresie zaowocowały publikacjami poświęconymi tej problematyce (Kieźel, Smyczek 2012).

Ze względu na poruszane zagadnienia w części teoretycznej pojawia się odwołania do wybranych badań nad zmianami mentalności ekonomicznej Polaków. Natomiast część empiryczna została oparta głównie na informacjach pochodzących z raportów, poświęconych analizie wybranych aspektów funkcjonowania rynku finansowego w Polsce, ze szczególnym naciskiem na doradztwo finansowe skierowane do kobiet. Jest to ten obszar zachowań, o którym w Polsce w porównaniu z innymi krajami europejskimi wiemy stosunkowo niewiele.

Mentalność ekonomiczna społeczeństwa polskiego w świetle badań

Badania świadomości, postaw czy też szerzej – mentalności od lat stanowią ważny obszar zainteresowań zarówno ekonomistów, jak i socjologów czy psychologów (zob. Weber 2002). Są ważne dla zro-

zumienia wielu motywów leżących u podstaw ludzkich działań. W oparciu o wartości, cele i preferencje uwarunkowane kulturowo, społecznie, ekonomicznie czy też psychologicznie dokonywano analiz wielu zjawisk. Gary Becker (1993), laureat Nagrody Nobla w dziedzinie ekonomii, spośród wielu czynników wyodrębnia świadomość ekonomiczną, która obejmuje podstawy ekonomiczne, czyli poglądy, które są czynnikami ekonomicznymi oraz mentalność ekonomiczną. Oznacza ona dla niego swoisty sposób myślenia i odnoszenia się do rzeczywistości ekonomicznej (G. Becker 2002, s. 22). Ma ona znaczenie w każdym typie gospodarki, zwłaszcza w sytuacji radykalnej zmiany społecznej.

Wiesława Kozek (1988) zwraca uwagę, że na kształtowanie mentalności ekonomicznej wpływają interesy poszczególnych aktorów, ich wartości, przyzwyczajenia oraz sytuacja w jakiej się znajdują. Powstaje ona pod znaczącym wpływem obecnego w danym typie gospodarki, systemu regulacyjnego. W praktyce oznacza to, że inną mentalność kreuje gospodarka rynkowa, inną scentralizowana, a jeszcze inną – gospodarka znajdująca się w fazie przechodzenia z jednego systemu do drugiego. Do analizy mentalności społeczeństwa znajdującego się w fazie transformacji proponowała wyodrębnienie pięciu typów mentalności: etatystycznej, przystosowawczej, etosowej, quasi-rynkowej i przedsiębiorczej. Każdą z nich charakteryzowały inne wartości (Kozek 1988).

Nie są to jedyne propozycje. Juliusz Gardawski (1992) wprowadził podział na tradycjonalistów, umiarkowanych reformatorów i liberałów. Maria Jarosz w badaniach realizowanych pod swoim kierunkiem odwoływała się do trzech orientacji: egalitarno-paternalistycznej, mieszanej i liberalno-rynkowej (za: Gilejko 2002, s. 169). Inny podział zaproponowała Mirosława Marody. W rozdziale pod znamienym tytułem *Trzy Polski – instytucjonalny kontekst strategii dostosowawczych* postulowała analizę w rozbiciu na: Polskę „sprywatyzowaną”, Polskę „państwową” i Polskę „na zasiłku”. Każda z nich niejako „produkowała” odmienne strategie działania i typy mentalności (Marody 2004).

Do tego nurtu można odnieść także koncepcję pragmatyzacji świadomości Marka Ziółkowskiego (1995). Odnosiła się ona do narastającej w społeczeństwie polskim w latach dziewięćdziesiątych tendencji do orientacji na cele i wartości o charakterze pragmatycznym oraz do spostrzegania świata w kategoriach gry rynkowej. Wy różnił on pięć układów ładu normatywnego społeczeństwa okresu transformacji: wspólnotę wartości, tj. tzw. miodowy okres transformacji i codzienność transformacji, na którą składały się: dominacja orientacji aksjologicznej i spory o kształt ładu politycznego, wybory podstawowych wartości i interesów gospodarczych (zwłaszcza materialnych), koncentracja na kwestiach dotyczących realizacji grupowych interesów gospodarczych oraz dominację nowych, niematerialistycznych wartości; estetycznych, obyczajowych czy obywatelskich, dotyczących równości płci lub praw rozmaitych grup mniejszościowych. Rosnące w tamtym okresie, nastawienie na wartości i interesy „materialistyczne”, przybierało dwie postacie: (a) Poświęcania całej uwagi i aktywności obronie zagrożonej pozycji społecznej, standardu życiowego i bezpieczeństwa socjalnego lub (b) dążenia do osiągnięcia sukcesu zawodowego i finansowego.

Okres transformacji i towarzyszące mu zjawiska, zostały stosunkowo dobrze opisane w pracach zarówno socjologów, jak i ekonomistów. Analizy odnosiły się głównie do poziomu makro i mezo, tj. zmian w funkcjonowaniu państwa i jego instytucji lub takich kategorii jak: robotnicy, kadra zarządzająca przedsiębiorstw, przedsiębiorcy czy elity polityczne. Pojawia się jednak pytanie, w jaki sposób analizować zmiany, które obserwujemy współcześnie.

Spółczeństwo, w tym codzienne życie ludzi, zmienia się bowiem bardzo szybko pod wpływem nowych prądów kulturowych i cywilizacyjnych. Globalne nadzieje i zagrożenia, nowe obszary ryzyka, problemy tożsamościowe i dylematy etyczne sprawiają, że codzienność nabiera nowych znaczeń, a granica pomiędzy tym, co codzienne, i tym, co niecodzienne, zaciera się coraz bardziej. Sfera życia codziennego staje się kluczowym polem refleksji; przestrzenią, naznaczoną emocjami, subiektywnymi interpretacjami rzeczywi-

stości oraz ważnością wielu nietypowych dla klasycznej socjologii problemów. Pojęcia konsumpcja, praca czy etniczność zostają przedefiniowane, a przedmiotami refleksji nie tylko dla socjologów stają się zjawiska, takie jak: miłość, szczęście czy lęk. Stąd potrzeba poszukiwań nowych metod i strategii badawczych.

Jedną z nich może być próba opisanego społeczeństwa poprzez odwoływanie się do codziennych, konkretnych doświadczeń ludzi, co pozwala połączyć to, co dzieje się na poziomie działań jednostek, z poziomem makro (Giza, Sikorska, red. 2012). Jak pisze M. Lewicki (2012, s. 495) „Poczucie sprawczości staje się (więc) warunkiem wstępnym do wyobrażenia wielu możliwych światów w przyszłości (...) Nasze aspiracje są zatem kształtowane przez pełną napięć i nigdy nieredukowalną różnicę między naszym własnym, indywidualnym doświadczeniem i wyobrażeniem świata, a tym, jak przeżywają to inni”.

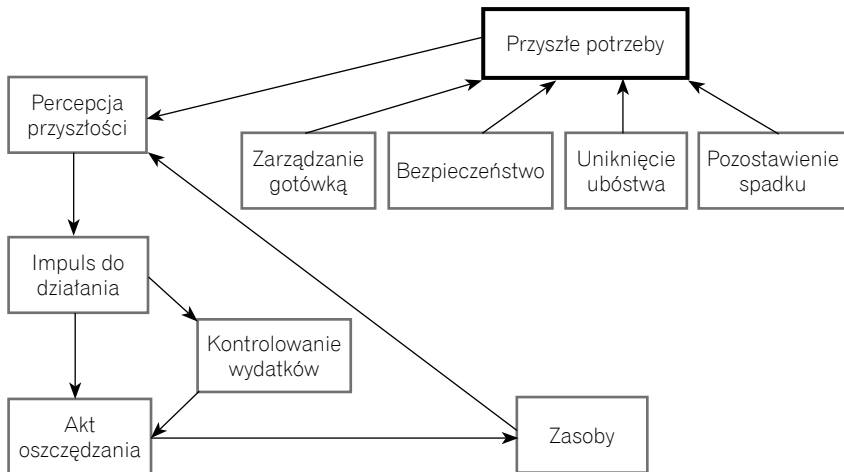
Narzędziem, które pozwala zilustrować złożoność procesów podejmowania decyzji w przypadku kwestii finansowych, jest schemat analizy stosowany w badaniach nad procesami oszczędzania. Pokazuje on zależności pomiędzy poszczególnymi elementami składającymi się na cały model. Opiera się na założeniu, że oszczędzanie stanowi funkcję zarówno spostrzeganych potrzeb, jak i istniejących możliwości zabezpieczenia na przyszłość (Warneryd 2004, s. 553).

Schemat badań został pokazany na następnej stronie.

Jak widać, na początku jednostka uświadamia sobie swoje przyszłe potrzeby, co narzuca jej ograniczenia bieżącej konsumpcji. Natomiast sam akt oszczędzania oznacza konkretne zachowania typu złożenie pieniędzy w banku, zakup akcji lub obligacji.

Teorie oszczędzania zajmują się konsumpcją lub decyzjami jednostkowymi, przy czym zarówno jednostki, jak i gospodarstwa domowe są traktowane w taki sam sposób. Badania nad sposobem podejmowania decyzji pokazują, że inaczej decyzje podejmuje kobiety, a inaczej mężczyźni. Wydaje się także, że kobiety mają większy wpływ na oszczędzanie na kontach bankowych, mężczyźni natomiast częściej zajmują się inwestycjami (Werneryd 2004, s. 599).

Schemat 1. Schemat psychologicznych badań nad oszczędzaniem



Źródło: Warneryd 2004, s. 549.

Badacze zwracają uwagę, że kształtowanie zachowań związanych z oszczędzaniem wymaga wprowadzenia pomiędzy elementy, jakimi są poznanie i działanie, dodatkowych zmiennych: samokontroli czy orientacji na przyszłość. Ważna staje się także sama możliwość oszczędzania (s. 563).

Zachowania finansowe kobiet

Pojęcie **zachowania finansowego** obejmuje szerokie spektrum działań, począwszy od zarządzania budżetem, poprzez oszczędzanie, pożyczanie, inwestowanie, ubezpieczenia, wypełnianie formularzy podatkowych i płacenie podatków, dodatkowe zarobki, gry hazardowe, spekulacje, na zarządzaniu majątkiem kończąc (Van Raaij 2003, s. 439). Wszystkie odgrywają ważną rolę w podejmowaniu decyzji o wydawaniu lub oszczędzaniu pieniędzy. Zadaniem

banków jest pełnienie roli doradczej poprzez na przykład dokonywanie zmian w metodach płacenia. Przyglądając się kontom bankowym, które znajdują się w posiadaniu kobiet, okazuje się, że dysponuje nimi ponad 82 procent Polek. Są one także coraz bardziej ambitne i niezależne (zob. Giza, Sikorska 2012; Titkow 2007). Czy potrafią jednak zarządzać swoimi oszczędnościami? I na ile rynek doradztwa inwestycyjnego wychodzi naprzeciw ich oczekiwaniom, kreując nowe zachowania, bardziej adekwatne w realiach gospodarki rynkowej?

O tym, jak kobiety radzą sobie w świecie finansów, wiemy stosunkowo niewiele (Kieźel, Smyczek 2012). W badaniach z 2011 roku przeprowadzonych na zlecenie GE Money Bank przez GfK Polonia Polki deklarowały, że przy aktualnych dochodach, nie czują się pewnie w świecie finansów i raczej nie oszczędzają⁶. Wyrażały także wiele obaw przed korzystaniem z nowoczesnych usług finansowych, a 40 procent miało już wcześniejsze zobowiązania finansowe wobec banków. Najczęściej zaciągane były kredyty gotówkowe lub pożyczki. Kobiety przeznaczały je na zakup sprzętu AGD albo mebli. 18 procent Polek deklarowało pożyczanie gotówki na pokrycie bieżących wydatków. Ponad połowa uważała, że używanie karty płatniczej prowadzi do utraty kontroli nad finansami. Okazało się zatem, że mimo korzystania z produktów bankowych, kobiety wyrażały wiele obaw związanych z korzystaniem z nowoczesnych usług finansowych. Dla większości (60 procent) oferty większości instytucji finansowych były postrzegane jako zbyt skomplikowane, a 80 procent nie lubiła nadmiernie myśleć o swoich finansach. Tylko 7 procent uważało, że posiada wystarczającą wiedzę w tej dziedzinie, ale jedynie jedna trzecia była zainteresowana jej poszerzeniem.

Na uzyskane rezultaty duży wpływ miała ogólna sytuacja materialna polskiego społeczeństwa. Mimo wielu pozytywnych zmian,

⁶ Raport „Kobiectwo Finanse” – netPR.pl/cdn2.netpr.pl/file/mediakit/285860/db/kobiecefinance-raport.doc.

jesteśmy bowiem ciągle społeczeństwem na dorobku (np. ponad 50 procent gospodarstw domowych nie byłoby w stanie pokryć z własnych środków niespodziewanego wydatku w wysokości 900 złotych)⁷. W marcu 2011 roku gospodarstwa domowe deklarowały, że gdy ich dochody nie pozwalają na zaspokojenie bieżących potrzeb, ograniczają je (ponad 86 procent ze zbyt małym dochodem), korzystają z pomocy krewnych (ponad 37 procent gospodarstw) lub zaciągają pożyczki (prawie 31 procent gospodarstw). Jedynie dla około 16 procent gospodarstw wyjściem z trudnej sytuacji było podjęcie dodatkowej pracy (Czapiński i in. 2011). Prawie 68 procent gospodarstw posiadających oszczędności trzymało je w formie lokat w bankach, a 42 procent w gotówce. W ostatnich dwóch latach odsetek gospodarstw posiadających oszczędności wzrósł znacząco wyłącznie w grupach gospodarstw mających oszczędności w gotówce oraz w postaci udziałów oraz akcji w prywatnych spółkach akcyjnych. Gospodarstwa domowe, które deklarowały posiadanie oszczędności w marcu 2011 r., najczęściej gromadziły je jako rezerwę na sytuacje losowe (ponad 60 procent), zabezpieczenie na starość (ponad 35 procent) oraz jako rezerwę na bieżące wydatki konsumpcyjne (ponad 33 procent). W latach 2009–2011 nastąpił istotny wzrost oszczędności jedynie w przypadku gromadzenia ich jako rezerwy na bieżące wydatki konsumpcyjne (o prawie 3 punkty procentowe). Natomiast w stosunku do roku 2000 zmalał odsetek gospodarstw gromadzących oszczędności jako rezerwę na sytuacje losowe (z 79 do 60 procent oszczędzających), jako zabezpieczenie na starość (z 45 do 35 procent), z przeznaczeniem na remont domu/

⁷ Łącznie w krajach Unii Europejskiej w roku 2011 było prawie 120 mln osób zagrożonych ubóstwem lub wykluczeniem społecznym. Polska wśród krajów UE27 należy do państw o wysokiej wartości wskaźnika zagrożenia ubóstwem lub wykluczeniem społecznym wynoszącej 27,2%. Od 2005 roku wartość współczynnika Giniego w Polsce umiarkowanie spada, przybliżając się do średniej dla UE. W badaniu z 2011 roku współczynnik Giniego wyniósł 31,1 i był minimalnie wyższy od wartości dla całej UE równej 30,7. Cyt za: Europejskie badania dochodów i warunków życia (EU-SILC) w 2011 roku. http://www.stat.gov.pl/gus/5840_7556_PLK_HTML.htm (data pobrania 30.08.2013).

mieszkania (z 38 do 24 procent) i na leczenie (z 45 do 23 procent). W ostatnich dwóch latach nastąpił znaczący wzrost odsetka gospodarstw zaciągających kredyty i pożyczki tylko z przeznaczeniem na spłatę wcześniejszych długów oraz na bieżące wydatki konsumpcyjne (o ponad 1 punkt procentowy) [Czapiński i in. 2011].

W jaki sposób te liczby przekładają się na zachowania ekonomiczne kobiet? Jak podkreślają badacze, muszą one zmierzyć się z trzema faktami – pracują przeciętnie krócej (niższy wiek emerytalny), zarabiają mniej i żyją dłużej. Stąd wydaje się oczywiste, że powinny umieć lepiej dbać o swoją finansową przyszłość. Uzyskanie finansowej niezależności to dla wielu z nich nie tyle kwestia wyboru, ile konieczność. Czy mają jednak wystarczającą wiedzę w tym zakresie? I czy kierowana do nich oferta odpowiada ich oczekiwaniom, zmieniając dotychczasowe zachowania na bardziej prorynkowe? Czy też pozostawia im się nadal tradycyjną rolę konsumentki?

Zachowania finansowe można poddawać analizie, odwołując się do czterech poziomów: zarządzania budżetem i gotówką, tworzenia i utrzymywania zapasów buforowych, finansowania rozmaitych celów oraz zarządzania majątkiem (co jest dostępne jedynie dla osób o wyższych dochodach) [Antonides, Van Raaij 2003, s. 440].

Ilustracją podejmowanych działań w tym zakresie są badania, które koncentrowały się na dwóch elementach analizowanego modelu: umiejętności zarządzania budżetem i gotówką oraz finansowania rozmaitych celów.

Zarządzanie budżetem i gotówką

Na potrzeby prowadzonej kampanii powstała specjalna strona internetowa zawierająca porady i narzędzia, które miały pomagać kobietom w zarządzaniu ich domowym budżetem. Za jej pośrednictwem można było zapisać się na szkolenia, podczas których uczyły się samodzielnego podejmowania decyzji finansowych. Na stronie internetowej pojawił się też poradnik zawierający informacje poma-

gające rozwijać i doskonalić umiejętność efektywnego zarządzania osobistym budżetem⁸.

Finansowanie rozmaitych celów (programy rabatowe i ubezpieczenia)⁹

Kolejnym narzędziem potencjalnie przynajmniej mającym wpływ na zmianę zachowań finansowych kobiet są tworzone przez banki i firmy ubezpieczeniowe produkty finansowe, kierowane bezpośrednio do nich. Warto zaznaczyć, że w większości przypadków koncentrują się one jednak bardziej na motywowaniu do wydawania pieniędzy, niż ich pomnażaniu. Są to najczęściej karty kredytowe lub płatnicze, które oferują dodatkowe możliwości przydatne, jak się zakłada, szczególnie kobietom. Należą do nich pakiety ubezpieczeń typu assistance czy specjalne programy rabatowe. Wszystkie propozycje odwołują się do tradycyjnej roli kobiety postrzeganej poprzez pryzmat konsumentki, a nie osoby, której celem jest oszczędzanie. Przykłady takich rozwiązań można znaleźć w przywoływanym Raporcie. I tak:

- Bank Zachodni WBK, jako pierwszy zaoferował rachunek bieżący, skierowany specjalnie do kobiet. Dzięki otwarciu „Konta na Obcasach” uzyskiwały one dwie korzyści, które miały świadczyć o dopasowaniu rachunku do ich potrzeb: możliwość skorzystania z pakietu ubezpieczeń oraz zniżek i promocji w ramach programu partnerskiego. Pakiet ubezpieczeń obejmował ubezpieczenie w przypadku zachorowania (w tym na choroby **typowe** [podkreślenie – J.G.J.] dla kobiet, jak nowotwór złośliwy sutka i szyjki macicy)

⁸ Kampania edukacyjna Kobieta w świecie finansów była jednym z elementów programu z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu prowadzonego przez GE Money – Banking on Women („Stawiamy na kobiety”). Miał on za zadanie wspieranie kobiet w osiąganiu niezależności finansowej. Badania zostały przeprowadzone na zlecenie GE Money Banku przez GfK Polonia. Badanie jakościowe przeprowadzono w styczniu 2008 roku, a badanie ilościowe w marcu 2008 roku (na próbie 500 Polek w wieku 19–55 lat, które mają dzieci do lat osiemnastu, ze szczególnym uwzględnieniem kobiet samodzielnie wychowujących dzieci).

⁹ Zob.: Raport „Kobiece Finanse” – netPR.pl/cdn2.netpr.pl/file/mediakit/285860/db/kobiecefinanse-raport.doc. [dostęp 3.09.2013].

oraz pomoc specjalistów (assistance) w razie nagłej awarii w domu (obejmujący interwencję m.in. ślusarza czy hydraulika) lub awarii samochodu. Poza tym kobiety mające dostęp do tego pakietu mogły korzystać z infolinii „Assistance dla Kobiet”, za pośrednictwem której uzyskiwały całodobowe wsparcie przy organizacji opieki nad dziećmi czy wizyty w gabinecie kosmetycznym. W ramach programu partnerskiego mogły także korzystać z rabatów w wybranych sklepach internetowych. Premiami obejmowano osoby, które **często** używały kart wydawanych do konta. Raz w miesiącu otrzymywały z powrotem 1 procent wartości wszystkich zakupów. Jego prowadzenie mogło być darmowe pod warunkiem skorzystania z ubezpieczenia w wysokości 5 zł miesięcznie i zapewnieniu miesięcznych wpływów w wysokości co najmniej 1000 zł.

- Inne banki również zaczęły oferować w pakietach z kontami osobistymi ubezpieczenia typu assistance. Można je było znaleźć w ofercie Deutsche Banku PBC, BNP Fortis czy Alior Banku. W ofercie Nordea Bank Polska pojawiło się konto Spektrum z ubezpieczeniem zdrowotnym, gwarantującym dostęp do określonych świadczeń medycznych. Warto podkreślić, że po trwającym 3 miesiące okresie promocji, kiedy korzystanie z ubezpieczenia było bezpłatne, opłata za ubezpieczenie wynosiła od 6,60 do 77 zł. Podobne zasady obowiązywały użytkowników konta osobistego w Citi Banku.

Najwięcej jest banków, które za korzystanie z kart płatniczych lub kredytowych oferują swoim klientkom specjalne programy premiowe lub rabatowe (Citi Bank, Multibank, mBank, Alior Bank czy Bank Millennium). Ten ostatni ma w swojej ofercie kartę kredytową, która oprócz typowo „kobiecego” wzornictwa oferuje klientkom zwrot 5 procent wartości zakupów dokonanych kartą u wybranych partnerów programu. Ponadto za 4,99 zł miesięcznie użytkowniczka karty może korzystać z pakietu Assistance Impresja, który obejmuje, tradycyjnie, interwencję specjalistów w przypadku awarii w domu oraz assistance medyczne.

Tabela 1 zawiera przykłady ofert bankowych, skierowanych bezpośrednio do kobiet.

Tabela 1. Oferty bankowe skierowane do kobiet

Bank	Oferta	Szczegóły
Bank Zachodni WBK	Konto na Obcasach	program rabatowy, opcjonalny pakiet usług home i medical assistance, zwrot 1 procent wydatków dokonanych kartą do konta, usługi typu <i>concierge</i> dla kobiet
Citibank (Bank Handlowy w Warszawie)	Program Rabatowy Kart Płatniczych Citibank	Możliwość uzyskania rabatów przy dokonywaniu płatności kartami płatniczymi i kredytowymi banku u wybranych partnerów
Citibank (Bank Handlowy w Warszawie)	Karta kredytowa Elle	Specjalne rabaty w wybranych sklepach, salonach kosmetycznych, restauracjach i innych punktach w całej Polsce
Alior Bank	Konto Zakupowe	Zwrot 1 procent wydatków dokonanych kartą i płatności internetowych, pakiet assistance „Pomocni Fachowcy”
Multibank	Program rabatowy	Sięgające 50 procent rabaty w wybranych sklepach, hotelach, restauracjach i innych punktach w całej Polsce
mBank	mRabaty	Sięgające 30 procent rabaty u wybranych partnerów dla użytkowników kart kredytowych mBanku
mBank	Program rabatowy mBank – Rossmann	5 procent rabatu na zakupy w sieci Rossmann dokonywane kartą Visa Rossmann
mBank	Karta kredytowa „Radość Życia”	Sięgające 30 procent rabaty na zakup towarów i usług ponad 50 znanych marek.
Bank Millennium	Program korzyści „Inspiracje”	Możliwość uzyskania rabatów przy dokonywaniu płatności kartami płatniczymi i kredytowymi banku u wybranych partnerów
Bank Millennium	karta kredytowa Millennium Visa Impresja	Zwrot 5 procent wydatków na zakupy dokonane kartą u partnerów programu. Pakiet home i medical assistance, usługi typu <i>concierge</i> dla kobiet
Lukas Bank	Karta kredytowa Furora	Zwrot co najmniej 1 procent wydatków na zakupy dokonane kartą u wybranych partnerów programu
Lukas Bank	Lukas Konto Premium	Multipakiet ubezpieczeń obejmujący pomoc techniczną, pomoc medyczną i ubezpieczenie „Bezpieczna Kieszeń” w ramach opłaty za konto
Bank BGŻ	Konto w ramach Planu Aktywnego	Pakiet usług assistance obejmujący informację medyczną, serwisu technicznego, pomoc drogową i pakiet medyczny

Źródło: Raport „Kobiece Finanse” – netPR.pl cdn2.netpr.pl/file/mediakit/285860/db/kobiece-finanse-raport.doc [dostęp 28.09.2013].

Z innego rodzaju wsparcia mogły korzystać klientki Meritum Banku. Umożliwiono im dostęp do Meritum Planera, specjalnego narzędzia umożliwiającego zarządzanie domowym budżetem. Dzięki niemu możliwe jest analizowanie bieżących wydatków i wpływów. Można było na przykład zobaczyć, ile pieniędzy wydajemy, płacąc kartą na produkty spożywcze. W przypadku posiadania wspólnego konta lub wydania kart dzieciom można osobno analizować poszczególne wydatki, a uzyskane wyniki obejrzeć na wykresach.

Ważną dla kobiet funkcją są tzw. cele zakupowe, czyli możliwość zaplanowania przyszłych wydatków i jednoczesnego zdefiniowania zlecenia stałego odkładania określonych kwot na ten cel. Jest to odpowiedź na wyrażaną często potrzebę lepszego panowania nad finansami swoimi i rodziny.

Dokładniejsze analizy dostępnych na naszym rynku narzędzi umożliwiających zarządzanie własnym budżetem pokazują jednak, że w niewielkim stopniu są one dostosowane do potrzeb kobiet¹⁰. Tymczasem zgromadzona do tej pory wiedza na temat zachowań finansowych kobiet i ich potrzeb w tym zakresie, pozwala już na dokonanie pewnego podsumowania.

Raport Deutsche Bank PBC *W poszukiwaniu bezpieczeństwa – Portret finansowy Polki 2013* pokazuje na przykład, że kobiety postrzegają pieniądze głównie jako środek dający im poczucie bezpieczeństwa. Przy podejmowaniu decyzji wykazują się też często lepszą intuicją finansową niż mężczyźni. Są ostrożniejsze i bardziej skłonne do oszczędzania. Bardziej też troszczą się o przyszłość. Niezależnie też od tego, kto w większym stopniu utrzymuje rodzinę, często rządzą domowymi budżetami, samodzielnie podejmując większość decyzji finansowych. Postawione przed koniecznością wyboru konkretnego produktu bankowego, nie ufają jednak swojej ocenie i szukają rady u specjalisty. Niechętnie decydują się też na takie rozwiązania finansowe, które uważają za ryzykowne. Oznacza to

¹⁰ Zobacz informacje zawarte na stronie: http://www.pcworld.pl/news/374823/Najlepsze_programy.do.prowadzenia.budzetu.domowego.html.

w praktyce, że rzadziej inwestują i są mniej aktywne na rynku kapitałowym. W ich własnej ocenie słabo znają się na produktach finansowych. Przyznają się także do korzystania z takich, których zupełnie nie rozumieją¹¹.

Ta niepewność, artykułowany brak wystarczającej wiedzy i związany z nimi brak poczucia sprawczości znajdują odzwierciedlenie w ich zachowaniach. Cała energia kobiet jest skierowana raczej na przyszłowiowe wiązanie końca z końcem niż zachowania bardziej przedsiębiorcze, sprzyjające ich dalszemu rozwojowi (Giza, Sikorska 2012).

Zakończenie

Truizmem jest stwierdzenie, że kobiety odgrywają coraz większą rolę w rozwoju gospodarczym Polski. Chociaż nadal występują dysproporcje w wysokości wynagrodzeń uzyskiwanych przez kobiety i mężczyzn, to ze względu na rosnącą świadomość finansową i poprawiającą się pozycję zawodową kobiety coraz częściej biorą na siebie także odpowiedzialność za zarządzanie finansami. W miarę wzrostu dochodów zmieniają ulegają ich aspiracje, postawy wobec pieniądza i związane z nimi wzorce gospodarowania własnym budżetem (Kiezek, Smyczek 2012).

Zdaniem ekspertów w przyszłości kobiety będą bardziej niezależne, zaangażowane i aktywne w poszukiwaniu informacji o dostępnych usługach, oferowanych im przez instytucje finansowe. Będą także oczekiwać większej indywidualizacji kierowanych do nich ofert, w obsłudze i sposobach komunikacji. Bardziej świadome swoich praw, będą także mniej ufne wobec instytucji finansowych. Z drugiej strony kobiety mogą także czuć się „zagubione” na rynku, przytłoczone nadmiarem informacji, a przez to kierować się przy podejmowaniu decyzji raczej impulsem niż kryteriami racjonalny-

¹¹ *Portret finansowy Polki 2013*, raport Deutsche Banku, <https://www.deutschebank.pl/file-6258690.bdoc> [dostęp 3.09.2013].

mi. Zachowania te można opisywać, odwołując się do określeń używanych przez Gizę jako „adaptacyjne” lub „proaktywne” (Giza 2012) lub też jako konsumpcyjne albo nastawione na oszczędności, posługując się terminologią Karla Warneryda (Warneryd 2004). Wybór konkretnej strategii jest uzależniony od sposobu, w jaki postrzegają rzeczywistość; tj. na ile stanowi dla nich zagrożenie, i od poczucia wpływu na otaczające je zjawiska.

Kobiety, myśląc o planowaniu swojej przyszłości finansowej, są bardziej niż mężczyźni nastawione na zapewnianie poczucia bezpieczeństwa, redukovanie niepokojów i lęków niż bogactwo i akumulację. Korzystanie ze wsparcia przy podejmowaniu decyzji finansowych nieformalnego czy też formalnego, w postaci doradców finansowych, jest dla nich ważne. Można oczekiwać, że będą nastawione raczej na dobrą komunikację, zaufanie i budowanie długoterminowych relacji z doradcą niż na uzyskiwanie szybkiego, wysokiego zysku bez względu na poziom związanego z daną inwestycją ryzyka¹².

Kobiety to ważna i coraz bardziej powiększająca się część rynku finansowego. Rosnące na przestrzeni ostatnich lat dochody, wysoki poziom wykształcenia i wiedza ekonomiczna przekładają się nie tylko na chęć, ale także coraz bardziej realną możliwość współdecydowania i samodzielnego podejmowania decyzji także finansowych. Planowanie swojej przyszłości, w tym emerytury, chociaż ważne dla obu płci, wydaje się być szczególnie istotne dla kobiet. Żyją dłużej, wychodzą za mąż za starszych od siebie partnerów, co powoduje, że mają kilkakrotnie większą szansę na wdowieństwo w wieku 65 lat niż mężczyźni. Z tego też powodu zapewnienie sobie środków do życia staje się w ich przypadku szczególnie istotne, ale i obciążone większym ryzykiem.

Kiedy jednak popatrzymy, jakie produkty banki najczęściej dopasowują do potrzeb kobiet, widzimy, że pomimo deklaracji, głównym

¹² *Portret finansowy Polki 2013*, raport Deutsche Banku, <https://www.deutschebank.pl/file-6258690.bdoc> [dostęp 3.09.2013].

celem podejmowanych wobec nie zabiegów jest raczej zachęcanie do wydawania niż oszczędzania pieniędzy. Stereotyp kobiety-konsumentki trzyma się zatem mocno i nic nie wskazuje, by szybko uległ zmianie.

BIBLIOGRAFIA

- Antonides W. G., Van Raaij W. F. 2003. *Zachowanie konsumenta. Podręcznik akademicki*, WN PWN: Warszawa.
- Becker G. 1993. *Ekonomiczna teoria zachowań ludzkich*, PWN: Warszawa.
- Czapiński J. i in. 2011. *Główne wyniki i wnioski. Diagnoza Społeczna 2011 Warunki i Jakość Życia Polaków – Raport*. [Special issue]. *Contemporary Economics*, 5(3), 17–34 DOI: 10.5709/ce.18979254.54.
- Gardawski J. 1992. *Robotnicy 1991. Świadomość ekonomiczna w czasach przełomu*, Fundacja F. Eberta w Polsce: Warszawa.
- Gilejko L. 2002. *Społeczeństwo a gospodarka. Socjologia ekonomiczna*, Szkoła Główna Handlowa: Warszawa.
- Giza A. 2012. *Współczesne społeczeństwo polskie: ludzie i instytucje w procesie zmian*, [w:] A. Giza, M. Sikorska (red.), *Współczesne społeczeństwo polskie*, Wydawnictwo Naukowe PWN: Warszawa.
- Giza A., Sikorska M. (red.). 2012. *Współczesne społeczeństwo polskie*, Wydawnictwo Naukowe PWN: Warszawa.
- Kieźel E., Smyczek S. 2012. *Zachowania kobiet na rynku usług finansowych – nowe zjawiska, tendencje*, „Konsumpcja i Rozwój” nr 1.
- Kieźel E., Smyczek S. (red.). 2012. *Zachowania rynkowe kobiet. Wybory i determinanty*, Wydawnictwo PLACET: Warszawa.
- Kolarska-Bobińska L. (red.). 2004. *Świadomość ekonomiczna społeczeństwa i wizerunek biznesu*, Instytut Spraw Publicznych: Warszawa.
- Kozek W. 1988. *Typy mentalności ekonomicznej*, [w:] W. Morawski, W. Kozek (red.), *Załamanie się porządku etatystycznego*, UW Instytut Socjologii: Warszawa.
- Lisowska E. 2009. *Kobiety styl zarządzania*, Wydawnictwo Helion: Gliwice.
- Marody M. 2004. *Trzy Polski – instytucjonalny kontekst strategii dostosowawczych*, [w:] M. Marody (red.), *Wymiary życia społecznego. Polska na przełomie XX i XXI wieku*, Wydawnictwo Naukowe Scholar: Warszawa.
- Szumlicz T. 2011. *Stosunek do instytucji finansowych*, [w:] J. Czapiński i in., *Główne wyniki i wnioski. Diagnoza Społeczna 2011 Warunki i Jakość Życia Polaków – Raport*. [Special issue]. *Contemporary Economics*, 5(3), 17–34 DOI: 10.5709/ce.18979254.54.
- Titkow A. 2007. *Tożsamość polskich kobiet. Ciągłość, zmiana, konteksty*, Wydawnictwo IFiS PAN: Warszawa.
- Tyszka T. 2004. *Psychologia ekonomiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne: Gdańsk.

- Warneryd K.E. 2004. *Oszczędzanie*, [w:] T. Tyszka, *Psychologia ekonomiczna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne: Gdańsk.
- Weber M. 2002. *Gospodarka i społeczeństwo*, PWN: Warszawa.
- Wnuk-Lipiński E., Ziółkowski M. (red.). 2001. *Pierwsza dekada niepodległości. Próba socjologicznej syntezy*, ISP PAN: Warszawa.
- Wojciszke B. (red.). 2004. *Kobiety i mężczyźni: odmienne spojrzenia na różnice*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne: Gdańsk.
- Ziółkowski M. 1995. *Pragmatyzacja świadomości społeczeństwa polskiego*, [w:] *Ludzie i instytucje. Stawanie się ładu społecznego*, t. 2. Polskie Towarzystwo Socjologiczne, Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej: Lublin.
- Ziółkowski, M. 1996. *Pragmatyzacja świadomości i pluralizm strategii przystosowawczych Polaków w latach 1988–1999*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, R. LXI, zesz. 3–4.
- Ziółkowski M. 2012. *Kapitały społeczny, kulturowy i materialny i ich wzajemne konwersje we współczesnym społeczeństwie polskim*, „Studia Edukacyjne”, nr 22.