

## **Kreowanie świadomości finansowej wyzwaniem konkurencyjności w niesprzyjającym otoczeniu**

### **Wstęp**

Świadomość finansowa związana jest z inkluzją bankową i ochroną konsumentów korzystających z rynku finansowego. Jest to szczególnie ważny element w dobie kryzysu finansowego, który wyewoluował w kryzys zaufania do sektora finansowego. W szerokim znaczeniu edukacja finansowa może być rozpatrywana jako wpływ warunków ekonomicznych na decyzje finansowe podejmowane przez gospodarstwa domowe lub w wąskim, odnosząc się bezpośrednio do podstaw zarządzania finansami: planowania wpływów i wydatków, oszczędzania, inwestowania i ubezpieczania się.

Edukacja finansowa umożliwi rozwój świadomości finansowej w społeczeństwie i wykształcenie pozytywnych nawyków potrzebnych do rozsądnego zarządzania środkami finansowymi, przy uwzględnieniu celów ekonomicznych w bliższej lub dalszej perspektywie czasowej. Pogłębienie wiedzy finansowej pozwala na rozpoznanie szans i zagrożeń, które są związane z typowymi oraz nowymi produktami finansowymi przez co obywatele podejmują bardziej świadome decyzje finansowe.

Celem publikacji jest identyfikacja znaczenia świadomości finansowej społeczeństwa w obecnych warunkach funkcjonowania. Będzie on realizowany poprzez analizę poziomu wiedzy finansowej oraz weryfikację zaangażowania sektora bankowego w proces kreowania świadomości finansowej społeczeństwa.

Zastosowane metody badawcze polegają na wykorzystaniu systematycznej i porównawczej analizy pojęć, metodologii i wniosków, opublikowanych w literaturze naukowej. Przeprowadzone studia literaturowe stanowią podstawę do wnioskowania na temat konieczności dostosowania sektora bankowego do nowych warunków rynkowych, dzięki któremu możliwa będzie ocena skali i projekcja zmian w zakresie kreowania świadomości finansowej.

---

\*Dr, Zakład Bankowości, Instytut Finansów, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki, iwa.kuchciak@uni.lodz.pl, ul. Rewolucji 1905 r. nr 39, 90-214 Łódź

## 1. Determinanty edukacji finansowej

### 1.1. Pojęcie świadomości finansowej

Edukacja finansowa może zostać zdefiniowana jako „proces, w ramach którego konsumenci/inwestorzy poprawiają swoje zrozumienie produktów finansowych, pojęć i ryzyka i poprzez uzyskane informacje, instrukcje i/lub rady rozwijają umiejętność i pewność bycia bardziej świadomym ryzyka finansowego oraz możliwości podejmowania bardziej świadomych wyborów, aby wiedzieć gdzie można szukać pomocy i jakie efektywne działania można podejmować aby poprawić sytuację finansową” [*Improving Financial Literacy...*, 2005, s. 4]. Można ją traktować jako zdolność do korzystania z wiedzy i umiejętności w celu skutecznego zarządzania środkami finansowymi zapewniającego dobrobyt finansowy [Executive Order 13530, 2010, s. 1].

Edukacja finansowa stanowi uzupełnienie środków legislacyjnych służących zapewnieniu konsumentom właściwych informacji i właściwego doradztwa, a także odpowiedniej ich ochrony. Interpretowana jest także jako zdolność do formułowania osądów i podejmowania efektywnych decyzji dotyczących wykorzystywania środków pieniężnych i zarządzania nimi [*Australian Securities and Investments...*, 2011, s. 12].

Zgodnie z definicją grupy działającej w ramach OECD ds. edukacji finansowej – *International Network on Financial Education* (INFE) edukacja finansowa stanowi „połączenie świadomości, wiedzy, umiejętności, postaw i zachowań niezbędnych w celu podejmowania decyzji finansowych i prowadzących do osiągnięcia indywidualnego finansowego dobrobytu” [*Measuring Financial Literacy...*, 2011, s. 3]. Z kolei, na potrzeby prac OECD nad problematyką narodowych strategii edukacji przyjęta została definicja edukacji finansowej, zgodnie z którą jest to „proces wspierania w sposób przystępny, we właściwym miejscu i czasie dostępu do produktów i usług oraz poszerzanie ich wykorzystania przez segmenty społeczeństwa poprzez implementację już istniejących i innowacyjnych metod kształtowania świadomości finansowej i edukacji z perspektywą promowania finansowego dobrobytu na równi z włączeniem ekonomicznym i społecznym” [Grifoni, Messy, 2012, s. 11].

Komisja Europejska zdefiniowała edukację finansową jako „zdolność konsumentów i właścicieli małych przedsiębiorstw do zrozumienia produktów finansowych w celu podejmowania świadomych decyzji finansowych” [Habschick i inni, 2007, s. 8].

W ramach edukacji finansowej wyróżniane są trzy podstawowe kierunki [Briefing..., 2009, s. 24]:

- wiedza finansowa i zrozumienie przez klienta różnych form wykorzystania pieniądza i jego funkcji (np. gotówki, czeków, kredytów, pożyczek),
- umiejętności finansowe i kompetencje bazujące na posiadanej wiedzy mające wpływ na wydatkowanie środków i oszczędzanie,
- odpowiedzialność rozumiana jako świadomość posiadana przez klientów, iż podejmowane przez nich decyzje finansowe wywierają wpływ na inne osoby np. członków rodziny.

Posiadanie świadomości finansowej rozumiane jest jako kultura ekonomiczna, czyli zespół poglądów i zachowań związanych z gospodarowaniem własnymi zasobami nabytymi na skutek własnych życiowych doświadczeń, wychowania oraz wpływu środowiska społecznego. Generalnie edukacja finansowa zwiększa świadomość finansową w kilku kluczowych obszarach: ułatwia odpowiednie zarządzanie dochodami, wpływa na rozwój kultury oszczędzania, kształtuje nawyki inwestycyjne, wskazuje na znaczenie planowania finansowego oraz umożliwia dokonywanie porównania oferty produktów finansowych w celu dokonania wyboru najbardziej dostosowanego do indywidualnych potrzeb.

## **1.2. Znaczenie edukacji finansowej**

W ostatnich latach możliwy jest do zaobserwowania dynamiczny rozwój usług finansowych. Odbywa się on poprzez wdrażanie licznych innowacyjnych rozwiązań w dużej mierze opartych na nowych technologiach informatyczno-komunikacyjnych, jak również jest wynikiem postępującej globalizacji. Powoduje to, iż społeczeństwo zyskuje dostęp do coraz większej oferty produktów i usług opracowanych z myślą o najróżniejszych potrzebach i sytuacjach. Co więcej, postęp techniczny, rozwój elektronicznych kanałów dostaw oraz integracja rynków finansowych poszerzyły nie tylko wachlarz oferowanych produktów i usług finansowych, ale także możliwości dostępu do nich.

Niestety, w ślad za idącym postępowaniem w zakresie oferowanych produktów i usług, nie idzie w parze wprost proporcjonalne zainteresowanie nimi. Powodami takiej sytuacji jest chociażby powszechnie panujące przekonanie, iż niektóre produkty finansowe są zbyt skomplikowane. Wynika to z nierównego dostępu do wiedzy finansowej.

W związku z rozszerzaniem oferty oraz wzrostem stopnia skomplikowania usług finansowych na skutek innowacji i globalizacji, posiada-

nie wiedzy z zakresu finansów staje się dla obywateli coraz ważniejsze. Można przypuszczać, iż trudności na amerykańskim rynku kredytów hipotecznych dotykające klientów o niskiej zdolności kredytowej, mogły po części wynikać z niezrozumienia cech produktów kredytowych. Determinanty wzrostu istotności edukacji finansowej przedstawia tablica 1.

**Tablica 1. Główne determinanty edukacji finansowej**

Złożoność indywidualnych potrzeb	Złożoność produktów finansowych
Rosnąca niestabilność życia zawodowego	Nowe kanały dystrybucji
Ograniczenia zabezpieczeń społecznych	Deregulacja rynków finansowych
Wzrost indywidualnej odpowiedzialności	Szerszy wachlarz produktów finansowych i dynamiki powstawania nowych produktów i usług
Wzrost dobrobytu	Większa ilość informacji
Wzrost nadmiernego zadłużenia	
Wzrost oczekiwań wobec jakości życia	
Zwiększenie samozatrudnienia	

Źródło: [Habschick i inni, 2007, s. 5].

Znaczenie edukacji finansowej wynika z dwóch grup determinant. Pierwszą z nich stanowi złożoność indywidualnych potrzeb, zaś drugą złożoność produktów finansowych.

### 1.3. Identyfikacja poziomu wiedzy finansowej

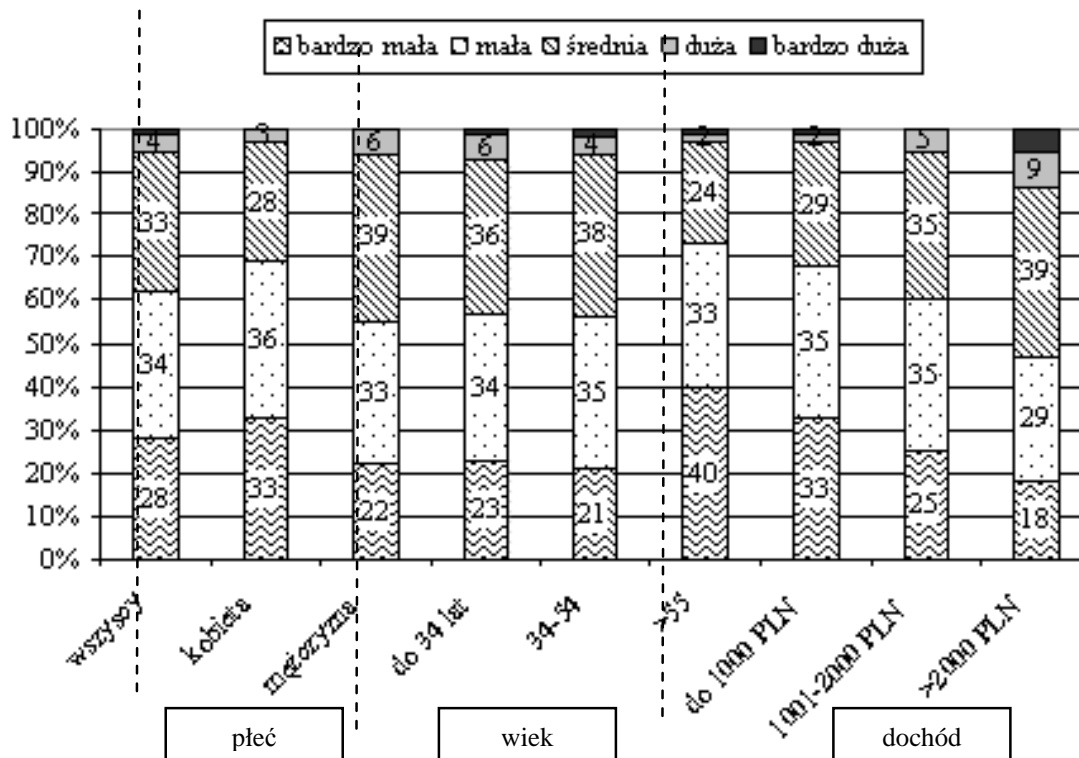
Do 2000 roku problem edukacji finansowej był rzadko poruszany w badaniach. Pewne informacje gromadzone były w USA i Wielkiej Brytanii. Dopiero w roku 2005 zostało przeprowadzone przez OECD międzynarodowe badanie, którego celem była identyfikacja poziomu wiedzy finansowej. Zgodnie z jego wynikami, aż 8 na 10 osób niepoprawnie zidentyfikowało pojęcie stopy procentowej i innych kosztów kredytu, 5 z 10 osób przyznało, iż nie rozumie produktów finansowych takich jak kredyt hipoteczny, a 2 na 10 osób nie było w stanie poprawnie odpowiedzieć na pytanie dotyczące inflacji i oprocentowania lokaty [*Improving Financial Literacy...*, 2005, s. 10–20].

Kompleksowe badania świadomości i dojrzałości ekonomicznej są prowadzone w Polsce systematycznie przez wiele ośrodków. Wspieraniem dla tych badań są sondaże, przeprowadzane co jakiś czas przez ośrodki badania opinii publicznej, które koncentrują się na pojedynczych obszarach tematycznych.

Z dostępnych wyników badań wynika, iż stan wiedzy finansowej Polaków ulega wprawdzie pewnej poprawie, lecz nadal pozostaje na niskim poziomie. Potwierdzeniem są wyniki kilku największych badań przeprowadzanych na całej populacji.

Jednym z nich jest raport z badania ilościowego przeprowadzonego przez Pentor Research International. Jego wyniki przedstawia rysunek 1.

Rysunek 1. Ocena własnej wiedzy na temat zagadnień finansowych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie: [Stan wiedzy finansowej Polaków, 2009, s. 102].

Polacy nisko oceniają stan swojej wiedzy ekonomicznej. Dwie trzecie uważa, że ma małą lub bardzo małą wiedzę na temat finansów. Ocena posiadanej wiedzy finansowej jest wyższa u mężczyzn niż u kobiet, wśród osób między 34 a 54 rokiem życia, w grupie z dochodem powyżej 2000 PLN. Niestety opinia, że wiedza ekonomiczna jest potrzebna, nie jest wcale powszechna — tylko połowa badanych sądzi, że potrzebowałyby większej wiedzy na tematy finansowe, a co czwarty jest przeciwnego zdania. Najbardziej potrzebę edukacji ekonomicznej dostrzegają osoby z wykształceniem podstawowym oraz wykształceniem wyższym. Potrzeba wiedzy w tych dwóch grupach wynika prawdopodobnie z nieco innych pobudek. Osoby z podstawowym wykształceniem prawdopodobnie często czują się niekompetentne w tym obszarze. Natomiast

u osób lepiej wykształconych istnieje większa świadomość przydatności jeszcze większej i bardziej zaawansowanej wiedzy.

Niski stan wiedzy finansowej w grupie najuboższych gospodarstw domowych [Frazer, Marlier, 2010, s. 9] potwierdził się także w badaniu przeprowadzonym przez organizację Microfinance Centre w ramach międzynarodowego projektu „*Financial Literacy for The Poor*” [Matul i inni, 2004, s. 36–37]. Niewystarczający poziom wiedzy ekonomicznej jest też charakterystyczny dla osób młodych [Majewski, 2010, s. 22–27] oraz grup społecznych narażonych na ubóstwo (osoby starsze, o niskich dochodach) [*Postawy Polaków...*, 2009, s. 6].

Jednym z większych przedsięwzięć na skalę międzynarodową było badanie przeprowadzone we współpracy Citi Foundation, CSR Europe oraz Money Advice Service. Było ono przeprowadzone w dwóch etapach. Pierwszym etapem był sondaż na Facebooku dotyczący postaw finansowych około 1200 osób w wieku 16–30 lat z Francji, Polski, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. Drugi etap dotyczył grupy wiekowej 55–64 lat, osób krótko przed emeryturą i obejmował przegląd literatury dotyczącej postaw i kompetencji finansowych, w tym raporty z badań oceniających poziom kompetencji finansowych społeczeństw i przegląd istniejących systemów edukacji finansowej. W tym etapie powstał ogólny zarys sytuacji w 27 krajach członkowskich UE i szczegółowe porównanie Francji, Polski, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii.

Z przeprowadzonych analiz wyłonił się spójny obraz niewystarczającego poziomu kompetencji finansowych osób młodych oraz w wieku przedemerytalnym. Większość młodych ludzi jeszcze nie angażuje się aktywnie w długofalowe planowanie swojej przyszłości finansowej, często ze względu na trudną sytuację finansową, w jakiej się znajduje. Jednocześnie we wszystkich krajach w grupie osób starszych wskazywano na brak kompetencji finansowych stanowiący zasadniczą barierę dla długofalowego oszczędzania i planowania finansów [*European Youth Financial Attitudes 2011*, 2011, s. 3–6].

Niekorzystny obraz edukacji finansowej w Polsce potwierdziło ostatnie badanie przeprowadzone przez OECD w 14 krajach. Pytania zadawane respondentom miały na celu zidentyfikowanie poziomu wiedzy finansowej oraz ocenę zachowań i postaw wobec takich aspektów świadomości finansowej, jak: zarządzanie budżetem domowym, krótko i długoterminowe planowanie finansowe, determinanty wyboru produktów finansowych. Zestawienie prezentujące udział procentowy

prawidłowych odpowiedzi Polaków na tle obywateli pozostałych krajów przedstawia tablica 2.

**Tablica 2. Poziom wiedzy finansowej**

Państwo	Dzielenie	Wartość pieniądza w czasie	Odsetki płacone od pożyczek	Kalkulacja kwoty zadłużenia i odsetek	Kapitalizacja odsetek i dobra odpowiedź na poprzednie pytanie	Ryzyko i zwrot	Definicja inflacji	Dywersyfikacja
Albania	89%	61%	bd	40%	10%	77%	81%	63%
Armenia	86%	83%	87%	53%	18%	67%	57%	59%
Czechy	93%	80%	88%	60%	32%	81%	70%	54%
Estonia	93%	86%	84%	64%	31%	72%	85%	57%
Niemcy	84%	61%	88%	64%	47%	79%	87%	60%
Węgry	96%	78%	95%	61%	46%	86%	91%	61%
Irlandia	93%	58%	88%	76%	29%	84%	88%	47%
Malezja	93%	62%	93%	54%	30%	82%	74%	43%
Norwegia	61%	87%	61%	75%	54%	18%	68%	51%
Peru	90%	63%	bd	40%	14%	69%	86%	51%
<b>Polska</b>	<b>91%</b>	<b>77%</b>	<b>85%</b>	<b>60%</b>	<b>27%</b>	<b>48%</b>	<b>80%</b>	<b>55%</b>
Afryka pld.	79%	49%	65%	44%	21%	73%	78%	48%
Wielka Brytania	76%	61%	90%	61%	37%	77%	94%	55%
Brytyjskie Wyspy Dziewicze	84%	74%	60%	63%	20%	83%	87%	41%

Źródło: [Atkinson, Messy, 2012, s. 7].

W Polsce odnotowano zróżnicowany poziom wiedzy finansowej. Największa liczba respondentów znała pojęcia podziału środków (91%), wartości pieniądza w czasie (77%) oraz odsetek płaconych od pożyczek (85%), najmniejsza zaś procentu składanego (21%) oraz ryzyka i zwrotu (48%) [Atkinson, Messy, 2012, s. 7].

Niski poziom edukacji finansowej powoduje, iż Polacy nie korzystają ze wszystkich możliwości jakie oferują współcześnie instytucje finansowe. Edukacja finansowa oraz zidentyfikowanie (a może nawet

wykreowanie nowych) potrzeb klientów mogą być czynnikami decydującymi o kształtowaniu strategii rozwoju rynku usług finansowych.

### **3. Rola instytucji finansowych w krzewieniu świadomości finansowej**

#### **3.1. Przyczyny zaangażowania instytucji finansowych w proces edukacji finansowej**

Istotnym faktem z punktu widzenia instytucji bankowych są wyniki badań, które wskazują na istnienie korelacji między posiadaną wiedzą ekonomiczną i korzystaniem z narzędzi finansowych. Jak potwierdzają badania, osoby, które miały najwyższy wynik testu wiedzy finansowej korzystają ze zdecydowanie największej ilości usług finansowych, np. 79% osób w tej grupie ma konto (w całej populacji 56%), dostęp do konta internetowego ma 47% (w populacji 25%), lokaty ma 20% (w populacji 10%) [*Postawy Polaków...*, 2009, s. 9]. Jedynie 7% Polaków regularnie oszczędza. Główną przyczyną tak niskich wyników jest przede wszystkim niewiedza i brak umiejętności z zakresu finansów osobistych. Niska świadomość korzyści związanych z oszczędzaniem wynika z kolei z niskiego poziomu świadomości ekonomicznej społeczeństwa polskiego [*Postawy Polaków...*, 2011, s. 16].

O poziomie świadomości ekonomicznej polskiego konsumenta może też świadczyć częstotliwość, z jaką dokonuje on zmian podmiotów oferujących usługi finansowe. Okazuje się, że 90% osób, które w ciągu ostatnich dwóch lat deklarowały korzystanie z usług banku, nie zmieniły go na inny. Z innych badań wynika, że polscy konsumenci najrzadziej zmieniają produkty finansowe i aż 59% deklaruje, że lubi korzystać z oferty jednego banku. Przyczyn nie należy bynajmniej doszukiwać się w trosce o klienta, miłej obsłudze czy skutecznych programach lojalnościowych. Klient, który nie jest świadomy różnic w usługach oferowanych przez różne instytucje, nie będzie szukał korzystniejszej oferty [Pilecka, 2008, s. 21].

Ze względu na zidentyfikowaną potrzebę edukacji finansowej stała się ona przedmiotem zainteresowania organizacji międzynarodowych. Problematyka edukacji ekonomicznej jest poruszana na szczeblu Unii Europejskiej oraz w ramach działań Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), *European Banking Federation* (EBF), *World Council of Credit Unions* (WOCCU), *European Association for The Education of Adults* (eaea).



Zarówno OECD (tablica 3), jak i Komisja Europejska (tablica 4) rekomendowały dobre praktyki, które winny być wykorzystywane przez instytucje finansowe w procesie edukacji finansowej.

**Tablica 3. Rola instytucji finansowych w edukacji finansowej według OECD**

Zalecenia OECD	Edukacja finansowa powinna być aktywnie wspierana i powinna być dostępna w sposób ciągły na wszystkich etapach życia.
	Programy edukacji finansowej powinny być starannie przystosowane do szczególnych potrzeb osób, które z nich korzystają. Osiągnięcie tego celu wymaga przeprowadzenia uprzednich badań w zakresie obecnego stanu wiedzy obywateli, tak by zidentyfikować te kwestie, w przypadku których niedostatki wiedzy są największe. Dostęp do programów powinien być łatwy.
	Konsumenci powinni możliwie wcześnie zdobyć wiedzę na tematy ekonomiczne i finansowe. Właściwe organy krajowe powinny rozważyć włączenie wiedzy z tego zakresu do programów kształcenia jako przedmiotu obowiązkowego.
	Programy edukacji finansowej powinny obejmować ogólne narzędzia uświadamiające uczestnikom konieczność poszerzenia swojej wiedzy na tematy finansowe oraz zwiększenia umiejętności oceny ryzyka.
	Wiedza z zakresu finansów przekazywana przez podmioty oferujące usługi finansowe powinna być udostępniana w sposób uczciwy, przejrzysty i bezstronny. Należy zadbać o to, by interesy konsumentów były zawsze przestrzegane.
	Osoby bezpośrednio realizujące program edukacji finansowej powinny otrzymać wystarczające środki oraz właściwe przeszkolenie, tak aby potrafiły przeprowadzić szkolenie skutecznie i z wiarą we własne umiejętności.
	Należy wspierać koordynację na szczeblu krajowym wśród zainteresowanych stron, tak aby osiągnąć jasny podział zadań, ułatwić wymianę doświadczeń oraz wykorzystywać dostępne zasoby w sposób racjonalny i odpowiednio do priorytetów. Należy również usprawnić współpracę międzynarodową między podmiotami oferującymi programy edukacji finansowej, tak aby ułatwić wymianę najlepszych praktyk.
	Podmioty oferujące programy edukacji finansowej powinny okresowo poddawać ocenie, a w razie konieczności aktualizować, realizowane programy, tak aby zawsze odpowiadały one najlepszym stosowanym rozwiązaniom.

Źródło: [Improving Financial..., 2005, s. 4].

**Tablica 4. Rola instytucji finansowych w edukacji finansowej według Komisji Europejskiej**

Zalecenia Komisji Europejskiej	Powinny zostać określone wymagania dotyczące zakresu informacji (w tym wskazania miejsca znalezienia informacji oraz dostępności porównywalnych i obiektywnych informacji na temat ryzyka i zwrotu z różnych rodzajów produktów) jakie instytucje finansowe dostarczają klientom.
	Edukacja finansowa powinna być wyraźnie oddzielona od przekazu komercyjnego. Jeżeli informacje dotyczą długoterminowych zobowiązań lub usług finansowych z potencjalnie znaczącymi konsekwencjami finansowymi instytucje finansowe powinny sprawdzić czy zostały one przeczytane i są zrozumiałe.
	Instytucje finansowe powinny być zachęcane do dostarczania informacji na kilku różnych poziomach w celu jak najlepszego zaspokojenia potrzeb klientów. Mały druk lub niezrozumiała dokumentacja nie powinny być stosowane.
	Edukacja finansowa prowadzona przez instytucje finansowe powinna podlegać regularnej ocenie w celu zapewnienia iż odpowiada ona potrzebom klientów. Może to zostać osiągnięte dzięki współpracy z niezależnymi doradcami finansowymi.
	Instytucje finansowe powinny być zachęcane do szkolenia personelu i opracowania kodeksu postępowania dotyczącego inwestowania i zaciągania zobowiązań nie związanych z oferowaniem żadnych produktów finansowych.

Źródło: [Komisja Wspólnot Europejskich, 2007, s. 9–11].

W 2005 r. OECD zarekomendowała promowanie budowania świadomości finansowej opartej na rzetelnych informacjach i wskazówkach poprzez efektywną realizację skoordynowanych programów edukacyjnych. Narodowa strategia edukacji finansowej zdefiniowana została jako „skoordynowane podejście na szczeblu krajowym do kwestii edukacji finansowej, która składa się z dostosowanych ram lub programu” [Laboul, 2012, s. 11].

Wprawdzie edukacja finansowa konsumentów jest sprawą szczebla krajowego, jednak bezsprzecznie inicjatywa ta powinna być wspierana na szczeblu międzynarodowym. Ważną rolę we wspieraniu wymiany poglądów na szczeblu paneuropejskim na temat edukacji finansowej, kształcenia konsumentów i najlepszych praktyk oraz realizacji wspólnych powinny pełnić centrale banków.

### 3.2. Przegląd aktywności podejmowanych w sektorze bankowym w obszarze edukacji finansowej

Polska wskazywana jest jako jeden z najbardziej aktywnych krajów Europy wschodniej pod względem inicjatyw mających na celu podniesienie świadomości finansowej obywateli. Pierwszoplanowa rola w kreowaniu świadomości finansowej przypada NBP, który rozwija działalność edukacyjną od 2002 r., korzystając z doświadczeń banków centralnych w innych krajach. Zasady realizacji działań edukacyjnych NBP określone zostały w regulaminie organizacyjnym Narodowego Banku Polskiego [regulamin, 2002], uchwale Zarządu Narodowego Banku Polskiego w sprawie finansowania nakładów na edukację i działalność wydawniczą oraz działalność informacyjną dotyczącą zagadnień edukacyjnych i wydawniczych Narodowego Banku Polskiego [uchwała, 2009] oraz wewnętrznym regulaminie Departamentu Edukacji i Wydawnictw [regulamin, 2009].

Wyrazem uwzględnienia problematyki edukacji finansowej w działaniach NBP było opracowanie „Strategii edukacji ekonomicznej Narodowego Banku Polskiego na lata 2010–2012” stanowiącej uszczegółowienie „Strategii zarządzania NBP na lata 2009–2012”, jednoznacznie wskazującej, iż jednym z celów strategicznych NBP przyczyniających się do realizacji wizji rozwoju NBP jest podniesienie wiedzy ekonomicznej i zwiększenie społecznej świadomości roli i misji banku centralnego w życiu gospodarczym [*Strategia edukacji...*, 2010, s. 16].

Upowszechnianie wiedzy ekonomicznej oraz wzmocnienie czołowej pozycji w działalności edukacyjnej w ramach ESBC zostało wymienione jako jeden z sześciu celów w „Planie działalności Narodowego Banku Polskiego na lata 2007–2009”. Cel ten miał być realizowany poprzez podniesienie poziomu wiedzy na temat banku centralnego, systemu bankowego i całej gospodarki, a także procesów ekonomicznych zachodzących w świecie (w tym dotyczących waluty euro) — dzięki udostępnianiu publikacji, komunikatów i strony internetowej NBP oraz wspieraniu projektów z zakresu edukacji ekonomicznej, zapewnieniu dostępu do informacji ekonomicznych osobom spoza głównych ośrodków naukowych w kraju poprzez Portal Edukacji Ekonomicznej oraz udostępnianiu użytkownikom zewnętrznym informacji statystycznych gromadzonych przez Narodowy Bank Polski [*Plan działalności Narodowego Banku...*, 2007, s. 8].

Główne nurty działań NBP są adresowane do uczniów gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych, do studentów, a także do osób, które z racji pełnionej funkcji lub wykonywanego zawodu przekazują wiedzę innym, np. nauczycieli, wykładowców, dziennikarzy, księży. Duża część programów edukacyjnych kierowana jest do całego społeczeństwa, ponieważ ważnym celem działań edukacyjnych banku jest powszechna edukacja ekonomiczna społeczeństwa.

Wśród najbardziej popularnych inicjatyw NBP należy wymienić [Polak, 2007, s. 263–264]:

- serial „Pogromczynie mitów” wyprodukowany przez Telewizję Polską SA, w ramach którego każdy z odcinków dotyczył innego zagadnienia ze świata gospodarki: banku centralnego (NBP), emisji pieniądza i fałszerstw, inflacji, nadzoru bankowego, euro, budżetu państwa, bezrobocia, roli państwa w gospodarce, kredytów i lokat;
- teleturniej „Złoty dla zuchwałych”, w którym widzowie mogli sprawdzić swoją wiedzę z sześciu obszarów tematycznych: bezrobocia i rynek pracy, wolny rynek i przedsiębiorczość, polityka pieniężna, finanse publiczne, oszczędzanie i inwestowanie oraz prywatyzacja;
- słuchowisko „Motel w pół drogi”, którego bohaterowie muszą pokonywać wiele przeszkód związanych z podjęciem własnej działalności i od podstaw poznawać zasady funkcjonowania systemu bankowego. Zderzają się z wieloma przeszkodami, o których w dotychczasowym życiu mieli raczej niewielkie pojęcie;
- akcja „Polaków portfel własny”, której celem było przekazanie kilkunastu zasad racjonalnego gospodarowania własnymi finansami, oszczędzania, inwestowania czy też planowania wydatków osobistych.

W celu wspierania działań promujących rozwój nauk ekonomicznych i edukacji ekonomicznej prowadzonej przez NBP powołana została Fundacja Narodowego Banku Polskiego. Statutowym celem Fundacji NBP jest wspieranie działań promujących rozwój nauk ekonomicznych i edukacji ekonomicznej. Fundacja NBP realizuje ten cel zarówno poprzez własne projekty, jak i poprzez udzielanie wsparcia inicjatywom innych instytucji, stowarzyszeń i osób.

W ramach podejmowanych działań mających na celu poprawę świadomości finansowej w polskim społeczeństwie można zauważyć

koncentrację na pewnych grup społecznych. Należą do nich osoby młode, seniorzy, najuboższe gospodarstwa domowe oraz mieszkańcy wsi.

Przykładem działań podjętych na najszerzą skalę nakierowanych na osoby młode jest inicjatywa o nazwie „Moje finanse” podjęta w 2005 roku przez Fundację Kronenberga przy Banku Citi Handlowy wraz z NBP i Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości dedykowana uczniom szkół ponadgimnazjalnych. Program realizowany jest od 2010 w 5 modułach:

- Polubić banki — informującym o podstawowych produktach bankowych i zasadach korzystania z nich,
- Moje inwestycje — wskazujący alternatywne wobec lokat bankach formy oszczędzania i inwestowania nadwyżek finansowych,
- Inwestycja w przyszłość — skoncentrowana na zapoznaniu z nowym systemem emerytalnym i sposobach oszczędzania na emeryturę,
- Bezpieczne finanse — traktującym o bezpieczeństwie finansów w Internecie, a także o skutkach nieprzemysłanego korzystania z usług instytucji finansowych,
- Świat finansów — informującym o systemie bankowym w Polsce, roli NBP oraz pozostałych instytucjach finansowych w Polsce i na świecie.

Bank PKO SA prowadzi specjalnie dla uczniów dedykowaną inicjatywę. Dzięki udziałowi w programie SKO uczniowie uczą się zarządzania finansami osobistymi, wyrabiają nawyk świadomego oszczędzania, zdobywają wiedzę na temat oszczędzania i roli pieniądza we współczesnym świecie oraz nabywają praktyczne umiejętności z zakresu korzystania z usług bankowych. W program ten zaangażowanych jest obecnie ponad 2 tysiące szkół.

Ważną grupą, na której skupiona jest uwaga przy podnoszeniu świadomości finansowej, są osoby starsze. Rok 2012 został ogłoszony przez UE Europejskim Rokiem Aktywności Osób Starszych i Solidarności Międzypokoleniowej. Zmiany demograficzne oraz transformacje systemów emerytalnych wymagają wzięcia większej odpowiedzialności za planowanie swojej emerytury, co z kolei otwiera większe możliwości w segmencie oszczędnościowym i nowych produktów finansowych. Niezbędne jest wykształcenie świadomości finansowej tak, aby podejmowane decyzje, były korzystne w dłuższej perspektywie czasowej.

Poza skupianiem działań podnoszących świadomość finansową na osobach młodych lub seniorach podejmowanych było i jest w Polsce

szereg działań dedykowanych osobom o niskich dochodach oraz mieszkańcom wsi lub małych miejscowości. W przypadku najuboższych gospodarstw domowych edukacja finansowa jest szczególnie ważna, ponieważ buduje zdolność do kontrolowania i lepszego zarządzania ograniczonymi finansami osobistymi. Celem edukacji finansowej jest dostarczenie ludziom o niskich dochodach wiedzy oraz kompetencji, związanych z zarządzaniem własnymi, nawet niewielkimi pieniędzmi, poprzez oszczędzanie, racjonalizację wydatków i przewidywanie. Może ona służyć jako narzędzie przeciwdziałające popadnięciu w ubóstwo lub ułatwiający wyjście z ubóstwa [Polak, 2008, s. 17–18], szczególnie, iż Polska jest państwem o wysokim ryzyku wystąpienia ubóstwa.

W odpowiedzi na te wyniki powstał projekt partnerski dofinansowywany ze środków NBP z zakresu edukacji ekonomicznej „Zaplanuj swoją przyszłość” dedykowany mieszkańcom wsi i miejscowości do 20 tysięcy mieszkańców. Jego celem było uświadomienie potrzeby edukacji ekonomicznej i finansowej, przekazanie im niezbędnej wiedzy w celu efektywnego gospodarowania własnymi środkami, umiejętnego rozpoznawania dostępnych na rynku usług finansowych i korzystania z nich poprzez cykle warsztatów trenerskich i szkoleń dotyczących edukacji finansowej, działania informacyjno-edukacyjne oraz kampanię społeczną i medialną [Gontarek, 2009, s. 5].

## Zakończenie

W strategii edukacji ekonomicznej Narodowego Banku Polskiego na lata 2010–2012 podkreślono, że „stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków jest wysoce niesatysfakcjonujący. Brakuje zarówno wiedzy o instytucjach, jak i praktycznych umiejętności korzystania z instrumentów finansowych. Istotnym zagrożeniem są również stereotypy, mity i błędne przekonania dotyczące zagadnień ekonomicznych. O dużym znaczeniu polityki edukacji ekonomicznej może świadczyć silny związek pomiędzy jakością edukacji ekonomicznej a rozwojem gospodarczym. Bez świadomego ekonomicznie i finansowo społeczeństwa nie jest możliwy stabilny wzrost gospodarczy. Wobec powyższego istnieje konieczność prowadzenia kompleksowych działań edukacyjnych, ukierunkowanych na przekazywanie wiedzy, jak również kształtowanie świadomości Polaków jako klientów instytucji finansowych” [Strategia..., 2009, s. 6].

Po roku 2008 Polacy krytyczniej oceniają również poziom własnej wiedzy o bankowości. Przed okresem spowolnienia gospodarczego poczucie zrozumienia zachodzących zjawisk oraz procesów ekonomicznych, a także deklarowana wiedza o produktach bankowych była większa niż obecnie. Dopiero spowolnienie gospodarcze uświadomiło klientom banków konsekwencje związane z korzystaniem z niektórych produktów finansowych. Brak podstawowej wiedzy z zakresu finansów potęgował poczucie zagrożenia i niepewności wśród klientów banków.

Z tego względu niezbędna jest kontynuacja działań na poziomie ogólnokrajowym mających na celu pogłębianiu świadomości finansowej Polaków i wykształcenie praktycznych umiejętności gospodarowania środkami finansowymi. W celu zapewnienia skuteczności tych działań powinny one być realizowane we współpracy zarówno sektora publicznego, jak i prywatnego poprzez instytucje rządowe i samorządowe, organizacje środowiskowe i konsumenckie oraz instytucje infrastruktury rynku finansowego.

Powszechności takiej edukacji nie zapewni sama edukacja szkolna, gdyż nie jest i nie będzie ona dobrym i aktualnym źródłem wiedzy o ciągle zmieniającym się świecie finansów. Dlatego tak ważne dla krajobrazu edukacji finansowej w Polsce są inicjatywy edukacyjne wpisane w strategię instytucji finansowych.

Konsument wyposażony w wiedzę ma świadomość możliwości, jakie daje rynek finansowy. Przekłada się to na zwiększony popyt na bardziej skomplikowane i innowacyjne instrumenty finansowe. Wpływa też na zwiększenie zaufania w stosunku do elektronicznych kanałów dystrybucji, pozwalających na znaczne obniżenie kosztu obsługi. Edukacja ekonomiczna nie powinna być postrzegana jako jedyny środek zmniejszający asymetrię informacji pomiędzy dostawcami usług finansowych a ich klientami, ale raczej jako czynnik komplementarny w stosunku do regulacji zapewniających właściwy poziom ochrony klientów i odpowiedzialne zachowanie instytucji finansowych.

## Literatura

1. Atkinson, A., Messy F. (2012), *Measuring Financial Literacy: Results of The OECD / International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study*, „OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions” No. 15, OECD Publishing, Paris.

2. *Briefing Paper Compendium on Financial Services Issue 2008–2009* (2009), European Parliamentary Financial Services, Brussels.
3. *European Youth Financial Attitudes 2011* (2011), Enterprise 2020, December, Brussels.
4. Executive Order 13530, President's Advisory Council on Financial Capability (2010), January 29, Washington, DC.
5. Frazer H., Marlier E. (2010), *In-Work Poverty and Labour Market. Segmentation in EU, Synthesis Report, Overview Based on The National Reports Prepared by The EU Network of Independent Experts on Social Inclusion*, December, Brussels.
6. Gontarek B., Kolbusz A., Stachańska K., Kosidło A. (2009), *Zaplanuj swoją przyszłość. Poradnik dla uczestników szkoleń z zakresu edukacji finansowej*, Fundacja Wspomagania Wsi, Warszawa.
7. Grifoni A., Messy F. A. (2012), *Current Status of National Strategies for Financial Education. A Comparative Analysis and Relevant Practices*, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions No. 16, OECD Publishing, Paris.
8. Habschick M., Seidl B., Evers J. (2007), *Survey of Financial Literacy Schemes in The EU 27*, VT Markt/2006/26H – Final Report, November, Hamburg.
9. *Improving Financial Literacy. Analysis of Issues and Policies* (2005), OECD, Paris.
10. Komunikat Komisji. Edukacja finansowa (2007), Komisja Wspólnot Europejskich, KOM (2007) 808, Bruksela.
11. Laboul A. (2012), *National Strategies for Financial Education*, Columbia-OECD-World Bank, Conference on Financial Education, 31 October, Cartagena.
12. Majewski B. (2010), *Badanie świadomości i podstaw wiedzy ekonomicznej wśród uczestników programów edukacyjnych skierowanych do najmłodszych*, „E-mentor” nr 2 (34).
13. Matul M., Pawlak K., Fałkowski J. (2004), *Priorytety wzmacniania edukacji finansowej wśród ubogich rodzin w Polsce*, październik, FMC Research Paper, Warszawa.
14. *Measuring Financial Literacy: Questionnaire and Guidance Notes for Conducting an Internationally Comparable Survey of Financial Literacy*, (2011), OECD/INFE, Paris.



15. *National Financial Literacy Strategy* (2011), Australian Securities and Investments Commission, March, dostępny na stronie: <http://www.financialliteracy.gov.au/media/218309/financial-literacy-and-behavioural-change.pdf>, dostęp dnia 30.05.2013.
16. Pilecka K. (2008), *Świadomy klient poszukiwany*, Miesięcznik Finansowy „Bank” nr 2.
17. *Plan działalności Narodowego Banku Polskiego na lata 2007–2009* (2007), NBP, Warszawa.
18. Polak M. (2008), *Edukacja finansowa i przedsiębiorczość sposobem na biedę*, „E-mentor” nr 3 (25).
19. Polak M. (2007), *Edutainment w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych i edukacji ekonomicznych*, w: *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna*, Wachowiak P., Dąbrowski M., Majewski B. (red.), Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych, Warszawa.
20. *Postawy Polaków wobec oszczędzania* (2009), raport Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, TNS Pentor, Warszawa.
21. *Postawy Polaków wobec oszczędzania* (2011), raport Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, TNS Pentor, Warszawa.
22. *Recommendation on Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness* (2005), Recommendation of The Council, OECD, Paris.
23. Regulamin Departamentu Edukacji i Wydawnictw Narodowego Banku Polskiego z dnia 15 stycznia 2009 roku.
24. Regulamin organizacyjny Narodowego Banku Polskiego, wprowadzony na mocy uchwały Zarządu Narodowego Banku Polskiego Nr 54/2002 z dnia 14 października 2002 r. ze zm.
25. *Stan wiedzy finansowej Polaków* (2009), raport Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, Dom Badawczy Maison.
26. *Strategia edukacji ekonomicznej Narodowego Banku Polskiego na lata 2010–2012* (2010), Departament Edukacji i Wydawnictw NBP, Warszawa.
27. Uchwała Zarządu Narodowego Banku Polskiego z dnia 15 stycznia 2009 roku w sprawie finansowania nakładów na edukację i działalność wydawniczą oraz działalność informacyjną dotyczącą zagadnień edukacyjnych i wydawniczych Narodowego Banku Polskiego Nr 11/2009, zmieniona uchwałami Nr 19/2009, Nr 36/2009 oraz Nr 32/2011.

**Streszczenie**

Świadomość finansowa związana jest z inkluzją bankową i ochroną konsumentów korzystających z rynku finansowego. Jest to szczególnie ważny element w dobie kryzysu finansowego, który wyewoluował w kryzys zaufania do sektora finansowego.

Celem publikacji jest identyfikacja znaczenia świadomości finansowej społeczeństwa w obecnych warunkach funkcjonowania. Będzie on realizowany poprzez analizę poziomu wiedzy finansowej oraz weryfikację zaangażowania się sektora bankowego w proces kreowania świadomości finansowej społeczeństwa.

**Słowa kluczowe**

edukacja finansowa, świadomość finansowa, banki

**Creating Financial Awareness as The Challenge of Competitiveness in Unfavourable Environments (Summary)**

Financial awareness is linked to banking inclusion and protection of consumers benefiting from the financial market. This is especially important in an era of financial crisis that evolved in the crisis of confidence in the financial sector.

The purpose of the publication is to identify the importance of financial awareness among society in present conditions. It will be carried out through analysis of the level of financial knowledge and commitment to verification of the banking sector in the process of creating financial awareness society.

**Keywords**

financial education, financial awareness, banks

