

Miscellanea

*Maria Michalina Sadłocha**

BANKI W OCZACH MŁODZIEŻY LICEALNEJ NA PODSTAWIE BADANIA ANKIETOWEGO

WSTĘP

Banki należą do instytucji, których funkcjonowanie jest regulowane wieloma – często rygorystycznymi – przepisami. Ich celem jest z jednej strony zapewnienie stabilności i bezpieczeństwa działalności banków, z drugiej przejrzystość i ochrona interesów klientów. Duże znaczenie dla stabilności działalności banków ma dobra opinia i zaufanie społeczne. Ich poziom, jak i czynniki na niego wpływające, są systematycznie monitorowane przez banki oraz inne instytucje publiczne. Z przeprowadzonego wiosną 2016 roku przez TNS Polska na zlecenie ZBP badania dotyczącego wizerunku polskiego sektora bankowego wynika, że 48% osób powyżej 15 roku życia ma dobrą ogólną opinię o sektorze bankowym (złą deklarowało 10%), natomiast zaufanie do banków deklarowało ponad 61% ankietowanych¹. Wśród dostępnych badań trudno odnaleźć wyniki dotyczące stosunku młodzieży szkół ponadgimna-

* Maria M. Sadłocha jest studentką New York University (NYU), New York USA, absolwentką Liceum Ogólnokształcącego im. Stefana Batorego w Warszawie.

Autorka składa serdeczne podziękowania Wicedyrektorowi Liceum im. Stefana Batorego panu Krzysztofowi Ściechowskiemu za okazaną życzliwość, nauczycielom za wyrozumiałość i zgodę na przeprowadzenie ankiet w trakcie prowadzonych przez nich zajęć, a także wszystkim kolegom i koleżankom, którzy wzięli udział w badaniu.

¹ W badaniach tych wyróżniono m.in. przedział wiekowy 15–19 lat, a w przypadku statusu zawodowego respondenta wydzielono grupę uczniowie i studenci mieszczącą się w grupie wiekowej 15–24 lata. *Reputacja polskiego sektora bankowego 2016*, https://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/images/kwiecien_2016/konferencja/2016_04_27_slajdy_na_konferencje_v3_3.pdf

zjalnych (grupa wiekowa 15–19 lat) do sektora bankowego, czy jej opinii na temat banków. W przeprowadzonych ogólnopolskich badaniach dotyczących stosunku społeczeństwa do banków, oceny poziomu wiedzy ekonomicznej i korzystania z usług bankowych, analizą objęto grupę wiekową 15–24 lata lub grupę społeczno-zawodową – uczniowie i studenci². Jedynym dostępnym w Internecie opracowaniem obejmującym uczniów szkół ponadgimnazjalnych jest raport z ogólnopolskiego badania dotyczącego aktywności finansowej dzieci i młodzieży w Polsce³.

Usługi bankowe dla dzieci i młodzieży związane z prowadzeniem rachunku bankowego występują obecnie w ofercie niemal każdego banku. W dłuższej perspektywie może to służyć bankom do pozyskania na dłużej dochodowego klienta. Mając na uwadze, że grupa młodzieży ponadgimnazjalnej obejmuje osoby kończące 18 lat, mogące już samodzielnie otworzyć rachunek, a tym samym zdecydować o wyborze banku, dziwi małe zainteresowanie ze strony banków opinią i zaufaniem tej grupy klientów. Tym bardziej, że od kilku lat systematycznie w środkach masowego przekazu pojawiają się informacje o nierzetelnym i nieprofesjonalnym zachowaniu banków wobec klientów, zaś poprawa nadszarpniętego wizerunku jest bardzo trudna w drodze krótkoterminowych przedsięwzięć. Na tle dostępnych w mediach opinii o polskim sektorze bankowym, Autorka postanowiła rozpoznać opinię i stosunek młodzieży do banków na przykładzie uczniów liceum, do którego uczęszczała.

1. CHARAKTERYSTYKA BADANIA

Badanie przeprowadzono wśród uczniów Liceum Ogólnokształcącego im. Stefana Batorego w Warszawie. Jego celem było poznanie opinii oraz nastawienia uczniów tej szkoły do banków działających w Polsce. Natomiast przy analizie wyników, gdzie to tylko było możliwe, porównano otrzymane wyniki z wynikami innych badań, np. dla grupy wiekowej 15–24 lata czy grupy społeczno-zawodowej uczniowie/studenci, wskazując na stwierdzone podobieństwa i różnice.

² M.in.: *Diagnoza Społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, J. Czapiński, T. Panek (red.), Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2015; *Stan wiedzy świadomości ekonomicznej Polaków*, badanie zrealizowane przez Konsorcjum Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” i Grupa IQS dla Departamentu Edukacji i Wydawnictw NBP, Warszawa 2015; T. Koźliński, *Wybrane wyniki badania Polaków nt. Korzystania z usług bankowych i płatności 2016*, Narodowy Bank Polski, Departament Systemu Płatniczego, styczeń 2017, Raporty Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy.

³ Badanie zawiera informacje dotyczące dochodów, oszczędności oraz korzystania z usług bankowych. Objęto nim m.in.: 1800 uczniów – po 600 z każdego typu szkoły (podstawowej, gimnazjalnej oraz ponadgimnazjalnej). W szkołach ponadgimnazjalnych badaniem objęci zostali tylko uczniowie klas drugich. *Aktywność finansowa dzieci i młodzieży w Polsce. Wyniki badania ilościowego*, Konsorcjum: Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” i IQS-Quant Group, Warszawa listopad 2014.

Dobór respondentów był podyktowany głównie stosunkowo łatwą dostępnością ankietowanych osób (tzw. próba okolicznościowa) oraz możliwościami organizacyjno-technicznymi przeprowadzenia ankiety. Specyfika grupy respondentów – uczniów liceum znajdującego się w pierwszej dziesiątce najlepszych liceów ogólnokształcących w Polsce oraz Rankingu Maturalnego – może rzutować na uzyskane wyniki, ale jednocześnie może być ciekawym punktem odniesienia do podobnych analiz w innych środowiskach.

Metodą zastosowaną w badaniu była ankietyzacja, która została przeprowadzona wśród licealistów na podstawie wcześniej przygotowanego kwestionariusza składającego się z 16 pytań, w tym:

- ❖ 11 pytań jednokrotnego i wielokrotnego wyboru, z możliwością dodania komentarza w przypadku wyboru opcji „inne”,
- ❖ 4 pytań otwartych,
- ❖ 1 pytania z prośbą o uszeregowanie odpowiedzi według stopnia ważności.

Pytania dotyczyły korzystania z usług bankowych, źródeł dochodów, wiedzy o sektorze bankowym oraz postrzegania banków.

Badanie miało charakter anonimowy, a zostało przeprowadzone w czerwcu i lipcu 2016 roku w formie ankiety papierowej lub elektronicznej. Forma papierowa dotyczyła uczniów klas I i II i była przeprowadzona podczas zajęć w czerwcu – przed zakończeniem roku szkolnego. Natomiast forma elektroniczna ankiety została przeprowadzona za pośrednictwem portalu społecznościowego Facebook i była skierowana do uczniów klas trzecich.

**Tabela 1. Charakterystyka badanej grupy uczniów
Liceum im. Stefana Batorego w Warszawie**

Klasa	Wypełnione ankiety		Płeć respondentów ^a				Edukacja finansowo-ekonomiczna (zajęcia w szkole)			
			K		M		Nie		Tak, w liceum	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
I	43	28,9	25	16,2	18	11,7	1	0,7	42	28,2
II	95	63,7	74	48	23	14,9	2	1,3	93	62,4
III	11	7,4	7	4,6	7	4,6	2	1,3	9	6,1
Razem	149	100	106	68,8	48	31,2	5	3,3	143	96,7

^a Różnica między liczbą ankiet a sumą ankietowanych według płci wynika z zakreślenia przez 5 osób obu płci. W ankiecie nie zastosowano więcej opcji w tym zakresie, co staje się coraz powszechniejsze. Facebook już w 2014 roku w wersji angielskiej umożliwił wybór jednej z ponad 50 opcji płci.

Źródło: opracowanie własne.

Ankiety wypełniło 149 uczniów, przy czym najwięcej wśród uczniów klas drugich, a najmniej klas trzecich (por. tabela 1).

Z rozmów z niektórymi potencjalnymi respondentami wynikało, że do stosunkowo niskiej zwrotności ankiety elektronicznej wśród uczniów klas trzecich przyczynił się głównie okres przeprowadzenia ankiety (po zakończeniu roku szkolnego i w czasie rekrutacji na studia). Trzeba uwzględnić, że wypełnianie ankiet nie należy do ulubionych zajęć młodzieży, co było widoczne podczas przeprowadzanej ankietyzacji w klasach. Nieliczni uczniowie odmówili wypełnienia ankiety, ale w przypadku pozostałych brak odpowiedzi odnotowano tylko kilka razy. Ponadto uczniowie chętnie dodawali komentarze odnoszące się do poszczególnych zagadnień, które wyjaśniały często dokonany wybór odpowiedzi.

Zdecydowaną przewagę wśród ankietowanych stanowili uczniowie klas II (63%), a z uwagi na płeć – kobiety (69%). Prawie 97% licealistów deklaroowało, że w trakcie nauki szkolnej miało zajęcia z ekonomii (podstawy przedsiębiorczości, finanse osobiste, ekonomia w praktyce itp.)⁴. Tak wysoki odsetek uczniów deklaruujących zajęcia z ekonomii, to bez wątpienia zasługa programu nauczania w szkole, do której uczęszczają. Wszyscy wskazali bowiem, że zajęcia z ekonomii były w liceum, chociaż do wyboru w pytaniu mieli także szkołę podstawową i gimnazjum. Często podkreśla się, jak ważna jest edukacja ekonomiczna w trakcie nauki szkolnej i jak duży wpływ ma na poziom wiedzy i świadomości ekonomicznej. Wyższy poziom wiedzy ekonomicznej to przesłanka podejmowania świadomych i odpowiedzialnych decyzji ekonomicznych oraz ograniczania zjawiska wykluczenia czy nadmiernego zadłużania⁵.

2. ZACHOWANIA FINANSOWE

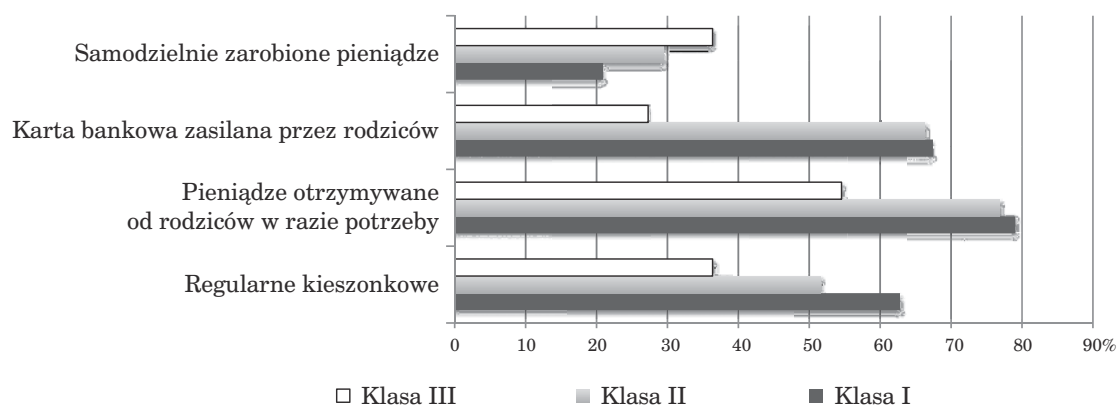
Wszyscy badani uczniowie deklarowali, że dysponują pieniędzmi na własne wydatki⁶. Głównie są to środki otrzymywane od rodziców, chociaż ponad 1/4 ankietowanych także samodzielnie zarabia na własne wydatki (zob. rysunek 1).

⁴ W badaniu *stanu wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków* w grupie wiekowej 15–24 lata takie zajęcia deklaroowało 46%. Był to zarazem najwyższy wynik wśród wszystkich wydzielonych w badaniu grup wiekowych. *Stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków*, s. 59.

⁵ M. Penczar, *Edukacja a wykluczenie finansowe – przyczyny i mechanizmy działania*, [w:] *Rola edukacji finansowej w ograniczaniu wykluczenia finansowego*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2014, s. 45–58.

⁶ W przypadku badania aktywności finansowej dzieci i młodzieży w Polsce, uwzględniającego tylko uczniów klas drugich szkoły ponadgimnazjalnej, dysponowanie pieniędzmi na własne wydatki zadeklaroowało 76%; przy czym regularne kieszonkowe deklaroowało 35% ankietowanych, a na wsparcie finansowe rodziców może liczyć 45% wszystkich ankietowanych. Porównując do tych wyników odpowiedzi udzielone tylko przez uczniów klas drugich, widoczne są wyraźne różnice. Zdecydowanie więcej drugoklasistów w badanym liceum otrzymuje regularnie kieszon-

Rysunek 1. Źródła finansowania wydatków licealistów, w podziale na klasy



Źródło: opracowanie własne.

Możliwość zaznaczenia kilku odpowiedzi oraz uszeregowanie ich według stopnia ważności pozwoliło ustalić, że:

- ❖ 54% wszystkich ankietowanych otrzymuje regularne kieszonkowe; 76% może liczyć na wsparcie rodziców, kiedy tego potrzebują; 64% dysponuje kartą bankową zasilaną przez rodziców; prawie 28% samodzielnie zarabia na własne wydatki,
- ❖ 28% ankietowanych dysponuje środkami finansowymi tylko z jednego źródła, pozostali z dwóch i więcej,
- ❖ dla uczniów, którzy otrzymują kieszonkowe, stanowi ono podstawowe źródło pokrywania własnych wydatków, a pozostałe możliwości traktowane są jako dodatkowe,
- ❖ dla 30% ankietowanych podstawowe źródło pokrywania własnych wydatków stanowią pieniądze otrzymywane od rodziców, zawsze kiedy potrzebują, a dla 10% – karta bankowa zasilana przez rodziców; przy czym aż połowa z nich (20%) nie dysponuje pieniędzmi z innych źródeł – nie otrzymuje regularnie kieszonkowego ani nie zarabia samodzielnie,
- ❖ 7% uczniów ma do dyspozycji tylko kieszonkowe, 10% – tylko środki otrzymywane od rodziców po zgłoszeniu takiej potrzeby, 5% dysponuje tylko kartą bankową zasilaną przez rodziców, a 2,7% ma do dyspozycji tylko samodzielnie zarobione pieniądze (są to wyłącznie uczniowie klas trzecich).

Z analizy wynika, że niewielu uczniów badanego liceum ma silne ograniczenia finansowe i nawet kiedy otrzymują regularnie kieszonkowe, mogą liczyć na dodatkowe wsparcie rodziców. Największy odsetek takich uczniów charakteryzuje klasa I, a najmniejszy klasy III. Dość powszechnie przyjmuje się, że systematycz-

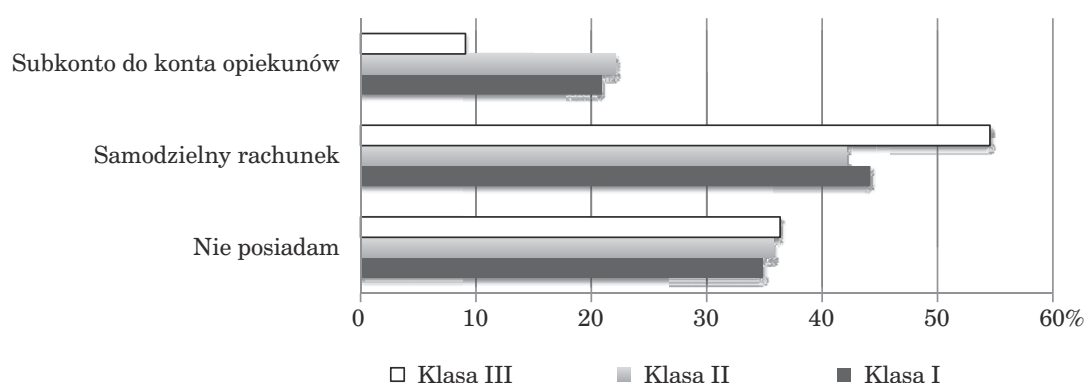
kowe, a 72% z nich dysponuje dodatkowo pieniędzmi otrzymywanymi od rodziców. *Aktywność finansowa dzieci i młodzieży w Polsce...*, op. cit., s. 8–9.

nie wypłacane kieszonkowe, a także konto pod nadzorem rodziców, uczy dzieci i młodzież zarządzania finansami, a przynajmniej oszczędzania. Mając to na uwadze, można raczej negatywnie ocenić stosunkowo dużą dostępność do środków finansowych rodziców, nawet gdy ci ostatni mają kontrolę nad wydatkami swoich dzieci (przynajmniej co do kwot). Pozytywnie natomiast to, że mimo dostępności środków finansowych, aż 28% ankietowanych dysponuje samodzielnie zarobionymi pieniędzmi – największy odsetek uczniów klas trzecich (ponad 36%).

Ponad 64% ankietowanych deklarowało posiadanie rachunku w banku – samodzielnego lub jako subkonto do konta rodziców. Wynik ten zdecydowanie przewyższa wartości otrzymane w ogólnopolskim badaniu aktywności finansowej młodzieży dla klas drugich szkół ponadgimnazjalnych. W nim tylko 24% wszystkich ankietowanych zadeklarowało, że ma konto bankowe⁷. Natomiast w przypadku badania dotyczącego korzystania z usług bankowych i płatności, posiadanie konta osobistego w grupie wiekowej 18–24 lata deklarowało 58% ankietowanych⁸.

Odsetek uczniów dysponujących rachunkiem niewiele różni się między klasami (zob. rysunek 2). Ale uwzględniając rodzaj rachunku, różnice są już wyraźne. Samodzielny rachunek ma znacznie większy odsetek uczniów klasy III niż klas I i II. Jest to zrozumiałe z uwagi na osiągnięcie przez nich pełnoletności, a tym samym możliwość samodzielnego otwarcia konta, wraz z wyborem banku zgodnie z własnymi preferencjami. Z doświadczenia oraz z rozmów z rówieśnikami wynika, że nawet w przypadku, kiedy inicjatywa założenia rachunku wychodziła od dziecka, to o wyborze banku z reguły decydowali rodzice. Najczęściej był to bank lub jeden z banków, z którego usług sami korzystali.

Rysunek 2. Struktura odpowiedzi na pytanie dotyczące posiadania rachunku bankowego w podziale na klasy



Źródło: opracowanie własne.

⁷ *Ibidem*, s. 13.

⁸ T. Koźliński, *Wybrane wyniki badania Polaków nt. Korzystania z usług...*, op. cit.

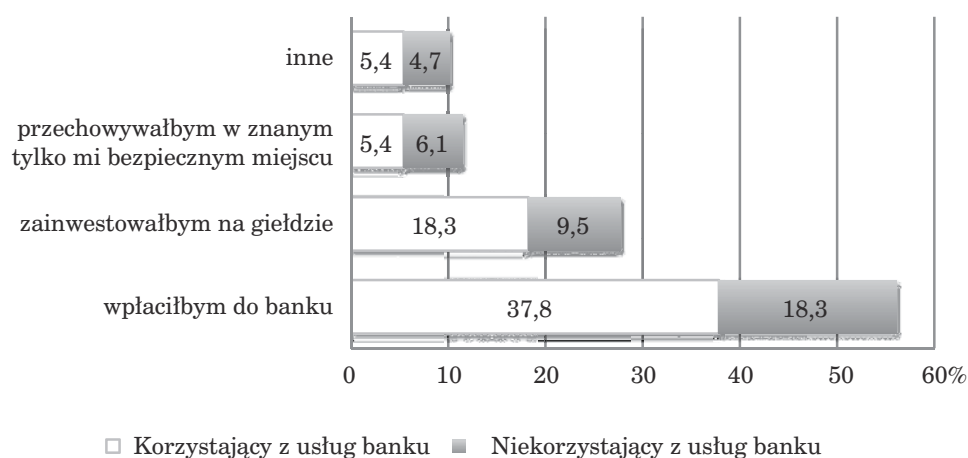
Konta bankowego nie ma 36% ankietowanych, w tym:

- ❖ 43% licealistów, którzy otrzymują systematycznie kieszonkowe,
- ❖ 49% licealistów, którzy samodzielnie zarabiają na własne wydatki.

Ponad 65% licealistów korzysta z kart bankowych, głównie debetowych (90% z nich). Natomiast korzystanie z kart kredytowych (limit dzienny 200–500 zł) deklarowały osoby mające własny rachunek. 5% ankietowanych nie mających rachunku bankowego korzysta z debetowej karty bankowej wydawanej do konta rodziców lub karty prepaidowej. Z tego wynika, że ponad 64% ankietowanych korzysta co najmniej z dwóch produktów bankowych i jest to wynik zdecydowanie wyższy niż w dostępnych wynikach badań ogólnopolskich⁹.

Zaskakujące są odpowiedzi dotyczące zagospodarowania nadwyżek pieniężnych. Ponad 11% ankietowanych jest zwolennikami przechowywania pieniędzy w znanym tylko im bezpiecznym miejscu¹⁰, a wśród nich jest aż 47% korzystających z usług bankowych (zob. rysunek 3). Największy odsetek przechowujących pieniądze stanowili uczniowie klas I. Natomiast uczniowie klas III w ogóle nie brali pod uwagę takiej możliwości.

Rysunek 3. Struktura preferencji w zakresie zagospodarowania nadwyżek pieniędzy, w podziale na osoby korzystające i niekorzystające z usług banków



Źródło: opracowanie własne.

⁹ W ogólnopolskim badaniu stanu wiedzy i świadomości dla grupy wiekowej 15–24 lata, w której mieszczą się ankietowani licealiści – korzystanie z 2 do 4 produktów bankowych zadeklarowało 51% respondentów. *Stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków...*, op. cit., s. 30.

¹⁰ W badaniu opinii na temat oszczędzania aż 13% respondentów deklarowało, że trzyma oszczędności w domu. *Oszczędzanie długoterminowe – opinie, postawy i oczekiwania polskiego społeczeństwa*, Raport z badania. TNS Polska dla Związku Banków Polskich, listopad 2014, https://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/images/listopad_2014/konferencja_prasowa/Raport_2014_11_25_oszczedzanie_dlugoterminowe_pelny.pdf, s. 8.

W przypadku klas II największy odsetek (ponad 65%) deklaroowało, że nadmiar pieniędzy wpłaciłoby do banku. **Wśród 56%** wszystkich ankietowanych, którzy wskazali tę opcję, 68% dysponuje rachunkiem bankowym. Na inwestycje giełdowe natomiast wskazał największy odsetek uczniów klas III, ale i ponad 1/3 uczniów klas I. W przypadku odpowiedzi 'inne', uczniowie najczęściej wymieniali:

- ❖ inwestycje w nieruchomości, dzieła sztuki czy złoto,
- ❖ zaangażowanie w startupy,
- ❖ zakup jednostek funduszy inwestycyjnych,
- ❖ rozpoczęcie działalności gospodarczej.

Prawie 5% deklaroowało wydanie pieniędzy dla przyjemności czy oddanie biednym, a nieliczni, że nadmiar pieniędzy w ich przypadku jest sytuacją niemożliwą. Żaden ankietowany nie wybrał możliwości udzielenia pożyczki znajomym na korzystnych dla niego warunkach, a tylko kilka osób wskazało na więcej niż jedną opcję. Preferencje ankietowanych różnią się znacznie między klasami I i II a III. Trzecioklasiści wskazali w pierwszej kolejności na inwestycje giełdowe, potem inne możliwości inwestycyjne (w tym przeważały inwestycje w nieruchomości), a na końcu ulokowanie pieniędzy w banku. Natomiast dla pozostałych klas preferencje były zgodne z rysunkiem 3. Interesujące jest to, że zdecydowanie większy odsetek uczniów klas I niż klas II nadwyżki pieniędzy zainwestowałoby na giełdzie, jak i we własną działalność gospodarczą.

3. BANKI I DZIAŁALNOŚĆ BANKOWA

Zdecydowanej większości respondentów (77%) słowo „bank” kojarzy się bardzo praktycznie, bo z podmiotem świadczącym usługi związane z pieniędzmi – głównie usługami depozytowo-kredytowymi (63%). 14% ankietowanych poza podstawowymi usługami banku wskazało także usługi z zakresu pośrednictwa finansowego, działalności inwestycyjnej, leasingowej czy walutowej. Dla 5% respondentów **słowo „bank” kojarzyło się z konkretnymi nazwiskami – najczęściej Petru, Balcerowicz, Kondrat czy Belka.** Co ciekawe, mimo że w wielu reklamach banków występują aktorzy i inni celebryci, to nazwisko Marka Kondrata (bynajmniej nie należącego do aktorów młodego pokolenia) było wymienione jako jedyne i to kilka razy. Ponadto w przypadku kojarzenia słowa „bank” z konkretnym bankiem pojawiały się takie banki, jak PKO BP SA, PeKaO SA, Alior, NBP. 27% respondentów wpisało takie skojarzenia, jak:

- ❖ wszechobecne reklamy,
- ❖ napady i rabunki,
- ❖ kredyty frankowe,
- ❖ miejsce pracy rodzica czy innego krewnego,
- ❖ garnitury i skórzane teczki,

- ❖ chciwość i spekulacja,
- ❖ nowoczesne budynki,
- ❖ Amber Gold,
- ❖ powaga i odpowiedzialność,
- ❖ bezpieczne przechowywanie środków.

Analiza ujawnionych skojarzeń młodzieży ze słowem „bank” wskazuje, że mają one związek z najbliższym otoczeniem, a także z aktualnymi wydarzeniami na rynku finansowym, w szczególności zaś widoczne jest „echo” doniesień medialnych.

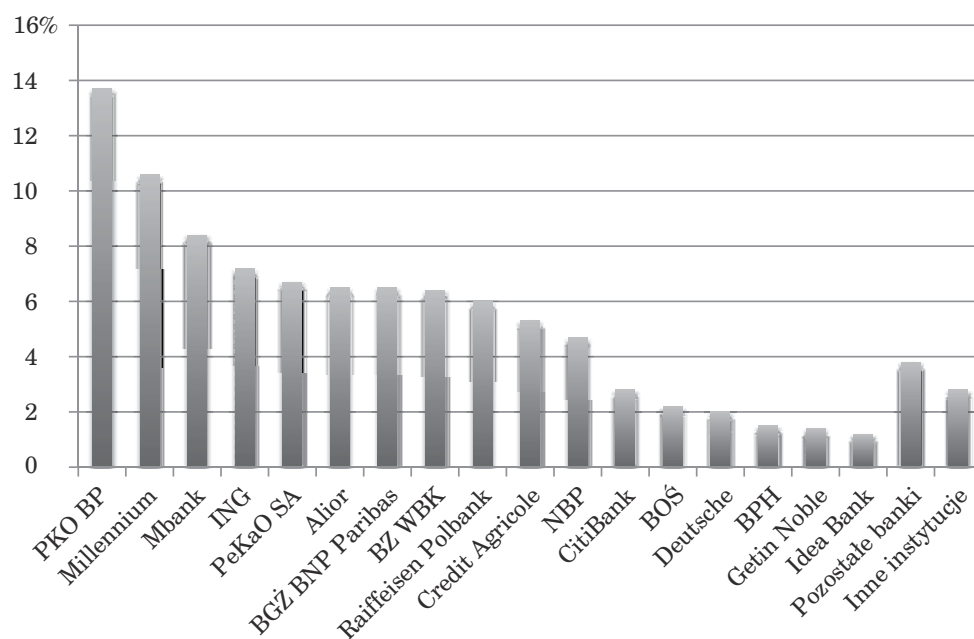
Z wszystkich ankietowanych tylko 22 osoby (14,8%) nigdy nie były w banku, a 79% było w banku więcej niż raz. Przy czym w banku nie było ok. 10% licealistów deklarujących posiadanie rachunku bankowego i 22% tych, którzy deklarowali brak rachunku bankowego. Na pytanie dotyczące różnic w wyglądzie placówki bankowej i innych znanych miejsc handlowo-usługowych (np. punktów operatorów komórkowych, sklepów ze sprzętem elektronicznym) odpowiedziało 85,2% respondentów. Udzielone odpowiedzi podzielono na grupy obejmujące różnice dotyczące:

- ❖ organizacji pracy – zwróciło na nią uwagę najwięcej osób (ponad 26% ankietowanych) – wskazywano na wydzielone stanowiska do obsługi klientów, wyposażenie każdego stanowiska w komputer, dyskretne załatwianie spraw, zapewnienie prywatności, ale także długie kolejki,
- ❖ bezpieczeństwa – w tym przypadku zwracano uwagę na strażników, zainstalowane kamery i czujniki, alarmy, grube szyby (ok. 12% ankietowanych),
- ❖ wystroju – charakterystyka wystroju zdominowana została przez takie określenia, jak: czystość, nowoczesność, ekskluzywność, elegancja, duża przestrzeń i wygoda, kolorystyka zgodna z logo banku, ale też chłodna atmosfera i nieprzyjazność (10% ankietowanych),
- ❖ pracowników obsługi (9% ankietowanych) – pracowników określano jako profesjonalnych, pomocnych, uprzejmych, elegancko ubranych, ale także, i to wielokrotnie, sztywnych.

Aż 23% respondentów uważało, że bank niczym nie różni się od innych placówek handlowo-usługowych, a wśród nich dominowały osoby, które były w banku więcej niż raz. Banki zrównywano również z biurami turystycznymi, urzędami czy pocztą. W kilku przypadkach pojawił się komentarz, że bank to jedyne miejsce, gdzie po wejściu nie wiadomo, do kogo podejść, czy takie, w którym człowiek czuje się skrepowany.

Pozytywnie zaskakują odpowiedzi na pytanie dotyczące znajomości banków w Polsce. Mimo stosunkowo ograniczonego czasu na wypełnienie kwestionariusza, aż ok. 10% ankietowanych wymieniło ponad 10 banków, a najwięcej ankietowanych (68%) wymieniło od 4 do 9 banków. Wśród wymienionych nazw (razem 846) najczęściej pojawiał się bank PKO BP SA, Millennium, MBank, ING (zob. rysunek 4).

Rysunek 4. Najczęściej wymieniane przez respondentów banki w Polsce



Źródło: opracowanie własne

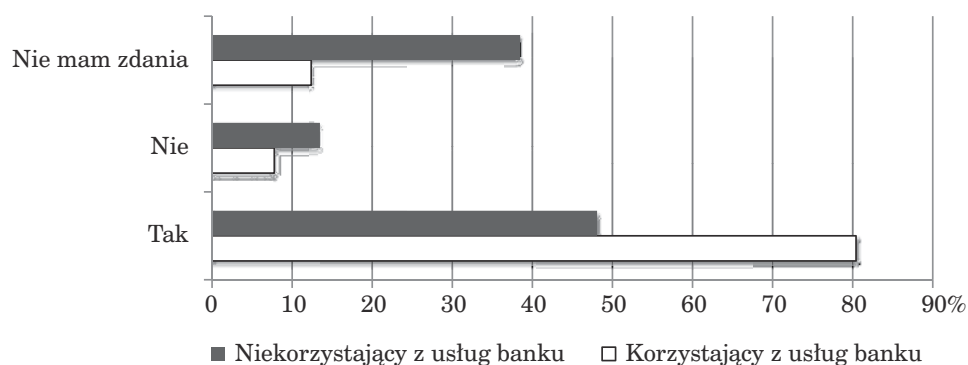
Licealiści nie mieli najmniejszego problemu z odpowiedzią na pytanie, co mogą załatwić w banku. 75% wymieniło podstawowe czynności depozytowo-kredytowe i rozliczeniowe. Prawie 16% ankietowanych wymieniło dość szeroki zakres usług – oprócz podstawowych jeszcze inne, m.in.: operacje walutowe, czekowe, inwestycje w papiery wartościowe, leasing, fundusze inwestycyjne, wymianę zniszczonych pieniędzy, skrytki sejfowe czy wniosek 500 plus. Przy czym należy zauważyć, że ponad 90% z nich było więcej niż raz w banku, a ponad 78% korzysta z usług bankowych (rachunek, karta bankowa). Były również odpowiedzi typu: wszystkie usługi finansowe, wszystko związane z pieniędzmi, czy też bardziej niestandardowe, jak: rozstrój nerwowy lub strata pieniędzy.

Należy zaznaczyć, że cztery z pięciu zadanych w tym bloku pytań były pytaniami otwartymi, a udzielone odpowiedzi świadczą o dobrej orientacji uczniów w badanym zakresie. Respondenci wiedzą, jakie podstawowe usługi banki oferują, korzystają z nich, widzą różnice między bankami, a także zwracają uwagę na doniesienia medialne dotyczące sektora.

Bezpieczeństwo. W odpowiedziach na pytania otwarte dotyczące skojarzeń ze słowem „bank” oraz cech wyróżniających bank od innych podmiotów handlowo-usługowych na rynku, ponad 10% ankietowanych zwróciło uwagę na bezpieczeństwo, a kilka osób wymieniło odpowiedzialność. Na pytanie, czy powiedzenie „pewne jak w banku” jest aktualne – pozytywnie odpowiedziało niespełna 30%

ankietowanych (50% uznało powiedzenie za nieaktualne, a 20% nie miało na ten temat zdania). Grupa ponad 30% ankietowanych, którzy uznali powiedzenie „pewne jak w banku” za nieaktualne, jednocześnie uznała swoje pieniądze w banku za bezpieczne. Natomiast 8% ankietowanych jednocześnie zanegowało aktualność powiedzenia i bezpieczeństwo pieniędzy w banku (zob. rysunek 5).

Rysunek 5. Struktura odpowiedzi na pytanie, czy pieniądze w banku są bezpieczne, w podziale na osoby korzystające i niekorzystające z usług banków



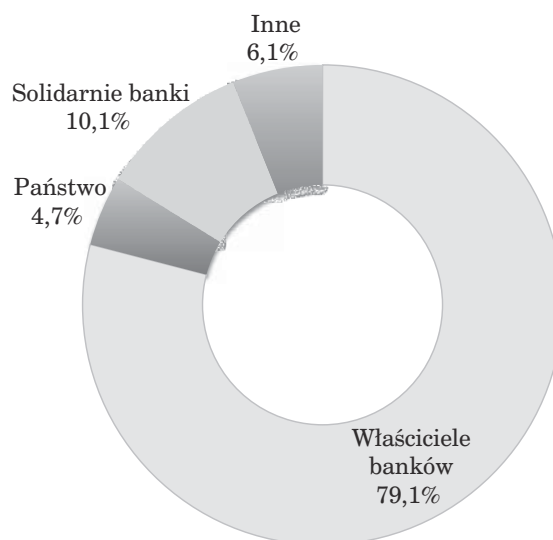
Źródło: opracowanie własne.

Dla ankietowanych bezpieczeństwo pieniędzy w banku jest przede wszystkim postrzegane przez pryzmat wyższych standardów technicznych zabezpieczeń placówek bankowych czy dostępu do konta. Z tego względu zdeponowanie pieniędzy w banku może jawić się jako bezpieczniejsze niż przechowywanie ich w domu czy noszenie w portfelu. Poza tym powiedzenia „pewne jak w banku”, czy „masz to jak w banku”, nie odnosi się tylko do bezpieczeństwa środków pieniężnych, ale do całej działalności bankowej, stosunku do klienta, a przede wszystkim niezawodności. Tak też przypuszczalnie jest postrzegane przez ankietowanych. Bank może odmówić udzielenia kredytu albo pożyczki, natomiast zniknięcie pieniędzy z konta wydaje się mało prawdopodobne.

Zaskakująca jest duża zgodność odpowiedzi dotyczących ponoszenia kosztów zwrotu pieniędzy klientów w przypadku upadłości banku (zob. rysunek 6).

W kategorii inne uczniowie wskazali przede wszystkim takie podmioty, jak: BFG, NBP, Bank Światowy, a także UE. W komentarzach dopisywano różnicowanie odpowiedzialności podmiotów w zależności od przyczyny upadłości, czy ustalenie i solidarne obciążenie wszystkich podmiotów oraz osób odpowiedzialnych.

Rysunek 6. Struktura odpowiedzi na pytanie, kto powinien ponosić koszty zwrotu pieniędzy klientów w przypadku upadłości (bankructwa) banku?



Źródło: opracowanie własne.

4. OPINIA O BANKACH

W literaturze często podkreśla się kluczowe znaczenie zaufania społecznego dla działalności bankowej. Jest ono postrzegane jako główny czynnik stabilizujący zachowania klientów związane z lokowaniem oszczędności na rachunkach bankowych oraz warunkiem prawidłowego funkcjonowania banków¹¹. W ostatnich badaniach w tym zakresie podkreśla się, że – mimo niesprzyjających informacji w mediach o stosowanych przez banki nieuczciwych praktykach wobec klientów w postaci niedozwolonych klauzul w zawieranych umowach czy nierzetelnych, wprowadzających w błąd reklam, również zamieszania związanego z kredytami mieszkaniowymi w CHF czy problemów w sektorze banków spółdzielczych – poziom zaufania do banków, ogólna opinia o nich, a nawet wskaźnik reputacji utrzymują się od wielu lat na dość wysokim poziomie¹².

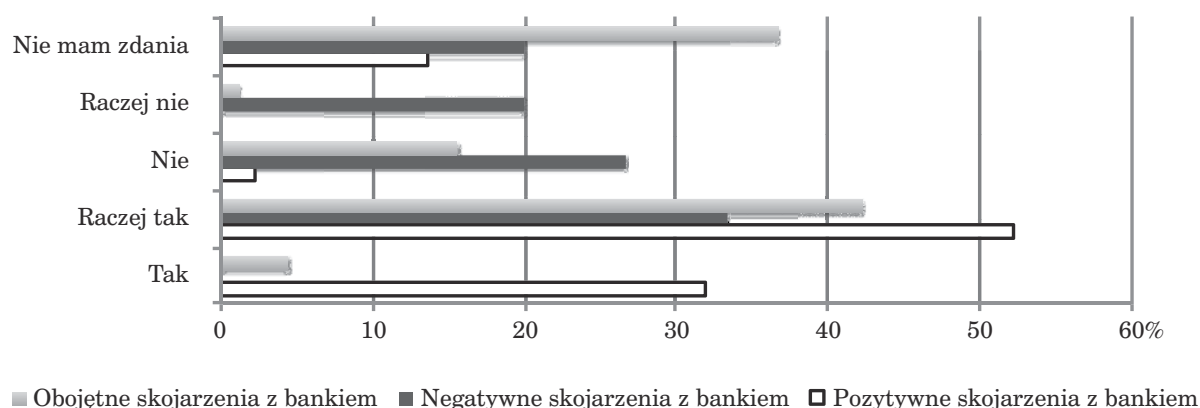
¹¹ J. Szambelańczyk, *Kapitał społeczny jako warunek stabilności systemu bankowego*, [w:] *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, J. Szambelańczyk (red.), Związek Banków Polskich, Warszawa, s. 103.

¹² W badaniu „Reputacja polskiego sektora bankowego 2016” zaufanie do banków działających w Polsce deklarowało 61% wszystkich ankietowanych, 48% – miało dobrą ogólną opinię o banku. Jednak wyliczony dla banków wskaźnik reputacji (Indeks TRIM) był najniższy dla grupy wiekowej 15–19 lat, charakteryzującej uczniów szkoły ponadgimnazjalnej. *Reputacja polskiego sektora bankowego 2016... , op. cit.*

W przypadku ankietowanych licealistów pozytywne skojarzenia z pojęciem bank ma ponad 29% ankietowanych. Najczęściej są to osoby korzystające z usług banku (dysponujące rachunkiem bankowym i kartą płatniczą). Negatywne skojarzenia z bankiem ma ok. 10% ankietowanych – 80% z nich deklaruje, że było więcej niż raz w banku, ale jednocześnie połowa z nich nie ma ani rachunku ani karty płatniczej, przy tym 73% uważa powiedzenie „pewne jak w banku” za nieaktualne. Większość ankietowanych, tj. 60,4%, ma skojarzenia z bankiem obojętne.

Tylko 12% ankietowanych licealistów uznało bank za instytucję zdecydowanie przyjazną młodym ludziom (odpowiedzi tak), a za bardziej przyjazną niż nieprzyjazną 44% (odpowiedzi raczej tak) (por. rysunek 7).

Rysunek 7. Struktura odpowiedzi na pytanie, czy uważasz bank za instytucję przyjazną młodym ludziom, uwzględniająca rodzaj skojarzenia z bankiem

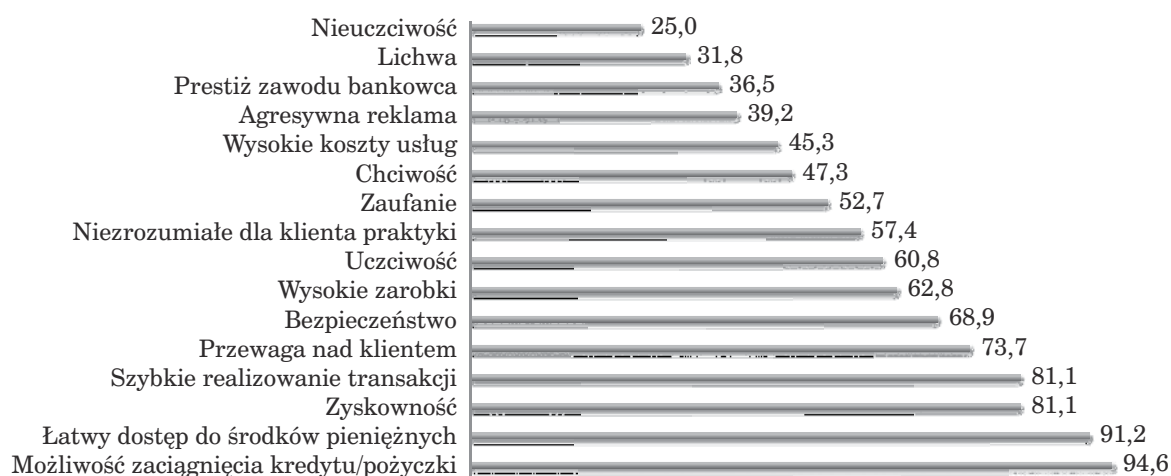


Źródło: opracowanie własne.

Co drugi ankietowany, który miał negatywne skojarzenia z pojęciem bank, uznał go za instytucję nieprzyjazną młodym ludziom. Jednocześnie zdecydowanie lepiej oceniają przyjazność banku osoby, które mają pozytywne i obojętne skojarzenia z bankiem, a nadto korzystają z usług banków. Wobec tych ostatnich nie można jednak stwierdzić, czy korzystanie z usług było przyczyną dobrej opinii, czy też dobra opinia skłoniła do korzystania z usług banków.

Ankietowanym bank kojarzy się przede wszystkim ze świadczonymi usługami – możliwością zaciągnięcia kredytu/pożyczki oraz łatwym dostępem do środków pieniężnych (por. rysunek 8).

Natomiast w diagnozie społecznej – w wyodrębnionej grupie społeczno-zawodowej – uczniowie i studenci – zaufanie do banków deklarowało 36,2% ankietowanych – w tym 3,5% deklarowało duże zaufanie, a 32,7% – umiarkowane. Podobne wyniki uzyskano w trzech innych grupach: emeryci i renciści, bezrobotni oraz bierni zawodowo. *Diagnoza Społeczna 2015...*, op. cit., s. 83–84.

Rysunek 8. Rodzaj skojarzeń z pojęciem bank i ich częstotliwość (w %)

Źródło: opracowanie własne.

Ważne dla bankowców może być to, tylko co drugiemu respondentowi bank kojarzy się z zaufaniem, podobnie jak z niezrozumiałymi praktykami dla klienta i chciwością. Uczniowie niekorzystający z usług banku nieco częściej niż pozostali kojarzyli bank z takimi określeniami, jak:

- ❖ możliwość zaciągnięcia kredytu/pożyczki – 96,2%,
- ❖ zyskowość – 92%,
- ❖ niezrozumiałe dla klienta praktyki – 69%,
- ❖ wysokie koszty usług – 54,9%,
- ❖ chciwość – 49%
- ❖ agresywna reklama – 41,2%,
- ❖ nieuczciwość – 33,3%.

Nie dziwi wysoka pozycja zyskowości w opinii o banku – zarówno z nauki historii, lektur czy filmów, jak i współczesnych doniesień medialnych, sektor bankowy wypracowuje od lat duże zyski – rokrocznie określane wręcz jako rekordowe. Jednak, gdy wprowadzić kryterium korzystania z usług banku, częstotliwość odpowiedzi tworzących relatywnie korzystniejszy wizerunek banków jest zdecydowanie większa.

Mimo że ponad połowie ankietowanych bank kojarzy się z wysokimi zarobkami, a 36,5% z prestiżem zawodu bankowca, to chciałoby w nim pracować zaledwie 4% ankietowanych. 65,8% zdecydowanie nie chciałoby pracować w banku, a nie wyklucza takiej możliwości – 30,2%. Zaś ankietowani, którzy zadeklarowali chęć pracy w banku, to same kobiety, głównie uczennice klasy I, nie mające negatywnych skojarzeń ze słowem „bank” i uważające bank za przyjazny młodym ludziom. Ale zaskakujące jest, że ponad 83% z nich nadmiar pieniędzy zainwestowałaby na giełdzie. Na małą atrakcyjność pracy w banku wpływ ma nie tylko postrzeżenie

banku, ale także samej pracy, która młodym ludziom może kojarzyć się z wykonywaniem czynności bardziej technicznych niż rozwojowych czy kreatywnych. Dla bankowców nie są to optymistyczne informacje, gdyż w przyszłości może okazać się, że liczba kandydatów do pracy nie pozwoli im na wybór tych najlepszych.

PODSUMOWANIE

Analiza odpowiedzi i zgromadzonych podczas badania informacji pozwoliła na rozpoznanie zachowań finansowych licealistów, ich wiedzy na temat działalności banków, a także ogólnej opinii o bankach. Potwierdzono wniosek wynikający z porównywalnych ogólnopolskich badań, a dotyczący zależności między korzystaniem z usług bankowych a opinią na temat banków. Ankietowani, którzy osobiście korzystali z usług bankowych, oceniali bank lepiej niż pozostali. Potwierdzono również wniosek, że największy wpływ na postrzeganie banków – oprócz własnych doświadczeń – wywiera najbliższe otoczenie, najczęściej rodzina i przyjaciele. Nie mniej jednak wyraźnie widoczny jest również wpływ na opinię ankietowanych doniesień medialnych.

Ankietowanych charakteryzują także typowe dla młodych ludzi zachowania. Dotyczą one między innymi stosunku do pieniędzy. Deklaracje badanych licealistów na temat skłonności do oszczędzania wskazują, że są one raczej niewielkie. W badanej grupie nie sprzyja temu przede wszystkim zapewniona przez rodziców stosunkowo duża dostępność środków finansowych. Ponadto dość wyraźne jest instrumentalne traktowanie pieniądza – jako środka do zaspokajania potrzeb czy spełniania przyjemności. W świetle informacji respondentów o ich pozaszkolnej aktywności może to świadczyć raczej o skupianiu się licealistów na pozyskaniu, w tym zarobieniu pieniędzy na swoje bieżące potrzeby, niż na oszczędzaniu.

Aktywność finansowa ankietowanych różni się w zależności od rocznika. W zakresie źródeł finansowania wydatków występują widoczne różnice między uczniami klas I i klas III, w przypadku korzystania z usług bankowych zróżnicowanie dotyczy rodzaju rachunków, kart bankowych, a także preferencji lokowania nadwyżek pieniężnych. Wyniki w zakresie korzystania z usług bankowych oraz wiedzy na temat działalności bankowej pozytywnie wyróżniają badanych licealistów na tle porównywalnych grup w badaniach ogólnopolskich, co stosunkowo łatwo wytłumaczyć charakterystyką statusu społeczno-ekonomicznego uczniów badanego liceum.

Podejście licealistów do banków jest bardzo pragmatyczne – zwracają głównie uwagę na przydatność oraz dostępność usług, a zdecydowana mniejszość z nich ma emocjonalny charakter. Bank jest postrzegany jako jeden z wielu usługodawców na rynku, który oferuje usługi finansowe, a nie podmiot szczególny, który wymaga innego traktowania. Natomiast kategoria bezpieczeństwa w odniesieniu do banków pojmowana jest bardzo wąsko – jako zabezpieczenie przed kradzieżą pieniędzy

lub też danych osobowych. Niezbyt duże zainteresowanie ze strony banków już pozyskanymi najmłodszymi klientami i ich potrzebami znajduje wyraz w neutralnej ocenie przyjazności banku młodym ludziom. Wreszcie na tle obowiązujących zasad gwarantowania depozytów podkreślić trzeba, że w przypadku bankructwa banku respondenci czynią odpowiedzialnymi za zwrot pieniędzy deponentom jego właścicieli.

Streszczenie

Opracowanie zawiera wyniki badania ankietowego przeprowadzonego wśród uczniów Liceum Ogólnokształcącego im. Stefana Batorego w Warszawie, a dotyczącego ich opinii i stosunku do banków. Odpowiedzi analizowano z punktu widzenia preferencji i działań finansowych respondentów, a także wiedzy o bankach i ich działalności. Uzyskane wyniki – gdy było to możliwe – odniesiono do wyników ogólnopolskich badań w tym zakresie (dla grupy wiekowej 15–24 lata lub grupy społeczno-zawodowej uczniowie i studenci). Na podstawie analizy odpowiedzi stwierdzono, że wyniki uzyskane w zakresie korzystania z usług bankowych oraz wiedzy na temat działalności bankowej pozytywnie wyróżniają ankietowanych licealistów na tle porównywalnych grup w badaniach ogólnopolskich. Potwierdzono także zależność między osobistym korzystaniem z usług bankowych a lepszą opinią na temat banków, jak również duży wpływ najbliższego otoczenia (rodziny, przyjaciół) na ogólną opinię o bankach. Respondenci bardzo wąsko traktują bezpieczeństwo w działalności banków, a za zwrot depozytów w przypadku upadłości banku czynią odpowiedzialnymi jego właścicieli.

Słowa kluczowe: sektor bankowy, młodzież licealna, zaufanie do banków, zachowania finansowe młodzieży, wiedza finansowa

Abstract

The paper includes the comprehensive results of the survey research conducted among the Batory High School students in Warsaw, concerning students' opinion and attitude towards banks. The analysis of the results considers financial preferences and activity of the participants, as well as their overall knowledge of banks and their functioning. The results, where possible, have been compared to the previous outcome of the nationwide research in this field (the group of people aged 15–24 or the socio-vocational group – students). Based on the analysis, the results achieved by the high school students in terms of their usage of banking services and their knowledge of bank functioning are significantly higher than the results

achieved in the nationwide survey. The strong relationship between personal usage of the banking services and better opinion on banks, as well as great influence of the closest environment (family, friends) on the overall opinion on banks have been confirmed. Respondents interpret the concept of bank safety very narrowly and they make bank shareholders responsible for deposit pay-out in the case of bankruptcy.

Key words: banking sector, high school students, financial behaviour of youth, confidence in banks, financial knowledge

Bibliografia

Aktywność finansowa dzieci i młodzieży w Polsce. Wyniki badania ilościowego, Konsorcjum: Fundacja Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” i IQS-Quant Group, Warszawa listopad 2014.

Diagnoza Społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków. Raport, J. Czapiński, T. Panek (red.), Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2015.

Koźliński T., *Wybrane wyniki badania Polaków nt. Korzystania z usług bankowych i płatności 2016*, Narodowy Bank Polski, Departament Systemu Płatniczego, styczeń 2017, http://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot_bezgotowkowy/Polacy-na-temat-uslug-bankowych_2016.pdf

Oszczędzanie długoterminowe – opinie, postawy i oczekiwania polskiego społeczeństwa, Raport z badania, TNS Polska dla Związku Banków Polskich, listopad 2014, https://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/images/listopad_2014/konferencja_prasowa/Raport_2014_11_25_oszczedzanie_dlugoterminowe_pelny.pdf

Penczar M., *Edukacja a wykluczenie finansowe – przyczyny i mechanizmy działania*, [w:] *Rola edukacji finansowej w ograniczaniu wykluczenia finansowego*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk 2014.

Reputacja polskiego sektora bankowego 2016, https://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/images/kwiecien_2016/konferencja/2016_04_27_slajdy_na_konferencje_v3_3.pdf

Stan wiedzy świadomości ekonomicznej Polaków, badanie zrealizowane przez Konsorcjum Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” i Grupa IQS dla Departamentu Edukacji i Wydawnictw NBP, Warszawa 2015.

Stan wiedzy finansowej Polaków, Raport Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, Dom Badawczy Maison, wrzesień 2009, http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/fk_badania_01.pdf.

Szambelańczyk J., *Kapitał społeczny jako warunek stabilności systemu bankowego*, [w:] *Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje w opiniach ekonomistów polskich*, J. Szambelańczyk (red.), Związek Banków Polskich, Warszawa 2009.