

Ewa Cichowicz

Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Instytut Gospodarstwa Społecznego,
Kolegium Ekonomiczno-Społeczne
ewa.cichowicz@sgh.waw.pl.

DZIAŁANIA BANKÓW KOMERCYJNYCH W ZAKRESIE EDUKACJI EKONOMICZNEJ JAKO METODA WALKI Z WYKLUCZENIEM FINANSOWYM

Streszczenie: W artykule podjęto próbę ukazania zagadnienia edukacji ekonomicznej (ze szczególnym uwzględnieniem działań podejmowanych przez przedsiębiorstwa komercyjne z sektora bankowego) jako jednej z inicjatyw, które są wykorzystywane do walki z wykluczeniem finansowym. W związku z tym poruszono problematykę sieci wzajemnych powiązań, jakie zachodzą pomiędzy rozwiązaniami realizowanymi w instytucjach finansowych a zjawiskiem ekskluzji finansowej, które występuje nie tylko w krajach o niższym poziomie rozwoju społeczno-gospodarczego (do których przynależy Polska), ale także w krajach wysokorozwiniętych. Rozwiązania, o których mowa, wpisują się natomiast w ramy koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) oraz w działalność z zakresu edukacji ekonomicznej, a przez to przyczyniają się do poprawy świadomości ekonomicznej obywateli. Wskazano przy tym najważniejsze przyczyny, dla których banki komercyjne aktywnie włączają się w proces ograniczania wykluczenia finansowego społeczeństwa. Oprócz tego, w części empirycznej przeprowadzono analizę rozwiązań wykorzystywanych przez wybrane banki komercyjne działające w Polsce w celu poprawy stanu wiedzy na temat dynamicznie zmieniających się rynków finansowych i ich mechanizmów oraz produktów na nich oferowanych. Owe działania banków, zgodnie z założeniami, mają prowadzić do wykształcenia pozytywnych nawyków oraz podejmowania przez gospodarstwa domowe właściwych (racjonalnych) decyzji finansowych. Za konieczne uzupełnienie uznano nakreślenie możliwych, a jednocześnie niezwykle pożądanых z punktu widzenia społeczeństwa i gospodarki kierunków zmian w aktywności banków komercyjnych w sferze edukacji ekonomicznej.

Słowa kluczowe: edukacja ekonomiczna, edukacja finansowa, wykluczenie finansowe, świadomość ekonomiczna, społeczna odpowiedzialność biznesu

Klasyfikacja JEL: D14, D18, G21, I24, I38, M14.

THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS IN THE FIELD OF ECONOMIC EDUCATION AS A METHOD OF COMBATING FINANCIAL EXCLUSION

Abstract: This article attempts to show the issues of economic education (with particular emphasis on actions taken by commercial enterprises from the banking sector) as one of the initiatives which are used to the fight against financial exclusion. Therefore, it discusses the network issues of interrelationships that exist between the solutions implemented in financial institutions and the financial exclusion phenomenon that takes place, not only in countries with lower levels of socio-economic development (including Poland), but also in highly-developed countries. Solutions referred to are contained within the concept of corporate social responsibility (CSR) and the activities of economic education, and through it helping to improve the economic awareness of citizens. It is also identifies the main reasons why commercial banks actively participate in the process of reducing the financial exclusion of society. In addition, an analysis of the solutions used by selected commercial banks in Poland for improving knowledge of the rapidly changing financial markets and their mechanisms and products offered on them was conducted. These bank activities, according to assumptions, should lead to positive habits and helping households make appropriate (rational) financial decisions. As a necessary supplement, changes in the activity of banks in the field of economic education which would be possible and desirable from the point of view of society and economy were presented.

Keywords: economic education, financial education, financial exclusion, economic literacy, corporate social responsibility.

Wstęp

W artykule podjęto zagadnienie dotyczące działań, jakie inicjowane są przez banki w Polsce w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, a ukierunkowanych na rozwój edukacji finansowej oraz poprawę świadomości ekonomicznej jednostek. Aktywność, o której mowa, jest jednym z najważniejszych narzędzi wywierającym wpływ na poziom ubankowienia społeczeństwa, który z kolei znajduje swoje odzwierciedlenie w poziomie wykluczenia finansowego

obywateli. Przeciwdziałanie oraz ograniczanie ekskluzji finansowej staje się coraz większym wyzwaniem, zwłaszcza z perspektywy globalnego kryzysu gospodarczego z początków XXI wieku. Wydarzenia, które zaobserwowano na rynkach finansowych, a ponadto związane z nimi konsekwencje obejmujące swoim zasięgiem nie tylko systemy ekonomiczno-społeczne ogółem, ale i ujawniające się w mikroskali (konkretnych gospodarstw domowych), obnażyły zbyt niską wiedzę jednostek na temat funkcjonowania rynków finansowych i ich mechanizmów. Wiele osób cały czas nie jest wystarczająco świadomych (a niekiedy – w ogóle) skutków decyzji, jakie podejmują w zakresie zarządzania finansami osobistymi¹. Przy jednoczesnym pojawianiu się coraz bardziej nowoczesnych produktów bankowych prowadzi to do nieracjonalności dokonywanych wyborów, a w ślad za tym – pojawiania się w gospodarstwach domowych problemów finansowych, znacznego obniżenia statusu ekonomicznego czy wykluczenia o charakterze finansowym lub nawet społecznym.

Konieczność podjęcia przez władze nadzorcze działań mających na celu poprawę bezpieczeństwa i stabilności systemu finansowego (co zarazem zwiększyłoby zaufanie do banków) spowodowała zaostrenie zasad obowiązujących w sektorze bankowym. Jedną z konsekwencji tych zmian było zwiększenie poziomu kryteriów związanych z kondycją ekonomiczną potencjalnych kredytobiorców². Polityka taka przyczyniła się natomiast do ograniczenia grupy klientów bankowych, którzy chcą lub muszą zrealizować potrzebę pozyskania środków finansowych. Stając się wykluczonymi przez banki, osoby te poszukują innych źródeł finansowania. Nie mogąc uzyskać kredytu w instytucjach działających na rynku regulowanym, korzystają z usług instytucji typu *shadow banking*, które nie podlegają organom nadzoru. Również ze względu na zagrożenia związane z tą sytuacją (np. nadmierne zadłużanie się, zawyżone koszty obsługi zadłużenia, wadliwe prawnie zapisy w umowach), rośnie znaczenie edukacji ekonomicznej. Rozwiązania stosowane w jej ramach umożliwiają bowiem zwiększenie świadomości jednostek w obszarze usług finansowych i podmiotów je oferujących.

Z drugiej strony należy również pamiętać o obowiązujących uregulowaniach, które nakładają na banki konieczność podejmowania działań mających w szczególności za zadanie poprawienie polityki informacyjnej (m.in. w zakresie przejrzystości), rzetelności oraz uczciwości prowadzonej polityki

¹ Dowodem na to może być choćby, ujawniony z niezwykłą siłą w styczniu 2015 roku, tzw. problem kredytów hipotecznych zaciągniętych we frankach i wysokości spłacanych rat, uzależnionych od kursu tej waluty.

² Przykładem mogą być rekomendacje S i T wydane w 2013 roku przez Komisję Nadzoru Finansowego, które dotyczą dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi [KNF 2013a, 2013b].

marketingowej, zapewnienie odpowiednich standardów usług doradczych czy uwzględnienie praw i interesów konsumentów (w tym – w całości trwania procesu kredytowego). Wskazać tu można na przykład Ustawę z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, której zapisy nakładają na kredytodawcę między innymi obowiązek podania w reklamach w sposób jednoznaczny, zrozumiały oraz przejrzysty istotnych informacji, wskazanych przez ustawodawcę, w tym ceny z uwzględnieniem wszystkich jej składników (odsetkowych i pozaodsetkowych). Ponadto banki muszą udzielać potencjalnym klientom wyjaśnień umożliwiających podjęcie decyzji zawarcia umowy o kredyt konsumencki oraz podać na trwałym nośniku podstawowe informacje o kredycie. Takie działania mają w związku z tym z założenia przyczyniać się do poprawy świadomości ekonomicznej jednostek, stanowiąc zarazem obowiązek uczestniczenia instytucji sektora bankowego w procesie edukacji ekonomicznej społeczeństwa.

Ze względu zaś na to, że skutki niewłaściwych zachowań jednostek widoczne są w ramach całych systemów społeczno-ekonomicznych, w tym także w sferze działalności bankowej, istnieje wiele podmiotów zainteresowanych poprawą stanu świadomości ekonomicznej obywateli i obniżeniem poziomu wykluczenia finansowego społeczeństwa. Bez wątpienia można do nich zaliczyć instytucje z sektora publicznego, jak chociażby banki centralne, organy nadzorcze rynku finansowego (w Polsce – Komisję Nadzoru Finansowego) czy rządy. Jeszcze innym rodzajem podmiotów, które biorą udział w procesie walki z wykluczeniem finansowym i które przyczyniają się do podejmowania przez banki działań w aspekcie zwiększenia wiedzy ekonomicznej społeczeństwa, są instytucje działające na rzecz ochrony konsumentów (w Polsce jest to Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, UOKiK)³. Działalność z zakresu edukacji ekonomicznej, a zarazem przeciwdziałanie wykluczeniu finansowemu, podejmowane są również przez instytucje o zasięgu międzynarodowym (np. Bank Światowy czy OECD). Innymi z ważnych podmiotów aktywnie uczestniczących w procesach, o których mowa w niniejszym opracowaniu, są między innymi banki komercyjne oraz organizacje je zrzeszające (na przykład w Polsce – Związek Banków Polskich, a w Europie – European Banking Federation). Niejednokrotnie obserwowana jest też współpraca wśród wymienionych wyżej podmiotów działających na różnych zasadach.

Należy podkreślić, że podejmowanie tych inicjatyw jest niezwykle interesującym przykładem coraz wyraźniejszej współzależności między podmiotami

³ Przykładem aktywności UOKiK w tym obszarze może być przeprowadzanie lub zlecanie badań (np. *Konsument na rynku usług bankowych* [2009]), udzielanie informacji konsumentom, wydawanie zaleceń dla instytucji finansowych czy nakładanie na nie kar [Sobczak 2013].

sfery rynkowej a organami administracji publicznej zorientowanymi na realizację zadań, które są przypisywane polityce społecznej. Korzyści z takiej sytuacji uwidaczniają się na wielu płaszczyznach.

Z jednej strony dochodzi do poprawy położenia obywateli (co szczególnie istotne – w sferze obniżania poziomu wykluczenia finansowego), ale z drugiej – banki komercyjne zyskują więcej bardziej świadomych finansowo klientów, którym mogą zaoferować szerszy wachlarz produktów. Oprócz tego działania podejmowane w celu walki z ekskluzją prowadzą nieuchronnie do zwiększenia świadomości ekonomicznej społeczeństwa, co z kolei wpływa między innymi na stabilizację całego systemu społeczno-ekonomicznego, ale i powoduje niejako naturalne pobudzenie w sektorze finansowym, zwłaszcza pod względem konkurencyjności i innowacyjności, aby zaspokoić oczekiwania bardziej wymagających klientów. Nie bez znaczenia jest także realizowanie przez instytucje sektora finansowego założeń koncepcji zrównoważonego rozwoju [Łukasiewicz-Kamińska 2014, s. 358–362], której wdrażanie zostało uznane w krajach na średnim i wysokim poziomie rozwoju społeczno-ekonomicznego (w tym w krajach Unii Europejskiej) za priorytetowe [European Commission 2010]. W świetle tego można przyjąć, że banki, jako jedne z podmiotów sektora finansowego, muszą podlegać dywersyfikacji, poprzez świadczenie zróżnicowanych usług finansowych, substytucyjnych lub komplementarnych dla różnych grup klientów, którzy cechują się niejednorodnymi preferencjami oraz potrzebami, wynikającymi między innymi z poziomu zamożności jednostek, ich wieku, miejsca zamieszkania czy skłonności do podejmowania ryzyka [Ostrowska 2007, s. 314]. Ponadto, w związku z pełnioną przez banki funkcją służebną, społeczeństwo oczekuje od tych instytucji, że będą oferowały szeroki dostęp do produktów i usług finansowych, co przyczyni się do pełnego udziału jednostek w życiu społeczno-gospodarczym i będzie stanowiło przesłankę do wzrostu jakości ich życia. Poprawa dobrobytu społecznego przez zaspokajanie potrzeb społecznych jest jednocześnie jednym z kluczowych zadań stawianych przed polityką społeczną. Uwidacznia się tu zatem wspólna płaszczyzna aktywności podmiotów sektora prywatnego i publicznego, czego rezultatem są działania mające prowadzić do obniżenia poziomu wykluczenia finansowego.

Wobec powyższego w niniejszym opracowaniu przeprowadzono analizę inicjatyw wykorzystywanych przez banki komercyjne w Polsce w zakresie szeroko pojętej edukacji ekonomicznej, która przyczynia się między innymi do zwiększenia poziomu świadomości finansowej społeczeństwa. Dzięki temu ukazano formy aktywności wybranych instytucji w procesie przeciwdziałania i walki z wykluczeniem finansowym. Przyjęta przy tym perspektywa badawcza

miała uwypuklić swoje uczestnictwo banków komercyjnych w realizacji jednego z ważnych z celów polityki społecznej, którym jest poprawa standardu życia członków gospodarstw domowych. Edukacja ekonomiczna jest mianowicie częścią koncepcji CSR, którą stosują banki komercyjne, jednocześnie jednak jej rezultaty przekładają się na obniżenie poziomu wykluczenia finansowego, co stanowi jedną z istotnych kwestii społecznych. Ze względu na znaczenie tego zjawiska, innym celem pracy jest zatem wytypowanie najważniejszych powodów, dla których banki komercyjne angażują się w ten proces, oraz określenie, za pomocą jakich narzędzi biorą w nim udział. Dopełnieniem rozważań są zaś wnioski płynące z porównań. Mają one, zobrazować spektrum stosowanych rozwiązań z obszaru edukacji ekonomicznej, a ponadto przyczynić się do wskazania możliwych i pożądaných kierunków zmian w tym zakresie, jakie powinny zajść w instytucjach finansowych w Polsce.

W związku z tym, w celu realizacji sformułowanych zamierzeń, przeprowadzono pogłębione studia literatury przedmiotu z wykorzystaniem pozycji bibliograficznych, opracowań oraz innych dostępnych źródeł, które pozwolą na skonstruowanie warstwy teoretycznej. Dodatkowy materiał do analizy pozyskano bezpośrednio ze stron internetowych wybranych banków komercyjnych działających w Polsce.

Opracowanie zostało podzielone na trzy części. W pierwszej z nich wprowadzono i zdefiniowano podstawowe pojęcia: społeczną odpowiedzialność biznesu, przedsiębiorstwo bankowe, wykluczenie finansowe oraz edukację ekonomiczną. Wskazano także przyczyny, dla których w instytucjach finansowych wdraża się rozwiązania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, mające na celu walkę z wykluczeniem finansowym, ze szczególnym naciskiem na umiejscowienie ich w ramach działalności prowadzonej przez banki komercyjne. Druga część została poświęcona edukacji finansowej prowadzonej przez banki komercyjne wraz z próbą usystematyzowania tych działań. W trzeciej części przedstawiono propozycje kierunków dalszych zmian w analizowanym obszarze, aby w jeszcze większym stopniu rozwiązania stosowane przez banki komercyjne mogły się przyczyniać do przeciwdziałania wykluczeniu finansowemu.

1. Edukacja finansowa jako metoda walki z wykluczeniem finansowym w ramach CSR

Zgodnie z definicją stosowaną przez Komisję Europejską [European Commission 2011], odpowiedzialność przedsiębiorstw za ich oddziaływanie na społeczeństwo określa się mianem społecznej odpowiedzialności biznesu

(*Corporate Social Responsibility*, CSR). Doprecyzowując, przyjmuje się, że jest to koncepcja, zgodnie z którą poszczególne organizacje dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska w ramach podejmowanych przez nie działań, a także wchodzenia w relacje z różnymi grupami interesariuszy. W świetle przemian społeczno-gospodarczych zachodzących od XX wieku (ze szczególnym uwzględnieniem globalnego kryzysu z początków XXI stulecia), aktywność z zakresu CSR stała się niezwykle ważnym aspektem funkcjonowania przedsiębiorstw, w tym – instytucji finansowych [Krasodomska 2012, s. 152–154]. Wybór rozwiązań biznesowych coraz częściej opiera się zatem na zasadach, które powinny być korzystne nie tylko dla samego podmiotu podejmującego decyzje, ale również dla całego jego otoczenia, klientów i partnerów biznesowych, pracowników oraz społeczności, w której działa. Warto przy tym podkreślić, że mimo iż z założenia inicjatywy CSR mają charakter dobrowolny, to przedsiębiorstwa traktują je jako jeden z warunków koniecznych do włączania w realizowane strategie.

Banki komercyjne są instytucjami o charakterze usługowym, funkcjonującymi na zasadach rynkowych, ich działalność polega przede wszystkim na realizowaniu usług w ramach obrotu płatniczego, obsługi w sferze finansowania oraz dokonywania wkładów pieniężnych, a oprócz tego czynności związanych ze świadczeniem tych usług [Iwanicz-Drozdowska, Jaworski i Zawadzka 2010, s. 15–17]. Należy jednakże podkreślić, że szersze definicje banku obejmują również wewnętrzne i zewnętrzne warunki jego działalności, z którymi ta instytucja finansowa pozostaje w pewien sposób związana, przez co zachodzą pomiędzy nimi różnego rodzaju oddziaływania. Do czynników, które determinują otoczenie banku, zaliczany jest między innymi interes społeczny. Definiując z kolei cel działalności banku komercyjnego, trzeba zauważyć jego dualny charakter. Z jednej strony ma on świadczyć konkretne usługi niezbędne z punktu widzenia społeczeństwa (inaczej – zaspokoić potrzeby społeczne w zakresie usług finansowych), z drugiej zaś powinien osiągać zysk. Dodatkowo banki są jedną z grup instytucji zaufania publicznego, co nakłada na nie szczególne obowiązki w obszarze społecznej odpowiedzialności [Ziemba i Świeszczak 2014, s. 316, 320, 322].

Tworzenie zaufania i zapewnienie bezpieczeństwa relacji banków z klientami oraz kontrahentami jest w znacznym stopniu zdeterminowane działaniami z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. Z kolei takie zjawiska, jak kryzysy ekonomiczne oraz inne procesy destabilizujące sytuację na rynkach finansowych, prowadzą między innymi do spadku zainteresowania (i/lub zmniejszenia się możliwości) współpracą podejmowaną przez różne podmioty z przedsiębiorstwami bankowymi. Oczywiście, nie sposób pominąć

ponoszonej przez banki odpowiedzialności za wskazaną sytuację, ponieważ, jak się wydaje, zbyt często działalność pracowników instytucji finansowych nosi znamiona braku profesjonalizmu czy wręcz – nieprzestrzegania zasad etycznych⁴. Wiedza członków gospodarstw domowych na temat zasad i mechanizmów funkcjonowania instytucji finansowych oraz usług i produktów przez nie oferowanych jest niezmiennie zbyt niska [European Commission 2007, s. 2-6; Instytut Wolności, Raiffeisen Polbank 2014, s. 7, 11–12, 35–36]. Powoduje to na przykład niechęć do korzystania z usług finansowych (w szczególności tych, które są związane z nowoczesnymi produktami o wysokim stopniu złożoności), brak świadomości dotyczącej możliwości skorzystania z konkretnej oferty spośród dostępnych w poszczególnych bankach (w tym – produktów oszczędnościowych), analizę tylko korzyści wynikających z oferty (bez oceny ryzyka), podejmowanie niewłaściwych decyzji skutkujących stratami finansowymi czy znalezienie się poza kategorią potencjalnych klientów pożądaných przez banki [Penczar, Górski i Liszewska b.r.]. Wszystkie przedstawione konsekwencje mają negatywne odzwierciedlenie także w sferze funkcjonowania przedsiębiorstw bankowych. Obniżają one mianowicie przychody banków, a pośrednio – wpływają na pogorszenie się ich reputacji i spadek atrakcyjności nie tylko dla gospodarstw domowych wykluczonych z grupy klientów, ale też dla wszystkich, którzy wchodzi (lub mogliby wchodzić) z nimi w relacje.

Skutki, o których mowa w poprzednim akapicie, są jednak znamienne nie tylko z punktu widzenia działalności instytucji finansowych. Przekładają się one bowiem także na sytuację społeczno-ekonomiczną państw, ich obywateli czy całych grup społecznych [Barembuch 2012, s. 132–133]. Jednym w poważniejszych problemów ujawniających się w tym kontekście są poziom ubankowienia społeczeństwa⁵ oraz – co ważniejsze – wykluczenie finansowe.

Wykluczenie finansowe jest w pewnym stopniu terminem przeciwstawnym do ubankowienia i ściśle z nim powiązany. Stosunkowo ogólna definicja tego pojęcia zaproponowana została przez ekspertów, którzy w 2008 roku przygotowali dla Komisji Europejskiej specjalny raport na temat wykluczenia finansowego. Zgodnie z nią, jest to zjawisko, które pojawia się, gdy jednostki

⁴ Przykładem może być zapoczątkowujące ostatni kryzys finansowy udzielanie kredytów mieszkaniowych osobom nieposiadającym zdolności kredytowej na odpowiednim poziomie.

⁵ Mimo że nie została przyjęta żadna powszechnie akceptowana i używana definicja ubankowienia, poziom ubankowienia najczęściej jest mierzony stopniem korzystania z usług finansowych, w tym przeważnie – liczbą rachunków oszczędnościowo-rozliczeniowych. Innymi wykorzystywanymi wskaźnikami stopnia ubankowienia są np. liczba oddziałów banków lub bankomatów, jaka przypada na jednego mieszkańca danego kraju [Kozłiński 2009, s. 3–5, 22–23]

mają problemy w dostępie lub w korzystaniu z usług oraz produktów finansowych (na tzw. głównym rynku) odpowiadających ich potrzebom, jak i umożliwiających im prowadzenie normalnego życia jako członków społeczeństwa [European Commission 2008, s. 9–10]. Trzeba przy tym podkreślić, że brak, o którym mowa, to również brak możliwości korzystania z usług i produktów finansowych na rozsądnych warunkach cenowych, a niekiedy także ze względu na niezadowalającą ich jakość lub niedostosowanie oferty. Ogólnie mówiąc, przez pojęcie wykluczenia finansowego można zatem rozumieć brak dostępu lub brak możliwości korzystania z usług rynku finansowego.

Jedną z metod, które są uznawane za najbardziej skuteczne w procesie zmniejszania poziomu wykluczenia finansowego, są działania z obszaru edukacji ekonomicznej [Penczar 2014]. Mają one na celu upowszechnianie wiedzy oraz wykształcanie pozytywnych nawyków wśród obywateli, które prowadziłyby do podejmowania właściwych decyzji w odniesieniu do zarządzania ich osobistymi finansami i w rezultacie – efektywnego dysponowania posiadanymi przez nich środkami finansowymi, zgodnie z deklarowanymi potrzebami ekonomicznymi [Iwanicz-Drozdowska i Nowak 2011, s. 13].

Z kolei analizując ekonomiczne uwarunkowania sytuacji, w której jednostki nie korzystają z usług bankowych, można stwierdzić, że znajdują się one po stronie podażowej i popytowej. Z jednej strony są to czynniki związane z szeroko rozumianym sektorem finansowym, z drugiej – czynniki związane z osobami wykluczonymi finansowo. Do przyczyn leżących po stronie podażowej zalicza się między innymi wykluczenie geograficzne, wykluczenie technologiczne, brak dostępu (np. ze względu na brak umiejętności posługiwania się językiem czy niskim poziomem świadomości), wykluczenie ze względu na wysokość cen i warunki oferty oraz wykluczenie dotyczące polityki marketingowej i informacyjnej (np. brak odpowiedniej informacji dla klientów) [Russell, Maitre i Donnelly 2011, s. 27–28]. Do przyczyn leżących po stronie popytowej zalicza się natomiast w szczególności: brak stałych dochodów, brak nawyku oszczędzania, lęk przed zadłużaniem, brak zaufania do instytucji finansowych, nieumiejętność radzenia sobie z nowymi technologiami, nieznanostwo nowych produktów finansowych, nadmierne zadłużenie, starzenie się społeczeństwa, dziedziczenie negatywnych wzorców czy wreszcie poziom świadomości ekonomicznej [Maciejasz-Świątkiewicz 2013, s. 42–43]. Ze względu na specyfikę wskazanych czynników edukacja ekonomiczna nie zawsze będzie w równym stopniu (a niekiedy w ogóle) przyczyniała się do zmniejszenia zjawiska ekskluzji finansowej. Lepsze rezultaty będą się uwidaczniały w przypadku wykorzystania jej w sytuacji, gdy przyczyny wykluczenia są umiejscawiane po stronie popytu.

Wydaje się przy tym, że edukacja ekonomiczna może przebiegać w kilku obszarach. Po pierwsze, specjalne działania mogą obejmować dzieci i młodzież szkolną, u których najłatwiej będzie wpoić właściwe nawyki finansowe, wyrobić skłonność do oszczędzania czy uczulić na konsekwencje zaciągania zobowiązań. Ze względu na specyfikę tej grupy głównym inicjatorem tych działań powinny być instytucje publiczne, a przede wszystkim placówki szkolno-wychowawcze [Kołodziej 2014]. Po drugie, wdrożenia wymagają rozwiązania skierowane do osób jedynie zagrożonych wykluczeniem finansowym (między innymi – niechętnych nawiązywaniu relacji lub pogłębianiu ich z instytucjami finansowymi). W tym wypadku główny nacisk musi być położony na pogłębienie świadomości ekonomicznej oraz zwiększenie zaufania do sektora bankowego [Maciejasz-Świątkiewicz 2013, s. 50–53]. Sfera ta wydaje się niszą właściwą do wykorzystania przede wszystkim przez banki komercyjne. Po trzecie, szczególną uwagę należy zwrócić na osoby już wykluczone z rynków finansowych. Oprócz działań prowadzących do zwiększania poziomu ich wiedzy finansowej, właściwym rozwiązaniem mogłyby być specjalne oferty ze strony banków, uwzględniające status tych osób [Iwanicz-Drozdowska 2008, s. 3]. Ta aktywność powinna zachodzić w swoistym partnerstwie i współpracy między podmiotami z sektora publicznego oraz prywatnego, banki komercyjne bowiem, bez dodatkowych zachęt, mogą nie być w wystarczającym stopniu zainteresowane włączeniem takich osób do grona swoich klientów.

2. Inicjatywy banków komercyjnych w Polsce podejmowane w celu walki z wykluczeniem finansowym

Ze względu na zadania stawiane przed edukacją ekonomiczną jej adresatami są przede wszystkim osoby, które są wykluczone finansowo lub są narażone na to zjawisko. Z kolei forma oraz treść owych inicjatyw edukacyjnych musi być dla beneficjentów takich działań nie tylko atrakcyjna, ale i zrozumiała. W związku z tym kluczowe jest, aby ustalić, jakie grupy społeczne mają zostać objęte działaniami podejmowanymi przez banki komercyjne w celu zwiększenia świadomości ekonomicznej obywateli. Do osób zagrożonych wykluczeniem finansowym zalicza się bowiem w szczególności osoby o niskich dochodach, niemające stałej pracy lub mające status bezrobotnych, osoby z niepełnosprawnościami oraz osoby w wieku emerytalnym, a ponadto osoby, które wpadły w pułapkę zadłużeniową lub miały problemy finansowe związane z prowadzeniem działalności gospodarczej [Szopa i Szopa 2011, s. 20–21]. Z kolei pośród grup, które najczęściej zostają wykluczone

z korzystania z usług finansowych, a zarazem w największym stopniu podatnych na inicjatywy z zakresu edukacji ekonomicznej, można wskazać między innymi osoby zamieszkujące małe miejscowości i wieś, jak też osoby o niskim wykształceniu czy osoby o niskim poziomie wiedzy ekonomicznej i świadomości finansowej. Innymi ważnymi adresatami są dzieci oraz młodzież. Mimo że nie można mówić, że jest to grupa już wykluczona finansowo, to w tym wypadku chodzi przede wszystkim o rozwiązania, które mają charakter prewencyjny. W ramach edukacji finansowej skierowanej do tej grupy należy przy tym wyróżnić dwa kierunki działań. Po pierwsze, działania obejmujące dzieci z wykluczonych finansowo gospodarstw domowych lub szczególnie narażonych na to ryzyko, aby nie zostały one obciążone problemami rodziców, a przez to nie dziedziczyły ich statusu [Maciejasz-Świątkiewicz 2013, s. 36–37]. Po drugie – rozwiązania skierowane do ogółu dzieci oraz młodzieży, aby grupa ta wchodziła w dorosłe życie lepiej wykształcona w zakresie ekonomicznym niż wcześniejsze pokolenie oraz lepiej przygotowana do podejmowania prawidłowych decyzji finansowych [Zdanowska 2012, s. 223].

Dla celów niniejszego opracowania dokonano analizy działalności 20 największych w 2013 roku banków komercyjnych funkcjonujących w Polsce (pod względem wielkości sumy aktywów – na podstawie zestawienia przygotowanego przez Miesięcznik Bank z czerwca 2014 roku). Dane dotyczące aktywności poszczególnych banków, o ile nie zostało to wskazane inaczej, pozyskano ze stron internetowych serwisów tych banków, których adresy wyszczególniono w bibliografii.

Analizę rozpoczęto od przeglądu zawartości witryn wybranych banków w aspekcie podejmowania przez te instytucje działań z zakresu szeroko rozumianej edukacji finansowej. O ile było to możliwe – dokonano podziału inicjatyw w zależności od grup beneficjentów, do których zostały one skierowane. W ramach zaś równoległego wątku prowadzonych rozważań uwzględniono dwa kierunki stosowanych przez banki rozwiązań. Przede wszystkim wzięto pod uwagę aktywność (przeważnie wpisującą się w koncepcję CSR) ukierunkowaną na wzrost świadomości ekonomicznej społeczeństwa przekładający się na zmniejszenie poziomu wykluczenia finansowego. Drugi rodzaj rozwiązań stanowiły inicjatywy podejmowane w celu zwiększenia liczby klientów i wzrostu sprzedaży produktów finansowych (co uwidaczniane jest w poprawie wyniku finansowego). Działania takie można zatem w części określić jako marketing społecznie zaangażowany, inne natomiast można zaliczyć do działań związanych ze standardową działalnością operacyjną banku i wprowadzaniem zachęt dla klientów.

Przykładami banków, które działają na rzecz edukacji ekonomicznej całego społeczeństwa, są Citi Handlowy⁶, Deutsche Bank⁷ i Bank BPH⁸. Dyskusyjna w tym zakresie natomiast wydaje się aktywność Banku Millennium, który wcześniej w widoczny sposób nie angażował się w działania edukacyjne. W 2013 roku przeprowadził on kampanię promującą racjonalne oszczędzanie i związane z nim zabezpieczenie finansowe. Jednocześnie zaś bank ten promował własne produkty, które miały służyć efektywnemu zarządzaniu budżetem gospodarstwa domowego, co jest nieco sprzeczne z ideą CSR. Dla porównania można podać przykład DM BOŚ, który prowadzi portal internetowy, gdzie zamieszczane są liczne materiały dotyczące inwestowania oraz rynków finansowych, interaktywne blogi, szkolenia i wykłady. Informacje te są jednakże prezentowane w sposób obiektywny, bez nakierowania na konkretne produkty oferowane przez tę instytucję. Inną równie ciekawą inicjatywą wydają się konkursy ogłaszane przez Bank Zachodni WBK oraz Forum Obywatelskiego Rozwoju. Dotyczą one tworzenia komiksów o tematyce ekonomicznej, które następnie wydawane są w specjalnej publikacji mającej zainteresować odbiorcę, niezależnie od wieku.

Z kolei działania z zakresu edukacji ekonomicznej przeznaczone dla młodych odbiorców prowadzą między innymi Bank Gospodarki Żywnościowej⁹, ING Bank Śląski¹⁰ oraz wspomniane już City Handlowy¹¹ czy Bank BPH¹². Bank PKO BP jest natomiast przykładem banku, który również zaangażował się w proces poprawy świadomości ekonomicznej dzieci i młodzieży, jednak można zauważyć, że zbyt ściśle powiązanie wykorzystywanych w tym

⁶ Przykładem może być tu „Tydzień dla Oszczędzania” – edukacyjna akcja medialna, prowadzona wspólnie z Fundacją THINK!, związana z obchodami Światowego Dnia Oszczędzania.

⁷ Deutsche Bank wspiera ponadto program mikrokredytów.

⁸ Bank BPH prowadzi specjalny portal, którego celem jest edukacja finansowa oraz ukazywanie zasad zarządzania finansami osobistymi bez wskazywania na konkretne produkty czy usługi.

⁹ Swoje działania wspierające edukację finansową bank prowadzi w ramach Fundacji BGŻ, np. przez wsparcie Olimpiady Przedsiębiorczości.

¹⁰ Obszerne materiały dotyczące możliwości edukacji ekonomicznej dzieci i młodzieży oraz porady, jak rodzice mogą poszerzyć wiedzę swoich dzieci na temat finansów, umieszczane są na dedykowanej platformie internetowej.

¹¹ Liczne inicjatywy podejmowane są w ramach aktywności Fundacji im. Kronenberga działającej przy City Handlowym, a do przykładowych można zaliczyć „Moje finanse” – największy w Polsce program edukacji finansowej dla młodzieży realizowany we współpracy z Narodowym Bankiem Polskim oraz Fundacją Młodzieżowej Przedsiębiorczości.

¹² Bank BPH jest na przykład partnerem strategicznym ogólnopolskiego programu edukacyjnego „Akademia Młodego Ekonomisty”, skierowanego do uczniów szkół podstawowych i gimnazjów.

celu narzędzi z produktami, które oferuje w tym zakresie bank, nie współgra z przesłankami koncepcji CSR. Z tego powodu można odnieść wrażenie, że podstawowym zadaniem postawionym przed tym serwisem bankowym jest sprzedaż produktów skierowanych do najmłodszych, a informacje dotyczące znaczenia edukacji finansowej mają jedynie zachęcić rodziców do kupna. Wydaje się, że połączenie serwisu informacyjnego z informacjami związanymi bezpośrednio z oferowanymi produktami jest w większym stopniu przykładem marketingu niż działań z zakresu CSR, przez co pogarsza postrzeganie intencji oraz bezstronności banku i może zniechęcać klientów do pogłębiania za jego pośrednictwem wiedzy ekonomicznej. Z kolei Nordea Bank realizuje edukacyjny program „Przedsiębiorczy przedszkolak”, w którym kształtowane mają być postawy przedsiębiorczości wśród najmłodszych dzieci. Po zapoznaniu się z jego założeniami uzasadnione wydaje się przypuszczenie, że w tym wypadku udało się uniknąć natrętnej promocji związanej z ofertą banku. W zamian zaproponowano liczne interesujące i urozmaicone aktywności, w których uczestniczą przedszkolaki – cztero- i pięcioletki (niektóre z akcji są przewidziane także dla ich rodziców), poznając świat finansów. Być może po planowanym połączeniu Nordea Banku z PKO BP dojdzie także do przekazania dobrych praktyk obejmujących edukację ekonomiczną, co przyczyni się do poprawy jakości i przejrzystości przyjmowanych w tej sferze rozwiązań.

W przypadku działań edukacji ekonomicznej skierowanych do konkretnych grup zagrożonych wykluczeniem finansowym, istnieją jedynie pojedyncze inicjatywy, które banki komercyjne zdecydowały się podjąć, skierować je na przykład do kobiet. W tym wypadku można wskazać GE Money Bank (obecnie, po fuzji, działa on pod marką Banku BPH), który przygotował kampanię „Kobieta w świecie finansów”, na którą składają się warsztaty przygotowane we współpracy z Fundacją Centrum Promocji Kobiet i firmą Expander. Uruchomiona została też specjalna strona internetowa wspomagająca między innymi zarządzanie finansami osobistymi. Działania te były częścią globalnego programu ukierunkowanego na poprawę wiedzy ekonomicznej oraz wsparcie w osiąganiu niezależności finansowej kobiet. Innym bankiem, który zaangażował się we wspieranie kobiet, jest Citi Handlowy. Jego program „Budowanie niezależności finansowej kobiet” prowadzony wspólnie z Centrum Praw Kobiet ma na celu poprawę pozycji ekonomiczno-finansowej kobiet doświadczających przemocy, a ponadto zwiększenie szans dziewcząt z rodzin zmarginalizowanych¹³.

¹³ Inną inicjatywą Citi Handlowego skierowaną do kobiet jest projekt „Biznes w kobiecych rękach”.

Warto jeszcze uzupełnić, że oprócz działań skierowanych do konkretnych adresatów, banki komercyjne prowadzą także działalność polegającą na uczestniczeniu w badaniach oraz przygotowywaniu publikacji, które w szczególności obrazują poziom świadomości ekonomicznej obywateli, ich wiedzę na temat rynków finansowych i produktów tam oferowanych czy skalę ubankowienia. Jednym z głównych ich celów jest diagnoza rzeczywistego stanu wiedzy jednostek oraz możliwość wdrażania rozwiązań sprzyjających jego poprawie. Co istotne, materiały te są udostępniane powszechnie, co pozwala na ich wykorzystanie także przez inne podmioty, które koncentrują się na przeciwdziałaniu wykluczeniu finansowemu. Oprócz tego banki angażują się we wspólne inicjatywy (między innymi z udziałem podmiotów publicznych), dzięki którym możliwy jest do uzyskania szerszy zasięg, co pozwala objąć nimi większą liczbę osób¹⁴. Jeszcze inną formą aktywności podejmowanej w ramach edukacji finansowej są Szkolne Kasy Oszczędności (SKO). Program ten, którego początki sięgają lat 20. XX wieku, realizuje obecnie między innymi PKO BP oraz niektóre banki spółdzielcze, pod patronatem wojewódzkich kuratoriów oświaty, a nawet Ministra Edukacji Narodowej. Jest to system oszczędzania, w ramach którego uczniowie akumulują swoje pieniądze na specjalnych kontach bankowych (także w ramach serwisu bankowości internetowej). Ponadto projekt ten wykorzystuje różne rozwiązania wspierające, do których zalicza się między innymi materiały edukacyjne dla jego uczestników, materiały dydaktyczne dla nauczycieli i rodziców czy publikacje w ramach serwisów społecznościowych. Dzięki temu dzieci i młodzież mają możliwość pogłębiania wiedzy oraz świadomości finansowej zarówno w teorii, jak i w praktyce.

Podjmując próbę klasyfikacji poszczególnych działań banków komercyjnych w ramach edukacji ekonomicznej jako metody przeciwdziałania wykluczeniu finansowemu, można dojść do kilku konkluzji. Najbardziej generalna z nich dotyczy tego, że instytucje finansowe przeważnie deklarują uwzględnianie koncepcji CSR, chociaż nie zawsze łączy się ona z edukacją z zakresu ekonomii czy finansów. Różnorodne są przy tym formy jej realizacji.

Działalność banków komercyjnych przyczynia się do poprawy stanu wiedzy ekonomicznej społeczeństwa w sposób celowy lub jako pośredni wynik inicjatyw, które nie są ukierunkowane (a przynajmniej nie w pierwszej

¹⁴ Przykładem tego jest projekt „Bakcyl” realizowany z Narodowym Bankiem Polskim w ramach programu edukacji ekonomicznej i pod patronatem Związku Banków Polskich. Pomyśłodawcą i organizatorem jest Warszawski Instytut Bankowości. Uczestniczy w nim 17 banków (komercyjnych i spółdzielczych). W ramach programu odbywają się spotkania (dotyczące zagadnień zarządzania finansami osobistymi), w których uczestniczą uczniowie gimnazjów i wolontariusze z banków.

kolejności) na walkę z problemem wykluczenia finansowego. W drugim przypadku mowa przede wszystkim o rozwiązaniach z zakresu marketingu społecznie zaangażowanego, gdzie przekazywane informacje są ściśle powiązane z konkretnymi produktami i usługami oferowanymi przez banki. Można tu zaliczyć także aplikacje, które ułatwiają zarządzanie finansami osobistymi i planowanie wydatków [Uryniuk 2012]. Jednocześnie należy zauważyć, że banki nie zawsze wskazują na dany rodzaj działalności jako ich aktywność w sferze edukacji finansowej. Przykładem tego mogą być na przykład blogi, fora i portale internetowe poświęcone tematyce ekonomicznej [Orzeszko 2014, s. 281]. Z kolei dzieląc rozwiązania wykorzystywane w bankach w celu edukacji finansowej społeczeństwa, można wskazać na trzy ich główne przejawy, które mogą też występować łącznie w ramach danego banku. Po pierwsze, banki angażują się w sposób bezpośredni jako instytucje, po drugie – poprzez swoich pracowników (w szczególności w formie wolontariatu pracowniczego), po trzecie – powołując specjalne fundacje. W ramach tych trzech rodzajów aktywności banki uwzględnione w analizie wykorzystują przynajmniej kilka instrumentów. Do najbardziej znaczących i najczęściej organizowanych przez banki jako konkretne instytucje należą: prowadzenie interaktywnych platform internetowych oraz przygotowywanie materiałów edukacyjnych w tradycyjnej, papierowej wersji, gry i quizy edukacyjne oraz konkursy, akcje medialne, a także udzielanie wsparcia finansowego (np. fundowanie nagród, stypendiów i darowizn, patronat, finansowanie przedsięwzięć). Zaangażowanie pracowników banków przejawia się przeważnie w prowadzeniu warsztatów i szkoleń, organizowaniu lekcji pokazowych, uczestnictwie w spotkaniach edukacyjnych. Działalność fundacji uwidacznia się zwłaszcza w realizacji programów oraz projektów badawczych. Wydaje się przy tym, że najbardziej konsekwentne działania podejmowane są właśnie poprzez powołane specjalne fundacje, do najbardziej długofalowych zaś inicjatyw i w znacznym stopniu przyczyniających się do poprawy wiedzy i świadomości ekonomicznej społeczeństwa można zaliczyć programy i projekty badawcze oraz platformy internetowe.

3. Pożądane kierunki zmian w sferze stosowanych przez banki rozwiązań zwiększających świadomość ekonomiczną społeczeństwa

Mimo, jak się wydaje, licznych działań podejmowanych przez banki komercyjne w Polsce w zakresie edukacji finansowej i poprawy stanu świadomości ekonomicznej nadal można wskazać przynajmniej kilka sfer, w których

należy dokonać zmian. Argumentem wzmacniającym to stwierdzenie jest problem niskiego poziomu wiedzy, jaki przejawiają członkowie gospodarstw domowych. Ponadto konieczne jest uwzględnienie niezwykle silnej dynamiki przeobrażeń obejmujących wszystkie obszary życia, w tym zjawisk oraz procesów zachodzących na rynkach finansowych. Sytuacja ta powoduje bowiem, że edukacja ekonomiczna musi mieć charakter ciągły, przez co może się dostosowywać do zmieniających się warunków otoczenia, w jakim funkcjonują jednostki, a jednocześnie odpowiadać na ich potrzeby i oczekiwania.

W związku z tym ważne jest, aby dostrzec, że wykluczenie finansowe nie występuje jedynie w krajach o niskim czy przeciętnym poziomie rozwoju społeczno-ekonomicznego. Ze względu na przemiany zachodzące w poszczególnych gospodarkach (w tym – na rynkach finansowych) i obejmujące całe społeczeństwa, zjawisko ekskluzji finansowej dotyka także obywateli z krajów wysokorozwiniętych [Solarz 2010, s. 248–249]. Mając to na uwadze, należy zróżnicować działania edukacji ekonomicznej w zależności od uwarunkowań jego powstawania oraz grup zagrożonych (lub już objętych) tym rodzajem wykluczenia. Ponadto rozwiązania wykorzystywane w ramach prowadzonej edukacji ekonomicznej są skuteczne tylko wobec określonych przyczyn, powodujących wykluczenie finansowe. W Polsce, kraju o przeciętnym poziomie rozwoju, będzie trzeba zatem dostosowywać zakres oraz rodzaj działań do kolejnych stadiów osiągniętych przez społeczeństwo i system ekonomiczny, w jakim ono funkcjonuje. Osiągnięcie bowiem wysokiego poziomu rozwoju nie będzie oznaczało zaniechania walki z wykluczeniem finansowym.

Przegląd aktywności banków komercyjnych w zakresie edukacji ekonomicznej wskazuje, że inicjatywy najczęściej są kierowane do ogółu społeczeństwa (lub niekiedy wszystkich klientów danej instytucji) bądź ukierunkowane w stronę dzieci i młodzieży. Z kolei poszczególne grupy zaliczane do katalogu osób w znacznym stopniu zagrożonych wykluczeniem finansowym są w zasadzie pomijane. Zgodnie z IV edycją mapy edukacji finansowej i ubezpieczeniowej [Jurek i Marszałek 2012, s. 6–8], edukacja finansowa w Polsce, mimo dużej różnorodności działań, ma przeważnie charakter wycinkowy, co więcej – niejednokrotnie brakuje jej długofalowości. Częściowo można to wytłumaczyć brakiem wystarczających środków oraz zbyt niskim zainteresowaniem ze strony banków komercyjnych. Przykładem jest brak rozwiązań skierowanych konkretnie do grup wykluczonych finansowo lub stopniowo marginalizowanych w tym względzie. Można przypuszczać, że banki zakładają, iż mogą one skorzystać z rozwiązań proponowanych wszystkim klientom czy potencjalnym klientom, i dlatego nie ma potrzeby podejmowania specjalnych działań. Wydaje się, że jest to istotna luka w procesie walki z wykluczeniem

finansowym. W tym świetle nadal niewystarczająca okazuje się współpraca pomiędzy instytucjami z sektora publicznego oraz prywatnego. Można przypuszczać, że bez dodatkowych zachęt (np. ze strony podmiotów publicznych) banki komercyjne mogą nie być zainteresowane zmianą polityki w tym zakresie.

Innym problemem jest niedostosowanie przyjmowanych przez banki rozwiązań do możliwości i oczekiwań osób, które przede wszystkim potrzebują objęcia ich programami zwiększającymi ich świadomość finansową. Najczęściej bowiem wykorzystywany jest do tego celu Internet, a oprócz niego aplikacje wymagające znajomości stosunkowo zaawansowanych technologii. Jeśli zatem proces inkluzji finansowej poprzez działania edukacji finansowej ma obejmować np. osoby o niższym wykształceniu czy pochodzące z małych miast oraz wsi, to należy założyć, że skuteczne dotarcie do nich i spowodowanie poprawy stanu ich wiedzy na temat rynków finansowych lub zarządzania finansami osobistymi będzie się wiązało z zastosowaniem innych narzędzi¹⁵.

Wydaje się zatem, że właściwym kierunkiem zmian w inicjatywach edukacji ekonomicznej podejmowanych przez banki komercyjne w Polsce, które mają skutkować obniżeniem poziomu wykluczenia finansowego społeczeństwa, jest wzrost dywersyfikacji rozwiązań przy jednoczesnym włączeniu się do tego procesu wszystkich zainteresowanych podmiotów. Jedną z możliwości mogłoby być podjęcie działań na poziomie krajowym, prowadzących do wypracowania narodowej strategii, do której włączyć się powinien sektor bankowy. Doświadczenia europejskie pokazują mianowicie, że korzyści osiągnięte w ramach tak szeroko zakrojonej współpracy powinny być widoczne nie tylko na poziomie pojedynczych gospodarstw domowych (objętych konkretnymi programami) czy grup społecznych, ale mogłyby zyskać na tym wszystkie podmioty funkcjonujące w polskiej gospodarce.

Podsumowanie

Mimo że coraz częściej aktywność z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu wpisana jest w działalność banków komercyjnych, należy pamiętać, że przynależy ona do innej sfery niż marketing społecznie zaangażowany. Działania podejmowane bowiem w ramach świadomych inicjatyw na rzecz

¹⁵ Mimo wyraźnej poprawy dostępności gospodarstw domowych do Internetu, nadal widać różnice w tym zakresie w zależności od wielkości miejscowości zamieszkania jednostek – nadal co trzecie gospodarstwo w Polsce nie ma dostępu do Internetu; nie bez znaczenia pozostaje również jakość owego dostępu [Batorski 2015, s. 359–360].

społeczności oraz środowiska, z poszanowaniem ogólnie przyjętych wartości, nie mogą być utożsamiane z działaniami przynoszącymi realne i wymierne korzyści z tytułu przyjmowania danych rozwiązań. W szczególności edukacja finansowa musi być odróżniana od doradztwa finansowego, a ponadto powinna się koncentrować w dużym stopniu na wykształceniu prawidłowych nawyków w zakresie planowania finansowego budżetów gospodarstw domowych.

Adresatami działań przyczyniających się do wzrostu świadomości ekonomicznej wśród społeczeństwa nie mogą być jedynie najmłodsi. Równie istotne jest (ze względu na dynamicznie zmieniające się warunki funkcjonowania oraz rozwoju rynków finansowych) traktowanie procesu edukacji ekonomicznej jako procesu ciągłego i wpisanie go w ramy koncepcji uczenia się przez całe życie. W związku z tym przyjmowane rozwiązania nie mogą mieć charakteru fragmentarycznych, oderwanych od siebie aktywności, ale raczej powinny stanowić przemyślaną oraz konsekwentną strategię, której rezultaty rozpatrywane są przede wszystkim z perspektywy długoterminowej. Co więcej, wykorzystywane narzędzia i techniki trzeba dostosować do osób, które są szczególnie zagrożone wykluczeniem finansowym lub już należą do kręgu wykluczonych, a które mają być objęte działaniami z zakresu edukacji finansowej. Należy również mieć na uwadze, że nie zawsze omawiana w opracowaniu metoda będzie skuteczna wobec problemu walki z tym rodzajem ekskluzji. Jeśli bowiem główną przyczyną wykluczenia finansowego nie będzie brak wiedzy czy umiejętności jednostek, to istnieje wysokie ryzyko, że edukacja finansowa okaże się niewystarczająca, aby ochronić je przed wykluczeniem (jak ma to niejednokrotnie miejsce na przykład w przypadku osób z niepełnosprawnościami lub osób o małej mobilności).

Aktywność banków z różnych względów (z których jedynie część zaprezentowano w niniejszym opracowaniu) powinna natomiast stanowić ważną część składową procesu przeciwdziałania ekskluzji finansowej. Jakkolwiek banki komercyjne w Polsce angażują się w tym obszarze w ramach koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu, to wydaje się, że istnieje wciąż wiele możliwości poprawy i rozszerzenia tych działań.

Bibliografia

- Baremburch, A., 2012, *Edukacja i wiedza finansowa a zarządzanie finansami osobistymi*, Usługi w Polsce 2012. Usługi publiczne – usługi komercyjne, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 723, Ekonomiczne Problemy Usług, nr 96, s. 127–140.

- Batorski, D., 2015, *Technologie i media w domach i w życiu Polaków*, w: Czapieński, J., Panek, T. (red.), *Diagnoza społeczna 2015. Warunki i jakość życia Polaków. Raport*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa, http://www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2015.pdf [dostęp: 20.01.2016].
- European Commission, 2007, *Komunikat Komisji. Edukacja Finansowa*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0808:FIN:PL:PDF> [dostęp: 30.05.2014].
- European Commission, 2008, *Financial Services Provision and Prevention of Financial Exclusion*, <http://www.fininc.eu/gallery/documents/final-report-2007-and-summary/financial-services-provision-and-prevention-of-financial-exclusion-final-report.pdf> [dostęp: 30.08.2014].
- European Commission, 2010, *Europa 2020. Strategia na rzecz inteligentnego i zrównoważonego rozwoju sprzyjającego włączeniu społecznemu*, http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf [dostęp: 20.01.2016].
- European Commission, 2011, *A Renewed EU Strategy 2011-14 for Corporate Social Responsibility*, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF> [dostęp: 12.09.2014].
- <http://bossa.pl> [dostęp: 10.09.2014].
- <http://prnews.pl/bank-millennium/bank-millennium-uczy-jak-zabezpieczyc-swoje-finanse-2890679.html> [dostęp: 10.09.2014].
- <http://prnews.pl/bz-wbk/for-i-bz-wbk-ruszaja-z-kolejna-edycja-projektu-edukacji-ekonomicznej-2910866.html> [dostęp: 10.09.2014].
- <http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/6557.htm> [dostęp: 10.09.2014].
- https://www.db.com/poland/pl/content/filozofia_biznesu.html [dostęp: 10.09.2014].
- <http://www.fundacja.bgz.pl/> [dostęp: 10.09.2014].
- <http://www.nordea.pl/biuro-prasowe/aktualnosci/przedsiębiorczy-przedszkolak-wspólnie-z-bankiem-nordea.html> [dostęp: 10.09.2014].
- <http://www.pkobp.pl/junior/> [dostęp: 10.09.2014].
- <http://www.zafinansowani.pl/> [dostęp: 10.09.2014].
- Instytut Wolności, Raiffeisen Polbank, 2014, *Stan wiedzy ekonomicznej Polaków – Raport*, <http://instytutwolnosci.pl/wp-content/uploads/2014/07/Raport-o-Stanie-Wiedzy-Ekonomicznej-Polak%C3%B3w.pdf> [dostęp: 27.12.2014].
- Iwanicz-Drozdowska, M., 2008, *Wykluczenie finansowe – poważny problem społeczny*, MBA, nr 1, Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania, Warszawa, s. 3–11.
- Iwanicz-Drozdowska, M., Jaworski, W.L., Zawadzka, Z., 2010, *Bankowość. Zagadnienia podstawowe*, Poltext, Warszawa.
- Iwanicz-Drozdowska, M., Nowak, A.K., 2011, *Rola i znaczenie edukacji finansowej*, w: Iwanicz-Drozdowska, M. (red.), *Edukacja i świadomość finansowa. Doświadczenia i perspektywy*, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa, s. 13–34.
- Jurek, M., Marszałek, P., 2012, *Mapa edukacji finansowej i ubezpieczeniowej. IV edycja. Streszczenie menedżerskie*, Związek Banków Polskich, Polska Izba Ubezpieczeń,

- http://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/edukacja/mapa--edukacja-finansowa-resume.pdf [dostęp: 1.04.2015].
- Kołodziej, S., 2014, *Edukacja ekonomiczna dzieci i młodzieży w Polsce*, Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice, s. 97–105.
- Konsumenci na rynku usług bankowych – raport z badań dla UOKiK, 2009, UOKiK, Warszawa, <https://uokik.gov.pl/download.php?plik=9332> [dostęp: 19.01.2016].
- Koźliński, T., 2009, *Porównanie wyników badań ubankowienia Polaków przeprowadzonych przez NBP w 2006 i 2009 r.*, http://www.nbp.pl/systemplatniczy/obrot_bezgotowkowy/ubankowienie_polakow.pdf [dostęp: 13.09.2014].
- Krasodomska, J., 2012, *Znaczenie społecznej odpowiedzialności banków dla bezpieczeństwa systemu finansowego*, Zeszyty Naukowe, nr 12, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Kraków, s. 151–159.
- Łukasiewicz-Kamińska, A., 2014, *Wpływ działalności sektora bankowego na zrównoważony rozwój*, *Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy*, nr 37 (1/2014), s. 355–365.
- Maciejasz-Świątkiewicz, M., 2013, *Wykluczenie finansowe i narzędzia jego ograniczania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, Opole.
- Orzeszko, T., 2014, *Miejsce edukacji finansowej społeczeństwa w strategii społecznej odpowiedzialności biznesu krajowych banków giełdowych w Polsce*, w: Dziawgo, L. Patrzalek, L. (red.), *Finanse na rzecz zrównoważonego rozwoju. Gospodarka – etyka – środowisko*, Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 330, Wrocław, DOI: 10.15611/pn.2014.330.29.
- Ostrowska, E., 2007, *Zróżnicowany rozwój sektora finansowego w Polsce*, w: Ossowski J. (red.), *Spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe: charakterystyka, rozwój, otoczenie*, Fundacja na rzecz Polskich Związków Kredytowych, Biblioteka kwartalnika naukowego „Pieniądze i Więź”, Sopot.
- Penczar, M., 2014, *Edukacja a wykluczenie finansowe – mechanizm działania i związek przyczynowo-skutkowy*, w: Penczar, M. (red.), *Rola edukacji finansowej w ograniczaniu wykluczenia finansowego*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, s. 43–59.
- Penczar, M., Górski, P., Liszewska, M., b.r., *Edukacja finansowa szansą na zmniejszenie zjawiska wykluczenia finansowego i społecznego. Artykuł wprowadzający do e-debaty*, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, http://www.ibngr.pl/content/download/1571/16677/file/E-debata_Edukacja_finansowa.pdf [dostęp: 30.12.2014].
- KNF, 2013a, *Rekomendacja S – dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi zabezpieczonymi hipotecznie*, https://www.knf.gov.pl/Images/Rekomendacja_S_18_06_2013._tcm75-34880.pdf [dostęp: 18.01.2016].
- KNF, 2013b, *Rekomendacja T – dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ryzykiem detalicznych ekspozycji kredytowych*, https://www.knf.gov.pl/Images/RekomendacjaT_tcm75-33586.pdf [dostęp: 18.01.2016].

- Russell, H., Maitre, B., Donnelly, N., 2011, *Financial Exclusion and Over-indebtedness in Irish Households*, Department of Community, Equality & Gaeltacht Affairs and The Economic and Social Research Institute, Dublin, Ireland, <https://www.esri.ie/UserFiles/publications/bkmnext184.pdf> [dostęp: 3.04.2015].
- Sobczak, K., 2013, *UOKiK: instytucje finansowe ukarane za złe umowy emerytalne*, Lex.pl, 20 lutego, <http://www.lex.pl/czytaj/-/artykul/uokik-instytucje-finansowe-ukarane-za-zle-umowy-emerytalne?refererPlid=5257653> [dostęp: 18.01.2016].
- Solarz, M., 2010, *Spółeczna odpowiedzialność banków w aspekcie wykluczenia finansowego*, *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia*, vol. XLIV, 2, Sectio H, s. 241–254.
- Szopa, B., Szopa, A., 2011, *Wykluczenie finansowe a wykluczenie społeczne*, *Zeszyty Naukowe* nr 11, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Kraków, s. 13–27.
- Uryniuk, J., 2012, *Aplikacje do zarządzania budżetem domowym coraz bardziej popularne*, *Gazeta Prawna*, 28 marca, http://serwisy.gazetaprawna.pl/finanse-osobiste/artykuly/606230,aplikacje_do_zarzadzania_budzetem_domowym_coraz_bardziej_popularne.html [dostęp: 18.01.2016].
- Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, *Dz.U.* 2011, nr 126, poz. 715, z późn. zm.
- Zdanowska, M., 2012, *Świadomość finansowa w Polsce*, Uniwersytet Szczeciński, *Zeszyty Naukowe* nr 767, Globalizacja, Liberalizacja, Etyka, Współczesne Problemy Ekonomiczne, nr 5, s. 213–225.
- Ziemba, M., Świeszczak, K., 2014, *Działalność edukacyjna banków jako forma realizacji idei społecznej odpowiedzialności biznesu*, *Kwartalnik Wydziału Zarządzania Politechniki Białostockiej, Ekonomia i Zarządzanie*, nr 3 (6), s. 315–329.