



Konferencja[®]
Przedsiębiorstw
Finansowych
w Polsce

prof. Anna Lewicka-Strzałecka

Moralność finansowa Polaków

Raport z badań



Edycja II

Gdańsk-Warszawa, maj 2017

Prof. dr hab. Anna Lewicka-Strzałecka

Moralność finansowa Polaków

edycja II

Raport z badań

Gdańsk-Warszawa, maj 2017



Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców powstała 27 października 1999 roku i obecnie skupia ponad osiemdziesiąt kluczowych przedsiębiorstw z rynku finansowego w Polsce, w tym banki, zarządzające wierzytelnościami, doradców i pośredników finansowych, instytucje pożyczkowe, zarządzające informacją gospodarczą, sprzedające produkty odwróconej hipoteki w modelu sprzedażowym, przedsiębiorstwa z branży ubezpieczeniowej, platformy crowdfundingowe, giełdy wierzytelności oraz inne świadczące usługi na rzecz instytucji kredytowych. KPF to Członek Rady Rozwoju Rynku Finansowego, powołanej do życia przez Ministra Finansów Rzeczypospolitej Polskiej oraz Członek prestiżowej europejskiej organizacji samorządowej europejskiego przemysłu finansowego EUROFINAS (European Federation of Finance House Associations), zrzeszającej siedemnaście krajowych organizacji, reprezentujących ponad 1.200 instytucji finansowych. KPF ma w swoim dorobku badawczym kilkaset raportów, koncentrując się merytorycznie na obszarze kredytu.



PARTNERZY PUBLIKACJI



COPYRIGHT © Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców

Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce – Związek Pracodawców
ul. Długie Pobrzeże 30,
80 – 888 Gdańsk
info@kpf.

Spis treści

Wstęp	4
Główne wnioski	6
Operacjonalizacja moralności finansowej konsumentów	8
Oddawanie długów jako obowiązek moralny	10
Porządek normatywny wyznaczony przez poziom usprawiedliwiania nadużyć dokonywanych przez konsumentów	12
Ocena poszczególnych nadużyć dokonywanych przez konsumentów	17
Percepcja instytucjonalnych zaburzeń na rynku finansowym	26
Ocena prawa o upadłości konsumenckiej	31
Bibliografia	32
O Autorze	34

Wstęp

Nieprawidłowości występujące w sferze finansów są trafnym odzwierciedleniem istotnych cech organizacji społeczeństwa, nie tylko w kontekście wielkich afer i kryzysów powodowanych przez instytucje finansowe, bezwzględnych oszustów czy chciwych menedżerów, ale także z punktu widzenia udziału, jaki w zaburzeniu funkcjonowania rynku mają zwykli obywatele. Na ów udział składają się różnego rodzaju nieetyczne zachowania, nadużycia, wykroczenia, a nawet przestępstwa, które są popełniane na szeroką skalę w trakcie codziennego funkcjonowania ludzi na rynku, w szczególności na rynku produktów finansowych. Chociaż niektóre z nich nie są nielegalne, wszystkie budzą większe lub mniejsze zastrzeżenia, z jednej strony dlatego, że stanowią sprzeniewierzenie się dotychczas uznawanym wartościom lub normom moralnym, zaś z drugiej, dlatego, że ich powszechność, suma przekraczająca pewien poziom, utrudnia sprawne funkcjonowanie rynku, a nawet może doprowadzić do jego zachwiania.

Na przykład rosnące gwałtownie składki ubezpieczenia OC, to powód do niepokoju właścicieli ponad 20 milionów samochodów w Polsce. Eksperti ubezpieczeniowi utrzymują, iż jedną z przyczyn tego wzrostu są tysiące wyłudzonych odszkodowań, których wartość szacuje się na ponad 1,5 miliarda złotych. Ocenia się, iż co dziesiąte wypłacone odszkodowanie za kolizję czy wypadek w ogóle nie powinno trafić do kieszeni poszkodowanego. Innym przykładem ilustrującym znaczenie moralności konsumenckiej może być niedawna akcja promocyjna sklepów Lidl, w której zwracano pieniądze klientom niezadowolonym z jego własnych produktów. Okazało się, że wiele osób potraktowało tę akcję, jako okazję do zarobienia pieniędzy i zaczęto masowo oddawać opakowania po zakupionych towarach, co sparaliżowało pracę sklepu. W efekcie Lidl podjął decyzję o natychmiastowym zakończeniu promocji.

Powyższe przykłady i wiele innych pokazują, że udział w zaburzeniu rynku mogą mieć przeciętni obywatele, uchodzący za praworzędnych w oczach własnych i innych. Zakres nadużyć konsumenckich jest znaczącym wyznacznikiem moralnej kondycji społeczeństwa, podobnie ważnym wskaźnikiem jest sam poziom akceptacji dla naruszania norm, odwzorowujący społeczne przyzwolenie dla nadużyć. Przyzwolenie tworzy sprzyjające środowisko dla tych nadużyć, ponieważ osoby popełniające je nie tylko nie muszą obawiać się społecznego ostracyzmu, ale mogą liczyć na swoiste wsparcie ze strony otoczenia. Polega ono na przykład na tym, że pracodawcy podają nieprawdziwe dane o dochodach swoich pracowników, by pomóc im w uzyskaniu kredytu, a sąsiedzi i znajomi dłużnika nie tylko nie okazują dezaprobaty dla jego nierzetelności, ale nierzadko utrudniają wierzycielom dotarcie do niego.

Głównym celem projektu zainicjowanego przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce w 2016 roku jest cykliczna analiza moralności finansowej Polaków, na którą składają się oceny poszczególnych nadużyć, dokonywanych przez konsumentów oraz postrzeganie instytucjonalnych zaburzeń na rynku finansowym. Ten pierwszy składnik wyznacza uznawany przez respondentów porządek normatywny zorientowany na zachowania konsumentów, ten drugi odwzoruje

ich poczucie poziomu instytucjonalnej deformacji, określanej przez socjologów terminem anomii (Durkheim 1999, Merton 2002), której szczególnym rodzajem jest anomia rynkowa (Messner, Rosenfeld 1997).

Analiza systemu moralnej regulacji Polaków w obszarze relacji finansowych została zaplanowana jako badanie cykliczne, powtarzane co rok. Pozwoli to na systematyczną rekonstrukcję tego systemu oraz uchwycenie istotnych trendów, w szczególności zmian wartości Indeksu Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych. Niniejszy raport prezentuje wyniki drugiego z cyklu badania, przeprowadzonego w 2017 roku.

Podobnie jak w roku ubiegłym, pytaniem wstępnym było pytanie o poziom akceptacji ogólnej normy nakazującej oddawanie długów. Porządek normatywny zorientowany na zachowania konsumentów w sferze finansów został zrekonstruowany na podstawie pytań dotyczących poziomu usprawiedliwiania konkretnych zachowań konsumentów, naruszających normy prawne bądź standardy moralne. Percepcję anomii rynkowej odwzorowywały pytania o poziom urzeczywistniania nieetycznych praktyk przez instytucje finansowe, postrzeganie poziomu zaufania do nich oraz poziomu społecznej presji na wywiązywanie się ludzi ze zobowiązań finansowych. Tegoroczne badanie zostało uzupełnione pytaniem o stosunek do prawa o upadłości konsumenckiej.

Odpowiedzi na te pytania uzyskano w telefonicznym sondażu, przeprowadzonym przez firmę Pactor na zlecenie Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce na ogólnopolskiej, reprezentatywnej 1000-osobowej próbie Polaków w wieku powyżej 18 lat w kwietniu 2017 roku. Badanie zostało przeprowadzone metodą CATI, a realizacji celu służył kwestionariusz ankiety składający się z 18 głównych pytań i 8 pytań metryczkowych.

Należy podkreślić, że odpowiedzi otrzymane w trakcie powyższych badań oddają w głównej mierze sferę normatywną i afektywną badanych osób. Oznacza to, że dowiadujemy się, jakie postępowanie i w jakim zakresie może liczyć na usprawiedliwienie, czyli poznajemy poziom społecznego przyzwolenia na nadużycia oraz dowiadujemy się jak postrzegany jest zakres nieprawidłowości rynkowych, czyli poznajemy poziom percepcji anomii rynkowej. Chociaż deklarowanie przez ludzi pewnych norm i wartości w ograniczonym stopniu rzutuje na ich rzeczywiste zachowania, to może być uznane za wskaźnik moralnej kondycji rynku, będącej ważnym czynnikiem jego efektywnego funkcjonowania.

Główne wnioski

Przeprowadzone po raz drugi badanie moralności finansowej Polaków objęło wyłonienie porządku normatywnego, odwzorowywanego przez oceny poszczególnych nadużyć, dokonywanych przez konsumentów oraz postrzeganie anomii rynkowej, wyrażone przez wskazanie poziomu instytucjonalnych zaburzeń w sferze finansowej. Respondenci zostali także poproszeni o ocenę prawa o upadłości konsumenckiej.

Porządek normatywny

Porównanie wyników badania z wynikami z 2016 roku wskazuje na względnie trwałe porządek normatywny, zorientowany na nadużycia konsumentów w sferze finansów.

Podobnie jak w roku ubiegłym, ogólna norma nakazująca oddawanie długów jest akceptowana przez przeważającą większość respondentów.

Etyczne standardy dotyczące oceny zachowań konsumentów w konkretnych sytuacjach są w znacznym stopniu zróżnicowane, począwszy od zachowań, które są prawie bezwyjątkowo potępiane, a kończąc na zachowaniach usprawiedliwianych przez blisko jedną trzecią badanych osób. Wagi przypisywane tym standardom oraz ich hierarchia, poza drobnymi przesunięciami, pozostały niezmiennie w stosunku do ubiegłorocznych badań.

Najbardziej rygorystycznie respondenci odnoszą się do tych nadużyć konsumenckich, które polegają na wyłudzeniu pieniędzy za pomocą fałszywych dokumentów, zawyżaniu wartości poniesionych szkód oraz ukrywaniu informacji, uniemożliwiających zaciągnięcie kredytu. Moralność finansowa okazuje się współgrać z normami prawa, ponieważ najrzadziej usprawiedliwiane nadużycia konsumenckie to te, które są zagrożone sankcjami karnymi.

Dolną część hierarchii etycznych standardów konsumentów wyznaczyło w znacznej części względnie duże przyzwolenie na zachowania, naruszające w różnej formie zasadę nakazującą wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych. Ponad jedna piąta respondentów dostrzega okoliczności usprawiedliwiające kogoś, kto zmienia często rachunki bankowe, by uniknąć zajęcia środków przez komornika i blisko jedna czwarta deklaruje wyrozumiałość dla osób płacących gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT. Ponad jedna czwarta badanych osób akceptuje wykorzystanie nadarzającej się okazji w postaci błędu kasjera, który pomylił się na swoją niekorzyść. Blisko jedna trzecia Polaków jest skłonna usprawiedliwić kogoś, kto przepisuje majątek na rodzinę, by uciec przed wierzycielem oraz kogoś, kto pracuje na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji. Potwierdza to prawidłowość polegającą na tym, że ludzie na poziomie ogólnych i abstrakcyjnych deklaracji moralnych są bardziej restrykcyjni, niż na poziomie norm szczegółowych i konkretnych zachowań. Na największy poziom społecznego przyzwolenia może liczyć zachowanie, polegające na zaciąganiu kredytu bez dokładnego zapoznania się z warunkami jego spłaty.

Syntetyczny Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych wskazuje, iż Polacy są skłonni usprawiedliwiać naruszenie przez konsumentów norm prawnych i standardów etycznych w ponad jednej piątej sytuacji. Niższa nieco wartość tego indeksu w porównaniu z ubiegłym rokiem sugeruje pewną poprawę etycznych standardów. Wyższy poziom akceptacji dla nieetycznych zachowań finansowych przejawiają osoby młode oraz takie, które mają problemy ze spłatą kredytu lub zobowiązań finansowych.

Postrzeżenie anomii rynkowej

Respondenci nisko lub umiarkowanie ocenili instytucje funkcjonujące na rynku transakcji finansowych. Najślabszym punktem, w postrzeganiu instytucjonalnej regulacji tego rynku, okazało się poczucie braku rzetelności oferty przedstawianej przez instytucje finansowe. Nieco lepiej, w obszarze ładu na rynku produktów finansowych, zostały ocenione: poczucie sprawiedliwej wymiany rynkowej, poziom uczciwości transakcji ubezpieczeniowych oraz poczucie bezpieczeństwa, gwarantowanego przez instytucje państwowe. Zaufanie do większości instytucji finansowych jest na poziomie porównywalnym z innymi sondażami. Najwyżej ocenianym wymiarem instytucjonalnej regulacji okazało się poczucie skuteczności społecznych sankcji.

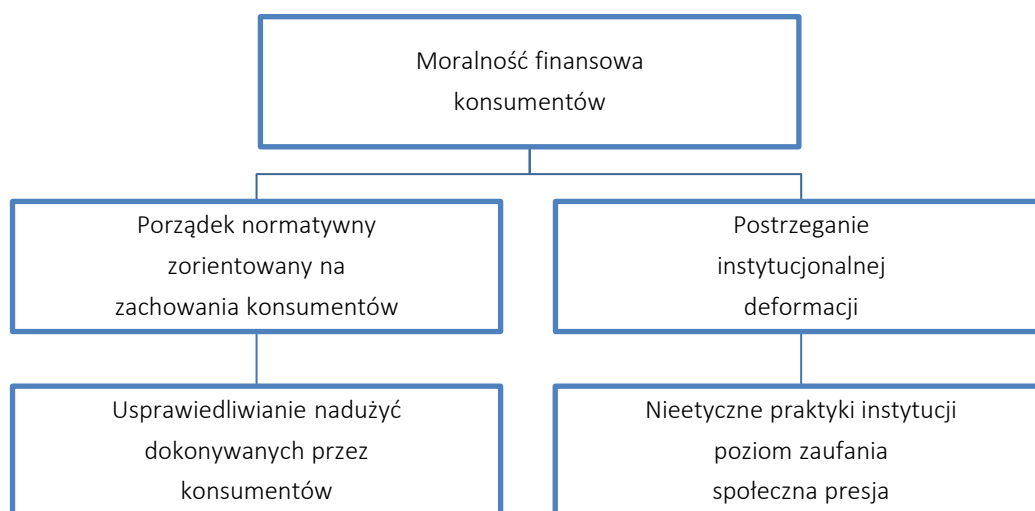
Ocena prawa o upadłości konsumenckiej

Ponad dwie piąte badanych osób nie ma sprecyzowanych poglądów na temat prawa upadłości konsumenckiej. Wśród pozostałych dominuje pogląd o jego zbędności lub nadmiernym liberalizmie oraz przekonanie, iż prawo do zgłaszania wniosku o upadłość powinien mieć zarówno dłużnik jak i wierzyciel.

Operacjonalizacja moralności finansowej konsumentów

Empiryczna identyfikacja moralności finansowej Polaków objęła wyłonienie deklarowanego przez nich porządku normatywnego w obszarze zachowań konsumenckich oraz postrzeganej anomii rynkowej. Model moralności finansowej został przedstawiony na rysunku 1 (Lewicka-Strzałecka 2016).

Rysunek 1. Model moralności finansowej konsumentów



Źródło: KPF.

Porządek normatywny zorientowany na zachowania konsumentów w sferze finansów został zrekonstruowany na podstawie pytań, dotyczących poziomu usprawiedliwiania konkretnych zachowań konsumentów, naruszających normy prawne bądź standardy moralne. Chociaż deklaracje ludzi nie są tym samym, co ich faktyczne działania, to jak pokazują międzynarodowe porównania, dokonane w ramach Europejskiego Sondażu Społecznego, uznanie dla określonego porządku normatywnego jest istotną determinantą faktycznych wyborów dokonywanych na rynku (Lopes 2010). Ów porządek ufundowany jest na pewnych wartościach i zasadach moralnych, będących warunkiem funkcjonowania gospodarki rynkowej. Jednocześnie, ulega on deformacji przez ograniczanie zakresu obowiązywania tych zasad, uznawanie okoliczności, w których wartości mogą być naruszane. Postępująca deformacja kreuje klimat społecznego przyzwolenia na odstępstwa od norm i stanowi proces prowadzący do „rozmiękczenia dotychczasowego sposobu zachowania” (Willgerodt 1980: 141), określane terminem moralności krańcowej¹. Jak zauważa Aniela Dylus (1992)

¹ Określenie to nie oznacza zachowań moralnych człowieka w sytuacjach krańcowych. Zaczerpnięte z ekonomii, wskazuje na zbliżanie się do granicy moralnie dopuszczalnego, podobnie jak w praktyce gospodarczej istnieje pewna granica, po której przekroczeniu działanie przestaje się opłacać.

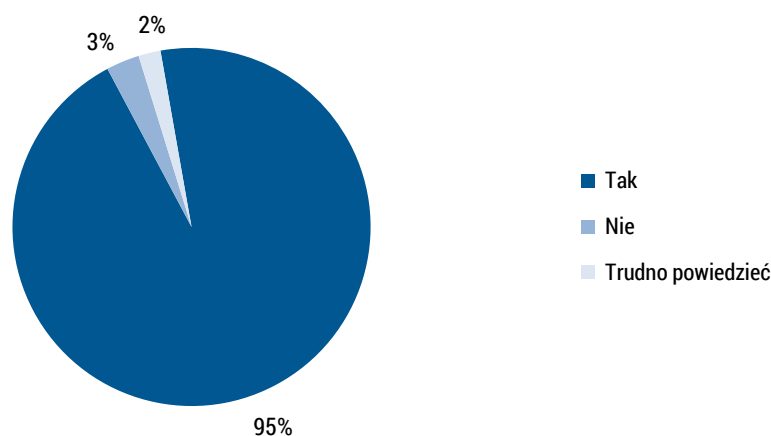
moralność krańcowa jest ciągłą tendencją w dół, stylem bycia przeciw obowiązującemu porządkowi życia społecznego, podejmowanym najpierw przez jednostki lub pojedyncze grupy społeczne. Podobnie proces zmiany norm społecznych widzi Piotr Sztompka, podkreślając, iż w jego ostatecznym etapie „rosnąca liczba udanych i bezkarnych ominięć norm prowadzi do sytuacji, kiedy pewne do niedawna dewiacyjne czy przestępcze sposoby zachowania ulegają instytucjonalizacji, wchodzą jako przyzwolenia do społecznego systemu normatywnego” (Sztompka 2016:267). W badaniu moralności finansowej przyjęto, że porządek normatywny może być odwzorowywany przez ustosunkowanie się do normy, nakazującej wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych oraz oceny odstępstwa od ogólnych zasad w pewnych konkretnych sytuacjach. Zostały one wyrażone na czterostopniowej skali, określającej częstość usprawiedliwiania poszczególnych nadużyć dokonywanych przez konsumentów, począwszy od *nigdy* przez *czasem*, *często* do *zawsze*.

Drugi komponent moralności finansowej, czyli percepcję anomii rynkowej odwzorowywały pytania o ocenę funkcjonowania pewnych instytucji w sferze finansowej. Źródłem anomii w wymiarze globalnym można poszukiwać w neoliberalnej polityce gospodarczej, skutkującej powtarzającymi się kryzysami na rynkach finansowych, a w przypadku niedojrzałej gospodarki kapitalistycznej, dodatkowo w słabości prawodawstwa i instytucji chroniących konsumentów. Anomia rynku postrzegana przez konsumentów stanowi pewien teoretyczny konstrukt, odwzorowujący zaburzenie ładu instytucjonalnego przejawiające się w braku równowagi stron transakcji, a także w erozji norm społecznych, regulujących wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych. Konstrukt ten może być identyfikowany przez kilka wskaźników, składających się na ogólną ocenę relacji między konsumentami i instytucjami finansowymi. Zakłada się, że owa ocena kształtowana jest przez przekaz medialny i wiedzę potoczną czerpaną zarówno z otoczenia, jak i opartą na osobistym doświadczeniu. Przekaz medialny obejmuje informacje dotyczące wielomilionowych nadużyć popełnianych przez globalnych graczy, pazernych finansistów z Wall Street, nieuczciwych prezesów banków, którzy doprowadzają do bankructwa swoje firmy i pomimo to dostają wysokie odprawy. W odniesieniu do naszego kraju szeroko nagłaśniane są problemy szerokich grup klientów poszkodowanych w aferach typu Amber Gold lub skłonionych do wzięcia kredytów walutowych, zakupu polisolokat itp. Określenie bankster weszło chyba na dobre do języka polskiego. Z drugiej strony, korzystne oferty i poziom usług finansowych świadczonych na co dzień, personalne kontakty z instytucjami ze sfery finansowej, głównie bankami, mają raczej pozytywny wpływ na jej wizerunek (TNS Polska 2016). Polscy konsumenci ufają bankowi, z którego usług korzystają znacznie bardziej (71%) niż ogółowi banków (61%). Również osoby korzystające z usług firm pożyczkowych wyrażają satysfakcję z tej współpracy (PBS 2012). Konsumenci opierający swoją wiedzę wyłącznie na przekazie medialnym i doniesieniach prasowych mają zdecydowanie gorsze zdanie o sektorze finansowym niż ci, którzy korzystają z jego usług.

Oddawanie długów jako obowiązek moralny

Pytaniem wstępnym w badaniu moralności finansowej polskich konsumentów było pytanie o poziom akceptacji ogólnej normy zobowiązującej do oddawania długów. Norma nakazująca wywiązywanie się z podjętych zobowiązań finansowych, czyli spłacanie zaciągniętych długów jest jedną z najbardziej uniwersalnych norm moralnych. Jej uzasadnienie opiera się z jednej strony, na szacunku dla cudzej własności, z drugiej zaś odwołuje się do wartości, jaką stanowi zasada dotrzymywania umów. Jak wiadomo, wartości te stanowią etyczny fundament, na którym bazuje gospodarka kapitalistyczna. Rynek nie mógłby sprawnie funkcjonować, gdyby umowy nie były dotrzymywane, własność naruszana, a większość transakcji nie opierała się na zaufaniu. Podobnie relacje tych norm widziała Maria Ossowska, analizująca je z perspektywy antropologii kultury, umieszczając normę zalecającą odpowiedzialność za słowo i zakazującą kradzieży w grupie norm służących potrzebie zaufania (Ossowska 1970).

Wykres 1. Czy zgadza się Pan/Pani z poglądem, że oddawanie długów jest zawsze obowiązkiem moralnym?



Źródło: KPF.

Poznaniu miejsca normy nakazującej wywiązywanie się z podjętych zobowiązań finansowych w systemie aksjologicznym Polaków służyło pytanie: „Czy zgadza się Pani/Pan z poglądem, że oddawanie długów jest zawsze obowiązkiem moralnym?”. Przedstawiony na wykresie 1 rozkład procentowy odpowiedzi na powyższe pytanie świadczy, iż norma ta jest z niewielkimi wyjątkami akceptowana w polskim społeczeństwie. Rozkład ten w nieznacznym stopniu odbiega od rozkładu odpowiedzi uzyskanego w ubiegłym roku, co ilustruje tabela 1. Ta zbieżność oraz prawie identyczne rozkłady odpowiedzi na analogiczne pytanie, uzyskane w dwu innych badaniach przeprowadzonych kilka lat temu również na reprezentatywnych grupach Polaków (Lewicka-Strzałecka, Białowolski 2007 oraz Raport KRD 2008), przemawiają na rzecz trwałości normy nakazującej oddawanie długów. Chociaż wyniki te odzwierciedlają tylko deklaratywne poparcie wyrażone na bardzo wysokim poziomie

ogólności, ich dobitność jest godna uwagi, ponieważ niewiele norm etycznych cieszy się tak powszechną akceptacją. Wysokie, ale nieco mniejsze poparcie (92% wskazań) ma pogląd głoszący, że „należy płacić podatki, gdyż z nich finansowane są ważne cele i potrzeby społeczne” (CBOS 2016a). Zapewne odpowiedzi na pytania, dotyczące ogólnych norm moralnych w ograniczonym stopniu odzwierciedlają rzeczywiste postępowanie czy choćby autentyczne poglądy respondentów i świadczą raczej o ich przekonaniu, jakie stanowisko wypada zająć w danej kwestii. Znaczenie powszechnego uznawania normy nakazującej oddawanie długów polega na tym, że może ono być odczuwane, jako przymus zewnętrzny, mający wpływ na postępowanie ludzi, nawet przy braku internalizacji tej normy.

Tabela 1. Porządek normatywny zorientowany na nadużycia konsumentów w sferze finansów

Czy zgadza się Pani/Pan z poglądem, że oddawanie długów jest zawsze obowiązkiem moralnym?	Wskazania respondentów według terminów badań (w %)	
	2016	2017
Tak	97	95
Nie	2	3
Trudno powiedzieć	1	2

Źródło: KPF.

Analiza profilu osób, które nie zgodziły się z poglądem, że oddawanie długów jest zawsze obowiązkiem moralnym lub nie miały na temat opinii wskazuje, że częściej są to mężczyźni niż kobiety, najczęściej osoby w wieku 18 – 49 lat, mające wyższe wykształcenie.

Porządek normatywny wyznaczony przez poziom usprawiedliwiania nadużyć dokonywanych przez konsumentów

Istotnym składnikiem moralności finansowej Polaków jest przyzwolenie na działania konsumentów niezgodne z prawem lub naruszające standardy etyczne. Przyjęto, że zakres przyzwolenia na te nadużycia, czyli poziom akceptacji nieetycznych zachowań finansowych (moralnego permissywizmu) jest wyznaczony przez okazjonalne, mniej lub bardziej częste usprawiedliwianie nadużyć konsumenckich. Odpowiednio, brak przyzwolenia, czyli brak akceptacji nieetycznych zachowań finansowych (poziom moralnego rygoryzmu) jest określany przez wskazanie, że dane nadużycie nigdy nie może być usprawiedliwione.

Tabela 2. Porządek normatywny zorientowany na nadużycia konsumentów w sferze finansów

Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś:	Częstość w %				Rok badania
	nigdy	czasem	często	zawsze	
posługuje się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt?	97,2	2,2	0,1	0,5	2017
	98,5	0,5	0,5	0,5	2016
zawyża wartość poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie?	85,1	11,6	2,0	1,3	2017
	85,7	10,6	2,2	1,5	2016
zataja informacje uniemożliwiające wzięcie kredytu?	81,9	14,3	1,5	2,3	2017
	83,2	13,6	1,8	1,4	2016
zmienia często rachunki bankowe, by uniknąć zajęcia środków przez komornika?	78,4	18,6	1,6	1,4	2017
	76,8	19,2	2,7	1,3	2016
płaci gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT?	75,1	19,2	2,6	3,1	2017
	67	23,2	5,6	4,2	2016
nie zwraca uwagi kasjerowi, który pomylił się na własną niekorzyść?	74,6	15,4	3,9	6,1	2017
	80,6	11,8	2,8	4,8	2016
przepisuje majątek na rodzinę, by uciec przed wierzycielem?	73,6	21,7	3,0	1,7	2017
	71,7	22,5	3,2	2,6	2016
pracuje na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji?	70,6	24,1	3,3	2	2017
	64,4	26,9	6,4	2,3	2016
zaciąga kredyt nie zapoznając się dokładnie z warunkami spłaty?	68,5	25,5	3,3	2,7	2017
	64,1	26,6	6,1	3,2	2016
Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych *	21,7				2017
	23,2				2016

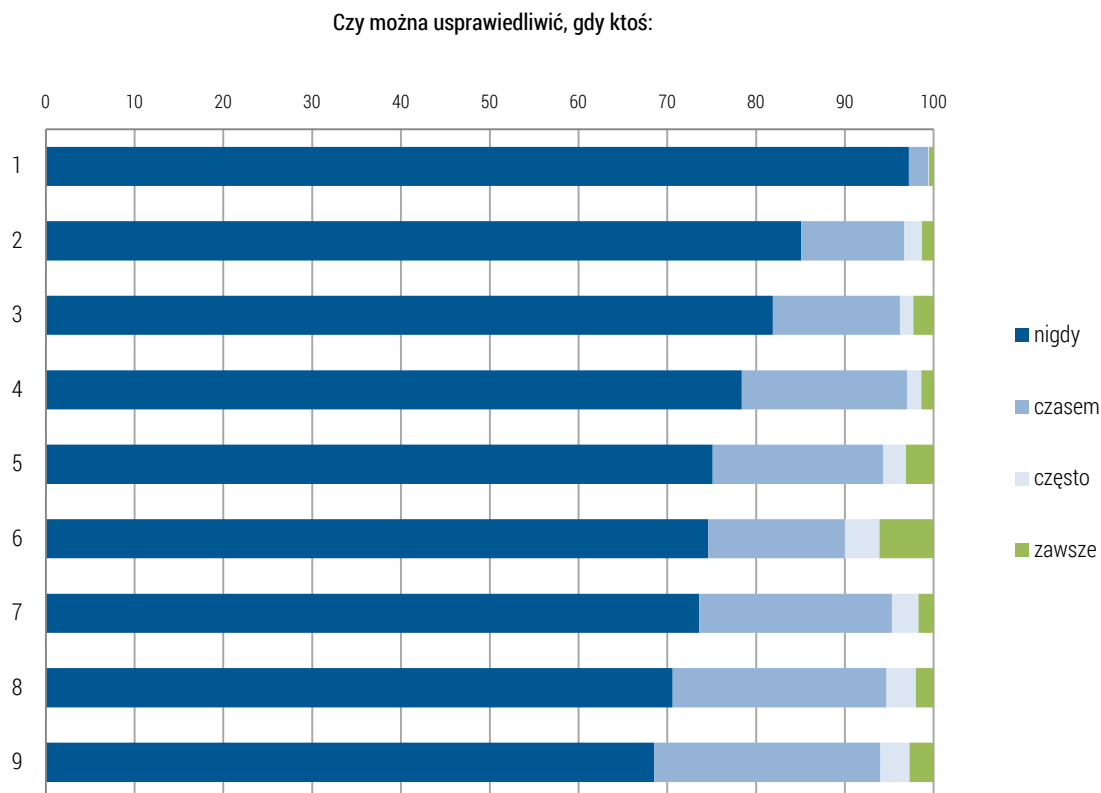
*średnia sum odsetków odpowiedzi czasem, często lub zawsze na pytania o możliwość usprawiedliwiania poszczególnych działań

Źródło: KPF.

W tabeli 2 przedstawiono rozkład odpowiedzi na pytania o usprawiedliwianie poszczególnych tego typu działań, odpowiednio w roku 2017 i 2016. Pytania w tabeli 2 zamieszczono w porządku hierarchicznym ze względu na rosnący poziom akceptacji nieetycznych zachowań finansowych, mierzony sumą odsetek odpowiedzi *czasem*, *często* lub *zawsze* na pytanie o możliwość usprawiedliwiania poszczególnych działań. Koresponduje z nim malejący poziom moralnego rygoryzmu mierzony odsetkiem odpowiedzi *nigdy*. Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych (permissywizmu moralnego) został wyznaczony przez średnią sum odsetek odpowiedzi *czasem*, *często* lub *zawsze* na poszczególne pytania o możliwość usprawiedliwiania poszczególnych działań. Stanowi on syntetyczną miarę społecznego przyzwolenia na naruszanie przez konsumentów norm prawnych bądź standardów etycznych. W badanej grupie wynosi on 21,7, co oznacza, że Polacy są skłonni do usprawiedliwiać odstępstwa od zasad w ponad jednej piątej sytuacji. Niższa nieco wartość tego indeksu w porównaniu z ubiegłym rokiem (23,2) sugeruje pewną poprawę etycznych standardów. Wykres 2 ilustruje dane zamieszczone w tabeli 2, przedstawiając swoistą mapę moralnego rygoryzmu/permissywizmu konsumentów w sferze finansowej.

Dane przedstawione w tabeli 2 i na wykresie 2 odzwierciedlają znaczny stopień zróżnicowania etycznych standardów, dotyczących oceny zachowań konsumentów w konkretnych sytuacjach, począwszy od zachowań, które są prawie bezwyjątkowo potępiane, a kończąc na zachowaniach usprawiedliwianych przez blisko jedną trzecią badanych osób. Najbardziej rygorystycznie respondenci odnoszą się do tych nadużyć konsumenckich, które polegają na wyłudzeniu pieniędzy za pomocą posługiwania się fałszywymi dokumentami, zawyżania wartości poniesionych szkód oraz ukrywania informacji, uniemożliwiających zaciągnięcie kredytu, przy czym pierwsze zachowanie jest zdecydowanie mocniej potępiane niż dwa kolejne. Być może źródłem tej przewagi jest czynnik, który amerykańscy badacze etyki konsumenckiej (Vitell, Muncy 2005) zidentyfikowali jako różnicę między aktywnym i pasywnym wykorzystywaniem nielegalnych działań (*actively and passively benefiting from illegal activities*). Posługiwanie się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt jest aktywnie inicjowanym działaniem przestępczym, natomiast zawyżanie wartości poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie oraz ukrywanie informacji uniemożliwiających wzięcie kredytu są działaniami polegającymi na wykorzystaniu nadarzającej się okazji. Moralność finansowa okazuje się współgrać z normami prawa, ponieważ najrzadziej usprawiedliwiane nadużycia konsumenckie to te, które są zagrożone sankcjami karnymi.

Wykres 2. Mapa moralnego rygoryzmu/permisywizmu konsumentów w sferze finansowej (w%)



1. posługuje się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt?
2. zawyża wartość poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie?
3. zataja informacje uniemożliwiające wzięcie kredytu?
4. zmienia często rachunki bankowe, by uniknąć zajęcia środków przez komornika?
5. płaci gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT?
6. nie zwraca uwagi kasjerowi, który pomylił się na własną niekorzyść?
7. przepisuje majątek na rodzinę, by uciec przed wierzycielem?
8. pracuje na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji?
9. zaciąga kredyt nie zapoznając się dokładnie z warunkami spłaty?

Źródło: KPF.

Ponad jedna piąta respondentów dostrzega okoliczności usprawiedliwiające kogoś, kto zmienia często rachunki bankowe, by uniknąć zajęcia środków przez komornika i prawie jedna piąta deklaruje wyrozumiałość dla osób płacących gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT. W nieco mniejszym stopniu badane osoby są skłonne potępiać wykorzystywanie nadarzającej okazji w postaci błędu kasjera, który pomylił się na swoją niekorzyść. Blisko jedna trzecia Polaków jest skłonna usprawiedliwić kogoś, kto przepisuje majątek na rodzinę, by uciec przed wierzycielem oraz kogoś, kto pracuje na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji. Potwierdza to prawidłowość polegającą na tym, że ludzie na poziomie ogólnych i abstrakcyjnych deklaracji moralnych są bardziej restrykcyjni niż na poziomie norm szczegółowych i konkretnych zachowań. Podobną zależność, wskazującą

na rozbieżność opinii ogólnych i szczegółowych demonstrują prace, dotyczące preferencji społeczno-ekonomicznych (Tyszka, Sokołowska 1991, Frentzel-Zagórska, Zagórski 1992). Na ostatnim miejscu w hierarchii etycznych standardów konsumentów znalazło się zachowanie, polegające na zaciąganiu kredytu bez dokładnego zapoznania się z warunkami jego spłaty. To, obdarzone przez respondentów największym poziomem tolerancji, zachowanie nie jest w żaden sposób sankcjonowane prawnie, ma jednak wymiar etyczny. Może bowiem być potraktowane, jako sprzeniewierzenie się powinności bycia odpowiedzialnym konsumentem, powinności analizowanej przez badaczy etycznego konsumeryzmu, a także postulowanej przez stowarzyszenia konsumenckie. Warto zauważyć, że kredytodawcy mają prawny obowiązek udzielania wyczerpujących i precyzyjnie określonych informacji, dotyczących warunków udzielanego kredytu², toteż lekceważenie tych informacji przez konsumentów stanowi swojego rodzaju grzech zaniechania, w pierwszym rzędzie mogący skutkować stratami jednostki, ale mający także niekorzystne skutki społeczne.

Porównanie powyższych danych z danymi ubiegłorocznymi (tabela 2) wskazuje na względnie trwały porządek normatywny zorientowany na nadużycia konsumentów w sferze finansów. Na swoim miejscu pozostały trzy najrzadziej i dwa najczęściej usprawiedliwiane nadużycia, a częstości usprawiedliwiania przypisywane poszczególnym zachowaniom uległy niewielkim zmianom.

Dane w tabeli 3 przedstawiają indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych w latach 2017 i 2016, w poszczególnych grupach respondentów różniących się między sobą ze względu na cechy społeczno-demograficzne. Najbardziej wyraźną prawidłowością, obserwowaną także w roku ubiegłym jest to, że wymagania moralne dotyczące kwestii finansowych rosną wraz z wiekiem. Starsi w mniejszym stopniu są skłonni usprawiedliwiać konsumenckie nadużycia niż młodszy. Może to być funkcją naturalnego procesu moralnego rozwoju albo efektem różnicy między pokoleniami, spowodowanej funkcjonowaniem w odmiennych systemach gospodarczych.

Zmienną bardzo wyraźnie różnicującą badane osoby ze względu na poziom akceptacji nieetycznych zachowań finansowych jest sytuacja gospodarstwa domowego wobec kredytu oraz stosunek do zobowiązań finansowych. Te gospodarstwa, które mają problem ze spłatą kredytu oraz te osoby, które mają problemy ze spłatą zobowiązań finansowych przejawiają wyższy poziom moralnego permisywizmu niż osoby, które regularnie spłacają kredyt lub zobowiązania i znacznie wyższy od osób, które nigdy nie zaciągały kredytu lub nie mają zobowiązań. Inne cechy społeczno-demograficzne różnicują poziom permisywizmu moralnego w nieznacznym stopniu. Płeć w mniejszym niż w ubiegłym roku stopniu różnicuje akceptację dla nieetycznych zachowań, lekko wskazując na wyższy permisywizm moralny u mężczyzn. Akceptację dla nieetycznych zachowań w najwyższym stopniu deklarują osoby z wyższym wykształceniem zamieszkujące w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Reasumując, moralny permisywista w sferze finansów to osoba młoda lub w średnim wieku, mająca problemy ze spłatą zobowiązań finansowych, z wyższym wykształceniem, mieszkaniem w wielkim mieście, raczej mężczyzna.

² Obowiązek ten wynika z Ustawy z dnia 12 maja 2011 roku o kredycie konsumenckim

Tabela 3. Cechy społeczno-demograficzne a Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych

Cechy społeczno-demograficzne	Rok badania			
	2017		2016	
	N	Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych *	N	Indeks Akceptacji Nieetycznych Zachowań Finansowych
OGÓŁEM	1000	22	1000	23
Płeć				
mężczyźni	478	22	478	25
kobiety	522	21	522	22
Wiek				
18-29 lat	201	24	200	27
30-49	358	24	358	25
50-64	256	18	256	21
65 lat i więcej	185	17	186	20
Wykształcenie				
wyższe	431	24	380	23
średnie lub policealne	345	21	404	23
zasadnicze zawodowe	189	21	151	23
gimnazjalne lub podstawowe	35	16	65	26
Źródło dochodu				
praca najemna	470	24	456	24
własny biznes	160	23	102	29
rolnictwo	46	20	63	23
zasiłki	23	16	17	27
emerytura/renta	249	17	292	20
inne	52	24	70	26
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym				
do 550 PLN	34	24	95	25
551-1.000 PLN	183	20	236	25
1.001-1.400 PLN	283	20	208	21
1.401-2.000 PLN	239	22	210	24
powyżej 2.000 PLN	260	24	251	24
Miejsce zamieszkania				
wieś	396	21	396	23
miasto do 10 tys. mieszkańców	59	22	59	22
10-100 tys. mieszkańców	263	21	263	24
101-500 tys. mieszkańców	167	21	167	22
powyżej 500 tys. mieszkańców	114	26	114	26
Sytuacja gospodarstwa domowego wobec kredytu				
problemy ze spłatą	116	26	21	26
regularnie spłaca	280	23	342	22
spłacony kredyt	272	21	286	24
nigdy nie zaciągnięty kredyt	332	20	351	23
Stosunek do zobowiązań finansowych				
problemy ze spłatą	200	25		
spłaca bez problemów	500	22		
brak zobowiązań	300	19		

*mierzony średnią sum odsetków odpowiedzi czasem, często lub zawsze na pytania o możliwość usprawiedliwienia poszczególnych działań

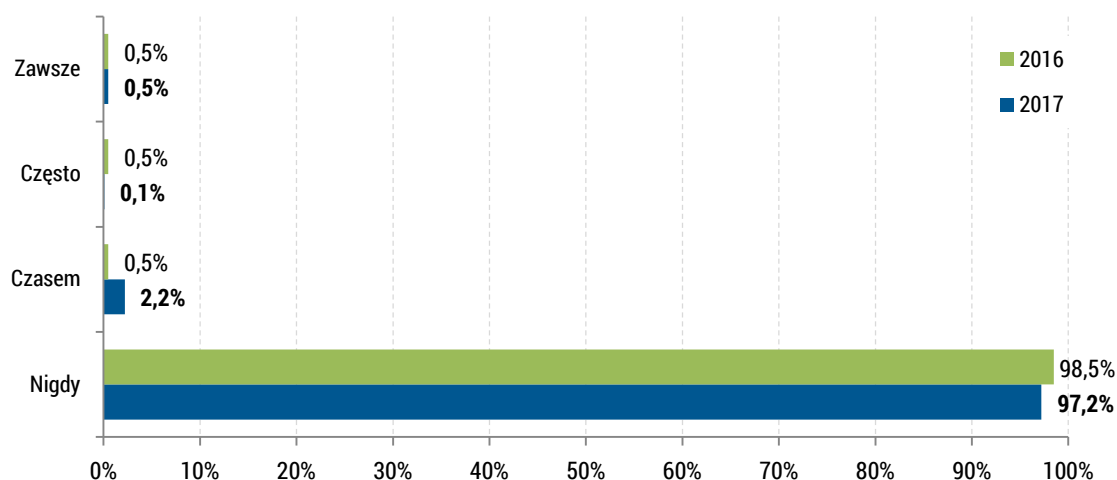
Źródło: KPF.

Ocena poszczególnych nadużyć dokonywanych przez konsumentów

Przedstawiona niżej analiza ocen poszczególnych zachowań, przeprowadzona w porządku hierarchicznym ze względu na poziom rygoryzmu wobec tych zachowań, pozwala na uchwycenie pewnych bardziej szczegółowych prawidłowości.

Najbardziej surowo ocenianym zachowaniem okazało się posługiwanie się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt (wykres 3). Respondenci byli nieomalże jednomyślni w negatywnej ocenie tego zachowania, ponieważ 97,2% wyraziło opinię, że zachowanie to nigdy nie może być usprawiedliwiane, 2,2% uznało, że czasem, jedna osoba wybrała odpowiedź często i pięć osób zawsze. Bardzo zbliżony rozkład odpowiedzi na to pytanie uzyskano w roku ubiegłym.

Wykres 3. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś posługuje się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt?



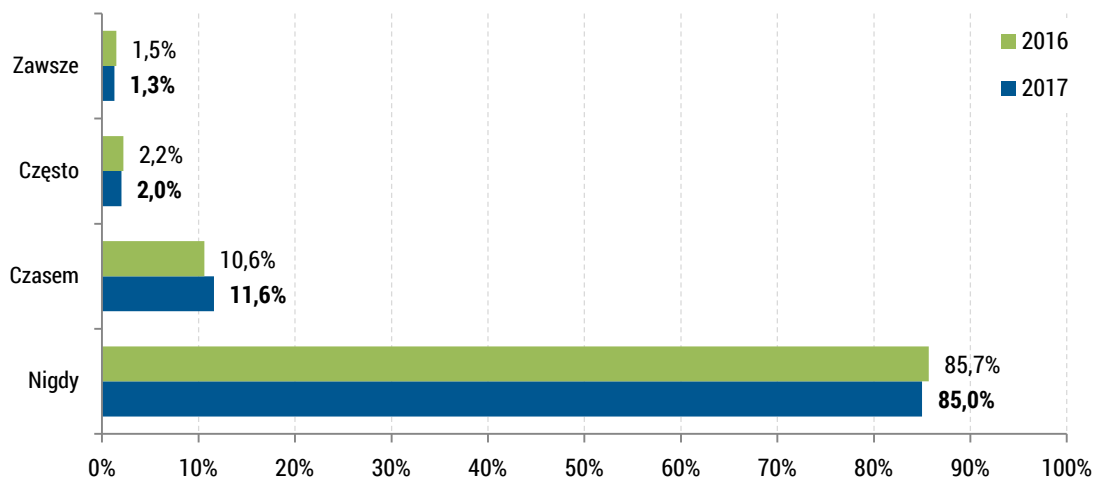
Źródło: KPF.

Posługiwanie się cudzym dokumentem tożsamości, by uzyskać kredyt jest przestępstwem zagrożonym karą pozbawienia wolności na mocy kodeksu karnego. Jednocześnie warto zauważyć, że nie jest to zachowanie incydentalne, na co wskazuje przeprowadzone w 2016 roku badanie opinii przedstawicieli firm z sektora finansowego, spośród których 74% stwierdziło, iż wyłudzenia dokonywane przy wykorzystaniu fałszywych lub skradzionych dokumentów nie tylko miały miejsce w ich instytucjach,

ale było to najczęściej popełniane nadużycie konsumenckie, które stanowiło blisko połowę wszystkich zidentyfikowanych nadużyć³.

Suma tego typu przestępstw ma poważne skutki dla finansów publicznych. Związek Banków Polskich szacuje łączną kwotę udaremnionych prób wyłudzeń kredytów w 2016 roku na blisko 300 milionów złotych. Te ostatnie dane dotyczą jedynie liczby i wielkości prób wyłudzeń, zablokowanych na stosunkowo późnym etapie sprawdzania wiarygodności kredytowej w Biurze Informacji Kredytowej⁴. Przestępstwo wyłudzenia pieniędzy coraz częściej występuje obecnie w nowej szacie cyberprzestępczości np. używania kont otwieranych przelewem i fałszywych personaliów.

Wykres 4. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś zawyża wartość poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie?



Źródło: KPF.

Drugim najbardziej rygorystycznie ocenianym zachowaniem okazało się zawyżanie wartości poniesionych szkód, by uzyskać nienależne odszkodowanie. Ponad 85% respondentów uznało, że zachowanie to nigdy nie może być usprawiedliwione, co ósmy jest skłonny je usprawiedliwiać czasem, 2% - często i 1,3% - zawsze (wykres 4). Porównanie tych wyników z wynikami ubiegłorocznymi wskazuje, że rozkłady procentowe tolerancji dla nadużyć ubezpieczeniowych pozostały na niezmiennym poziomie. Przyzwolenie na tego typu oszustwa deklarowane przez 15% respondentów nie wydaje się szczególnym ewenementem w kontekście badań konsumentów niemieckich, spośród których 23% zgadza się ze stwierdzeniem, iż prawie każdy oszukuje

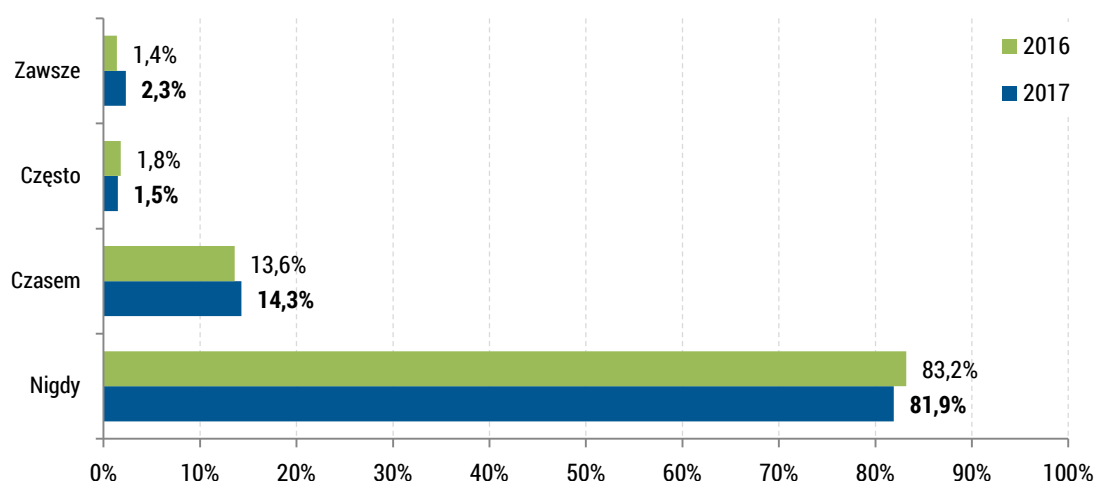
³ Badanie „Nadużycia w sektorze finansowym” przeprowadzone przez EY oraz Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, <https://kpf.pl/badania-i-publikacje/raporty-cykliczne/naduzycia-na-ryнку-finansowym/>. dostęp: 1.05.2017

⁴ZBP. Raport InfoDOK – IV kwartał 2016, <https://zbp.pl/raporty/raport-infodok>. dostęp: 1.05.2017

ubezpieczyciela oraz 12% przyznaje, że spotkało się z zachętą z kręgu znajomych do popełnienia oszustwa ubezpieczeniowego⁵.

Zawyżanie wartości poniesionych szkód, po to, by uzyskać nienależne odszkodowanie jest łagodniejszą formą przestępstwa ubezpieczeniowego. W przypadku ubezpieczeń komunikacyjnych polega ono na powiększaniu zakresu uszkodzeń, do których doszło w wyniku kolizji, podciąganiu pod stratę uszkodzeń dokonanych jeszcze przed wypadkiem, podobnie jest z wypłatą odszkodowań za uszczerbek na zdrowiu czy utratę „fikcyjnego” mienia podczas kradzieży w mieszkaniu lub jego pożaru czy zalania. Do tego typu nadużyć zaliczyć można zawyżanie przez rolników szkód powodowanych przez zwierzynę, co zarzucają im myśliwi. Okazuje się, że świadome powiększenie roszczenia, związanego z autentyczną szkodą (tzw. *opportunistic fraud*) bywa bardziej kosztownym rodzajem przestępstwa dla niektórych ubezpieczycieli niż to, które polega na celowym sfingowaniu całego zdarzenia⁶. Tego typu działanie jest skorzystaniem z nadarzającej się okazji, więc może budzić mniej oporów moralnych niż intencjonalne zaaranżowanie przestępstwa.

Wykres 5. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś zataja informacje uniemożliwiające wzięcie kredytu?



Źródło: KPF.

Trzecim, ze względu na poziom braku usprawiedliwiania, w hierarchii nadużyć konsumenckich okazało się zatajanie informacji, uniemożliwiających wzięcie kredytu. Blisko 82% badanych osób uznało, że zachowanie to nigdy nie może być tolerowane, co siódma osoba jest skłonna je usprawiedliwić czasem, 2% - często i 1% - zawsze (wykres 5). W przypadku tego przestępstwa rozkład jego usprawiedliwiania także okazał się niemal identyczny jak w roku 2016.

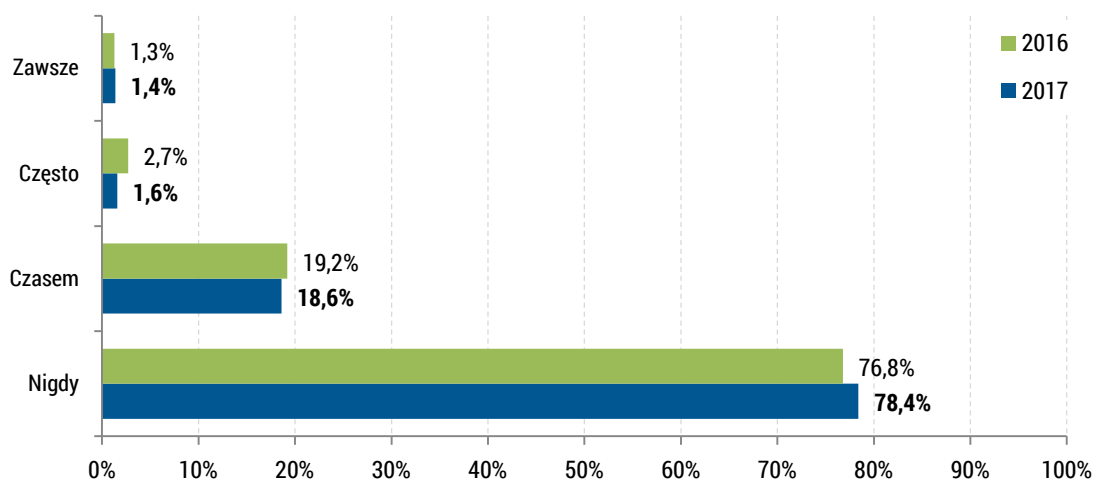
⁵ Analiza danych dotyczących przestępstw ujawnionych w 2014 r. w związku z działalnością zakładów ubezpieczeń – członków Polskiej Izby Ubezpieczeń, PIU 2015, https://piu.org.pl/public/upload/ibrowser/PIU_raport_o%20przestepczosci_2014.pdf, dostęp 4.05.2017

⁶ Jak wyżej

Zatajanie informacji uniemożliwiających wzięcie kredytu ma na celu fikcyjne powiększenie zdolności kredytowej i może być uznane za naruszenie prawa poprzez chęć wyłudzenia kredytu. Obecnie instytucje finansowe mają coraz większe możliwości wnikania w szczegóły dotyczące dochodów, wydatków i zobowiązań finansowych swoich klientów. W oparciu o analizę rachunków oszczędnościowych dochody są dokumentowane, możliwe jest określenie wielkości i struktury wydatków, kredytodawcy mają coraz szerszy dostęp do rejestrów, monitorujących aktualne zobowiązania kredytowe i pożyczkowe. Coraz bardziej rozbudowane systemy wymiany informacji kredytowej pozwalają ograniczyć asymetrię informacyjną pomiędzy kredytodawcą i kredytobiorcą, zaś dobrowolna redukcja tzw. renty informacyjnej przez instytucje finansowe świadczy, że informacja o potencjalnych kredytobiorcach ma dla nich podstawową wagę (Kurkliński, Markowski, 2012). Pewne informacje bywają pozyskiwane w sposób mniej formalny, np. analiza facebookowego profilu potencjalnego kredytobiorcy może umożliwić zdobycie wiedzy o jego zobowiązaniach alimentacyjnych.

Mimo powyższych zabezpieczeń, możliwe są nadużycia, np. zatajenie prywatnej pożyczki, którą trzeba spłacać czy niepoinformowanie o posiadaniu dzieci, zaś na forach społecznościowych spotyka się rady, jak te zabezpieczenia można obejść. Być może usprawiedliwianie zatajania informacji polega na przekonaniu, że to klient najlepiej wie, ile jest w stanie miesięcznie przeznaczać na spłatę zadłużenia. Obok czysto subiektywnych względów, w grę może wchodzić liczenie na wsparcie rodziny lub nieudokumentowane dochody. Być może, pozyskiwanie przez banki dokładnych informacji o życiu ludzi traktowane jest jako nadmierna ingerencja instytucji w prywatną sferę jednostek i usprawiedliwianie informacji uniemożliwiających wzięcie kredytu stanowi kontestację takiej ingerencji.

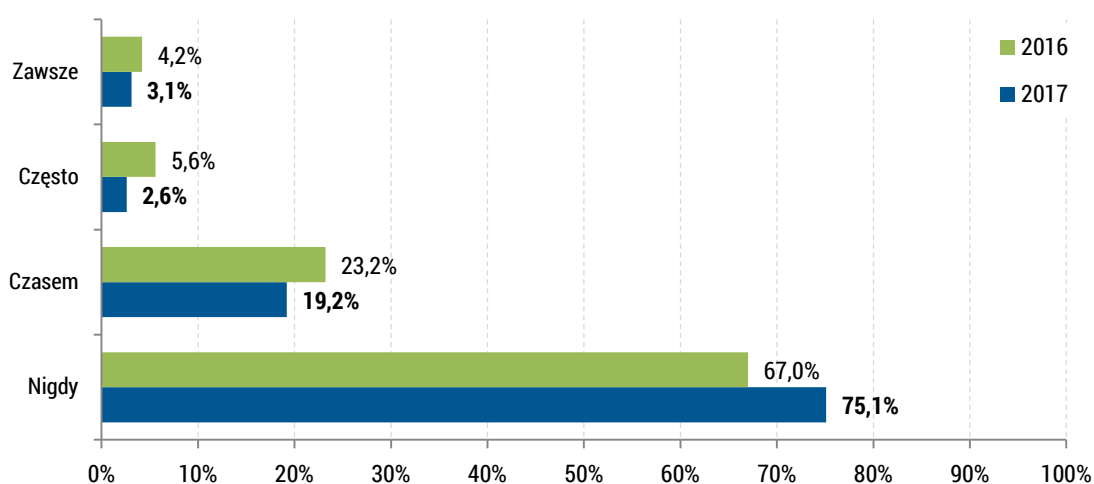
Wykres 6. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś zmienia często rachunki bankowe, by uniknąć zajęcia środków przez komornika?



Źródło: KPF.

W dalszej części hierarchii etycznych standardów konsumentów znalazła się grupa zachowań, łamiących ogólną normę nakazującą finansową rzetelność. Analiza oceny tych zachowań przez respondentów weryfikuje pozytywnie opinię, iż w konkretnych sytuacjach ludzie chętniej przystają na odstępstwa od zasad niż w przypadku ogólnych wymagań moralnych. Pierwszym ze wspomnianej grupy zachowań okazało się działanie, polegające na częstej zmianie rachunków bankowych, żeby uniknąć zajęcia środków przez komornika. Ponad 78% respondentów nie akceptuje tego zachowania nigdy, prawie jedna piąta jest skłonna usprawiedliwiać je czasem, 16 osób - często i 14 - zawsze (wykres 6). Chociaż działanie to jest coraz mniej skuteczne, ponieważ komornicy korzystają z usługi OGNIVO, umożliwiającej poszukiwanie rachunków bankowych dłużników, jego usprawiedliwianie może być przejawem niechęci do działań komorniczych, której źródłem bywają, z jednej strony - własne doświadczenia, zaś z drugiej szeroko nagłaśniane naganne postępowania komorników. Również w przypadku tego działania rozkłady poziomu akceptacji w dwóch kolejnych latach okazały się w znacznym stopniu podobne.

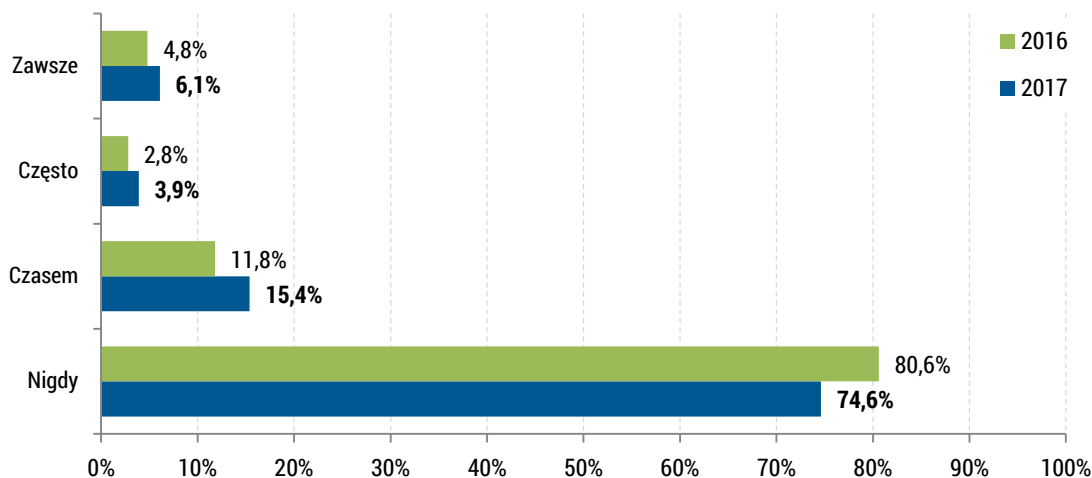
Wykres 7. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś płaci gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT?



Źródło: KPF.

Płacenie gotówką bez rachunku, by uniknąć płacenia VAT nigdy nie może być tolerowane zdaniem 75% respondentów, blisko jedna piąta jest skłonna usprawiedliwiać je czasem, 27 osób - często i 31 - zawsze (wykres 7). Nadużycie to straciło względnie dużo na akceptacji w porównaniu z rokiem 2016. Warto przypomnieć, że zachowanie, gdy „ktoś zgadza się zapłacić gotówką bez rachunku, aby uniknąć płacenia VAT lub innych podatków” było nadużyciem konsumenckim najczęściej tolerowanym przez respondentów z 17 krajów europejskich (w tym polskich), badanych w Europejskim Sondażu Społecznym (Lewicka-Strzałecka, 2006). Być może zmniejszająca się sfera przyzwolenia na tego typu nadużycia jest efektem zawężających się możliwości ich popełniania oraz prowadzonych na szeroką skalę inicjatyw edukacyjnych.

Wykres 8. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś nie zwraca uwagi kasjerowi, który pomylił się na własną niekorzyść?

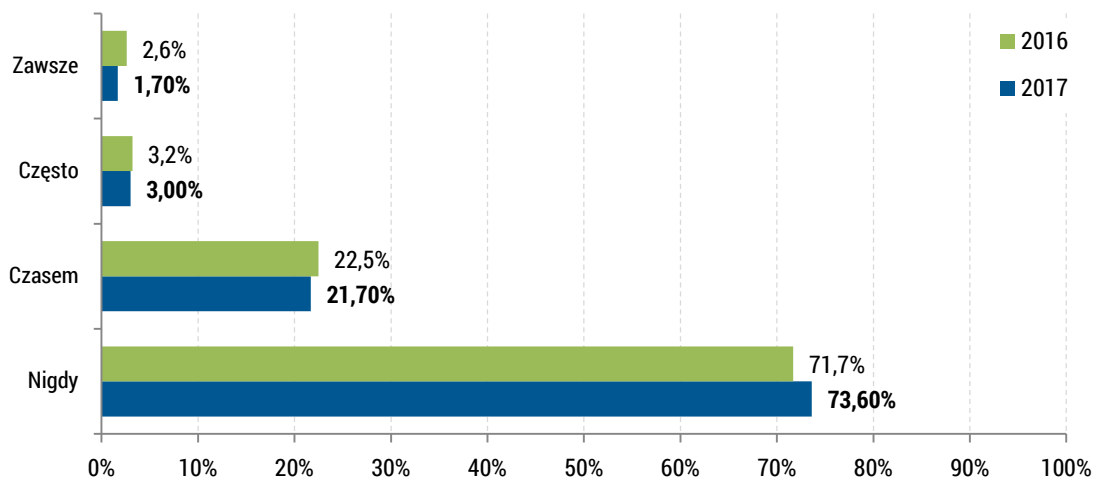


Źródło: KPF.

Kolejnym w hierarchii, ze względu na poziom braku usprawiedliwiania, nadużyciem konsumenckim jest zachowanie polegające na niezwróceniu uwagi kasjerowi, który pomylił się na własną niekorzyść. Prawie trzy czwarte badanych osób uznało, że nigdy nie można go usprawiedliwić, ponad 15% dopuszcza taką możliwość czasem, blisko 4% - często i ponad 6% - zawsze (wykres 8). Być może usprawiedliwienie braku reakcji na pomyłkę kasjera sprowadza się do przekonania, że należy wykorzystać okazję, która zaistniała w trakcie wymiany rynkowej, zaś druga strona transakcji powinna cechować się profesjonalizmem i ponosić konsekwencje swoich błędów. Pewnym argumentem może być także i to, że takie zachowanie nie jest objęte sankcjami prawnymi. Można zauważyć, że w porównaniu z ubiegłym rokiem w przypadku tego zachowania nastąpiło widoczne przesunięcie, nastawienia respondentów w kierunku jego usprawiedliwiania. Nieco bardziej rygorystyczne odpowiedzi na pytanie o usprawiedliwianie zatrzymywania dla siebie omyłkowo wydanej przez sprzedającego reszty uzyskano w przeprowadzonym przez GUS badaniu spójności społecznej, w którym blisko 81% respondentów nigdy nie usprawiedliwia takiego zachowania, a pozostali w pewnych sytuacjach dopuszczają taką możliwość⁷.

⁷ Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r. Warszawa: GUS

Wykres 9. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś przepisuje majątek na rodzinę, by uciec przed wierzycielem?



Źródło: KPF.

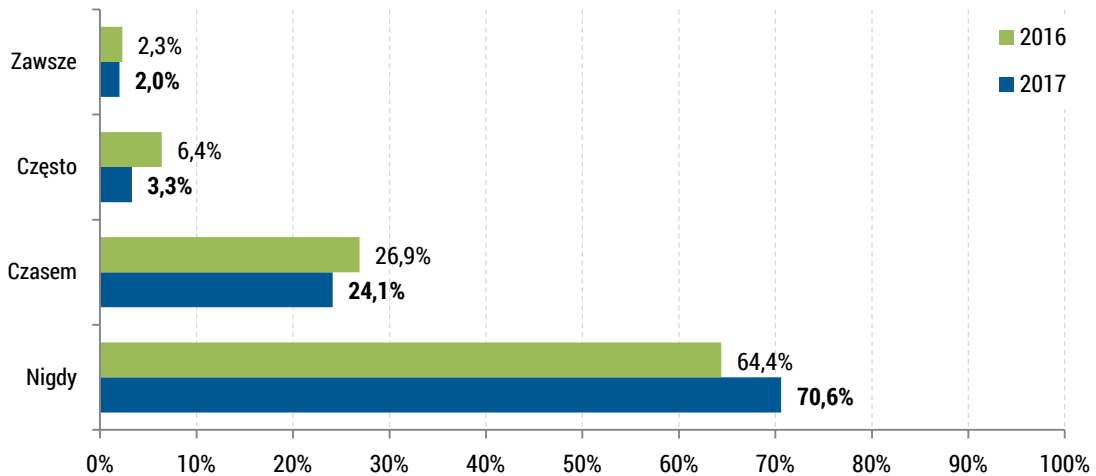
Kolejnym z grupy zachowań łamiących ogólną normę nakazującą finansową rzetelność jest przyzwolenie na przepisywanie majątku na rodzinę, by uciec przed wierzycielem. Takiego zachowania nigdy nie akceptuje blisko 74%, natomiast 22% usprawiedliwia je czasem, 3% - często i niemal 2% - zawsze (wykres 9). W tym przypadku również rozkład usprawiedliwiania nie uległ istotnym zmianom w porównaniu z rokiem 2016. Analiza forów internetowych, na których poruszane są kwestie relacji między dłużnikami i windykatorami wskazuje na co najmniej dwa możliwe źródła takiego usprawiedliwiania. Po pierwsze, unikanie spłaty zadłużenia nie jest rozważane w kategoriach etycznych, ale raczej jako problem praktyczny, który trzeba umiejętnie rozwiązać. Po drugie, uważa się, że zadłużenie powstało na skutek okoliczności losowych, działania złych ludzi, nie z winy dłużnika, przekracza jego możliwości oddania należności, jest niesprawiedliwe. Usprawiedliwienia są wzmacniane przez nagłaśniane przez media przykłady osób, stojących wysoko w społecznej hierarchii – urzędników państwowych, polityków, przedsiębiorców, które posuwają do się różnych, czasem nielegalnych sztuczek, by uniknąć oddawania zaciągniętych zobowiązań.

Najczęściej usprawiedliwianym zachowaniem z serii naruszeń normy, nakazującej wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych okazała się praca na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji. Działania tego nigdy nie usprawiedliwia ponad 70% respondentów, 24% usprawiedliwia je czasem, 3% - często i 2% - zawsze (wykres 10). Działanie to zostało ocenione nieco bardziej restrykcyjnie w porównaniu do ubiegłego roku. Podejmowanie pracy na czarno okazało się najczęściej usprawiedliwianym zachowaniem spośród zachowań, analizowanych w badaniu spójności społecznej przeprowadzonym przez GUS, w którym 22% respondentów nie wyraziło na nie przyzwolenia⁸. Można

⁸ Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r op. Cit.

przypuszczać, że znaczna przewaga braku tolerancji dla pracy na czarno podejmowanej w celu uniknięcia ściągania długów z pensji nad brakiem tolerancji dla pracy na czarno jest swoistą miarą moralności finansowej, ograniczającej przyzwolenie dla nieformalnego zatrudnienia wtedy, gdy ma ono służyć naruszeniu normy nakazującej wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych.

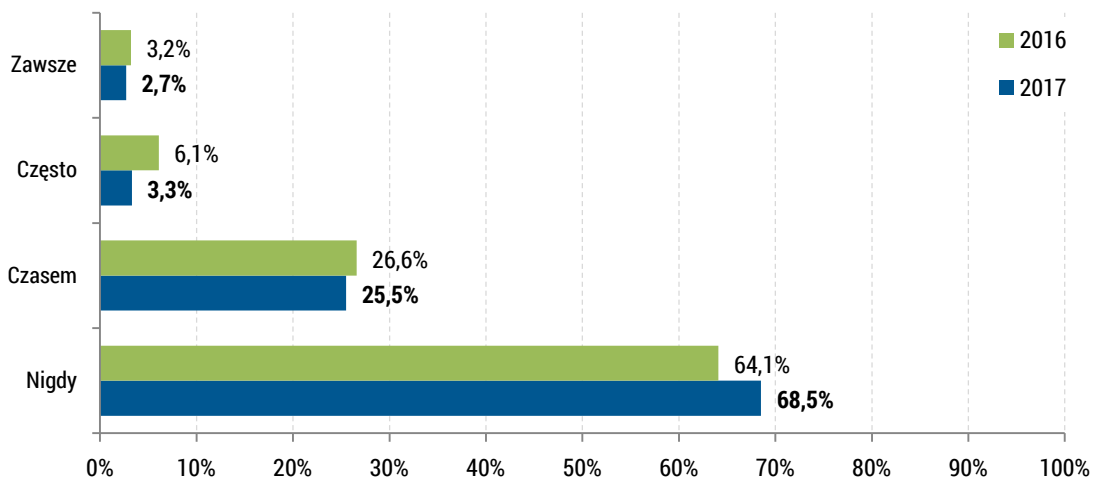
Wykres 10. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś pracuje na czarno, by uniknąć ściągania długów z pensji?



Źródło: KPF.

Grupa osób deklarujących przyzwolenie na pracę na czarno, by uniknąć ściągania długów posiada bardzo wyraźny profil. Są to mianowicie mężczyźni, osoby w wieku 18-29 lat, zajmujący się biznesem, pochodzący z miast poniżej 10 tys. mieszkańców i mający problemy ze spłatą zobowiązań.

Wykres 11. Czy można usprawiedliwić, gdy ktoś zaciąga kredyt nie zapoznając się dokładnie z warunkami spłaty?



Źródło: KPF.

Ostatnim w hierarchii standardów etycznych konsumentów okazało się zachowanie, polegające na tym, że ktoś zaciąga kredyt nie zapoznając się dokładnie z warunkami spłaty. Ponad 68% respondentów stwierdziło, że takie zachowanie nigdy nie może być usprawiedliwione, ale ponad jedna czwarta uważa, że czasem można uznać jego powody, ponad 3% uważa, że można je uznać często, a blisko 3%, że zawsze (wykres 11). Warto podkreślić, że poziom tolerancji dla niezapoznawania się z warunkami spłaty nieco zmalał w porównaniu do ubiegłego roku.

Można przypuszczać, że ten stosunkowo wysoki poziom tolerancji dla zaciągania kredytu bez dokładnego zapoznania się z jego warunkami wynika z dwu powodów. Po pierwsze, powszechnie przyjmuje się, że bankowe umowy i regulaminy są napisane mało zrozumiałym, prawniczym językiem, są bardzo długie, wydrukowane małą, trudno czytelną czcionką. Suma stron umowy, regulaminu i tabeli opłat to często kilkanaście lub nawet kilkadziesiąt stron. Pomimo tego, iż brak wiedzy o warunkach zaciągniętego kredytu może być istotną przyczyną kłopotów z jego spłatą, wiele osób nie czyta dokumentów, które podpisuje lub czyta je pobieżnie. Jak wynika z badania z GfK Polonia, przeprowadzonego na zlecenie portalu zafinansowani.pl, tylko 16 proc. Polaków dokładnie zapoznaje się z umową przed jej podpisaniem, natomiast co piąty rzadko czyta dokumenty lub nie czyta ich wcale. Drugim powodem stosunkowo wysokiej tolerancji dla nieczytania umów jest zapewne fakt, że osoby, które to czynią szkodzą przede wszystkim sobie, czyli same ponoszą negatywne skutki własnej ignorancji. Szkoda konsumenta powstaje w efekcie jego własnych działań czy raczej ich braku.

Brak staranności w zapoznawaniu się z warunkami umowy kredytowej jest istotnym przejawem niefrasobliwego stosunku do kwestii finansów osobistych, która została uznana za główną przyczynę problemów z terminową obsługą długów w jednym z cyklicznych raportów z badań sytuacji na rynku Consumer Finance (KPF, IRG SGH 2014). Zdaniem respondentów biorących udział w tym badaniu lekkomyślne zaciąganie zobowiązań finansowych i brak planowania wydatków i dochodów znacznie częściej powoduje niemożność spłacania należności przez konsumentów niż wypadki losowe w postaci utraty pracy lub choroby czy świadome wyłudzenia. Taka opinia w kontekście wysokiej tolerancji dla braku dokładności w zapoznawaniu się konsumentów z warunkami spłaty kredytu wskazuje na poznawcze ograniczenia moralności konsumenckiej i wzmacnia postulat upowszechniania edukacji finansowej.

Percepcja instytucjonalnych zaburzeń na rynku finansowym

Obok przedstawionej wyżej oceny nadużyć dokonywanych przez konsumentów, drugim komponentem moralności finansowej Polaków jest postrzeganie zaburzeń funkcjonowania instytucji, czyli postrzeganie anomii rynkowej. W oparciu o analizę literatury, wypowiedzi publicystycznych oraz treści sondaży badających wizerunek instytucji finansowych przyjęto, że poziom postrzeganej przez klientów anomii w sferze finansowej można określić za pomocą następujących wymiarów: poczucie rzetelności oferty przedstawianej przez instytucje finansowe; poczucie sprawiedliwej wymiany rynkowej; poziom uczciwości transakcji ubezpieczeniowych; poczucie bezpieczeństwa gwarantowanego przez instytucje państwowe; poziom zaufania do większości instytucji finansowych; poziom skuteczności społecznych sankcji.

Wymiary te zostały zoperacjonalizowane w formie pytań o poziom akceptacji odpowiednich twierdzeń i odpowiadającej im czterostopniowej skali odpowiedzi od *zdecydowanie tak* przez *tak*, *nie*, aż do *zdecydowanie nie*. W tabeli 4 przedstawiono procentowe rozkłady odpowiedzi na te pytania.

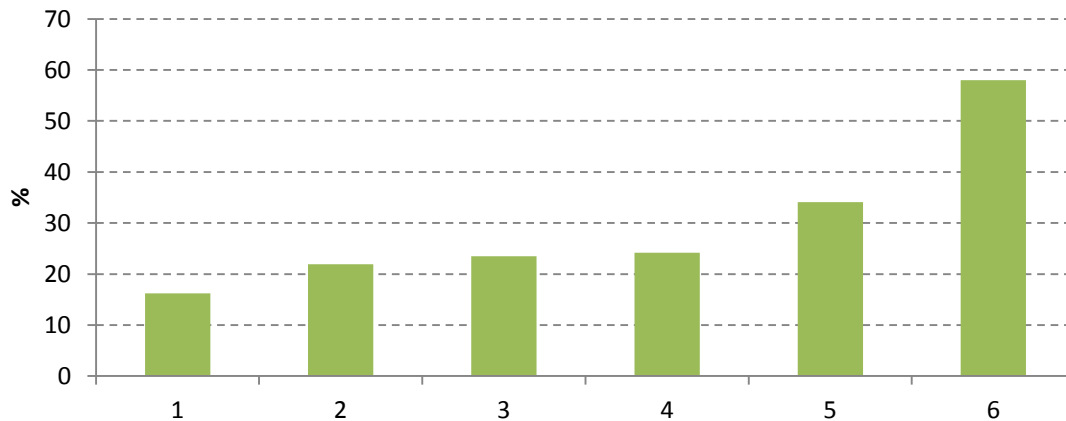
Tabela 4. Anomia rynku finansowego postrzegana przez konsumentów

Czy uważa Pani/Pan, że	częstość w %			
	zdecydowanie tak	raczej tak	raczej nie	zdecydowanie nie
informacje przedstawiane przez instytucje finansowe są pełne, zrozumiałe i przejrzyste? <i>poczucie rzetelności oferty przedstawianej przez instytucje finansowe</i>	2,9	13,3	46,8	37,0
	16,2		83,8	
instytucje finansowe zwykle uczciwie zarabiają na prowizjach? <i>poczucie sprawiedliwej wymiany rynkowej</i>	2,9	19,0	51,1	27,0
	21,9		78,1	
ubezpieczyciele uczciwie wypłacają należne odszkodowania? <i>poziom uczciwości transakcji ubezpieczeniowych</i>	3,2	20,3	46,2	30,3
	23,5		76,5	
(prawna) ochrona klienta na rynku finansowym jest wystarczająca? <i>poczucie bezpieczeństwa gwarantowanego przez instytucje państwowe</i>	2,7	21,5	49,4	26,4
	24,2		75,8	
większości instytucji finansowych można ufać? <i>poziom zaufania do większości instytucji finansowych</i>	2,8	31,3	44,9	21,0
	34,1		65,9	
w Polsce, osoby unikające oddawania długów są źle widziane w swoim środowisku? <i>poziom skuteczności społecznych sankcji</i>	20,5	37,5	32,3	9,7
	58,0		42,0	

Źródło: KPF.

Dane przedstawione w tabeli 4 posłużyły do zilustrowania (wykres 12) percepcji anomii w postaci wykresu, który został wyznaczony przez wartości stanowiące sumę odsetek odpowiedzi pozytywnych (*zdecydowanie tak* i *raczej tak*) na pytania wskaźnikowe.

Wykres 12. Percepcja anomii rynkowej



1. *poczucie rzetelności oferty przedstawianej przez instytucje finansowe*
2. *poczucie sprawiedliwej wymiany rynkowej*
3. *poziom uczciwości transakcji ubezpieczeniowych*
4. *poczucie bezpieczeństwa gwarantowanego przez instytucje państwowe*
5. *poziom zaufania do większości instytucji finansowych*
6. *poziom skuteczności społecznych sankcji*

Źródło: KPF.

Analiza danych przedstawionych w tabeli 4 i na wykresie 12 wskazuje, iż najślabszym punktem instytucjonalnej regulacji rynku finansowego jest poczucie braku rzetelności oferty, przedstawianej przez instytucje finansowe, przejawiające się w przekonaniu respondentów, że informacje przez nie przedstawiane nie są pełne, zrozumiałe i przejrzyste. Na przekonanie to składają się zarówno osobiste doświadczenia klientów w postaci ulegania namowom do zakupu nieodpowiednich lub wręcz niebezpiecznych dla nich produktów finansowych, ukrywania w umowach niekorzystnych warunków, bagatelizowania ryzyka, posługiwania się oszukańczą lub zwodniczą reklamą, jak i masowo powielane, może nie zawsze rzetelnie, informacje o takich praktykach. Zaledwie co szósta osoba uważa, że oferty produktów finansowych są rzetelne, czyli nie zawierają 'haczyków' i niedomówień, a ponad 83% jest przeciwnego zdania. Ten pierwszy pogląd najczęściej wyrażają osoby w wieku 18-29 lat. Zbliżoną opinię na temat niewysokiej rzetelności oferty produktów finansowych dostarczanej przez banki wyrazili respondenci badani przez TNS Polska, spośród których 18% jest zdania, że banki nie stosują haczyków i niedomówień w relacjach z klientami (TNS Polska 2014). Podobnie niski poziom rzetelności w oferowaniu produktów przypisali instytucjom finansowym respondenci w projekcie Nienieodpowiedzialni, którzy uznali, że banki (78%), firmy ubezpieczeniowe (80%), doradcy finansowi

(83%) oraz firmy pożyczkowe (87%) próbują naciągać swoich klientów na niepotrzebne produkty finansowe (Furman, Maison 2017).

Niewiele lepiej w obszarze ładu instytucjonalnego plasuje się poczucie braku sprawiedliwej wymiany rynkowej. Blisko 22% respondentów zgodziło się, że instytucje finansowe uczciwie zarabiają na prowizjach, natomiast ponad 78% nie zgadza się z tym poglądem. Pozytywną opinię na temat sprawiedliwej wymiany rynkowej mają najczęściej osoby w wieku 18-29, z wyższym wykształceniem, mieszkający na wsi lub w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Jeszcze niższe poczucie sprawiedliwej wymiany na rynku wyrazili respondenci badani przez CBOS (CBOS 2012), spośród których 12% wyraziło pogląd, że banki zwykle uczciwie zarabiają na prowizjach, a trzy czwarte uznało, że banki stosują za wysokie marże i lichwiarskie procenty. Można przypuszczać, że poczucie sprawiedliwej wymiany rynkowej zostało na poziomie ogólnym osłabione przez wybuch kryzysu na rynkach finansowych, któremu towarzyszyły doniesienia medialne o niebotycznych dochodach członków finansjery, nieponoszących żadnych konsekwencji swoich nieodpowiedzialnych decyzji. Z drugiej strony, poczucie to stanowi pochodną świadomości nadmiernie wysokich prowizji i opłat na co dzień ponoszonych przez klientów instytucji finansowych. Na przykład, jak wynika z raportu Goldman Sachs, prowizje i opłaty w polskich bankach są jednymi z najwyższych w Europie (Goldman Sachs Global Investment Research 2013). W łącznych przychodach polskich banków aż 27 procent pochodzi właśnie z prowizji i opłat. Pod tym względem zajmujemy czwarte miejsce w Europie (Wąsowski 2014). To pokazuje, w jak dużym stopniu banki generują gigantyczne zyski, między innymi dzięki nakładaniu na klientów kolejnych, wysokich opłat. Jak wynika z badania CBOS 77% Polaków jest przekonanych, że wprowadzenie podatku dla banków i niektórych instytucji finansowych spowoduje przeliczenie dodatkowych kosztów na klientów poprzez wzrost cen produktów i usług (CBOS 2016b).

Zbliżonym do poprzedniego wynikiem poziomu instytucjonalnej anomii okazała się percepcja niewysokiego poziomu uczciwości transakcji ubezpieczeniowych, mogąca skutkować obawą przed byciem oszukany przez stronę wykorzystującą przewagę biznesową, przejawiająca się w niskiej ocenie poziomu uczciwości transakcji ubezpieczeniowych. Ponad 23% badanych osób zgodziło się z opinią, że ubezpieczyciele uczciwie wypłacają należne odszkodowania, natomiast ponad trzy czwarte było przeciwnego zdania. Częściej pozytywny pogląd o uczciwości ubezpieczycieli wypowiadają rolnicy, osoby, których dochód w rodzinie przekracza 2000 zł oraz osoby mieszkające w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. Na niską ocenę poziomu uczciwości transakcji ubezpieczeniowych składają się zapewne szeroko nagłaśniane historie osób, którym firmy ubezpieczeniowe nie chciały zrekompensować poniesionych strat, pomimo prawidłowo opłacanych składek. W wielu spośród tych historii problem polegał na niejednoznacznej interpretacji odpowiednich zapisów umowy. Za szczególnie bogate źródło intratnych dochodów firm ubezpieczeniowych uchodzi zaniżanie odszkodowań z polis OC za pomocą takich sposobów jak: kalkulacja szkody na podstawie cen zamienników części, potrącanie amortyzacji części, pomniejszanie odszkodowania o podatek VAT, zaniżanie wartości pojazdu itd. Często klienci rezygnują z podjęcia konfrontacji z potężnymi towarzystwami ubezpieczeniowymi zatrudniającymi tysiące pracowników, sztaby prawników

i dysponującymi olbrzymimi budżetami, ale pozostają z poczuciem krzywdy i wykorzystania (Glapiak 2014).

Kolejny wymiar instytucjonalnej deformacji wyznaczyło poczucie braku bezpieczeństwa gwarantowanego przez instytucje państwowe, w szczególności prawo. Instytucje państwowe powinny chronić interesy konsumentów, którzy są stroną zdecydowanie słabszą w konfrontacji z organizacjami, silnymi pod względem informacyjnym i finansowym. Badane osoby przychyliły się do opinii o niskim poziomie tej ochrony, ponieważ niespełna jedna piąta respondentów zgodziła się z opinią, że ochrona klienta na rynku finansowym jest wystarczająca instytucje państwa skutecznie zabezpieczając interesy obywateli i blisko cztery piąte uznało, że tak nie jest. Wyższe poczucie bezpieczeństwa deklarują osoby w wieku 18-29, żyjące z rolnictwa, mieszkające na wsi.

Ważnym wyznacznikiem poziomu rynkowej anomii jest zaufanie do instytucji finansowych, które zostało zmierzone za pomocą pytania 'czy większości instytucji finansowych można ufać?'. Odsetek pozytywnych odpowiedzi na to pytanie wyniósł 34% i odpowiednio negatywnych – 66%. Najmniej ufają instytucjom finansowym osoby mające problem ze spłatą zobowiązań finansowych, z wykształceniem zasadniczym zawodowym, gimnazjalnym lub podstawowym, prowadzące własny biznes, mieszkające w miastach do 10 tys. mieszkańców.

Zaufanie jest traktowane, jako kluczowy zasób w gospodarce, toteż poziom zaufania w różnych konfiguracjach jest oceniany w międzykrajowych i krajowych sondażach. Przykładem pierwszego jest barometr zaufania Edelmana (Edelman Trust Barometer 2015) od 15 lat porównujący poziom zaufania do biznesu, mediów, organizacji pozarządowych i rządu. Jak wynika z sondażu przeprowadzonego w 2015 roku w 27 krajach, konsumenci uznali branżę finansową za najmniej godną zaufania spośród kilkunastu sektorów gospodarki. Branży tej ufa nieco ponad połowa respondentów (53%), podczas gdy na przykład branży elektronicznej trzy czwarte. Konsumenci bardziej niż instytucjom finansowym ufają przemysłowi farmaceutycznemu (59%), obciążonemu również skutkami poważnych afer i nadużyć. Zaufanie do branży finansowej jest wypadkową zaufania do poszczególnych instytucji funkcjonujących w tej branży, które jak wynika z badań przeprowadzonych w 2016 roku, w ramach projektu Nienieodpowiedzialni jest znacznie zróżnicowane (Furman, Maison 2017) poczynając od banków (48%) przez ubezpieczycieli (46%), doradców i pośredników finansowych (28%), a kończąc na firmach pożyczkowych (10%).

Najmniej negatywnie ocenianym wymiarem instytucjonalnej deformacji okazało poczucie skuteczności społecznych sankcji, wyznaczone przez odpowiedzi na pytanie 'czy w Polsce, osoby unikające oddawania długów są źle widziane w swoim środowisku?'. Przekonanie o funkcjonowaniu społecznej instytucji, stojącej na straży przestrzegania tej normy wyraziło 58% badanych osób i odpowiednio negatywnej odpowiedzi na to pytanie, wskazującej na erozję społecznej normy nakazującej wywiązywanie się ze zobowiązań finansowych udzieliło 42%. Opinię o skuteczności społecznej presji na oddawanie długów częściej wyrażają mężczyźni, osoby w wieku 30-49 lat, z wykształceniem średnim lub policealnym, żyjący z rolnictwa, mieszkający na wsi lub w mieście poniżej 10 tys. mieszkańców. Ocena presji społecznej na oddawanie długów okazuje się bardziej

pozytywna niż ocena funkcjonowania formalnych instytucji finansowych. Tym niemniej, ponad dwie piąte respondentów wyraziło przekonanie, że ludzie coraz mniej obawiają się napiętnowania ze strony dalszego czy bliższego otoczenia z powodu unikania spłacania długów i potencjalna dezaprobata, skłaniająca do wywiązywania się ze zobowiązań finansowych traci znaczenie. Przekonanie to zbieżne jest z doświadczeniem przedstawicielki środowiska komorniczego, wyrażonym w następującej opinii: „Kiedyś dla przeciętnego Kowalskiego z małego miasteczka dług z finałem u komornika to był wstyd, dziś co drugi sąsiad tego Kowalskiego jest zadłużony, a większość ma sprawy u komornika. Nikogo już nie dziwi wizyta komornika w małej wiosce, to nie wzbudza żadnej sensacji” (Sowa 2015).

Ocena prawa o upadłości konsumenckiej

Wprowadzona 31 grudnia 2014 roku ustawa o upadłości konsumenckiej w znaczący sposób zliberalizowała przesłanki ogłoszenia upadłości. Przyczyniło się to do istotnego wzrostu ogłaszanych upadłości w ostatnich dwu latach oraz zainteresowania mediów tą problematyką. Jednak, jak wynika z danych przedstawionych w tabelach 5 i 6, respondenci najczęściej nie mają zdania ani na temat możliwości ogłoszenia upadłości (40%) ani tego, kto powinien mieć prawo do składania wniosku o upadłość konsumencką (45,7%). Ponad połowa badanych osób ocenia, że prawo to jest zbyt liberalne, mniej niż co dziesiąty respondent uważa, że jest ono zbyt restrykcyjne.

Tabela 5. Stosunek do prawa o upadłości konsumenckiej

Czy Pani/Pana zdaniem możliwość ogłoszenia upadłości raz na 10 lat, to rozwiązanie:	Wskazania respondentów (w %)
Zbyt liberalne – taka możliwość powinna być tylko raz w życiu	23,9
Zbyt restrykcyjne – taka możliwość powinna być zawsze, kiedy popadniemy w niewypłacalność	9,1
W ogóle nie powinno istnieć – długi zawsze trzeba spłacać	27,0
Nie mam zdania	40,0

Źródło: KPF.

Tabela 6. Opinia o prawie do składania wniosków o upadłość konsumencką

Zgodnie z aktualnie obowiązującym prawem, istnieje możliwość ogłaszania raz na dziesięć lat upadłości konsumenckiej, dzięki czemu dłużnik może uzyskać umorzenie części lub nawet całości swoich długów. Czy Pani/Pana zdaniem, prawo do zgłaszania wniosków o upadłość do sądu powinien mieć:	Wskazania respondentów (w %)
wyłącznie dłużnik	9,8
wyłącznie wierzyciel	4,3
zarówno dłużnik jak i jego wierzyciel	40,2
nie mam zdania	45,7

Źródło: KPF.

Bibliografia

- CBOS 2012. *Zaufanie do banków. Komunikat z badań*. BS/145/2012.
- CBOS 2016a. *Postawy wobec płacenia podatków*. Komunikat z badań 85/2016.
- CBOS 2016b. *Opinia publiczna o nowych rozwiązaniach z zakresu polityki społeczno-gospodarczej*. Komunikat z badań. BS/35/2016.
- Durkheim E. 1999. *O podziale pracy społecznej*. Warszawa: PWN.
- Edelman Trust Barometer 2015. <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/2015-edelman-trust-barometer/>
- Dylus A., 1992, *Moralność krańcowa jako problem dla katolickiej nauki społecznej*, Warszawa: Pallotinum.
- Frentzel-Zagórska J., Zagórski K. 1992. *Prywatyzacja i interwencjonizm państwowy w polskiej opinii publicznej*. „Studia Socjologiczne” 3-4: 65-87.
- Furman A., Maison D., 2017, *Bez zaufania, ale z nadzieją, czyli podejście Polaków do branży finansowej*, „Nienieodpowiedzialni” nr 4, 6-8.
- Glapiak E. 2014. *Ubezpieczyciele zaniżają odszkodowania*. „Rzeczpospolita. Ubezpieczenia”. 14.05.
- Goldman Sachs Global Investment Research, 2013. <http://www.goldmansachs.com/our-thinking/archive/>. dostęp: 15.04.2017.
- KPF, IRG SGH, 2014, *Sytuacja na rynku Consumer Finance. III kwartał 2014*, Raport z badania przeprowadzonego przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce oraz Instytut Rozwoju Gospodarczego SGH.
- Kurkliński L., K. Markowski K. (red.) 2012. *Systemy wymiany informacji kredytowej – doświadczenia polskie i europejskie*. Warszawa: Biuro Informacji Kredytowej S.A.
- Lewicka-Strzałecka A., 2006. *Moralność ekonomiczna w krajach europejskich*. W: H. Domański, A. Ostrowska i P. Sztabiński (red.) *W środku Europy*. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Lewicka-Strzałecka A., Białowolski P. 2007. *Etyka zobowiązań finansowych i stosunek do instytucji upadłości konsumenckiej*, w: B. Klimczak, A. Lewicka-Strzałecka (red.) *Etyka i ekonomia*, Warszawa: Wydawnictwo PTE.
- Lewicka-Strzałecka A., 2016, *Moralność finansowa konsumentów jako konstrukt teoretyczny i jego empiryczna reprezentacja na przykładzie polskich konsumentów*, „Przegląd Socjologiczny” nr 3, 41-79.
- Lopes C. A., 2010, *Consumer morality in times of economic hardship: evidence from the European Social Survey*, “International Journal of Consumer Studies” 34: 112–120.
- Merton R. K. 2002. *Teoria socjologiczna i struktura społeczna*. Warszawa: PWN.
- Messner S., Rosenfeld R. 1997. *Markets, Morality and an Institutional Anomie Theory of Crime*. w: N. Passas, R. Agnew (red.) *The Future of Anomie Theory*, Boston: Northeastern University Press. s. 207-224.
- Ossowska M. 1970. *Normy moralne*. Warszawa: PWN.
- PBS 2012. *Firmy udzielające mikropożyczek. Wizerunek i satysfakcja z usług. Partner in Business Strategies*. Raport z badań 2012.
- Raport roczny Polskiej Izby Ubezpieczeń 2014. <https://www.piu.org.pl/raport-roczny-piu>.
- Sowa B., 2015, *Zabawy z długami, jak ustrzec się komornika*, Dziennik. pl. 21.01.2015.

- Sztompka P., 2016, *Kapitał społeczny. Teoria przestrzeni międzyludzkiej*, Kraków: Wydawnictwo Znak.
- Tyszka T., Sokołowska J. 1991. *Struktura poznawcza i struktura preferencji Polaków w sferze społeczno-ekonomicznej*. „Studia Socjologiczne” 3-4: 29-50.
- Wartości i zaufanie społeczne w Polsce w 2015 r. Badanie spójności społecznej*. Warszawa: GUS.
- TNS Polska 2014. *Wizerunek polskiego sektora bankowego*. TNS Polska dla Związku Banków Polskich.
- TNS Polska 2016. *Wizerunek polskiego sektora bankowego*. TNS Polska dla Związku Banków Polskich.
- Vitell S., Muncy J., 2005, *The Muncy-Vitell Consumer Ethics Scale: A Modification and Application*, “Journal of Business Ethics” 62: 267-275.
- Wąsowski M., 2014, *Banki w Polsce mają jedne z najwyższych opłat i prowizji w Europie?* Raport Goldman Sachs uderza w polską bankowość <http://natemat.pl/97041>, dostęp: 16.04.2017.
- Willgerodt H. von., 1980, *Grenzmoral und Wirtschaftsordnung*. w: J. Broermann, Herder-Dorneich P. (red.) *Soziale Verantwortung. Festschrift für Goetz Briefs zum 80*. Berlin: Geburtsag.
- Wyludzenia kredytów w segmencie detalicznym*, 2014. Ernst & Young oraz KPF. <https://www.kpf.pl/projekty-badawcze/raporty-cykliczne/wyludzenia-kredytow-w-segmencie-detalicznym>

O Autorze



Prof. dr hab. Anna Lewicka-Strzańska, Instytut Filozofii i Socjologii PAN

Anna Lewicka-Strzańska jest profesorem w Instytucie Filozofii i Socjologii PAN, redaktorem naczelnym czasopisma „Prakseologia”. Prowadzi badania w dziedzinie metodologii nauk praktycznych, prakseologii, etyki życia gospodarczego i publicznego. Opublikowała ponad sto artykułów i kilkanaście książek w kraju i za granicą, wśród których na uwagę zasługują „Etyczne standardy firm i pracowników” oraz „Odpowiedzialność moralna w życiu gospodarczym”, „Nędza korupcji”.

Profesor Lewicka-Strzańska wykonywała prace eksperckie między innymi dla Business Centre Club, Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, urzędów różnego szczebla, od 1994 współorganizuje i prowadzi Ogólnopolskie Seminarium Etyki w Biznesie, Organizacji i Zarządzaniu. Prowadzi rozległą aktywność edukacyjną, wykłada w Akademii Leona Koźmińskiego, w Krajowej Szkole Administracji Publicznej, w Warszawskiej Szkole Zarządzania – Szkole Wyższej.

Partnerzy publikacji



Biuro Informacji Gospodarczej InfoMonitor (BIG InfoMonitor)

proceedzi Rejestr Dłużników BIG. W oparciu o Ustawę o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych przyjmuje, przechowuje i udostępnia informacje gospodarcze o przeterminowanym zadłużeniu oraz o płatnościach terminowych osób i firm. BIG InfoMonitor umożliwia dostęp do baz: Biura Informacji Kredytowej i Związku Banków Polskich, dzięki czemu stanowi platformę wymiany danych pomiędzy bankami i pozostałymi sektorami gospodarki. Oferuje również bankom i przedsiębiorcom narzędzia do weryfikowania wiarygodności płatniczej klientów indywidualnych i przedsiębiorstw oraz wspiera ich w odzyskiwaniu zaległych należności.

W 2015 roku BIG InfoMonitor udostępnił swoim klientom ponad 16,6 mln raportów. BIG InfoMonitor – poprzez swojego głównego akcjonariusza – Biuro Informacji Kredytowej, jest spółką zależną banków.



FerratumBank™
More than money to everyone

Ferratum Bank P.L.C

jest częścią Grupy Ferratum - największej firmy w Europie, oferującej pożyczki za pośrednictwem telefonów komórkowych i Internetu oraz pierwszej, która wprowadziła do Europy mobilne mikropożyczki. Grupa działa w ponad 20 krajach i obsługuje ponad 1,5 mln klientów na całym świecie, do dyspozycji których jest ponad 300 osobowy zespół specjalistów.

„Więcej niż pieniądze. Dla każdego” w pełni oddaje ideę, która nam przyświeca. Zależy nam nie tylko pożyczaniu pieniędzy, ale również na byciu instytucją oferującą profesjonalne, etyczne i godne zaufania usługi finansowe. Wiemy jak ważna jest mobilność i łatwy dostęp do pieniędzy. Chcąc skorzystać z naszych usług wystarczy dostęp do Internetu oraz telefon komórkowy i w szybki i nieskomplikowany sposób można wspomóc swój domowy budżet. Dlaczego klienci sięgają po nasze produkty? Ponieważ chcą skorzystać z bezpiecznych i profesjonalnych usług, którymi odznaczają się banki, a jednocześnie zależy im na szybkości, prostocie i otwartości na ich potrzeby.



Lindorff SA

z historią sięgającą 1898 roku, Grupa Lindorff jest największym europejskim dostawcą kompleksowej usługi zarządzania wierzytelnościami. Lindorff Polska oferuje działania prewencyjne oraz monitoring zobowiązań nieprzeterminowanych, scoring oraz monitoring należności przeterminowanych, windykację polubowną biurową oraz terenową, kompleksową obsługę prawną, usługi z zakresu wywiadu gospodarczego i detektywistyki oraz nabywanie wierzytelności.

Grupa Lindorff specjalizuje się w obsłudze firm z rynku finansowego, przede wszystkim banków i towarzystw ubezpieczeniowych i zajmuje w tym obszarze pozycję lidera w Europie. Obecnie zatrudnia 4400 pracowników w 12 krajach. Siedziba główna znajduje się w Oslo w Norwegii. W 2016 roku Grupa Lindorff osiągnęła przychód netto na poziomie 647 mln € (534 mln € w 2015 roku).

