

Marcin Idzik

Katedra Ekonomiki Rolnictwa

i Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych SGGW

Społeczne uwarunkowania rozwoju bankowości detalicznej w Polsce

Wprowadzenie

Zakres korzystania z usług finansowych przez polskie gospodarstwa domowe nadal zdecydowanie odbiega od poziomu obserwowanego w krajach wysoko rozwiniętych. Z usług bankowych korzysta w Polsce znacznie mniej mieszkańców niż w krajach „starej” Unii Europejskiej, a także w Czechach i na Węgrzech. Według raportu Roland Berger Strategy Consultants [2003], liczba rachunków bieżących w stosunku do liczby mieszkańców kraju wynosi w Polsce 39%, podczas gdy w krajach „starej” UE 90%, w Czechach 64%, na Węgrzech 43%. W Polsce pieniądze w bankach oszczędza 17% mieszkańców, na Węgrzech 19%, w Czechach 53%, natomiast średnia dla „starej” Unii Europejskiej wynosi 75%. Według danych SIBIS [2003], co 4. mieszkaniec Unii Europejskiej korzysta z bankowości elektronicznej, podczas gdy w Polsce co 20. obywatel, w Czechach co 10. a w Danii co 2.

Uzasadnione wydaje się jednak przewidywanie, że w najbliższej przyszłości również w Polsce usługi bankowe wejdą w zakres tzw. minimum usługowego, którym w teorii konsumpcji określa się usługi niezbędne do prawidłowego funkcjonowania gospodarstwa domowego¹ [Daszkowska, Senyszyn 1994]. Wobec dokonujących się procesów nasuwa się wiele pytań o podstawowym znaczeniu dla polskiej bankowości detalicznej. W jakim zakresie Polacy korzystają z usług banków? Jakie są bariery i obawy korzystania z usług banków zakorzenione w mentalności, umiejętnościach, wiedzy, dostępności hamujące rozwój bankowości detalicznej? Kim są osoby niekorzystające z usług banków? Jak dalece zwiększy się zakres korzystania przez ludność z usług bankowych w najbliższych kilku, kilkunastu latach oraz kiedy osiągnie poziom obserwowany w krajach wysoko rozwiniętych?

¹Zestaw usług wchodzących w skład tego minimum nie jest stały i w miarę postępu, wyrażającego się zmianą stylu życia, wzrostem zamożności i poprawą standardu życiowego, usługi zaspokajające potrzeby wyższego rzędu przekształcają się w usługi podstawowe.

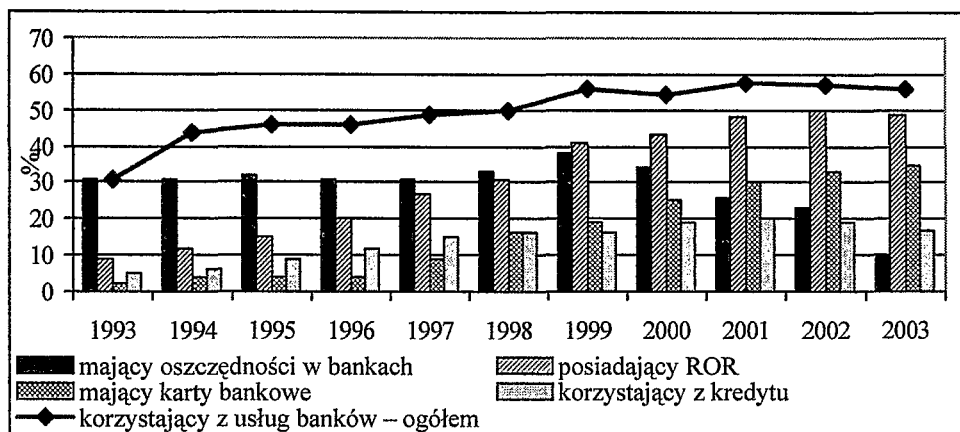
W artykule podjęto próbę pokazania, że punktem wyjścia do odpowiedzi na postawione pytania jest analiza stanu czynników o charakterze psychospołecznym oraz ekonomicznym, jak i kategorii potrzeb ludzkich determinujących korzystanie z usług bankowości detalicznej. Materiał empiryczny stanowiły wyniki cyklicznych badań Audyt Bankowości Detalicznej realizowanych przez IBOR Pentor. Badanie realizowano w cyklu miesięcznym, każdorazowo na 1000-osobowej reprezentatywnej próbie ludności Polski w wieku 15 lat i więcej.

Korzystanie z usług bankowości detalicznej w Polsce

Często jako wskaźnik korzystania z usług banków w danym społeczeństwie przyjmuje się odsetek osób posługujących się rachunkiem oszczędnościowo-rozliczeniowym, podstawowym produktem bankowym, który łączy propozycje banku z zakresu usług depozytowych, kredytowych i obrotu płatniczego, przeznaczonym praktycznie dla każdego gospodarstwa domowego.

Na początku lat 90. korzystanie z usług bankowych deklarował co trzeci Polak w wieku 15 lat i więcej. Spektrum posiadanych produktów bankowych ograniczało się głównie do korzystania z ROR-u lub depozytów bankowych. W 2003 r. klientami banków było niemal 60% dorosłych obywateli kraju (wykres 1). W 2004 r. kontem osobistym dysponowała prawie połowa społeczeństwa. Wzrost liczby posiadaczy ROR-ów wpływał na upowszechnienie korzystania z kart bankowych. W 1993 r. 2% Polaków deklarowało posiadanie kart bankowych, w 2003 r. odsetek ten wzrósł do 35%. W latach 1993–1998 obserwowano względnie stały poziom posiadaczy depozytów w bankach, lecz od 1999 r. z powodów ekonomicznych oraz pojawiających się alternatywnych, a zarazem atrakcyjnych miejsc lokowania oszczędności obserwowany jest systematyczny spadek deklarujących posiadanie depozytów w bankach. Spadek koniunktury gospodarczej w latach 1999–2002 przyczynił się również do obniżenia skłonności do zaciągania kredytów w bankach.

Na pytanie „Co rozumiesz przez korzystanie z usług banków?” najczęściej wymieniane są posiadanie ROR-u (81%), kredytu/pożyczki (72%), lokaty (50%), książeczki oszczędnościowej (44%), kart płatniczych (40%), regulowanie należności (30%), wymiana walut (33%) oraz rachunek inwestycyjny (15%). Należy dodać, iż brak jest statystycznie istotnych różnic w odpowiedziach w grupie osób korzystających z banków, jak i niekorzystających z ich usług. Zarówno jedni, jak i drudzy kojarzą podobną liczbę produktów utożsamianych z usługami bankowymi.



Wykres 1

Udział osób korzystających z usług banków w polskim społeczeństwie w latach 1993–2003

Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2000–2003. Pentor.

Charakterystyka osób niekorzystających z usług banków

Niekorzystający z usług bankowych to głównie:

- osoby nieaktywne zawodowo (bezrobotni 66%, renciści, emeryci 56%),
- członkowie gospodarstw domowych, których dochody nie przekraczają 1000 zł. Z usług banków nie korzysta 67% gospodarstw domowych o dochodach miesięcznych do 300 zł, 70% o dochodach 301–500 zł, 69% o dochodach 501–700 zł oraz 58% o dochodach z przedziału 701–1000 zł. Niekorzystający z banków są także wyraźnie nadreprezentowani wśród:
- osób stanu wolnego (kawalerowie, panny 62%, wdowiec(a), rozwiedziony(a) 60%),
- osób w najmłodszej kategorii wiekowej (16–24 lata). Z usług banków nie korzysta 82% osób w wieku do 15–18 lat, 54% w wieku 19–24 lata oraz 61% w grupie wiekowej 60 lat i więcej,
- osób z wykształceniem niepełnym podstawowym lub podstawowym (65%), zasadniczym zawodowym lub niepełnym średnim (65%),
- uczniów i studentów (74%),
- rolników indywidualnych (47%), robotników wykwalifikowanych (56%) oraz robotników niewykwalifikowanych (65%),
- mieszkańców wsi (52%).

Pod względem psychograficznym niekorzystający to przede wszystkim jednostki:

- pasywne życiowo i defensywne wobec świata zewnętrznego o niskim poziomie satysfakcji życiowej (45%),
- hołdujące tradycyjnym, konserwatywnym wartościom i wzorcom zachowań, charakteryzujące się niskim poziomem konsumpcji (56%),
- bierne kulturalnie.

Czynniki warunkujące rozwój bankowości detalicznej

W tym miejscu należy odwołać się do wyników badań nad kategorią potrzeb ludzkich oraz związanych z nimi prawidłowości [Kłopotcka 2004]:

1. Nie ma aktywności ludzkiej, której źródłem nie byłaby potrzeba. Jednak aby potrzeba mogła inspirować do działania, konieczne jest jej przejście przez filtr świadomości człowieka. Kolejnymi warunkami są: znajomość przedmiotu, który może daną potrzebę zaspokoić oraz przeświadczenie, że jej zaspokojenie jest choćby w znikomym stopniu prawdopodobne.
2. Świadomość potrzeb, środków i sposobów ich zaspokajania, zdeterminowane przez społeczne i materialne warunki życia.
3. Ludzie kształtują swoje potrzeby i aspiracje w wyniku kontaktów z otoczeniem.

Wejście gospodarstwa domowego w relację z instytucją bankową jest zatem uwarunkowane zaistnieniem w świadomości członków gospodarstwa określonej potrzeby, posiadaniem wiedzy o oferowaniu przez bank adekwatnej usługi oraz przeświadczeniem, że skorzystanie z oferty bankowej odpowiadającej na daną potrzebę jest możliwe.

Jednocześnie podnosi się poziom oczekiwań klienteli co do jakości usług świadczonych przez banki. Rozwój potrzeb ludności w gospodarce rynkowej wywołuje reakcją banków, poszerzanie i udoskonalanie detalicznej oferty bankowej, z założeniem jej maksymalnego dostosowania do potrzeb i preferencji odbiorców.

Ponadto, wzrost stopnia korzystania z usług bankowych stanowi asumpt dla banków do poprawy dostępności usług (zwiększanie liczby oddziałów, stosowanie nowych kanałów dystrybucji). Dla klientów oznacza to istotne udogodnienia w kontaktach z bankiem i podnosi atrakcyjność oferty [Kłopotcka 2004]. Aby jednak ten mechanizm mógł zadziałać, potrzebne jest usunięcie pewnych barier związanych z poziomem i warunkami życia, świadomością, wiedzą oraz skłonnością do korzystania z usług banków. Niezbędne też jest przełamanie bariery dostępności oraz atrakcyjna, a w szczególności niedyskryminująca oferta banków (schemat 1).



Schemat 1

Czynniki warunkujące zmianę postaw Polaków wobec banków oraz rozwój bankowości detalicznej w Polsce

Źródło: Polacy wobec polskiego sektora bankowego 2004.

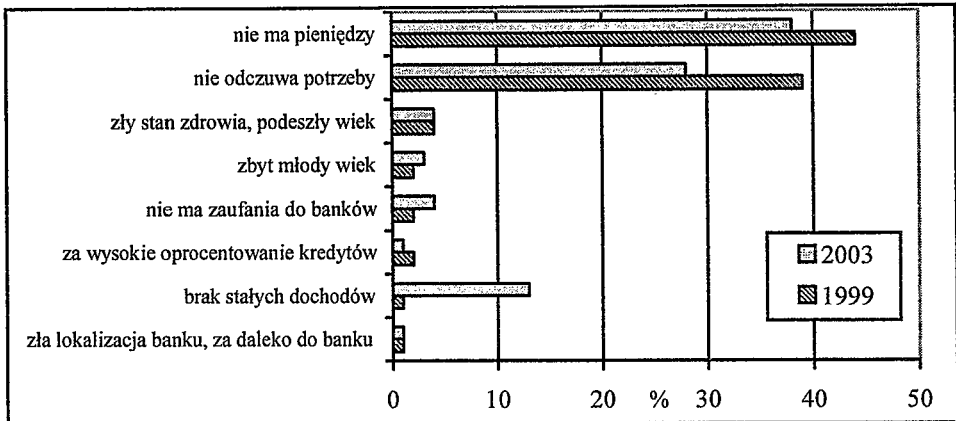
Powody niekorzystania z usług banków

Omawiając powody niekorzystania z obsługi banków przez klientów indywidualnych, można użyć sformułowania, iż jest wielu niekorzystających z niezbyt wielu powodów [Śmiłowski 2004]. Są to powody leżące zarówno po stronie banków, jak i tkwiące w ludziach. Ogólnie można je pogrupować jako bariery w świadomości i mentalności społeczeństwa, bariery wynikające z poziomu i warunków życia oraz bariery dostępu wynikające z warunków, jakie stawiają banki.

W opinii społeczeństwa niezmiennie od 1999 r. wśród głównych powodów niekorzystania z usług banków wskazywane są brak środków finansowych oraz brak potrzeby korzystania z takich usług. Jednak od 1999 r. obserwowany jest znaczący spadek opinii wskazujących na brak potrzeby, silnie wzrasta natomiast ograniczenie związane z brakiem stałych dochodów (wykres 2).

Powody niższej skłonności Polaków do współpracy z bankami w porównaniu do mieszkańców Europy Zachodniej to bezrobocie, brak stałych dochodów, niedostępność banków dla ludzi o niskich dochodach oraz wysokie koszty usług bankowych i brak zaufania do banków (wykres 3). Dodać należy, że w przeliczeniu na jednego mieszkańca aktywa finansowe przeciętnego Polaka w 2002 r. były prawie 10-krotnie niższe od aktywów statystycznego Hiszpana, 17-krotnie niższe niż Niemca oraz 33-krotnie niższe niż Brytyjczyka.

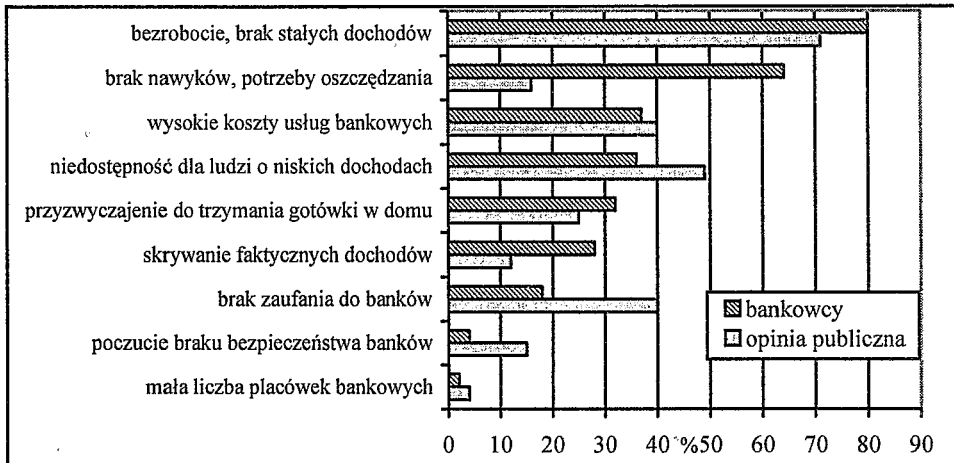
Zdaniem bankowców, niższa skłonność Polaków do współpracy z bankami w porównaniu do zachodnich sąsiadów wynika z bezrobocia, braku stałych



Wykres 2

Główny powód nie korzystania z usług banków według opinii Polaków w latach 1999 oraz 2003

Źródło: Polacy wobec polskiego sektora bankowego 2004.



Wykres 3

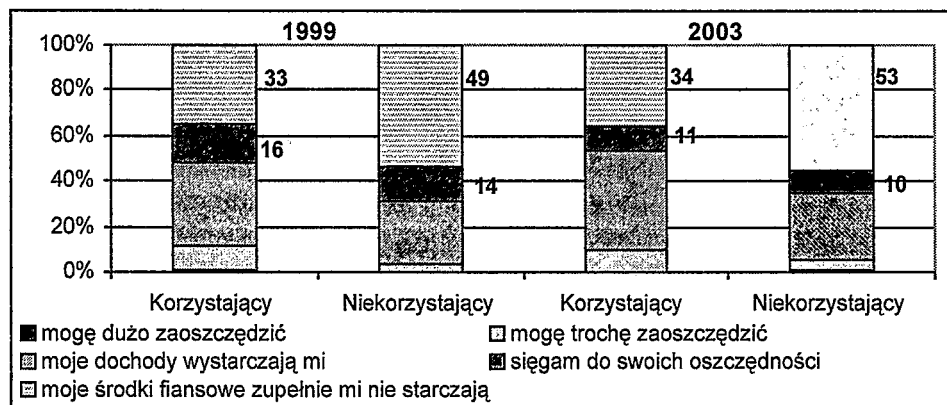
Powody niższej skłonności Polaków do współpracy z bankami niż mieszkańców Europy Zachodniej w ocenie bankowców i opinii publicznej 2003 r.

Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2003, Monitor Bankowy 10/2003. Pentor.

dochodów, a w drugiej kolejności z braku nawyków, potrzeby oszczędzania, wysokich kosztów związanych z korzystaniem z banków i niedostępnością tych instytucji dla ludzi o niskich dochodach.

Materiałne warunki życia i samoocena sytuacji finansowej są jednym z głównych czynników tkwiących u podstaw rozwoju rynku bankowości detalicznej. Potwierdzeniem tej tezy jest fakt, że „aby być klientem banku, trzeba

mieć z czym do banku pójść”. Dla około połowy populacji niekorzystających z banków środki finansowe, które posiadają zupełnie im nie wystarczają. W przypadku osób korzystających z usług banków co trzecia osoba tak samo postrzega sytuację finansową swojego gospodarstwa domowego (wykres 4).



Wykres 4

Ocena sytuacji materialnej gospodarstwa domowego a korzystanie z usług banków w 1999 i 2003 r.

Źródło: Polacy wobec polskiego sektora bankowego 2004.

Uzupełnieniem powyższego zestawienia jest odsetek dorosłej populacji Polaków, która z miesięcznych dochodów nie może nic zaoszczędzić. Według deklaracji, w 2003 r. prawie połowa badanych niekorzystających z usług banków nie była w stanie odłożyć jakichkolwiek oszczędności, wśród korzystających z usług banków odsetek ten wyniósł 23%. Przy pewnych staraniach, nie obniżając swojego poziomu życia, a jedynie rezygnując z pewnych luksusów czy przyjemności, 35% niekorzystających z banków nie jest w stanie oszczędzać, taka sama sytuacja ma miejsce w odniesieniu do 16% korzystających z banków. Bardzo ograniczając wydatki, mocno zaciskając pasa i obniżając poziom życia do niezbędnego minimum, co trzecia osoba niekorzystająca z banków nie jest w stanie oszczędzać, podobnie jak 13% „ubankowionej” części społeczeństwa. W żadnym wypadku nie jest w stanie miesięcznie zaoszczędzić jakiegokolwiek kwoty 20% niekorzystających z banków oraz 7% korzystających z nich. Wyniki badań koniunktury konsumenckiej [GUS 2003] wskazują, że tylko co dziesiąty Polak przypuszcza, że w 2005 r. będzie w stanie zaoszczędzić jakiegokolwiek środki finansowe. Również obserwowane kierunki zmian w tendencjach w ostatniej dekadzie wskazują na wzrost zasięgu ubóstwa w Polsce. Według GUS, w 1993 r. 12% Polaków żyło poniżej granicy 50% średnich miesięcznych wydatków gospodarstw domowych, a w 2002 r. odsetek ten wyniósł 18,4%.

U podstaw korzystania z banków leży przekonanie o istnieniu takiej potrzeby, wyrażającej się w skłonności do oszczędzania czy też korzystania z kredytów (tab. 1). Ogólnie w 2003 r. 53% Polaków było zwolennikami zapożyczania się w bankach, dla 39% było to obojętne, a 7% to przeciwnicy korzystania z kredytów bankowych. Oszczędzanie nie ma sensu zdaniem 12% Polaków, należy oszczędzać, ale gdy nie jest to związane z wyrzeczeniami, zdaniem 49% badanych, natomiast w opinii 38% Polaków zawsze należy oszczędzać. Zdecydowani zwolennicy korzystania z kredytów i lokat to 25% społeczeństwa, kolejne 11% to ci, którzy są zdecydowanymi zwolennikami oszczędzania, ale zaciąganie kredytów jest im obojętne. Jedna czwarta badanych nie ma nic przeciwko zadłużaniu się, ale oszczędza tylko wtedy, gdy nie jest to związane z wyrzeczeniami. Jedna na sto osób twierdzi, że oszczędzanie nie ma sensu i jest przeciwna zaciąganiu kredytów.

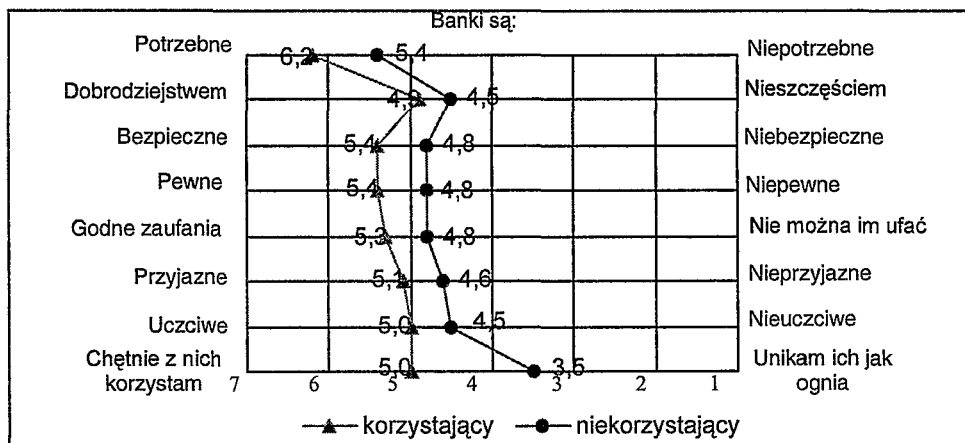
Tabela 2

Skłonność Polaków do oszczędzania oraz korzystania z kredytów w 2003 r.

Z którym ze stwierdzeń na temat oszczędzania zgadza się Pan(i) najbardziej?	Czy jest Pan(i) za tym, przeciw, czy też jest Panu(i) zupełnie obojętne, że ludzie pożyczają pieniądze w bankach i innych instytucjach finansowych, aby kupić dom, samochód czy inne przedmioty trwałego użytku?			
		Jestem za	Obojętne	Jestem przeciw
	Zawsze należy oszczędzać	25%	11%	2%
	Należy oszczędzać, ale bez wyrzeczeń	25%	20%	4%
Oszczędzanie nie ma sensu	3%	8%	1%	

Źródło: Polacy wobec polskiego sektora bankowego 2004.

Czynnikami determinującym rozwój bankowości detalicznej w Polsce są również wyobrażenia, przekonania, opinie i wiedza o bankach. Zdaniem opinii publicznej, banki to instytucje potrzebne, bezpieczne, pewne, godne zaufania (wykres 5). W mniejszym stopniu są dobrodziejstwem dla ludzi, ale raczej chętnie z ich usług korzystamy.



Wykres 5

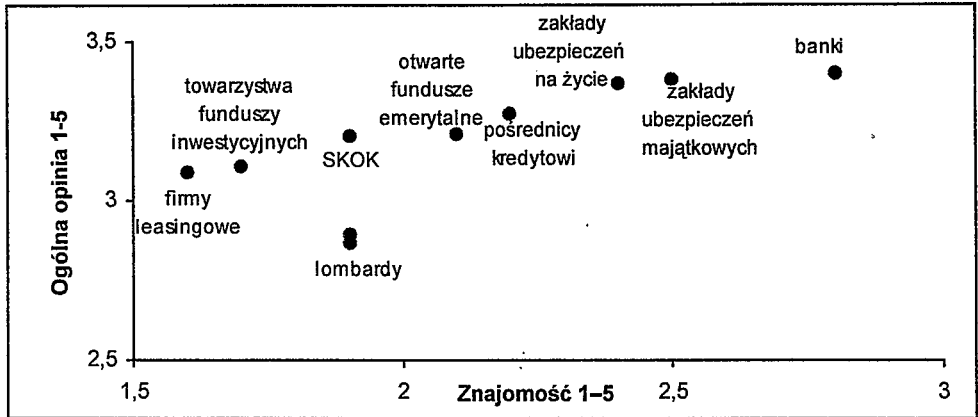
Opinie o bankach wśród korzystających oraz osób niebędących klientami banków w 2003 r.

Źródło: Polacy wobec polskiego sektora bankowego 2004.

Oceniając banki na skali od 1 do 7, gdzie 7 oznacza ocenę pozytywną, a 1 negatywną, wartości ocen są niższe w przypadku osób niekorzystających z usług banków. Może to być związane z brakiem wiedzy i wyobrażeniami dalekimi od oceny stanu faktycznego. Fakt korzystania bądź nie z usług banków wpływa również na ogólną opinię o bankach funkcjonujących w Polsce. W grupie osób korzystających z usług banków w latach 2000–2003 korzystną oraz bardzo korzystną opinię o bankach deklarowało 74%, wśród niekorzystających takiego zdania było 50% badanych.

Na ogólną ocenę banków oraz innych instytucji finansowych funkcjonujących w Polsce wpływa znajomość tych instytucji. Analiza wyników badań ujawnia, że wraz ze wzrostem poziomu znajomości danej instytucji poprawia się ogólna opinia o niej (wykres 6). Uwagę zwraca to, że banki są najlepiej znanymi oraz jednocześnie najlepiej ocenianymi instytucjami finansowymi działającymi w Polsce.

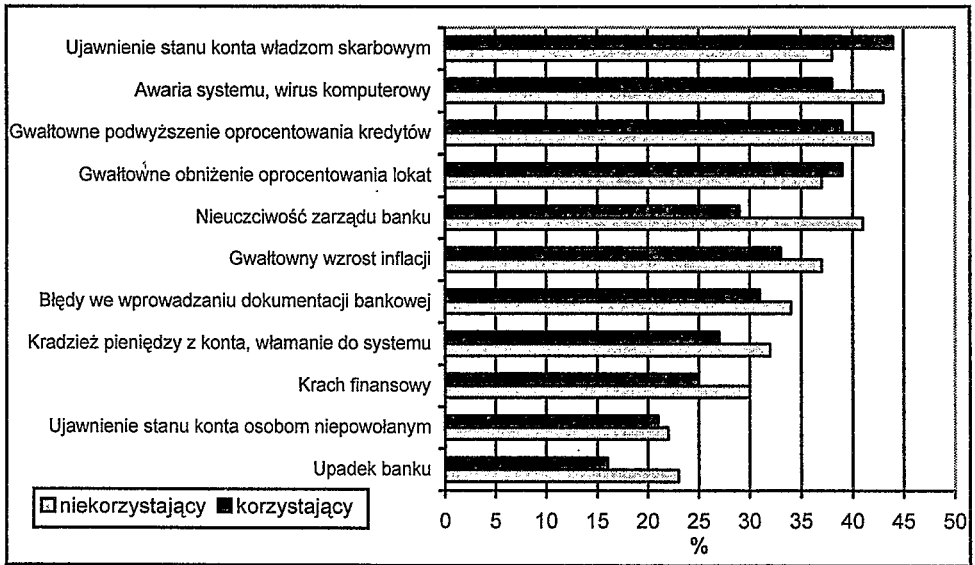
Wejście w interakcję z bankiem jest związane z potencjalnymi źródłami lęków i obaw związanych z korzystaniem z banków (wykres 7). Najczęściej wymienianym zagrożeniem związanym z korzystaniem z banków w grupie ich klientów jest ujawnienie stanu konta władzom skarbowym, w dalszej kolejności gwałtowne podwyższenie oprocentowania kredytów lub obniżenie oprocentowania lokat. Osoby niekorzystające z usług banków źródeł zagrożeń upatrują głównie w awarii systemu komputerowego, gwałtownym podwyższeniu oprocentowania kredytów oraz nieuczciwości zarządu banku.



Wykres 6

Znajomość i ogólna ocena wybranych instytucji finansowych w 2003 r.

Źródło: Polacy wobec polskiego sektora bankowego 2004.



Wykres 7

Potencjalne źródła lęków i obaw związanych w korzystaniem z banków wśród korzystających oraz osób niebędących klientami banków w 2003 r.

Źródło: Polacy wobec polskiego sektora bankowego 2004.

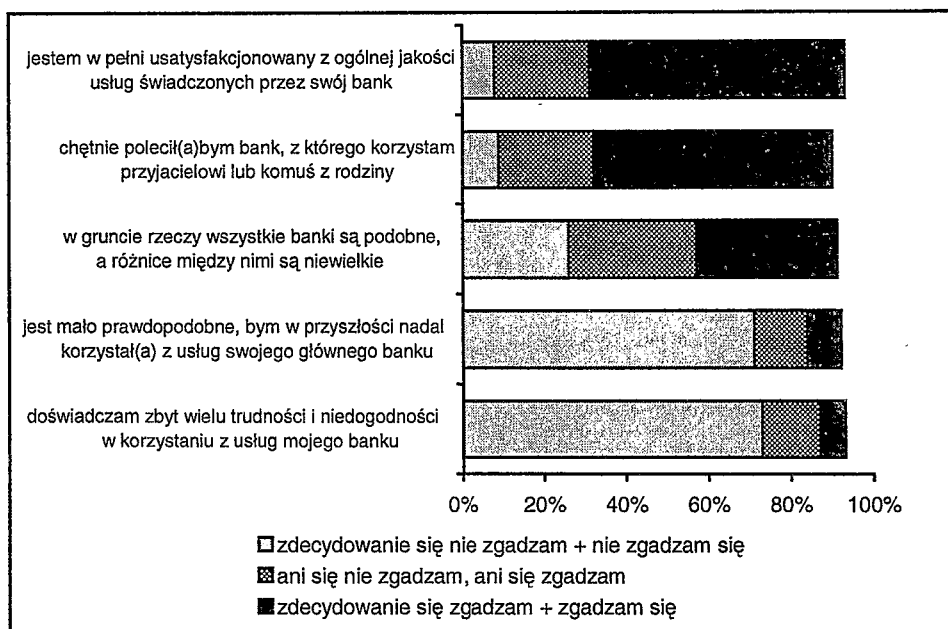
Czynnikiem w znacznej mierze kształtującym rozwój rynku bankowości detalicznej jest oferta banków oraz satysfakcja klientów banków z jakości usług. Oferta oraz jakość obsługi odgrywają zasadniczą rolę z uwagi na mechanizm naśladownictwa, szczególnie gdy jednym z głównych źródeł informacji

o bankach oraz ich ofercie są opinie znajomych. Do grona użytkowników dołączają zwolennicy konserwatywnych wzorców konsumpcji, zmieniając je pod silnym naciskiem przykładów z otoczenia. Również osoby już korzystające z usług banków w większym stopniu są skłonne do rozszerzenia spektrum usług, z których korzystają.

Banki działające w Polsce cieszą się stosunkowo dobrą opinią, u podstaw której leży zaufanie do nich i zadowolenie z oferowanych usług. Klient banku żyje w poczuciu satysfakcji z dobrze zrobionego interesu z bankiem. Tego zdania jest 72% posiadaczy rachunków oszczędnościowo-rozliczeniowych, twierdząc, iż wartość tego, co otrzymuje od banku jest odpowiednia, wyższa lub dużo wyższa w stosunku do ponoszonych opłat. Poczucie dobrze zrobionego interesu potwierdza również wysoki odsetek klientów banków bardzo zadowolonych (33%) oraz raczej zadowolonych (61%).

W opiniach posiadaczy rachunków oszczędnościowo-rozliczeniowych dominowało przeświadczenie pełnej satysfakcji z jakości usług świadczonych przez bank. Ponad połowa tych osób chętnie poleciłaby bank przyjacielom lub członkom rodziny (wykres 8). Analogicznie, posiadacze ROR-ów w większości nie zgadzali się z opinią, że doświadczają zbyt wielu trudności i niedogodności w korzystaniu z usług swojego głównego banku. Nie zgadzali się również ze stwierdzeniem, że jest mało prawdopodobne, by w przyszłości korzystali z usług dotychczasowego banku. Należy zaznaczyć, że 40% posiadaczy ROR-ów korzysta z usług danego banku głównie z przyzwyczajenia, niewiele mniej twierdziło, że wszystkie banki w gruncie rzeczy są podobne, a różnice między nimi są niewielkie.

W świetle stosunkowo wysokiego poziomu zadowolenia z usług świadczonych przez banki warto wskazać główne obszary determinujące ten stan. Posiadacze ROR-ów wystawiali bankom szczególnie pozytywne noty (średnia 3,4 na skali 1 – bardzo niezadowolony, 4 – bardzo zadowolony) za uprzejmość i pomoc pracowników w placówkach banków. Niemalże równie pozytywnie wypowiadali się na temat dostępu do informacji o stanie konta i historii rachunku (średnia ocena 3,3). Kolejny aspekt kontaktów klienta z bankiem wpływający na jego korzystną opinię o jakości oferowanych usług to szybkość/sprawność załatwiania spraw w placówkach banków. Na równorzędnej pozycji ze względu na poziom zadowolenia w ramach prowadzonego rachunku znalazły się formalności i wymagania przy zakładaniu i korzystaniu z rachunku, obsługa rachunku przez Internet, WAP czy też telefon. W najmniejszym stopniu posiadacze ROR-ów zadowoleni byli z opłat pobieranych przez bank, oprocentowania kredytu, i oprocentowania pieniędzy na rachunku. Niezadowolenie z oprocentowania pieniędzy na rachunku nie powinno jednak zaskakiwać, gdyż w dalszym ciągu istnieje przeświadczenie, że ROR to również produkt oszczędnościowy.



Wykres 8

Opinie posiadaczy ROR-ów o jakości usług świadczonych przez banki w 2003 r.

Źródło: Audyt Bankowości Detalicznej 2003. Pentor.

Podsumowanie

Przeprowadzona analiza skłania do stwierdzenia, że w przypadku około połowy osób niekorzystających z usług banków jest możliwe przełamanie głównych przeszkód rozwoju rynku bankowości detalicznej. Konieczne jest jednak postawienie na edukację i kreowanie potrzeb korzystania z usług instytucji finansowych. W odniesieniu do pozostałej grupy niekorzystających z usług banków przełamanie barier dostępności będzie stosunkowo trudne i niewykłuczone, że osoby te będą objęte zjawiskiem ekskluzji finansowej głównie z braku dochodów.

Dostęp do usług finansowych nie powinien być traktowany jako przywilej zarezerwowany dla gospodarstw domowych z wyższych i średnich grup dochodowych. Obsługa finansowa nawet najslabiej uposażonych gospodarstw domowych może być działalnością rentowną, przynoszącą korzyści podmiotom operującym zarówno po stronie popytu, jak i podaży. Inspiracją do jej powstania była konieczność poszukiwania efektywnej metody zapewnienia dostępu do usług finansowych najuboższej części społeczeństwa, a przez to stworzenia dla

niej nowych możliwości zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych oraz aktywności zawodowej i wytwórczej. W zasadzie jest to jedyny sposób świadczenia usług bankowych dla najuboższych gospodarstw domowych na skalę masową, adekwatną do popytu. Z doświadczeń krajów rozwijających się wynika ogólny wniosek, że margines gospodarstw domowych, których pominięcie przez system bankowy należy uznać za uzasadnione, jest niezwykle wąski².

Literatura

- Audyty Bankowości Detalicznej 2003. Pentor, Warszawa.
- DASZKOWSKA M., SENYSZYN J., 1994: Elementy teorii konsumpcji. Uniwersytet Gdański, Gdańsk.
- KŁOPOCKA A., 2004: Psychospołeczne uwarunkowania rozwoju bankowości detalicznej w Polsce. Bank i Kredyt 05.2004, Warszawa.
- Koniunktura konsumencka 12.2003. GUS, Warszawa.
- Roland Berger Strategy Consultans 2003. W: Rzeczpospolita 30.09.2003.
- RYTELEWSKA G., 2002: Mikrofinanse – wyzwanie wobec bankowości detalicznej. Maszynopis wystąpienia 10.2002. Katowice.
- SIBIS 2003.
- ŚMIŁOWSKI E., 2004: Polacy wobec polskiego sektora bankowego. Maszynopis wystąpienia. Związek Banków Polskich 29.06.2004.
- Monitor Bankowy 10.2003. Pentor, Warszawa.

²W Polsce rozwój mikrofinansowania podąża kilkoma drogami. Pierwsza, oddolna, to ruch spółdzielczych kas oszczędnościowo-kredytowych (SKOK). Tempo jego rozwoju jest imponujące. Działalność SKOK-ów ogranicza się tylko do grona ich członków, na ogół związanych z konkretnym zakładem pracy czy parafią. Drugi segment tworzą programy publiczne, wspierane z budżetu. Są to m.in. pożyczki z Funduszu Pracy, pożyczki w ramach programu „Promocja zatrudnienia” czy aktywizacji wsi. Dysponują nimi na ogół rządowe agencje. Trzeci segment to instytucje odwołujące się do światowych standardów mikrofinansowania, czyli wpisujące się w globalny ruch wspierania mikrofinansowania, wymieniający doświadczenia z różnych krajów, wspierany przez fundacje i takie instytucje, jak Bank Światowy. W Polsce są to: Fundusz Mikro, Inicjatywa Mikro, Fundacja Rozwoju Polskiego Rolnictwa oraz Fundacja Wspomagania Wsi.

Social Conditions of the Retail Banking Development in Poland

Abstract

The paper presents the scale of retail bank usage in Poland as well as factors determining the development of retail banking usage and reasons for non using banking services. The knowledge about financial institutions, sources of fears and opinions about the satisfaction from services offered by banks to individuals were also assessed. The necessity of financial exclusion reduction and taking into consideration poor people were also pointed.