

mgr Magdalena Wróbel

Katedra Zarządzania

Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej

Odpowiedzialna konsumpcja jako determinanta odpowiedzialnego pożyczania

WPROWADZENIE

Współczesny kryzys finansowy zapoczątkowany przez nieodpowiedzialne udzielanie kredytów przez banki klientom o niepewnej sytuacji finansowej wyraźnie wskazuje, iż kwestia odpowiedzialnego pożyczania jest obecnie priorytetowym zadaniem. Problem braku odpowiedzialności finansowej nie dotyczy jednak wyłącznie relacji bank – klient, bowiem Polacy w coraz większym stopniu mają problemy z terminowym regulowaniem swoich bieżących zobowiązań wobec dostawców usług masowych i nie tylko. Zygmunt Bauman dostrzegając znaczenie oszczędzania i odpowiedzialnego pożyczania w wywiadzie udzielonym Tomaszowi Kwaśniewskiemu przytacza poglądy Maxa Webbera dotyczące głównego katalizatora rozkwitu kapitalizmu: „Siłą napędową fantastycznego i oszalamiającego rozkwitu gospodarki za kapitalizmu była początkowo etyka protestancka, przestrzegająca przed pogonią za przyjemnością i zbytkiem, głosząca zasadę odkładania zaspokożenia na później. Ludzie oszczędzali, zamiast zjadać dochody i, chcąc nie chcąc, mimo woli, odkładał się im kapitał, który mogli wykorzystać na budowę nowych fabryk, dróg, kolei i domów, a nie na cielesne uciechy. Gdy pożyczasz na inwestycje obiecujące większy zysk od spłacanych procentów, jesteś cnotliwym, a jeśli obietnica się spełni, to i mądrym człowiekiem. Ale nie daj Bóg, jeżeli zapożyczasz się na dogadzanie sobie!” [Bauman..., 2009]. Z racji tego, iż system finansowy jest konstruowany w oparciu o gęsty i rozległy układ połączeń sieciowych, skutki tych nieodpowiedzialnych działań poszczególnych podmiotów dotyczą całego systemu. W związku z tym niezwykle istotne jest zapobieganie tym problemom u źródła poprzez kształtowanie odpowiedzialnych postaw społeczeństwa.

W niniejszej pracy przyjęto hipotezę, iż model społeczeństwa, jakim jest odpowiedzialna konsumpcja determinuje odpowiedzialne pożyczanie. Jedynie w tym modelu społeczeństwa jednostki posiadają świadomość zintegrowaną, która pozwala im na odpowiedzialne funkcjonowanie w wielu aspektach co-

dziennego życia. Zapewnienie właściwych relacji pomiędzy świadomością zintegrowaną a odpowiedzialnym pożyczaniem pozwala na zachowanie spójności społeczno-ekonomicznej. Współcześnie urzeczywistniany model społeczeństwa konsumpcjonistycznego cechuje się jednak nadmiernym materializmem w każdej sferze życia, a co za tym idzie skrajnie nieodpowiedzialnym funkcjonowaniem jednostek. Co więcej, zdaniem Z. Baumana „konsumpcjonizm jest ekonomią oszustwa, braku umiaru i marnotrawstwa” [Bauman, 2007, s. 22]. W celu kształtowania postaw, które będą charakteryzowały się odpowiedzialnością w sferze finansowej należy opracować kompleksowy program kształtowania odpowiedzialnych postaw obywateli, którego jednym z elementów będą przedsięwzięcia na rzecz odpowiedzialności w gospodarowaniu. Celem niniejszej pracy jest zaprezentowanie odpowiedzialnej konsumpcji jako czynnika determinującego odpowiedzialne pożyczanie, analiza polityki kredytowej banków i zadłużenia Polaków, a także określenie instrumentów, za pomocą których można kształtować odpowiedzialne postawy społeczeństwa. Niniejszy artykuł stanowi analizę mechanizmów warunkujących współczesne procesy społeczno-gospodarcze, która jest podstawą do określenia działań niezbędnych dla kształtowania odpowiedzialnych postaw społeczeństwa. Należy podkreślić, iż zawarte w tej pracy rozważania koncentrują się na formułowaniu postulatów dotyczących przyszłości, nie zaś na analizie współczesnej sytuacji społeczno-gospodarczej w kontekście założeń szkół naukowych.

ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA JAKO DETERMINANTA ODPOWIEDZIALNEGO POŻYCZANIA

Przyczyn nieodpowiedzialnego pożyczania należy poszukiwać „u źródła” zadając sobie pytanie o motywy zaciągania kredytów przez ludzi. Główną determinantą nadmiernie rozwiniętej działalności kredytowej obywateli jest konsumpcjonistyczny model społeczeństwa, jaki jest współcześnie urzeczywistniany. *Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku* podaje kilka definicji konsumpcjonizmu: 1) postawa życiowa, charakteryzująca się nadmiernym dążeniem do zdobywania i zużywania dużej liczby różnych dóbr materialnych; 2) styl życia, który wyżej stawia dążenia do tego, aby „mieć” niż „być”; 3) przekonanie, że szczęście osiąga się poprzez nabywanie dóbr [*Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, 2003, s. 783]. Natomiast *Słownik wyrazów obcych* definiuje konsumpcjonizm jako postawę życiową charakteryzującą się nadmiernym przywiązywaniem wagi do zdobywania dóbr materialnych [*Słownik wyrazów obcych*, 1996, s. 589]. Zdaniem Z. Baumana „konsumpcjonizm jest typem układu społecznego, wynikającym z wtórnego przerobu prozaicznych, stałych i, żeby

się tak wyrazić, „reżymowo naturalnych” ludzkich potrzeb, pragnień i tęsknot w główną siłę napędową społeczeństwa, która koordynuje reprodukcję systemu, integrację społeczną, rozwarstwienie społeczne i formowanie ludzkich jednostek, jak również odgrywa podstawową rolę w procesach tworzenia tożsamości jednostek i grup oraz w wyborze i stosowaniu strategii życiowych jednostek” [Bauman, 2009, s. 36]. W niniejszej pracy konsumpcjonizm będzie rozumiany jako postawa charakteryzująca się nadmiernym materializmem we wszystkich sferach życia.

Przejawy konsumpcjonizmu można zaobserwować w wielu aspektach życia codziennego współczesnego pokolenia. Współcześnie ludzie dokonują zakupu nadmiernej ilości dóbr, często takich, które nie są im potrzebne i stanowią tylko gadżety na pokaz. Obecnie można zaobserwować także skrócenie cyklu życia nabywanych produktów. Zmieniająca się moda i chęć podążania za nią powoduje, że ludzie często dokonują zakupu nowych dóbr, mimo iż te, które posiadają są nadal użyteczne. Wpływ mody widoczny jest wyraźnie w przypadku takich dóbr jak samochody, telefony komórkowe, sprzęt komputerowy, RTV i AGD oraz odzież. Bowiem „w społeczeństwie konsumentów pogoń za szczęściem (...) nieprzypadkowo skupia się nie na produkowaniu rzeczy lub ich zawłaszczaniu (nie wspominając już o przechowywaniu), ale na ich wyrzucaniu; wszak tego właśnie trzeba, by produkt narodowy brutto rósł” [Bauman, 2009, s. 44]. Konsumpcja jest jedną z form posiadania, najważniejszą być może we współczesnych zamożnych społeczeństwach. Ma ona ambiwalentne własności – uwalnia od niepokoju, ponieważ przeważnie to, co się posiada nie może zostać już odebrane, równocześnie jednak wymaga konsumowania coraz większych porcji, albowiem towary już skonsumowane szybko tracą własność zaspokajania pragnienia [Fromm, 1995, s. 70]. Jednostki w konsumpcjonistycznym społeczeństwie postrzegają konsumpcję jako sposób na wszelkie problemy, ponieważ „trzeba tylko pójść w odpowiednie miejsce i nabyć właściwy przedmiot czy usługę” [Bauman, 2004, s. 221]. Współczesny konsument mógłby za swoją dewizę wziąć formułę: Jestem tym, co posiadam, i tym, co konsumuję. Zgodnie z tą dewizą jest on także oceniany przez resztę społeczeństwa. Wartościowy jest ten, kto posiada modne i luksusowe dobra, nie zaś ten, kto ma ciekawą osobowość i postępuje moralnie. Jako metodę oceny drugiego człowieka przyjmuje się stwierdzenie: Pokaż mi, co posiadasz, a powiem Ci kim jesteś i ile znaczysz. Współczesne społeczeństwo konsumpcjonistyczne to społeczeństwo prowadzące „płynne życie”, „życie bez reszty oddane konsumpcji. Traktuje ono świat oraz wszystkie jego ożywione i nieożywione elementy, jako przedmioty konsumpcji, a więc przedmioty, które tracą swoją użyteczność (a co za tym idzie: swój blask, atrakcyjność, siłę przyciągania i wartość) w miarę ich używania. Płynne życie ocenia wszystkie ożywione i nieożywione elementy świata według

kryteriów konsumpcyjnych” [Bauman, 2007, s. 5]. Jednostkom w społeczeństwie konsumpcjonistycznym wmawia się, „że konsumpcja jest oznaką sukcesu, traktem wiodącym wprost do publicznego poklasku i sławy, a także uczy się ich, że posiadanie i konsumpcja pewnych przedmiotów oraz przestrzeganie pewnych stylów życia są warunkiem koniecznym do szczęścia” [Bauman, 2009, s. 140]. W obecnych czasach ludzie nie zastanawiają się nad tym, czy nabywane dobra są im naprawdę potrzebne, czy będą mogły w znaczący sposób przyczynić się do poprawy jakości ich życia. Głównym motywem zakupu staje się współcześnie chęć zaimponowania innym i zgromadzenia jak największej ilości dóbr. Niezwykle istotne są miejsca, w których dokonywany jest zakup dóbr i usług. Współcześnie odbywa się to głównie w świątyniach konsumpcji, do których można zaliczyć centra handlowe, bary szybkich dań, parki rozrywki, hipermarkety. Centra handlowe są miejscami, do których ludzie udają się, aby praktykować swą konsumencką religię. Są one czymś więcej niż przedsiębiorstwami handlowymi i finansowymi, mają bowiem wiele wspólnego z ośrodkami religijnymi współczesnych cywilizacji. Tak jak owe ośrodki zaspokajają one ludzką potrzebę kontaktu z innymi i przyrodą (drzewami, krzewami, kwiatami), a także potrzebę świętowania. Zapewniają ten sam rodzaj centralności, jaki tradycyjnie dają świątynie, i są tak zbudowane, by miały podobną równowagę, symetrię i układ. Ich atria zwykle umożliwiają kontakt z przyrodą dzięki obecności wody i roślinności. Ludzie zyskują w nich poczucie wspólnoty, a także korzystają z konkretnych usług dla społeczności [Ritzer, 2004, s. 24]. Współcześnie otacza zewsząd każdego człowieka kult higieny, dietytyki i terapii, obsesja na punkcie młodości, elegancji, męskości i kobiecości. Istnieje presja postrzegania własnego ciała na dwa sposoby: jako kapitału, inwestycji oraz jako fetyszu, czyli przedmiotu konsumpcji [Baudrillard, 2006, s. 169–170]. Inwestowanie we własne ciało ułatwiają liczne kluby fitness, siłownie, gabinety odnowy biologicznej oraz kliniki chirurgii plastycznej, które współcześnie są dochodowym biznesem i mają wielu klientów. Jednostki w społeczeństwie konsumpcyjnym otaczając kultem pieniądza i ciało łamią pierwsze przykazanie Dekalogu „Nie będziesz miał bogów cudzych przede mną”, a stawiając je w hierarchii wyżej niż Boga dopuszczają się tym samym bałwochwalstwa. W tym modelu społeczeństwa ludzie przestają postrzegać swój byt w kategoriach eschatologicznych, odcinając się od wszelkiej duchowości. Wydaje się, iż celem życiowym obecnego pokolenia jest posiadanie jak największej ilości dóbr i pieniędzy na koncie. Życie koncentruje się na pracy po kilkanaście godzin na dobę, na myśleniu o tym, jak pozyskać pieniądze i nowe dobra oraz jak inwestować zgromadzony kapitał. Uczestnictwo w wyścigu szczurów skutkuje życiem, w którym brak jest czasu i miejsca na refleksję nad sobą, nad tym, co tak naprawdę jest ważne. Takie podejście do

życia doprowadza również do uprzemysłowienia człowieka, który traci swą ludzką godność i staje się maszyną do zarabiania pieniędzy. Z. Bauman w rozmowie z Jackiem Żakowskim stwierdza, że „w systemie konsumenckim jesteśmy jak Syzyf, czy raczej jak osioł goniący umieszczoną na kiju marchewkę, albo jak szczur w wirówce. Ledwie pan kupi rzecz, która miała dać szczęście panu i rodzinie, a już się pan dowiaduje, że to jednak nie to, że źródłem prawdziwego szczęścia będzie co innego. W cieniu niebotycznych, wszystko przesłaniających, wciąż na nowo budzonych nadziei, rosną w świecie hałdy zaledwie napoczętych, których się pozbywamy, bo jednak szczęścia nie dały lub nie wytrzymują porównania ze szczęściodajnym potencjałem przypisywanym innym, jeszcze niewypróbowanym produktom” [Żakowski, 2005, s. 30–31]. W społeczeństwie konsumpcjonistycznym ma miejsce marginalizacja i poniżanie ubogich. „Ubodzy w społeczeństwie konsumentów są całkowicie beużyteczni. Porządni i normalni członkowie społeczeństwa – konsumenci bona fide – niczego od nich nie chcą i niczego się po nich nie spodziewają. Nikt ich do niczego nie potrzebuje. Dla takich jak oni – zero tolerancji. Społeczeństwo byłoby w znacznie lepszej sytuacji, gdyby biedni spalili swoje namioty i spłonęli wraz z nimi – albo po prostu poszli sobie precz. Milej i przyjemniej byłoby rozgościć się w świecie, który by ich nie zawierał. Ponieważ nie są potrzebni, są biedni niechciani” [Bauman, 2009, s. 136]. Bauman w udzielonym wywiadzie podkreśla, iż nieumiarkowane pragnienia i wykreowane potrzeby, charakterystyczne dla konsumpcjonistycznego modelu życia, są tak naprawdę udręką dla ludzi. „Udręka wielka, bo nic, co osiągnięte, nie zaspokaja w pełni, zawsze może być lepsze. I nigdy nie osiągnie się takiego momentu, że można sobie powiedzieć: dotarłem, przybyłem, mogę usiąść, zapalić i nic więcej nie muszę robić” [Bauman..., 2009]. Przewiduje on także, iż w wyniku współczesnego kryzysu zniknie kultura nadmiaru, a wraz z nią udręka wywołana nadmiarem. Funkcjonująca w konsumpcjonistycznym modelu życia społeczna presja, by posiadać coraz większą ilość nowych, modnych dóbr skutkuje tym, że jednostki swoją ekonomiczną egzystencję opierają w głównej mierze na zaciąganych kredytach. Nierzadko dochodzi do sytuacji, gdy w efekcie przejściowych kłopotów ze spłatą zadłużenia zaciąga się kolejne kredyty, po to, aby spłacić wcześniejsze zobowiązania. W takiej sytuacji dana osoba wpada w tzw. spiralę kredytową, która często jest początkiem poważnych kłopotów finansowych. Należy przy tym podkreślić, że kredytu samego w sobie nie można uznać za coś złego, lecz ważne jest jego przeznaczenie. Kredyt wykorzystywany w celu finansowania dóbr czy przedsięwzięć, które będą długoterminową inwestycją można uznać za słuszną decyzję, o ile kredytobiorca posiada rzetelnie ocenioną zdolność kredytową. Tymczasem, współcześnie „życie na kredyt, w długach i bez oszczędności stało się

słuszną i właściwą metodą prowadzenia spraw na wszystkich poziomach, zarówno na poziomie indywidualnej polityki życiowej, jak i na poziomie państwa. (...) Pożyczki zaciągane przez państwo, dokładnie tak samo jak długi konsumentów, mają finansować konsumpcję, a nie inwestycje” [Bauman, 2009, s. 88].

Odpowiedzialne pożyczanie dotyczy dwóch etapów procesu kredytowania – pierwszy związany jest z samą decyzją o zaciągnięciu kredytu i celowością wykorzystania tego instrumentu finansowego, drugi natomiast dotyczy procesu spłaty zobowiązań kredytowych. O odpowiedzialnym pożyczaniu można mówić wtedy, gdy zachowanie jednostki na obu wymienionych etapach charakteryzuje się odpowiedzialnością, rzetelnością i racjonalnością. Jest ono możliwe w swym pełnym wymiarze jedynie, gdy mamy do czynienia z modelem społeczeństwa, jakim jest odpowiedzialna (etyczna) konsumpcja. Można ją zdefiniować jako postawę życiową charakteryzującą się odpowiedzialnością i postępowaniem zgodnym z depozytem niezrelatywizowanych wartości. Należy podkreślić, iż odpowiedzialność powinna być rozpatrywana w trzech aspektach: w gospodarowaniu, w relacjach interpersonalnych, a także w stosunku do środowiska przyrodniczego. Etyczna konsumpcja jest modelem społeczeństwa o charakterze postulatywnym, bowiem w swym pełnym wymiarze nie może być współcześnie urzeczywistniana. Społeczeństwo do tego stopnia zatraciło się w materialistycznym podejściu do życia, iż nie należy oczekiwać w najbliższym czasie jakiegóż rewolucyjnej zmiany na lepsze. G.W. Kołodko w swojej książce *Wędrujący świat* stwierdza, że „dojść do idealnego świata nie sposób, ale iść trzeba” [Kołodko, 2008, s. 139], dlatego też należy poprzez małe, stopniowe zmiany starać się kształtować etyczne społeczeństwo i mieć nadzieję, że model ten w przyszłości będzie mógł być urzeczywistniany w swej pełnej formie. W tym modelu społeczeństwa jednostki zaopatrują się w dobra, które rzeczywiście są im niezbędne i te, które w efektywny sposób mogą przyczynić się do poprawy jakości ich życia. Zakupy dokonywane są w racjonalny sposób – o kupnie danego dobra decyduje jego użyteczność, a nie moda czy chęć zaistnienia w otoczeniu, towary nabywane są głównie za zaoszczędzone środki, a zakupy na kredyt są ostatecznością. Etyczna konsumpcja charakteryzuje się odmiennym podejściem do pieniądza niż konsumpcjonizm, bowiem w tym modelu jest on jedynie środkiem ułatwiającym godne życie i wspomagającym rozwój, a nie stanowi celu życiowego, jak ma to miejsce w konsumpcyjnym społeczeństwie. Konsumenci w tym społeczeństwie nabywają produkty krajowej i lokalnej produkcji, zamiast tych wytwarzanych masowo. Zdają sobie sprawę z tego, że pieniądze wydawane w sklepach mogą wpływać na losy środowiska, innych ludzi, a także na ich własne życie, dlatego zakupów dokonują w małych lokalnych sklepach, nie w wielkich świątyniach konsumpcji. Czynni-

kiem, który odgrywa istotną rolę przy podejmowaniu decyzji o zakupie jest miejsce i warunki wytworzenia danego dobra. Etyczni konsumenci zdają sobie sprawę, i korzystają z tego, iż swoimi wyborami mogą wspierać te przedsiębiorstwa, które prowadzą etyczną, odpowiedzialną działalność, a bojkotować te firmy, które postępują niemoralnie. Jednostki w odpowiedzialnym społeczeństwie przed podejmowaniem jakichkolwiek decyzji, a szczególnie przed zakupem dóbr, dokonują oceny, czy są one faktycznie niezbędne, czy też ich kupno ma na celu jedynie podniesienie własnego statusu materialnego. W przypadku etycznego modelu społeczeństwa występuje wysoko rozwinięta informacyjna funkcja marketingu. Reklama rzetelnie informuje o produkcie i jego producencie, bowiem jakakolwiek próba manipulacji konsumentami prowadzi do bojkotu produktów danej firmy. W tym społeczeństwie konsumenci są stroną, która w dużej mierze decyduje o sytuacji na rynku i ma silną pozycję przetargową.

Aby model odpowiedzialnej konsumpcji mógł być urzeczywistniany, należy podjąć szereg holistycznych działań wykorzystując instrumenty marketingowe, służące kształtowaniu świadomości (w tym edukację) i finansowe. W celu określenia działań rekomendowanych do kształtowania postaw odpowiedzialnych konsumentów, a co za tym idzie odpowiedzialnych kredytobiorców, została przeprowadzona analiza polityki kredytowej banków w latach 2006–2010, wielkości udzielanych kredytów w latach 2006–2010, jak również analiza zadłużenia Polaków w okresie VIII 2007 – V 2011.

ANALIZA POLITYKI KREDYTOWEJ BANKÓW I ZADŁUŻENIA POLAKÓW

Kwartalne Raporty Departamentu Systemu Finansowego NBP „Sytuacja na rynku kredytowym”, które powstają na podstawie badań ankietowych przeprowadzanych wśród przewodniczących komitetów kredytowych kilkudziesięciu największych banków działających na polskim rynku pozwalają na analizę polityki kredytowej banków. Raporty z ostatnich pięciu lat wskazują, że następuje systematyczne zaostrzanie kryteriów udzielania kredytów mieszkaniowych i konsumpcyjnych dla gospodarstw domowych. W przypadku warunków udzielania kredytów mieszkaniowych zaostrzeniu uległy wszystkie kryteria (marża kredytowa dla kredytów obarczonych większym ryzykiem, pozaodsetkowe koszty kredytu, wymagane zabezpieczenia, wymagany wkład własny kredytobiorcy w inwestycji) poza marżą kredytową i maksymalnym okresem kredytowania. W analizowanym okresie banki zaostrzyły następujące kryteria udzielania kredytów konsumpcyjnych: marżę kredytową, marżę dla kredytów obar-

czonych większym ryzykiem i maksymalną kwotą kredytu. Banki złagodziły jednak takie kryteria jak pozaodsetkowe koszty kredytu, wymagane zabezpieczenia i maksymalny okres kredytowania [*Raporty Sytuacja na rynku kredytowym 2006–2011*].

Niniejsze informacje wskazują, iż polityka kredytowa banków w dużej mierze oparta jest na stawianiu kredytobiorcom coraz większych wymagań, po to, aby ograniczyć ryzyko kredytowe. Banki chętniej łagodzą warunki kredytowania niż same warunki udzielania kredytu. Są bowiem w stanie zrezygnować z wyższej marży, ale tylko wtedy, gdy ryzyko niespłacenia kredytu jest niewielkie, a co za tym idzie, gdy potencjalny kredytobiorca spełni zaostrome kryteria. Zygmunt Bauman we wspomnianym wywiadzie (udzielonym T. Kwaśniewskiemu) zwraca uwagę na liberalną i nieodpowiedzialną politykę współczesnych banków: „Dawni lichwiarze chcieli zwrotu pieniędzy. I to w terminie. (...) Natomiast banki przez ostatnie 20 lat odżegnywały się od dłużników spieszących się ze zwrotem pieniędzy. Chciały, żeby spłata procentów przez ludzi wiecznie zadłużonych była stałym źródłem ich rosnących dochodów. Człowiek, co szybko i do końca spłacał swoją pożyczkę, był bezużyteczny. Ba, zwiastował stratę dochodowej szansy” [*Bauman..., 2009*]. W kontekście liberalnej polityki kredytowej odnosi się on także do zjawiska zwanego submortgage, które przejawia się w udzielaniu kredytów hipotecznych osobom nie posiadającym zdolności kredytowej. „Liczone, że skoro nowe zastępy poszukiwaczy domów ruszą na rynek, popyt na mieszkania będzie rósł, więc i ceny mieszkań będą rosły. Procenty od pożyczek, których klienci submortgage nie potrafią spłacić, pokryje wzrost wartości domostwa” [*Bauman..., 2009*].

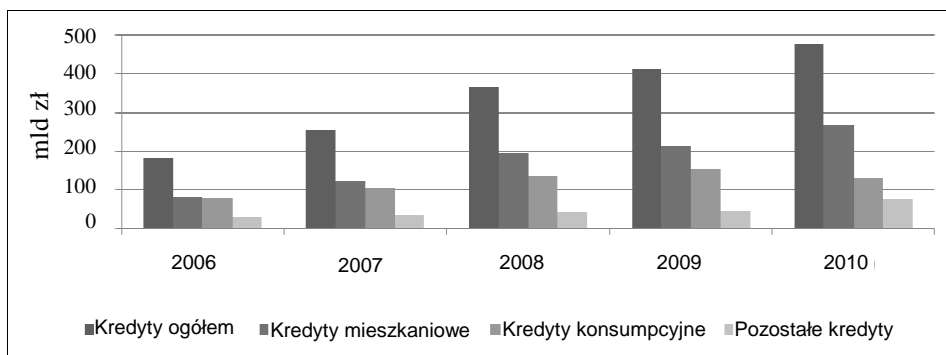
Analizując, na podstawie raportów o sytuacji banków, wartość udzielanych kredytów dla gospodarstw domowych na przestrzeni ostatnich 5 lat można zaobserwować, iż z roku na rok rośnie wartość udzielanych kredytów ogółem (z 183,4 mld zł w 2006 roku do 475,4 mld zł w 2010 roku).

Tabela 1. Struktura przedmiotowa kredytów dla gospodarstw domowych w mld zł wartości nominalnej

	2006	2007	2008	2009	2010
Ogółem, w tym:	183,4	254,2	368,6	412,5	475,4
mieszkaniowe	78,2	117,7	194,0	216,4	267,5
konsumpcyjne	77,5	102,5	136,4	154,5	134
Pozostałe	27,7	34,0	38,2	41,6	73,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Raport o sytuacji banków w 2007 roku 2008, s. 29; Raport o sytuacji banków w 2008 roku 2009, s. 43; Raport o sytuacji banków w 2009 roku 2010, s. 27; Raport o sytuacji banków w 2010 roku 2011, s. 17–18, 22].

Biorąc pod uwagę strukturę przedmiotową kredytów udzielanych gospodarstwom domowym należy wskazać, iż największy przyrost wartości można odnotować w przypadku kredytów mieszkaniowych (w 2010 roku w stosunku do 2006 roku przyrost wartości o 242,1%). Natomiast w przypadku kredytów konsumpcyjnych do 2009 roku wartość udzielanych tych kredytów rosła, jednak w 2010 roku nastąpił spadek wartości udzielanych kredytów konsumpcyjnych. Co więcej, „Informacja o sytuacji banków w I kwartale 2011 roku” opublikowana przez Urząd Komisji Nadzoru Finansowego wskazuje, iż następuje dalszy spadek wartości udzielanych kredytów konsumpcyjnych. Powyższe dane można uznać za pozytywne, bowiem oznaczają, że Polacy w mniejszym stopniu wykorzystują kredyty konsumpcyjne do finansowania bieżących potrzeb konsumpcyjnych.



Rysunek 1. Struktura przedmiotowa kredytów dla gospodarstw domowych w mld zł wartości nominalnej

Źródło: opracowanie własne na podstawie: [Raport o sytuacji banków w 2007 roku 2008, s. 29; Raport o sytuacji banków w 2008 roku 2009, s. 43; Raport o sytuacji banków w 2009 roku 2010, s. 27; Raport o sytuacji banków w 2010 roku 2011, s. 17–18, 22].

Poniższa analiza zadłużenia Polaków została przeprowadzona na podstawie szesnastu edycji raportu InfoDług. Powstaje on w oparciu o informacje zgromadzone przez Biuro Informacji Gospodarczej InfoMonitor w Rejestrze Dłużników, dane z bazy Biura Informacji Kredytowej i Bankowego Rejestru Związku Banków Polskich. Raport publikowany co kwartał, ukazał się po raz pierwszy w sierpniu 2007 roku. Raport InfoDług powstaje w oparciu o dane określone zgodnie z Ustawą o udostępnianiu informacji gospodarczych i wymianie danych gospodarczych. W przypadku informacji przekazanych przez kredytodawców lub dostawców usług masowych są to długi przekraczające 200 zł i przeterminowane powyżej 60 dni. W przypadku informacji

przekazanych przez konsumentów – potwierdzone tytułem wykonawczym [InfoDług..., 2011, s. 5].

Tabela 2. Dane dotyczące zadłużenia Polaków w okresie VIII 2007 – V 2011

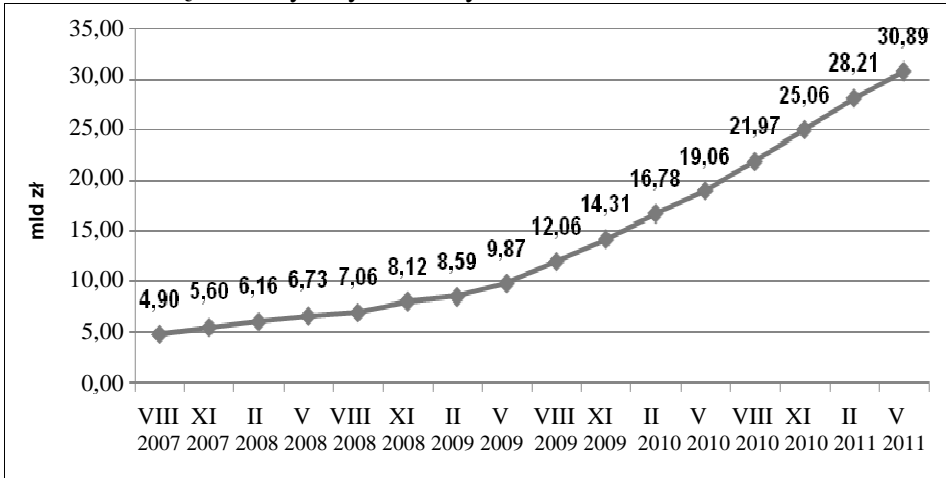
	łączna kwota zaległości płatności Polaków (w mld zł)	liczba klientów podwyższonego ryzyka (w mln)	odsetek Polaków, którzy nie regulują zobowiązań terminowo (w %)	średnie zaległe zadłużenie statystycznego dłużnika (w zł)	kwota, na jaką zalega największy dłużnik zanotowany w bazach BIK, BIG InfoMonitor i ZBP (w mln zł)
VIII 2007	4,90	0,95	brak danych	5000	brak danych
XI 2007	5,60	1,10	brak danych	5070	brak danych
II 2008	6,16	1,19	brak danych	5180	brak danych
V 2008	6,73	1,20	3,15	5615	brak danych
VIII 2008	7,06	1,21	3,2	5860	71,2
XI 2008	8,12	1,26	3,3	6425	73,2
II 2009	8,59	1,29	3,4	6636	74,1
V 2009	9,87	1,36	3,6	7237	75,8
VIII 2009	12,06	1,47	3,9	8203	77,4
XI 2009	14,31	1,62	4,3	8809	79,2
II 2010	16,78	1,72	4,5	9715	81,4
V 2010	19,06	1,82	4,8	10 469	82,5
VIII 2010	21,97	1,92	5,1	11 395	84,8
XI 2010	25,06	1,98	5,2	12 619	85,9
II 2011	28,21	2,04	5,3	13 861	87,6
V 2011	30,89	2,10	5,5	14 702	89,3

Źródło: opracowanie własne na podstawie szesnastu edycji raportu InfoDług.

Wszystkie analizowane edycje raportu InfoDług niezmiennie wskazują, że statystycznie klientem podwyższonego ryzyka finansowego jest najczęściej mężczyzna pomiędzy 30. a 39. rokiem życia, mieszkający w woj. śląskim lub mazowieckim [por. InfoDług. Edycja 1–6]. Pojęciem „klient podwyższonego ryzyka” określa się osobę opóźniającą się ze spłatą zobowiązań, zgłoszoną do Rejestru Dłużników BIG InfoMonitor, bądź notowaną w BIK, posiadającą zaległości wyższe niż 200 zł niespłacone przez więcej niż 60 dni [InfoDług..., 2011, s. 22].

Łączna kwota zaległych płatności Polaków od sierpnia 2007 roku (1. edycja Raportu) do maja 2011 roku (16. edycja Raportu) wzrosła o 530,5%. Jak wskazują dane zawarte w raportach InfoDług w sierpniu 2007 roku była to kwota rzędu 4,9 mld zł, natomiast w maju 2011 Polacy posiadali 30,89 mld zł zaległych płatności. Największą dynamikę przyrostu łącznej kwoty zaległych płat-

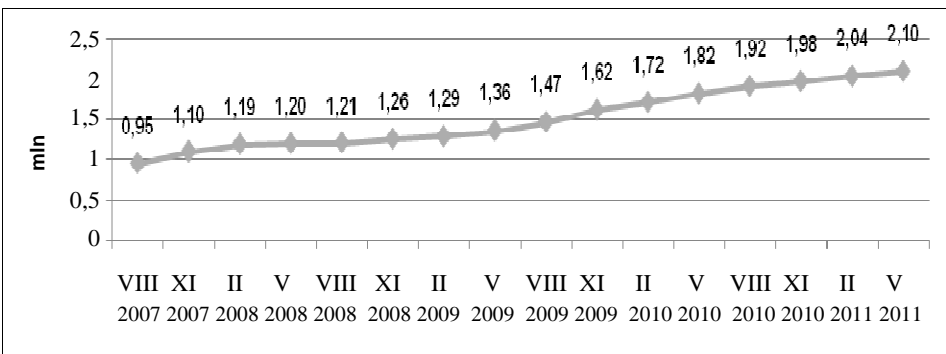
ności Polaków można zaobserwować od maja 2009 roku. Wynika z tego, że światowy kryzys nie pozostaje bez wpływu na wywiązywanie się Polaków ze swoich zobowiązań kredytowych i nie tylko.



Rysunek 2. Łączna kwota zaległych płatności Polaków w okresie VIII 2007 – V 2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie szesnastu edycji raportu InfoDług.

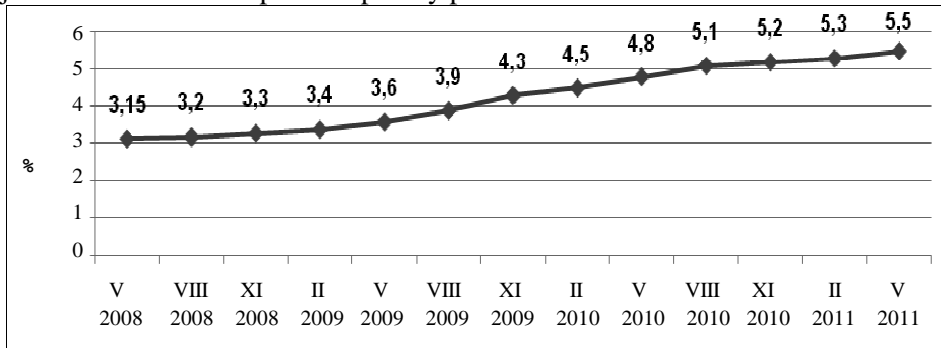
Dane zawarte w raportach InfoDług wskazują, że z kwartału na kwartał odnotowuje się systematyczny wzrost liczby klientów podwyższonego ryzyka. W okresie od sierpnia 2007 roku do maja 2011 roku liczba nierzetelnych dłużników wzrosła o 1,15 mln osób (z 0,95 mln w sierpniu 2007 do 2,10 mln w maju 2011 roku).



Rysunek 3. Liczba klientów podwyższonego ryzyka w okresie VIII 2007 – V 2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie szesnastu edycji raportu InfoDług.

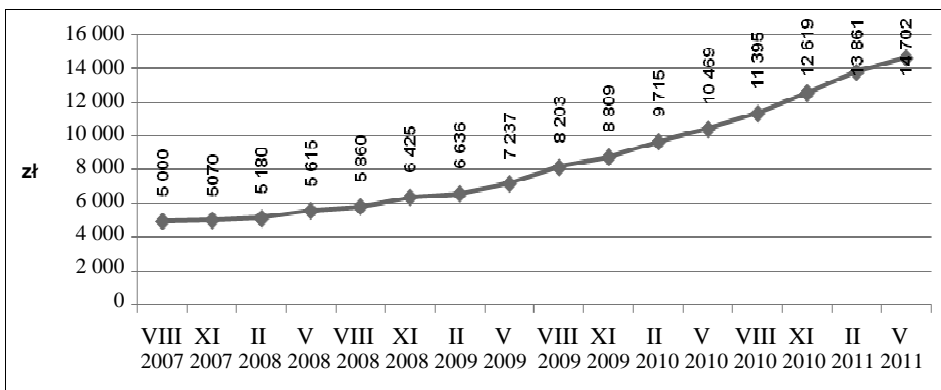
Jak wskazuje 16. edycja Raportu – w czerwcu 2011 roku 5,5% Polaków nie regulowało swoich zobowiązań terminowo i w porównaniu z majem 2008 roku jest to wzrost o nieco ponad 2 punkty procentowe.



Rysunek 4. Odsetek Polaków, którzy nie regulowali swoich zobowiązań terminowo w okresie VIII 2007 – V 2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie szesnastu edycji raportu InfoDług.

Jak wskazują kolejne edycje raportu InfoDług – do najbardziej rzetelnych dłużników należą głównie mieszkańcy woj. podlaskiego (1–9 edycji Raportu) i woj. świętokrzyskiego (10–16 edycji Raportu). Natomiast najmniej sumiennie ze swoich zobowiązań wywiązują się mieszkańcy woj. śląskiego (niezmiennie przez wszystkie edycje Raportu) [InfoDług..., Edycja 1–16].



Rysunek 5. Średnie zaległe zadłużenie statystycznego dłużnika w okresie VIII 2007 – V 2011

Źródło: opracowanie własne na podstawie szesnastu edycji raportu InfoDług.

Za niepokojący należy uznać fakt, że od sierpnia 2007 roku do maja 2011 roku niemal dwukrotnie wzrosła kwota średniego zaległego zadłużenia statystycznego dłużnika (z 5000 zł w sierpniu 2007 roku do 14 702 zł w maju 2011 roku). Zobowiązania te wynikają m.in. z niezapłaconych rachunków za energię elektryczną, gaz, usługi telekomunikacyjne, czynsz za mieszkanie, z tytułu alimentów, a także niespłaconych kredytów hipotecznych i konsumpcyjnych [InfoDług..., 2011, s. 8]. Powyższa informacja wskazuje jednoznacznie, iż terminowe wywiązywanie się ze swoich zobowiązań staje się dla Polaków realnym problemem.

W maju 2011 roku największy dłużnik zanotowany w bazach BIK, BIG InfoMonitor i ZBP był mieszkańcem woj. mazowieckiego i posiadał 89,2 mln zł zaległych płatności. Źródłem jego zadłużenia są niespłacone kredyty na zakup towarów i usług, papierów wartościowych, pożyczki i kredyty mieszkaniowe [InfoDług..., 2011, s. 14]. Należy zadać sobie pytanie, w jaki sposób mogło dojść do powstania wielomilionowego zadłużenia na rachunku jednej osoby. Można w tej kwestii wysunąć dwie hipotezy: zawiodła ocena zdolności kredytowej lub była ona zbyt liberalna bądź osoba, która zaciągnęła tak duże zobowiązania nagle straciła zdolność do ich spłaty w wyniku nieprzewidzianych okoliczności.

Nasuwa się pytanie, czy istniejące zależności pomiędzy zapotrzebowaniem a posiadaniem oraz sposoby ich zaspokojenia – w dzisiejszych uwarunkowaniach – służą zapewnieniu ładu strukturalnego, a w tym spójności społeczno-gospodarczej?

INSTRUMENTY WSPIERAJĄCE KSZTAŁTOWANIE ODPOWIEDZIALNYCH POSTAW SPOŁECZEŃSTWA

Analiza zadłużenia na podstawie raportów InfoDług jednoznacznie wskazuje, że Polacy wykazują się dużą nieodpowiedzialnością jeśli chodzi o regulowanie swoich zobowiązań nie tylko wobec banków, ale również wobec dostawców usług masowych. Z. Bauman słusznie zauważa, iż współcześnie następuje zderzenie dwóch filozofii życiowych. Jedna z nich postuluje nieustanne zadłużanie się, a druga oszczędność i racjonalność wydatków: „Doszło do zderzenia kultury książeczki oszczędnościowej i kultury karty kredytowej. Dwóch przeciwstawnych kultur. Za mojego młodu uczono, żeby odkładać na mieszkanie, na samochód. Chcesz samochód, załóż książeczkę oszczędnościową w PKO! Chcesz mieszkanie, załóż jeszcze jedną książeczkę w PKO! A potem przyszła era karty kredytowej, kiedy młodych kusiło się i zmuszało do zadłużania. Jeżeli miłujesz ojczyznę, ożywiaj gospodarkę, czyli wydawaj więcej pieniędzy. Jeżeli ich nie masz, to pożycz, ale wydawaj. Tym przepojeni są młodzi ludzie dziś. A tu nagle stają wobec realiów, które do tej pory kojarzyli tylko z dawno minionymi cza-

sami” [Bauman..., 2009]. Z kwartału na kwartał wzrasta zaległe zadłużenie Polaków, przy czym niepokojący jest, że nie jest to wyłącznie zadłużenie kredytowe, ale również zadłużenie wynikające z codziennego funkcjonowania tj. niezapłacone rachunki za energię elektryczną, gaz, telefon, Internet, czynsz. Analizując politykę kredytową banków w Polsce można zaobserwować, że banki starają się do minimum ograniczyć ryzyko kredytowe zaostrejając w coraz większym stopniu kryteria udzielania kredytów. Jak pokazał kryzys finansowy w Stanach Zjednoczonych ta restrykcyjna polityka banków ma uzasadnienie w przypadku społeczeństwa konsumpcjonistycznego. Często bowiem negatywne rozpatrzenie przez bank wniosku kredytowego jest jedynym mechanizmem powstrzymującym jednostki przed nieodpowiedzialnym zaciąganiem kolejnych zobowiązań finansowych. W związku z tym konieczne jest zastosowanie instrumentów kształtujących świadomość, koncentrujących się nie tylko na odpowiedzialnym korzystaniu przez konsumentów z instrumentów finansowych, lecz przede wszystkim na kształtowaniu odpowiedzialności w trzech aspektach: w gospodarowaniu, w relacjach interpersonalnych i wobec środowiska przyrodniczego. Należy stwierdzić, że w przypadku kształtowania odpowiedzialnych postaw społeczeństwa kluczowe znaczenie mają instrumenty pozwalające na zmianę świadomości jednostek. Ważne jest to, aby kształtować świadomość zintegrowaną, która „jawi się jako swoisty horyzont bytowy, świadomościowo-całościowy sposób ujmowania, przejawiający się w poznaniu endo i egzogenicznym bytu i otaczającej rzeczywistości” [Piontek, 2006, s. 233]. Egzogenicznie ukształtowana świadomość zintegrowana łączy w sobie kompleksowe wykształcenie w wymiarze ekonomicznym, społecznym i przyrodniczym i oparta jest na niezrelatywizowanej skali wartości i aksjomatach. Zintegrowana świadomość charakteryzuje się umiejętnością kompleksowej oceny zjawisk według zintegrowanych kryteriów: ekonomicznych, społecznych i przyrodniczych, zdolnością do internacjonalizacji poznanych treści, tożsamością środowiskową i zdolnością do dokonywania wyborów przy przestrzeganiu zintegrowanych kryteriów [Piontek, 2006, s. 233–234]. Wszelkiego rodzaju działania edukacyjne powinny być wykorzystywane w jak najszerszym zakresie, a jako narzędzie wspomagające można użyć marketingowych kampanii społecznych. Kwestią dyskusyjną jest to, czy banki powinny być organizatorem przedsięwzięć kształtujących odpowiedzialność finansową. Bowiem jak wskazują wyniki badań przeprowadzonych przez CBOS na temat zaufania Polaków do banków, pomimo tego, że Polacy ufają bankom, źle oceniają zasady ich działania. Ponad połowa ankietowanych ocenia, że klient nie jest traktowany w banku jak partner, z którym robi się interes, ale wyłącznie jako źródło zysku, ofiara do wykorzystania. Niewielu badanych (14%) wierzy, że urzędnicy bankowi doradzając klientom dbają o ich dobro, a wręcz zdecydowana większość jest przekonana, że skupiają

się oni na osiągnięciu korzyści dla banku, a nie dla klienta [Komunikat z badań Zaufanie..., 2009, s. 7]. Jak pokazują badania CBOS ponad połowa Polaków (52%) dobrze ocenia działalność Narodowego Banku Polskiego [Komunikat z badań Oceny..., 2011, s. 7]. W związku z tym zaangażowanie się NBP jako instytucji o pozytywnym wizerunku w oczach obywateli w przedsięwzięcia mające na celu kształtowanie odpowiedzialnych postaw społeczeństwa może się przyczynić do zwiększenia efektywności tych działań. Istotne jest to, aby były to działania spójne, skoordynowane ze sobą i prowadzone ciągle, a nie jako sporadyczne jednorazowe akcje. Nie można przy tym zapomnieć o wprowadzeniu do programu nauczania na każdym poziomie edukacji zajęć z zakresu wieloaspektowej odpowiedzialności. Dzieci i młodzież są przyszłością naszej cywilizacji, zatem należy zadbać w szczególności o ich edukację w tym zakresie. Ważna jest także forma i treść przekazu mającego na celu zmianę postaw społeczeństwa. Komunikat zawierający wiele naukowych stwierdzeń, pełen krytycyzmu i utrzymany w moralizatorskim tonie osiągnie efekt odwrotny do zamierzonego, a mianowicie spowoduje umocnienie obecnych konsumpcjonistycznych postaw. Rozwiązaniem w tej sytuacji jest formułowanie prostego i jasnego przekazu, prezentującego korzyści zmiany aktualnych postaw, a nie je krytykującego. Także, co ważne, komunikat ten powinien przede wszystkim zachęcać do stopniowych zmian w życiu obywateli, po to, aby jednostki nie miały poczucia rewolucji w ich życiu i utraty bezpieczeństwa. Istotne jest również to, aby przekaz był spersonalizowany i adekwatny do danej grupy obywateli. Wszelkie przedsięwzięcia perswadujące zmianę aktualnych konsumpcjonistycznych postaw nie osiągną zamierzonego efektu, jeśli będzie prezentowało się w nich korzyści w odniesieniu do ogółu społeczeństwa. Jednostki bowiem przejawiają większy stopień reakcji na komunikaty dotyczące grupy społeczeństwa, z którą się utożsamiają. A zatem zapewnienie i przestrzeganie spójności społeczno-gospodarczej w obszarze konsumpcja – oszczędności jest koniecznością i priorytetem.

PODSUMOWANIE

Aktualne problemy na rynkach finansowych, rosnące zadłużenie Polaków, brak odpowiedzialności w codziennym funkcjonowaniu wyraźnie wskazują konieczność podjęcia działań mających na celu zmianę postaw społeczeństwa. Poprzez kompleksowy program różnorodnych przedsięwzięć edukacyjnych i społecznych kampanii marketingowych należy kształtować w społeczeństwie świadomość zintegrowaną. BOWIEM JEDYNIENIE JEDNOSTKI POSIADAJĄCE TĘ ŚWIADOMOŚĆ SĄ W STANIE POSTĘPOWAĆ W SPOSÓB ODPOWIEDZIALNY W GOSPODAROWANIU, W RELACJACH INTERPERSONALNYCH I WOBEC ŚRODOWISKA PRZYRODNICZEGO. WSPÓŁCZEŚNIE URZECZY-

wistniany model społeczeństwa konsumpcjonistycznego poprzez relatywizację wartości stał się determinantą nieodpowiedzialności jednostek w ich społeczno-gospodarczym funkcjonowaniu. Stawiając sobie za cel urzeczywistnienie idei odpowiedzialnego pożyczania należy podjąć działania prowadzące do zmiany modelu społeczeństwa konsumpcjonistycznego w model odpowiedzialnej konsumpcji. Proces ten jest skomplikowany i długotrwały, jednak należy podjąć się jego realizacji, ponieważ współczesny model społeczeństwa pociąga za sobą coraz bardziej negatywne skutki i prowadzi do destabilizacji całego systemu społeczno-gospodarczego. Reasumując, należy stwierdzić, że postulaty zgłaszane w niniejszym artykule – proste w swej istocie, a zapewne dla niektórych wręcz banalne – wcielone w życie pozwoliłyby na uniknięcie współczesnego światowego kryzysu finansowego. Bowiem w wielu państwach to nadmierne, nieodpowiedzialne zadłużanie się obywateli, połączone z liberalną polityką banków, stało się podwaliną współczesnego kryzysu. Z. Bauman podkreśla także odpowiedzialność rządzących i ekspertów za współczesny kryzys finansowy: „Kiedy spadała statystyka PKB, pojawiał się premier albo minister skarbu i wzywał ludzi, żeby więcej kupowali. Formuła była taka, że wyjdziemy z depresji, jeśli uda się zmobilizować konsumentów. Patriotyzm przejawiał się w tym, żeby więcej kupować. A więcej kupować znaczyło się zapożyczać, bo przecież pensje nie rosły w tak szybkim tempie jak PKB. Skoro wszystkie autorytety ekonomiczne, autorytety polityczne, autorytety środowiska, autorytety współzawodnictwa na giełdzie społecznej – wszyscy – nakłaniali, żeby wydawać, to jak w to wątpić” [Bauman..., 2009].

LITERATURA

- Baudrillard J., 2006, *Spółeczeństwo konsumpcyjne. Jego mity i struktury*, Wyd. Sic!, Warszawa.
- Bauman Z., 2004, *Socjologia*, Wyd. Zysk i S-ka, Poznań.
- Bauman Z., 2007, *Płynne życie*, Wyd. Literackie, Kraków.
- Bauman Z., 2009, *Konsumowanie życia*, Wyd. Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków.
- Bauman: koniec orgii*, „Gazeta Wyborcza”, Duży Format, nr 6/814, 9.02.2009.
- Encyklopedia pedagogiczna XXI wieku*, t. II, 2003, Wyd. Akademickie Żak, Warszawa.
- Fromm E., 1995, *Mieć czy być?*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań.
- InfoDług. Ogólnopolski raport o zaległym zadłużeniu i klientach podwyższonego ryzyka*, 2007–2011, BIG InfoMonitor, Edycje 1–13.
- Kołodko G.W., 2008, *Wędrujący świat*, Prószyński i S-ka S.A, Warszawa.
- Komunikat z badań *Oceny instytucji publicznych*, 2011, CBOS, Warszawa.
- Komunikat z badań *Zaufanie do banków na początku kryzysu finansowego*, 2009, CBOS, Warszawa.

- Piontek B., 2006, *Współczesne uwarunkowania rozwoju społeczno-gospodarczego*, Hyla, Bytom.
- Raport o sytuacji banków w 2007 roku*, 2008, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego.
- Raport o sytuacji banków w 2008 roku*, 2009, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego.
- Raport o sytuacji banków w 2009 roku*, 2010, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego.
- Raport o sytuacji banków w 2010 roku*, 2011, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego.
- Raporty Sytuacja na rynku kredytowym, 2006–2011*, Departament Systemu Finansowego NBP.
- Ritzer G., *Magiczny świat konsumpcji*, 2004, Warszawskie Wydawnictwo Literackie MUZA S.A., Warszawa.
- Słownik wyrazów obcych*, 1996, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Żakowski J., *anty.TINA. Rozmowy o lepszym świecie, myśleniu i życiu*, 2005, Wyd. Sic!, Warszawa.

Streszczenie

W artykule podjęto rozważania na temat odpowiedzialnej konsumpcji jako czynnika determinującego odpowiedzialne pożyczanie. Scharakteryzowano kategorię odpowiedzialnej konsumpcji, określono rolę świadomości w kształtowaniu modelu społeczeństwa, jakim jest odpowiedzialna konsumpcja, a także dokonano analizy polityki kredytowej banków w latach 2006–2010, wielkości udzielanych kredytów w latach 2006–2010, jak również analizy zadłużenia Polaków w okresie VIII 2007 – V 2011 w celu wskazania działań rekomendowanych dla kształtowania odpowiedzialnych postaw konsumenckich, a w konsekwencji zapewnienia ładu i spójności społeczno-gospodarczej.

Responsible Consumption as a Determinant of Responsible Lending

Summary

This article elaborates on responsible consumption as a determining factor responsible lending. Characterized category of responsible consumption, defined the role of consciousness in shaping the model of society which is responsible consumption, as well as an analysis of banks' lending policy in the years 2006–2010, the size of loans in 2006–2010, as well as analysis of the Polish debt in the period August 2007 – V 2011 in order to indicate the recommended actions are responsible for shaping consumer attitudes.