

MoneyTrack 2009 - Portret Polaków i Pieniędzy

Rzeczpospolita, 19.03.2009

Polacy jak zwykle lubią narzekać, ale w gruncie rzeczy – są optymistami. Ponad połowa z nas jest zadowolona z życia, także z sytuacji finansowej - taki obraz wyłania się z badania MoneyTrack 2009. Badanie jest fotografią postaw Polaków wobec pieniędzy i jest realizowane Centrum im. Adama Smitha, Dom Badawczy Maison i MMT Management.

Wielu z nas nie wierzy w poprawę swojej sytuacji, ale mimo to gotowych jest podjąć działanie w kierunku poprawy swoich finansów (47,7% poprzez dodatkową pracę w swoim zawodzie, 43,3% pracę dorywczą, 33,9% jest gotowa wyjechać do pracy za granicę). Choć najwięcej Polaków gotowych jest w tym celu zakupić los na loterii (aż 56,9%; szansa wygrania 1 do 14 mln). Zaskoczeniem jest, że ta negatywna ocena własnej sytuacji materialnej jest w stosunkowo niewielkim stopniu związana z dochodami, a bardziej z uwarunkowaniami psychologicznymi.

Ponad połowa Polaków nie ma żadnych oszczędności (46,3%) – wierzą, że na starość zaopiekuje się nimi Państwo.

Nie mamy nawyku oszczędzania, inwestowania, nie bardzo znamy instrumenty finansowe (jesteśmy na szarym końcu krajów europejskich jeżeli chodzi o liczbę kont osobistych – aż 31,7% Polaków go nie posiada), ale coraz częściej uważamy że pieniądze są do wydawania, najchętniej na podróże i realizacje własnych marzeń.

Niski stopień korzystania z usług instytucji finansowych wynika z kilku czynników. Z jednej strony są to zapóźnienia cywilizacyjne, niski stopień edukacji w tym zakresie, z drugiej zaś polityka instytucji finansowych, w tym głównie banków. Banki w Polsce adresują swoją ofertę od klasy średniej w górę. MoneyTrack 2009 pokazuje wyraźnie, że w Polsce są segmenty potencjalnych Klientów, całkowicie pomijane przez banki w swojej ofercie (brak prostych produktów, dostosowanych do potrzeb i percepcji znacznej części Polaków) a także swego rodzaju „odstraszenie komunikacyjne” – prezentujące usługi i produkty bankowe jako rzeczy skomplikowane, ekskluzywne, adresowane do ludzi bogatych. Z badania wynika, że w Polsce jest jeszcze bardzo dużo miejsca na rynku oraz potężny kawał tortu do wzięcia.

Wymaga to od banków tworzenia prostych, zrozumiałych dla ludzi produktów i dotarcie z nimi poza Warszawę i duże aglomeracje. Jest tam naprawdę dużo gotówki, póki co jeszcze w siennikach (64,5% ludzi nie mających konta w banku uważa, że gotówka to jedyne prawdziwe pieniądze) oraz prowadzenia różnego rodzaju działań edukacyjnych skierowanych do potencjalnych Klientów.

Z badań wynika, też że Polacy są otwarci i podejmują racjonalne decyzje ekonomiczne dostosowane do swoich potrzeb i możliwości. Jak na kraj na naszym etapie rozwoju całkiem nieźle oceniamy swoją sytuację materialną – 37,6% ocenia ją pozytywnie, a 41,5% - średnio. Ponadto aż 63,8% ludzi uważa, że ich sytuacja materialna nie pogorszy się (19,6% uważa, że „będzie gorzej”; 15,9, że „będzie lepiej”). W dzisiejszych czasach, w dobie powszechnej propagandy kryzysu i klęski, jest to całkiem przyzwoity wynik.

Ludzie uważają, że „kryzys” ich nie dotyczy. Dopóki sami, ich bliscy i znajomi, mają pracę i dochody – medialny szum ma niewielki wpływ na ich decyzje finansowe. Można odnieść

wrażenie, że bardziej doniesieniami mediowymi przejmują się bankierzy niż zwykły Kowalski. Jest to ogromne pole do popisu dla odważnych przedsiębiorców, którzy nie będą bali się z tego potencjału skorzystać.

Tym bardziej, że kluczowy dla decyzji finansowych, czynnik czyli poziom tzw. optymizmu życiowego jest w Polsce niezwykle wysoki – prawie 90% z nas jest zadowolonych z rodziny, 60% z posiadanej pracy i ponad połowa z własnej sytuacji materialnej.

Cezary Kaźmierczak

ekspert Centrum i Adama Smitha