

# Proces podejmowania decyzji kredytowej (na przykładzie ofert wybranych banków detalicznych)

Joanna Wróblewska, mgr, BNP Paribas Fortis

## Wstęp

Niniejszy artykuł podejmuje problematykę czynników kształtujących decyzje oraz zachowania nabywcy konsumentów w na rynku kredytów konsumpcyjnych. Wyznacza on różnice w postrzeganiu kosztów kredytu w ujęciu ekonomicznym oraz behawioralnym. Jego głównym celem jest określenie, jak ważne w procesie wyboru konkretnej oferty kredytu są oprocentowanie nominalne, koszt całkowity oraz wysokość miesięcznej raty. Na podstawie badania metodą *conjoint analysis*, przeprowadzonego na grupie 105 dorosłych Polaków, którzy zadeklarowali styczność z jakąkolwiek formą kredytu, autorka artykułu udowadnia hipotezę, że kredytobiorcy postrzegają koszty kredytu w ramach założeń księgowania mentalnego. Odpowiada również na szereg pytań badawczych związanych z różnicami indywidualnymi w zakresie postrzegania kosztów kredytu oraz związków między deklarowanymi postawami wobec zaciągania kredytów i księgowania mentalnego a istotnością analizowanych cech kredytu.

Pierwsza część artykułu przedstawia rozważania teoretyczne dotyczące podejmowania decyzji kredytowych, ze szczególnym naciskiem na różnice w szacowaniu kosztów kredytu w ujęciu ekonomicznym oraz behawioralnym. Część druga koncentruje się na metodologii oraz analizie wyników badania empirycznego, stanowiącego podstawę niniejszej pracy. W części trzeciej przedstawiono interpretację wyników badania oraz wnioski końcowe.

## 1. Architektura decyzji kredytowych

W strukturze polskiej bankowości od kilkunastu lat następują znaczące zmiany — rośnie znaczenie bankowości detalicznej, a w szczególności rynku kredytów konsumpcyjnych i mieszkaniowych. Towarzyszące temu przeobrażenia społeczne wpłynęły na wzrost zainteresowania usługami banków, w tym również na przyspieszenie tempa wzrostu wolumenu kredytów dla osób fizycznych. Banki detaliczne prześcigają się w oferowaniu nowych kredytów i pożyczek na atrakcyjnych warunkach. Główną cechą kredytów, podlegającą manipulacji marketingowej, jest ich oprocentowanie nominalne. Zgodnie z *Ustawą o kredycie konsumenckim* banki zobligowane są do podawania tzw.

rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania kredytu. Nie zmienia to jednak faktu, że konsument nadal ma do czynienia z jakąś formą oprocentowania.

### 1.1. Koszty kredytu — ujęcie ekonomiczne

Struktura kosztów kredytu jest skomplikowana i trudna do oszacowania dla przeciętnego konsumenta. Rzeczywisty koszt jest wypadkową wielu czynników — przede wszystkim oprocentowania i dodatkowych prowizji, ale także czasu trwania umowy kredytowej (liczby rat) oraz przyszłych stóp procentowych. Bank udzielający kredytu zawsze stara się zwiększyć swoje korzyści z tytułu odroczenia płatności, próbując jednocześnie zmniejszyć związane z tym ryzyko. Stąd biorą się różnorodne koszty, często ukryte lub trudne do zidentyfikowania dla przeciętnego kredytobiorcy.

Wielkość odsetek, jakie musi zapłacić kredytobiorca, określa stopa procentowa. Wielkość ta definiowana jest jako

cena, po której wierzyciel gotów jest postawić posiadane zasoby pieniężne (kapitał) do dyspozycji innej osoby (dłużnika) na pewien czas, a osoba ta godzi się zapłacić tę cenę za możliwość dysponowania pożyczonym kapitałem [Bień A., Bień W., 2000, s. 16].

Na wysokość stóp procentowych wpływa wiele różnych czynników, z których najważniejsze to: poziom inflacji, koszt ryzyka niewypłacalności dłużnika, wynagrodzenie dla właściciela kapitału za rezygnację z czasowego dysponowania kapitałem, dostępne na rynku możliwości inwestowania kapitału, a także system podatkowy. Ogromny wpływ na kształtowanie wysokości stóp procentowych ma polityka banku centralnego. Stopy oficjalne określone przez Narodowy Bank Polski (stopa lombardowa, stopa redyskontowa, stopa referencyjna, stopa depozytowa) stanowią podstawę do określania praktycznie wszystkich innych stóp procentowych w całej gospodarce.

Działania związane z lokowaniem lub pożyczaniem kapitału różnią się od siebie np. pod względem skali ryzyka, terminów, sposobu naliczania odsetek. W związku z tym również stopy procentowe przyjmują różne formy. W kontekście różnego rodzaju kredytów należy zwrócić szczególną uwagę na rozróżnienie kilku rodzajów stóp procentowych: nominalnej rocznej stopy procentowej, rzeczywistej rocznej stopy procentowej, efektywnej rocznej stopy procentowej oraz efektywnej stopy procentowej. Nominalna stopa procentowa (APR), podawana najczęściej w stosunku rocznym (*per annum*), to informacja określająca, ile wyniesie wysokość odsetek od kredytu przy założeniu spłaty jednorazowej na koniec okresu rocznego<sup>1</sup>. Zgodnie z *Ustawą o kredycie konsumenckim* banki zobligowane są do podawania tzw. rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (RRSO), wyliczanej od całkowitego kosztu kredytu, z uwzględnieniem dodatkowych opłat np. prowizji i ubezpieczenia kredytu

<sup>1</sup> <http://finanse.nf.pl/Artykul/6148/Koszt-a-cena-kredytu-czesc-i/>.

[Kancelaria Sejmu, 2001, s. 9]. Czynnikiem decydującym o koszcie kredytu jest nie tylko kwota odsetek, ale również czas, kiedy te odsetki wraz z ratami kapitałowymi są spłacane [Koniński, Nowak (red.), 2004, s. 96]. W takim wypadku kredytobiorca powinien poszukiwać informacji o efektywnym koszcie kredytu (EAR), uwzględniającym kapitalizację odsetek w danym okresie [Sołtysiak, 2007, s. 27]. Istnieje również efektywna stopa procentowa (EIR), wyznaczana w celu obliczenia rzeczywistego kosztu kredytu, w przypadku, gdy bank potrąca odsetki od kredytu z góry lub gdy żąda zabezpieczenia kredytu w formie depozytu pieniężnego.

## 1.2. Koszty kredytu — ujęcie behawioralne

Szacowanie i porównywanie tych kosztów jest technicznie trudne i wymaga od decydentów wieloaspektowego procesu wnioskowania. Niestety zasoby posiadanej wiedzy oraz możliwości ludzkiego umysłu często nie są wystarczające, by takie wnioskowanie przeprowadzić. Możliwe, że sposób postrzegania przez konsumentów kosztów kredytu odbiega od racjonalnej kalkulacji, postulowanej w teorii finansów. Wydaje się bardzo prawdopodobne, że kredytobiorcom do wyboru odpowiedniej oferty kredytowej niezbędne są dodatkowe informacje, które nie są ogólnie dostępne na rynku kredytów. Przykładowo w skierowanych do konsumentów reklamach kredytów i pożyczek bankowych nie uwzględnia się zwykle informacji o kosztach całkowitych oferowanego kredytu. Wyjaśnienia, w jaki sposób koszty kredytu są postrzegane przez osoby korzystające z tej opcji finansowania, dostarczyć może ekonomia behawioralna, a w szczególności dwie teorie: dyskontowanie w czasie oraz księgowanie mentalne.

Zaciągnięcie jakichkolwiek zobowiązań finansowych nie jest decyzją istotną tylko z punktu widzenia terażniejszości. Zaciągając zobowiązania finansowe, konsument musi zdecydować, czy spłacić dług za pół roku, czy może za rok. Konsekwencje wyboru danej oferty kredytu rozciągają się na przyszłość, np. w postaci wysokości odsetek od kredytu lub planu spłaty kolejnych rat. Powszechnie akceptowanym podejściem normatywnym do decyzji podejmowanych w czasie jest teoria zdyskontowanej użyteczności, zaproponowana przez Paula Samuelsona [Cieślak, 2003, s. 127]. Aby określić swoje preferencje wobec konsumpcji w kolejnych okresach, jednostka formułuje tzw. międzyokresową funkcję użyteczności, która określa bieżącą wartość przyszłych wypłat jako sumę zdyskontowanych użyteczności wypłat w kolejnych okresach. W tym ujęciu wszelkie psychologiczne uwarunkowania wyborów międzyokresowych zagregowane są za pomocą jednego parametru — stopy dyskontowej. Wielkość ta ma odzwierciedlać preferencje czasowe jednostki poprzez wyznaczenie takiej miary gratyfikacji, która zrównuje wartość przyszłej i bieżącej konsumpcji. Samuelson założył, że preferencje są stabilne w czasie — dodatnie, identyczne w każdej jednostce czasu i niezależne od zdyskontowanej wartości oraz czasu.

Indywidualne preferencje czasowe jednostki są silnie powiązane z rynkową stopą procentową i wprowadzonym przez Loewensteina i Thalera pojęciem wewnętrznego arbitrażu [Loewenstein, Thaler, 1989, s. 182]. Jeśli indywidualne stopy dyskontowe uczestników rynku finansowego różnią się od stopy procentowej panującej na tym rynku, to osoby, posiadające indywidualną stopę dyskontową wyższą od stopy procentowej obowiązującej na rynku kapitałowym, powinny zgodnie z tą teorią zaciągać zobowiązania finansowe w celu zaspokojenia potrzeby niezwłocznej konsumpcji. Natomiast osoby o niższej niż rynkowa indywidualnej stopie dyskontowej powinny być pożyczkodawcami.

W praktyce indywidualne stopy dyskontowe nie muszą być dodatnie ani stabilne w czasie, czego dowodzą liczne badania. Zdarzają się przypadki ujemnych stóp dyskontowych, tzn. jednostki nie zawsze preferują otrzymanie mniejszej sumy pieniężnej dziś niż większej jutro (przypadek sekwencji wypłat). Zgodnie z intuicją większość ludzi preferuje rosnący w czasie poziom bogactwa czy konsumpcji. Podobna sytuacja występuje w przypadku strat — badania potwierdzają, że jednostki wolą stopniową poprawę sytuacji (malejące w czasie straty) zarówno w przypadku nieprzyjemnych zdarzeń, jak i kosztów finansowych.

Uri Benzion i współpracownicy wykazali istnienie tzw. efektu znaku, czyli asymetrii w dyskontowaniu zysków i strat — w przypadku odroczenia straty stopa dyskontowania jest niższa niż w przypadku jej przyspieszenia, natomiast dla zysku kierunek jest odwrotny. Jest to szczególnie ciekawe zjawisko w kontekście zaciągania kredytów, gdyż — zgodnie z podejściem klasycznym — jednostka racjonalna powinna jak najbardziej opóźnić spłatę kredytu. Efekt znaku świadczy o awersji do długu i pozwala uzasadnić, dlaczego niektórzy ludzie przedwcześnie spłacają kredyty, mimo że zachowanie racjonalne wymagałoby ulokowania środków na korzystnie oprocentowanej lokacie i spłacie kredytu w zwykłym terminie [Loewenstein, Thaler, 1989, s. 187].

Także źródło dochodów znacząco wpływa na wysokość indywidualnych stóp dyskontowych (efekt źródła). Z badań Shefrina i Thalera wynika, że skłonność do konsumpcji bądź oszczędności zależy od tego, w jakiej postaci jednostki otrzymują dochody [Shefrin, Thaler, 1988, s. 628–634]. Dochody otrzymywane regularnie, co miesiąc zostaną wydane na codzienną konsumpcję. Jednorazowe przychody, jak np. nagroda, nieoczekiwana premia lub spadek, przeznaczone są zwykle na konkretny cel lub postrzegane w kategoriach oszczędności.

Preferencje zależne od źródła dochodu są ściśle związane z hipotezą tzw. mentalnej księgowości wprowadzonej przez Richarda Thalera, Daniela Kahnemana oraz Amosa Tverskiego. Teoria ta zakłada istnienie w umyśle człowieka kont, przypisanych różnym sytuacjom oraz w pewnym stopniu nieuświadomianego mechanizmu obsługi tych kont. Celem umysłowego księgowania jest określenie, czy dana sytuacja jest opłacalna i czy warto się w nią angażować. W takim ujęciu widoczna jest analogia pomiędzy księgowością

umysłową a rachunkowością finansową, która stosowana jest w różnego rodzaju instytucjach do rejestrowania operacji gospodarczych. Podstawową cechą odróżniającą księgowość mentalną od rachunkowości jest brak normatywnych reguł. Zasady, według których transakcje finansowe reprezentowane są przez jednostki, można poznać jedynie poprzez wnikliwą obserwację zachowań tych jednostek [Shefrin, Thaler, 1988, s. 184].

W celu wyjaśnienia, jak gospodarstwa domowe podejmują decyzje ekonomiczne oraz w jaki sposób myślą o otrzymywanych dochodach, Thaler zaadaptował pojęcie funkcji wartości, opisane w teorii perspektywy Kanemana i Tverskiego<sup>2</sup>. Funkcja wartości  $v(x)$  odzwierciedla sposób, w jaki ludzie doświadczają pewnych zdarzeń oraz oceniają ich wyniki (zyski lub straty). Zgodnie z założeniami teorii perspektywy wartość różnych zdarzeń postrzegana jest subiektywnie, w zależności od zmian w poziomie bogactwa, czyli zysków lub strat. Różnice między przeszłym i bieżącym poziomem bogactwa są definiowane przez punkt odniesienia jednostki. Relatywne postrzeganie wartości zjawisk pociąga za sobą także jej relatywną w stosunku do punktu odniesienia ocenę. Zdarzenia oceniane pozytywnie (leżące na prawo od punktu odniesienia) są postrzegane jako zyski, natomiast zdarzenia oceniane negatywnie (leżące na lewo od punktu odniesienia) — jako straty. Malejąca wrażliwość na zyski i straty implikuje, że człowiek bardziej będzie się cieszył z pierwszej zarobionej złotówki niż z każdej kolejnej, i analogicznie, silniej odczuje stratę pierwszej złotówki niż kolejnych. Takie zachowania można wytłumaczyć awersją do ryzyka (dziedzina zysków) bądź tendencją do zachowań ryzykownych (dziedzina strat) [Cieślak, 2003, s. 82–85].

Zarządzanie budżetem gospodarstwa domowego stwarza sposobność do kreatywnego księgowania — komponenty budżetu domowego analizowane są na trzech poziomach: wydatki (jedzenie, rachunki), majątek (oszczędności, polisy) oraz dochody (regularne lub jednorazowe). Jednostki kombinują różne wyniki finansowe w obrębie jednego budżetu tak, by maksymalizować zadowolenie lub minimalizować odczucia negatywne. Zdarzenia mogą być zatem oceniane łącznie (integrowane) bądź osobno (segregowane), co pozwala na manipulację funkcją wartości. Proces ten, nazwany hedonistycznym ustalaniem ram odniesienia (*hedonic framing*), przebiega zgodnie z czterema zasadami:

- segreguj zyski, gdyż funkcja wartości w dziedzinie zysków jest wklęsła,
- integruj straty ze względu na wypukły kształt funkcji wartości w dziedzinie strat,
- łącz mniejsze straty z większymi zyskami, by uniknąć awersji do ryzyka,

<sup>2</sup> Teoria perspektywy jest deskryptywną teorią podejmowania decyzji w warunkach niepewności. Została ona zaproponowana przez Kahnemana i Tversky'ego w 1979 roku jako uzupełnienie i modyfikacja do obowiązującej w naukach ekonomicznych teorii oczekiwanej użyteczności von Neumana i Morgensterna. Dokładne przedstawienie tych koncepcji wykracza poza zakres niniejszego artykułu. Więcej informacji na ten temat czytelnik znajdzie w [Cieślak, 2003, s. 116].



- oddzielaj małe zyski od dużych strat, gdyż dzięki temu można złagodzić „ból” po dużej stracie [Thaler, 1999, s. 187].

Relatywne postrzeganie wartości zjawisk implikuje, że — w zależności od kontekstu — ludzie są w stanie zapłacić różną cenę za to samo dobro. Inaczej mówiąc, niektóre dobra są nabywane tylko dlatego, że ich zakup stanowi w danym momencie szczególnie korzystną transakcję. Jednostka nie zawsze może pozwolić sobie na skorzystanie z niezwykle atrakcyjnej subiektywnie oferty, jeśli np. nie posiada dostatecznej ilości gotówki. Wówczas pojawia się bodziec do zaciągnięcia kredytu. Skorzystanie z opcji kredytu konsumenckiego lub karty kredytowej może być traktowane jako sposób na rozdzielenie zakupu od płatności (*payment decoupling*). Po pierwsze, kredyt umożliwia realizację zasady integrowania strat — spłata miesięcznej raty może być łączona z innymi wydatkami konsumpcyjnymi gospodarstwa domowego. Po drugie — płatność zostaje odroczone na jakiś czas, a dokładniej występuje później niż zakup i jest od niego oddzielona. Takie opóźnienie może być atrakcyjne dla konsumentów szczególnie niecierpliwych lub mających problemy z utrzymaniem płynności finansowej.

Ranyard i współpracownicy rozpatrują kredyt jako rodzaj transakcji reprezentowanej w określony sposób w umyśle konsumenta [Ranyard, Hinkley, Williamson, McHugh, 2006, s. 574]. Odzwierciedla to *dual mental account model*, zgodnie z którym jednostki mogą księgować koszty kredytu w dwojaki sposób: w ramach rachunku kosztów całkowitych (*total account*) lub w ramach rachunku cyklicznych wydatków (*recurrent budget period account*). Rachunek kosztów całkowitych jest zdefiniowany jako suma transakcji ze wszystkich okresów budżetowych w trakcie obowiązywania kredytu (niedyskontowana suma przyszłych odsetek oraz kwoty kredytu). Rachunek cyklicznych wydatków to konstrukt postępujący w czasie, oparty na heurystyce okresu budżetowania (*budget period*), pozwalającej jednostkom zredukować złożoność transakcji finansowych rozłożonych w czasie. Okres, w którym obowiązuje umowa kredytu postrzegany jest w tym wypadku jako sekwencja odrębnych odcinków czasu (okresów budżetowych), z których każdy traktowany jest niezależnie. Dochody i wydatki odpowiadające danemu okresowi analizowane są jednocześnie, a następujące po sobie okresy są postrzegane jako podobne do przeszłych, a wręcz powtarzające się. Długość okresu budżetowego może się zmieniać w zależności od funkcji danego konta. Jednostki zwykle stosują miesięczne okresy budżetowania, ponieważ zarówno dochody, jak i pewne wydatki, np. rachunki, są w większości wypadków naliczane w cyklu miesięcznym [Ranyard, Craig, 1995, s. 453]. Perspektywa dualnego księgowania implikuje, że na ocenę kosztów kredytu mogą jednocześnie wpływać oba sposoby księgowania. Np. czas trwania umowy kredytowej może być ustalony na podstawie kompromisu pomiędzy kadrowaniem ogólnym i cyklicznym — w przypadku krócej trwającego kredytu, jednostka zapłaci mniej odsetek (niższy koszt całkowity kredytu), ale wyższą miesięczną ratę.

## 2. Sposoby postrzegania kosztów kredytu konsumenckiego

W niniejszym badaniu podjęto próbę wyjaśnienia, jak ważne w procesie decyzyjnym, dotyczącym kredytu konsumenckiego, są takie czynniki, jak oprocentowanie kredytu, koszt całkowity kredytu oraz wysokość miesięcznej raty. Jak wiadomo, na całkowity koszt kredytu wpływa zarówno jego oprocentowanie, jak i długość okresu obowiązywania umowy kredytowej. Im dłuższy okres spłaty kredytu, tym niższa jest wysokość miesięcznej raty, ale tym wyższy koszt całkowity kredytu. W zależności od indywidualnych preferencji, jednostki mogą postrzegać różne atrybuty kredytu (lub ich kombinacje) jako bardziej lub mniej istotne przy wyborze danej oferty kredytowej. W związku z powyższym, postawiono następujące hipotezy badawcze:

- H<sub>1</sub>: Jeżeli konsumenci spostrzegają koszty kredytu w ramach *dual mental account model*, to przy wyborze kredytu konsumenckiego koszt całkowity oraz wysokość miesięcznej raty będą dla nich relatywnie ważniejsze niż oprocentowanie nominalne.
- H<sub>1A</sub>: Jeżeli konsumenci spostrzegają koszty kredytu w ramach rachunku kosztów całkowitych, to relatywnie najważniejszym atrybutem kredytu będzie dla nich koszt całkowity.
- H<sub>1B</sub>: Jeżeli konsumenci spostrzegają koszty kredytu w ramach rachunków cyklicznych wydatków, to powinni przedkładać niską wysokość miesięcznej raty nad możliwość szybkiej spłaty kredytu.

### 2.1. Metodologia badania

Do zbadania oczekiwań oraz preferencji konsumentów w stosunku do różnych ofert kredytów wykorzystano metodę *conjoint analysis*, pozwalającą przeanalizować łączny wpływ oddziaływania wielu cech danego produktu na dokonywane przez konsumentów wybory [Szymańska, Dziedzic, 2005, s. 154]. Do pomiaru struktury preferencji konsumentów zastosowano podejście dekompozycyjne — respondenci dokonali ocen zbioru produktów, opisanych za pomocą pewnych atrybutów. Na tej podstawie otrzymano ogólne preferencje konsumentów, a następnie wykorzystano metody estymacji do oszacowania udziału każdego z atrybutów w całkowitej użyteczności danego produktu. Do prezentacji danych wykorzystano metodę pełnych profilów — zbiór wszystkich możliwych profilów przedstawiających kombinację atrybutów oraz ich poziomów dla danego produktu. Respondenci zostali poproszeni o ocenę zestawu hipotetycznych ofert kredytu. Oferty te różniły się od siebie pod względem trzech atrybutów, którym przypisano po trzy różne poziomy, dobrane na podstawie parametrów kredytów oferowanych obecnie przez dwa banki detaliczne i jeden bank uniwersalny w Polsce.

Wyniki estymacji zawierają użyteczności cząstkowe dla poszczególnych poziomów każdego atrybutu oraz obliczony na ich podstawie wskaźnik relatywnej ważności danego atrybutu w zbiorze atrybutów (*importance value*).

Respondentów poproszono ponadto o wypełnienie Kwestionariusza Zachowań Finansowych (KZF), a dokładniej dwóch jego skal: skali postaw

wobec zaciągania kredytów oraz skali postaw wobec księgowania mentalnego. KZF powstał w ramach seminarium magisterskiego realizowanego w roku akademickim 2008/2009 na Wydziale Psychologii Uniwersytetu Warszawskiego pod kierunkiem dr Grażyny Wąsowicz-Kiryło<sup>3</sup>.

## Tabela 1.

Macierz atrybutów i ich poziomów w metodzie pełnych profilów

Atrybuty	Oprocentowanie nominalne	Wysokość miesięcznej raty	Koszt całkowity
poziom 1.	9,90%	167,99 PLN	5272,16 PLN
poziom 2.	10,50%	231,88 PLN	5565,12 PLN
poziom 3.	12,80%	439,35 PLN	6047,59 PLN

Źródło: opracowanie własne.

Badania przeprowadzono na przełomie czerwca i lipca 2009 roku na grupie 105 osób w wieku od 20 do 63 lat, zróżnicowanych pod względem średniego miesięcznego dochodu brutto, wykształcenia, branży zawodowej oraz stanowiska pracy. Kryterium doboru osób badanych stanowiło posiadanie jakiegokolwiek kredytu lub pożyczki w chwili obecnej bądź w przeszłości. Badanych zapoznano z przedmiotem badania, którym był sposób postrzegania kosztów kredytu, a także poinformowano, że udział w badaniu jest dobrowolny i anonimowy. Kwestionariusz oraz karty profilów dostarczano respondentom w formie papierowej.

Badaniami objętych zostało 49 (46,7%) mężczyzn w wieku od 20 do 63 lat oraz 56 (53,3%) kobiet w wieku od 20 do 57 lat. Znaczna większość badanych posiada wykształcenie wyższe (48,6%) lub wyższe zawodowe (14,3%). Połowa respondentów osiąga średnie miesięczne dochody brutto wyższe niż 3000 PLN, natomiast 25% z nich deklaruje średni miesięczny dochód brutto na poziomie wyższym niż 4000 PLN. Najwięcej osób badanych pracuje w sektorze publicznym (21%), usługach finansowych (18,1%) lub przemyśle (18,4%). Ponad połowa badanych (53,4%) zajmuje w pracy stanowiska wykonawcze.

## 2.2. Wyniki badania

Na podstawie badań ustalono, że konsumenci charakteryzują się różnymi preferencjami w zakresie ofert kredytowych. Współczynnik korelacji wielorakiej między zaobserwowanymi i oszacowanymi preferencjami konsumentów wskazuje na bardzo dobre dopasowanie modelu do danych empirycznych ( $R = 99,9\%$ ).

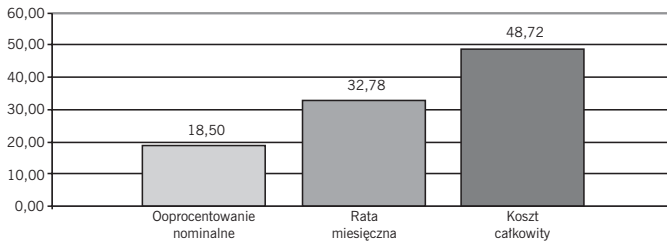
Analiza uśrednionych użyteczności cząstkowych poszczególnych poziomów atrybutów dla całej próby pokazała, że analizując oferty kredytowe, konsumenci zwracają uwagę przede wszystkim na najniższy koszt całko-

<sup>3</sup> Więcej informacji na temat metodologii badania czytelnik znajdzie w: [Wróblewska, 2009].



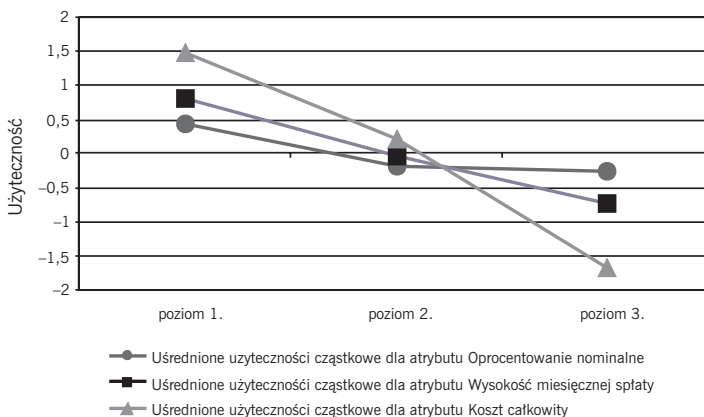
w i t y (koszt 5272,16 PLN uzyskał najwyższą średnią użyteczność cząstkową). Wśród trzech poziomów atrybutu koszt całkowity najwyższą użyteczność uzyskał poziom 1. — koszt 5272,16 PLN, na drugim miejscu znalazł się poziom 2., a na ostatnim miejscu — poziom 3.

Drugim pod względem ważności atrybutem była wysokość miesięcznej spłaty (167,99 PLN), a na ostatnim miejscu znalazło się oprocentowanie nominalne kredytu (9,90%). Dla wartości atrybutów z poziomu drugiego (5565,12 PLN, 231,88 PLN, 10,50%) preferencje przyjęły identyczną kolejność, ale użyteczności cząstkowe były znacznie niższe od użyteczności dla poziomu pierwszego. Użyteczności cząstkowe dla wartości atrybutów z trzeciego poziomu przyjęły wartości ujemne, a kolejność preferencji odwróciła się. Najwyższą użyteczność przyjęło oprocentowanie nominalne (12,80%), nieco niższą — wysokość miesięcznej spłaty (439,35 PLN), a najniższą koszt całkowity (6047,59 PLN). Graficzną prezentację wyników badania przedstawiono na rysunkach.



**Rys. 1.**

Średnione wskaźniki relatywnej ważności poszczególnych atrybutów dla całej próby  
Źródło: opracowanie własne.



**Rys. 2.**

Średnione wskaźniki użyteczności cząstkowych poszczególnych poziomów atrybutów dla całej próby  
Źródło: opracowanie własne.

Przeprowadzono również analizę różnic międzygrupowych w zakresie analizowanych zmiennych. W tym celu osoby badane podzielono na trzy grupy ze względu na średni miesięczny dochód brutto: osoby o niskich dochodach ( $n = 26$ ), osoby o średnich dochodach ( $n = 53$ ) oraz osoby o wysokich dochodach ( $n = 12$ ). Podobną procedurę przeprowadzono ze względu na wiek osób badanych. Powstały w ten sposób grupy: osób w wieku 20–34 lata ( $n = 51$ ), osób w wieku 35–49 lat ( $n = 26$ ) oraz osób w wieku 50–63 lata ( $n = 28$ ).

Następnie przeprowadzono nieparametryczną analizę wariancji w celu sprawdzenia, czy poziomy analizowanych zmiennych różnią się istotnie w podgrupach wyróżnionych ze względu na: płeć, wiek, wykształcenie, średni miesięczny dochód brutto, branżę oraz stanowisko. Na poziomie istotności  $\alpha = 0,05$  nie odnotowano istotnych różnic międzygrupowych w poziomach analizowanych zmiennych ze względu na płeć i branżę. Zanotowano natomiast istotne statystycznie różnice w poziomach analizowanych zmiennych między grupami wyróżnionymi ze względu na wiek, średni miesięczny dochód brutto, wykształcenie oraz zajmowane stanowisko. Poniżej przedstawiono wyniki testu rang  $H$  Kruskala-Wallisa.

## Tabela 2.

Zestawienie wyników testu istotności różnic międzygrupowych w obrębie analizowanych zmiennych

Zmienna analizowana	Zmienna różnicująca	Test rang Kruskala-Wallisa		
		$\chi^2$	df	$p$ -value
167,99 PLN	wiek	8,402	2	,015
231,88 PLN	dochody	7,704	2	,021
439,35 PLN	dochody	6,510	2	,039
9,90%	wykształcenie	7,942	3	,047
10,50%	wykształcenie	9,344	3	,025
Importance value TC	wykształcenie	10,348	3	,016
Importance value APR	stanowisko	6,305	2	,043
Pozytywna postawa wobec zaciągania kredytów	wiek	6,175	2	,046

Źródło: opracowanie własne.

Wyniki testu wskazują, że przynależność do określonej grupy wiekowej istotnie wpływa na poziom analizowanych zmiennych w zakresie użyteczności raty w wysokości 167,99 PLN oraz nasilenia pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów. Zastosowany do porównań parami test U Manna-Whitney'a wykazał istotne statystycznie różnice w nasileniu pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów między osobami w wieku 35–49 lat oraz osobami w wieku 50–63 lata ( $p = 0,011$ ), a także w poziomie użyteczności raty 167,99 PLN między osobami w wieku 20–34 lata a osobami w wieku 50–63 lata ( $p = 0,005$ ). Średnia wartość użyteczności raty 167,99 PLN była wyższa w grupie

osób w wieku 50–63 lata niż w grupie osób w wieku 20–34 lata. Wartość średnia nasilenia pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów była wyższa u osób w wieku 50–63 lata niż u osób w wieku 35–49 lat.

Zgodnie z wynikami testu wysokość średniego miesięcznego dochodu brutto istotnie wpływa na poziom użyteczności raty w wysokości 231,88 PLN oraz raty równej 439,35 PLN. Średnia wartość użyteczności raty 231,88 PLN była wyższa w grupie osób osiągających niskie miesięczne dochody brutto niż w grupie osób osiągających średnie miesięczne dochody brutto. Osoby z grupy o niskich dochodach wykazywały wyższą średnią wartość użyteczności raty 439,35 PLN niż osoby z grupy o wysokich dochodach. Respondenci z grupy o wysokich dochodach wykazywali wyższą średnią wartość użyteczności raty 167,99 PLN niż osoby z grupy o średnich dochodach. Średnia wartość nasilenia negatywnej postawy wobec zaciągania kredytów była wyższa w grupie osób osiągających średnie dochody niż w grupie osób osiągających niskie dochody.

Zanotowano istotne statystycznie różnice w relatywnej ważności atrybutu koszt całkowity oraz poziomach użyteczności oprocentowania nominalnego równego 9,90% i 10,50% między osobami o różnym wykształceniu. Średnia wartość użyteczności oprocentowania nominalnego 9,90% była niższa w grupie osób posiadających wykształcenie wyższe zawodowe w porównaniu z grupą osób posiadających wykształcenie średnie oraz grupą osób posiadających wykształcenie wyższe. Respondenci posiadający wykształcenie wyższe zawodowe wykazywali wyższą średnią wartość użyteczności oprocentowania nominalnego 10,50% niż osoby z grupy o wykształceniu średnim oraz osoby z grupy o wykształceniu wyższym. Średnia relatywna ważność atrybutu koszt całkowity była wyższa w grupie osób posiadających wykształcenie średnie w porównaniu z grupą osób z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym, grupą osób z wykształceniem wyższym zawodowym oraz grupą osób z wykształceniem wyższym. Osoby posiadające wykształcenie podstawowe lub zasadnicze zawodowe wykazywały wyższą średnią wartość użyteczności raty 167,99 PLN niż osoby posiadające wykształcenie średnie oraz osoby posiadające wykształcenie wyższe zawodowe.

Z wyników testu można wnioskować, że poziom relatywnej ważności oprocentowania nominalnego istotnie różni się pomiędzy grupami osób zajmujących różne stanowiska. Średnia relatywna ważność atrybutu oprocentowanie nominalne była niższa w grupie osób zajmujących stanowiska wykonawcze w porównaniu z grupą osób zajmujących stanowiska kierownicze oraz grupą osób zajmujących stanowiska specjalistyczne. Respondenci zajmujący stanowiska wykonawcze wykazywali wyższą średnią wartość użyteczności raty 439,35 PLN oraz niższą średnią wartość użyteczności kosztu całkowitego 5565,12 PLN w porównaniu z respondentami zajmującymi stanowiska specjalistyczne.

Dalsze analizy dotyczyły związków w obrębie analizowanych zmiennych. Dokonano w tym celu podziału osób badanych na trzy grupy o niskim, śred-

nim i wysokim nasileniu postaw wobec zaciągania kredytów oraz postawy wobec księgowania mentalnego. Wyniki testu U Manna-Withney'a wskazują, że na poziomie istotności  $\alpha = 0,05$  nasilenie postaw wobec zaciągania kredytów istotnie wpływa na relatywną ważność kosztu całkowitego. Osoby o średnim nasileniu pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów wykazywały niższą średnią ważność kosztu całkowitego niż osoby o wysokim oraz osoby o niskim nasileniu tej postawy.

Z wyników testu można wnioskować, iż nasilenie postawy wobec księgowania mentalnego istotnie wpływa na poziom użyteczności oprocentowania nominalnego 9,90% oraz relatywną ważność atrybutu oprocentowanie nominalne. Respondenci o niskim nasileniu postawy wobec księgowania mentalnego wykazują wyższą użyteczność oprocentowania 9,90% niż respondenci o średnim nasileniu tej postawy. Relatywna ważność oprocentowania nominalnego jest wyższa u osób ze średnim nasileniem postawy wobec księgowania mentalnego niż u osób z wysokim nasileniem tej postawy.

### 3. Interpretacja i dyskusja wyników

Celem niniejszego badania było ustalenie, jak ważne w procesie podejmowania decyzji kredytowej są poszczególne atrybuty kredytu (koszt całkowity, wysokość miesięcznej spłaty, oprocentowanie nominalne) oraz zbadanie, czy ważność atrybutów oferty kredytowej jest uniwersalna, czy może zależy od charakterystyk indywidualnych kredytobiorcy. Wyniki badania sugerują, że konsumenci rzeczywiście księgują mentalnie koszty kredytu konsumenckiego. Dla zdecydowanej większości uczestników badania oprocentowanie nominalne kredytu, prezentowane zazwyczaj jako niezwykle atrakcyjna oferta w reklamach banków, okazało się atrybutem najmniej istotnym przy wyborze danej oferty kredytowej. Można to zinterpretować, jako kolejny dowód na odstępstwa od klasycznej teorii racjonalnego *homo oeconomicus*. Jednakże autorka niniejszej pracy bardziej skłania się ku innemu wytłumaczeniu tego zjawiska. Konsumenci starają się być racjonalni, jednak starania te są ograniczone przez niedoskonałość wnioskowania oraz złożoność poznawczą procesu oceny kosztów kredytu. Świadczy o tym fakt, iż dla części respondentów oprocentowanie nominalne było atrybutem relatywnie ważnym, a nawet najważniejszym, gdy atrybuty oferty przyjmowały najwyższe wartości (odwrócenie preferencji dla poziomu 3.). W praktyce może to oznaczać, że przy wyborze kredytu konsumenci nie uwzględniają złożoności temporalnej procesu spłaty kredytu oraz nie szacują wartości przyszłych dochodów, a raczej upraszczają proces decyzyjny, sugerując się ogólną sumą, która obciąży ich budżet w przypadku zaciągnięcia danego kredytu. Prawdopodobnie z tego powodu koszt całkowity kredytu był relatywnie najważniejszym atrybutem determinującym wybór danej oferty. Warto zaznaczyć, że rozpatrywanie kosztu kredytu w ramach rachunku kosztów całkowitych może pełnić funkcję adaptacyjną. Po pierwsze, taki sposób postrzegania redukuje wysiłek poznawczy związany z ocenianiem skomplikowanego produktu finansowego. Po drugie, pozwala to

ocenić, jak duże obciążenie dla budżetu gospodarstwa domowego będzie stanowił zaciągnięty kredyt [Ranyard, Hinkley, Williamson, McHugh, 2006, s. 584].

Wyniki niniejszego badania potwierdzają ważność kosztu całkowitego w procesie decyzyjnym i potrzebę ułatwienia jego szacowania i oceniania w kontekście różnych ofert. Banki detaliczne powinny poświęcać mniej uwagi oprocentowaniu kredytu, skupiając się na odpowiedniej prezentacji informacji o kosztach całkowitych. Jest to ważny bodziec rozwoju usług banków detalicznych na płaszczyźnie jakościowej.

Perspektywa *dual mental account model* implikuje, że na ocenę kosztów kredytu mogą jednocześnie wpływać oba sposoby księgowania. Być może z tego powodu wysokość miesięcznej spłaty okazała się mniej ważna przy wyborze oferty kredytu niż koszt całkowity, ale ważniejsza niż oprocentowanie nominalne. Respondenci zdecydowanie preferują najniższy poziom raty — 167,99 PLN. Wynik ten można wytłumaczyć w dwojaki sposób. W kategoriach teorii dyskontowania w czasie konsumenci, preferujący niższą miesięczną ratę, posiadają niższą subiektywną stopę dyskontowania strat — wolą opóźnić w czasie spłatę kredytu. Jest to argument przemawiający za tym, iż jednostki starają się być racjonalne. W kategoriach *dual mental account model* miesięczna rata kredytu rozpatrywana jest jako koszt podlegający pod dany okres budżetowania. Konsumenci postrzegają koszt kredytu w ramach rachunków cyklicznych wydatków, dopasowując wysokość raty do struktury miesięcznych wydatków w taki sposób, aby wykluczyć powstanie ewentualnych trudności ze spłatą kredytu lub realizacją przyszłych celów budżetowych gospodarstwa domowego. Warto odnotować, że ponad połowa respondentów, biorących udział w niniejszym badaniu, znalazła się w grupie osób o średnich dochodach. Mogło to wpłynąć na preferencje względem najniższego poziomu miesięcznej raty.

Podsumowując, wnioski zaprezentowane powyżej pozwalają potwierdzić hipotezę, iż kredytobiorcy postrzegają koszty kredytu z perspektywy *dual mental account model*, w związku z czym przy wyborze kredytu konsumenckiego koszt całkowity oraz wysokość miesięcznej raty są dla nich relatywnie ważniejszymi atrybutami niż oprocentowanie nominalne, a niska miesięczna rata preferowana jest wyżej niż możliwość szybkiej spłaty kredytu.

Dalsze analizy miały na celu sprawdzenie, w jakim stopniu preferencje w stosunku do atrybutów kredytu zależą od różnic indywidualnych. Nie odnotowano istotnych statystycznie różnic między grupami wyodrębnionymi ze względu na płeć i branżę. Zanotowano istotne statystycznie różnice w poziomach analizowanych zmiennych w grupach zróżnicowanych pod względem wieku, poziomu średnich miesięcznych dochodów brutto, poziomu wykształcenia oraz zajmowanego stanowiska.

Okazało się, że osoby w wieku 50–63 lata wykazywały wyższą przeciętną użyteczność raty 167,99 PLN niż osoby w wieku 20–34 lata, a także wyższą przeciętną wartość nasilenia pozytywnej postawy wobec zaciągnięcia kredytów



niż osoby w wieku 35–49 lat. Pomocna w wytłumaczeniu obu zależności może być teoria cyklu życia rodziny, która uwzględnia zależności między wiekiem konsumenta a jego stanem cywilnym oraz wielkością gospodarstwa domowego [Kieźel, 1999, s. 143]. Osoby dojrzałe (50–63 lata), bez względu na stan cywilny, mają inną strukturę wydatków konsumpcyjnych niż osoby w młodszym wieku. Dojrzały konsumenci aktywni zawodowo nierzadko mogą sobie pozwolić na zakup droższych dóbr trwałego użytku bez potrzeby zaciągania kredytu. Natomiast emeryci muszą liczyć się ze znacznym obniżeniem dochodów i potrzebą zabezpieczenia przyszłości szczególnie w zakresie ochrony zdrowia. Stąd może wynikać ich sceptyczny stosunek, a nawet niechęć do zaciągania kredytów oraz preferencja do spłacania jak najniższej miesięcznej raty. Dla porównania: osoby w wieku 35–49 lat mogą mieć specyficzne potrzeby w zakresie zakupu mieszkania, edukacji lub wypoczynku, które można sfinansować za pomocą kredytu. Zgodnie z intuicją mogą więc wykazywać mniejszą niechęć do finansowania swoich potrzeb z pożyczonych środków. Młodzi konsumenci (20–34 lata) są zwykle aktywni zawodowo i nie mają zbyt wielu obciążeń finansowych, np. związanych z edukacją dzieci, dlatego ich preferencje w zakresie niskiej raty miesięcznej nie muszą być tak silne jak preferencje osób dojrzałych. Alternatywnego wyjaśnienia dostarcza fakt, że osoby starsze wykazują niższy stopień „ubankowienia” niż osoby młodsze [Harasim, 2005, s. 43]. Niechęć wobec zaciągania kredytów może wynikać z ogólnej niechęci do korzystania z jakichkolwiek usług bankowych.

Poziomy zmiennych okazały się istotnie różne w grupach o zróżnicowanych dochodach. Osoby o niskich dochodach wykazywały wyższą przeciętną użyteczność raty 231,88 PLN niż osoby o średnich dochodach, wyższą przeciętną użyteczność raty 439,35 PLN niż osoby o wysokich dochodach oraz niższe nasilenie negatywnej postawy wobec zaciągania kredytów niż osoby o średnich dochodach. Ponadto respondenci z grupy o wysokich dochodach wykazywali wyższą średnią wartość użyteczności raty 167,99 PLN niż osoby z grupy o średnich dochodach.

Wyniki uzyskane przez osoby o niskich dochodach są zaskakujące, szczególnie w kontekście *dual mental account model*. Zgodnie z tą teorią konsumenci osiągający niskie dochody, w porównaniu z konsumentami o wyższych dochodach, powinni raczej preferować najniższą miesięczną ratę. Takie zachowanie podyktowane jest dbałością o równowagę w miesięcznym budżecie gospodarstwa domowego tak, by nie zaistniały ewentualne problemy ze spłatą zobowiązań. Do wyjaśnienia tej nieoczekiwanej zależności może posłużyć istnienie tzw. efektu znaku, czyli asymetrii w dyskontowaniu zysków i strat. Być może respondenci z grupy o niskich dochodach, w porównaniu z respondentami o wyższych dochodach, wykazywali negatywne preferencje czasowe dla strat, czyli — innymi słowy — awersję do długu. Takie preferencje wiązałyby się z chęcią szybszej spłaty zaciąganego kredytu, a więc pośrednio również z wyższą miesięczną ratą. Wyjaśnieniu temu sprzyja wynik w zakresie negatywnej postawy wobec zaciągania kredytów, zgodnie z którym

osoby o niskich dochodach przejawiają mniejszą skłonność do zaciągania kredytów w porównaniu z osobami o średnich dochodach.

Porównania międzygrupowe w grupach wyodrębnionych ze względu na wykształcenie ujawniły, że osoby posiadające wykształcenie wyższe zawodowe wykazują niższą przeciętną użyteczność oprocentowania nominalnego 9,90% niż osoby o wykształceniu wyższym oraz osoby o wykształceniu średnim oraz wyższą przeciętną użyteczność oprocentowania nominalnego 10,50% niż osoby o wykształceniu wyższym oraz osoby o wykształceniu średnim. Z kolei wśród osób o wykształceniu średnim zanotowano wyższą relatywną ważność kosztu całkowitego niż u osób o wykształceniu podstawowym lub zasadniczym zawodowym, osób o wykształceniu wyższym zawodowym oraz osób o wykształceniu wyższym. Respondenci o wykształceniu podstawowym lub zasadniczym zawodowym wykazują wyższą przeciętną użyteczność raty 167,99 PLN niż respondenci o wykształceniu średnim oraz respondenci o wykształceniu wyższym zawodowym.

Wykształcenie wpływa na wiele aspektów zachowań konsumenckich, počawszy od odczuwanych przez konsumentów potrzeb, poprzez strukturę konsumpcji, po różnorodne zwyczaje konsumpcyjne. Np. wraz z wykształceniem wzrasta zapotrzebowanie na usługi w zakresie kultury i wypoczynku oraz dobra luksusowe, poprawia się jakość konsumpcji, a także rosną wymagania względem nabywanych dóbr i usług, czego dowodzą liczne badania [Kieźel (red.), 1999, s. 146]. Wzrost wykształcenia pociąga za sobą również poprawę ogólnej świadomości praw, jakimi rządzi się ekonomia. W świetle tych prawidłowości im wyższy poziom wykształcenia, tym bardziej racjonalni powinni być konsumenci. Zgodne z powyższą interpretacją są wyniki w zakresie użyteczności oprocentowania 9,90% oraz 10,50% wśród osób z wykształceniem wyższym w porównaniu z osobami o wykształceniu wyższym zawodowym.

Większe znaczenie kosztu całkowitego wśród osób o wykształceniu średnim, a także wyższą przeciętną użyteczność raty 167,99 PLN wśród osób z wykształceniem podstawowym lub zasadniczym zawodowym, może wiązać się z postrzeganiem kosztów kredytu z perspektywy *dual mental account model*. Im niższy poziom wykształcenia, tym większy jest poziom wysiłku poznawczego, który trzeba włożyć w analizę lub porównywanie ofert kredytowych i tym bardziej prawdopodobne wydaje się postrzeganie kosztów kredytu z perspektywy rachunku kosztów całkowitych lub rachunków cyklicznych wydatków.

Pomiędzy grupami zróżnicowanymi ze względu na zajmowane stanowisko odnotowano, że respondenci zajmujący stanowiska wykonawcze w porównaniu z respondentami zajmującymi stanowiska specjalistyczne wykazywali wyższą przeciętną użyteczność raty 439,35 PLN, a także niższą przeciętną użyteczność kosztu całkowitego 5565,12 PLN.

Średnia relatywna ważność atrybutu oprocentowanie nominalne była niższa w grupie osób zajmujących stanowiska wykonawcze w porównaniu z grupą osób zajmujących stanowiska kierownicze oraz grupą osób zajmujących stanowiska specjalistyczne.

Określona aktywność zawodowa wpływa na dochody konsumenta, a zatem również na jego konsumpcję. Osoby, zajmujące stanowiska wykonawcze, osiągają niższy poziom dochodów niż osoby na stanowiskach kierowniczych i specjalistycznych. Powinno się to odzwierciedlać również w sposobie postrzegania kosztów kredytu. Z wyników badania można wnioskować, że osoby na stanowiskach wykonawczych, podobnie jak osoby z grupy o niskich dochodach, mają awersję do posiadania długów i preferują szybką spłatę zaciąganego kredytu. Prawdopodobnie również ze względu na niższe dochody osoby na stanowiskach wykonawczych mniej preferują koszt całkowity 5565,12 PLN niż osoby na stanowiskach specjalistycznych.

Zajmowane stanowisko jest zwykle związane z posiadanym wykształceniem lub doświadczeniem. Można przypuszczać, że osoby na stanowiskach kierowniczych oraz specjalistycznych są bardziej wykształcone lub doświadczone od osób na stanowiskach wykonawczych. Być może wpływa to na wysiłek poznawczy wkładany w analizę kosztów kredytu i wyjaśnia fakt, że kierownicy i specjaliści postrzegają oprocentowanie nominalne jako relatywnie ważniejsze w porównaniu z respondentami pracującymi na stanowiskach wykonawczych.

Analiza związków między postawami wobec zaciągania kredytów oraz księgowania mentalnego a poziomami użyteczności oraz relatywnymi wagami poszczególnych atrybutów pozwoliła stwierdzić istnienie istotnego statystycznie związku nasilenia pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów z relatywną ważnością kosztu całkowitego. Nie wykryto istotnych statystycznie różnic w zakresie analizowanych zmiennych dla grup o różnym nasileniu negatywnej postawy wobec zaciągania kredytów.

Osoby o średnim nasileniu pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów wykazywały niższą średnią ważność kosztu całkowitego niż osoby o wysokim nasileniu tej postawy. Wysokie nasilenie pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów implikuje silną awersję do zaciągania kredytów i posiadania długów. W związku z tym osoby uzyskujące wysokie nasilenie pozytywnej postawy wobec zaciągania kredytów powinny wybierać kredyty o najkrótszym okresie spłaty, a tym samym preferować ratę w wysokości 439,35 PLN. Wyniki badania nie potwierdzają tego przypuszczenia. Osoby deklarujące awersję do posiadania długu powinny również przywiązywać relatywnie dużą wagę do kosztu całkowitego kredytu, by zaciągnięty dług był jak najniższy. Ta zależność znalazła potwierdzenie w wynikach niniejszego badania.

Szpecially ciekawe w kontekście weryfikacji hipotez  $H_{1A}$  i  $H_{1B}$  są wyniki badania nad związkami postawy wobec księgowania mentalnego z użytecznościami oraz relatywnymi wagami poszczególnych atrybutów. Zgodnie z intuicją osoby, które uzyskują wysokie wyniki na skali księgowania mentalnego, powinny postrzegać koszty kredytu w ramach *dual mental account model*. W związku z tym w grupie osób o wysokim nasileniu tej postawy, w porównaniu z grupami o nasileniu średnim lub niskim, relatywna ważność oprocentowania nominalnego powinna być niższa, a relatywna ważność kosztu całkowitego

tęgo lub miesięcznej raty — wyższa. Wyniki niniejszego badania potwierdzają wyłącznie pierwszą z tych zależności. Relatywna ważność oprocentowania nominalnego jest niższa u osób z wysokim nasileniem postawy wobec księgowania mentalnego niż u osób ze średnim nasileniem tej postawy. Ponadto osoby o niskim nasileniu postawy wobec księgowania mentalnego wykazują wyższą użyteczność oprocentowania 9,90% niż respondenci o średnim nasileniu tej postawy.

## Zakończenie

W świetle wyników, opisanych w niniejszym artykule, można stwierdzić, iż banki nie zważają w dostatecznym stopniu na procesy myślowe przeciętnych konsumentów. Potwierdzone naukowo zjawisko księgowości mentalnej skłania do wniosku, iż kredytobiorcy analizują koszty kredytu na podobnej zasadzie, co inne wydatki obciążające budżet gospodarstwa domowego. Z tego punktu widzenia niezwykle przydatne wydają się informacje o koszcie całkowitym kredytu oraz wysokości miesięcznej spłaty. Opisane w niniejszej pracy badanie empiryczne pozwala sformułować wniosek, iż nie ma podstaw do odrzucenia postawionej we wstępie hipotezy badawczej, że jeśli konsumenci spostrzegają koszty kredytu zgodnie z koncepcją księgowania mentalnego, to przy wyborze kredytu konsumenckiego koszt całkowity oraz wysokość miesięcznej raty będą dla nich relatywnie ważniejszymi atrybutami niż oprocentowanie nominalne.

Uzyskane wyniki prowadzą do konkluzji, że poszerzenie wiedzy o mechanizmach podejmowania decyzji kredytowych przez konsumentów pozwoliłoby bankom na lepsze dopasowanie ofert kredytowych do faktycznych potrzeb gospodarstw domowych, a co za tym idzie zwiększenie akcji kredytowej i zmniejszenie ryzyka złych kredytów. Warto byłoby uwzględnić w polityce marketingowej proces szczegółowej edukacji konsumentów w zakresie kosztów kredytu, a także potencjalnych korzyści danej oferty w porównaniu z ofertami konkurencyjnych banków. Klienci mający pełen zakres informacji byłby w stanie dokonywać bardziej przemyślanych, a zatem optymalnych dla siebie wyborów. Dzięki dopasowaniu kredytu do rzeczywistych możliwości budżetu gospodarstwa domowego ryzyko banku byłoby niższe, a zatem niższy byłby również koszt kredytu dla kredytobiorcy.

Należy zaznaczyć, że niektóre z uzyskanych wyników okazały się niespójne. Np. osoby z wykształceniem wyższym myślały bardziej racjonalnie od osób z wykształceniem wyższym zawodowym, ale nie zanotowano podobnej zależności między osobami o wykształceniu wyższym oraz średnim. Ta i inne niespójności wynikać mogą z licznych ograniczeń przeprowadzonego badania. Po pierwsze, uzyskanie spójnych i reprezentatywnych wyników, wymagałoby wykorzystania próby badawczej o znacznie większej liczebności. Po drugie, zakres niniejszego badania obejmował jedynie specyficzną grupę kredytów konsumenckich — kredyty gotówkowe. Należałoby wziąć pod uwagę różne formy kredytów konsumenckich, w tym np. zakupy ratalne oraz karty kre-

dytowe, a nawet rozszerzyć zakres badania na kredyty samochodowe, mieszkaniowe czy hipoteczne. Po trzecie, prawdopodobnie istnieją zdecydowanie bardziej skomplikowane interakcje pomiędzy badanymi zmiennymi a innymi zmiennymi, które nie zostały uwzględnione w niniejszym badaniu, jak np. różnego rodzaju dodatkowe koszty czy zaufanie do banku, posiadanie rachunku w danym banku (zmiennie moderujące). Niedoskonałości mogą się kryć również za samą metodologią *conjoint analysis*, której własności formalne nie są jeszcze ostatecznie poznane i nadal stanowią przedmiot badań. Wszystkie powyższe ograniczenia stanowią jednocześnie przyczynek do dalszych badań.

## Bibliografia

- Bień Andrzej, Bień Witold, 2000, *Kalkulacja ceny pieniądza w lokatach, pożyczkach i kredytach*, Difin, Warszawa.
- Cieślak Anna, 2003, *Behawioralna ekonomia finansowa. Modyfikacja paradygmatów funkcjonujących w nowoczesnej teorii finansów*, „Materiały i Studia NBP” nr 172, Warszawa.
- Harasim Janina, 2005, *Bankowość detaliczna w Polsce*, CeDeWu, Warszawa.
- Kancelaria Sejmu, 2001, *Ustawa z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim*, Warszawa.
- Loewenstein George, Thaler Richard H., 1989, *Anomalies: Intertemporal choice*, „Journal of Economic Perspectives” nr 3(4), s. 181–193.
- Ranyard Rob, Craig Gill, 1995, *Evaluating and budgeting with instalment credit: An interview study*, „Journal of Economic Psychology” nr 16, s. 449–467.
- Ranyard Rob, Hinkley Lisa, Williamson Janis, McHugh Sandie, 2006, *The role of mental accounting in consumer credit decision processes*, „Journal of Economic Psychology” nr 27, s. 571–588.
- Kieźel Ewa (red.), 1999, *Rynkowe zachowania konsumentów*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im Karola Adamieckiego w Katowicach, Katowice.
- Koniński Bohdan, Nowak Alojzy Z. (red.), 2004, *Bank depozytowo-kredytowy*, Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Shefrin Hersh M., Thaler Richard H., 1988, *The behavioral life-cycle hypothesis*, „Economic Inquiry” nr 26(4), s. 609–643.
- Sołtysiak Mirosław, 2007, *Kalkulacja pieniądza na rynkach finansowych: stopy procentowe — kalkulacja wartości pieniądza w czasie*, Oficyna Wydawnicza Politechniki Rzeszowskiej, Rzeszów.
- Szymańska Anna, Dziedzic Dorota, 2005, *Conjoint analysis jako metoda analizy preferencji konsumentów*, „Zeszyty naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie” nr 680, s. 153–165.
- Thaler Richard H., 1999, *Mental accounting matters*, „Journal of Behavioral Decision Making” nr 12, s. 183–206.
- Wróblewska Joanna, 2009, *Proces podejmowania decyzji kredytowych (na przykładzie ofert wybranych banków detalicznych)*, niepublikowana praca magisterska. Wydział Ekonomii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.

## Źródła internetowe

<http://finanse.nf.pl/Artykul/6148/Koszt-a-cena-kredytu-czesc-i/>



**A b s t r a c t** **Decision-Making Credit Process (On the Example of Selected Offers of the Retail Banks)**

A

The article deals with the factors influencing decisions and the consumer behavior in the market for consumer loans. It appoints the differences in the perception of credit costs in terms of economics and behavior. Its main objective is to determine how important are the nominal interest rate, total cost and the amount of monthly payment in the process of choosing a particular loan offer. Based on the conjoint analysis, conducted on a group of 105 adult Poles, who declared the contact with any form of credit, the author of the article proves the hypothesis that borrowers perceive the cost of borrowing under the assumptions of mental accounting. It also answers many research questions related to individual differences in the perception of credit costs and the relationship between declared attitudes toward borrowing and accounting of mental and materiality of the analyzed characteristics of the loan.