

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W POZNANIU
WYDZIAŁ EKONOMII
KATEDRA BANKOWOŚCI

Andrzej Baranowski

GOSPODARSTWA DOMOWE NA RYNKU ZŁOTA
W POLSCE W LATACH 2001–2005

Praca doktorska

Promotor:
PROF. DR HAB. ALFRED JANC, PROF. ZW. UEP

Poznań 2010

Wstęp.....	3
Rozdział 1. Metodyka badań własnych.....	6
1.1. Uzasadnienie wyboru tematu pracy.....	6
1.2. Sformułowanie problemu badawczego.....	6
1.3. Cel badania.....	7
1.4. Tezy pracy.....	8
1.5. Przedmiot i podmiot badania.....	9
1.6. Metody i techniki badania.....	9
1.7. Metody analizy.....	12
1.8. Dobór próby.....	13
1.9. Respondenci według cech demograficzno-społecznych.....	15
1.10. Rozkłady empiryczne w próbie.....	17
1.11. Procedura badania.....	19
1.12. Zakres przestrzenny i czasowy badania.....	19
Rozdział 2. Gospodarstwo domowe jako podmiot rynku.....	21
2.1. Zachowania konsumentów w świetle teorii.....	21
2.2. Uwarunkowania konsumpcji gospodarstwa domowego.....	38
2.3. Rynek jako obszar wymiany.....	52
2.3.1. Pojęcie i rodzaje rynku.....	52
2.3.2. Współczesny rynek złota.....	57
2.3.3. Zarys złotnictwa polskiego w świetle dziejów.....	61
2.3.4. Złoto jako kategoria wartości.....	64
Rozdział 3. Gospodarstwa domowe według wybranych czynników oceny konsumpcji.....	73
3.1. Sytuacja ekonomiczna.....	73
3.2. Dochody.....	82
3.3. Dodatkowe źródła dochodów.....	89
3.4. Uwagi końcowe.....	100
Rozdział 4. Popyt i sytuacja materialna.....	104
4.1. Zakupy złota.....	104
4.2. Tendencje zakupów.....	109
4.3. Wpływ warunków materialnych na zakupy złota.....	114
4.3.1. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa według zakupów dokonanych.....	114

4.3.2. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa według zakupów planowanych.....	128
4.3.3. Zakupy złota w świetle źródeł dochodów z rynku finansowego.....	140
4.4. Zakupy złota dokonane i planowane – wzajemne relacje.....	153
4.5. Uwagi końcowe.....	167
Rozdział 5. Podaż jako element rynku wtórnego złota.....	174
5.1. Dokonana sprzedaż złota i masa.....	174
5.2. Zamiar sprzedaży złota i masa.....	183
5.3. Czynniki sprzedaży złota.....	196
5.3.1. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa na tle dokonanej sprzedaży	196
5.3.2. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa oraz planowana sprzedaż.....	210
5.3.3. Dodatkowe źródła dochodów według dokonanej i planowanej sprzedaży złota.....	222
5.4. Sprzedaż złota dokonana i planowana – wzajemne relacje.....	237
5.5. Przyczyny i problemy związane ze sprzedażą złota.....	249
5.6. Uwagi końcowe.....	266
Rozdział 6. Funkcja lokacyjna złota.....	277
6.1. Ocena zasadności lokat.....	277
6.2. Lokaty i tendencje zakupów złota.....	285
6.3. Wpływ warunków materialnych na tworzenie lokat.....	294
6.2. Uwagi końcowe.....	312
7. Podsumowanie i wnioski.....	320
Źródła.....	339
Bibliografia.....	341
Ankieta.....	347
Spis tabel.....	350
Spis wykresów.....	356
Spis rysunków i rycin.....	366
Aneks.....	367
Baza statystyczna badania.....	415

W S T Ę P

„Historia złota niesie głębszy sens, niemający nic wspólnego z nietrwałymi właściwościami przedmiotu, który wybieramy do roli pieniądza. W tym szerszym znaczeniu historia złota nie ma końca”¹.

Złoto – utożsamiane od wieków z bogactwem oraz najpewniejszym i najbardziej stabilnym środkiem lokaty kapitału – ma unikatowe właściwości fizyczne i chemiczne, które stanowią o fenomenie tego pierwiastka. Ma podobne cechy do pieniądza – doskonale przechowuje jego wartość, stanowi środek tezauryzacji i może być zbywalne w każdej walucie świata.

W ostatnich 25 latach największej zmianie jakościowej na świecie uległ rynek złota. Złoto, które w latach 60. było kruszcem monetarnym, uległo po 1970 roku demonetyzacji stając się zwykłym towarem giełdowym o zmiennej cenie². Rynek złota jest rynkiem alternatywnym dla oszczędności od dawna. Malejące zainteresowanie tym metalem – jako dobrem inwestycyjnym – najczęściej utożsamiane jest ze stabilną sytuacją polityczną i gospodarczą na świecie, natomiast intensyfikacja procesu tezauryzacji przypisywana jest zazwyczaj zachowaniom podmiotów w czasach niepokoju i braku stabilności pieniądza. Stanowiąc materialne zabezpieczenie pokoleń, złoto chroni kapitał przed skutkami inflacji, która nie przynosi korzyści ogółowi społeczeństwa, a przyczynia się do redystrybucji bogactwa³.

Tymczasem po roku 2000 w Polsce, w realiach funkcjonowania gospodarki rynkowej⁴, zaobserwowano wzmożoną aktywność rynkową gospodarstw domowych, polegającą na wyprzedazy własnych zasobów złota, której towarzyszyła spadkowa tendencja ich wartości na rynku wtórnym oraz słabnący popyt na złoto i jego wyroby na rynku pierwotnym.

Zasadnym jest pytanie o przyczyny determinujące niecodzienne zachowania gospodarstw domowych oraz charakter zaistniałych relacji popytowo-podażowych w obszarze rynku złota. Aby ustalić ich przesłanki i motywy, podjęto próbę identyfikacji

¹ P. L. Bernstein, *Historia złota. Dzieje obsesji*, WIG-Press, Warszawa 2003, s. 412.

² W. Wilczyński, *Rynek i pieniądz u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2000, s. 19–20.

³ M. N. Rothbard, *Złoto, banki, ludzie-krótka historia pieniądza*, Fijor Publishing Chicago–Warszawa 1980, s. 73.

⁴ Por. W. Jakóbiak (red. nauk.), *Gospodarka Polska u progu XXI w. Szanse i zagrożenia*, Oficyna Wydawnicza Wyższej Szkoły Handlu i Prawa im. R. Łazarzkiego, Warszawa 2004, s. 178–192.

dotychczasowych oraz przyszłych zachowań konsumentów⁵ występujących zarówno w roli nabywców jak i sprzedawców złota wraz z przyczynami oraz przewidywanymi skutkami tych zachowań, które uwzględniały sytuację ekonomiczno-dochodową i demograficzno-społeczną. Inspiracją do podjęcia problematyki badawczej była także odczuwana przez autora konieczność zwrócenia uwagi na rangę kruszcu złota jako dobra ekonomicznego, który w obecnych czasach wydaje się tracić znaczenie historycznie ugruntowanego środka lokaty i tezauryzacji.

Podjęty cel i problematyka badawcza wpłynęły na strukturę pracy w taki sposób, by najlepiej odpowiadała realizacji przyjętych celów, rozważań teoretycznych, elementów opisowych, ocenie materiału empirycznego, a w konsekwencji wnioskowaniu i uogólnianiu.

Niniejsza praca, w której przedstawiono wyniki z własnego badania rynku złota, ma charakter poznawczy. Zawiera wstęp oraz podsumowanie z wnioskami końcowymi oraz składa się z sześciu rozdziałów. W rozdziale pierwszym przedstawiono problemy, cel i zakres badań oraz omówiono ich metodykę. Rozdział drugi to część teoretyczna, w którym w oparciu o literaturę przedmiotu uwypuklono:

- teorię zachowań konsumentów, w tym definicje, rodzaje zachowań i klasyfikację potrzeb, postawy, osobowość oraz modele zachowań,
- determinanty konsumpcji gospodarstwa domowego w warunkach gospodarki rynkowej z uwzględnieniem czynników ekonomicznych (zasoby majątkowe, dochody, ceny oraz podaź),
- istotę i funkcje rynku oraz jego segmentację, w tym rynek złota na tle dziejów.

W rozdziale trzecim, empirycznym, zidentyfikowano gospodarstwa domowe pod względem sytuacji ekonomicznej i dochodowej. Starano się przedstawić udział gospodarstw w dodatkowych źródłach dochodów uzyskanych z rynku finansowego, do których zaliczono: kredyty, pożyczki, obligacje, fundusze inwestycyjne i lokaty bankowe, a także wskazać istniejące ewentualnie zależności między cechami demograficzno-społecznymi respondentów a sytuacją materialną w ich gospodarstwach domowych.

Tematyką rozdziału czwartego jest popyt na współczesnym rynku złota. Przedstawiono tendencje zakupów (także tych planowanych) w świetle dokonanej w badaniu przez gospodarstwa domowe oceny własnej sytuacji materialnej. Starano się ustalić, czy wpływ na podjęte decyzje o zakupie złota mogła mieć sytuacja ekonomiczna i docho-

⁵ W ekonomii przyjęto, że pojęcie „gospodarstwo domowe” identyfikuje się z pojęciem „konsument”. Por. T. Orłowski, *Nowy leksykon ekonomiczny*, Wydawnictwo Graf-Punkt, Warszawa 1998, s. 38.

dowa, w tym środki pieniężne uzyskane z rynku finansowego. Uwypuklono udział gospodarstw w zakupach złota dokonanych i planowanych, według cech demograficzno-społecznych respondentów, pozwalający ocenić skłonność konsumentów do zakupu złota w przyszłości.

Rozważania w rozdziale piątym dotyczą dotychczasowej oraz zamierzonej sprzedaży złota na rynku wtórnym. Badanie pozwoliło określić sprzedany w głównej mierze przez gospodarstwa zakres masy złota, jak i tej zadeklarowanej, wskazując jednocześnie na przyszłe preferencje sprzedawców. Przeprowadzono analizę oceny sytuacji ekonomicznej i dochodowej gospodarstw w kontekście dokonanej sprzedaży złota oraz jej przyczyn.

W rozdziale szóstym ukazano ocenę gospodarstw domowych na temat zasadności lokowania w złoto posiadanych oszczędności pieniężnych. Starano się odnieść do zachowań gospodarstw związanych z zakupem złota na cele inwestycyjne, według przyjętego w badaniu kryterium, na zakupy dokonane i planowane. Wyrażono pytanie, czy sytuacja ekonomiczna i dochodowa w gospodarstwach mogła mieć wpływ na decyzje związane z tworzeniem lokat pieniężnych w złocie.

Wypada uwypuklić, że tematyka dotycząca postaw konsumenckich na rynku złota, mimo, że posiada niemałe znaczenie społeczne i gospodarcze, stanowi we współczesnej polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu niemal niebadany obszar aktywności ekonomicznej gospodarstw domowych. Autor miał trudności z uzyskaniem informacji wtórnych, ponieważ statystyki rządowe, branżowe oraz sprawozdawczość instytucji rynkowych nie dysponują w tym zakresie wynikami badawczymi. Podejmując badanie, starano się wypełnić tę lukę.

W pracy, poza literaturą stosowną do kierunku i podjętej problematyki badawczej, posłużono się dostępnym piśmiennictwem i źródłami, na podstawie których, w możliwie w najszerszym zakresie, starano się przywołać wnioski korespondujące z tematyką rozprawy i wynikami z własnego badania empirycznego⁶.

⁶ Szerzej na temat wykorzystania źródeł wtórnych na cele badań w: T. Pilch, T. Bauman, *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001, s. 208.

ROZDZIAŁ 1. METODYKA BADAŃ WŁASNYCH

1.1. Uzasadnienie wyboru tematu pracy

Złoto od niepamiętnych czasów jest utożsamiane z wyjątkowo bezpieczną i najbardziej trwałą formą lokaty pieniądza. Bywa przekazywane z pokolenia na pokolenie i często jest traktowane, jako materialne zabezpieczenie na tzw. czarną godzinę. Metal ten z jednej strony – pełniąc rolę środka lokaty i tezauryzacji – wyzwała skłonność do niewydawania pieniędzy, natomiast z drugiej powoduje rosnący na nie popyt.

Obszarem zakupu i sprzedaży złota jest rynek jubilerski, na którym postawy konsumentów wynikają z ich potrzeb. Jeśli w dłuższym czasie różnią się od zwyczajowo przyjętych, wtedy pojawiają się pytania o ich źródła, przyczyny i charakter.

W niniejszej pracy pytania te dotyczą niecodziennych zachowań gospodarstw domowych, które ujawniły się na krajowym rynku złota szczególnie po 2001 roku. Były one zauważalne w niemal wszystkich placówkach jubilerskich w kraju i wskazywały na wzrost roli gospodarstw domowych na rynku wtórnym jako sprzedawców własnych „rodowych sreber”, przy jednoczesnym spadku zainteresowania złotem na rynku pierwotnym¹. Okoliczności te nie mogły zostać niezauważone i są przesłanką podjętej problematyki². Stanowią próbę ukazania wizerunku współczesnego rynku złota w Polsce oraz zachowań jego uczestników na tle ich aktywności ekonomicznej w latach budowy nowej gospodarki³.

1.2. Sformułowanie problemu badawczego

Określenie problemu badawczego zostało zainicjowane procesem badania naukowego mającym na celu jego wyjaśnienie. Formułowanie problemów badawczych i ich analizę oparto na indukcji.

Głównym problemem badawczym jest eksploracja wpływu czynników ekonomicznych i demograficzno-społecznych na zachowania gospodarstw domowych na rynku złota, w szczególności zaś pytanie o przyczyny wzrostu wyprzedaży złota przez gospodarstwa domowe na rynku wtórnym. Rozwiązanie tak postawionego problemu ba-

¹ Na potrzeby badania autor posłużył się jednoznacznie terminem „złoto” nie określając także próby oraz formy użyteczności.

² Autor od ponad 35 lat wykonuje zawód jubilera.

³ Por. W. Wilczyński, *Polski przełom ustrojowy 1989 – 2000. Ekonomia epoki transformacji*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2005, s. 114–120.

dawczego wymagało podjęcia próby odpowiedzi na pytania szczegółowe, które na każdym etapie analizy uwzględniały cechy demograficzno-społeczne badanych. Sformułowano je w następujący sposób:

- a) jakie są tendencje zachowań gospodarstw domowych na rynku pierwotnym i wtórnym złota?
- b) czy istnieją zależności, a jeśli tak to, jakie, w zachowaniach między nabywcami a sprzedawcami złota?
- c) jaki wpływ na zachowania gospodarstw domowych na rynku złota ma ich sytuacja materialna?
- d) czy dokonywana wyprzedaż złota przez gospodarstwa domowe może mieć podłoże spekulacyjne?
- e) jak współcześnie gospodarstwa domowe oceniają wartość złota jako środka lokaty pieniądza?

Powołując się na literaturę przedmiotu należy podkreślić, że punktem wyjścia w określaniu problemu jest zawsze ocena dotychczasowego stanu wiedzy naukowej (aksjologia wiedzy naukowej)⁴, którą w podjętym badaniu starano się wyjaśnić w sposób wyczerpujący.

1.3. Cel badania

Od lat rośnie zainteresowanie ekonomistów takimi kategoriami badawczymi, jak poziom życia i jakość, dobrobyt oraz zamożność. Dokonane zamiany systemowe w Polsce umożliwiają dziś zbadanie każdego obszaru gospodarczego. Na potrzeby niniejszej pracy badaniu poddano rynek złota.

Głównym celem badawczym jest identyfikacja zachowań gospodarstw domowych według dokonanej przez nie oceny sytuacji materialnej oraz zachowań związanych z zakupem i sprzedażą złota, uwzględniająca czynniki materialne i demograficzno-społeczne determinujące te zachowania. Poza celem diagnostycznym i poznawczym, starano się spełnić cel prognostyczny zmierzający do identyfikacji zachowań badanych gospodarstw na rynku złota w przyszłości.

Dany obszar badawczy, uwzględniający czynniki materialne oraz demograficzno-społeczne, stanowi zawsze ważne kryterium podziału źródeł i uzyskanych informa-

⁴ Por. M. Sławińska, H. Witczak, *Podstawy metodologiczne prac doktorskich w naukach ekonomicznych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 70.

cji⁵. Z tego względu uwzględniono je w fazie projektowania badania i dalszego, związanego z nim postępowania.

Osiągnięcie celu głównego wymagało realizacji celów szczegółowych, które w formie diagnostyczno-prognostycznej, na każdym etapie badania, uwzględniały cechy demograficzno-społeczne respondentów oraz zmierzały do ich identyfikacji, takich jak:

- a) ocena sytuacji ekonomicznej i wystarczalności dochodów,
- b) zakres korzystania z dodatkowych źródeł dochodów z rynku finansowego,
- c) zakupy dokonane i zamiar zakupu złota,
- d) sprzedaż dokonana i zamiar sprzedaży złota,
- e) sprzedaż dokonana i zamiar sprzedaży złota według masy,
- f) ocena przyczyn dokonanej sprzedaży złota i przyczyn zamiaru sprzedaży złota,
- g) ocena problemów związanych ze sprzedażą złota,
- h) ocena zasadności inwestowania w złoto posiadanych środków pieniężnych.

Aby wyodrębnić typy konsumentów, według cech demograficzno-społecznych, zastosowano następujące kryteria segmentacji: płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i miejsce zamieszkania według liczby mieszkańców. Segmentacja w stosunku do cech materialnych obejmowała: ocenę sytuacji ekonomicznej, ocenę wystarczalności dochodów oraz źródła dodatkowych dochodów gospodarstw domowych pozyskiwanych z rynku finansowego.

1.4. Tezy pracy

Przyjmując, że postępowanie konsumentów było racjonalne w każdej fazie procesu podejmowania decyzji, wysunięto trzy tezy badawcze:

- a) niekorzystna sytuacja materialna gospodarstw domowych stanowi główną przyczynę wyprzedazy złota na rynku wtórnym oraz warunkuje popyt na złoto w obszarze rynku pierwotnego,
- b) złoto i jego wyroby, tradycyjnie zaliczane do towarów luksusowych, są w zainteresowaniu konsumentów o odpowiednio wysokich dochodach,
- c) wpływ na zachowania gospodarstw domowych na rynku złota mają cechy demograficzno-społeczne ich reprezentantów.

⁵ Por. J. Kordos, *Jakość danych statystycznych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 47–51.

1.5. Przedmiot i podmiot badania

Przedmiotem badania jest identyfikacja, pod względem wewnętrznej struktury badanej zbiorowości, gospodarstw domowych w zakresie postaw i zachowań określonych w celach szczegółowych badania. Ponadto wnioskowanie statystyczne dotyczy współzależności, a więc wykrycia i zmierzenia wzajemnych powiązań między sytuacją materialną, a zachowaniem gospodarstw domowych na rynku złota, jak również wpływu cech demograficzno-społecznych respondentów na te zachowania.

Podmiotem badania są gospodarstwa domowe występujące w roli nabywców oraz sprzedawców złota, które cechuje wspólne gospodarowanie w wyniku łączenia dochodów dla zaspokojenia indywidualnych i wspólnych potrzeb⁶. W ekonomii przyjęto, że pojęcie „gospodarstwo domowe” identyfikuje się z pojęciem „konsument”⁷. W związku z tym stwierdzeniem, pojęcia „gospodarstwo domowe”, „konsument” lub „rodzina” są używane w niniejszej pracy zamiennie i dotyczą badanych respondentów.

1.6. Metody i techniki badania

Dla badacza rynku zasadnicze znaczenie ma systemowa definicja rynku uwzględniająca jego podmioty, tj. sprzedawców i nabywców oraz przedmioty, którymi są dobra, usługi, potrzeby konsumentów, a także relacje między podmiotami a przedmiotami rynku⁸. Ekonomia jako nauka wyróżnia problemy praktyczne i problemy naukowe. Te pierwsze są rozwiązywane z reguły przy użyciu istniejącej wiedzy naukowej jak i potocznej oraz właściwego rozumowania. Każdy natomiast problem naukowy, który cechuje brak obiektywnej i ściśle określonej wiedzy, wymaga przeprowadzenia badań i zastosowania do jego rozwiązania odpowiedniej metody naukowej. Metoda określa właściwy dobór instrumentów, środków oraz sposobów mierzących do osiągnięcia celu. Literatura przedmiotu wskazuje, że nie ma jednoznaczności w rozumieniu terminu „metoda naukowa”⁹. Zazwyczaj określa się ją jako zorganizowane, systematyczne, zobiektywizowane, racjonalne i uporządkowane działanie, które ma doprowadzić do rozwiązania danego problemu naukowego, a tym samym osiągnięcie postawionego celu. Innymi słowy metoda naukowa postrzegana jest jako zbiór zasad, na podstawie których przyjmuje się lub odrzuca analizowane teorie czy opisy zjawisk. W innym

⁶ Badaniem nie były objęte gospodarstwa domowe jednoosobowe (niepełne).

⁷ T. Orłowski, *Nowy leksykon ekonomiczny*, Wydawnictwo Graf – Punkt, Warszawa 1998, s. 38.

⁸ Por. *Badania rynku, metody i zastosowania*, praca zbiorowa pod red. nauk. Z. Kędzior, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 10–12.

⁹ Por. M. Sławińska, H. Witczak, *Podstawy metodologiczne*, op. cit., s. 95–96.

jeszcze ujęciu definiuje się ją jako określoną procedurę, którą należy stosować w procesie pozyskiwania lub tworzenia rzetelnej wiedzy naukowej.

Z powyższych rozważań wynika, że postawiony problem naukowy określa wybór metody naukowej, która w konsekwencji powinna być dostosowana do obszaru i rodzaju badań. Pojawiające się jednak u badaczy stanowiska w tym zakresie sugerują, że nie istnieje uniwersalna metoda, którą można wykorzystać w postępowaniu badawczym, co świadczy o otwartości badań naukowych. Poszukiwanie przez badaczy nowych metod przyczynia się do rozwoju nauki, uzyskując w ten sposób szerszą, bardziej pogłębioną i obiektywną wiedzę o otaczającej nas rzeczywistości. Wybór metody naukowej jest również uzależniony od środków materialnych oraz finansowych, którymi dysponuje badacz¹⁰.

W niniejszej pracy procedura badawcza została integralnie związana z przyjętymi celami badania oraz sformułowanymi tezami. W postępowaniu badawczym dążono do rozpoznania zachowań gospodarstw domowych na rynku złota koncentrując uwagę na celach diagnostyczno – prognostycznych. Cele te objęły identyfikację czynników kształtujących i różnicujących zachowania rynkowe gospodarstw w zakresie zakupów oraz wyprzedaży złota. Brak bazy źródłowej do realizacji celów badania wymagał jej stworzenia. Uznano, że uzyskanie materiału empirycznego będzie najwłaściwsze przy zastosowaniu metody ankietowej o charakterze opiniodawczo-faktograficznym. Uzyskane informacje, dzięki subiektywnym i obiektywnym odpowiedziom bezpośrednio od respondentów, powinny dawać gwarancję uzyskania dokumentacji źródłowej obciążonej minimalnym błędem. Z uwagi jednak na realne możliwości badawcze, obserwacji poddano tylko nieznaczną część celowo wybranych gospodarstw domowych z całej zbiorowości. Oznacza to, że ocena reprezentatywności za pomocą błędu wnioskowania nie jest możliwa.

Wypada podkreślić, że niezależnie od zastosowanej metody obserwacji, rzetelności i wrażliwości badacza, należy się liczyć z tym, że efekt obserwacji w postaci materiału źródłowego, empirycznego, stanowiącego pierwotne źródło informacji, nie będzie wolny od błędów. Trudno wskazać bowiem taką metodę obserwacji, która daje efekt w postaci idealnego, bezbłędnego materiału źródłowego.

W pracy wykorzystano metody badania źródeł empirycznych przy zastosowaniu metod jakościowych w opisie i wnioskowaniu o współzależności i strukturze badanych

¹⁰ Ibidem, s. 96–103.

zjawisk. Bazę źródłową – do analizy empirycznej – stanowiły własne materiały pierwotne, uzyskane dzięki technice ankiety. Każdy respondent otrzymał do wypełnienia kwestionariusz zawierający 18 pytań przedstawionych w formie zamkniętej. Zastosowano trzy rodzaje pytań: dychotomiczne, w których respondent dokonywał wyboru między dwiema wykluczającymi się odpowiedziami „tak” lub „nie”, typu „kafeteria dysjunktywna”, w których mógł wybrać tylko jedną odpowiedź z wymienionych oraz typu „kafeteria koniunktywna”, w której mógł wybrać więcej niż jedną odpowiedź. W podjętym badaniu dokonano identyfikacji respondentów według cech demograficzno-społecznych, stosując następujące kryteria z podziałem na grupy:

- płeć: a) mężczyzna, b) kobieta,
- wiek: a) 18-25 lat, b) 26-45 lat, c) 46-60 lat, d) 61 lat i więcej,
- wykształcenie: a) podstawowe, b) zawodowe, c) średnie, d) wyższe,
- status zawodowy: a) osoba bezrobotna, b) emeryt, rencista, c) sektor prywatny, w tym działalność gospodarcza i rolnictwo, d) pracownik sfery budżetowej,
- miejsca zamieszkania, według liczby mieszkańców: a) mniej niż 10.000, b) 10.000-50.000, c) 50.001-100.000, d) więcej aniżeli 100.000.

Identyfikacji zachowań nabywczych dokonano na podstawie uzyskanych wariantów odpowiedzi „tak” lub „nie” na następujące pytania:

- czy w ostatnim roku kupił Pan/i/ złoto w sieci handlowej lub innym miejscu w ramach wspólnego gospodarstwa domowego?
- czy zamierza – planuje Pan/i/ dokonać zakupu złota (w jakiegokolwiek formie) w najbliższej przyszłości na potrzeby swoje lub rodziny?

Na pytanie: czy w ostatnim roku sprzedał Pan/i/ złoto rodzinne?, konsumentów (sprzedawców) zidentyfikowano na podstawie udzielonych odpowiedzi „tak” lub „nie”, natomiast według zamiaru sprzedaży złota, tj. czy zamierza – planuje Pan/i/ w najbliższej przyszłości sprzedać złoto rodzinne? na podstawie odpowiedzi „tak”, „nie”, „nie wiem”.

Masę dokonanej sprzedaży i zamiaru sprzedaży złota ujęto w czterech przedziałach: a) mniej niż 10 gram, b) 10-20 gram, c) 21-50 gram, d) więcej aniżeli 50 gram.

Pomiaru oceny przyczyn dokonanej sprzedaży oraz zamiaru (przyszłej) sprzedaży złota dokonano na podstawie uzyskanych wariantów odpowiedzi: a) niemożliwe, b) zła sytuacja materialna rodziny, c) niska wartość złota.

Występujący na rynku złota problem ze sprzedażą złota respondenci oceniali, wybierając jeden z dwóch wariantów odpowiedzi: a) sprzedałem/am/ bez problemu, b) wystąpiły problemy wynikające z braku popytu (chętnych do jego zakupu).

Identyfikację respondentów pod względem oceny zasadności lokowania posiadanych (własnych) oszczędności pieniężnych w złoto przeprowadzono przez uzyskanie odpowiedzi w wariantach: a) bardzo dobra, dokonuję, b) nigdy nie lokowałem /am/, c) niska wartość złota (lokaty), d) nie mam zdania.

1.7. Metody analizy

Pod względem statystycznym przeprowadzone badanie rynku złota miało charakter jakościowy. A zatem zachodziła konieczność oceny niezależności stochastycznej, a przynajmniej korelacyjnej cech niemierzalnych¹¹. Powołując się na literaturę statystyczną wiemy, że konieczność badania rynku w celu zidentyfikowania obszarów popytu jest oczywista, a uzyskane informacje pozwalają na ich wykorzystanie w skali makro lub mikro¹². Badania przeprowadzone dla rynków konsumpcyjnych mogą wskazać rodzaj klientów, którzy najprawdopodobniej zakupią lub sprzedadzą określony towar, pozwalając na przyporządkowanie ich poszczególnym grupom klientów zamieszkujących różne miejsca i posiadających różne preferencje¹³.

Do weryfikacji hipotezy o niezależności zmiennych stosowano test niezależności chi-kwadrat, a do pomiaru siły związku dwóch cech jakościowych (lub cechy jakościowej z ilościową) wyrażonych na skalach nominalnych zastosowano współczynniki kontyngencji C Pearsona w odniesieniu do wszystkich tablic wielodzielnych dowolnej wielkości (nie mniejszej niż dwa wiersze i dwie kolumny). W tym miejscu należy wypuklić, że u autora pracy pojawiły się wątpliwości dotyczące zastosowania współczynnika C Pearsona do tablic o dowolnej wielkości, ponieważ według L. Rutkowskiej, J. Sochy¹⁴ zauważa się, że do obliczenia siły zależności stosuje się jeden ze współczynników: F_i Youle'a – dla tabel 2x2; współczynnik kontyngencji C Pearsona – dla tabel o takiej samej liczbie wierszy i kolumn, większej od 2; V Cramera – dla tabel o różnej liczbie wierszy i kolumn. O zastosowaniu jednak współczynnika kontyngencji C Pear-

¹¹ Szerzej na temat oceny niezależności cech w: M. Piłatowska, *Repetitorium ze statystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 113–121.

¹² J. Wawrzynek, *Metody opisu i wnioskowania statystycznego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007, s. 133–138 i J. M. Kowalski, *Podstawy statystyki opisowej dla ekonomistów*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2006, s. 201–210.

¹³ P. N. Hague, P. Jackson, *Badania rynku, zrób to sam*, Wydawnictwo Signum, 1992, s. 29.

¹⁴ Katedra Dendrometrii, *Skrypt Statystyka analizy danych z wykorzystaniem programu Statystyka*, Wydział Leśny Akademii Rolniczej, Kraków 2005, s. 27.

sona do tablic wielodzielnych dowolnej wielkości zadecydowały ostatecznie względy merytoryczne zawarte w publikacji Akademii Ekonomicznej w Poznaniu¹⁵ oraz w książce „Statystyka”¹⁶.

Do opisu wewnętrznej struktury badanej zbiorowości (zbiorów danych pogrupowanych w tablicach wielodzielnych) zastosowano wskaźniki struktury, których suma równa się 100%. Do obliczeń wartości statystyki chi-kwadrat oraz współczynników kontyngencji C Pearsona – a zatem do analizy tablic dwudzielnych – posługiwano się programem komputerowym „Statistika7” w module „Podstawowe statystyki i tabele”, opcja „Tabele wielodzielne”. W odniesieniu do siły związków – między badanymi zmiennymi – zastosowano przyjętą przez autora skalę ocen:

- $0 < C_{skor} \leq 0,1$ – nikła (bardzo słaba),
- $0,1 < C_{skor} \leq 0,3$ – słaba,
- $0,3 < C_{skor} \leq 0,5$ – przeciętna (średnia),
- $0,5 < C_{skor} \leq 0,7$ – wysoka (silna),
- $0,7 < C_{skor} \leq 0,9$ – bardzo wysoka (bardzo silna),
- $0,9 < C_{skor} < 1,0$ – prawie pełna (doskonała).

1.8. Dobór próby

Dobór próby był celowy i polegał na wyborze jednostek spełniających określone kryteria. Według J. Neymana zgodność prób pod względem rozkładu wybranych cech kontrolnych w populacji nie wyklucza odmienności rozkładu pod względem innych cech¹⁷. Biorąc pod uwagę cel badawczy i liczebność badanej zbiorowości (gospodarstwa domowe) proces obserwacji statystycznej prowadzono w oparciu o metodę obserwacji częściowej i szacunku niekwalifikowanego. Badaniem objęto 1496 respondentów, którzy dobrowolnie akceptowali uczestnictwo w badaniu oraz byli właścicielami bądź współwłaścicielami gospodarstw domowych. Ustalona liczebność próby przy przyjętym poziomie ufności 0,95 (1-alfa) pozwala formułować wnioski z dokładnością $\pm 3\%$ (maksymalny błąd oszacowania). Ze względu na jakościowy charakter badania oraz merytoryczną znajomość problematyki badawczej przez autora pracy, przy doborze jednostek do próby badawczej zastosowano metodę doboru nielosowego, a w tym doboru celowe-

¹⁵ M. Chromińska, I. Roeske-Słomka, A. Szuman, *Metody statystyki opisowej*, w: Pomocnicze materiały dydaktyczne, Zeszyt nr 1, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2004, s. 76–77.

¹⁶ Por. M. Sobczyk, *Statystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 35–45.

¹⁷ Por. R. Zasepa, *Metoda reprezentacyjna*, PWE, Warszawa 1972, s. 35–39.

go. Według doboru celowego, jednostki spełniały dwa kryteria, a mianowicie: byli to klienci placówek jubilerskich, a zarazem właściciele lub współwłaściciele pełnych gospodarstw domowych.

Z naukowego punktu widzenia – wynikającego z nielosowego doboru próby – brak jest podstaw do uznania jej za reprezentatywną, a to oznacza, że otrzymane wyniki z próby nie mogą być uogólniane na całą populację. Jednakże w wyniku przeprowadzonego procesu badawczego uzyskane rezultaty pozwoliły zauważyć, że ze względu na wiek, struktura badanych w próbie odpowiada strukturze w populacji generalnej. Potwierdzają to wyniki testu dla prób niezależnych – **tabela 1**. W ocenie autora badania, są wystarczające przesłanki (rozkład zmiennej wieku i duża liczebność próby) do uznania próby badawczej za reprezentatywną.

**Tabela 1. Próba a populacja generalna
według wieku (średnia populacji 2004 i 2005)**

Wiek	Próba	Populacja
	w liczbach bezwzględnych	
18-25	283	5181748
26-45	555	10647756
46-60	334	8122641
61 i więcej	324	6237867
Ogółem:	1496	30190012
	w odsetkach	
18-25	18,92	17,16
26-45	37,10	35,27
46-60	22,32	26,91
61 i więcej	21,66	20,66
Ogółem:	100,00%	100,00%

Źródło: opracowanie własne na podstawie bazy badania własnego oraz danych GUS na podstawie www.stat.gov.pl.

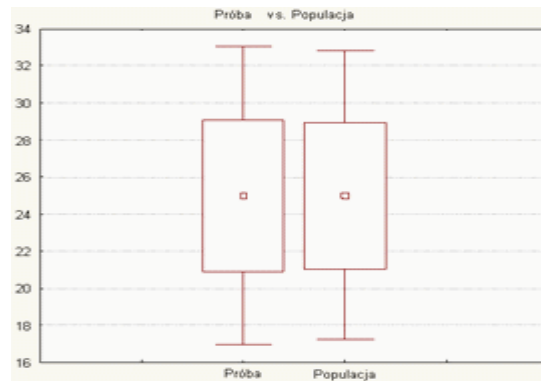
**Tabela 2. Test t dla prób niezależnych względem zmiennych
(próba x populacja według wieku)**

	Średnia	Średnia	t	df	p	N ważnych	N ważnych	Odch. stand.	Odych. stand.	F-iloraz wariancji	P wariancji
Próba vs. populacja	25,00000	25,00000	0,00	6	1,000000	4	4	8,199886	7,946114	1,064893	0,959993

Interpretacja wyniku: $p > \alpha$ i wynosi $p = 1,000$, co oznacza, że średnie wartości w obu grupach nie różnią się. Iloraz F wariancji jest bardzo bliski 1, a więc wariacje w grupach są statystycznie równe. Wartość p dla testu F wynosi 0,959993 (ostatnia kolumna), a zatem brak jest podstaw do odrzucenia hipotezy o równości wariancji w grupach populacji i próby.

Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 1.

Wykres 1. Układ graficzny testu



Źródło: jak w tabeli 2.

1.9. Respondenci według cech demograficzno-społecznych

Przyjmuje się, że konsumenci na rynku są zbiorowością wewnątrznie bardzo zróżnicowaną. Dotyczy to również zbiorowości objętej badaniem. Charakterystyki demograficzne ze względu na silną korelację z potrzebami i preferencjami konsumentów oraz częstością użytkowania produktu są najbardziej powszechnym kryterium podziału rynku¹⁸. W procesie badawczym dokonano identyfikacji respondentów według płci, wieku, poziomu wykształcenia, statusu zawodowego, miejsca zamieszkania oraz liczby mieszkańców – **tabela 3**.

Ocena struktury badanej zbiorowości – przeprowadzona według płci – wykazała, że znalazło się w niej 41,78% kobiet oraz 58,22% mężczyzn. W odniesieniu do wieku dominowali respondenci w przedziale 26-45 lat, którzy stanowili 37,10%. W pozostałych grupach wiekowych, zróżnicowanie było niewielkie i wyniosło 18,92% dla wieku 18-25 lat, 21,66% dla wieku 61 lat i więcej oraz 22,32% dla wieku 46-60 lat. Ocena wskaźników struktury wieku z uwzględnieniem płci respondentów ukazała umiarkowane zróżnicowanie pomiędzy mężczyznami a kobietami.

Wśród mężczyzn najwyższy odsetek (37,54%) dotyczył wieku 26-45 lat, a najniższy (17,57%) wieku 18-25 lat. W pozostałych przedziałach wiekowych wskaźniki struktury ukształtowały się odpowiednio: 22,27% dla wieku 46-60 lat i 22,62% dla wieku 61 lat i więcej. Wśród kobiet najwyższy odsetek (36,48%) tyczył się także wieku 26-45 lat. Pozostałe wskaźniki w analizowanej strukturze nie wykazały istotnego zróżnicowania i wyniosły w kolejności od najniższego: 20,32% dla kobiet w wieku 61 lat i więcej, 20,80% dla wieku 18-25 lat i 22,40% dla wieku 46-60 lat.

¹⁸ Por. M. Rószkiewicz, *Metody ilościowe w badaniach marketingowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002, s. 215.

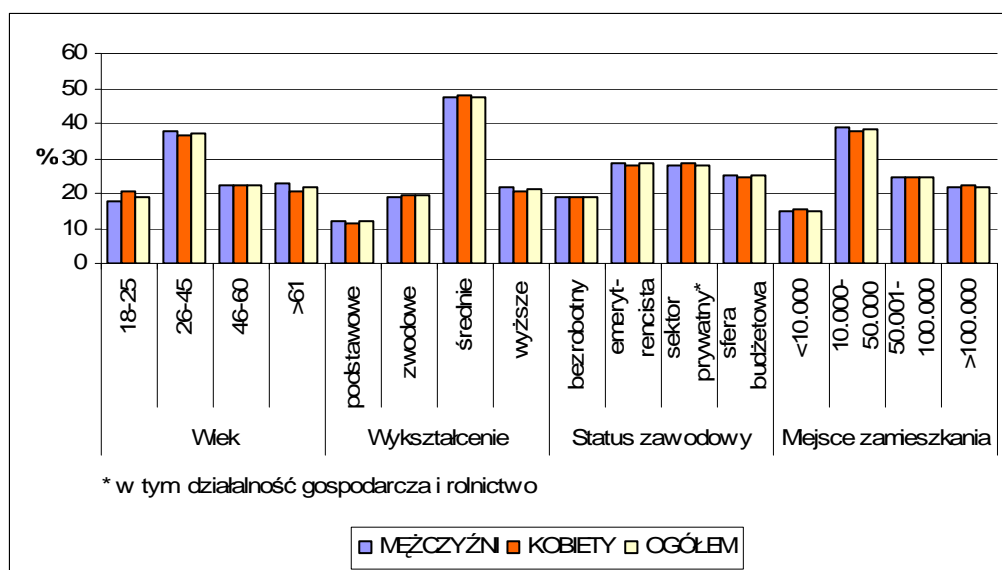
**Tabela 3. Charakterystyka respondentów
według cech demograficzno-społecznych**

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Respondenci według płci					
	Ogółem	M	K	Ogółem	M	K
	w liczbach bezwzględnych			w odsetkach		
Ogółem	1496	871	625	100,00	58,22	41,78
Wiek w latach						
18-25	283	153	130	18,92	17,57	20,80
26-45	555	327	228	37,10	37,54	36,48
46-60	334	194	140	22,32	22,27	22,40
61 i więcej	324	197	127	21,66	22,62	20,32
Wykształcenie						
podstawowe	179	107	72	11,96	12,28	11,52
zawodowe	289	166	123	19,32	19,06	19,68
średnie	711	411	300	47,53	47,19	48,00
wyższe	317	187	130	21,19	21,47	20,80
Status zawodowy						
osoba bezrobotna	280	248	118	18,72	18,60	18,88
emeryt, rencista	424	248	176	28,34	28,47	28,16
sektor prywatny*	419	242	177	28,01	27,79	28,32
sfera budżetowa	373	219	154	24,93	25,14	24,64
Miejsce zamieszkania						
<10.000	224	128	96	14,98	14,70	15,36
10.000-50.000	573	338	235	38,30	38,80	37,60
50.001-100.000	370	216	154	24,73	24,80	24,64
>100.000	329	189	140	21,99	21,70	22,40

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 2. Respondenci według cech demograficzno-społecznych, N=1496



* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 3.

Identyfikacja uwzględniająca poziom wykształcenia wykazała, że dominującą subpopulację stanowili respondenci z wykształceniem średnim (47,53%), a najmniej istotną z wykształceniem podstawowym (11,98%). Wykształcenie zawodowe było udziałem 19,32%, a wykształcenie wyższe – 21,19% respondentów. Zależnie od płci, wskaźniki struktury według poziomu wykształcenia nie wykazały istotnego zróżnicowania, kształtując się na poziomie badanej zbiorowości „ogółem” z odchyleniem (plus, minus) nieprzekraczającym 0,5 pkt proc.

W odniesieniu do statusu zawodowego najwyższy wskaźnik w strukturze stanowili emeryci i renciści (28,34%) oraz pracownicy sektora prywatnego, w tym prowadzący działalność gospodarczą oraz rolniczą, tj. 28,01%. Następnie byli to pracownicy sfery budżetowej (24,93%) oraz osoby bezrobotne (18,72%). W zakresie identyfikacji respondentów ze względu na płeć nie rozpoznano istotnych różnic w stosunku do struktury zawodowej badanych.

Ocena wskaźników struktury dla badanych według miejsca zamieszkania wykazała, że najwyższy odsetek respondentów (38,30%) zamieszkiwał miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców. Następnie byli to respondenci z miast 50-100 tys. (24,73%) oraz z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (21,99%). Najniższy procent badanych zamieszkiwał miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców – 14,98%. Wskaźniki struktury dla płci oraz miejsca zamieszkania wykazały niewielkie zróżnicowanie mieszczące się w przedziale 0,16 – 1,2 pkt proc.

1.10. Rozkłady empiryczne w próbie

Badanie rozkładu zmiennej odgrywa szczególną rolę we wnioskowaniu statystycznym, ponieważ rozkład odzwierciedla strukturę badanej zbiorowości ze względu na określoną cechę. Jest nieodzownym warunkiem wyboru prawidłowej (właściwej) analizy statystycznej, służącej do opisu badanej zbiorowości¹⁹. W związku z powyższym przeprowadzono badanie rozkładów empirycznych z badanej próby – **tabela 4**.

¹⁹ M. Sobczyk, *Statystyka*, op. cit., s. 32.

Tabela 4. Badanie testu normalności (baza 1-1496)

Zmienne empiryczne	N	Test Shapiro-Wilka (W)	Istotność (p)	Skośność	Odchyl. stand.	Kurtoza	Odchyl. stand.
P1: Ocena sytuacji ekonomicznej	1496	0,798764	0,000000	-0,00382	0,063267	-0,76233	0,126449
P2: Ocena wystarczalności dochodu	1496	0,615447	0,000000	-0,49343	0,063267	-1,75888	0,126449
P3a: Kredyty, pożyczki lombardowe	1496	0,625360	0,000000	-0,35612	0,063267	-1,87569	0,126449
P3b: Obligacje	1496	0,524893	0,000000	1,25372	0,063267	-0,42877	0,126449
P3c: Fundusze inwestycyjne	1496	0,406791	0,000000	2,11313	0,063267	2,46860	0,126449
P3d: Lokaty bankowe i inne dochody	1496	0,472692	0,000000	1,62273	0,063267	0,63408	0,126449
P4: Zakupy złota w ostatnim roku	1496	0,609809	0,000000	-0,55852	0,063267	-1,69032	0,126449
P5: Sprzedaż złota w ostatnim roku	1496	0,604067	0,000000	-0,61914	0,063267	-1,61883	0,126449
P6: Ilość sprzedanego złota w ostatnim roku (gramy)	969	0,869507	0,000000	-0,13547	0,078568	-1,12263	0,156974
P7: Główna przyczyna sprzedaży złota	969	0,792572	0,000000	-0,14007	0,078568	-0,72881	0,156974
P8: Problem ze sprzedażą złota	969	0,622308	0,000000	-0,40273	0,078568	-1,84161	0,156974
P9: Zamiar sprzedaży złota	1496	0,777238	0,000000	0,31317	0,063267	-1,43323	0,126449
P10: Ilość planowanej sprzedaży złota (gramy)	643	0,875559	0,000000	-0,02538	0,096374	-1,07940	0,192452
P11: Główny powód przyszłej sprzedaży złota	643	0,572811	0,000000	-1,33401	0,096374	-0,01572	0,192452
P12: Zamiar zakupu złota	1496	0,574859	0,000000	0,88002	0,063267	-1,22721	0,126449
P13: Ocena zasadności lokowania w złoto środków pieniężnych	1496	0,823732	0,000000	0,42235	0,063267	-1,23536	0,126449
P14: Płeć	1496	0,626702	0,000000	-0,33375	0,063267	-1,89114	0,126449
P15: Wiek	1496	0,821869	0,000000	0,23323	0,063267	-1,46535	0,126449
P16: Wykształcenie	1496	0,773173	0,000000	0,42359	0,063267	-1,46405	0,126449
P17: Status zawodowy	1496	0,860128	0,000000	0,18615	0,063267	-1,24423	0,126449
P18: Miejsce zamieszkania	1496	0,861295	0,000000	0,10047	0,063267	-1,15604	0,126449
Interpretacja wyników (dla wszystkich wierszy): a) $p < \alpha$ (przyjęty poziom istotności $\alpha=0,05$), b) na poziomie istotności 0,05 są podstawy do odrzucenia hipotezy o zgodności rozkładów z rozkładem normalnym. S<0-rozkład ujemnie skośny, S>0-rozkład dodatnio skośny, K>0-rozkład smukły, K<0-rozkład spłaszczony.							

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania własnego i programu „Statistica7”.

1.11. Procedura badania

We współczesnych badaniach sondażowych dąży się do maksymalnego wykorzystania informacji na etapie projektowania badania i opracowywania wyników²⁰. Mając to uwadze kwestionariusze ankiety przygotowano w taki sposób, by zawarte w nich dane umożliwiły wnioskowanie końcowe. Zgodnie z definicją zaczerpniętą z literatury przedmiotu „ankieta to samodzielna, standaryzowana grupa technik pozyskiwania informacji, oparta na pośrednim komunikowaniu się badacza z respondentami, w czasie którego pozyskuje on pisemne przekazy faktów lub opinii tych respondentów”²¹.

Na potrzeby niniejszej pracy przygotowano 2000 sztuk ankiet, które powierzono wytypowanym placówkom jubilerskim w kraju, w tym placówce należącej do autora pracy. Każda ankietę składała się z trzech kwestionariuszy zawierających w sumie 18 pytań. W okresie pełnego okresu badawczego wyłoniono w rezultacie próbę 1496 respondentów, co stanowiło zwrot ankiet w 74,80%. Dane z kwestionariuszy naniesiono na arkusz Excela (1496 x 18 = 26 928 danych) tworząc w ten sposób bazę. Dzięki zastosowaniu programu „Statistica7” przeprowadzono, zgodnie z przyjętym wcześniej kierunkiem celów badawczych, analizę wprowadzonych danych.

1.12. Zakres przestrzenny i czasowy badania

Badanie obejmuje rynek złota w Polsce i zostało przeprowadzone w ciągu jednego roku według stanu na dzień 31 grudnia 2005 roku. W ramach prowadzonego badania empirycznego sondowano opinie respondentów (uczestników rynku złota) w zakresie:

- oceny sytuacji materialnej w ich wspólnych gospodarstwach domowych obejmującej lata 2001–2005,
- zakupu i sprzedaży złota „w ostatnim roku”, tj. odnoszącym się do lat 2004 oraz 2005,
- zamiaru zakupu, a także zamiaru sprzedaży rodzinnego złota w najbliższej przyszłości.

Założono, że zasadnym dla oceny przez respondentów sytuacji ekonomicznej oraz dochodowej w ich wspólnych gospodarstwach domowych będzie okres nie krótszy

²⁰ M. Sławińska, H. Witzak, *Podstawy metodologiczne*, op. cit., s. 114–115.

²¹ M. Haffer, *Ankieta i wywiad jako metody testowania opinii konsumentów o produktach*, w: *Testowanie opinii konsumentów*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1990, s. 94, S. Kaczmarczyk, *Badania marketingowe. Metody i techniki*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, s. 179.

niż 5 lat, ponieważ pozwala na jej ujęcie w szerszej płaszczyźnie. Natomiast dla transakcji związanych z zakupami i sprzedażą złota, okres 1 roku nie budzi wątpliwości, jako najbardziej wiarygodny.

ROZDZIAŁ 2. GOSPODARSTWO DOMOWE JAKO PODMIOT RYNKU

2.1. Zachowania konsumentów w świetle teorii

Znajomość zachowań konsumentów jest w istocie podstawą wszelkiego skutecznego marketingu, dlatego każde przedsiębiorstwo działające na rynku dąży do poznania i wyjaśnienia prawidłowości związanych z postępowaniem konsumentów w nieskończonym procesie ujawniania się i zaspakajania potrzeb. Dawniej handlowcy mogli lepiej rozumieć konsumenta dzięki doświadczeniom nabywanym w wyniku codziennego kontaktu z klientem. Z czasem jednak, wraz z dynamicznym rozwojem rynku, bezpośredni kontakt z nabywcą zanikł i jako źródło informacji został zastąpiony przez badania konsumentów.

Problem zachowań dotyczy wszystkich dziedzin życia człowieka, dlatego stanowi obiekt badań wielu dyscyplin naukowych, m. in. psychologii, antropologii, socjologii i ekonomii. Każda z tych dyscyplin, ze względu na rozpatrywane kwestie przedmiotowe, w sposób odmienny wyjaśnia pojęcie zachowań człowieka. W najszerszym (ogólnym) znaczeniu „zachowanie” jest interpretowane jako „każda dająca się obserwować reakcja na bodźce z otoczenia lub ogół reakcji i ustosunkowań organizmu żywego do środowiska”¹. Zatem zachowanie człowieka można pojmować jako jego reakcje na określone bodźce wewnętrzne i uwarunkowania zewnętrzne. W takim ujęciu zachowania są działaniami prowadzącymi do realizacji celów w wyniku złożonym reakcji podmiotów na uwarunkowania psychiczne, społeczne i ekonomiczne².

Pojęcie „zachowanie konsumenta” stanowi element szerszej problematyki zachowania się człowieka we wszystkich obszarach jego życiowej aktywności. Zachowania te odnoszą się do sposobu postępowania konsumentów finalnych (osób i gospodarstw domowych) nabywających dobra materialne i usługi celem zaspokojenia swoich potrzeb konsumpcyjnych³. Samo pojęcie „zachowanie konsumentów” pochodzi od amerykańskiego terminu „*consumer behavior*”. W języku polskim przyjął się termin „behawioryzm” oznaczający w psychologii kierunek (rozpowszechniany przede wszystkim w USA) koncentrujący się na badaniu postępowania człowieka, a nie tylko na badaniu samych jego cech psychicznych⁴.

¹ Por. *Encyklopedia popularna PWN*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005, s. 1015.

² *Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów*, praca zbiorowa pod red. nauk. E. Kieźel, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004, s. 13.

³ *Ibidem*, s. 14.

⁴ Por. G. Światowy, *Zachowania konsumentów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006, s. 12, P. Sztompka, *Socjologia*, Wydawnictwo Znak, 2002, s. 46.

W literaturze występuje wiele różnych definicji pojęcia „zachowanie konsumenta” wyjaśniających jego istotę na gruncie różnych teorii i różnych dyscyplin⁵. Na przykład J.F. Engel, R.D. Blackwell i P.W. Miniard definiują zachowanie konsumenta jako ogół działań związanych z pozyskiwaniem, użytkowaniem oraz dysponowaniem produktami i usługami, łącznie z decyzjami poprzedzającymi i warunkującymi te zachowania⁶. Z kolei, F. Hansen zachowanie konsumenta określa jako ogół działań i percepcji konsumenta obejmujących przygotowanie decyzji wyboru produktu, dokonanie tego wyboru oraz konsumowanie. A zatem według Hansena, zachowanie konsumenta składa się z trzech typów reakcji: komunikowania się, zakupu i konsumpcji⁷.

Inaczej nieco zachowanie konsumenta definiuje M. Pohorille przedstawiając je jako sposób, w jaki konsument hierarchizuje swoje potrzeby, dokonuje wyboru dóbr i usług służących ich zaspokojeniu oraz użytkuje posiadane dobra⁸. Szerszą interpretację tej kategorii nadaje J. Szczepański i zachowaniem nazywa „wszystkie czynności, działania i sposoby postępowania, które zostają pobudzone przez odczuwanie potrzeb, uświadamianie sobie potrzeby, jej definiowanie, kwalifikowanie, przyznawanie jej *prawa* do zaspokojenia lub też dyskwalifikowanie jako niemożliwej do zaspokojenia z racji ekonomicznych, społecznych, moralnych czy religijnych”⁹. Jeszcze szerzej zachowanie konsumenta interpretują G. Antonides i W.F. Van Raaij. Według nich „zachowanie konsumenta obejmuje: czynności psychiczne i fizyczne, łącznie z ich motywami i przyczynami, jednostek i małych grup, dotyczące orientacji, kupowania, użytkowania, utrzymania i pozbywania się wyrobu (cykl konsumpcji) oraz produkcji gospodarstwa domowego (zrób to sam), rzadkich towarów i usług z sektora rynkowego, publicznego oraz z sektora gospodarstwa domowego; pozwalający konsumentowi funkcjonować oraz osiągać swoje cele i urzeczywistniać wartości, a dzięki temu osiągać zadowolenie i

⁵ L. Rudnicki, *Zachowanie konsumentów na rynku*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000, s. 14.

⁶ Por. J. F. Engel, R. D. Blackwell, P. W. Miniard, *Consumer Behavior*, The Dryden Press, Chicago 1993, s. 4, za: L. Rudnicki, *Zachowania rynkowe nabywców, mechanizmy i uwarunkowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 21.

⁷ Por. F. Hansen, *Consumer Choise Behavior*, A Cognitive Theory, The Free Press, Nev York 1972, s. 15, za: ibidem, s. 21.

⁸ M. Pohorille, *Mechanizmy i kierunki zmian w konsumpcji społeczeństwa polskiego*, w: *Systemy wartości a wzory konsumpcji społeczeństwa polskiego*, Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1980, s. 490, za: ibidem, s. 21.

⁹ J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1981, s. 165.

dobrobyt z uwzględnieniem skutków krótko i długo terminowych oraz konsekwencji jednostkowych i społecznych”¹⁰.

W literaturze dotyczącej zachowań konsumentów można spotkać jeszcze wiele innych definicji. W większości z nich zachowanie konsumenta określane jest jako ogół czynności i sposobów działania mających na celu pozyskanie środków zaspokojenia potrzeb oraz obchodzenie się z tymi środkami. A zatem, w świetle dotychczasowych rozważań należy przyjąć, że zachowania konsumentów to kompleks czynności i działań związanych z dokonywaniem wyborów dóbr i usług w procesie zaspokajania potrzeb konsumpcyjnych (jednostki lub grupy) w określonych warunkach społecznych, kulturowych i ekonomicznych. Oznacza to, że obejmują one zespół działań mających na celu pozyskanie środków konsumpcji i wykorzystanie ich w celu zaspokojenia potrzeb, łącznie z ocenami trafności podjętych decyzji. Z definicji tej wynika, że zachowanie konsumpcyjne jest procesem składającym się z kilku faz. Są nimi¹¹:

- uświadomienie potrzeb konsumpcyjnych i ustalenie kolejności ich zaspokojenia według indywidualnych skal preferencji,
- podjęcie działań poprzedzających decyzje o zaspokojeniu potrzeb, m.in. gromadzenie informacji o środkach konsumpcji (dostępności, jakości, ceny itp.),
- wybór produktu i podjęcie decyzji zakupu bądź decyzji o innych formach zaspokojenia potrzeb (zmiana wyboru),
- postępowanie konsumenta jako użytkownika środków konsumpcji,
- ocena trafności decyzji związanej z zakupem oraz wymiana informacji z otoczeniem.

Podstawową przesłanką zachowań konsumentów są potrzeby konsumpcyjne, które wywołują konkretne działania zmierzające do ich zaspokojenia, czyli usunięcia nieprzyjemnego uczucia braku czegoś pożądanego. Zależnie od rodzaju potrzeby są podejmowane określone działania, choć nie każda potrzeba wywołuje to działanie, ponieważ, albo jej ważność jest zbyt mała, albo brakuje środków do jej zaspokojenia. Należy podkreślić, że wielość i różnorodność czynników wpływających na sposób ujawniania się potrzeb, jak też na możliwości ich zaspokojenia, doprowadza do sytuacji, w której

¹⁰ G. Antonides, W. F. van Raaij, *Zachowanie konsumenta*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003, s. 24.

¹¹ *Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów*, praca zbiorowa pod red. nauk. E. Kieźel, op. cit., s. 16–17.

najprostsze potrzeby pierwotne stają się siłą napędową całego kompleksu zachowań konsumentów¹².

Zachowanie konsumenta obejmuje: nabywanie, posiadanie oraz użytkowanie środków zaspokojenia potrzeb¹³. Nabywanie środków zaspokojenia potrzeb jest poprzedzone wyborem, dokonywanym według złożonego zestawu kryteriów. Istotne są tu kryteria ekonomiczne, które umożliwiają konfrontację cen tych środków z dochodami nabywcy. Ważne są także np. społeczne wzory nabywania (naśladownictwo), czy nabywanie produktów dla celów społecznych, estetycznych, politycznych itp., których zakup z punktu widzenia ekonomicznego jest nieracjonalny. Ponadto nabywanie produktów powoduje, że konsument stając się uczestnikiem rynku utrzymuje w ruchu produkcję i wymusza jej rozwój, a tym samym przyczynia się do wzrostu gospodarczego kraju. Ważną rolę w kształtowaniu produkcji odgrywiają decyzje konsumenta dotyczące zakupu, odłożenia zakupu czy oszczędzania.

Posiadanie określa zakres i wymiar istnienia człowieka w systemie gospodarczym, społecznym i politycznym. Jest celem każdej działalności gospodarczej oraz warunkuje możliwości zaspokajania potrzeb. Posiadanie określa zachowanie konsumenta i uwzględnia jego motywę, może służyć użytkowaniu i bezpośredniemu zaspokojeniu potrzeb lub zabezpieczeniu zaspokojenia przyszłych potrzeb własnych, czy najbliższych. Poza tym występuje zachowanie konsumpcyjne w postaci „posiadania dla posiadania”, które jest cechą nie tylko skąpców i kolekcjonerów, ale występuje niemal u każdego człowieka.

Istotnym elementem zachowania konsumenta jest użytkowanie środków zaspokajających potrzeby. W procesie użytkowania następuje zużycie środków, co jest koniecznym warunkiem ciągłości rozwoju gospodarczego. Użytkowanie jest w pewnym sensie niszczeniem środków konsumpcji.

Dotychczasowe rozważania wskazują, że zachowania konsumentów odnoszą się do dwóch obszarów instytucjonalnych: rynku i gospodarstwa domowego. Precyzyjnie można określić jako „zachowanie konsumenta na rynku” i „zachowanie konsumenta w fazie konsumpcji”. Zachowanie konsumenta na rynku rozumiane jest jako ogół działań i percepcji konsumenta, związane jest z przygotowaniem decyzji wyboru produktu, dokonaniem wyboru oraz jego zakupem. Należy podkreślić, że pojęcie to również ma

¹² *Rynkowe zachowania konsumentów*, praca zbiorowa pod red. nauk. E. Kieźel, Akademia Ekonomiczna, Katowice 2001, s. 23.

¹³ Por. L. Rudnicki, *Zachowania rynkowe nabywców. Mechanizmy i uwarunkowania*, op. cit., s. 22.

swoje zakresy i można tu wyróżnić zachowanie konsumenta w fazie zbierania informacji, w fazie przygotowań do zakupu, związane z finansowaniem zakupu czy w trakcie dokonywania samego zakupu.

Zachowanie konsumenta w fazie konsumpcji oznacza jego zachowanie w gospodarstwie domowym i obejmuje głównie działania związane z użytkowaniem środków konsumpcji. Należy jednak podkreślić, że w gospodarstwie prowadzona jest również działalność usługowo-produkcyjna (przygotowanie posiłków, naprawy sprzętu, prace porządkowe itp.), która dostarcza środków konsumpcji, a więc dóbr materialnych i usług. Wymienione podzakresy zachowań konsumentów, tj. na rynku i w fazie konsumpcji, są ze sobą związane i wzajemnie na siebie oddziałują.

Właściwie dopiero w XX wieku zachowanie konsumenta stało się przedmiotem badań, a przyczynkiem do tego były następstwa rewolucji przemysłowej. W gospodarstwach domowych pojawił się dochód do swobodnego dysponowania, a więc dochód, który gospodarstwo mogło swobodnie wydać po pokryciu podstawowych kosztów życia. Dzięki powstałej nadwyżce środków pieniężnych konsumenci mogą dowolnie dysponować konsumpcją, mogą wydać lub też zaoszczędzić swoje środki pieniężne, zależnie od swej woli. Mogą również dowolnie dysponować czasem konsumpcji, wymieniać produkty na inne w dowolnym czasie, nie czekając na ich całkowite zużycie. Sytuacja ta sprawiła, że zależność między dostawcą a konsumentem uległa odwróceniu w sposób, kiedy stabilności gospodarki nie zapewnia już panowanie nad produkcją, lecz zależy ona od gotowości konsumentów do wydawania swoich pieniędzy. A gotowość tę można określić na podstawie badania opinii konsumenta¹⁴.

Pierwszy etap badań nad zachowaniem konsumenta obejmuje okres do roku 1940 i nazywany jest okresem przednaukowym. W tym czasie zachowanie konsumenta poddawano obserwacji, a następnie omawiano i wyjaśniano z punktu widzenia filozoficznego i społecznego. Zachowania konsumpcyjne zamożnej klasy społecznej badał Thorstein Veblen (USA), które przedstawił w książce „Teoria klasy próżniaczej” (1899 r.). Wyjaśnił zjawisko spektakularnej konsumpcji przez klasę wyższą, które polegało na demonstrowaniu zamożności, bogactwa i ekstrawagancji przez ubiór, mieszkanie, przyjęcia i próżniactwo. We Francji przy wyjaśnianiu zachowań konsumenta z klasy wyższej szczególnie uwzględniano rolę naśladownictwa (Gabriel Tarde 1902 r.).

¹⁴ G. Antonides, W. Fred van Raaij, *Zachowanie konsumenta*, op. cit., s. 81.

Drugi etap badań przypada na lata 1940–1964 i obejmuje badania nad motywacją. Ernst Dichter zastosował psychoanalityczną teorię Freuda wobec zachowania konsumenta przeprowadzając z konsumentami rozmowy celem ujawnienia ich głębszych, często nieświadomych motywów, wpływających na nabywanie oraz korzystanie z dóbr i usług. Koncepcję Dichtera w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych zdyskwalifikowano, ale obecnie jednak uznaje się, że miała ona pewną wartość. Jeszcze w latach sześćdziesiątych pojawiły się wyjaśnienia w kategoriach pojedynczych pojęć, do których zaliczono osobowość, spostrzegane ryzyko oraz dysonans poznawczy. Lata 1966–1972 to okres wielkich teorii, wykorzystujących dotychczasowy dorobek naukowy w celu opracowania schematów całościowego ujęcia zachowania konsumenta. A.R. Andreasen jest autorem pierwszego ogólnego modelu zachowania konsumenta przy dokonywaniu wyborów, wykorzystując w nim rolę takich czynników jak opinie, emocje i postawy. F.M. Nicosia skonstruował teorię zachowań obejmującą cztery obszary: komunikację masową, zachowania polegające na poszukiwaniu, dokonywaniu wyboru oraz konsumpcję, uwzględniając również jej wpływ na poprzednie obszary. J.A. Howard i J.N. Sheth opracowali teorię zachowania nabywcy. W teorii tej uwzględnili: wejście (bodźce reklamowe, informacja o produktach), spostrzeganie (ocena informacji), uczenie się (przyswojenie i zrozumienie) oraz wyjście (rzeczywiste zachowanie t.j. Kupowanie). J.F. Engel, D.T. Kollat i R.D. Blackwell (EKB) skonstruowali model zachowania konsumenta, który zakłada istnienie centralnej jednostki sterującej; która odbiera bodźce reklamowe oraz rozwiązuje wskazane problemy. Uwzględnia przy tym wpływy środowiska na centralną jednostkę oraz sprzężenie zwrotne. F. Hansen napisał pierwszą europejską książkę na temat zachowania konsumenta, skupiając się w niej na jednostkowym procesie podejmowania decyzji przez konsumenta. W latach siedemdziesiątych prowadzono badania nad przetwarzaniem informacji przez konsumenta. Teorią sformułowaną w kategoriach przetwarzania informacji była teoria postaw Fishbeina i Ajzena. Na teorii tej opierały się badania nad postawami, jak również w wielu badaniach, których celem było przewidywanie zamiarów zachowania oraz rzeczywistego zachowania. W latach osiemdziesiątych uwaga badaczy skupiła się, obok procesów poznawczych, na emocjach. Dostrzeżono, że w dokonywaniu wyborów i zachowaniu wielu konsumentów, istotną rolę odgrywają emocje. W latach dziewięćdziesiątych badania nad zachowaniem konsumenta prowadzone są w kategorii doznań. Istotą konsumpcji są doznania i emocje, a nie samo kupowanie i posiadanie wyrobów i marek. Konsumpcja ma znaczenie symboliczne, a człowiek wyraża się poprzez konsumpcję. Najnowsze osiągnięcia

w badaniach nad zachowaniem konsumenta to tzw. kategoryzacja pojęciowa i ekonomia zachowania. Kategoryzacja pojęciowa polega na korzystaniu przez konsumenta z umysłowych schematów produktów, czynności i samych siebie. Natomiast ekonomia zachowania zajmuje się tym, w jaki sposób konsumenci postrzegają, oceniają i przetwarzają informacje. Kończąc temat historii badań nad zachowaniem konsumenta należy dostrzec, że każda nowa koncepcja uwzględnia dotychczasowy dorobek badawczy nauki¹⁵.

Człowiek jest podstawową jednostką zachodzących procesów społecznych, gospodarczych i kulturowych oraz najważniejszym podmiotem i celem funkcjonowania rynku. Zajmuje się nim wiele nauk, m. in. socjologia i filozofia ukazująca bogactwo rozwiniętych na jego temat idei¹⁶. Funkcjonuje i rozwija się w różnych wymiarach¹⁷:

- biologicznym – człowiek jest zorganizowanym systemem organicznym, który w ramach konsumpcji umożliwia mu działanie i indywidualizuje jego potrzeby,
- psychicznym – stanowi motoryczny system jego zachowania,
- ekonomicznym – jako istota gospodarująca zmuszony jest do podejmowania działań zmierzających do zaspokojenia własnych potrzeb,
- społecznym – jest istotą społeczną oraz uczestniczy w życiu zbiorowym (jest członkiem społeczeństwa),
- kulturowym – jako składnik i twórca systemów cywilizacyjnych.

Jedną z najważniejszych ról, w jakiej występuje człowiek, jest rola konsumenta. Nabywając rynkowe dobra staje się jego elementem. Coraz częściej badania empiryczne dotyczą postaw człowieka, które wydają się ważne z punktu widzenia jego interesów, zwłaszcza, kiedy powodują osiągnięcie coraz wyższego poziomu dobrobytu. Konsumentem można nazwać podmiot ekonomiczny spożywający nabyte produkty¹⁸, a jego zachowanie zależy w głównej mierze od osobowości, czyli posiadanego zespołu cech psychicznych, które E. R. Hilgard rozumie jako zorganizowaną strukturę czynników

¹⁵ G. Antonides, W. Fred van Raaij, *Zachowanie konsumenta*, op. cit., s. 26–31.

¹⁶ Por. B. Suchdolowski, *Rozwój nowożytnej filozofii człowieka*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1967, s. 114–120.

¹⁷ J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka*, op. cit., s. 76–88.

¹⁸ Por: J. Kufel, H. Mruk, *Konsument jako instytucja ekonomiczna i prawna*, w: *Ochrona prawna konsumenta w uregulowaniach publicznoprawnych*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, seria I, z. 263, Poznań 1998, s. 9.

indywidualnych oraz sposobów postępowania decydujących o swoistych sposobach przystosowania się jednostki do jej środowiska¹⁹.

Zachodzące w gospodarstwach domowych zmiany w spożyciu dokonują się pod wpływem uwarunkowań ekonomicznych, społeczno-demograficznych, kulturowych oraz psychologicznych. Mając na względzie kompletność czynników i konsekwencje ich podziału, przyjęto za istotne wyróżnienie czynników obiektywnych i subiektywnych. Czynniki obiektywne mają charakter zewnętrzny i wewnętrzny oraz ekonomiczny i pozaekonomiczny. W czasie między działaniem czynników obiektywnych a momentem podjęcia decyzji przez konsumenta zaznacza się wpływ czynników subiektywnych (nawyki, postawy, zwyczaje, motywy i inne), które modyfikują reakcje konsumenta na oddziaływanie czynników obiektywnych – **tabela 5**.

Na dany rodzaj potrzeby wpływają również bodźce powodujące nie tylko uzmysłowienie sobie jej, ale wywołujące także zainteresowanie wiedzą na temat możliwości zaspokajania potrzeb. Zachowania nabywców zależą tak samo od rozbudowanej potrzeby, jak i od wiedzy o sposobach jej zaspokajania. Potrzeba, czyli stan odczuwania braku zaspokojenia, jest wstępną fazą każdego procesu decyzyjnego zakupu²⁰. Konsument kupują, ponieważ chcą:

- zaspokoić swoje potrzeby biologiczne,
- czuć się bezpiecznie,
- wyróżniać na tle innych,
- osiągnąć pewien status,
- zyskać prestiż,
- rozładować swoje stesy lub agresję,
- zaoszczędzić czas.

Potrzeby są kategorią nieco szerszą od popytu, a zatem konsument przeznaczając swoje pieniądze na zakup tych produktów, które w najpełniejszy sposób zaspokajają jego potrzeby. W zależności od profilu nabywcy potrzeby mogą się różnić i być uzależnione od danej grupy oraz jej wieku i stylu życia²¹. Na proces podjęcia decyzji przez

¹⁹ Por. E. R. Hilgard, *Wprowadzenie do psychologii*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1967, s. 655 – 660.

²⁰ P. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Wydawnictwo Felberg, Warszawa 1994, s. 6.

²¹ A. Falkowski, T. Tyszka, *Psychologia zachowań konsumenckich*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006, s. 63–66.

klienta składają się rozeznanie, wyszukiwanie, alternatywy wyboru, decyzja o zakupie oraz końcowa ocena zakupu.

Tabela 5. Konsumenty według czynników kształtujących ich zachowania

Czynniki obiektywne	ekonomiczne	Czynniki wewnętrzne
		<ul style="list-style-type: none"> – poziom i źródła dochodów – kredyty – oszczędności – poziom konsumpcji naturalnej – wyposażenie gospodarstwa domowego w dobra trwałego użytku – dotychczasowy poziom i struktura spożycia
	pozaekonomiczne	Czynniki zewnętrzne
		<ul style="list-style-type: none"> – podaż – poziom i relacje cen – infrastruktura handlowo-usługowa – polityka sprzedaży – systemy informacji instytucjonalnej
Czynniki subiektywne	pozaekonomiczne	Czynniki wewnętrzne
		<ul style="list-style-type: none"> – demograficzne: wiek, płeć, stan cywilny konsumenta, liczebność gospodarstwa domowego – społeczno-zawodowe: poziom oraz rodzaj wykształcenia, aktywność zawodowa i wykonywana praca – społeczne: rodzina, grupa odniesienia, liderzy opinii
	ekonomiczne	Czynniki zewnętrzne
		<ul style="list-style-type: none"> – geograficzno-przyrodnicze: położenie geograficzne, miejsce zamieszkania, klimat, warunki środowiska naturalnego, stopień zanieczyszczenia – cywilizacyjno-kulturowe: kultura i subkultura
ekonomiczne		<ul style="list-style-type: none"> – motyw – zwyczaj – postrzeganie (percepcja) – proces uczenia się – styl życia – nawyki – osobowość – postawy – tradycja – informacja prywatna

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. nauk. M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2006, s. 120.

Z rozwoju teorii wynika, że istnieją schematyczne zachowania konsumentów będące czynnikiem badań ekonomistów. Należy tu wymienić teorię użyteczności stworzoną przez czołowych przedstawicieli kierunku subiektywno-marginalistycznego w

ekonomii W.S. Jevonsa, C. Mengera i L. Walrasa²², która wyjaśnia zagregowane zachowanie konsumentów. Do jej założeń wlicza się hedonizm konsumenta, czyli dążenie klienta do maksymalizacji przyjemności wynikającej z faktu zakupu przy jednoczesnej minimalizacji przykrości, np. wysokich różnego typu kosztów. Ponadto badacze ci zauważyli, że w miarę wzrostu konsumpcji danego dobra przyrost zadowolenia wywołany zwiększeniem tej konsumpcji o jednostkę maleje, zatem użyteczność krańcowa jest coraz mniejsza. O zadowoleniu nabywcy decyduje więc natężenie zaspokajanej przez dany produkt potrzeby, a użyteczności osiąmane z tego samego dobra nie muszą być przy tym jednakowe. Konsument maksymalizuje użyteczność, gdy ostatnia częśćka jego dochodu (wydana na jakiegokolwiek dobro) przynosi mu taki sam przyrost zadowolenia jak wcześniej wydane zasoby. Stan ten będzie się powtarzać z jednego okresu na kolejny okres, jeśli tylko nie zmienią się upodobania konsumenta ani czynniki obiektywne, takie jak dochody i ceny.

Innym przypadkiem zachowania się konsumentów na rynku jest teoria preferencji i wyboru V. Pareta. Zakłada ona, że użyteczność produktów nabytych przez klientów nie jest mierzalna, a preferencje wyrażają to, jak bardzo poszczególne dobra są pożądane przez konsumenta. Zatem jeżeli konsument woli produkt A od produktu B to nigdy nie kupi produktu B. Podobnie, jeśli konsument woli produkt A od produktu B, a produkt B od produktu C, to woli także produkt A od produktu C itd. Aksjomaty obowiązują przy założeniu, że wszystkie produkty są dla konsumenta osiągalne przy danym poziomie dochodu i cen oraz stałych jego preferencjach.

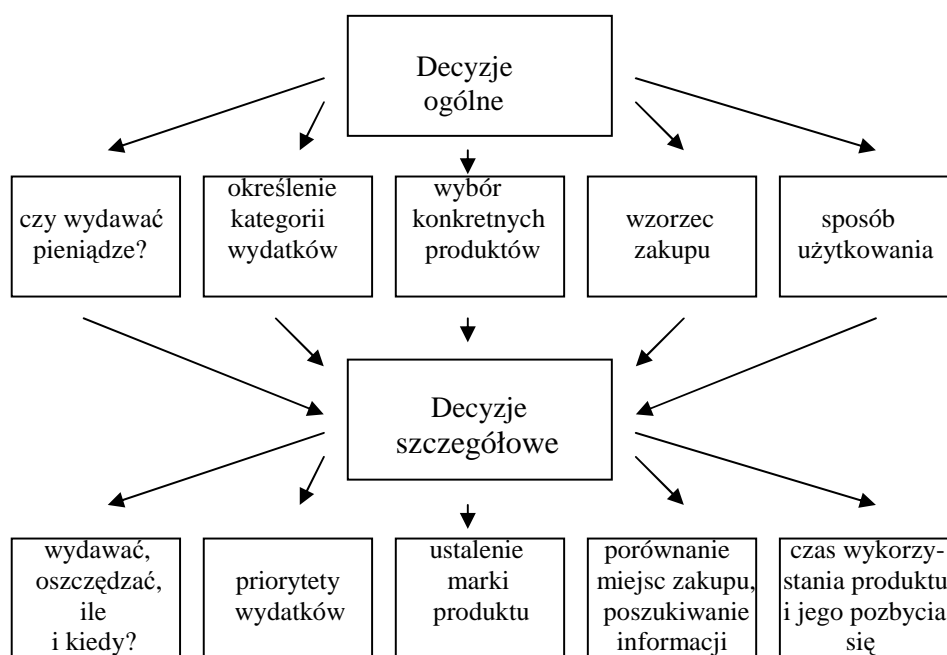
Inny jeszcze aspekt zachowania konsumenta oparty jest na czynnikach psychicznych odgrywających najważniejszą rolę w decyzji zakupu. W ekonomii istnieje pojęcie zachowania racjonalnego konsumenta, które wiąże się z maksymalizacją satysfakcji (przy danym poziomie dochodu następują starania o zakup dóbr sprawiających największe zadowolenie) oraz pojęcie zachowania irracjonalnego, czyli takiego, które jest sprzeczne z najlepiej pojętym interesem konsumenta, a które świadomie zostaje uznane przez człowieka w momencie podejmowania decyzji. Często negatywna postawa wobec produktu nie pozwala na zakup nawet wtedy, gdy silnie odczuwana jest dana potrzeba. Pozytywna postawa może natomiast doprowadzić do zakupu wtedy, gdy potrzeba jest odczuwana bardzo słabo.

²² Por. L. Rudnicki, *Zachowania rynkowe nabywców*, op. cit., s. 24–34.

Istnieje model zachowania konsumenta opartego na merytorycznie uporządkowanych czynnikach wyznaczających proces zakupu. Model ten według S. Gajewskiego można ująć w uproszczonej postaci, tj. *potrzeba – strategia nabywcza – decyzja*²³, nie oddaje on jednak wszystkich czynników, które mogą mieć wpływ na decyzje konsumenta związane z zakupem danego dobra.

Wszelkie potrzeby człowieka są podstawą jego zachowania i prowadzą do podjęcia decyzji rozważnych, niecodziennych (nierutynowych), nawykowych lub impulsywnych. L. Garbarski uważa, że w przypadku decyzji związanych z zakupami, przybierają one postać uporządkowanej logicznie piramidy, której podstawą są bardzo szczegółowe rozważania konsumenckie prowadzące w konsekwencji do podjęcia decyzji ostatecznej²⁴.

Rysunek 1. Konsumenty według decyzji związanych z zakupami



Źródło: opracowanie własne na podstawie L. Garbarski, *Zachowania nabywców*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 20–25.

O ile o potrzebach konsumentów mówi się w przypadku występujących zachowań na rynku w ogóle, o tyle zachowania konkretne wiążą się z motywami wyzwalającymi bezpośrednio działania i kształtującymi określone postawy. Stany te są często po-

²³ Por. S. Gajewski, *Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1994, s. 22.

²⁴ L. Garbarski, *Zachowania nabywców*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 20–25.

wiązane ze sobą i są nazwane zachowaniami polimotywacyjnymi, na które nakłada się najczęściej grupa motywów, jako czynników subiektywnych.

W literaturze przedmiotu do najczęściej prezentowanych klasyfikacji określających motywy ludzkie należy zaliczyć klasyfikację C. H. Waltersa, K. E. Runyona, G. L. Foxalla i K. Wójcika. Wśród definicji zachowań konsumpcyjnych można wyodrębnić nawiązujące do tradycji behawiorystycznej lub psychologii uczenia się (W.M. Furson, W.A. Scott, D. Drob), nawiązujące do koncepcji socjologicznej (L.L. Thurstone, H.A. Murray oraz C.D. Morgan, M. Fishbein, K. Obuchowski, J. Reykowski) oraz do teorii poznawczych w psychologii (S.E. Asch, M.J. Rosenberg, D. Krech i R.S. Crutchfield, M.B. Smith, S. Nowak, M. Marody, T. Mędrzycki, S. Mika).

Każde postępowanie konsumenta w procesie ujawniania się i zaspakajania potrzeb związane jest z podejmowaniem bardzo skomplikowanych decyzji. Zatem, proces ten, wymaga wyboru różnych wariantów podejmowania decyzji zmierzających do zaspakajania tych potrzeb. Aby zrozumieć kompleksowość tych decyzji i wyjaśnić postępowanie konsumentów, konieczne trzeba przestrzegać określonej procedury badawczej²⁵. Zgodnie z tą procedurą przyjmuje się pewne kryteria i uporządkowane schematy, według których kompleksowy proces zachowań jest dzielony na poszczególne fazy cząstkowe, różniące się specyfiką decyzji i sposobami postępowania. Określa się również uwarunkowania, w których występują te różnorodne sposoby postępowania. Poza tym tworzy się hipotezy, teorie i modele wyjaśniające prawidłowości i skutki różnych sposobów zachowań.

Realizując badania procesu postępowania konsumentów, można tworzyć własne schematy, uwzględniające właściwość podjętych celów i założeń, albo korzystać z opisanych w literaturze przedmiotu modeli teoretycznych. W każdym modelu postępowania decyzyjnego przyjęte są pewne założenia i ograniczenia. Ograniczenia wynikają z faktu, że niektóre zachowania konsumentów nie są jeszcze w pełni wyjaśnione oraz, że konsumenci stanowią silnie zróżnicowaną zbiorowość. Prowadzi to, do konieczności agregacji zachowań i dokonywania pewnych uogólnień i uproszczeń. Modele zachowania konsumentów są więc uproszczonym odzwierciedleniem rzeczywistości, obejmującym systematyczny wybór cech (zmiennych), które ujawniają się we wzajemnych zależnościach i teoretycznie wyjaśniają jak dochodzi do określonego zachowania konsumenta²⁶.

²⁵ Por. G. Światowy, *Zachowania konsumentów*, op. cit., s. 44–45.

²⁶ Por. Ibidem, s. 46–55.

W celach kompleksowego odzwierciedlenia zachowań konsumentów są stosowane następujące modele:

- strukturalne,
- stochastyczne,
- symulacyjne.

Modele strukturalne obejmują teoretycznie istotne cechy (zmiennie) oraz ich wzajemne relacje, dzięki którym uwidaczniają się procesy o podłożu psychicznym, które umożliwiają wyjaśnienie zagadnienia, jak dochodzi do skutku zachowanie konsumentów. W zależności od stopnia kompleksowości rozróżnia się modele całościowe (ogólne) i cząstkowe (szczegółowe).

Modele stochastyczne dotyczą przewidywanych zachowań konsumentów za pomocą prawdopodobieństw, odzwierciedlają zależności między wielkościami na wejściu (bodźce) i na wyjściu (reakcje), pomijają natomiast te (według G. Światowy), które leżą wewnątrz i dotyczą przebiegów zachodzących w organizmie bez możliwości ich obserwacji. Będą one reprezentowane w modelu przez mechanizm przypadkowy lub prawdopodobny. Według L. Rudnickiego zachowania te są ponadto rozpatrywane jako nieprzerwany proces decyzyjny, w którym można wyróżnić określone stany w kolejnych jednostkach czasu.

Modele symulacyjne umożliwiają przedstawianie procesu postępowania decyzyjnego konsumentów za pomocą specjalnych technik symulacji komputerowej w zmieniających się warunkach przy założeniu określonego (liczbowego) punktu wyjścia.

W badaniach dotyczących zachowań konsumentów najczęściej używa się modeli strukturalnych, zarówno całościowych, jak i cząstkowych. Przykładem mogą być znane modele takie jak: Howarda-Shetha, J.R. Bettmana, F.M. Nicosii, T. Rosanigo, TOTE, Bagozziego czy EBK.

Model zachowania konsumenta Horwarda-Shetha, należący do modeli ogólnych, stanowi próbę odzwierciedlenia całościowego procesu realizacji zakupu towarów posługując się zestawem trzech zmiennych. Do pierwszych należą zmienne wejściowe, będące informacją o wpływie spostrzeganych bodźców płynących z otoczenia. Mogą to być np. cechy produktu, jego jakość i walory użytkowe z punktu widzenia zaspokojenia potrzeb, o których konsument dowiaduje się bezpośrednio lub pośrednio przed zakupem, a nawet niekiedy tworzy je w swojej wyobraźni. W sytuacji powtórnego zakupu produktu korzysta jeszcze ze zdobytego wcześniej doświadczenia. Drugi rodzaj zmiennych stanowią zmienne hipotetyczne, które biorą udział w wewnętrznym procesie prze-

tworzenia informacji i pozwalają odwzorować przebieg motywowania działań. Trzeci rodzaj zmiennych, to zmienne wyjściowe, które odnoszą się do zauważalnych efektów wynikających z przebiegu procesów wewnętrznych. Są to zazwyczaj, np. decyzje o realizacji zakupu lub jego wstrzymanie, przedstawienie innych zamiarów postępowania lub ujawnienie tylko własnych opinii i zainteresowań. Charakterystyczną cechą tego modelu jest swoisty sposób uporządkowania zmiennych, według którego wielkości na wejściu i wyjściu dają się mierzyć, natomiast przedstawione w modelu przebiegi motywacyjne (hipotetyczne) stanowią konstrukcję teoretyczną.

Model strukturalny J.R. Bettmana przedstawia proces decyzyjny jako przetwarzanie informacji według określonego programu, świadomie kontrolowanego przez konsumenta. Świadome oddziaływanie jest utożsamiane z pojęciem heurystyki decyzyjnej, pojmowanej jako umiejętność rozwiązywania problemów, trafnością decydowania, odkrywania nowych zjawisk poprzez właściwe formułowanie hipotez oraz gromadzenie wiedzy i doświadczeń²⁷. Zdaniem Bettmana proces podjęcia decyzji dotyczącej zakupu pozostaje pod wpływem:

- ograniczonej zdolności świadomego przetworzenia informacji,
- dostępności do informacji i jej oceny,
- sprawności funkcjonowania wewnętrznych procesów regulacyjnych,
- oddziaływania wcześniej podejmowanych decyzji zakupu oraz zgromadzonego doświadczenia i wiedzy na procesy spożycia.

W modelu tym etapami procesu decyzyjnego sterują wewnętrzne mechanizmy dokonujące regulacji zgodnie z wolą i racjonalnym myśleniem konsumenta. Mechanizm kontrolny ujawnia się w ciągłym stwierdzaniu zgodności między stanem faktycznym, a stanem, w odczuciu subiektywnym, oczekiwanym. Z kolei, mechanizm przerywania zatrzymuje bieżącą aktywność i wyzwala inne procesy poznawania i motywowania.

Model F.M. Nicossi przedstawia proces podejmowania decyzji zakupu produktu na tle interaktywnych związków między głównymi uczestnikami gry rynkowej t.j. przedsiębiorstwem i konsumentem – rodziną. Wzajemna komunikacja przebiega poprzez działania promocyjne ze strony przedsiębiorstwa i dokonywane zakupy produktów przez konsumentów. W modelu tym proces podejmowania decyzji składa się z czterech obszarów, które obejmują:

- wpływ informacji pochodzących z rynku (firma, produkt) na postawy

²⁷ Por. J. Antoszkiewicz, *Metody heurystyczne. Twórcze rozwiązywanie problemów*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1990, s. 40–45.

konsumentów (cechy i predyspozycje),

- poszukiwanie produktów przez klienta i ich ocena,
- akt zakupu,
- sprzężenie zwrotne w postaci pozyskanego doświadczenia zarówno przez przedsiębiorstwo, jak i konsumentów.

Z kolei w decyzyjnym modelu T. Rossiniego, który uwypukla osobowość konsumenta, zwraca się szczególną uwagę na uwarunkowania psychologiczne wpływające na kolejne etapy podejmowania decyzji o zakupie. Ujmuje się takie czynniki jak cechy indywidualne konsumenta, tj. postawa, percepcja, uczenie się itp. Model ukazuje zachowanie konsumenta, które przebiega w pięciu etapach:

- odbiór bodźców na poziomie zmysłowym i ich interpretacja,
- motywacja warunkująca rozpoznanie potrzeby,
- wybór produktu i ocena do której konsument wykorzystuje zewnętrzne jak oraz wewnętrzne źródła informacji (reklama, katalogi, ceny, zdobyte wcześniej doświadczenie),
- zakup produktu lub jego zaniechanie,
- w wypadku dokonania zakupu, konsument dokonuje jego oceny i jeżeli jest zadowolony z zakupu to prawdopodobnie w przyszłości dokona powtórnego, a w przypadku niezadowolenia zrezygnuje z nabycia tego produktu.

Do rozważania niektórych szczególnych problemów dotyczących zachowań konsumentów niezwykle przydatne okazują się modele cząstkowe. Na uwagę zasługują te modele, które ze względu na poruszony problem mogą być bardziej użyteczne i aktualne w bieżącej działalności marketingowej firm. Do takich modeli należy zaliczyć model TOTE według Millera, Galanteria i Pribrama.

W modelu tym wszystkie procesy przetwarzania informacji są odtwarzane w systemie cybernetycznym. Autorzy wykazują, że każda podawana informacja podlega szczegółowemu sprawdzeniu i weryfikacji pod względem jej prawdziwości. Tylko informacje uznane za wiarygodne powinny stanowić podstawę do podejmowania decyzji, dlatego też firmy podające informacje o swojej działalności powinny szczególnie zabiegać o ich rzetelność. Rozpowszechnianie przez firmę informacji niesprawdzonych, nie dających się udowodnić, a czasami nawet fałszywych, podważa zaufanie dotychczasowych i potencjalnych klientów firmy.

Informacje adresowane do potencjalnego nabywcy – konsumenta są kontrolowane nie tylko pod względem wiarygodności, lecz także testowanie odnosi się do wszystkich dostrzegalnych cech produktu, do których można zaliczyć zalety użytkowe, estetyczne, jakościowe itp. Ujawnione cechy są porównywane z wewnętrznymi standardami wyróżniającymi spodziewane efekty w postaci subiektywnie oczekiwanych wartości cech. Jeżeli w wyniku porównań zachodzi zgodność cech, to dochodzi do dalszego trwania procesu decyzyjnego. Natomiast wystąpienie odchylenia świadczących o niezgodności ocen dodatkowo uaktywnia konsumenta w poszukiwaniu informacji, co tym samym wydłuża proces decyzyjny. Zjawisko niezgodności jest interpretowane jako zakłócenie równowagi poznawczej. Dlatego model TOTE łączy się z poznawczymi teoriami równowagi, według których rozbieżność poznawcza jest przyczyną poszukiwania informacji.

Stopień przyswajanych informacji ma odbicie w ryzyku wiarygodności, które powstaje przez to, że konsument na podstawie uzyskanych informacji przyjmuje za prawdziwe odchylenie między swoimi oczekiwaniami a widocznymi rezultatami zakupu. Ryzyko zatem wiarygodności rozumie się jako niestałość poznawczą albo konflikt poznawczy. Każdy konflikt zaś motywuje człowieka do podejmowania działań w celu wyprowadzenia go ze stanu nierównowagi wewnętrznej. Problem ryzyka wiarygodności występuje we wszystkich modelach odzwierciedlających proces oceny produktów. Przyjmując, że ogólna ocena produktu jest sumą pojedynczych wrażeń, to modele różnią się głównie sposobem pomiaru rzeczowych i wartościowych komponentów tych wrażeń. Problemem podstawowym w odniesieniu do wszystkich modeli pozostaje określenie, które właściwości produktu zostaną potraktowane wiarygodnie i jak zostaną ocenione.

Użyteczne w badaniach zachowań konsumentów są modele przyczynowe, dzięki którym możliwe jest dokładniejsze ustalenie zróżnicowanego wpływu poszczególnych determinant. Autorem tych modeli jest Bagozzi, który bada przyczynowe zależności między postawami, zamiarami działania i faktycznym postępowaniem, uwzględniając w nich także inne determinanty zachowań, np. cechy osobowości.

Innym modelem zasługującym na uwagę jest model postępowania decyzyjnego opracowany przez Engela, Kollata i Blackwella (EBK). Jest to model całościowy i odzwierciedla zachowanie konsumenta przy podejmowaniu nowej decyzji zakupu. Proces zakupu podzielony jest na pięć faz:

- rozpoznanie problemu – konsument spostrzega rozbieżność między

pożądanym a aktualnym stanem rzeczy, które uświadamiają mu potrzebę i uruchamiają motywy do działania,

- poszukiwanie i przetwarzanie informacji – konsument korzysta z wewnętrznych (wiedza, doświadczenie, determinanty psychiczne) i zewnętrznych (reklama, katalogi) źródeł informacji,
- ocena rozwiązań wariantowych i wybór rozwiązania – na proces ten wpływają kryteria oceny wariantów, przekonania, postawy, intencje i inne okoliczności,
- decyzja zakupu – na decyzje zakupu mogą mieć wpływ: dostępność towaru, zmiana dochodu, zmiana ceny, zmiana sytuacji rodzinnej,
- skutki decyzji zakupu – mogą wywołać u konsumenta jeden z dwóch stanów: satysfakcję lub dystans.

Zaprezentowany przebieg fazowy może trwać w zależności od specyfiki decyzji od kilku sekund do kilku nawet lat oraz możliwe są sprzężenia zwrotne i skoki przez jedną lub więcej faz. Zależnie od sposobu decydowania, szczególnie od świadomego rozważania decyzji, poszczególne fazy mogą się wydłużać lub skracać, a przy decyzjach zbiorowych mogą być rozdzielone między różne osoby.

W literaturze przedmiotu, poza wymienionymi modelami, występuje model stochastyczny Markowa²⁸ wykorzystywany do badania zachowań konsumentów w przyszłości i zakładający, że zachowanie konsumenta na rynku jest nieprzerwanym procesem decyzyjnym oraz model H.C. Triandisa²⁹ – symulacyjny (układu modeli strukturalnych i stochastycznych nie można rozwiązać pod względem matematyczno-analitycznym).

Różniącym się modelem od przytoczonych powyżej jest model opracowany przez J.N. Shetha, który odnosi się do podejmowanych decyzji zakupowych przez gospodarstwa domowe postrzeganych jako jedna materia decyzyjna. W swoim założeniu ujmuje autonomiczne i wspólne decyzje członków rodziny uwzględniające motywy oraz determinanty zakupów.

Należy uwypuklić, że niezależnie od funkcjonujących w literaturze przedmiotu modeli dotyczących zachowań konsumentów, zadaniem każdego z nich jest próba ra-

²⁸ Por. S. Mynarski, *Analiza rynku: problemy i metody*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977, s. 45–48.

²⁹ Por. G. Światowy, *Zachowania konsumentów*, op. cit., s. 40–44.

cyjnego wyjaśnienia wszelkich motywów i postępowań człowieka, które nauka stara się zgłębić poprzez badania empiryczne.

Coraz częściej ekonomiści zwracają uwagę, że zachowania wielu osób w Polsce przybierają charakter typowych dla społeczeństwa konsumpcyjnego i przybierają formę tzw. konsumpcjonizmu³⁰. Stan ten cechuje nadmierne przywiązywanie wagi do zdobywania dóbr i usług materialnych, które w konsekwencji prowadzą do ich marnotrawstwa i degradacji człowieka.

Autor pragnie w tym miejscu podkreślić, że świadomie pominął lub tylko zanonsował niektóre kwestie związane z motywami i zachowaniami konsumpcyjnymi, ponieważ ich ścisła analiza, w ślad za literaturą przedmiotu, wykracza poza zakres niniejszej pracy.

2.2. Uwarunkowania konsumpcji gospodarstwa domowego

Konsumpcja to proces zaspokajania potrzeb człowieka przy wykorzystaniu dóbr i usług. Stanowi zasadniczy cel działalności gospodarstwa domowego na rzecz swoich członków, obok zdolności do podejmowania wszelkich decyzji umożliwiających ich realizację.

W ramach dokonującej się konsumpcji zasoby dóbr ulegają zmniejszeniu jak i destrukcji. Spożycie w ramach procesu produkcyjnego powoduje m. in. zużywanie surowców, materiałów, maszyn. W procesie nieprodukcyjnym jest związane z bezpośrednim zaspokojeniem potrzeb materialnych i duchowych człowieka.

Teoria ekonomii wskazuje na istnienie ograniczonych środków, zasobów pozostających do dyspozycji zarówno każdego podmiotu gospodarczego, jak i całego społeczeństwa. Nie ma na świecie „nieograniczonej obfitości”, a to oznacza, że cechą większości zasobów jest ich „rzadkość”. Nawet najbogatsze społeczeństwa żyją w świecie rzadkości, ponieważ zawsze chcą konsumować więcej, niż są w stanie wytworzyć. Zjawisko rzadkości zmusza każde społeczeństwo do rozwiązywania trzech podstawowych, wzajemnie ze sobą powiązanych problemów ekonomicznych, które obejmują wybór przyszłego produktu, poniesione nakłady i podział. W ramach tego stwierdzenia należy uzyskać odpowiedź na trzy podstawowe pytania: co?, jak? dla kogo?³¹.

³⁰ *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. nauk. M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2006, s. 79–80.

³¹ E. V. Bowden, J. H. Bowden, *Ekonomia-nauka zdrowego rozsądku*, Fundacja Innowacja, Warszawa 2002, s. 50–52.

Problem pierwszy sprowadza się do pytania, co produkować? Dotyczy wyborów, jakie dobra wytwarzać, w jakich ilościach i w jakim czasie. Inaczej mówiąc, jakie potrzeby społeczne mają być zaspokajane i w jakiej kolejności. Czy posiadane w dyspozycji zasoby czasu i środki będą wykorzystane do zwiększenia ilości produktów żywnościowych, czy elektronicznego sprzętu lub na edukację i wychowanie, albo na zwiększenie bezpieczeństwa wewnętrznego lub zewnętrznego? Istnieje niezliczona liczba celów i powiązań między nimi, które można realizować w ramach posiadanych zasobów³².

Problem drugi dotyczy sposobu produkcji, czyli uzyskania odpowiedzi na pytanie, jak produkować i odnosi się do wyboru nakładów, czyli – kto ma wytwarzać, z jakich zasobów (surowców, materiałów) i przy zastosowaniu jakiej metody technicznej lub technologicznej? Czy dobra i usługi mają być wytwarzane przez podmioty sektora prywatnego, czy przedsiębiorstwa państwowe, a jeżeli przez obydwa, to w jakiej proporcji? Czy produkcja ma mieć charakter drobnotowarowy (rzemieślniczy), czy przemysłowy oraz jaki stopień specjalizacji ma ją cechować? Z jakich korzystać źródeł energii dokonując wyborów między naturalnymi źródłami energii (woda, wiatr, słońce), energii otrzymywanej z zasobów mineralnych (węgiel, gaz, ropa), czy energii jądrowej? Zgodnie z teorią ekonomii, wszelkie procesy gospodarcze mają swoje nakłady (czynniki produkcji) i wyniki (produkty finalne). Nakłady dzielą się na trzy grupy: ziemia i zasoby naturalne, praca oraz kapitał. Problem produkcji dotyczy ciągłych wyborów „kombinacji nakładów” niezbędnych do wytwarzania pożądaných produktów³³.

Problem trzeci wiąże się z pytaniem, dla kogo mają być wytwarzane dobra i dotyczy ściśle sposobu podziału wytworzonych dóbr i usług wśród członków społeczeństwa. Kto i ile otrzyma z wytworzonego produktu narodowego? Jakie kryteria mają o tym decydować, czy na przykład wykształcenie, zawód, jakość pracy, a może przynależność do określonej grupy społecznej lub cechy osobowe, do których zaliczamy uzdolnienia, inteligencję lub spryt³⁴. Pewne usystematyzowane sposoby rozwiązywania problemów produktu, nakładów i podziału wraz z ich realizacją są związane z działaniem tylko trzech procesów ekonomicznych, do których zaliczamy proces społeczny, proces polityczny i proces rynkowy. Procesy te działają w pewnym zakresie w każdym

³² P. A. Samuelson, W. D. Nordhaus, *Ekonomia 1*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s.53–54.

³³ Ibidem, s. 54.

³⁴ Ibidem, s. 55.

społeczeństwie i tylko dominacja jednego z nich wyróżnia jeden system ekonomiczny od drugiego w realnym świecie (np. kapitalizm od komunizmu)³⁵.

Istotą każdego procesu społecznego jest dokonywanie wyborów opartych na obyczajach i tradycjach społecznych. Niemal w każdym społeczeństwie problemy produkcji i podziału wiążą się z procesem społecznym. Jednak wpływ tradycji i obyczajów na podstawowe wybory ekonomiczne jest znacznie większy w krajach słabo rozwiniętych gospodarczo. W społeczeństwie, w którym dominuje obyczaj i tradycja, udział każdego człowieka w podziale produktu jest w wysokim stopniu uzależniony od przekazywanej z pokolenia na pokolenie tradycji oraz więzów pokrewieństwa. Niezadawalający poziom życia społeczeństw tradycyjnych stanowi wystarczającą przesłankę do dokonania szybkich zmian, które są konieczne do osiągnięcia wyższej produktywności gospodarki i podniesienia stopy życiowej³⁶.

W odniesieniu do procesu politycznego, decyzje gospodarcze dotyczące produkcji oraz podziału podejmuje aparat państwa, dokonując wyborów ekonomicznych i kierując gospodarką za pomocą „nakazów”, które mogą mieć charakter dyktatorski lub demokratyczny. Decyzje podejmowane przez państwo dotyczące produkcji i podziału mają zawsze charakter nadrzędny w stosunku do innych. Tymczasem decyzje dotyczące wykorzystania środków podejmowane w procesie politycznym określane są niekiedy jako nakazowa metoda wyboru. Niekiedy metoda ta stosowana jest pośrednio. W takim przypadku władza oferuje bodźce „coś za coś”, by w ten sposób przekonać ludzi do swojej oferty – decyzji państwowej.

Każdy proces rynkowy działa poprzez popyt, podaż oraz mechanizm cenowy rozwiązujący automatycznie problemy produkcji i podziału. Charakteryzuje się specjalizacją, która pozwala każdemu podmiotowi na produkcję wybranych dóbr, a następnie na konsumpcję innych. Wytwarzane są towary, których potrzebują konsumenci i które przynoszą najwyższe zyski ze sprzedaży. Natomiast konsumenci podejmują indywidualne decyzje o sposobie wydatkowania swoich dochodów generowanych przez ich pracę i posiadany majątek.

Współczesne systemy gospodarcze mają charakter mieszany. Z jednej strony siły rynkowe koordynują działalność podmiotów gospodarczych za pomocą mechanizmu rynkowego, z drugiej – państwo modyfikuje mechanizm oraz kryteria dokonywania wyborów ekonomicznych ustalając strategię rozwoju gospodarczego. Ingerencja

³⁵ E. V. Bowden, J. H. Bowden, *Ekonomia-nauka zdrowego rozsądku*, op. cit., s. 52.

³⁶ Ibidem, s. 53.

państwa w gospodarkę ma uzasadnienie w odniesieniu do jego funkcji stabilizacyjnej (sfera regulacyjna) oraz alokacyjnej i redystrybucyjnej (sfera realna).

Funkcja stabilizacyjna dotyczy warunków gospodarowania i polega na podejmowaniu działań regulacyjnych zapewniających efektywne i stabilne funkcjonowanie systemu ekonomicznego, natomiast alokacyjna – zabiega o umieszczenie kapitału (środków produkcji) w tym systemie. Funkcja redystrybucyjna wiąże się z efektami produkcji, które mają wpływ na ponowny podział dochodów w systemie.

Realizacja wszystkich funkcji w polityce gospodarczej ma na celu eliminowanie negatywnych skutków niedoskonałości rynku oraz osiąganie celów społeczno-politycznych przez rząd. Ingerencję władz publicznych w gospodarkę uzasadniają niektóre niedoskonałości rynku: występowanie dóbr publicznych, występowanie efektów zewnętrznych, brak konkurencji, niedobory rynkowe, luki informacyjne, nierównowaga gospodarcza (inflacja, bezrobocie), redystrybucja dochodów i występowanie tak zwanych dóbr godziwych³⁷.

Gospodarka rynkowa jest systemem, który składa się z różnych podmiotów – uczestników rynku wzajemnie ze sobą powiązanych w wyniku zawieranych transakcji wymiennych. Jego podmiotami są konsumenci i ich gospodarstwa domowe, przedsiębiorstwa produkcyjne i usługowe, instytucje finansowe i pozostałe (pośredniczące w przepływie dóbr i usług od producenta do konsumenta), administracja państwowa oraz władze lokalne (samorządowe)³⁸.

Zachodzące powiązania będące formą więzi pomiędzy wymienionymi podmiotami rynku urzeczywistniają się za pośrednictwem cen rynkowych, płac i innych form dochodów, kredytów i procentów, papierów wartościowych oraz pozyskiwanych z nich dochodów, emerytur, rent i zasiłków, podatków i opłat skarbowych, kar pieniężnych, subwencji itp. To właśnie rynek kształtuje ceny dóbr i usług, ceny pracy, kapitału, ziemi i wszystkich innych czynników produkcji. Z kolei ceny wpływają na decyzje ekonomiczne wszystkich podmiotów gospodarczych, wywołując określone zachowania konsumentów i producentów uczestniczących w wymianie. Dzięki gospodarce rynkowej rozwinęły się różnorodne formy towarowo, pieniężne tworząc w ten sposób jednolity mechanizm funkcjonujący według określonych reguł ekonomicznych. Na zachowania podmiotów gospodarczych mają także wpływ występujące na rynku ograniczenia o charakterze realnym i regulacyjnym. Wyznacznikiem ograniczeń realnych są warunki przy-

³⁷ U. Kalina-Prasznik, *Regulowana gospodarka rynkowa*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003, s. 27, 30.

³⁸ M. Nasiłowski, *System rynkowy*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2002, s. 36.

rodnicze, zasoby pieniężne, kapitałowe, kadrowe, wymagania technologiczne oraz poziom popytu konsumpcyjnego ludności. Ograniczenia regulacyjne, to ustalone zwyczajowo lub prawnie normy postępowania³⁹.

W latach dziewięćdziesiątych w Polsce, dzięki gospodarce rynkowej, stworzyły się warunki ustrojowe umożliwiające pełnienie w gospodarce funkcji motywacyjnej konsumpcji. Zdaniem J. Kramer funkcja ta spełnia się pod warunkiem stałego rozwoju spożycia równoznacznej z minimum socjalnym oraz powiązania i stałego rozwoju konsumpcji środków utrzymania (tzw. reprodukcyjnej) i konsumpcji czystej. Drugim warunkiem jest wpływ konsumpcji jako całości na rozwój i wzbogacanie człowieka w jego czasie wolnym, a także, jeśli w jej skład – pojmowanej jako masa – wchodzi kwalifikacje, umiejętności i twórczość człowieka⁴⁰.

Zdaniem J. Szczepańskiego konsumpcja towarzyszy człowiekowi niemal na każdym kroku i jest podstawowym faktem jego życia, ponieważ od niej zależy jego utrzymanie i przebieg⁴¹. Oznacza bezpośredni akt spożycia przez zużycie określonego środka (bezpośrednie zaspokojenie pewnej potrzeby) lub dotyczy użytkowania jakiegoś dobra służącego zaspokojeniu potrzeb, stanowiąc proces złożony z działań i zachowań zmierzających do pośredniego i bezpośredniego zaspokajania potrzeb. Jest także postrzegana jako faza procesu reprodukcji społecznej w ramach sfery spożycia. Jej wpływ na współczesne społeczeństwa kapitalistyczne jest tak duży, że jest traktowana jako wartość najwyższa; utrzymuje wzrost gospodarki i realizuje cele życiowe jednostki⁴².

O poziomie konsumpcji decyduje skala zaspokojenia kompleksowych potrzeb człowieka. Do najczęściej uwypuklanych w literaturze przedmiotu zalicza się klasyfikacje potrzeb człowieka według A. H. Maslova. Są to potrzeby samorealizacji, szacunku i uznania, przynależności i miłości, bezpieczeństwa oraz fizjologiczne⁴³. Z kolei C. Alderfer nawiązując do klasyfikacji Maslova wyodrębnia, także w układzie hierarchicznym, trzy grupy potrzeb, tj. egzystencji (odpowiadających potrzebom fizjologicznym i bezpieczeństwa), związków (obejmujących kontakty społeczne z ludźmi, a odnoszące

³⁹ Ibidem, s. 37.

⁴⁰ Por. J. Kramer, *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997, s. 19–21.

⁴¹ Zawsze stawia się pytania, czy konsumpcja jest najważniejszym celem, czy środkiem i koniecznością do realizacji innych celów człowieka. Por. J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1981, s. 318–319.

⁴² Por. J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka*, op. cit., s. 132–137.

⁴³ Por. A. H. Maslov, *Motivation and Personality*, Harper and Row Publication, New York 1954, s. 33–49.

się do potrzeb przynależności i uznania według Masłowa) oraz wzrostu (odnoszące się do rozwoju osobowego i które są równoważne potrzebom samorealizacji i uznania), zakładając, że jednostka odczuwa w tym samym czasie różne potrzeby z różnych poziomów i że są one zaspokajane bardziej w sposób ciągły, a nie hierarchiczny⁴⁴.

Z punktu widzenia konsumpcji istotne znaczenie dla gospodarstwa domowego ma sytuacja materialna, tj. standard i sposób życia, styl oraz jakość życia, czyli dobrobyt⁴⁵. Poza realizacją celów konsumpcyjnych, w tym materialnych, w gospodarstwach domowych dokonuje się także realizacja celów społecznych, wychowawczych⁴⁶. Dążenie do realizacji określonego celu wynika z potrzeb lub pragnienia danego członka rodziny lub jej samej. Potrzeby te wynikają z głębi psychologicznej członków rodziny oraz reguł rządzących życiem w społeczeństwie. Są uznawane za regulator życia społecznego i źródło najróżniejszych właściwości i procesów społecznych⁴⁷. Utożsamia się je także z popytem rynkowym i preferencjami ludzi. Inną siłą pobudzającą postawę człowieka jest motywacja, której proces polega na powtarzającej się zależności pomiędzy uświadomieniem niezaspokojonej potrzeby, rozpoznaniem warunków oraz możliwości jej zaspokojenia jak i rozbudzeniem nowych potrzeb⁴⁸.

Do najczęściej stosowanych w literaturze przedmiotu klasyfikacji konsumpcji należą kryteria według Cz. Bywalca i L. Rudnickiego. Ze względu na jej przedmiot różnią ją konsumpcję dóbr materialnych (z podziałem na konsumpcję żywności i artykułów przemysłowych) oraz usług (z podziałem na konsumpcję usług materialnych i niematerialnych, społecznych). Ze względu na podmiot różnią ją konsumpcję indywidualną i zbiorową, uwzględniając spożycie zachodzące w gospodarstwach domowych (dane dobro jest użytkowane przez dwóch najmniej członków rodziny), spożycie grupowe (wspólne użytkowanie dobra przez daną grupę społeczną) oraz ogólnospołeczne

⁴⁴ Por. *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. nauk. M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2006, s. 59–65.

⁴⁵ W literaturze przedmiotu gospodarstwo domowe jest różnie określane. Początkowo dominowało podejście przedmiotowe dotyczące działań związanych z zaspokojeniem potrzeb wewnątrz gospodarstwa, w latach 70. i późniejszych podmiotowe, tj. jako kategoria społeczno-ekonomiczna niezbędna do bytowania rodziny, w latach 90. podkreślano zachowania gospodarstw wyznaczone przez potrzeby i zgodne z kierunkiem ich zaspokojenia. W świetle najbardziej klasycznej definicji gospodarstwo domowe jest bazą ekonomiczną jednostki lub grupy osób powiązanych z więziami rodzinnymi lub innego rodzaju. Por. A. Hodolę, *Gospodarstwo domowe i jego rola społeczno-ekonomiczna*, Książka i Wiedza, Warszawa 1971, s. 20–25. Z kolei w opracowaniach Głównego Urzędu Statystycznego – gospodarstwo domowe jest definiowane jako zespół osób spokrewnionych lub niespokrewnionych, mieszkających razem i wspólnie utrzymujących się. Por. *Prognoza demograficzna na lata 2003 – 2030*, w: *Informacje i Opracowania Statystyczne*, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2004, s. 24.

⁴⁶ K. Kacperski, E. Wiszniewski, *Ekonomika gospodarstwa domowego*, Warszawska Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002, s. 9–12.

⁴⁷ J. Szczepański, *Konsumpcja a rozwój człowieka*, op. cit., s. 137–147.

⁴⁸ Por. *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, op. cit., s. 48.

(całe społeczeństwo korzysta z dostępnych dóbr i usług, które świadczy państwo). Innym kryterium klasyfikacyjnym jest źródło finansowania konsumpcji, które dotyczy spożycia prywatnego (nabywane dobra pochodzą z własnych środków lub są wytworzone przez konsumenta) oraz spożycia publicznego (źródło finansowania dóbr stanowią środki społeczne) oraz źródło pochodzenia dóbr konsumpcji, które pozwala rozróżnić:

- konsumpcję rynkową (towarową – dobra zakupił konsument),
- konsumpcję naturalną (samozaopatrzenie konsumpcyjne – artykuły wytworzone przez konsumenta w ramach jego gospodarstwa domowego),
- konsumpcję społeczną – konsumpcja dóbr pozyskanych z pominięciem rynku, finansowaną zazwyczaj z środków publicznych⁴⁹.

Gospodarstwa domowe – traktowane jako system – obejmują trzy podstawowe czynniki: ludzki, materialny i społeczno-ekonomiczny. Czynniki ludzki stanowi osoba lub osoby powiązane więzami rodzinnymi (pokrewieństwo lub inne), wspólnie mieszkające i wspólnie gospodarujące, co wyraża się na łączeniu swoich dochodów oraz wnoszeniu własnej pracy. Na czynnik materialny składa się ogół dóbr materialnych trwałego i nietrwałego użytku oraz środków finansowych będących w dyspozycji gospodarstwa domowego dla zaspokojenia indywidualnych potrzeb swoich członków i gospodarstwa jako całości. Wielkość zasobów materialnych zależy od statusu członków gospodarstwa domowego na rynku pracy, który decyduje w sposób bezpośredni o ich sytuacji materialnej i poziomie⁵⁰. Czynniki społeczno-ekonomiczny to ogół działań podejmowanych przez członków gospodarstwa domowego wewnątrz gospodarstwa domowego i na zewnątrz w jego otoczeniu, niezbędnych do zaspokojenia potrzeb⁵¹.

Gospodarstwo domowe, będąc podmiotem gospodarującym wyróżnia się wśród innych podmiotów swoistymi cechami, do których można zaliczyć: dążenie do zagwarantowania swoim członkom gospodarstwa domowego jak najwyższego poziomu i jakości życia oraz maksymalizacji użyteczności pozyskiwanych dóbr, a nie osiągnięcie zysku – tzw. cel działalności, sposób powiązania między członkami gospodarstwa domowego w wyniku pokrewieństwa, małżeństwa lub umowy między osobami niepowiązanymi tymi więzami oraz podział zasobów pracy na czynności w domu i zarobkowe. Do

⁴⁹ Por. Cz. Bywalec, L. Rudnicki, *Konsumpcja*, op. cit., s. 27–38.

⁵⁰ B. Podolec, P. Ulman, A. Wałęga, *Aktywność ekonomiczna a sytuacja materialna gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008, s. 255–257.

⁵¹ K. Gutowska, *Diagnoza funkcjonowania wiejskich gospodarstw domowych na przełomie wieków*, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa 2003, s. 10.

innych cech, jakie przypisuje się gospodarstwu zaliczamy sposoby gromadzenia środków przeznaczonych na jego działalność i dysponowanie nimi, bezumowne ich pozyskiwanie od członków w wyniku ich pracy domowej i zarobkowej oraz podział tych środków w sposób zwyczajowy – tradycyjny i względną autonomiczność w systemie gospodarki narodowej, brak podległości zewnętrznym ośrodkom dyspozycyjnym, a decyzje podejmowane wewnątrz gospodarstwa nie posiadają charakteru sformalizowanego⁵².

Istotną cechą gospodarstwa, odróżniającą je od innych podmiotów gospodarczych, jest zaspokajanie potrzeb indywidualnych i wspólnych. Gospodarstwo domowe, jak już wspomniano, jest podstawową jednostką gospodarującą nastawioną na cele konsumpcyjne. Realizacja tych celów wymusza permanentne dokonywanie wyborów w zakresie formułowania potrzeb, kształtowania pomysłów i wyobrażeń, co do optymalnego sposobu ich zaspokajania, podejmowania decyzji dotyczących pozyskiwania środków niezbędnych do zaspokojenia potrzeb, a następnie dysponowania nimi i w rezultacie kształtowania poziomu oraz struktury konsumpcji finalnej. Wśród ekonomicznych determinant konsumpcji gospodarstwa domowego należy wymienić zasoby majątkowe gospodarstwa domowego oraz jego dostęp do dóbr publicznych, dochody bieżące, poziom i relacje cen artykułów konsumpcyjnych oraz podaź dóbr konsumpcyjnych i sposoby ich dystrybucji⁵³.

Rozpatrując poziom i strukturę konsumpcji (poziom życia) gospodarstw domowych w pierwszej kolejności należy zwrócić uwagę na ich zasoby majątkowe. Termin „zasoby majątkowe” nie jest jednoznacznie interpretowany w teorii ekonomii. Najczęściej są to wcześniej nagromadzone dobra będące w posiadaniu gospodarstw domowych, zasoby dóbr konsumpcyjnych i produkcyjnych oraz inne aktywa rzeczowe, na przykład złoto, aktywa finansowe (papiery wartościowe) i niematerialne (wartości prawne). Majątek każdego gospodarstwa wpływa na konsumpcję w sposób bezpośredni oraz pośredni. Wpływ bezpośredni polega na tym, że niektóre składniki majątku (poprzez użytkowanie) stają się przedmiotami konsumpcji: mieszkanie, meble itp. Istotą oddziaływania pośredniego majątku jest to, że wiele z jego składników, szczególnie o charakterze czysto kapitałowym (złoto, papiery wartościowe, nieruchomości, ziemia) mogą być zamienione w strumień dochodów poprzez sprzedaż lub dzierżawę. Można

⁵² Ibidem, s. 12.

⁵³ Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 47.

zatem założyć, że zasoby majątkowe mogą stać się źródłem zaspokojenia potrzeb gospodarstwa w sytuacji znacznego obniżenia się bieżących dochodów, choćby w wyniku utraty pracy, przejścia na emeryturę lub rentę członka gospodarstwa domowego. Wówczas występuje tzw. efekt majątkowy, który określa związki między majątkiem a konsumpcją. Zmiany w poziomie i strukturze konsumpcji gospodarstwa domowego będą wywierały wpływ na zmiany realnej wartości zasobów majątkowych⁵⁴.

Wpływ na poziom oraz strukturę wydatków i konsumpcji gospodarstw domowych mają dostępne dla nich publiczne dobra konsumpcyjne w postaci na przykład dostępu do usług medycznych, edukacyjnych, kulturalnych, komunalnych i innych. Dobra publiczne w stosunku do dóbr prywatnych mogą być substytucyjne lub komplementarne. Zastępowanie dóbr prywatnych dobrami publicznymi z reguły obniża konsumpcję prywatną, a zwiększa publiczną, choć nie w każdej sytuacji musi tak być. Na ogół konsumenci bardziej zamożni rezygnują z dóbr publicznych na rzecz prywatnych szczególnie wtedy, kiedy standard dóbr publicznych jest jakościowo niższy, a dostęp do nich utrudniony. Osoby mniej zamożne i dysponujące większą ilością czasu wolnego z reguły korzystają z dóbr publicznych. Można powiedzieć, że zjawisko związane ze swoistym efektem „wypychania” dóbr publicznych przez prywatne w sytuacji, gdy te drugie są wyższego standardu, albo „wypychania” dóbr prywatnych przez publiczne występuje w sytuacji, gdy standard obu rodzajów dóbr jest zbliżony lub jednakowy. Komplementarność dóbr publicznych i prywatnych oznacza, że wzrost konsumpcji dóbr publicznych zwiększa na ogół konsumpcję dóbr prywatnych i na odwrót⁵⁵.

Drugim istotnym czynnikiem ekonomicznym kształtującym konsumpcję gospodarstwa domowego są bieżące dochody osobiste i spodziewane dochody jego członków. Rolę dochodów należy zazwyczaj rozpatrywać łącznie z majątkiem gospodarstwa jako swoistą funkcją dochodów wcześniejszych. Oba te czynniki – majątek i bieżące dochody – są z reguły komplementarne, ale mogą również występować jako substytuty. Niejednokrotnie niskie dochody bieżące z pracy lub działalności gospodarczej mogą być kompensowane dochodami z majątku na przykład przez sprzedaż złota lub biżuterii, akcji, obligacji, nieruchomości itp. Gospodarstwa domowe o tych samych dochodach

⁵⁴ Ibidem, s. 47, 48 oraz L. Rudnicki, Cz. Bywalec, *Konsumpcja*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002, s. 136–141 i A. Aldridge, *Konsumpcja*, Wydawnictwo Sic, Warszawa 2006, s. 97–101.

⁵⁵ Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, op. cit., s. 48.

bieżących mogą znacząco różnić się pod względem poziomu i sposobu życia, i to właśnie z powodu posiadanych zasobów majątkowych⁵⁶.

W latach siedemdziesiątych i osiemdziesiątych XIX wieku tezę, uważaną jako rozszerzenie formuły dochodu permanentnego (stałego) M. Friedmana, na temat konsumpcji sformułowali amerykańscy ekonomiści F. Modigliani i A. Ando, która stała się podstawą do badań nad racjonalnymi oczekiwaniami gospodarstw domowych w sferze konsumpcji. Ich teorie cyklu życia zakładały, że poziom oraz struktura konsumpcji jest kształtowana wśród ludzi w oparciu o aktualny i szacowany strumień dochodów, również spodziewanych w całym ich życiu⁵⁷.

Najczęściej w badaniach empirycznych konsumpcji operuje się pojęciem dochodu rozporządzalnego, który może być wyrażony w wielkościach nominalnych lub realnych. Zgodnie z nomenklaturą Głównego Urzędu Statystycznego (Rocznik Statystyczny RP 2006, s. 288–289) dochód rozporządzalny gospodarstwa domowego obejmuje bieżące dochody pieniężne i niepieniężne (w tym wartość spożycia naturalnego, tj. wartość produktów pobranych z własnego gospodarstwa domowego oraz wartość produktów otrzymanych bezpłatnie) pomniejszonych o podatki dochodowe z pracy najemnej i świadczeń społecznych, podatki płacone przez osoby pracujące na własny rachunek i składki na obowiązkowe ubezpieczenia społeczne płacone przez ubezpieczonego. Dochód rozporządzalny, pomniejszony o pozostałe wydatki, tworzy dochód do dyspozycji, który przeznaczony jest na wydatki na towary i usługi konsumpcyjne oraz przyrost oszczędności. A zatem dochód rozporządzalny jest przeznaczony na wydatki oraz przyrost oszczędności. Wydatki pozostałe to rozchody gospodarstw domowych na cele niekonsumpcyjne, które obejmują kwoty przekazane innym gospodarstwom domowym i instytucjom niekomercyjnym, w tym darowizny, płacone alimenty, niektóre podatki od nieruchomości, od spadków i darowizn, od dochodów z własności oraz straty pieniężne w wyniku zdarzeń losowych. Na dochody rozporządzalne składają się dochody z pracy najemnej uzyskane we wszystkich miejscach pracy przez członków gospodarstwa domowego, dochody z indywidualnego gospodarstwa rolnego lub ziemi, dochody z pracy na własny rachunek, dochody z tytułu własności, ze świadczeń z ubezpieczeń społecznych, dochody ze świadczeń pomocy społecznej oraz obejmujące m.in. darowizny, ali-

⁵⁶ Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, op. cit., s. 49, oraz por. *Bankructwa gospodarstw domowych. Perspektywa ekonomiczna i społeczna*, red. nauk. B. Świecka, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2008, s. 216–220.

⁵⁷ Cz. Bywalec, L. Rudnicki, *Konsumpcja*, op. cit., s. 112–115.

menty od osób prywatnych, odszkodowania z tytułu ubezpieczeń, wygrane w grach hazardowych oraz loteryjnych⁵⁸.

Badając wpływ dochodów bieżących na zachowania konsumpcyjne jednostek ludzkich i gospodarstw domowych powinno się uwzględniać w analizie tę część dochodów rozporządzalnych, która pozostaje konsumentowi po zakupieniu podstawowych, niezbędnych do życia dóbr konsumpcyjnych⁵⁹. Ta pozostała część dochodu zwana funduszem swobodnej decyzji przeznaczana jest zazwyczaj na zwiększenie konsumpcji, jej racjonalizację i unowocześnienie lub przyrost oszczędności. Dochody w części przeznaczonej na podstawowe dobra konsumpcyjne i określane często jako minimum socjalne, stanowią pieniężną równowartość koszyka dóbr, który umożliwia indywidualnemu konsumentowi oraz gospodarstwu domowemu reprodukcję procesów życiowych, rozwoju rodziny oraz utrzymanie z otoczeniem społecznym poprawnej komunikacji. W polityce społecznej istnieje jeszcze węższe pojęcie zwane minimum biologicznym, egzystencji lub przeżycia. Oznacza to taki poziom dochodów, który umożliwia konsumpcję zapewniającą tylko utrzymanie człowieka przy życiu i takim stanie zdrowia, by był zdolny do pracy⁶⁰.

Relację wydatków konsumpcyjnych do dochodów rozporządzalnych określa się często w ekonomii mianem skłonności do konsumpcji. Pojęcie to upowszechnił wybitny angielski ekonomista J. M. Keynes (1883 – 1946). Powyższa skłonność określana jest w badaniach dwójako, jako przeciętna oraz krańcowa skłonność do konsumpcji. Przeciętną skłonność do konsumpcji mierzy się stosunkiem wydatków na konsumpcję do dochodów rozporządzalnych wyodrębnionej grupy gospodarstw domowych (konsumentów), przy czym miarę krańcowej skłonności do konsumpcji stanowi odsetek dodatkowych dochodów przeznaczony na konsumpcję⁶¹. Założeniom Keynesa, mimo ich znaczącego wkładu w rozwój badań nad konsumpcją, przeciwstawił się M. Friedman (1912 – 2006), którego zdaniem skala wydatków konsumpcyjnych przede wszystkim nie jest uzależniona od wielkości bieżących dochodów rozporządzalnych w gospodarstwie, ale nade wszystko od przeciętnego dochodu uzyskiwanego przynajmniej w okresie kilku lat. Jednakże badania ostatnich lat upoważniają naukowców do podważenia teorii

⁵⁸ Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, op. cit., s. 49–50.

⁵⁹ Ibidem, s. 50, oraz por. T. Zalega, *Konsumpcja w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach*, Wydawnictwo Uniwersytet Warszawski, Warszawa 2008, s. 186–193.

⁶⁰ Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, op. cit., s. 48–50.

⁶¹ J. M. Keynes, *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza*, Polskie Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1985, s. 56.

Friedmana, współczesny bowiem konsument podejmuje swoje decyzje dotyczące zakupów pod wpływem bieżących dochodów zmiennych.

Szczególną uwagę badaniom na temat wpływu dochodu na zmiany w konsumpcji w gospodarstwach domowych poświęcił belgijski ekonomista F. Le Play (1806 – 1882), prowadzący badania w oparciu o własną obserwację wybranych rodzin robotniczych pod kątem ich dochodów i wydatków oraz E. Engel (1821 – 1896), który opierając się na wynikach spisów powszechnych w Saksonii, a także wykorzystując ankietę budżetową oraz analizy budżetów gospodarstw domowych robotników belgijskich doszedł w 1857 roku do wniosku, że w ślad za rosnącymi dochodami zmniejsza się udział wydatków ogółem na żywność, co oznacza, że dochodowa elastyczność popytu (reakcja popytu na zmianę dochodu) jest mniejsza od 1. Prawo to, nazwane jego imieniem, nie odnosi się do gospodarstw o niskich dochodach oraz o dochodach wysokich. W przypadku tych pierwszych, przy niezaspokojonych potrzebach żywnościowych, wzrostowi dochodów towarzyszy wzrost udziału wydatków na żywność, natomiast tych drugich wydatki na żywność wobec wysokiego stopnia zaspokojenia tych potrzeb, nie ulegają zmianie, a cały przyrost dochodu jest wydatkowany na inne towary i usługi lub zostaje przeznaczony na oszczędności, udział wydatków na żywność w dochodach maleje lub utrzymuje się na niezmiennym, niskim poziomie⁶².

Niezamożne gospodarstwa domowe pozbawione majątku, w których skłonność do konsumpcji uzależniona jest wyłącznie od dochodów bieżących, chcąc zwiększyć konsumpcję, mogą to uczynić tylko przez zaciągnięcie kredytu konsumpcyjnego. W tym przypadku kredyt będzie zwiększał bieżącą skłonność do konsumpcji danego gospodarstwa. Jednak jego dostępność determinuje wysokość realnej stopy procentowej. Im wyższa realna stopa procentowa, tym niższy będzie popyt na kredyt, szczególnie ze strony gospodarstw mniej zamożnych. W gospodarstwach zamożnych wyższa realna stopa procentowa może ograniczać wzrost bieżącej konsumpcji i tym samym stymulować skłonność do oszczędzania. Prowadzi to najczęściej do wzrostu konsumpcji dopiero w przyszłości wykorzystującej wcześniejsze oszczędności i zastępowania konsumpcji bieżącej konsumpcją przyszłą lub na odwrót. Zjawisko to określane jest mianem międzyokresowej substytucji konsumpcji. Między bieżącą konsumpcją a stopą procentową zachodzi korelacja ujemna, natomiast między stopą procentową a oszczędnościami korelacja dodatnia. Należy zauważyć, że realna stopa procentowa umożliwia tzw.

⁶² Por. K. Zając, *Ekonometryczna analiza budżetów domowych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1966, s. 24.

dyskontowanie konsumpcji, czyli wycenę konsumpcji przyszłej w jednostkach konsumpcji bieżącej. Upowszechnianie się instytucji kredytu konsumpcyjnego prowadzi niewątpliwie do zmiany zachowań nabywców z dotychczasowego, opartego na regule „najpierw płacisz, później konsumujesz”, na coraz częściej występujące zachowania typu „najpierw konsumujesz, potem płacisz”⁶³.

Na wszystkie dochody rozporządzalne gospodarstwa domowego składają się dochody stałe uzyskiwane regularnie, zwane także permanentnymi oraz dochody doraźne (nieregularne, zmienne). Badania empiryczne wskazują, że każdy z tych rodzajów dochodów wpływa na wielkość i strukturę konsumpcji w odmienny sposób. Na wielkość i strukturę konsumpcji mają też wpływ dochody rozłożone w czasie, czyli relacje między bieżącymi dochodami a spodziewanymi w przyszłości.

Doniosłą rolę w kształtowaniu dochodów gospodarstw domowych odgrywa niewątpliwie polityka fiskalna państwa ze szczególnym uwzględnieniem podatków, tych bieżących, jak i ocenianych przyszłościowo. Wielkości stopy procentowej, poziomu progów podatkowych oraz stosowane ulgi i zwolnienia z podatków mają ważny wpływ na bieżącą, a także przyszłą wielkość i strukturę konsumpcji pojedynczych konsumentów oraz gospodarstw domowych. Realizowana przez państwo polityka wydatków publicznych ma również wpływ na strukturę wydatków poszczególnych gospodarstw domowych. Finansowanie konsumpcji niektórych dóbr publicznych powoduje uwalnianie części zasobów pieniężnych, które mogą być przeznaczane na inne produkty lub oszczędności.

Kolejnym czynnikiem kształtującym poziom i strukturę konsumpcji są ceny dóbr konsumpcyjnych. Ich zmiany w każdym przypadku wpływają na zmiany poziomu realnych dochodów nabywców. Zależność dochodu do cen jest odwrotnie proporcjonalna. Oznacza to, że jeżeli dynamika wzrostu cen jest wyższa niż dynamika dochodów nominalnych, to dochód realny maleje, i na odwrót. Na ogół wzrostowi cen towarzyszy spadek zakupów, a w konsekwencji obniżenie się konsumpcji danego dobra. Obniżenie cen wywołuje zazwyczaj wzrost zakupów i zwiększenie konsumpcji⁶⁴.

Analiza wpływu cen na konsumpcję wymaga także zwrócenia uwagi na ich spodziewane zmiany w przyszłości, czyli ogólny wzrost poziomu cen (inflacja) lub o ogólny spadek poziomu cen (deflacja). Do zjawisk inflacyjnych nie zalicza się na przykład jednorazowych, skokowych zwyżek lub zniżek cen po zmianie, których ceny ponownie

⁶³ Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, op. cit., s. 51.

⁶⁴ *Ibidem*, s. 52–53.

się stabilizują. Bywają również sytuacje, że wzrostowi cen jednych artykułów towarzyszą obniżki cen innych i w rezultacie ogólny, średni poziom cen nie zmienia się.

Wrażliwość gospodarstw domowych na zmiany cen – szczególnie cen dóbr zaspakajających potrzeby podstawowe – maleje w miarę wzrostu zamożności. Osiągnięcie wysokiego poziomu zamożności (posiadanie majątku i bieżącego funduszu swobodnej decyzji) umożliwia w pewnym stopniu uniezależnienie spożycia od czynników ekonomicznych. Gospodarstwa zamożne przy zakupie preferowanych dóbr nie kierują się wielkością ceny, jak czynią to gospodarstwa ubogie, których dochód nie zawsze wystarcza na zaspokojenie potrzeb podstawowych. Gospodarstwa zamożne przy zakupie określonego dobra większą uwagę skupiają na innego rodzaju atrybutach towaru – jakości, użyteczności, czy ich nowoczesności.

Ważny i systematycznie rosnący wpływ na poziom i strukturę konsumpcji gospodarstw domowych ma podaż artykułów konsumpcyjnych i sposób ich dystrybucji. Mówiąc o podaży, należy mieć na uwadze nie tylko ilość i asortyment dóbr rynkowych, lecz także ich walory użytkowe i techniczne (jakość), a szczególnie szeroką innowacyjność produkowanych dóbr konsumpcyjnych oraz aktywną ich promocję (reklama) na rynku. Wszystkie te czynniki powodują przyśpieszanie procesów zużywania ekonomicznego (moralnego) dóbr już użytkowanych i w konsekwencji – prędzej lub później – prowadzą do wzrostu popytu restytucyjnego (odnawialnego). Częste pojawianie się na rynku nowych produktów o nowych, wyższych parametrach użytkowych w znacznie większym stopniu wpływa na kształtowanie się międzyokresowej substytucji konsumpcji. Wielu konsumentów posiadających informacje, że w niedługim czasie ukaże się na rynku nowy produkt, często powstrzymuje się z jego zakupem do momentu pojawienia się na rynku. Mogą również występować sytuacje odwrotne, w których konsumenci znajdują na rynku nowe produkty, lepsze od dotychczas użytkowanych i wówczas decydują o przyśpieszonym zakupie. Dotyczy to przeważnie takich artykułów, jak komputery, telewizory, pralki, telefony, bądź samochody.

Istotną rolę w kształtowaniu konsumpcji gospodarstw domowych odgrywa także system dystrybucji produktów konsumpcyjnych na linii producent – ostateczny nabywca. Do czynników, które decydują o poziomie i organizacji zaopatrzenia rynku należy zaliczyć prawidłowe kształtowanie oferty towarowej, sprawne kierowanie przebiegiem

towarów w czasie i przestrzeni, właściwe komunikowanie się z klientem oraz poprawną obsługę⁶⁵.

Nowymi zjawiskami w sferze spożycia są dziś zmiany dotyczące modyfikacji przedmiotów konsumpcji i sposobów zaspokajania potrzeb. Zmiany te nie mają jednolitego kierunku i są zależne od wielu czynników, m. in. poziomu rozwoju gospodarczego danego kraju, uwarunkowań materialnych rodziny, wykształcenia, rodzaju potrzeb, aspiracji, itd.

Konsumpcja przestaje być zależna od celu, jakiemu ma służyć i staje się celem samym w sobie. Ludzie dokonują zakupów, które nie wynikają bezpośrednio z potrzeb, a kierują się stanem zadowolenia i przyjemności z racji ich dokonywania. System tych wartości zwany konsumpcjonizmem nie oznacza, że wszyscy mogą jednakowo realizować swoje potrzeby, w każdym państwie bowiem, obok bogatych, występują obszary nędzy⁶⁶.

Autor pragnie podkreślić, że świadomie pominął lub tylko uwypuklił niektóre kwestie dotyczące konsumpcji. Ich ścisła analiza, w ślad za literaturą przedmiotu, wykracza poza zakres niniejszej pracy.

2.3. Rynek jako obszar wymiany

2.3.1. Pojęcie i rodzaje rynku

Pojęcie rynku jest bardzo ogólne i pojemne: mieszczą się w nim różne rynki o znacznych odmiennościach w funkcjonowaniu, szczegółowych regułach gry i obyczajach⁶⁷. Jest najczęściej określany jako forma więzi między uczestnikami życia gospodarczego, forma komunikowania się sprzedawców z nabywcami oraz zawierania transakcji i dokonywania aktów kupna – sprzedaży⁶⁸. Z punktu widzenia makroekonomii jest tą sferą ludzkiej działalności gospodarczej, w której podaż spotyka się z globalnym popytem⁶⁹. Zbliżoną definicję rynku prezentuje W. Wilczyński (1923 – 2008) i określa jako „miejsce, gdzie podaż spotyka się z popytem i gdzie kształtuje się cena” uwypukla-

⁶⁵ Ibidem, s. 53–55.

⁶⁶ Por. *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, op. cit., s. 78–79.

⁶⁷ W. Wilczyński, *Rynek i pieniądz w Polsce u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2000, s. 14.

⁶⁸ Por. P. Pysz, *Spółeczna gospodarka rynkowa. Ordoliberalna koncepcja polityki gospodarczej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 165–168 oraz A. Noga (red. nauk.), *Zmiany instytucjonalne w polskiej gospodarce rynkowej*, Wydawnictwo Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego, Warszawa 2004, s. 216–218.

⁶⁹ M. Nasiłowski, *System rynkowy*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2002, s. 59.

jąc, że „normalnym rynkiem może być tylko rynek nabywcy, który jest przejrzysty, orientujący sprzedawców i nabywców w sytuacji gospodarczej i umożliwiający trafne przewidywanie przyszłości”⁷⁰. W innym jeszcze ujęciu rynek jest rozumiany jako ogół warunków, w których dochodzi do zawierania transakcji wymiennych⁷¹. Właściwym wydaje się określenie, że jego istota zależy od celu, jakiemu ma służyć⁷².

Rynek to finalny efekt wzajemnej konfrontacji ujawnionych planów, uruchomienia mechanizmu przetargowego, wskutek czego dochodzi do zawarcia porozumienia cenowego określającego jednocześnie rozmiar zawartej transakcji, przy czym jego wielkość zależy od liczby osób, które odczuwają potrzebę ich dokonania, mają środki będące przedmiotem zainteresowania innych i są gotowi zaoferować te środki w zamian za to, czego pragną⁷³.

W praktyce wymiana rynkowa opiera się na towarze i pieniądzu, stąd współczesne gospodarki noszą miano towarowo-pięniężnych. Oznacza to, że pieniądz jest ekwiwalentem umożliwiającym wymianę towaru (usługi) na pieniądz, a następnie pieniądza na towar (usługę). W dawnych systemach społecznych występowała jednakże gospodarka naturalna polegająca na wymianie towaru za towar, bez użycia pieniądza, tzw. barter. Ten rodzaj wymiany, choć w ograniczonym zakresie, występuje do dziś i jest wykorzystywany np. w celu pominięcia restrykcji walutowych lub z krajami nieposiadającymi zasobów walut wymiennalnych.

Rynek jest samoczynnie działającym mechanizmem wpływającym na zachowania podmiotów gospodarczych, które wynikają z ich potrzeb. W świetle tego kryterium można przyjąć jego podział:

- ze względu na zasięg terytorialny – na rynek lokalny, regionalny, krajowy oraz międzynarodowy,
- ze względu na przedmiot transakcji – na rynek dóbr i usług, rynek pracy, rynek finansowy,
- ze względu na stopień zaspokojenia potrzeb – na rynek producenta, rynek konsumenta,

⁷⁰ Por. W. Wilczyński, op. cit., s. 11–13.

⁷¹ B. Borkowska, *Mikroekonomia*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2001, s. 7.

⁷² *Analiza rynku*, praca zbiorowa pod red. H. Mruka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003, s. 11.

⁷³ Por. P. Kotler, *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Wydawnictwo Felberg, Warszawa 1999, s. 9.

- ze względu na liczbę uczestników transakcji kupna-sprzedaży – na rynek detaliczny, rynek hurtowy.

Współcześnie, obok rynków tradycyjnie zlokalizowanych, funkcjonują również takie, które nie mają swojej siedziby (np. międzybankowy rynek pieniężny), na których nie ma bezpośrednich kontaktów pomiędzy nabywcami a sprzedawcami.

Tabela 6. Podstawowe kryteria wyodrębniania rodzaju rynków

Kryterium rynku	Rodzaje rynków
przedmiotowe*	a) produktów, b) usług, pracy, c) pieniądza
podmiotowe	<i>stosunki między:</i> a) przemysłowymi przedsiębiorstwami produkcyjnymi jako sprzedawcami a nabywcami, b) przedsiębiorstwami produkcyjnymi jako sprzedawcami (nabywcami) a przedsiębiorstwami usługowymi jako nabywcami (sprzedawcami), c) gospodarstwami rolnymi jako sprzedawcami (nabywcami) a przedsiębiorstwami usługowymi jako nabywcami (sprzedawcami), d) przedsiębiorstwami usługowymi jako sprzedawcami oraz gospodarstwami domowymi jako nabywcami, e) bankami jako podmiotami oferującymi pieniądź a przedsiębiorstwami i gospodarstwami domowymi zgłaszającymi popyt na pieniądź, f) gospodarstwami domowymi oferującymi pracę a państwem, przedsiębiorstwami oraz bankami zgłaszającymi popyt na pracę itd.
przestrzenne	a) lokalny, b) regionalny, c) krajowy, d) kontynentalny, e) międzynarodowy
stopnia zorganizowania	<i>Wysoki – wszystkie warunki są spełnione:</i> a) opiera się na trwałych regułach postępowania: aukcje, giełdy produktów, papierów wartościowych, d) pracy b) występuje skupienie nabywców i sprzedawców w jednym miejscu, c) podaż i popyt mogą być regulowane w sposób zewnętrzny w stosunku do sprzedawców i nabywców
stopnia otwartości	a) mniej otwarte, b) bardziej otwarte

* Strukturę przedmiotową rynku charakteryzują relacje między podażą a popytem przy danych cenach, natomiast cechą struktury podmiotowej rynku jest udział poszczególnych sprzedawców w ogólnej wielkości podaży jak i udział poszczególnych nabywców w ogólnej wielkości popytu. Podmiotami rynku, występującymi najczęściej zarówno w roli sprzedawców jak i nabywców, są konsumenci (gospodarstwa domowe), przedsiębiorstwa produkcyjne (przemysłowe, rolne), przedsiębiorstwa usługowe (m. in. handlowe, spedycyjne, ubezpieczeniowe), banki oraz państwo.

Źródło: opracowanie własne na podstawie W. Wrzosek, *Funkcjonowanie rynku*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 36–40.

Rynek pełni funkcję regulatora realnych procesów gospodarowania o charakterze materialno-rzeczowym i obejmuje m. in. proces produkcji, inwestowanie, konsumpcję, przemieszczanie produktów w przestrzeni i gospodarkę zapasami⁷⁴. Na funkcję tę składają się⁷⁵:

- funkcja cenotwórcza (ustalenie różnych cen dóbr i usług na rynku),
- funkcja informacyjna (rynek jest podstawowym źródłem informacji dla wszystkich podmiotów rynkowych,
- funkcja racjonalnego wykorzystania zasobów (obiektywna informacja o cenach, nakładach i efektach związanych z różnymi rodzajami działalności, rynek umożliwia podjęcie decyzji opartych na rachunku ekonomicznym skłaniając podmioty do oszczędnej i racjonalnej gospodarki zasobami),
- funkcja równowagi (ekonomiczne wyniki rynkowe dostarczają podmiotom rynku sygnałów wyzwalających ich określone działania),
- funkcja weryfikatora produkcji (rynek jest weryfikatorem społecznej przydatności produkcji i jednocześnie mechanizmem dostosowywania produkcji do potrzeb nabywców).

W praktyce procesy wymiany przebiegają najsprawniej w warunkach niczym nieograniczonego mechanizmu rynkowego, który wiąże się z przedmiotowym aspektem rynku i wyraża zależności przyczynowo-skutkowe, jakie zachodzą między podażą, popytem a cenami (elementami rynku) zarówno w krótkich, jak i długich okresach⁷⁶. Przykładowo, jeżeli cena przestaje być składnikiem procesu negocjacyjnego pomiędzy sprzedawcami a nabywcami, a zatem mechanizm rynkowy zostaje ograniczony (przez zmonopolizowanie na przykład gospodarki, ingerencję rządu), proces negocjacyjny przestaje odgrywać kluczowe znaczenie w procesie gospodarowania.

Istotne znaczenie dla współczesnego rynku, ze względu na koncentrację działań promocyjnych przedsiębiorstwa skierowaną do najbardziej opłacalnej – docelowej grupy nabywców, którą będzie mogło prawdopodobnie pozyskać odpowiednio adaptując asortyment oraz strategię marketingową do ich potrzeb, ma proces segmentacji rynku, którego procedura wiąże się z dokonaniem podziału rynku na niemal jednorodne grupy konsumentów z punktu widzenia ich zachowań. Innymi słowy segmentacja to analiza

⁷⁴ Por. W. Wrzosek, *Funkcjonowanie rynku*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998, s. 17–20.

⁷⁵ Por. *Badania rynku. Metody i zastosowania*, praca zbiorowa pod red. nauk. Z. Kędzior, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 13–14.

⁷⁶ Por. *Badania rynku. Metody i zastosowania*, op. cit., s. 19.

struktury rynku pod kątem potrzeb każdego segmentu (tj. względnie homogenicznej grupy nabywców, którzy mają porównywalne potrzeby, a także w podobny sposób reagują na określone działania marketingowe) umożliwiające przygotowanie całej strategii marketingowej pod kątem zadowolenia konsumenta⁷⁷. Z punktu widzenia sprzedawcy segmentacją możemy nazwać ogół stosunków z klientami ujawniającymi potrzeby związane z zakupem, których wyłonienie, jako grupy, może być oparte na kryteriach obiektywnych, tj. mierzalnych wielkościach ich charakteryzujących jak i subiektywnych, tj. takich cech klientów rynku, które mogą być oceniane subiektywnie przez sprzedawców. Z kolei, segmentem rynku widzianego przez nabywcę można nazwać ogół stosunków z określoną, wyodrębnioną grupą sprzedawców. I w tym przypadku jej wyodrębnienie może nastąpić w oparciu o mierzalne wielkości charakteryzujące sprzedawców (kryteria obiektywne) oraz związane z cechami sprzedawców, które mogą w sposób subiektywny ocenić nabywcy⁷⁸. Dokonany przez P. Kotlera podział kryteriów segmentacji rynku sprowadza się do czterech grup; geograficznej, demograficznej, psychograficznej i wzorców zachowań⁷⁹.

Najważniejszym czynnikiem wyznaczającym charakter rynku jest ustrój społeczny wpływający na uwarunkowania prawne oraz postęp techniczny i technologiczny, liczbę podmiotów oraz motywy ich wyboru⁸⁰. Najważniejszym podmiotem, stanowiącym cel funkcjonowania współczesnego, wolnego rynku jest człowiek⁸¹, którego L. Rudnicki określa „królem systemu ekonomicznego”⁸². Warto w tym miejscu odwołać się do jednego z czołowych klasyków ekonomii A. Smitha: „człowiekowi może służyć tylko taki rynek, który może ulepszyć świat, czyli wolny”⁸³.

⁷⁷ Por. A. Kusińska, *Segmentacja rynku i typologia konsumentów*, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2009, s. 135–147 oraz http://pl.wikipedia.org/wiki/Segmentacja_ryнку, 25.12.2008.

⁷⁸ Por. L. Garbarski, I. Rutkowski, W. Wrzosek, *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008, s. 150–168.

⁷⁹ P. Kotler, op. cit., s. 34–38.

⁸⁰ Por. *Badania rynku*, praca zbiorowa pod red. Z. Kędzior, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005, s. 20.

⁸¹ M. Janoś-Kresło, B. Mróz, *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2006, s. 13.

⁸² L. Rudnicki, *Zachowania rynkowe nabywców. Mechanizmy i uwarunkowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004, s. 9.

⁸³ Por. P.J. O'Rourke, *Adam Smith. Bogactwo Narodów. Biografia*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza S.A., Warszawa 2009, s. 31–32.

2.3.2. Współczesny rynek złota

W Polsce do roku 1989 monopol w zakresie obrotu metalami szlachetnymi i jego wyrobami należał do państwa. Rozwój sektora prywatnego w ramach procesu transformacji polskiej gospodarki, możliwy dzięki ustawie o swobodzie gospodarczej⁸⁴, objął w wymiarze strukturalnym, funkcjonalnym i własnościowym także rynek złota⁸⁵. Stworzenie warunków na podjęcie każdego rodzaju działalności gospodarczej miało nie tylko zasadnicze znaczenie dla przebiegu transformacji ze względu na zmianę proporcji sektor państwowy – sektor prywatny, ale i dlatego, że dziedzictwem realnego socjalizmu była zniekształcona i zdegenerowana struktura podmiotowa przedsiębiorstw⁸⁶.

W krótkim czasie za sprawą nowej specyfiki rynku wykształcił się swobodny mechanizm rynkowy polegający na relacji między popytem, podażą a ceną. Tym sposobem nastąpiło dostosowanie struktury produkcji do struktury potrzeb konsumentów, które wyzwoliły niezależność poziomu cen⁸⁷. Również na rynku jubilerskim wyznacznikiem ceny złota okazał się poziom popytu na rynku pierwotnym oraz wtórnym, dorównujący możliwościom nabywczym konsumentów. Utrzymująca się ponadto wzrostowa tendencja importu do Polski wyrobów z metali szlachetnych głównie z Włoch, Turcji i Izraela sprawiła załamanie obrotów w wielu firmach jubilerskich. Aby zapobiec tej tendencji wiele środowisk jubilerskich zdecydowało po roku 2000 o zamrożeniu cen złota. Mimo podjętych działań znaczny ich odsetek uległ likwidacji, część z nich zredukowała zatrudnienie, a inne zawiesiły działalność gospodarczą lub nigdy do niej nie powróciły.

Gdy oficjalny handel złotem napotyka przeszkody, wtedy zaczyna się tworzyć czarny rynek⁸⁸. Przypuszcza się, że największym źródłem przychodów, powodującym niepożądaną redystrybucję, była na polskim rynku poza fiskalna sprzedaż wyrobów z metali szlachetnych pochodzących z importu poza ewidencją⁸⁹. W latach 1997–2003

⁸⁴ Ustawa z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, DzU z 1988 r., nr 41, poz. 324 z późn. zmianami.

⁸⁵ Organem upoważnionym do wydania koncesji na obrót wyrobami z metali szlachetnych było od 1989 roku Ministerstwo Handlu Wewnętrznego i Usług – MHWiU.

⁸⁶ M. Bałtowski, M. Miszewski, *Transformacja gospodarcza w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007, s. 223.

⁸⁷ R. Sobiecki, *Zarys gospodarki rynkowej*, część I, Oficyna Wydawnicza Euromark, Warszawa 1999, s. 87.

⁸⁸ R. Sedillot, *Moralna i niemoralna historia pieniądza*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2002, s. 124.

⁸⁹ Szacuje się, że w latach 1995 – 2002 przemyt z krajów zachodnich do Polski wyrobów ze złota i srebra wyniósł prawdopodobnie kilkadziesiąt ton. Polska stanowiła także kanał przerzutu złota na inne rynki świata.

udział szarej strefy w obrocie złotem mógł kształtować się na poziomie nawet 60%⁹⁰. Finansowy rozmiar tego procederu można sobie wyobrazić porównując przykładowo diamenty ukryte w pojemniku o wymiarach 5x5x10 cm, warte mniej więcej tyle, ile kilkanaście szesnastołowych ciężarówek wypełnionych spirytusem lub papierosami⁹¹.

Zakupy złota służą zaspokojeniu potrzeb kulturowych i estetycznych. Często są związane z tradycją lub obyczajem użytkowania. Trzeba pamiętać, że ranga złota wynika nie tylko z historycznie ugruntowanego przeświadczenia, że metal ten jest doskonałym i sprawdzonym celem lokacyjnym, ale i dlatego, że pełni rolę alternatywy inwestycyjnej wśród strategicznych inwestorów jak i gospodarstw domowych, zwolnionej na całym świecie z podatku VAT, również w Polsce⁹². Wyroby z metali szlachetnych, z uwagi na swoją wysoką cenę, tradycyjnie są zaliczane do dóbr luksusowych, zaspokajających tzw. potrzeby wyższego rzędu. Do najwyższej cenionych przez miłośników i kolekcjonerów sztuki należy zaliczyć przedmioty dawnego pochodzenia o niezaprzeczalnej i wyjątkowej maestrii⁹³. Biżuterię wytworzoną z metali szlachetnych można zaliczyć także do dóbr nietypowych, podobnie jak wszystkie dzieła sztuki⁹⁴.

Rynek złota na świecie skupia się wokół dużych giełd towarowych (Chicago-CBOT, Nowy Jork, Zurych, Hongkong) i mniejszych, tzw. regionalnych, będących rynkiem wtórnym dla kontraktów o charakterze inwestycyjnym i przemysłowym. Dla producentów biżuterii oraz banków centralnych podstawowe znaczenie ma rynek pozagiełdowy – OTC, który skupia się wokół Londyńskiego Rynku Bulionowego, gdzie dokonuje się transakcji w każdej próbie złota, a ceny są negocjowane między brokerami

⁹⁰ Są to założenia wyłącznie hipotetyczne, ponieważ nie istnieją żadne materiały źródłowe dotyczące wartości tej sprzedaży. Według Ogólnopolskiej Komisji Złotniczo – Jubilerskiej Związku Rzemiosła Polskiego około 10 ton złota i znaczna ilość kamieni szlachetnych przepływa do chwili obecnej przez „szarą strefę” polskiego rynku w jednym tylko roku. Przypuszcza się, że udział w tym procederze bierze także część podmiotów prowadzących działalność gospodarczą na podstawie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej.

⁹¹ E. Grochala-Włodek, *Czarny rynek złota*, Gazeta Prawna, nr 237 z dn. 09.12.2002, s. 9.

⁹² W wielu krajach zakup złota inwestycyjnego stanowi ucieczkę przed podatkiem VAT. W Polsce, złoto inwestycyjne jako jedyny towar nie podlega ustawie o podatku VAT. Podstawa prawna DzU Nr 27, poz. 268, zm. 46, poz.438, Nr 155, poz.1290, Nr 216, poz.1828. Monety i sztabki są dla prywatnych inwestorów atrakcyjną formą lokowania oszczędności w złoto. Złoto traktowane jest jako wartość dewizowa. Na podstawie rozporządzenia ministra finansów z dnia 22 marca 2002 r. w sprawie wykonania niektórych przepisów ustawy o podatku od towarów i usług oraz o podatku akcyzowym w rozdziale 13 zwalnia się od podatku od towarów i usług: (import) wartości dewizowe. W każdym roku kalendarzowym wydawany jest także Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej w sprawie monet inwestycyjnych (kraj pochodzenia, masa, próba, nazwa monety), które nie podlegają opodatkowaniu. Złote sztabki, tzw. bulionowe, posiadają próbę 999,9, a ich wartość na rynku polskim jest ustalana w oparciu o notowania giełdy londyńskiej (London Gold Fixing).

⁹³ M. Gradowski, *Dawne złotnictwo*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1984, s. 16.

⁹⁴ M. Lubiński, *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Dom Wydawniczy ELIPSA, Warszawa 2002, s. 135.

niewystępującymi na parkiecie giełdy. W transakcjach na rynku giełdowym zawartość czystego złota w stopie nie może być niższa aniżeli 99,50%.



Ryc. 1. Obligacja premiowej pożyczki inwestycyjnej w złocie Rzeczypospolitej Polskiej z 1 maja 1935 roku (zbiory archiwalne autora)

Złoto jest sprzedawane na rynkach finansowych w formie akcji, opcji, kontraktów, których zyskowność zależy od notowań giełdowych. Polski rynek inwestycyjny – w porównaniu z rozwiniętymi rynkami świata – jest niewielki i ogranicza się do kilku funduszy oraz produktów opartych na indeksie złota.

Przesłanką wzrostu wartości żółtego kruszcu jest zawsze duża ilość taniego pieniądza na rynku, generująca wzrost popytu. Metal ten stanowi rezerwę pieniężną banków centralnych, choć nie tylko⁹⁵. Adam Smith dawno uznał, że funkcją banków jest oszczędzanie nie tylko środków pieniężnych, ale przede wszystkim drogich metali: pieniądź papierowy nigdy nie może przewyższać wartości złota i srebra, którą zastępuje, ponieważ jego nadmiar będzie wypływał za granicę lub będzie przekazywany bankom w zapłacie za złoto⁹⁶.

Od 1900 roku dolar był ściśle powiązany z określoną ilością złota, co umożliwiło jego rewaluację lub dewaluację. W czasie Wielkiego Kryzysu lat 20. XIX wieku, prezydent USA Franklin D. Roosevelt – chcąc ratować gospodarkę amerykańską – dokonał zmiany wartości dolara (z 20,67 dol. za uncję do 35,00 dol.), co oznaczało rze-

⁹⁵ Na świecie wzrasta zainteresowanie banków brylantami. Dostrzegając na światowych rynkach wzrostową tendencję wartości tych kamieni lokują w nie posiadane środki. Na podstawie: Międzynarodowy Fundusz Walutowy, *World Economic Outlook Database*, April 2005, s. 38

⁹⁶ M. Blaug, *Teoria Ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 72.

czywisty spadek wartości dolara w stosunku do złota z 1,50 grama złota do 0,89 grama oraz jego dewaluację o 41%.

System pieniężny oparty na kruszcu złota, tzw. system waluty złotej – funkcjonował do 1914 roku wyzwalając prawdziwy proces tezauryzacji złota na świecie oraz zmniejszenie w obiegu pieniądza, które – według Murray N. Rothbarda – nie przynoszą ze społecznego punktu widzenia żadnych strat⁹⁷. W roku 1933 tezauryzacja objęła 7000 ton tego kruszcu, a w roku 1970 już 22000 ton. Podział między kontynentami był także bardzo zróżnicowany: na Europę przypadło 8900 ton, Azję 4700 ton, Amerykę 4500 ton i Afrykę 2000 ton⁹⁸.

W 1922 roku na konferencji w Genewie postanowiono o przywróceniu funkcji złota jako międzynarodowego środka pieniężnego i zdecydowano, że warunkiem przyszłej wymiany będzie stała cena dolara przeliczona na sztaby w złocie. W dwa lata później, angielski ekonomista John Maynard Keynes uznał parytet złota jako „barbarzyński relikw”⁹⁹.

Po drugiej wojnie światowej w Bretton Woods, w wyniku porozumienia zawartego w 1944 roku, główne waluty świata powiązano z dolarem, czego skutkiem był ich związek ze złotem. Zapewnienie przez Stany Zjednoczone o wymienialności dolara na poziomie 35 dol. za uncję czystego złota i zagwarantowanie wymiany obcych walut na dolary, wywoływały problemy gospodarcze głównie w handlu zagranicznym.

Ostatnia pozostałość systemu bankowego pieniądza opartego na koncepcji parytetu złota zniknęła dopiero 15 sierpnia 1971 roku, w tym dniu bowiem prezydent Richard Nixon zamknął tzw. złote okno, przez które banki centralne wciąż mogły wymieniać dolary na złoto¹⁰⁰.

Do 1974 roku dolar wiązano z tzw. koszykiem metali szlachetnych. W 1976 roku Międzynarodowy Fundusz Walutowy dokonał demonetyzacji złota. Po 2600 latach w dziejach świata, złoto ostatecznie przestało pełnić funkcję miernika wartości pieniądza. Pieniądz przestał być postrzegany jako drogocenny kruszec przetopiony na monety¹⁰¹.

⁹⁷ M. N. Rothbard, *Złoto, banki, ludzie-krótka historia pieniądza*, Fijor Publishing Chicago, Warszawa 1980, s. 53.

⁹⁸ R. Sedillot, *Moralna i niemoralna historia pieniądza*, op. cit., s. 371.

⁹⁹ Por. N. Ferguson, *Jajo z Wall Street*, w: *Niezbędnik Inteligenta*, Polityka, 21.02.09, wydanie 17, nr 8, s. 10.

¹⁰⁰ *Ibidem*, s. 10.

¹⁰¹ Ponad dwudziestowieczną historię światowego porządku pieniężnego opartego na złocie można ująć w dziewięciu etapach: 1) klasyczny standard złota, 1815 – 1914, 2) I wojna światowa i okres po jej zakończeniu, 3) system waluty dewizowo – złotej (W. Brytania, USA), 1926-1931, 4) płynne kursy pustych

Między wartością złota a wartością dolara zawsze istniała ujemna zależność: im droższe było złoto, tym tańszy był dolar, jak i na odwrót. W czasie ostatniego kryzysu finansowego wartość złota i dolara wykazały wobec siebie wzrostową jednak tendencję wartości¹⁰². W roku 2009 metal ten osiągnął nienotowaną w historii wartość, niemal 1300 dol. za uncję, po tym jak Stany Zjednoczone wprowadziły na rynek znaczną ilość dolarów, a które nie zdążyły w gospodarce wypracować jeszcze tzw. wartości dodanej. W tej sytuacji strategiczni inwestorzy, w obawie przed spadkiem wartości waluty amerykańskiej uznali złoto, obok innych surowców, za jedną z alternatyw finansowych, co nasuwa wniosek, że między tymi walorami nadal istnieje na świecie nieformalny związek.

2.3.3. Zarys złotnictwa polskiego w świetle dziejów

Dzieje polskiego złotnictwa są tak długie, jak długa jest historia naszego państwa. Doniosłe znaczenie w rozwoju losów złotnictwa miało przyjęcie przez państwo polskie chrześcijaństwa, utworzenie hierarchii kościelnej i powstanie pierwszych klasztorów¹⁰³. Najstarszymi narodowymi zabytkami złotniczymi są wykonane ze srebra dwa pozłacane kielichy pochodzące z 965 roku stanowiące dar żony Mieszka I – Dąbrówki – dla Polski, które znajdują się w muzeum w Trzemesznie¹⁰⁴, srebrna czara obrządkowa oraz hermy ofiarowane kościołom przez Kazimierza Wielkiego¹⁰⁵ i przechowywane w katedrze płockiej – obecnie w depozycie Muzeum Narodowego w Warszawie. Na podstawie przekazów historycznych wiemy, że składający wizytę królowi Bolesławowi Chrobremu cesarz Niemiec Otton na koniec wspólnej uczyty otrzymał złotą i srebrną zastawę stołową wykonaną najprawdopodobniej przez polskich złotników, których nazwisk nigdy nie ustalili historycy oraz znawcy sztuki.

Dowodów znakomitości polskiego złotnictwa z dawnych lat zachowało się sporo. Posiada je wiele muzeów na terenie kraju. „Cały obszar dzisiejszej Polski okryty jest

walut, 1931-1945, 5) Bretton Woods i nowy standard dewizowy – złoty (USA), 1945-1968, 6) rozpad systemu z Bretton Woods, 1968-1971, 7) koniec Bretton Woods: płynne kursy pustych walut, sierpień – grudzień 1971, 8) Umowa Waszyngtońska, grudzień 1971-luty 1973, 9) płynne kursy pustych walut, marzec 1973, w: M.N. Rothbard, *Złoto, banki, ludzie – krótka historia pieniądza*, op. cit., s. 106–126.

¹⁰² Cena podstawowa złota monetarnego w NBP w styczniu 2009 roku wynosiła 78,69 PLN, a w lutym 120,79 PLN (wzrost 53,50%), natomiast średnia cena 1 dolara amerykańskiego ukształtowała się odpowiednio na poziomie 2,9561 PLN i 3,6952 PLN (wzrost 25,00%).

¹⁰³ J. Samek, *Polskie złotnictwo*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1988, s. 10.

¹⁰⁴ F. Zastawniak, *Złotnictwo i Probiernictwo*, Wydawnictwo Przemysłu Lekkiego i Spożywczego, Warszawa 1957, s. 4.

¹⁰⁵ A. Bochnak, J. Pagaczewski, *Dary złotnicze Kazimierza Wielkiego dla kościołów polskich*, Towarzystwo Miłośników Historii i Zabytków Krakowa, Kraków 1933, s. 45.

siecią znalezisk i skarbów monet cesarstwa rzymskiego¹⁰⁶.” „Trzeba mieć również świadomość tego, że w kraju pozostają wciąż jeszcze obszary inwentaryzacyjnie nierozznane”¹⁰⁷. J. Białostocki pisze, że „obrazy, posągi, ryciny czy kielichy, dość łatwe do unicestwienia, przewyciężają jak gdyby czas i zyskują trwałe istnienie w wymiarze ludzkich wzruszeń i przeżyć estetycznych”¹⁰⁸.

Na szczególną uwagę zasługują archiwa klasztoru jasnogórskiego przechowujące cenne zbiory dokumentów pergaminowych, rękopisów akt i kronik, przywilejów fundacyjnych i nadań, w tym bezcenne zbiory, do których historycy sztuki zaliczają m.in. gotycko-renesansową monstrancję z 1542 roku stanowiącą najstarszy dar Zygmunta I Starego, relikwiarze z 1511 roku (srebrny i złoty), tzw. Tryptyk Wrocławski wykonany w Norymberdze z wygrawerowanymi na odwrocie scenami według A. Dürera. Do niebywale cennych eksponatów należą wykonane ze srebra i hebanu ołtarzyki domowe, będące darem Jakuba i Konstantego Sobieskich, komplety naczyń liturgicznych, w tym wyróżniający się wielkim artyzmem Komplet Koronowy wykonany w 1670 roku we Włoszech, w którym okazy naturalnych koralii – oprawionych w złoto – przekazał narodowi polskiemu Michał Korybut Wiśniowiecki. Wiele bezcennych dowodów w postaci wyrobów złotniczych przechowuje również skarbiec katedry wawelskiej. Są one świadectwem dziejowego rozwoju i siły polskiego rzemiosła złotniczego i stanowią dorobek narodowego dziedzictwa.

Kolebką rozkwitu złotnictwa w XII wieku był Kalisz i okres ten w historii Polski uznaje się za szczególny rozwój sztuki złotniczej z uwagi na niepodważalność przekazów historycznych. Pierwszy przywilej królewski zatwierdzający w Polsce odrębność rzemiosła złotniczego został nadany przez Ludwika Węgierskiego w roku 1370. W roku 1392 rajcy krakowscy przyjęli pierwszy w historii prawny statut cechu złotniczego. Obowiązek cechowania wyrobów ze złota i srebra wytworzonych w polskich manufakturach wprowadzono w 1475 roku ustawą tzw. wilkierza, czyli uchwałą rady miejskiej Krakowa¹⁰⁹.

Wyjątkowy artyzm wyrobów wytwarzanych przez polskich złotników szeroko był znana poza granicami kraju od czasów średniowiecza, aż do wybuchu pierwszej wojny światowej. Rozwojowi rzemiosła złotniczego w średniowieczu na ziemiach pol-

¹⁰⁶ J. A. Szwagrzyk, *Pieniądz na ziemiach polskich X – XX wiek*, Wydawnictwo Ossolineum, Wrocław 1990, s. 19–21.

¹⁰⁷ T. Chrzanowski, M. Kornecki, *Złotnictwo Toruńskie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1988, s. 8.

¹⁰⁸ J. Białostocki, *Sztuka cenniejsza niż złoto*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 18.

¹⁰⁹ L. Lepszy, *Przemysł złotniczy w Polsce*, Wydawnictwo Miłośników Sztuki, Kraków 1933, s. 27.

skich sprzyjały ówczesne klasztory, które zatrudniały na własne potrzeby znaczne rzesze złotników – również z krajów Europy. Stały napływ zleceń ze strony kleru powodował wzrost liczby manufaktur złotniczych oraz wzrost liczby czeladników przyuczonych do zawodu złotnika, którzy po wielu latach mogli ubiegać się o tytuł mistrza.

Panujące od XIV wieku na ziemiach polskich warunki oparte na stabilizacji polskiej państwowości i granic przyczyniły się do rozwoju miast, handlu i rzemiosła złotniczego. W okresie renesansu nowy styl wyrobów wytwarzanych przez włoskich i niemieckich mistrzów rzemiosła wpłynął na poziom dzieł wykonywanych przez polskich złotników powodując wzrost rangi polskiego złotnictwa w Europie. W okresie tym wzrosła znacznie liczba manufaktur, w których wytwarzano głównie wyroby korpusowe, rozmaite przedmioty kościelne oraz biżuterię. Zdecydowaną większość tych zamówień składał kler.

W okresie baroku wpływy złotnictwa francuskiego wywołały zmiany wykonawstwa wyrobów także wśród polskich mistrzów. Nowatorski styl zwany „filigranem” oddawał w najwyższym stopniu europejski, charakter twórczości, a w następnych latach także światowy.

Do końca XIX wieku ośrodkami silnie oddziałującymi na złotnictwo światowe były Londyn i Petersburg. Estetyka, jakość i forma wytwarzanych wyrobów przez rosyjskich złotników, najczęściej z diamentami i koralami, nie miały sobie wówczas równych.

W pierwszej połowie XX wieku, dzięki rozwojowi techniki, wprowadzono nowe rozwiązania związane z produkcją biżuterii i wyrobów korpusowych, które z jednej strony pozwoliły zwiększyć światową produkcję umożliwiającą pokrycie zapotrzebowania wśród konsumentów, a z drugiej obniżyły ich jakość. Dopiero XX wiek został uznany w Polsce przez historyków sztuki za pełne odrodzenie rzemiosła dzięki artystom spod znaku secesji z okresu Młodej Polski.

Lata I oraz II wojny światowej przerwały niestety ten rozkwit. W czasie okupacji hitlerowskiej w warszawskim getcie, z narażeniem życia, wytwarzano i sprzedawano wyroby i monety ze złota ratując w ten sposób życie wielu ludziom. Nigdy nie ujawniono tajemnicy technologii stosowanej przez złotników społeczności żydowskiej, umożliwiającej ówczesnie wytwarzanie złotych monet, zachowujących właściwości praw-

dziwych¹¹⁰. Wiele tych monet zachowało się do czasów obecnych i mimo, że nie odpowiadają katalogowym oryginałom, są bardzo poszukiwane i chętnie nabywane przez kolekcjonerów sztuki z całego świata.

Po latach wojny w kraju przystąpiono do reaktywacji rzemiosła złotniczego. Zaczęto organizować spółdzielnie produkcyjne zrzeszające złotników, którzy przeżyli lata wojny. Do najbardziej prężnych ośrodków należały Kraków, Warszawa, Poznań oraz Wrocław. Podjęto kształcenie nowych kadr sztuki złotniczej. Z uwagi na uwarunkowania polityczne, w kraju ograniczano dostęp do zachodniej technologii i wymiany doświadczeń zawodowych. Z tego względu polskie rzemiosło długo miało charakter typowej manufaktury, w której wykonywano biżuterię oraz wyroby korpusowe przy użyciu własnych narzędzi¹¹¹.

Przez niemal 45 lat od czasów zakończenia wojny sieć handlowa i wytwórcza należała do państwowych przedsiębiorstw i spółdzielni, które za zgodą ówczesnej Centrali Handlu Zagranicznego prowadziły także obrót metalami szlachetnymi w zakresie eksportu i importu. Rok 1989 zmienił losy polskiego rzemiosła złotniczego na trwałe.

2.3.4. Złoto jako kategoria wartości

Wartość złota od niepamiętnych sprawia, że jest utożsamiane z bogactwem i majątkiem. Według Adama Smitha człowiek bywa bogaty lub ubogi w zależności od tego, w jakim stopniu stać go na zaspokojenie pierwszych potrzeb, na korzystanie z udogodnień oraz przyjemności życia¹¹². Znaczenie słowa „wartość” wydaje się najbardziej subiektywną kategorią, ponieważ ludzie poruszają się ścieżką własnych wartości i najczęściej nie zdają sobie z tego sprawy. Każda wartość posiada walor poznawczy i może obejmować różne dziedziny pragnień i doznań ludzkich, łącznie ze sferą uczuciową oraz psychiczną: ambicje, aspiracje, pragnienia, ideologie i zasoby ekonomiczne. Nie można sprecyzować jednoznacznie słowa wartość, żaden słownik nie określa tego znaczenia dosłownie.

¹¹⁰ Masa całkowita monety oraz jej próba zależą od ilości użytego do jej produkcji czystego złota, którego ciężar właściwy wynosi 19,3 g/cm³. Monety wytwarzane w gettcie odpowiadały parametrom monet prawdziwych, tj. masie, grubości i średnicy, mimo, że zostały wykonane ze złota o niższej próbie, którego ciężar właściwy jest niższy (przyp. autora).

¹¹¹ Por. A. Baranowski, *Rozwój usług złotniczych w Polsce Ludowej w latach 1966-1975*, praca dyplomatyczna, Instytut Ekonomii Politycznej, Akademia Ekonomiczna, Poznań 1981, s. 42–45.

¹¹² A. Smith, *Bogactwo narodów*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1954, t. I, s. 39.

Twórca polskiej socjologii akademickiej F. Znaniecki (1882 – 1958) sens wartości rozumie w ujęciu ekonomicznym, potocznym, aksjologicznym i socjologicznym¹¹³. W znaczeniu ekonomicznym oraz potocznym pojęcie to jest pojmowane jako walor określonego sensu w znaczeniu atrybutowym. Rozumienie tego pojęcia w tym znaczeniu wyklucza zjawiska oraz obiekty, które są wartościami bezwzględnyymi. W znaczeniu aksjologicznym wartości są problemem podstawowym i w związku z tym traktuje się je z różnych obszarów poznawczych, tj. ontologii, metodologii i kultury. W tym kontekście problematyka badawcza dotyczy sposobu istnienia wartości oraz ich natury, źródeł wiedzy o wartościach, klasyfikacji wartości i funkcji, jakie pełnią w społeczeństwie¹¹⁴. Dla wielu ludzi jest oczywiste, że ubóstwo i bogactwo to po prostu odzwierciedlenie wartości społecznych¹¹⁵.

Wartości nie są jedynie celami kulturowymi, do których dążą ludzie. Część, to nic innego jak środki do realizacji tych celów, które dzielą się na wartości same w sobie, tzw. autoteliczne i wartości instrumentalne. System wartości i ideałów w kategorii ich ważności stanowi podstawę dokonywania wyborów i rozwiązywania konfliktów dotyczących każdej niemalże dziedziny ludzkiego działania. Stanowi zasadnicze kryterium wszystkich dążeń jednostki i wyboru indywidualnej drogi życia w określonych społecznie ramach. Systemy wartości kształtują nie tylko rezultaty bieżącego, racjonalnego procesu wartościowania. Przekazywane są z pokolenia na pokolenie, tworząc zarazem wartości narodowe, które wpływają na określone postawy społeczne. Do podstawowych wartości w znaczeniu uniwersalnym należy zaliczyć pokój, tolerancję, prawdę, wolność i prawo do życia. Do innych – wartość indywidualną, którą może wyznaczać poziom własnego dobrobytu, stan posiadania, własne bogactwo lub normy moralne, jak i poziom wykształcenia¹¹⁶. System wartości to także zespół poglądów oraz zachowań ludzkich, na który składają się doświadczenia historyczne, stopień tolerancji (nietolerancji) rozpatrywany w obszarze religijnym, obyczajowym i politycznym oraz nasz stosunek do obcych¹¹⁷.

Złoto jest utożsamiane z wartością w wymiarze pieniężnym oraz emocjonalnym. Ludzie w zależności od uzyskiwanych dochodów wykazują ekonomiczną i socjologiczną skłonność do tworzenia oszczędności pieniężnych. Według K. Gide przez

¹¹³ F. Znaniecki, *Zagadnienie wartości w filozofii*, w: Pisma Filozoficzne t. 2, Warszawa 1987, s. 79.

¹¹⁴ Ibidem, s. 80.

¹¹⁵ J. Sachs, *Koniec z nędzą*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 316.

¹¹⁶ W. Stróżowski, *Filozofia wartości*, Wydawnictwo Znak, Zeszyt nr 4, Warszawa 1965, s. 399–402.

¹¹⁷ J. Kleer, *Drogi do gospodarki rynkowej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2003, s. 187.

oszczędność należy rozumieć zaspokojenie potrzeb polegające na najmniejszym możliwym zużyciu, tzn. na najlepszym wyzyskaniu surowców lub pieniędzy, którymi się rozporządza. Inaczej, jest to „oszczędna konsumpcja, czyli jej odłożenie na przyszłość”¹¹⁸.

Przez setki lat w handlu pomiędzy ludźmi nie obowiązywał żaden pieniądz, a jedynie zasada: wymiana towaru za towar. Z upływem lat na świecie pojawił się naturalny pieniądz towarowy, którym były proste narzędzia, metale i inne. Z uwagi na swoje walory użytkowe, przez długi czas bardziej ceniono w transakcjach handlowych żelazo, mimo że znano już złoto. Sytuację tę zmieniła dopiero świadomość rzadkości występowania złota w przyrodzie. Ten żółty metal szybko stał się niebagatelną wartością samą w sobie wykazującą ogromną moc posiadanej trwałości. Stał się towarowym pieniądzem kruszcowym obowiązującym na całym świecie wstrzymując na długo rozwój ludzkiej świadomości w zakresie funkcji pieniądza w naszej kulturze.

W połowie III tysiąclecia p.n.e. w starożytnym Egipcie pieniądzem były sztaby wykonane z metalu, które w razie potrzeby cięto na mniejsze części. Identyczną formą pieniądza posługiwano się w Chinach. Do najstarszych a zarazem pierwszych monet wykonanych z metalu oraz ze złota – odgrywających rolę pieniądza – należy zaliczyć monety, które pojawiły się w Azji¹¹⁹. Starożytne systemy monetarne były oparte głównie na kruszcu złota, srebra oraz miedzi. Wartość każdej monety równała się wartości zawartego w niej czystego metalu, z którego została wykonana. Podstawową cechą wytworzonego ze złota pieniądza, którego faktyczna wartość i siła zależały od masy i próby (zawartości wagowej czystego złota lub srebra), była jego niezależna wartość w stosunku do innych dóbr, która stanowiła najlepszą metodę magazynowania posiadanej wartości.

W czasach, kiedy upadł Rzym, kres pieniężnemu chaosowi w całej Europie położyła reforma Karola Wielkiego. Jej celem było wprowadzenie do obiegu rozliczeniowego waluty srebrnej i od tego czasu obowiązywał system tzw. waluty srebrnej lub denarowej. W epoce nowożytnej, z uwagi na rozległą wymianę handlową na świecie, nastąpił wzrost roli pieniądza kruszcowego, który był bity przede wszystkim ze złota oraz srebra. Relacje wartości oparte na tych dwóch metalach szlachetnych określał stały kurs zwany bimetalizmem. Zgodnie z tą zasadą i nominalną wartością tych metali monety złote można było zastępować monetami srebrnymi i na odwrót. Prowadziło to do wy-

¹¹⁸ K. Gide, *Zasady Ekonomii Społecznej*, Piąte Wydanie Polskie, Wydawnictwo Poznań, Fiszer i Majewski, przedruk z 1914 roku, s. 608–609.

¹¹⁹ Pierwsze złote monety pojawiły się na świecie w Azji Mniejszej w połowie VII wieku p.n.e. w Lidii. Upowszechnili je Persowie po podboju ziem greckich (przyp. autora).

pierania monet z kruszcu o rosnącej wartości przez monety z kruszcu, które traciły na wartości. Dlatego w Europie pojawił się niedobór metali szlachetnych, chociaż po wielkich odkryciach geograficznych sprowadzono złoto i srebro z Nowego Świata i zwiększono ich wydobycie w kopalniach na Starym Kontynencie.

A. Smith – czołowy przedstawiciel ekonomii klasycznej – w swojej teorii przeciwstawiał się merkantylistom i uważał, że pieniądz kruszcowy nie jest bogactwem. Głosił, że bogactwem są towary, które można nabyć i posiadać za pieniądze. Nie dostrzegał, że środkiem akumulacji kapitału jest pieniądz.

Inny z klasyków ekonomii, D. Ricardo, twierdził, że każdy towar posiada swój rynek, który jest ograniczony kosztami transportu. Według niego również złoto miało posiadać swój rynek i jednakową cenę na całym świecie, stanowiąc najlepszy pieniądz międzynarodowy. Ricardo był twórcą teorii zakładającej ścisły związek między ilością pieniądza na rynku a poziomem cen towarów, zwanej w ekonomii teorią ilościową pieniądza.

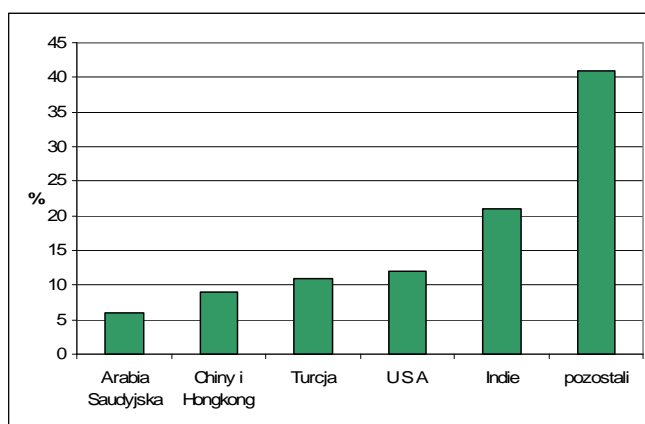
Według J. B. Saya towar w obrocie wymienia się za towar, tworząc rynek zbytu dla drugiego, a jeśli dokonuje się wymiana towaru za pieniądz, to po to, by można zakupić inny towar. Say uważał ponadto, że tezauryzacja może wystąpić tylko przy zamianie poziomu cen dóbr jako zjawisko przejściowe i szybko się wyrównujące.

Złoto swoją rangę jako pieniądza utraciło w drugiej połowie dwudziestego wieku. Podczas gdy w początkowych latach używano złotych monet, to w latach późniejszych metal ten stanowił podstawę systemu walutowego. Cena tego metalu od 1934 roku (dewaluacja dolara przez prezydenta USA Franklina Delano Roosevelta) nie uległa praktycznie zmianie do początku lat siedemdziesiątych ubiegłego stulecia. Światowy system walutowy był oparty na złocie, w którym cena dolara była przyporządkowana wartości kruszcu.

O nieprzemijającej wartości złota świadczy fakt, że w każdym roku rośnie na świecie zapotrzebowanie na ten metal. Największe ilości kupują każdego roku Chiny i Indie. Jak dotąd, kopalnie złota nie pokryły w pełni zgłaszanego popytu. Do czasów obecnych nie wyprodukowano złota metodą syntetyczną i nic nie wskazuje na to, że mimo rosnącej stale na świecie technologii, uda się je kiedykolwiek wyprodukować. To właśnie cechy fizyczne i chemiczne tego pierwiastka, a przede rzadkość występowania w skorupie ziemskiej stanowią o jego fenomenie. Złoto w skorupie ziemskiej występuje w formie czystej oraz w minerałach, do których zaliczamy kreneryt, kalaweryt, rudy miedzi oraz rudy platynowców. Największy samorodek złota o masie 92 kg znaleziono

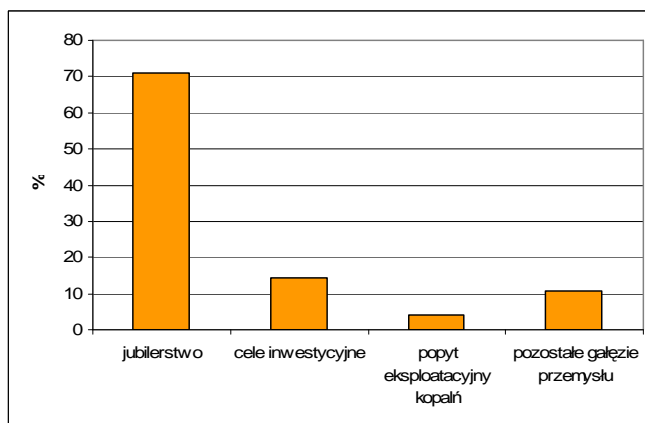
w Australii na Pustyni Wiktorii. Mimo że złoto należy do znanych człowiekowi i wydobywanych od najwcześniejszych lat metali, to przeszło 75% dotychczasowej masy wydobyto w XX wieku. Do największych producentów złota należą dziś Republika Południowej Afryki, Stany Zjednoczone i Australia. Jak dotąd wszystkie kopalnie na świecie wydobyły niemal 121 tys. ton tego metalu. Na cele przemysłowe i jubilerskie przeznaczono 60%, a 40% na rezerwę państwową wielu krajów świata.

Wykres 3. Struktura geograficzna popytu na złoto w 2005 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie www.lbma.org.uk/delivery, 23.10.2006.

Wykres 4. Struktura rodzajowa popytu na złoto w 2005 roku

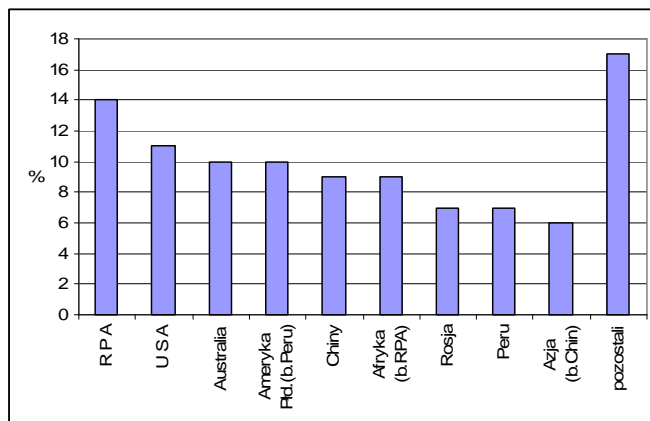


Źródło: opracowanie własne na podstawie www.lbma.org.uk/delivery, 23.10.2006.

Najbardziej popularną na świecie formą inwestowania w złoto środków pieniężnych jest zakup jednostek uczestnictwa w specjalistycznych funduszach inwestycyjnych, tzw. gold funds, których indeks oparty jest na metalach szlachetnych i funduszach alokacyjnych. Fundusze alokacyjne mogą z kolei nabywać certyfikaty metali szlachetnych bądź inwestować w akcje spółek trudniących się ich wydobywaniem. Ten typ inwe-

stowania wydaje się szczególnie atrakcyjny dla inwestorów o ograniczonym portfelu środków.

Wykres 5. Struktura geograficzna podaży złota w 2005 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie www.lbma.org.uk/delivery, 23.10.2006.

Kontrakty terminowe, tzw. futures, i związane z nimi opcje na zakup złota są zaliczane przez inwestorów do inwestycji o dużym ryzyku. Mimo że na giełdach złota nie spekuluje się, to niestety ten wariant inwestycji może zawierać w sobie krótkoterminowy nośnik.

Każda inwestycja w oparciu o zakup złota powinna być dokonywana wtedy, kiedy ceny złota na świecie są stabilne i panuje spokój polityczny i gospodarczy. Najmniejszy bowiem kryzys powoduje natychmiastowy wzrost jego wartości i mamy niemal do czynienia z natychmiastową, znaczną stopą zwrotu. Również, kiedy pieniądz na rynku zaczyna tracić wartość, kruszec złota jest traktowany przez inwestorów jako zapora inflacyjna. Stąd powiedzenie, że „złoto zawsze ma się najlepiej wtedy, kiedy wszystko inne idzie źle”.

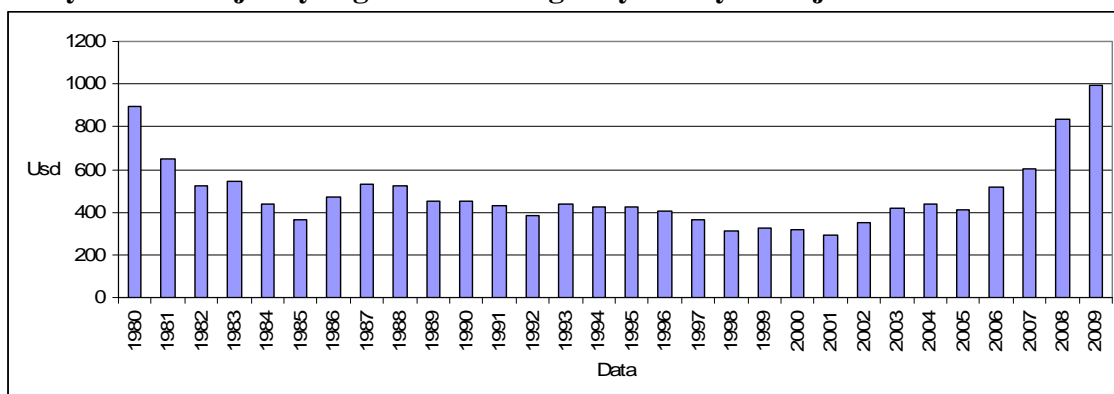
Nie zawsze jest to jednak regułą: w roku 2008 wobec widma kryzysu finansowego na świecie cena uncji złota na giełdach światowych długo nie osiągnęła rekordowej granicy wartości z 1980 roku wycenionej wówczas na poziomie 892,10 dol. W końcu października 2008 roku złoto wyceniono na 705 dolarów¹²⁰, po czterech miesiącach tj. w lutym 2009 roku nastąpił wzrost jego ceny aż do 993,20 dol. za 1 uncję¹²¹ – **wykres 6**. W listopadzie 2009 roku wartość złota na giełdzie w Nowym Jorku wyceniono na ponad 1080 dolarów¹²².

¹²⁰ Na podstawie giełdy London Gold Fixing, notowania z 24.10.2008.

¹²¹ Na podstawie giełdy London Gold Fixing, notowania z 12.02.2009.

¹²² Na podstawie giełdy N. Jork, notowania z 04.11.2009.

Wykres 6. Uncja czystego złota według ceny maksymalnej w latach 1980–2009



Źródło: opracowanie własne na podstawie ceny złota w latach 1980–2009, giełda London Gold Fixing.

Echa światowych wydarzeń związanych z Irakiem doprowadziły w lutym 2003 roku do wzrostu ceny kruszcu złota w tzw. spocie – dostawa natychmiastowa – do 388,5 dol. za uncję. Tak wysoko złoto nie było wycenione od sierpnia 1996 roku, jednak wcześniej, wzrost ceny czystego złota z 255 dolarów do 385 dol. za uncję od kwietnia 2001 roku był wynikiem wydarzeń światowych, na które nałożył się atak na kontynencie amerykańskim na World Trade Center, powodujący obawę dalszych ataków terrorystycznych i wzrost zagrożenia wojną.

Wydarzenia te doprowadziły do napięć politycznych i wojny w Afganistanie oraz w Iraku, przy czym nie miały wpływu na te wydarzenia miał konflikt indyjsko-pakistański oraz prace związane nad bronią jądrową prowadzone przez Koreę Północną. Innym czynnikiem powodującym w tym okresie wzrost szczególnego zainteresowania inwestycjami w złoto był spadek wartości dolara. Mizerny obraz gospodarki amerykańskiej uległ dodatkowemu pogorszeniu po ujawnieniu księgowych afer na największych spółkach giełdowych. Od lipca 2001 roku do marca 2003 roku dolar stracił do euro niemal 30% wartości. Również na Wall Street spadły wszystkie indeksy. Zakupy złota okazały się tańsze i intratne dla inwestorów jak nigdy dotąd: 14 marca cena złota spadła do 331,5 dol. powodując spadek nerwowej atmosfery na rynku, lecz po kilku dniach wartość żółtego kruszcu wzrosła z uwagi na obniżenie zaangażowania inwestorów na giełdach do 340 dolarów za uncję. Podobna sytuacja dotycząca ruchu cen na giełdach światowych miała miejsce na początku lat 90. podczas konfliktu zbrojnego w Zatoce Perskiej. Podczas gdy wojska irackie w sierpniu 1990 roku weszły do Kuwejtu, cena uncji wzrosła o 45 dol. W styczniu 1991 roku, kiedy wojska sprzymierzone znalazły się w Iraku, wartość złota spadła o 40 dol. i osiągnęła cenę 365 dol.

Złoto, jako lokata na „czarną godzinę”, bywa najczęściej kupowane przez indywidualnych inwestorów w postaci sztabek oznaczonych przez remitenta pod względem pochodzenia i próby, czyli stosunku ciężaru metalu szlachetnego zawartego w stopie do całkowitego ciężaru stopu wyrażonego z dokładnością do 1/000¹²³. Inną formą lokaty są złote monety, medale i wyroby jubilerskie, także z kamieniami jubilerskimi pochodzenia naturalnego. Inną, bardziej kapitałochłonną formą inwestowania w złoto jest zakup akcji kopalni metali szlachetnych, producentów złota, srebra lub jednostek w określonych funduszach. Ta metoda wiąże się jednak z pewnym ryzykiem inwestycyjnym z uwagi na oczekiwanie wystąpienia odpowiedniego momentu do sprzedaży akcji, jeśli taki w ogóle nastąpi. W przeciwnym razie lokaty takie w zależności od cen złota na giełdach światowych nie osiągają oczekiwanego poziomu zysku.

Najprostszym sposobem inwestowania w złoto przy niewielkim nakładzie środków jest nabycie złotych sztabek o zróżnicowanej masie lub monet lokacyjnych, tzw. bulionówek¹²⁴. W krajach, które dokonują ich emisji, stanowią legalny środek płatniczy. Do złotych monet lokacyjnych należy zaliczyć m. in. dolary amerykańskie z orłem, chińskie juany z pandą, australijskie dolary z liściem klonu i austriackie szylingi oraz jako pierwszą – południowoafrykański krugerrand. Innym sposobem jest kupowanie powiązanych z nim kontraktów terminowych tzw. futures oraz opcji oferowanych na regulowanych giełdach towarowych, spośród których największą jest giełda w Nowym Jorku. Jeden kontrakt terminowy na tej giełdzie obejmuje 100 uncji złota i aby do niego przystąpić, wystarczy dokonać wpłaty depozytu zabezpieczającego, który stanowi tylko pewien procent ich wartości. Z punktu widzenia inwestorów forma tej inwestycji jest bardzo popularna i intratna z uwagi na niewymagalność dokonywania wpłaty pełnego depozytu.

Wartość złota od lat jest doceniana przy tworzeniu strategicznych rezerw poszczególnych państw, również w Polsce. Rezerwy te w sztabach czystego złota służą zapewnieniu bezpieczeństwa posiadanych środków pieniężnych na wypadek ewentualnego kryzysu gospodarczego lub politycznego. Największe rezerwy złota posiadają dziś Stany Zjednoczone i Niemcy. Posiada je także Polska. Według nieoficjalnych źródeł bank centralny zakupił w 2002 roku ponad 60 ton złota na giełdzie w Londynie i rezer-

¹²³ F. Zastawniak, *Złotnictwo i probiernictwo*, op. cit., s. 260.

¹²⁴ Monety bulionowe – monety wykonane z metali szlachetnych bite na cele inwestycyjne, czyli lokatę kapitału. Nie mają zwykle zadeklarowanej wartości. Zamiast nominału podana jest zawartość czystego kruszcu. Nakład jest nieograniczony i zależy od popytu. Pierwszą monetą bulionową był wybity w 1970 roku w Republice Południowej Afryki „Krugerrand” (przyp. autora).

wa ta wynosi 102,9 ton (32 miejsce na świecie) i jest równoznaczna 3,3 milionom uncji¹²⁵.

Do znaczących ośrodków handlu złotem na świecie można zaliczyć – pod względem liczby transakcji – Londyn będący dla inwestorów wielką izbą gospodarczą, na której ustala się dwa razy dziennie tzw. fixing, polegający na wyznaczaniu aktualnej ceny złota o określonej porze dnia i według której odbywa się większość światowych transakcji tym kruszcem. Giełda w Nowym Jorku stanowi prestiżowy ośrodek obrotu fine goldem (czyste złoto) na rynku terminowym, natomiast Zurych centrum fizycznego obrotu tym kruszcem. Do innych rynków o znaczeniu kluczowym inwestorzy i analitycy giełdowi zaliczają Tokio, Singapur, Hongkong, Dubaj oraz Istambuł.

W Polsce największym producentem złota jest Kombinat Górniczy Hutnictwa i Miedzi, który w roku 2007 dostarczył rynkowi 0,883 tony tego kruszcu, (tzw. złota metalizowanego) oraz 1200 ton srebra rafinowanego¹²⁶. Jest to niewielka masa w stosunku do zgłaszanego popytu. Biorąc pod uwagę wielkość produkcji złota światowych potentatów, ilość ta stanowi niewielki procent ogólnej produkcji na świecie. Zasoby geologiczne złota na świecie oceniane są obecnie na 75 000 – 80 000 ton.

Mimo, że ceny złota na giełdach światowych wykazują zróżnicowaną tendencję, kruszec ten nadal pozostaje w zainteresowaniu wielu inwestorów. Wzrost jego wartości wynika również z faktu, że szczególnie po 2003 roku nasiliło się zainteresowanie rynkami towarowymi wśród funduszy inwestycyjnych. Nie bez znaczenia wydają się niskie stopy procentowe, dzięki którym złoto staje się alternatywą dla bezpiecznego inwestowania.

Zaufania do złota, utożsamianego z wartością i bogactwem, prawdopodobnie nikt nie zmieni. Jego ranga, jako środka lokaty na świecie, stanowi nadal niezaprzeczalny dowód materialnej potęgi.

¹²⁵ Źródło: Życie Warszawy, 14 listopad 2003, s. 8.

¹²⁶ Na podstawie danych: www.kghm.pl, 23.06.2009 r.

ROZDZIAŁ 3. GOSPODARSTWA DOMOWE WEDŁUG WYBRANYCH CZYNNIKÓW OCENY KONSUMPCJI

3. 1. Sytuacja ekonomiczna

Według Adama Smitha „każdy człowiek ma prawo do stopy życiowej zapewniającej zdrowie oraz dobrobyt jego i jego rodziny”¹. Sytuację ekonomiczną gospodarstw domowych wyznacza poziom konsumpcji dóbr i usług oraz jej priorytety w różnych dziedzinach życia i określonym czasie. Do grupy determinant o charakterze ekonomicznym zaliczane są zasoby dóbr będące w posiadaniu gospodarstw domowych, dochody gospodarstw (nominalne i realne), relacje z poziomem cen towarów i usług konsumpcyjnych oraz sposoby i formy ich nabywania. Wymienione determinanty stanowią ekonomiczną podstawę funkcjonowania gospodarstw, określają poziom życia i konsumpcji oraz możliwości zaspokojenia wspólnych i indywidualnych potrzeb członków gospodarstw domowych². Na sytuację ekonomiczną wpływają także uwarunkowania makroekonomiczne, odnoszące się do posiadanych zasobów i ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju, równowagi rynkowej i koniunktury gospodarczej, obowiązujących uregulowań prawnych i finansowych oraz zasad organizacji życia społecznego. W ramach prowadzonej polityki społeczno-ekonomicznej stosuje się określone narzędzia kształtowania konsumpcji, na co gospodarstwa domowe nie mają bezpośredniego wpływu. Przyjmują je jako warunki konieczne i na ogół przystosowują się do nowej sytuacji, tworząc równocześnie własną kondycję materialną³.

Jednym z podjętych celów badania było uzyskanie informacji na temat sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych będących uczestnikami rynku złota. Respondentom przedstawiono, w oparciu o przyjętą koncepcję, trzy warianty odpowiedzi umożliwiające jej ocenę za lata 2001–2005 według przyjętej w ankiecie kategoryzacji: „uległa poprawie”, „uległa pogorszeniu”, „nie zauważam zmian”. Uzyskane rezultaty badania wykazały, że co piąty badany (22,19%) uznał ją jako „uległa poprawie” i niemal, co piąty (22,53%) jako „nie zauważam zmian”. Ponad połowa respondentów (55,28%) była zdania, że warunki ekonomiczne w ich wspólnych domostwach uległy pogorszeniu – **tabela 7.**

¹ Por. A. Smith, *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1954, s. 529.

² M. Janoś-Kresło, B. Mróz, *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2006, s. 119–122.

³ G. Świątowy, *Zachowania konsumentów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006, s. 135.

Tabela 7. Gospodarstwa domowe według oceny sytuacji ekonomicznej i cech demograficzno-społecznych respondentów w latach 2001–2005

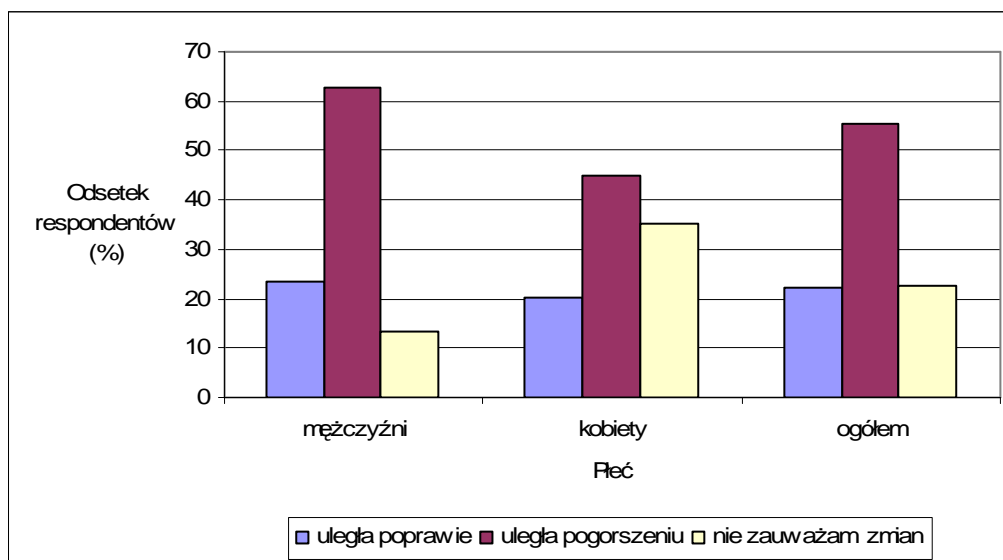
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Ocena sytuacji ekonomicznej			
	ogółem	uległa poprawie	uległa pogorszeniu	nie zauważam zmian
	w odsetkach			
Ogółem	100,00	22,19	55,28	22,53
Płeć				
mężczyzna	100,00	23,65	62,80	13,55
kobieta	100,00	20,16	44,80	35,04
Wiek w latach				
18-25	100,00	24,38	42,05	33,57
26-45	100,00	17,48	63,24	19,28
46-60	100,00	21,86	56,29	21,85
61 i więcej	100,00	28,70	52,16	19,14
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	13,41	51,40	35,19
zawodowe	100,00	16,26	73,70	10,04
średnie	100,00	18,99	52,18	28,83
wyższe	100,00	39,75	47,63	12,62
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	3,21	77,14	19,65
emeryt, rencista	100,00	14,86	58,96	26,18
sektor prywatny*	100,00	45,11	38,66	16,23
sfera budżetowa	100,00	19,04	53,35	27,61
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	17,41	46,88	35,71
10.000-50.000	100,00	19,55	60,91	19,54
50.001-100.000	100,00	24,32	51,62	24,06
>100.000	100,00	27,66	55,32	17,02

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Analiza oceny sytuacji ekonomicznej według płci respondentów wykazała niewielkie zróżnicowanie w strukturze, szczególnie w wariancie „uległa pogorszeniu” oraz „nie zauważam zmian” – **wykres 7**. W subgrupie mężczyzn, blisko 2/3 (62,80%) uznało, że w ich wspólnych gospodarstwach domowych sytuacja ta uległa pogorszeniu, natomiast wskaźnik struktury dla tej oceny w subgrupie kobiet wyniósł 44,80% – udział „ogółem” 55,28%. Zmian w poziomie życia („ogółem” 22,53%) nie zauważyły w większości kobiety (35,04%) przed mężczyznami (13,55%), natomiast dla oceny jako „uległa poprawie”, odsetek mężczyzn wyniósł 23,65% i kobiet 20,16% – „ogółem” w próbie 22,19%.

Wykres 7. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i płci

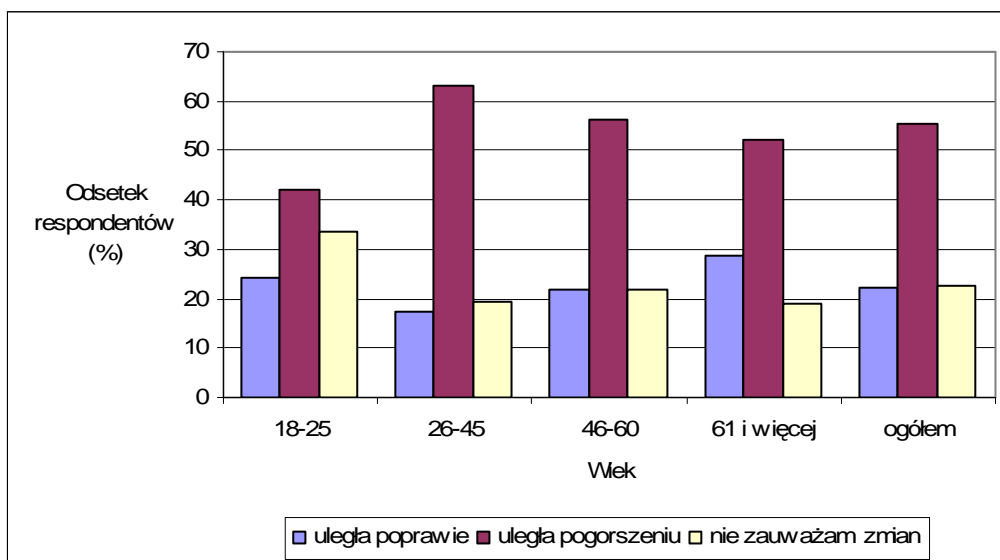


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 7.

Ponad 42% respondentów w wieku 18-25 lat oceniło sytuację ekonomiczną gospodarstwa domowego jako gorszą, 33,57% nie zauważyło zmian, a 24,38% uznało, że uległa poprawie – **wykres 8**. Przyjmując powyższą kolejność, wskaźniki struktury w pozostałych subgroupach wyniosły: dla osób w wieku 26-45 lat – 63,24%, 19,28%, 17,48%; 46-60 lat – 56,29%, 21,85%, 21,86% i powyżej 61 lat 52,16%, 19,14%, 28,70%. Najwyższy odsetek niezadowolonych z poziomu życia stanowili respondenci w wieku 26-45 lat (63,24%), natomiast najwyższy dla oceny, że uległ poprawie – badani powyżej 61 roku życia (28,70%). Dominujący z kolei odsetek respondentów, według których nie nastąpiły dostrzegalne zmiany ekonomiczne w ich gospodarstwach, tworzyli najmłodsi uczestnicy rynku złota mający 18-25 lat stanowiący 33,57%.

Uwzględniając poziom wykształcenia zauważono, że w subgrupie osób z wykształceniem podstawowym dla 51,40% warunki życia uległy pogorszeniu (udział „ogółem” 55,28%), a dla 35,19% nie uległy zmianie (udział „ogółem” 22,53%). Respondenci, którzy ocenili, że uległy poprawie, stanowili 13,41% – „ogółem” w badanej zbiorowości 22,19% – **wykres 9**. Analogicznie wskaźniki struktury w pozostałych subgroupach wyniosły: dla respondentów z wykształceniem zawodowym 73,70%, 10,04%, 16,26%, z wykształceniem średnim 52,18%, 28,83%, 18,99% i z wykształceniem wyższym 47,63%, 12,62%, 39,75%.

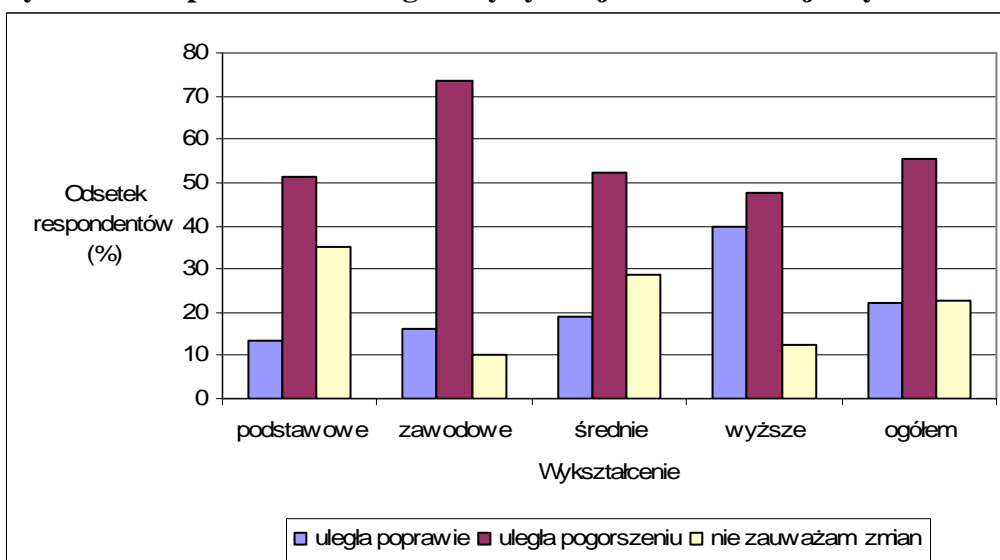
Wykres 8. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 7.

Rezultaty badania pozwoliły zauważyć, że dominujący odsetek osób, które dokonały negatywnej oceny sytuacji ekonomicznej wspólnego gospodarstwa domowego („uległa pogorszeniu”), stanowili respondenci z wykształceniem zawodowym, natomiast dla oceny jako „uległa poprawie”, najwyższy wskaźnik w strukturze dotyczył respondentów z wykształceniem wyższym.

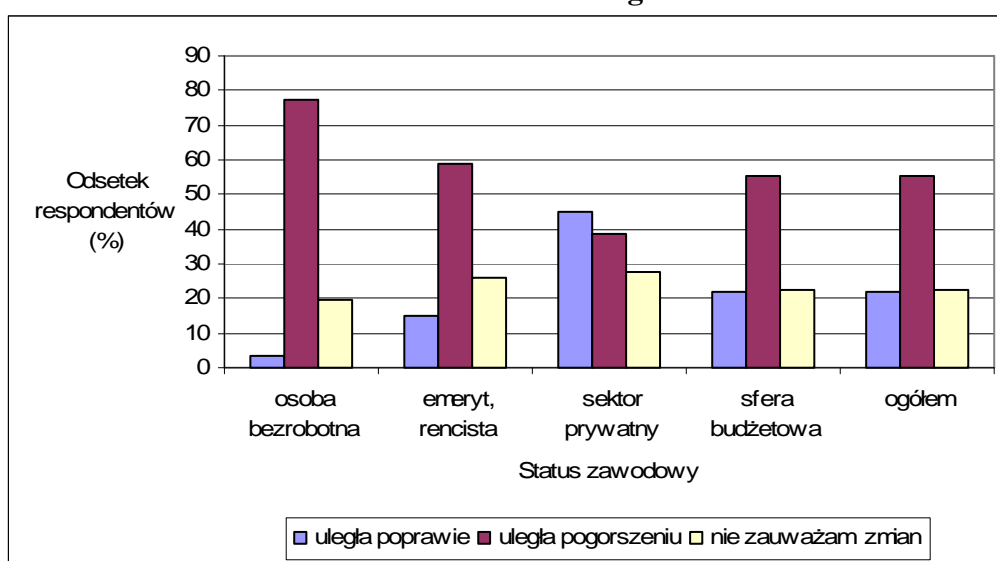
Wykres 9. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 7.

Analiza oceny sytuacji ekonomicznej według statusu zawodowego respondentów pozwoliła stwierdzić, że w subgrupie „osoba bezrobotna”, aż 77,14% uznało ją za gorszą, natomiast dla 19,65% pozostawała na niezmiennym poziomie. Jej poprawę w najniższym procencie zauważyły w swoich gospodarstwach osoby bezrobotne stanowiące tylko 3,21% – **wykres 10**. W pozostałych subgrupach zawodowych wskaźniki struktury wyniosły: dla emerytów, rencistów 58,96%, 26,18%, 14,86%, pracowników sektora prywatnego 38,66%, 16,23%, 45,11% oraz pracowników sfery budżetowej 53,35%, 27,61% i 19,04%. Najwyższy odsetek w strukturze respondentów, których zdaniem sytuacja materialna rodziny uległa poprawie, stanowili zatrudnieni w sektorze prywatnym, stanowiący 45,11% w stosunku do udziału „ogółem” 22,19%, natomiast, wśród których uległa pogorszeniu, osoby bezrobotne (77,14%) oraz emeryci i renciści (58,96%) – wskaźnik struktury „ogółem” 55,28%.

Wykres 10. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego

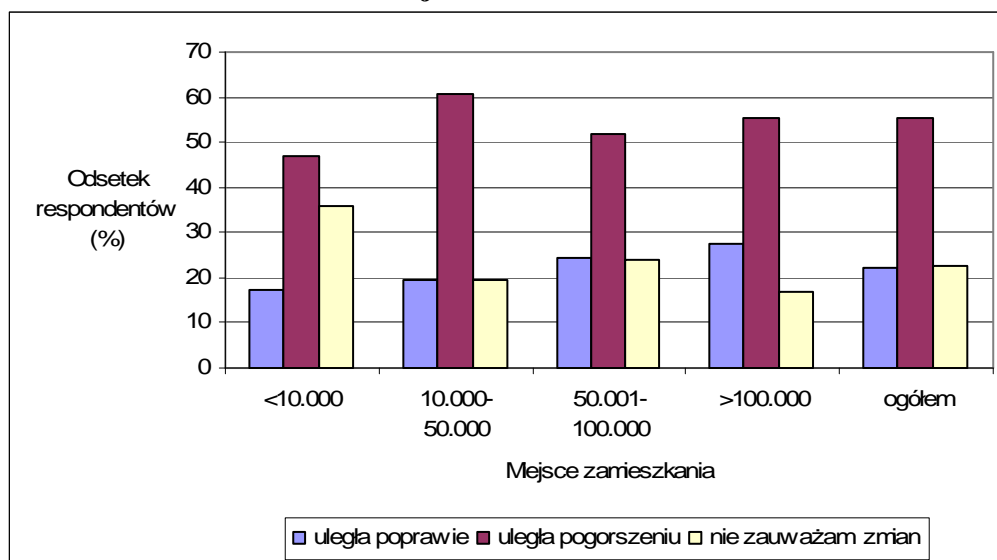


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 7.

Wyniki badania dotyczące oceny warunków ekonomicznych według miejsca zamieszkania wykazały, że w subgrupie z miejscowości do 10 tys. mieszkańców było 46,88% ankietowanych, którzy ocenili je jako gorsze, natomiast dla 35,71% nie zmieniły się (wskaźnik „ogółem” w próbie 55,28%). Wskaźnik struktury badanych dla oceny „uległy poprawie” wyniósł 17,41% – **wykres 11**. Analogicznie – w pozostałych subgrupach wskaźniki te wyniosły: dla respondentów zamieszkujących miasta o liczbie 10-50

tys. mieszkańców 60,91%, 19,54%, 19,55%, 50-100 tys. mieszkańców 51,62%, 24,06%, 24,32 % i z miast ponad 100 tys. mieszkańców 55,32%, 17,02% i 27,66%.

Wykres 11. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 7.

W postępowaniu badawczym zmierzano do weryfikacji hipotezy zerowej, że poszczególne cechy demograficzno-społeczne respondentów (płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i miejsce zamieszkania) oraz dokonana przez nich ocena sytuacji ekonomicznej były niezależne. Starano się uzyskać odpowiedź na pytanie, czy cechy te miały wpływ – i o jakiej sile – na sytuację ekonomiczną gospodarstw domowych – **tabela 8**.

Tabela 8. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między sytuacją ekonomiczną gospodarstw domowych a cechami demograficzno-społecznymi respondentów

Cechy demograficzno-społeczne	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć	97,9457	2	0,0000	0,2479	0,7618	0,3254
Wiek	47,9733	6	0,0000	0,1763	0,8413	0,2096
Wykształcenie	140,0746	6	0,0000	0,2926	0,8413	0,3478
Status zawodowy	218,1691	6	0,0000	0,3568	0,8413	0,4241
Miejsce zamieszkania	40,7084	6	0,0000	0,1628	0,8413	0,1935

Uwaga: dla poziomu istotności $p=0,05$ oraz dla $df=2$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$ wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=5,991$, a dla $df=6$ stopni swobody wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=12,592$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Uzyskane wartości statystyki chi-kwadrat są znacznie wyższe (40,7084-218,1691) od wartości krytycznych chi-kwadrat alfa (5,991 i 12,592) we wszystkich wierszach, co pozwoliło odrzucić hipotezę zerową i stwierdzić, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ istniała zależność między badanymi cechami demograficzno-społecznymi a oceną sytuacji ekonomicznej. Analiza statystyczna wykazała także, że istniejące powiązania (chi-kwadrat=97,94) między płcią a oceną sytuacji ekonomicznej były wysoce istotne ($p=0,0000$) i o przeciętnej sile ($C_{skor}=0,3254$). Oznacza to, że płeć respondentów miała średni wpływ na ocenę sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych. Badanie współzależności między wiekiem respondentów a dokonaną przez nich oceną sytuacji ekonomicznej potwierdziła istnienie zależności (chi-kwadrat=47,97), która jest istotna ($p=0,0000$), ale o słabej sile ($C_{skor}=0,2096$). Można uznać, że sytuacja ekonomiczna gospodarstw domowych była w słabym stopniu zależna od wieku badanych. Badając związki między poziomem wykształcenia a sytuacją ekonomiczną uzyskano wartości współczynników świadczących o istnieniu związku (chi-kwadrat=140,0746) o wysokiej istotności ($p=0,0000$) oraz o średniej sile ($C_{skor}=0,3478$). Uzyskane wartości wskazują, że poziom wykształcenia respondentów w średnim stopniu wpływał na ocenę sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych. Ponadto rezultaty badania pozwoliły stwierdzić istnienie zależności między statusem zawodowym a oceną sytuacji ekonomicznej (chi-kwadrat=218,1691), która była wysoce istotna ($p=0,0000$) o średniej sile ($C_{skor}=0,4241$). Wynik ten oznacza, że status zawodowy respondentów w średnim stopniu – jednak wyższym niż wykształcenie – miał wpływ na ocenę sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych. Analiza korelacji potwierdziła istnienie związku między miejscem zamieszkania respondenta z oceną sytuacji ekonomicznej (chi-kwadrat=40,7084) na poziomie wysokiej istotności ($p=0,0000$), jednak o słabej sile ($C_{skor}=0,1935$). Należy stwierdzić, że czynnik miejsca zamieszkania – obok czynnika wieku – miał bardzo słabe powiązanie z oceną sytuacji ekonomicznej.

Uzyskane rezultaty badania w zakresie sytuacji ekonomicznej, oparte na licznej próbie oraz celowym doborze jednostek reprezentowanych przez konsumentów rynku złota, stanowiły podstawę porównania własnych wyników badania z wynikami badania ankietowego warunków życia ludności dokonanego przez Główny Urząd Statystyczny w 2000, 2002 i 2003 roku – **tabela 9**.

**Tabela 9. Gospodarstwa domowe według oceny sytuacji ekonomicznej
w świetle badań GUS w latach 2000, 2002, 2003
oraz badania własnego obejmującego lata 2001–2005**

Ocena sytuacji ekonomicznej	Przewidywany poziom życia w okresie 2–3 lat				Osiągnięty, średni poziom życia*	Różnica
	2000	2002	2003	średnio		
	w odsetkach gospodarstw domowych					
Poprawi się lub bardzo się poprawi	14,70	11,70	16,00	14,10	a) 22,20	8,10
Pogorszy się lub bardzo się pogorszy	51,80	47,60	43,30	47,60	b) 55,30	7,70
Ani się nie poprawi, ani się nie pogorszy	33,50	40,70	40,70	38,30	c) 22,50	-15,80
Ogółem	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	0,00

*dotyczy oceny sytuacji ekonomicznej w ostatnich pięciu latach według badania własnego: a) uległa poprawie, b) uległa pogorszeniu, c) nie zauważam zmian.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego realizowanego przez GUS w latach 1997–2003 opracowanego przez Wydział Warunków Życia Ludności oraz na podstawie badania własnego obejmującego lata 2001–2005.

W świetle badania GUS wyniki prezentują subiektywną samoocenę gospodarstw domowych dotyczącą spodziewanych zmian poziomu materialnego w ciągu 2-3 lat. Badani odpowiadali na pytania uszeregowane w skali ocen: a) „poprawi się lub bardzo się poprawi”, b) „pogorszy się lub bardzo się pogorszy”, c) „ani się nie poprawi, ani się nie pogorszy”. Skala ocen była merytorycznie zgodna ze skalą ocen sytuacji ekonomicznej (poziomu życia) zastosowanej w badaniach autora i dotyczyła porównywalnego okresu badawczego, tj. lat 2001 – 2005.

Analiza porównawcza, dotycząca osiągniętego poziomu życia w stosunku do przewidywanego przez gospodarstwa domowe, wykazała umiarkowane zróżnicowanie. Nadzieję na poprawę standardu swojego życia w okresie badanym posiadało ponad 14,00% gospodarstw domowych, co stanowiło 8,10% mniej od gospodarstw, w których te nadzieje spełniły się. Pogorszenie warunków życia (według GUS) przewidywało 47,60% gospodarstw, a osiągnęło ten stan (według badania autora) o 7,70% więcej.

Powyższe wyniki wykazują, że na bardzo zbliżonym poziomie wzrosła zarówno liczba gospodarstw domowych stwierdzających poprawę, jak i pogorszenie aktualnego poziomu życia w stosunku do spodziewanego. Ponad 38% gospodarstw domowych przewidywało niezmiennosć warunków życia, a tylko 22,50% ją potwierdziło, co stanowiło różnicę niemal 16%.

Dokonane porównanie, mimo że dotyczyło dwóch niezależnych prób, pozwoliło ocenić, jak kształtowały się subiektywne oceny gospodarstw domowych w kwestii zmian w spodziewanym i osiągniętym poziomie życia.

Uzyskane efekty nie są optymistyczne i potwierdziły istnienie dużego zróżnicowania sytuacji ekonomicznej występującej w polskim społeczeństwie. Co drugie gospodarstwo domowe uznało bowiem, że jego sytuacja materialna uległa pogorszeniu, a tylko co piąte, że uległa poprawie. Przyjmując sytuację ekonomiczną jako wyznacznik poziomu życia, należy pamiętać, że odzwierciedla ona stopień zaspokojenia potrzeb, uwarunkowany istniejącą podażą dóbr i usług oraz poziomem realnych dochodów⁴.

Z danych stanowiących efekt badania przeprowadzonego w 2001 roku przez OBOP dotyczącego nastrojów społecznych w gospodarstwach domowych wynika, że dla 85% Polaków sytuacja materialna uległa pogorszeniu, a 74% oceniło sprawy w kraju jako zmierzające w złym kierunku⁵. Tylko dla 16% badanych, kierunek zmian spowodował polepszenie ich poziomu życia. Najwyższy odsetek niezadowolonych dotyczył rolników i gospodyń domowych (po 88% respondentów). Opinie w zakresie poprawy sytuacji materialnej wyrazili przede wszystkim uczniowie i studenci (41%).

Najwięcej obaw związanych z najbliższą przyszłością było w wypowiedziach rolników (69%), a także pracowników administracji i usług (67%). Częściej niż inni, na poprawę warunków materialnych liczyli najmłodszy badani (27%), prywatni przedsiębiorcy (26%) oraz uczniowie i studenci (25%).

OBOP zwrócił uwagę, że wskaźniki nastrojów społecznych były bardzo niskie, natomiast w przypadku ocen kierunku zmian w kraju oraz stanu gospodarki, wskaźniki przyjęły najniższy poziom spośród wszystkich pomiarów, jakie OBOP przeprowadzał w 2001 roku.

W świetle własnego badania, które obejmowało rynek złota oraz zmierzało m. in. do uzyskania wiedzy na temat sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych należy stwierdzić, że uzyskane wyniki są na zbliżonym poziomie w stosunku do wyników z badania OBOP.

⁴ T. Słaby, *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2006, s. 106.

⁵ Według badania OBOP przeprowadzonego w czerwcu 2001 roku na ogólnopolskiej, losowej, reprezentatywnej próbie 990 mieszkańców Polski powyżej 15 roku życia.

3.2. Dochody

Dochód jest kluczowym czynnikiem wyznaczającym konsumpcję, co wynika zarówno ze zwykłej obserwacji, jak i badań statystycznych. Każde gospodarstwo domowe opiera swą działalność na budżecie, który jest odzwierciedleniem wpływów z określonych źródeł oraz wydatków ponoszonych na własne potrzeby. W sytuacji, gdy członkowie wspólnego gospodarstwa domowego nie uzyskują wystarczających dochodów, wówczas pojawiają się ograniczenia budżetowe, które limitują wielkość i strukturę wydatków⁶.

Ograniczenie budżetowe może wystąpić na każdym poziomie dochodów i wydatków, jednakże zakłada się, że wyższe dochody łagodzą skutki ich ograniczenia. Ograniczoność budżetu zmusza gospodarstwa domowe do racjonalnego gospodarowania polegającego na ustalaniu i przestrzeganiu pewnej hierarchii i struktury wydatków konsumpcyjnych w taki sposób, by przy określonych dochodach, jak najlepiej, zaspokajały potrzeby wspólne i indywidualne wszystkich członków gospodarstwa domowego. Innym przejawem realizacji zasady racjonalności jest minimalizacja nakładów finansowych w celu utrzymania lub osiągnięcia określonego poziomu konsumpcji. Realizacja tej zasady polega na podejmowaniu decyzji zakupu towarów różniących się ceną i stopniem przetworzenia, zainteresowaniu zakupami tańszych gatunków oraz świadczeniu własnej pracy na rzecz gospodarstwa domowego przez jego członków⁷.

Założona koncepcja badawcza polegała m.in. na identyfikacji gospodarstw domowych pod względem subiektywnej oceny wystarczalności miesięcznych dochodów netto na podstawie uzyskanych od uczestników rynku złota odpowiedzi w dwóch wariantach, tj. „wystarczające” lub „niewystarczające” – **tabela 10**. Otrzymane wyniki nie są optymistyczne i świadczą o znacznym zróżnicowaniu, ponieważ 61,96% respondentów uznało miesięczne dochody w latach 2001–2005 wszystkich pracujących członków gospodarstwa domowego za niewystarczające wobec ponoszonych kosztów utrzymania. Ponad 38% z nich stwierdziło, że były wystarczające.

⁶ S. Nordhaus, *Ekonomia 1*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 211.

⁷ G. Światowy, *Zachowania konsumentów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006, s.143–146.

Tabela 10. Gospodarstwa domowe według oceny wystarczalności dochodów i cech demograficzno-społecznych respondentów w latach 2001–2005

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Ocena dochodu gospodarstwa		
	ogółem	wystarczający	niewystarczający
	w odsetkach		
Ogółem	100,00	38,04	61,96
Płeć			
mężczyzna	100,00	40,18	59,82
kobieta	100,00	35,04	64,96
Wiek w latach			
18-25	100,00	38,16	61,84
26-45	100,00	26,31	73,69
46-60	100,00	51,20	48,80
61 i więcej	100,00	44,44	55,56
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	48,05	51,95
zawodowe	100,00	26,99	73,01
średnie	100,00	40,51	59,49
wyższe	100,00	36,91	63,09
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100,00	-	100,00
emeryt, rencista	100,00	41,51	58,49
sektor prywatny*	100,00	51,79	48,21
sfera budżetowa	100,00	47,18	52,82
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	42,41	57,59
10.000-50.000	100,00	32,46	67,54
50.001-100.000	100,00	47,03	52,97
>100.000	100,00	34,65	65,35

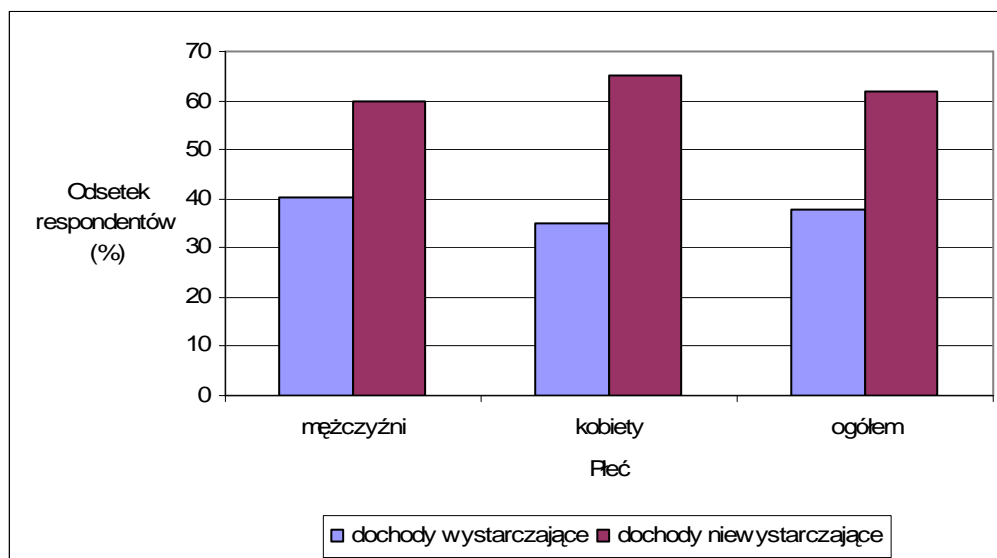
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Przy udziale „ogółem” 61,92% dochody swojego gospodarstwa za niewystarczające uznało nieco więcej kobiet (64,96%), aniżeli mężczyzn (59,82%), natomiast w odniesieniu do dochodów ocenionych za wystarczające, odsetek mężczyzn był wyższy, aniżeli kobiet, odpowiednio 40,18% i 35,04% i udziale „ogółem” 38,04% – **wykres 12**.

Na podstawie wystarczalności dochodów według wieku respondentów wskazano, że najbardziej negatywne zróżnicowanie oceny dochodów „wystarczających” do „niewystarczających”, tj. 26,31% i 73,69% wystąpiło w grupie 26-45 lat. Wśród badanych w grupie 18-25 lat zróżnicowanie to przedstawiało się 38,16% i 61,84%, a więc na poziomie wskaźników w próbie, tj. 38,04% i 61,96%. Wskaźniki o znacznie mniejszym zróżnicowaniu w próbie wystąpiły wśród respondentów powyżej 61 roku życia i wyniosły 44,44% i 55,56%.

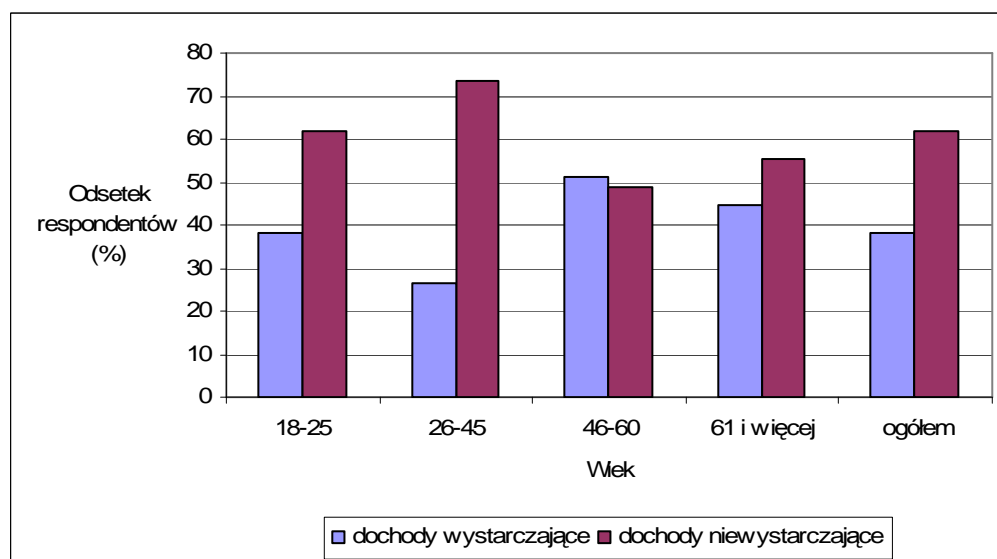
Wykres 12. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 10.

Najmniejsze zróżnicowanie, a zarazem o najkorzystniejszej strukturze dochodów „wystarczających” do „niewystarczających” (51,20%:48,80%), dotyczyło grupy w wieku 46-60 lat – **wykres 13**.

Wykres 13. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i wieku

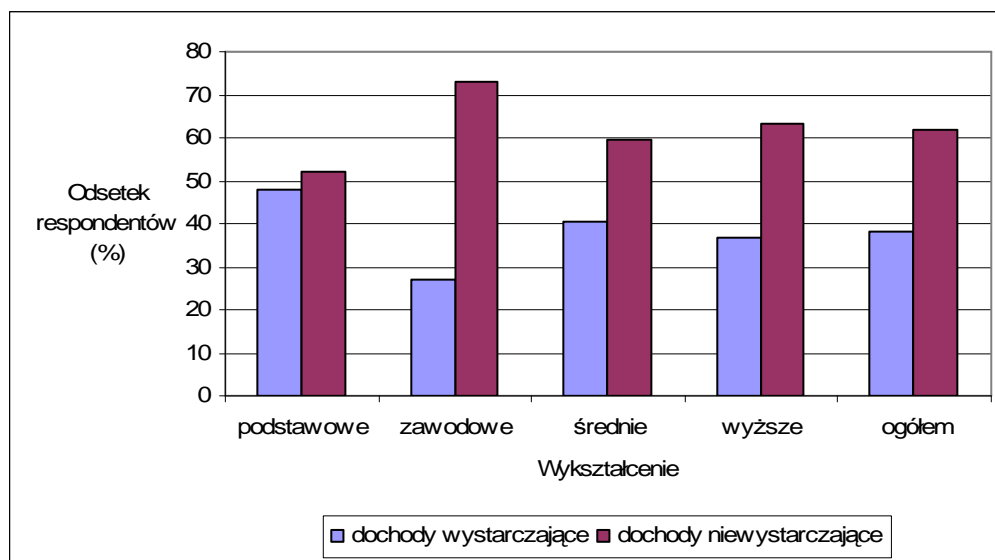


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 10.

Ocena wystarczalności dochodów według wykształcenia respondentów wykazała, że najbardziej negatywne zróżnicowanie oceny dochodów „wystarczających” do „niewystarczających” dotyczyło osób z wykształceniem zawodowym (26,99%: 73,01%). Wśród osób z wykształceniem wyższym struktura ta wyniosła 36,91%:63,09% i była

najbardziej zbliżona do wskaźników struktury „ogółem”, tj. 38,04%:61,96%. Niższy poziom zróżnicowania dotyczył osób z wykształceniem średnim (40,51%:59,49%) oraz – przy znacznie wyższym zróżnicowaniu – osób z wykształceniem podstawowym (48,05%:51,95%) – **wykres 14**.

Wykres 14. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 10.

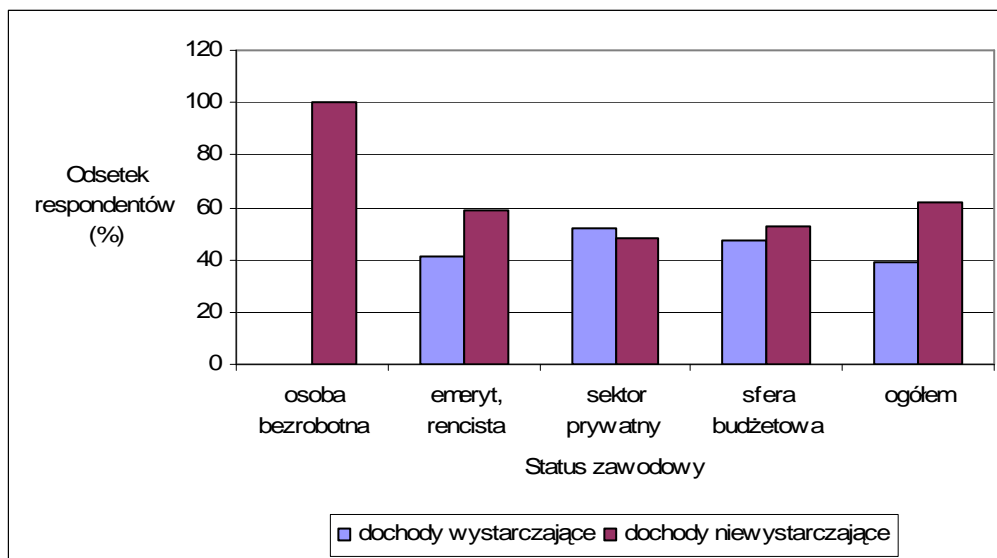
W przypadku statusu zawodowego respondentów zauważono, że wszystkie osoby bezrobotne uznały swoje dochody za niewystarczające – **wykres 15**. Emeryci i renciści ocenili je w 58,49%, pracownicy sektora prywatnego, przedsiębiorcy oraz rolnicy w 48,21% i pracownicy sfery budżetowej w 52,82%. Dochody swojego gospodarstwa jako „wystarczające” oceniło 51,79% przedstawicieli sektora prywatnego, 47,18% pracowników sfery budżetowej oraz 41,51% emerytów i rencistów.

Analiza dochodów uwzględniająca miejsce zamieszkania wykazała znaczące zróżnicowanie oceny dochodów. Najwyższy odsetek respondentów, którzy uznali je za wystarczające, zamieszkiwał miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców, tj. 47,03%. Z różnicą niemal 5 pkt proc. odnotowano w dalszej kolejności respondentów z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców, którzy stanowili 42,41%, z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (34,65%) oraz z miast 10-50 tys. mieszkańców, tj. 32,46% – **wykres 16**.

Należy zauważyć, że przeważający odsetek badanych, którzy w ramach wspólnego gospodarstwa domowego uznali dochody za wystarczające, dotyczył osób w wieku 46-60 lat (51,20%), mających wykształcenie podstawowe (48,05%) i zatrudnionych

w sektorze prywatnym, w tym prowadzących działalność gospodarczą i rolniczą (51,79%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (47,03%).

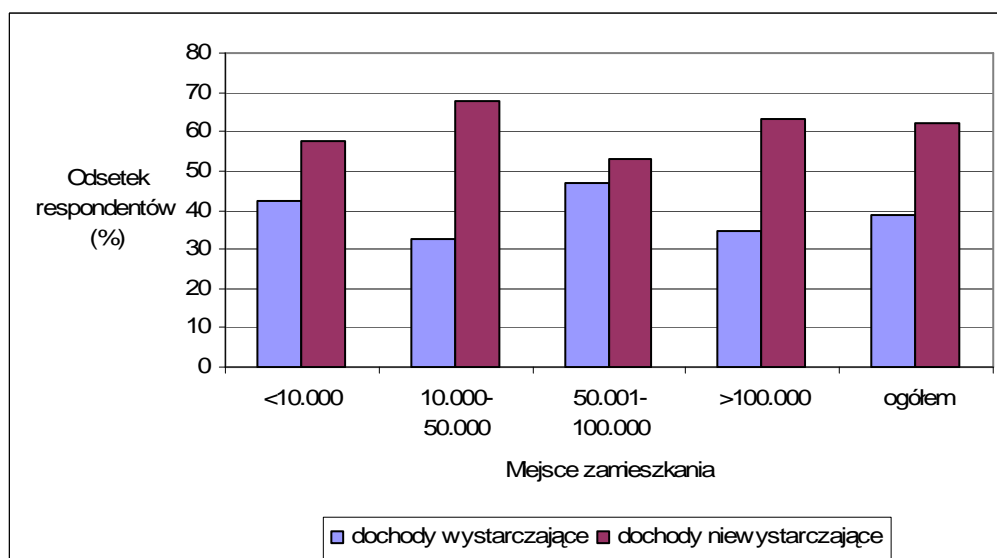
Wykres 15. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 10.

Najmniej korzystnie poziom dochodów kształtował się wśród osób w wieku 26-45 lat (26,31%), posiadających wykształcenie zawodowe (26,99%), osób bezrobotnych (0,00%), emerytów i rencistów (41,52%) i zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (32,46%) w stosunku do „ogółem” w próbie 38,04%.

Wykres 16. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 10.

W postępowaniu badawczym zmierzano do ustalenia zależności między uwarunkowaniami demograficzno-społecznymi ankietowanych a oceną dochodów gospodarstw domowych. Postawiono pytanie, z jaką siłą kryteria te, do których zaliczono płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i miejsce zamieszkania (zmiennie niezależne) mają wpływ na ocenę wystarczalności dochodu (zmienna zależna). Uzyskane rezultaty analizy statystycznej pozwalają wnioskować, że istniała zależność między oceną dochodów a cechami demograficzno-społecznymi respondentów, czego dowodem są odpowiednio duże wartości chi-kwadrat – **tabela 11**. Jednakże siła tych zależności była dość zróżnicowana i w większości przypadków zamykała się w dolnym przedziale wartości współczynników. „Bardzo słaba” (nikła), a jednocześnie najslabsza siła zależności wystąpiła między oceną dochodów i płcią respondentów (Cskor =,0738). Związki o „słabej” sile można zauważyć między oceną dochodów a miejscem zamieszkania respondentów (Cskor =,1587) oraz wykształceniem (Cskor =,1617).

Tabela 11. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a cechami demograficzno-społecznymi respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć*	4,0850	1	0,0433	0,0522	0,7071	0,0738
Wiek	62,5962	3	0,0000	0,2004	0,7866	0,2548
Wykształcenie	24,5828	3	0,0000	0,1272	0,7866	0,1617
Status zawodowy	220,9263	3	0,0000	0,3587	0,7866	0,4561
Miejsce zamieszkania	23,6670	3	0,0000	0,1248	0,7866	0,1587

* dla poziomu istotności $p=0,05$ i $df=1$ stopnia swobody, wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=3,841$, ponieważ $\text{chi-kwadrat}=4,085 > \text{chikwadrat } \alpha$, co pozwala odrzucić hipotezę zerową o niezależności zmiennych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Powiązanie o „słabej” sile, ale znacznie większej niż według wymienionych cech, dotyczyło wieku także respondentów (Cskor =,2548). Natomiast „średnia” korelacja (Cskor =,4561) wystąpiła tylko między oceną dochodów gospodarstw domowych a statusem zawodowym respondentów. Otrzymane wyniki analizy pozwoliły stwierdzić, że wpływ cech demograficznych i społecznych respondentów na subiektywną ocenę wystarczalności dochodów w gospodarstwach domowych był istotnie zróżnicowany: od bardzo „słabego” według płci do „przeciętnego” według wieku.

Analiza porównawcza między wystarczalnością dochodów i sytuacją ekonomiczną wskazała na istotne zróżnicowanie poziomu życia⁸: wśród 38,03% (100%) gospodarstw domowych o dochodach wystarczających, u niemal 47,45% sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, 25,31% uległa pogorszeniu i 27,24% pozostawała bez zmian. Wśród 61,97% (100%) gospodarstw o dochodach z kolei niewystarczających, dla około 7,00% uległa poprawie, a dla ponad 73% uległa pogorszeniu. Nie uległa natomiast zmianie dla około 20% wszystkich badanych gospodarstw domowych – **tabela 12**.

Tabela 12. Gospodarstwa domowe według oceny wystarczalności dochodów i sytuacji ekonomicznej w latach 2001–2005

Ocena sytuacji ekonomicznej		Ocena dochodu		
		wystarczający	niewystarczający	ogółem
Uległa poprawie	liczebność	270	62	332
	% w kolumnie	47,45	6,69	x
	% w wierszu	81,33	18,67	100,00
	% z ogółem	18,05	4,14%	22,19
Uległa pogorszeniu	liczebność	244	683	827
	% w kolumnie	25,31	73,68	x
	% w wierszu	17,41	82,59	100,00
	% z ogółem	9,62	45,66%	55,28
Bez zmian	liczebność	155	182	337
	% w kolumnie	27,24	19,63	x
	% w wierszu	45,99	54,01	100,00
	% z ogółem	10,36	12,17%	22,53
Ogółem	liczebność	569	927	1496
	%	38,03	61,97	100,00

Uwaga: współczynnik kontyngencji między oceną wielkości dochodu a oceną sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych wynosi $C_{skor}=0,6159$ oszacowany na podstawie wartości statystyki chi-kwadrat= 422,2832 istotnej dla $p = 0,0000$ oraz $df = 2$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

W świetle wskaźników odnoszących się do całej badanej zbiorowości, otrzymane efekty badania wykazały, że wśród gospodarstw o dochodach niewystarczających – dla 45,66% z nich sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu, dla 12,17% pozostawała bez zmian, a tylko dla 4,14% uległa poprawie. Natomiast wśród gospodarstw o dochodach wystarczających – dla 18,05% gospodarstw sytuacja ta poprawiła się, dla 10,36% pozostawała bez zmian i wśród 9,62% pogorszyła się. Wśród respondentów oceniają-

⁸ Poziom życia rozumiany jako stopień zaspokojenia potrzeb materialnych.

cych swoją sytuację jako „uległa pogorszeniu”, aż 73,68% z nich uznało wspólne dochody gospodarstwa za niewystarczające.

Reasumując należy podkreślić, że wartość statystyki oszacowanego współczynnika kontyngencji ($C_{skor}=0,6159$) świadczy o silnej współzależności między oceną dochodów a oceną sytuacji ekonomicznej.

3.3. Dodatkowe źródła dochodów

Od wielu już lat instytucje finansowe oferują atrakcyjne formy współpracy, które umożliwiają gospodarstwom domowym pozyskanie dodatkowych źródeł dochodów. W konsekwencji, gospodarstwa te stają się aktywnymi podmiotami rynku finansowego, który jest częścią wielkiego systemu składającego się z licznych elementów, w tym wielu rynków, które można systematyzować według rozmaitych kryteriów. Najbardziej czytelny jest podział przedmiotowy, czyli według tego, czym się handluje. Przedmiotem obrotu na rynku finansowym są waluty oraz instrumenty finansowe (papiery wartościowe). Waluty obce, jak i papiery wartościowe nie posiadają wartości użytkowej, a nabycie instrumentu finansowego lub określonej waluty uzasadnia się wyłącznie oczekiwaniem zysku i te dwie cechy istotnie odróżniają ten rynek od pozostałych⁹. Obserwuje się także powolny wzrost zainteresowania inwestycjami na rynku dzieł sztuki¹⁰.

W celu przyspieszenia w czasie realizacji określonych potrzeb materialnych, gospodarstwa domowe wykorzystują także dostępne kredyty i pożyczki, których spłata powoduje naturalne uszczuplenie ich przyszłych dochodów¹¹. Instytucje finansowe – dostrzegając także potrzeby klientów indywidualnych – wprowadzają na rynek nowe produkty, które ze względu na swoją kompleksowość czynią je bardzo atrakcyjnymi dla tej grupy konsumentów, na przykład – fundusze inwestycyjne, które w zależności od rodzaju konstrukcji formalnej i prawnej, wystawiają określone tytuły uczestnictwa w funduszu: jednostki uczestnictwa lub certyfikaty inwestycyjne. Nabywcami tytułów uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych są inwestorzy indywidualni lub inwestorzy instytucjonalni¹². Trzeba pamiętać, że w krajach o rozwiniętej gospodarce rynkowej

⁹ A. Sopoćko, *Rynkowe instrumenty finansowe*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003, s. 5.

¹⁰ Por. M. Korzeniowska-Marciniak, *Ekonomiczne czynniki kształtujące międzynarodowy rynek dzieł sztuki*, praca doktorska, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2000.

¹¹ M. Janoś-Krećto, B. Mróz, *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2006, s. 30–32.

¹² W. Nawrot, *Globalny kryzys finansowy XXI wieku*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2009, s. 178.

kredyty, których instytucja sięga XII wieku¹³, stanowią jedno z ważniejszych źródeł finansowania potrzeb gospodarstw domowych. W Polsce gospodarstwa domowe zadłużają się przede wszystkim w celu sprostania bieżącym potrzebom i sfinansowaniu remontu domu lub mieszkania.¹⁴ Zadłużenie gospodarstw domowych w Polsce nabiera charakteru stałego, długoterminowego źródła finansowania jego potrzeb, co nie wynika tylko ze wzrastającej roli finansowania potrzeb mieszkaniowych kredytem hipotecznym, ale przede wszystkim z ciągłości i częstotliwości utrzymania stosunków kredytowych z bankami i innymi instytucjami kredytowymi i pożyczkowymi¹⁵.

Dla celów poznawczych pozwalających ocenić aktywność zachowań gospodarstw domowych na rynku finansowym, podjęto próbę identyfikacji ich struktury pod względem korzystania z kredytów i pożyczek oraz dochodów osiąganych z tytułu posiadanych obligacji, funduszy inwestycyjnych i lokat bankowych.

Otrzymane rezultaty badania wykazały, że na rynku finansowym uczestniczyło aktywnie ponad 70% badanych gospodarstw domowych – **tabela 13**. Około 59% korzystało z kredytów bankowych lub pożyczek lombardowych, w tym połowa z nich, tj. 29,55%, korzystała równocześnie z dochodów z racji posiadanych lokat środków pieniężnych. Co piąte gospodarstwo domowe (19,38%) posiadało obligacje, co dziesiąte (9,62%) lokaty pieniężne w funduszach inwestycyjnych, a niemal co ósme (13,17%) lokaty bankowe i inne. Część gospodarstw domowych będących kredytobiorcami, dywersyfikowała swoje nadwyżki zasobów finansowych, lokując je w więcej, aniżeli w jeden instrument finansowy. W grupie tej 5,68% gospodarstw domowych posiadało obligacje i lokaty bankowe, 3,75% obligacje i fundusze inwestycyjne, 0,87% obligacje oraz fundusze inwestycyjne i lokaty bankowe, a 1,47% fundusze inwestycyjne i lokaty bankowe. Ponad 9% gospodarstw posiadało wyłącznie obligacje i ponad 5% wyłącznie lokaty bankowe, a około 3,5% udziały tylko w funduszach inwestycyjnych.

Wśród gospodarstw domowych wolnych od kredytów i pożyczek lombardowych, z dochodów w postaci odsetek od zainwestowanych środków finansowych korzystało około 11,50%. Najwięcej gospodarstw korzystało w okresie objętym badaniem z lokat bankowych, tj. 5,35%, a z obligacji i funduszy inwestycyjnych, co dwudzieste piąte gospodarstwo przy odsetku 4,07%. Należy zauważyć, że 2,06%

¹³ W. Morawski, *Zarys Powszechnej Historii Pieniądza i Bankowości*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2002, s. 55.

¹⁴ Szacuje się, że w 2002r. około 30% gospodarstw domowych było zadłużonych lub korzystało z kredytów. Por. *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2002 r.*, GUS, Warszawa 2003.

¹⁵ Por. *Innowacyjne usługi banku*, red. nauk. D. Korenik, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006, s. 25.

(0,67%+0,53%+0,86%) gospodarstw domowych posiadało po dwa źródła dochodów, minimalizując w ten sposób ryzyko niepowodzenia finansowego lokat. Wśród pozostałych gospodarstw, tj. 9,37%, udział wyłącznie w lokatach bankowych wyniósł 3,96%, w obligacjach 2,87% i w funduszach inwestycyjnych 2,54%.

Tabela 13. Gospodarstwa domowe według dodatkowych źródeł dochodów w latach 2001–2005

Lp.	Gospodarstwa domowe według źródeł dochodu*	Liczba respondentów	Źródła dochodów				Liczba odpowiedzi
			kredyty, pożyczki lombardowe	obligacje	fundusze inwestycyjne	lokaty bankowe i inne	
w odsetkach (N=1496=100%)							
1	Kp	29,21	29,21	-	-	-	29,21
2	Kp+Ob	9,09	9,09	9,09	-	-	18,18
2	Kp+Ob	9,09	9,09	9,09	-	-	18,18
3	Kp+Ob+Fi	3,75	3,75	3,75	3,75	-	11,25
4	Kp+Ob+Lb	5,68	5,68	5,68	-	5,68	17,04
5	Kp+Ob+Fi+Lb	0,87	0,87	0,87	0,87	0,87	3,48
6	Kp+Fi	3,54	3,54	-	3,54	-	7,08
7	Kp+Fi+Lb	1,47	1,47	-	1,47	1,47	4,41
8	Kp+Lb	5,15	5,15	-	-	5,15	10,30
9	Razem wiersze 2-8	29,55	29,55	19,38	9,62	13,17	71,74
10	Ob+Fi	0,67	-	0,67	0,67	-	1,34
11	Ob+Lb	0,53	-	0,53	-	0,53	1,06
12	Fi+Lb	0,86	-	-	0,86	0,86	1,72
13	Ob	2,87	-	2,87	-	-	2,87
14	Fi	2,54	-	-	2,54	-	2,54
15	Lb	3,96	-	-	-	3,96	3,96
16	Razem wiersze 10-15	11,43	-	4,07	4,07	5,35	13,49
17	Ogółem wiersze 1 + 9 + 16	70,19	58,76	23,46	13,70	18,52	114,44

*Kp - kredyty, pożyczki lombardowe; Ob - obligacje; Fi - fundusze inwestycyjne; Lb - lokaty bankowe i inne.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

W oparciu o założone cele badawcze przeprowadzono również analizę udziału w rynku finansowym konsumentów – przedstawicieli gospodarstw domowych na rynku złota według cech demograficzno-społecznych – **tabela 14**.

Analiza uwzględniająca płeć respondenta wykazała, że z produktów finansowych korzystało znacznie więcej mężczyzn (42,18%), niż kobiet (28,00%). Niemal na jednakowym poziomie i proporcji ukształtowały się wskaźniki struktury dla mężczyzn oraz kobiet w korzystaniu wyłącznie z kredytów (16,78%:12,43%) i w kategorii kredy-

tów oraz lokat (16,71:12,84%). Natomiast z samych tylko lokat skorzystało trzykrotnie więcej mężczyzn (8,69%), niż kobiet (2,74%) – **wykres 17**.

Największe zainteresowanie produktami finansowymi wystąpiło wśród respondentów w tzw. wieku produkcyjnym – **wykres 18**. W subgrupie w wieku 26-45 lat odsetek ten wyniósł 26,81%, a dla wieku 46-60 lat 19,52%. Wskaźnik struktury dla grupy najmłodszej (18-25 lat) stanowił 12,23%, natomiast dla najstarszej („61 lat i więcej”) był nieco niższy, tj. 11,63%. Najwyższy odsetek kredytobiorców dotyczył respondentów w subgrupie w wieku 26-45 lat (15,30%) oraz w wieku 46-60 lat (8,09%).

Tabela 14. Gospodarstwa domowe według dodatkowych źródeł dochodów i cech demograficzno-społecznych respondentów w latach 2001–2005

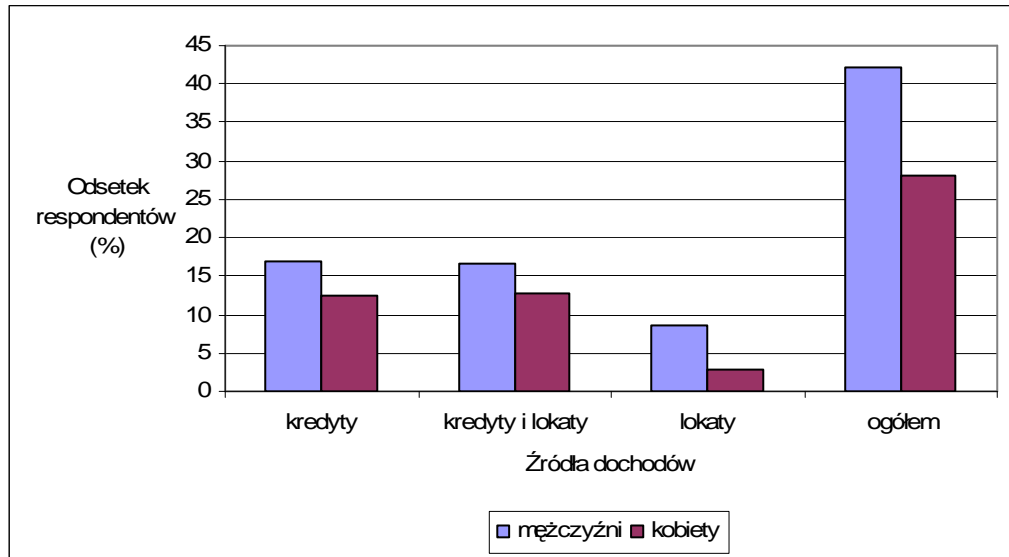
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Źródła dochodów według kategorii			
	ogółem	kredyty*	lokaty**	kredyty i lokaty
	w odsetkach			
Ogółem	70,19	29,21	11,43	29,55
Płeć				
mężczyzna	42,18	16,78	8,69	16,71
kobieta	28,00	12,43	2,74	12,84
Wiek w latach				
18-25	12,23	3,01	4,41	4,81
26-45	26,81	15,30	3,08	8,43
46-60	19,52	8,09	1,00	10,43
61 i więcej	11,63	2,81	2,94	5,88
Wykształcenie				
podstawowe	6,69	3,68	1,27	1,74
zawodowe	11,90	5,88	1,74	4,28
średnie	32,49	16,98	6,02	9,49
wyższe	19,11	2,67	2,40	14,04
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	3,01	1,34	1,67	-
emeryt, rencista	16,85	9,16	4,01	3,68
sektor prywatny***	26,60	7,95	2,74	15,91
sfera budżetowa	23,73	10,76	3,01	9,96
Miejsce zamieszkania				
<10.000	9,56	3,48	3,07	3,01
10.000-50.000	22,93	12,30	3,81	6,82
50.001-100.000	19,65	7,82	2,54	9,29
>100.000	18,05	5,61	2,01	10,43
* kredyty bankowe i pożyczki lombardowe				
** obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe i inne				
*** w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Najniższe wskaźniki struktury wystąpiły w pozostałych subgrupach wiekowych, które dla wieku „61 lat i więcej” wyniosły 2,81% oraz dla wieku 18-25 lat 3,01%.

Z kredytów i lokat skorzystało 10,43% konsumentów w wieku 46-60 lat i 8,43% w wieku 26-45 lat. W dalszej kolejności byli to konsumenci powyżej 61 roku życia (5,88%) oraz w wieku 18-25 lat (4,81%).

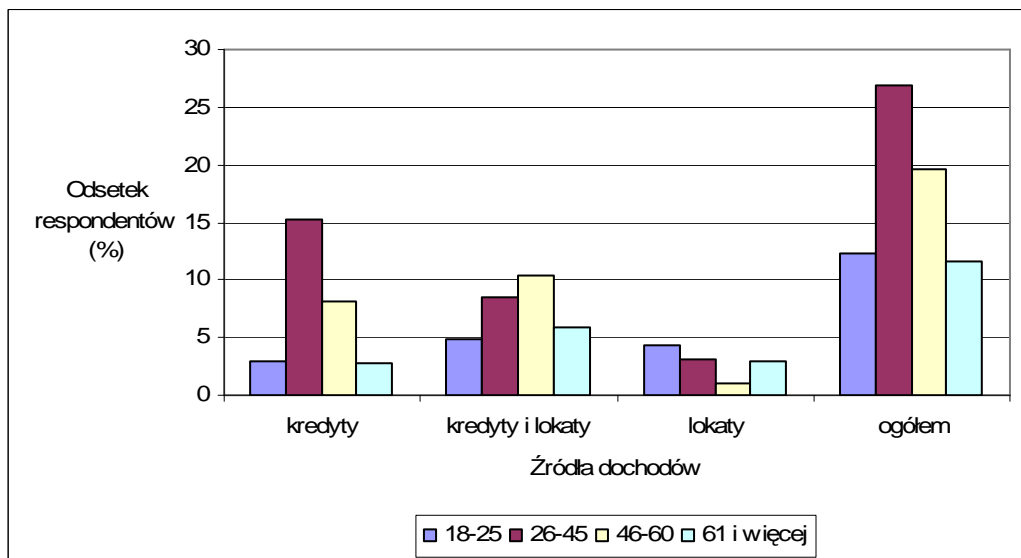
Wykres 17. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 14.

Dominujący odsetek badanych, którzy posiadali lokaty, stanowili respondenci w wieku 18-25 lat (4,41%) oraz w wieku 26-45 lat, tj. 3,08%. Wskaźnik struktury dla badanych w wieku „61 lat i więcej” wyniósł 2,94% i dla wieku 46-60 lat zaledwie 1,00%.

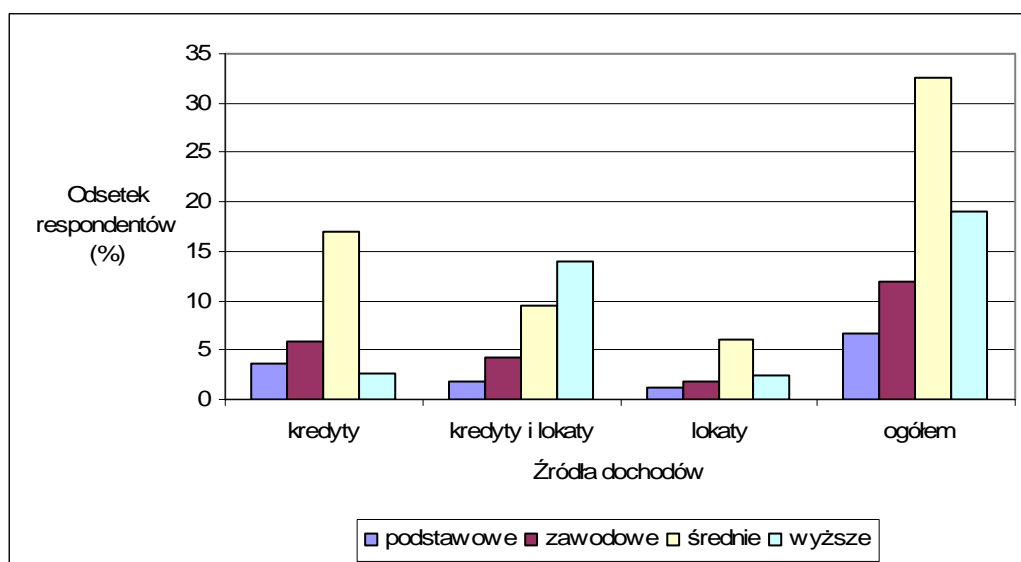
Wykres 18. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 14.

Istotne zróżnicowanie w zakresie korzystania z produktów finansowych zauważono wśród respondentów w odniesieniu do ich wykształcenia – **wykres 19**. Wskaźnik struktury (najwyższy) dla osób z wykształceniem średnim wyniósł 32,49%, z wykształceniem wyższym 19,11% i z wykształceniem zawodowym 11,90%. Najniższy z kolei odsetek dotyczył badanych z wykształceniem podstawowym, które stanowiły 6,69%. Najwyższy wskaźnik w strukturze korzystających z kredytów zanotowano wśród respondentów z wykształceniem średnim (16,98%). W pozostałych subgroupach różnicowanie było niewielkie, a kolejność i wielkość wskaźników udziału wyniosła: dla wykształcenia zawodowego 5,88%, wykształcenia podstawowego 3,68% i wykształcenia wyższego 2,67%. Dominującą subgroupą, która rozporządzała kredytami i lokatami, byli respondenci z wykształceniem wyższym (14,04%), a następnie z wykształceniem średnim, tj. 9,42%. Badani z wykształceniem zawodowym stanowili 4,28% i z wykształceniem podstawowym zaledwie 1,74%. Z lokat ustanowionych z własnych środków skorzystało 6,02% uczestników rynku złota z wykształceniem średnim i była to dominująca w tym względzie subgroupa. W pozostałych subgroupach wskaźniki w strukturze okazały się bardziej zróżnicowane: dla wykształcenia wyższego wyniosły 2,40%, zawodowego 1,74% oraz podstawowego 1,27%.

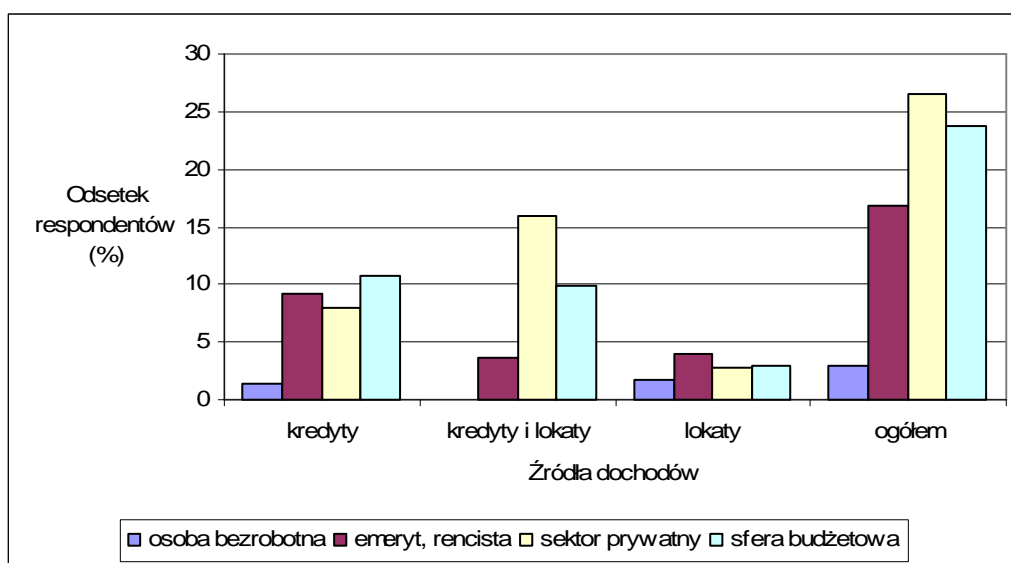
Wykres 19. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 14.

Rozpatrując dodatkowe źródła dochodów uczestników rynku złota przez pryzmat ich statusu zawodowego zauważono, że najwyższy odsetek (26,60%) korzystających z produktów finansowych dotyczył osób z sektora prywatnego. Następnie byli to przedstawiciele sfery budżetowej (23,73%) oraz emeryci i renciści (16,85%) – **wykres 20**. Z produktów finansowych korzystały także osoby bezrobotne, które stanowiły tylko 3,00%, w tym z kredytów 1,34% i z lokat 1,67%. Wskaźnik struktury dla przedstawicieli sfery budżetowej (kredytobiorców) wyniósł 10,76%, emerytów i rencistów 9,16% oraz dla pracowników sektora prywatnego 7,95%. Łącznie, z kredytów i lokat skorzystało 15,91% przedstawicieli sektora prywatnego, 9,96% pracowników sfery budżetowej i tylko 3,68% emerytów i rencistów. W odniesieniu wyłącznie do lokat, były one w posiadaniu 4,01% emerytów i rencistów, 3,01% pracowników sfery budżetowej oraz 2,74% osób reprezentujących w badaniu sektor prywatny.

Wykres 20. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego



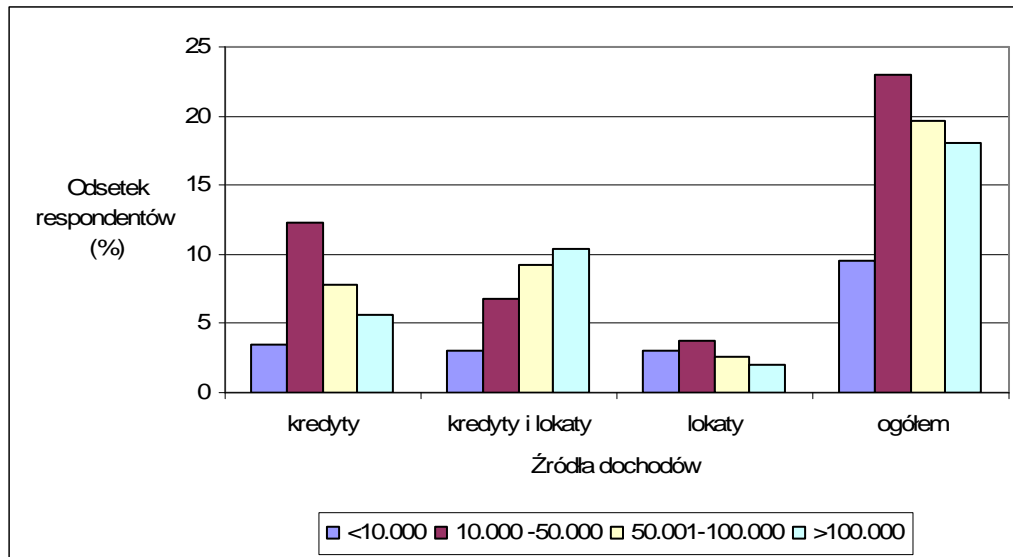
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 14.

Analiza dodatkowych dochodów respondentów według miejsca zamieszkania pozwoliła zauważyć, że z produktów finansowych korzystało znacznie mniej, bo tylko 9,56%, respondentów z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców, niż z miejscowości większych: najwyższy wskaźnik struktury dla respondentów z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców wyniósł 22,93% oraz 19,65% dla respondentów z miast 50-100 tys. i 18,05% z miast powyżej 100 tys. mieszkańców – **wykres 21**. W powyższej kolejności kształtowały się również wskaźniki struktury respondentów dla korzystających z kredy-

tów; najwyższy odsetek (12,30%) dotyczył gospodarstw z miast 10-50 tys. mieszkańców oraz malejąco z miast 50-100 tys. (7,82%) i z miast powyżej 100 tys. 5,61%. Najniższy odnotowano wśród respondentów z miejscowości mniejszych niż 10 tys. mieszkańców, który wyniósł 3,48% – „ogółem” w próbie 29,21%.

W grupie „kredytów i lokat” odsetek gospodarstw domowych (według miejsca zamieszkania respondentów) był zróżnicowany i jak wykazało badanie wykazał tendencję wzrostową. Dla miejscowości do 10 tys. mieszkańców, procent gospodarstw korzystających z kredytów i lokat wyniósł 3,01%, dla miast o liczbie mieszkańców 10-50 tys. – 6,82%, miast 50-100 tys. – 9,29% i powyżej 100 tys. mieszkańców – 10,43%. Zauważono, że odsetek gospodarstw posiadających lokaty był także zróżnicowany pod względem miejsca zamieszkania respondentów. Najwyższy wskaźnik w strukturze, tj. 3,81% dotyczył respondentów z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, 3,07% z miejscowości mniejszych niż 10 tys. mieszkańców, 2,54% z miast 50-100 tys. mieszkańców oraz 2,01% z miast powyżej 100 tys. mieszkańców.

Wykres 21. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 14.

W podjętym postępowaniu zmierzano do określenia zależności między zachowaniami konsumentów na rynku finansowym jako zmienną zależną a ich cechami demograficzno-społecznymi jako zmienną niezależną. Przesłanką uzasadniającą badanie zależności (korelacji) była analiza merytoryczna wskazująca na logiczne występowanie związków przyczynowo – skutkowych między zmiennymi. Analiza uwzględniająca płeć

konsumentów wykazała, że w wierszach: kredyty, obligacje i lokaty, wartości statystyki chi-kwadrat (1,3155; 0,6749; 0,2528) są mniejsze od wartości krytycznej chi-kwadrat $\alpha=3,841$ na poziomie istotności $\alpha=0,05$ i dla 1 stopnia swobody – **tabela 15**. Powyższy rezultat nie pozwala na odrzucenie hipotezy zerowej, a więc potwierdza niezależność zmiennych. Oznacza to, że płeć respondentów nie miała wpływu na powyższe decyzje dotyczące korzystania z produktów finansowych. Są podstawy, by wnioskować, że z kredytów, obligacji i lokat bankowych korzystali w niemal równym stopniu konsumenci obojga płci. Tymczasem, w wierszu fundusze inwestycyjne $\chi^2=23,2717 > \chi^2_{\alpha=3,841}$, co pozwoliło na odrzucenie hipotezy zerowej o niezależności zmiennych i stwierdzeniu, że istniała zależność między płcią respondentów a liczbą korzystających z funduszy inwestycyjnych, mimo że powiązanie to było wysoce istotne ($p=0,0000$), ale jednocześnie „słabe” ($C_{skor}=0,17502$). W tym przypadku płeć konsumenta w małym stopniu różnicowała decyzje dotyczące inwestowania w fundusze.

Tabela 15. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między płcią respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych

Źródła dochodów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Kredyty, pożyczki lombardowe	1,3155	1	0,2514	0,0296	0,7071	0,0419
Obligacje	0,6749	1	0,4113	0,0212	0,7071	0,0300
Fundusze inwestycyjne	23,2717	1	0,0000	0,1238	0,7071	0,1751
Lokaty bankowe	0,2528	1	0,6151	0,0130	0,7071	0,0184

Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $p < 0,05$ i dla $df=1$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Wartość krytyczna dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi $\chi^2_{\alpha=3,841}$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wyniki pomiaru powiązań między wiekiem respondentów a korzystaniem z produktów finansowych w postaci kredytów, obligacji, funduszy inwestycyjnych i lokat bankowych, potwierdzają istnienie zależności w każdym przypadku – **tabela 16**. Dowodem tego są odpowiednio duże wartości statystyki chi-kwadrat (168,6111; 119,239; 25,5253; 39,3385 $> 7,815$) i wysoki poziom istotności (0,0000). Jednakże siła powiązań (zależności) była istotnie zróżnicowana: od „przeciętnej” dla kredytów ($C_{skor}=0,4047$) i obligacji ($C_{skor}=0,3454$) oraz „słabej” w przypadku lokat bankowych ($C_{skor}=0,2035$)

i w odniesieniu do funduszy inwestycyjnych ($C_{skor}=0,1646$). Analiza statystyczna pozwoliła zauważyć, że wiek konsumentów miał umiarkowany wpływ na decyzje dotyczące korzystania z kredytów (pożyczek) oraz inwestowania środków pieniężnych w obligacje. W odniesieniu do lokat bankowych i funduszy inwestycyjnych wiek konsumentów w niewielkim stopniu oddziaływał na podejmowane decyzje.

Tabela 16. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między wiekiem respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych

Źródła dochodów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Kredyty, pożyczki lombardowe	168,6111	3	0,0000	0,3183	0,7866	0,4047
Obligacje	119,2390	3	0,0000	0,2717	0,7866	0,3454
Fundusze inwestycyjne	25,5253	3	0,0000	0,1295	0,7866	0,1646
Lokaty bankowe	39,3385	3	0,0000	0,1601	0,7866	0,2035

Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $p < 0,05$ i dla $df=3$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Wartość krytyczna dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha=7,815$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Zaobserwowano także istnienie zależności między poziomem wykształcenia konsumentów a korzystaniem z poszczególnych produktów rynku finansowego, ponieważ we wszystkich wierszach zachodziła relacja $\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$ – **tabela 17**. Powiązanie na poziomie „przeciętnym” wystąpiło w grupie respondentów korzystających z obligacji ($C_{skor}=0,4835$) oraz lokat bankowych, ($C_{skor}=0,3007$). Zależność o „słabej” sile wystąpiła w grupie kredytobiorców ($C_{skor}=0,2754$) oraz korzystających z funduszy inwestycyjnych ($C_{skor}=0,2847$). Otrzymane współczynniki oznaczają, że poziom wykształcenia konsumentów tylko w średnim stopniu determinował ich zainteresowanie obligacjami oraz w stopniu słabym zainteresowanie pozostałymi produktami finansowymi.

Wysokie wartości statystyki chi-kwadrat dowodzą o istnieniu zależności między statusem zawodowym respondentów a okazanym przez nich zainteresowaniem produktami finansowymi – **tabela 18**. Status zawodowy konsumentów miał „silny” wpływ ($C_{skor}=0,6599$) na decyzje dotyczące korzystania z kredytów oraz „przeciętny” (średni) na okoliczność posiadania następujących kategorii dodatkowych źródeł dochodów: ob-

ligacji (Cskor=0,3863), funduszy inwestycyjnych (Cskor=0,3468) oraz lokat bankowych (Cskor=0,3520).

Tabela 17. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między wykształceniem respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych

Źródła dochodów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Kredyty, pożyczki lombardowe	73,6380	3	0,0000	0,2166	0,7866	0,2754
Obligacje	252,9484	3	0,0000	0,3803	0,7866	0,4835
Fundusze inwestycyjne	78,9776	3	0,0000	0,2239	0,7866	0,2846
Lokaty bankowe	88,6443	3	0,0000	0,2365	0,7866	0,3007

Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $p < 0,05$ i dla $df=3$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Wartość krytyczna dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha=7,815$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Można stwierdzić, że status zawodowy badanych silnie determinował ich zachowania na rynku kredytów i pożyczek, natomiast przeciętnie na rynkach papierów wartościowych i lokat bankowych.

Tabela 18. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między statusem zawodowym respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych

Źródła dochodów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Kredyty, pożyczki lombardowe	551,7870	3	0,0000	0,5191	0,7866	0,6599
Obligacje	152,2053	3	0,0000	0,3039	0,7866	0,3863
Fundusze inwestycyjne	120,3234	3	0,0000	0,2728	0,7866	0,3468
Lokaty bankowe	124,1845	3	0,0000	0,2769	0,7866	0,3520

Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $p < 0,05$ i dla $df=3$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Wartość krytyczna dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha=7,815$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Analiza związków między miejscem zamieszkania respondentów a ich zachowaniem na rynku finansowym wykazała, że istniała zależność między tymi zmiennymi, czego dowodem są odpowiednio wysokie wartości statystyki chi-kwadrat (od 84,52 do 39,07) i większe od wartości krytycznej chi-kwadrat $\alpha=7,815$ – **tabela 19**.

Tabela 19. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między miejscem zamieszkania respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych

Źródła dochodów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Kredyty, pożyczki lombardowe	84,5285	3	0,0000	0,2313	0,7866	0,2941
Obligacje	54,6277	3	0,0000	0,1877	0,7866	0,2386
Fundusze inwestycyjne	39,1266	3	0,0000	0,1597	0,7866	0,2030
Lokaty bankowe	51,0700	3	0,0000	0,1817	0,7866	0,2310

Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $p < 0,05$ i dla $df = 3$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Wartość krytyczna dla poziomu istotności $\alpha = 0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha = 7,815$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Współczynniki kontyngencji, oceniające siłę powiązania między miejscem zamieszkania respondentów a korzystaniem z produktów finansowych, świadczą o „słabej” sile istniejącej korelacji. Należy dostrzec również niewielkie zróżnicowanie współczynników kontyngencji w przedziale od $C_{skor} = 0,2941$ dotyczące korzystania z kredytów do $C_{skor} = 0,2030$ dotyczące korzystania z funduszy inwestycyjnych. Oznacza to, że miejsce zamieszkania konsumentów „słabo” determinowało ich zachowanie na rynku finansowym w latach obejmującym badanie rynku, tj. 2001–2005.

3.4. Uwagi końcowe

W rozdziale zmierzano do identyfikacji gospodarstw domowych pod względem subiektywnej oceny sytuacji ekonomicznej i miesięcznych dochodów netto oraz obiektywnej informacji w zakresie korzystania z dodatkowych źródeł dochodów w ostatnich pięciu latach poprzedzających badanie. W analizie uwzględniono cechy demograficzno-społeczne respondentów oraz ich związek z sytuacją ekonomiczną oraz dochodową gospodarstw.

Analiza oceny sytuacji ekonomicznej wykazała, że wskaźnik struktury dla gospodarstw domowych, w których uległa pogorszeniu wyniósł 55,28%, dla 22,19% uległa poprawie i wśród 22,53% pozostawała na niezmiennym poziomie.

Uzyskane wyniki badania własnego zweryfikowano z wynikami badania dotyczącego warunków życia ludności przeprowadzonego przez GUS. Analiza porównawcza wykazała niewielkie zróżnicowanie wskaźników stwierdzających w obu przypadkach negatywną ocenę sytuacji ekonomicznej dokonaną przez gospodarstwa domowe.

Wskazano, że płeć respondentów istotnie różnicowała ocenę sytuacji ekonomicznej: w wyższym stopniu uległa pogorszeniu wśród mężczyzn (62,80%), aniżeli wśród kobiet (44,80%). Nie uległa natomiast zmianie wśród 35,04% kobiet (znacznie powyżej „ogółem” w badanej zbiorowości 22,52%) i wśród 13,55% mężczyzn. Odsetek respondentów, którzy ocenili ją jako „uległa poprawie” był nieco wyższy wśród mężczyzn (23,65%) w porównaniu z odsetkiem kobiet (20,16%).

Stwierdzono, że wpływ na ocenę sytuacji ekonomicznej w poszczególnych subgroupach miały cechy demograficzno-społecznych respondentów: wiek, wykształcenie, status zawodowy i miejsca zamieszkania. Najwyższe odsetki badanych dla oceny „uległa poprawie” dotyczyły respondentów powyżej 61 roku życia oraz w wieku 18-25 lat, mających wykształcenie wyższe, zatrudnionych w sektorze prywatnym, zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców i miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców. Z kolei najniższe tyczyły się osób w wieku 26-45 lat, z wykształceniem podstawowym, osób bezrobotnych i zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców.

Dominujące wskaźniki w strukturze badanych dla oceny „uległa pogorszeniu” zanotowano w gronie respondentów w wieku 26-45 lat, mających wykształcenie zawodowe, osób bezrobotnych i zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców. Najniższe dotyczyły osób w wieku 18-25 lat, z wykształceniem wyższym, zatrudnionych w sektorze prywatnym i zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców.

W grupie respondentów, którzy nie zauważyli zmian w poziomie materialnym życia wspólnego gospodarstwa, znaleźli się w najwyższym procencie respondenci w wieku 18-25 lat, mający wykształcenie podstawowe i średnie, zatrudnieni w sferze budżetowej, emeryci oraz renciści, a także zamieszkujący miejscowości do 10 tys. mieszkańców. Najniższy procent stanowiły osoby powyżej 61 roku życia oraz w wieku 26-45 lat, z wykształceniem zawodowym i wyższym, reprezentujące sektor prywatny i zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców.

Rezultaty analizy wystarczalności dochodów pozwoliły na stwierdzenie, że były one niekorzystne dla zdecydowanej większości gospodarstw domowych. Świadczy o tym fakt, że dominujący odsetek badanych (62%) ocenił je jako niewystarczające.

Struktura dochodów wystarczających do niewystarczających była bardziej korzystna wśród kobiet (40:60), niż wśród mężczyzn (35:65). W pozostałych subgroupach, według cech demograficzno-społecznych, była istotnie zróżnicowana: najkorzystniejsza wystąpiła wśród osób w wieku 46-60 lat (51:49) i powyżej 61 roku życia (44:56), z wykształceniem podstawowym (48:52), z sektora prywatnego (52:48) i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (47:53). Najmniej korzystna dotyczyła osób w wieku 26-45 lat (26:74), mających wykształcenie zawodowe (27:73), emerytów i rencistów (42:58) i z miast 10-50 tys. mieszkańców (32:68).

Między oceną sytuacji ekonomicznej a oceną wystarczalności dochodów zachodziła silna współzależność ($C_{skor}=0,6159$). Dla niemal 46% badanych sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu przy jednocześnie niewystarczających dochodach, natomiast poprawiła się wśród 18% przy dochodach wystarczających.

Analiza zależności między cechami demograficzno-społecznymi a oceną sytuacji ekonomicznej i dochodowej pozwoliła zauważyć, że zależność o sile istotnie zróżnicowanej wystąpiła w przedziale oceny od bardzo słabej do przeciętnej. Na ocenę sytuacji ekonomicznej – jak i dochodów – największy wpływ o przeciętnej sile miał status zawodowy ($C_{skor}=0,4241$ i $0,4561$). Wpływ słaby miał natomiast wiek badanych ($C_{skor}=0,2096$ i $0,2548$), jak również miejsce zamieszkania ($C_{skor}=0,1935$ i $0,1587$). Wpływ wykształcenia respondentów na ocenę sytuacji ekonomicznej okazał się przeciętny ($C_{skor}=0,3478$), a na ocenę dochodów słaby ($C_{skor}=0,1617$). Podobnie płeć miała przeciętny wpływ na ocenę sytuacji ekonomicznej ($C_{skor}=0,3254$) oraz bardzo słaby ($C_{skor}=0,0738$) na ocenę wystarczalności dochodów.

Identyfikacja gospodarstw domowych w zakresie korzystania z dodatkowych źródeł dochodów pozwoliła zauważyć, że nieco ponad 70% z nich korzystało z produktów oferowanych na rynku finansowym. Należy podkreślić, że dominujący odsetek (59%) stanowili kredytobiorcy, z których połowa posiadała również lokaty. Natomiast odsetek respondentów korzystających wyłącznie z lokat wyniósł 11,43%.

Najwyższe wskaźniki w strukturze dla korzystających wyłącznie z kredytów bankowych i pożyczek lombardowych dotyczyły mężczyzn (16,78%), osób w wieku 26-45 lat (15,30%), mających wykształcenie średnie (16,98%), przedstawicieli sfery budżetowej (10,76%) oraz zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (12,30%). Najniższe odnosiły się do kobiet (12,43%), osób w wieku powyżej 61 lat (2,81%), z wykształceniem wyższym (2,67%), osób bezrobotnych (1,34%) oraz zamieszkujących miejscowości o liczbie do 10 tys. mieszkańców (3,48%).

Dominujące odsetki respondentów korzystających z kredytów i lokat obejmowały mężczyzn (16,71%), osoby w wieku 46-60 lat (10,43%), z wykształceniem wyższym (14,04%), z sektora prywatnego (15,91%) i zamieszkujących duże miasta, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (10,43%). Najniższe natomiast kobiety (12,84%), osoby w wieku 18-25 lat (4,81%), z wykształceniem podstawowym (1,74%), emerytów i rencistów (3,68%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców. Na podkreślenie zasługuje fakt, że osoby bezrobotne nie korzystały równocześnie z kredytów oraz z lokat.

W najwyższym procencie wyłącznie z lokat korzystali mężczyźni (8,69%), osoby w wieku 18-25 lat (4,41%), mający wykształcenie średnie (6,02%), emeryci oraz renciści (4,01%) i zamieszkujący miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (3,81%). W najniższym kobiety (2,74%), osoby w wieku 46-60 lat (1,00%), z wykształceniem podstawowym (1,27%), osoby bezrobotne (1,67%) i miast powyżej 100 tys. mieszkańców (2,01%).

Analiza współzależności wykazała, że wpływ na decyzje dotyczące korzystania z funduszy inwestycyjnych miała jedynie płeć respondenta i był on o słabej sile (Cskor=0,175). W stosunku do pozostałych źródeł dochodów płeć nie różnicowała tych decyzji.

Wiek badanych miał wpływ o przeciętnej sile na decyzje w odniesieniu do kredytów (Cskor=0,4046) i obligacji (Cskor=0,3454), natomiast o słabej sile w przypadku lokat bankowych (Cskor=0,2035) i funduszy inwestycyjnych (Cskor=0,1647).

Wnioskowanie uwzględniające wykształcenie respondentów wykazało, że dominujący współczynnik kontyngencji dotyczył obligacji i tym samym oznaczał powiązanie o przeciętnej sile (Cskor=0,4835). Natomiast w stosunku do pozostałych produktów finansowych był słaby.

Największa zależność o wysokiej sile (Cskor=0,66) wystąpiła między statusem zawodowym ankietowanych a korzystaniem z kredytów. W stosunku do pozostałych produktów kształtowała się na poziomie siły przeciętnej.

Wpływ miejsca zamieszkania na decyzje dotyczące korzystania z produktów finansowych kształtował się na poziomie siły słabej w stosunku do wszystkich produktów.

ROZDZIAŁ 4. POPYT I SYTUACJA MATERIALNA

4.1. Zakupy złota

W pracy podjęto próbę identyfikacji gospodarstw domowych pod względem dokonanych zakupów złota według cech demograficzno-społecznych respondentów. Na podstawie uzyskanych wyników stwierdzono, że ponad 1/3 gospodarstw (36,56%) poczyniła zakupy złota, a niemal 2/3 (63,44%) ich nie dokonała – **tabela 20**. Kobiety stanowiły 45,76%, natomiast mężczyźni 29,97% – **wykres 22**.

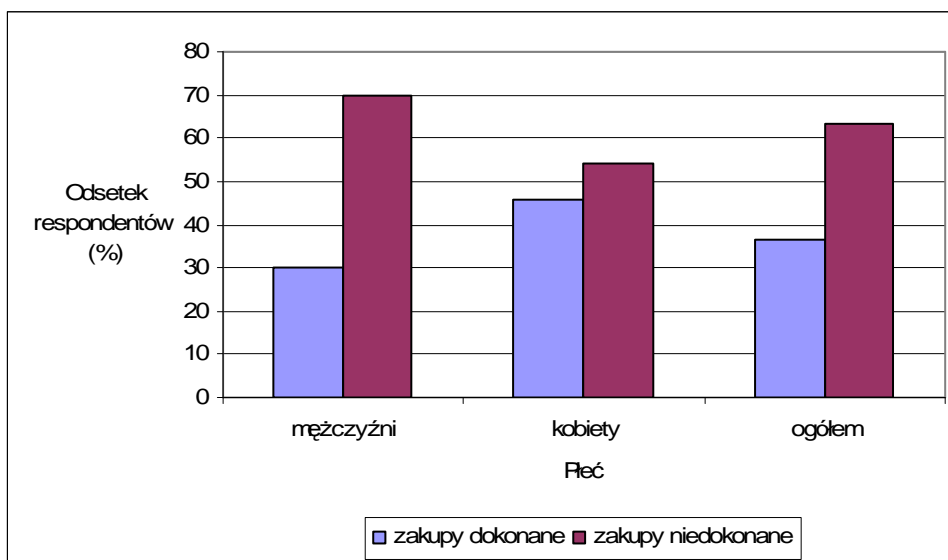
Tabela 20. Gospodarstwa domowe według zakupów złota oraz cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Ogółem	Zakupy złota	
		dokonane	niedokonane
		w odsetkach	
Ogółem	100	36,56	63,44
Płeć			
mężczyzna	100	29,97	70,03
kobieta	100	45,76	54,24
Wiek w latach			
18-25	100	41,70	58,30
26-45	100	38,74	61,26
46-60	100	36,83	63,17
61 i więcej	100	28,09	71,91
Wykształcenie			
podstawowe	100	24,58	75,42
zawodowe	100	28,37	71,63
średnie	100	27,71	72,29
wyższe	100	70,66	29,34
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100	-	100,00
emeryt, rencista	100	33,02	66,98
sektor prywatny*	100	52,03	47,97
sfera budżetowa	100	50,67	49,33
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100	29,91	70,09
10.000-50.000	100	21,47	78,53
50.001-100.000	100	37,03	62,97
>100.000	100	66,87	33,13

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

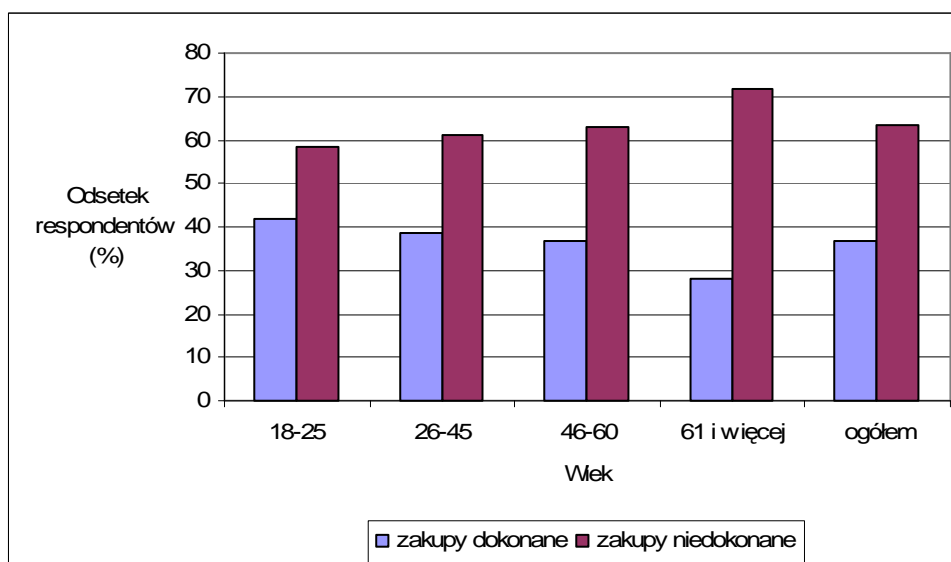
Wykres 22. Zakupy złota dokonane i niedokonane według płci respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 20.

Najwyższy odsetek kupujących (41,70%) wystąpił w subgrupie w wieku 18-25 lat z malejącą tendencją według kolejnych przedziałów wiekowych – **wykres 23**. Nabywcy złota w wieku 26-45 lat stanowili 38,74%, natomiast w wieku 46-60 lat 36,83%. Najniższy wskaźnik w strukturze zaobserwowano wśród nabywców powyżej 61 roku życia, tj. 28,09%.

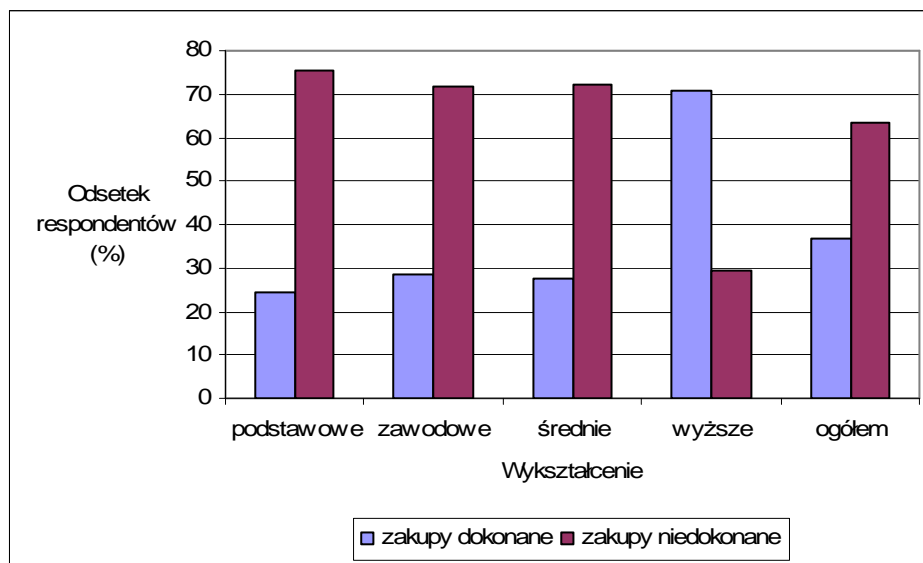
Wykres 23. Zakupy złota dokonane i niedokonane według wieku respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 20.

Dominujący udział w zakupach miały osoby z wykształceniem wyższym (70,66%), a najniższy zauważono w subgrupie osób z wykształceniem podstawowym, (24,58%) – **wykres 24**. Respondenci z wykształceniem średnim stanowili 27,71%, natomiast z wykształceniem zawodowym 28,37%. Oznacza to, że co czwarty konsument – z wykształceniem podstawowym, zawodowym i średnim – dokonał zakupu złota.

Wykres 24. Zakupy złota dokonane i niedokonane według wykształcenia respondentów

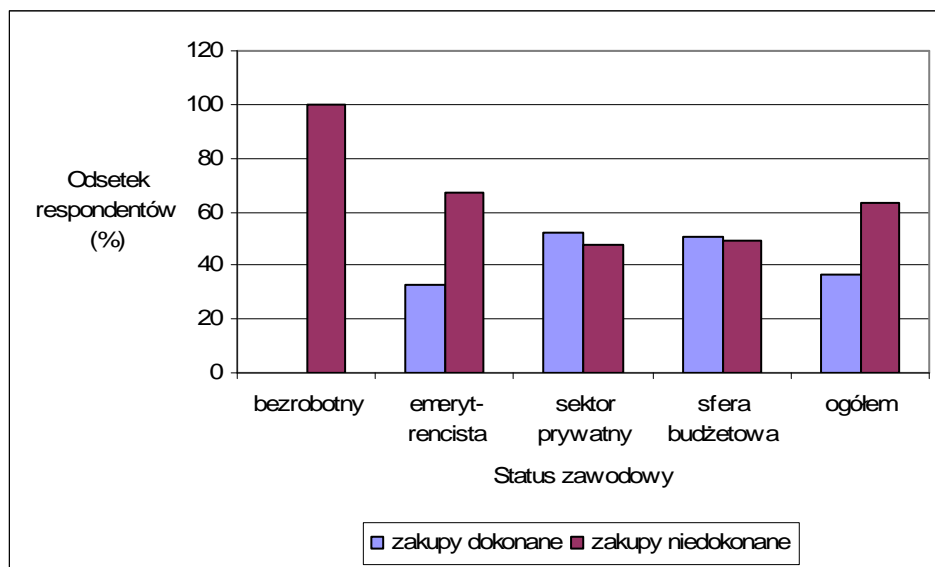


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 20.

Czynnikiem różnicującym zachowania konsumentów, mającym wpływ na realizację zakupów złota okazał się status zawodowy badanych – **wykres 25**. Żadna osoba bezrobotna nie zakupiła złota, mimo że grupa ta stanowiła około 19% w badanej zbiorowości. W grupie emerytów i rencistów zakupów dokonał co trzeci respondent (33,02%), natomiast wskaźnik struktury dla nabywców z sektora prywatnego wyniósł 52,03% i reprezentantów sfery budżetowej 50,67%.

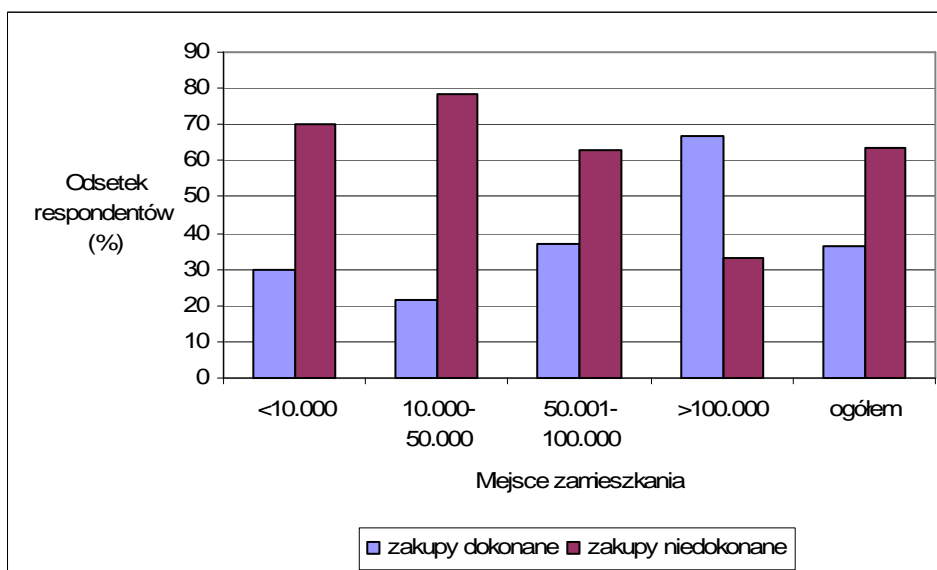
Pod względem miejsca zamieszkania dominujący odsetek nabywców złota pochodził z największych miast, czyli o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców (66,87%), a następnie z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (37,03%), z miejscowości do 10 tys. (29,91%) oraz miast 10-50 tys. mieszkańców (21,47%) – „ogółem” w badanej zbiorowości 36,56% – **wykres 26**.

Wykres 25. Zakupy złota dokonane i niedokonane według statusu zawodowego respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 20.

Wykres 26. Zakupy złota dokonane i niedokonane według miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 20.

Uzyskane wyniki analizy statystycznej (w oparciu o test chi-kwadrat) ukazują ocenę istnienia zależności między dwiema zmiennymi typu jakościowego przy odrzuceniu hipotezy zerowej (braku związku: cechy X i Y są niezależne) i przyjętym poziomie istotności $p \leq 0,05$ oraz siłę zachodzących powiązań wyrażonej współczynnikiem kontyngencji C Pearsona. Za zmienne niezależne przyjęto cechy demograficzno-

społeczne respondentów (płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i miejsce zamieszkania) oraz za zmienne zależne zakupy złota: dokonane i niedokonane – **tabela 21**.

Tabela 21. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zakupami złota a cechami demograficzno-społecznymi respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć	39,1368	1	0,0000	0,1597	0,7071	0,2259
Wiek	14,3943	3	0,0024	0,0976	0,7866	0,1241
Wykształcenie	202,3889	3	0,0000	0,3452	0,7866	0,4389
Status zawodowy	238,8881	3	0,0000	0,3711	0,7866	0,4718
Miejsce zamieszkania	190,8912	3	0,0000	0,3364	0,7866	0,4277
Uwaga: dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ oraz dla $df=1$ stopnia swobody wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=3,841$ a dla $df=3$ stopni swobody wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=7,815$.						

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Analiza zakupów uwzględniająca płeć respondentów pozwoliła na stwierdzenie, że istniała zależność (chi-kwadrat =39,1368) między płcią a faktem dokonania lub niedokonania zakupu złota. Powiązanie to było wysoce istotne ($p=0,0000$), ale „słabe” (Cskor=0,2259). Oznacza to, że płeć w słabym stopniu różnicowała zachowania konsumenckie w zakupach złota.

Podobna interpretacja wyników analizy dotyczyła zależności zakupów złota od wieku respondentów. Wartość chi-kwadrat (14,3943) pozwoliła zauważyć, że na poziomie istotności $p=0,0024$ istniała zależność między wiekiem respondenta a dokonanymi zakupami złota. Jednakże siła tej zależności była także „słaba” (Cskor=0,1241) i oznacza, że była mniejsza od siły powiązań między zakupami a płcią respondentów.

Wnioskowanie dotyczące zależności między zakupami złota a wykształceniem respondentów wykazało, że istniejąca zależność (chi-kwadrat=202,3889) była wysoce istotna ($p=0,0000$) oraz o „przeciętnej” sile, co potwierdza wartość współczynnika kontyngencji (Cskor=0,4389).

Istnienie zależności między statusem zawodowym respondentów a zakupami złota pozwoliła stwierdzić wartość statystyki chi-kwadrat 238,8881. Powiązanie między statusem zawodowym a zakupami było wysoce istotne ($p=0,0000$) oraz o „przeciętnej” sile (Cskor=0,4718).

Podobnie przedstawia się zależność między miejscem zamieszkania respondenta a zakupami złota. Wartość testu chi-kwadrat (190,8912) jest dowodem istnienia zależności, która jest istotna ($p=0,0000$) oraz na poziomie „przeciętnej” siły związku ($Cskor=0,4277$). Oceny siły zależności ustalono według przyjętej przez autora pracy skali ocen:

- $0 < Cskor \leq 0,1$ – nikła (bardzo słaba),
- $0,1 < Cskor \leq 0,3$ – słaba,
- $0,3 < Cskor \leq 0,5$ – przeciętna (średnia),
- $0,5 < Cskor \leq 0,7$ – wysoka (silna),
- $0,7 < Cskor \leq 0,9$ – bardzo wysoka (bardzo silna),
- $0,9 < Cskor < 1,0$ – prawie pełna (doskonała).

4.2. Tendencje zakupów

Uzyskanie wiedzy na temat zachowań konsumentów o przyszłych zakupach złota stanowiło jeden z celów założonej koncepcji badania. Przyjęto, że zakupy te (bez względu na formę i rodzaj nabywanego złota) były wiązane z potrzebami osobistego celu lub z potrzebami pozostałych członków rodziny pozostających we wspólnym gospodarstwie domowym. Wyniki badania wykazały, że z ogólnej liczby uczestniczących w badaniu gospodarstw, niecałe 30% okazało zamiar zakupu złota w niedalekiej przyszłości – **tabela 22**.

W wyższym stopniu skłonność do przyszłych zakupów złota – przy wskaźniku struktury „ogółem” 29,88% – wyraziły kobiety (33,76%) przed mężczyznami, którzy stanowili 27,10%. Zamiaru zakupu złota nie okazało natomiast 72,90% mężczyzn oraz 66,24% kobiet (udział „ogółem” 70,12%) – **wykres 27**.

W odniesieniu do wieku wskazano, że najwyższy odsetek przyszłych nabywców złota dotyczył respondentów w wieku 46-60 lat (38,32%) oraz w wieku 18-25 lat (34,63%). Nieco niższy odsetek tworzyli nabywcy w subgrupie powyżej 61 roku życia stanowiący 33,02%, natomiast najniższy (20,54%) nabywcy w wieku 26-45 lat (wskaźnik struktury „ogółem” 29,88%) – **wykres 28**.

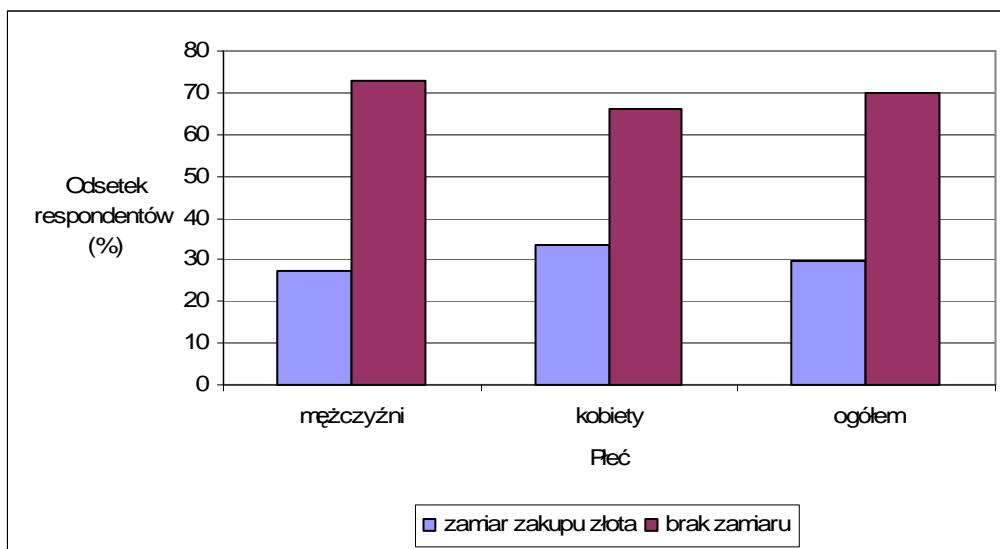
Istotne zróżnicowanie udziału przyszłych nabywców złota w poszczególnych subgrupach zauważono w przypadku wykształcenia respondentów. Co druga osoba deklarująca zakup miała wykształcenie wyższe (50,79% wobec „ogółem” w próbie 29,88%) – **wykres 29**.

Tabela 22. Gospodarstwa domowe według zamiaru zakupu złota oraz cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Zamiar zakupu złota		
	ogółem	tak	nie
	w odsetkach		
Ogółem	100,00	29,88	70,12
Płeć			
mężczyzna	100,00	27,10	72,90
kobieta	100,00	33,76	66,24
Wiek w latach			
18-25	100,00	34,63	65,37
26-45	100,00	20,54	79,46
46-60	100,00	38,32	61,68
61 i więcej	100,00	33,02	66,98
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	30,73	69,27
zawodowe	100,00	27,68	72,32
średnie	100,00	21,24	78,76
wyższe	100,00	50,79	49,21
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100,00	-	100,00
emeryt, rencista	100,00	28,54	71,46
sektor prywatny*	100,00	49,64	50,36
sfera budżetowa	100,00	31,64	68,36
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	30,36	69,64
10.000-50.000	100,00	19,90	80,10
50.001-100.000	100,00	37,03	62,97
>100.000	100,00	38,91	61,09
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo			

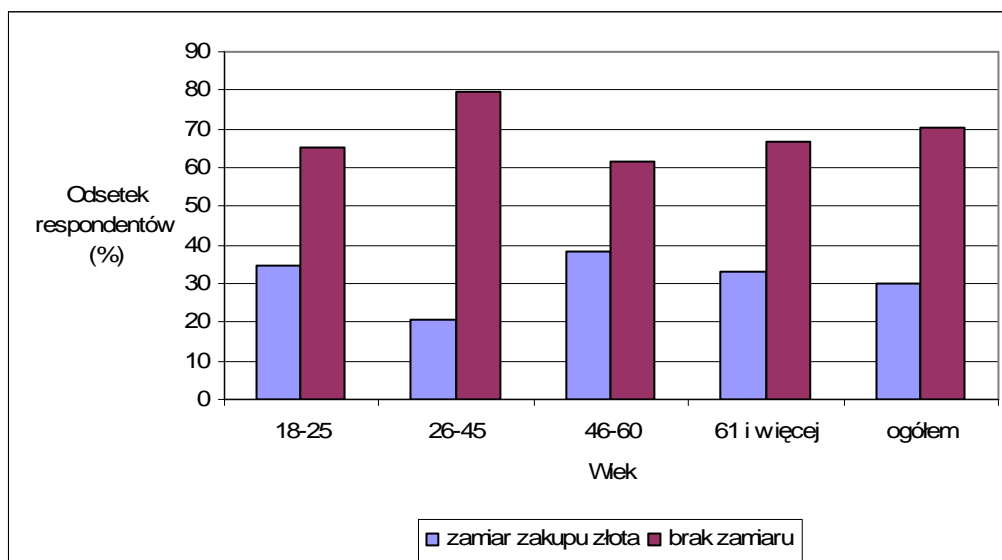
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 27. Zamiar zakupu złota według płci respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 22.

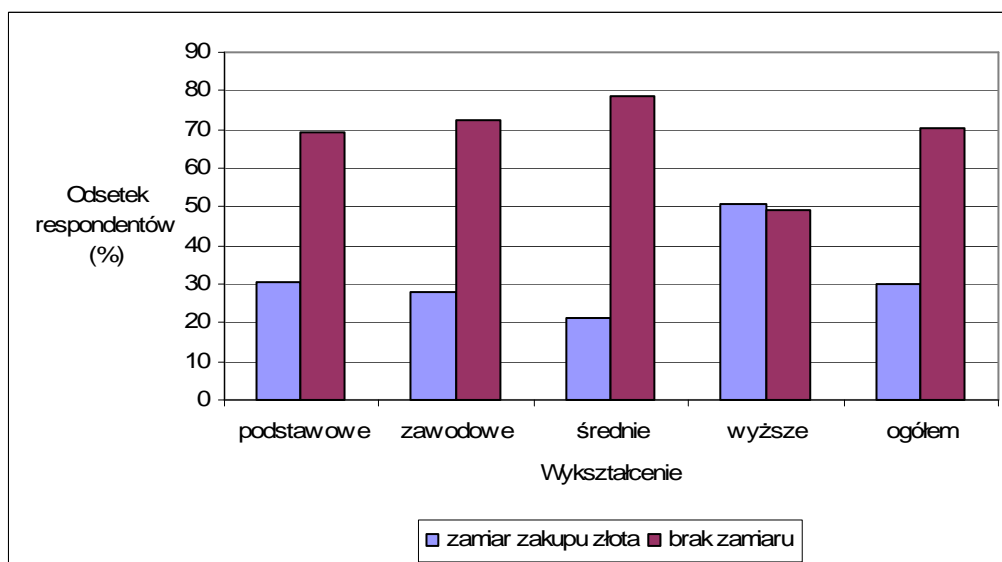
Wykres 28. Zamiar zakupu złota według wieku respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 22.

Nabywcy z wykształceniem podstawowym stanowili 30,73% oraz z wykształceniem zawodowym 27,68%. Najniższy w strukturze wskaźnik dotyczył respondentów z wykształceniem średnim (21,24%), co oznacza, że co piąta badana osoba z tym wykształceniem zaplanowała zakupy złota w późniejszym czasie.

Wykres 29. Zamiar zakupu złota według wykształcenia respondentów



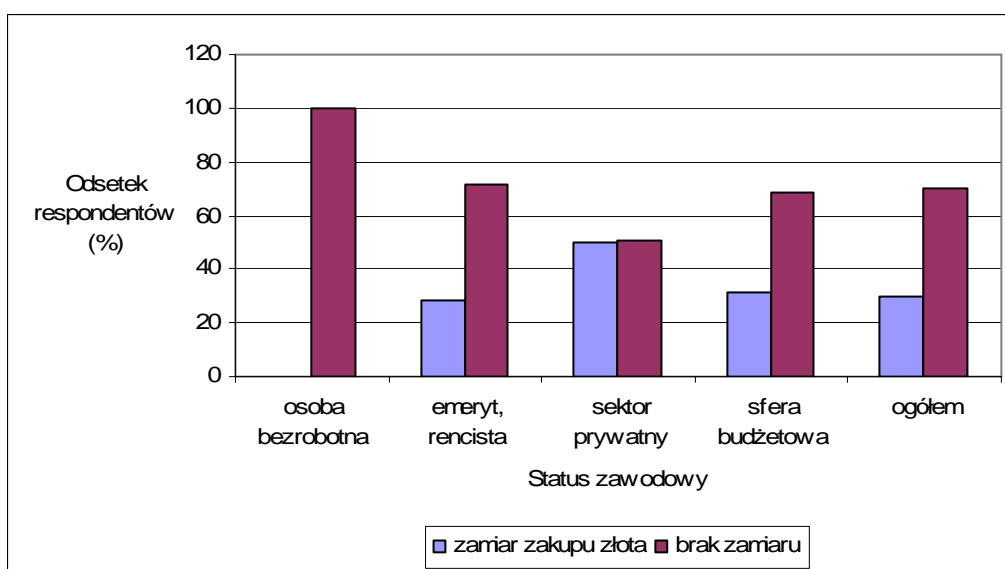
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 22.

Istotne zróżnicowanie w zakresie przyszłych zakupów złota, zauważono także wśród respondentów w omawianych subgroupach pod względem statusu zawodowego. W sektorze prywatnym, co druga osoba okazała zamiar zakupu (49,64%), natomiast

wśród osób bezrobotnych – żadna. Wskaźnik struktury w tym względzie dla emerytów i rencistów wyniósł 28,54%, natomiast dla pracowników sfery budżetowej 31,64% w stosunku do „ogółem” w próbie 29,88% – **wykres 30**.

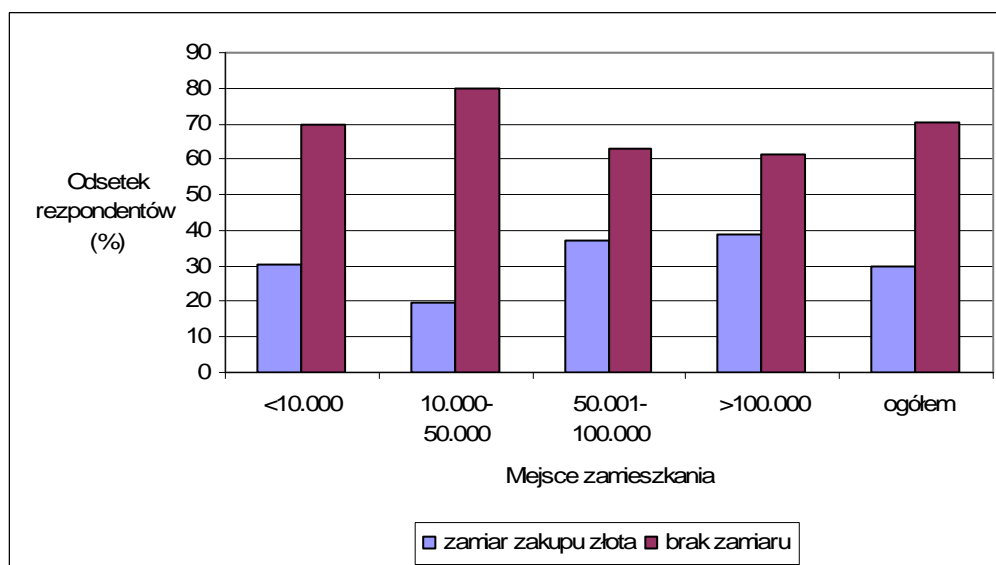
Analiza dotycząca przyszłych zakupów złota uwzględniająca liczebność miejsca zamieszkania wykazała, że najwyższy odsetek potencjalnych nabywców zamieszkiwał miasta największe, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (38,91%) i miasta 50-100 tys. mieszkańców (37,03%). Przyszli nabywcy zamieszkali miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców stanowili 30,36%, a z miast 10-50 tys. mieszkańców 19,90%, co oznacza, że co piąta osoba wykazała w badaniu zamiar zakupu złota – **wykres 31**.

Wykres 30. Zamiar zakupu złota według statusu zawodowego respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 22.

Wykres 31. Zamiar zakupu złota według miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 22.

Przeprowadzone badanie umożliwiło zbadanie zależności między okazanym zamiarem zakupu złota lub jego brakiem (zmienna zależna) a poszczególnymi cechami demograficzno-społecznymi (zmienne niezależne) badanej zbiorowości – **tabela 23**. Wyniki porównania statystycznego wykazały, że istotność dla statystyki chi-kwadrat nie przekraczała przyjętego poziomu ($p \leq 0,05$), a więc można przyjąć, że zamiar zakupu złota zależał od indywidualnych cech demograficzno-społecznych respondentów.

Tabela 23. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem zakupu złota a cechami demograficzno-społecznymi respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć	7,7145	1	0,0055	0,0716	0,7071	0,1013
Wiek	39,0457	3	0,0000	0,1595	0,7866	0,2028
Wykształcenie	92,2179	3	0,0000	0,2410	0,7866	0,3064
Status zawodowy	198,3303	3	0,0000	0,3421	0,7866	0,4349
Miejsce zamieszkania	49,1021	3	0,0000	0,1783	0,7866	0,2267
Uwaga: dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ oraz dla $df=1$ stopnia swobody wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=3,841$, a dla $df=3$ stopni swobody wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=7,815$.						

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Analiza dotycząca zamiaru zakupu złota uwzględniająca płeć respondentów wskazała na istnienie zależności ($\text{chi-kwadrat}=7,7145 > \text{chi-kwadrat } \alpha=3,841$) między płcią respondenta a zamiarem dokonania lub niedokonania zakupu złota. Powiązanie to było wysoce istotne ($p=0,0055$), ale „słabe” ($\text{Cskor}=0,1013$). Oznacza to, że zamiar zakupu złota w bardzo małym stopniu zależał od płci respondentów.

Zależność wystąpiła również między zamiarem zakupu złota a wiekiem respondentów ($\text{chi-kwadrat}=39,0457 > \text{chi-kwadrat } \alpha=7,815$). Powiązanie to było wysoce istotne ($p=0,0000$), ale również „słabe” ($\text{Cskor}=0,2028$). Należy zatem przyjąć, że wiek badanych także w bardzo małym stopniu wpływał na decyzje dotyczące przyszłych zakupów złota.

Wnioskowanie w zakresie relacji między zamiarem zakupu złota a poziomem wykształcenia badanych potwierdziło istnienie zależności ($\text{chi-kwadrat}=92,2179 > \text{chi-kwadrat } \alpha=7,815$) na poziomie wysokiej istotności ($p=0,0000$) oraz o „przeciętnej” sile, co potwierdza wartość współczynnika kontyngencji $\text{Cskor} = 0,3064$. Oznacza to, że między zamiarem dokonania zakupu złota a wykształceniem respondenta zachodziła korelacja o średniej sile.

Stwierdzono zależność między statusem zawodowym respondentów a zamiarem dokonania zakupu złota ($\chi^2=198,3303 > \chi^2_{\alpha=7,815}$). Powyższa zależność była wysoce istotna ($p=0,0000$) i o „przeciętnej” sile ($C_{skor}=0,4349$). Analizując wartości współczynników kontyngencji należy zauważyć, że najwyższa korelacja wśród badanych osób zachodziła pomiędzy zamiarem zakupu złota a statusem zawodowym. Rezultaty badania zależności między miejscem zamieszkania respondenta a zamiarem zakupu złota potwierdziły istnienie zależności ($\chi^2=49,1021 > \chi^2_{\alpha=7,815}$), które było wysoce istotne ($p=0,0000$), ale o „słabej” sile ($C_{skor}=0,2267$).

4.3. Wpływ warunków materialnych na zakupy złota

4.3.1. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa według zakupów dokonanych

Zbadanie zależności między sytuacją materialną gospodarstw domowych – według zakupów złota dokonanych i planowanych – w świetle cech demograficzno-społecznych respondentów stanowiło temat rozważań niniejszego rozdziału. Weryfikacji poddano jedną z hipotez, że złoto i jego wyroby, tradycyjnie zaliczane do towarów luksusowych, a więc zaspokajających potrzeby wyższego rzędu, są obiektem zainteresowania konsumentów o odpowiednio wysokich dochodach. Pomiaru kondycji materialnej gospodarstw domowych dokonano na podstawie subiektywnej oceny osób biorących udział w sondażu: wystarczalności dochodów („wystarczające” lub „niewystarczające”), sytuacji ekonomicznej (według skali ocen; „uległa poprawie”, „uległa pogorszeniu”, „bez zmian”), korzystania („tak” lub „nie”) z innych źródeł dochodów takich, jak: kredyty, pożyczki lombardowe oraz zyski od zainwestowanego kapitału w instrumenty pieniężne rynku finansowego.

Uzyskane rezultaty badania wykazały, że czynnikiem istotnie różnicującym konsumentów była sytuacja materialna gospodarstw domowych, którzy zakupili w badanym okresie złoto. Dominujący udział w zakupach złota miały gospodarstwa domowe o dochodach wystarczających, które stanowiły 61,24%, w tym 39,85% stanowiły gospodarstwa, w których sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, 14,44%, w których była bez zmian, oraz 6,95%, które oceniły, że uległa pogorszeniu – **tabela 24, wykres 32**.

W odniesieniu do dochodów niewystarczających najniższy udział w dokonanych zakupach miały gospodarstwa domowe, w których sytuacja materialna uległa poprawie (4,02%), natomiast 13,71% stanowiły gospodarstwa, w których pozostawała bez zmian.

Tabela 24. Nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej gospodarstw domowych i cech demograficzno-społecznych

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Dokonane zakupy złota	Ocena wystarczalności dochodów i sytuacji ekonomicznej							
		dochody wystarczające				dochody niewystarczające			
		ogółem	ocena sytuacji ekonomicznej			ogółem	ocena sytuacji ekonomicznej		
			lepszą	gorszą	bez zmian		lepszą	gorszą	bez zmian
		w odsetkach							
Ogółem	100,00	61,24	39,85	6,95	14,44	38,76	4,02	21,03	13,71
Płeć									
mężczyzna	100,00	60,54	42,14	9,20	9,20	39,46	7,66	29,50	2,30
kobieta	100,00	61,89	37,76	4,90	19,23	38,11	0,70	13,29	24,12
Wiek w latach									
18-25	100,00	71,19	42,38	2,54	26,27	28,81	2,54	3,39	22,88
26-45	100,00	45,12	31,63	5,12	8,37	54,88	4,19	29,30	21,39
46-60	100,00	71,54	39,84	9,75	21,95	28,46	4,07	22,76	1,63
61 i więcej	100,00	72,53	56,04	13,19	3,30	27,47	5,49	21,98	-
Wykształcenie									
podstawowe	100,00	95,45	34,09	13,63	47,73	4,55	-	-	4,55
zawodowe	100,00	62,20	42,68	12,20	7,32	37,80	3,66	17,07	17,07
średnie	100,00	69,54	41,62	4,06	23,86	30,46	1,52	14,72	14,22
wyższe	100,00	46,87	38,39	6,25	2,23	53,13	7,14	32,15	13,84
Status zawodowy									
osoba bezrobotna	100,00	-	-	-	-	-	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	51,43	24,29	14,28	12,86	48,57	2,14	32,15	14,28
sektor prywatny*	100,00	70,18	62,39	2,29	5,50	29,82	6,88	8,26	14,68
sfera budżetowa	100,00	58,20	25,40	6,88	25,92	41,80	2,12	27,51	12,17
Miejsce zamieszkania									
<10.000	100,00	70,15	32,84	17,91	19,40	29,85	1,49	7,46	20,90
10.000-50.000	100,00	69,10	54,47	2,44	12,19	30,90	0,81	13,01	17,08
50.001-100.000	100,00	80,29	43,79	9,49	27,01	19,71	4,38	8,76	6,57
>100.000	100,00	42,27	31,36	4,55	6,36	57,73	6,37	37,27	14,09

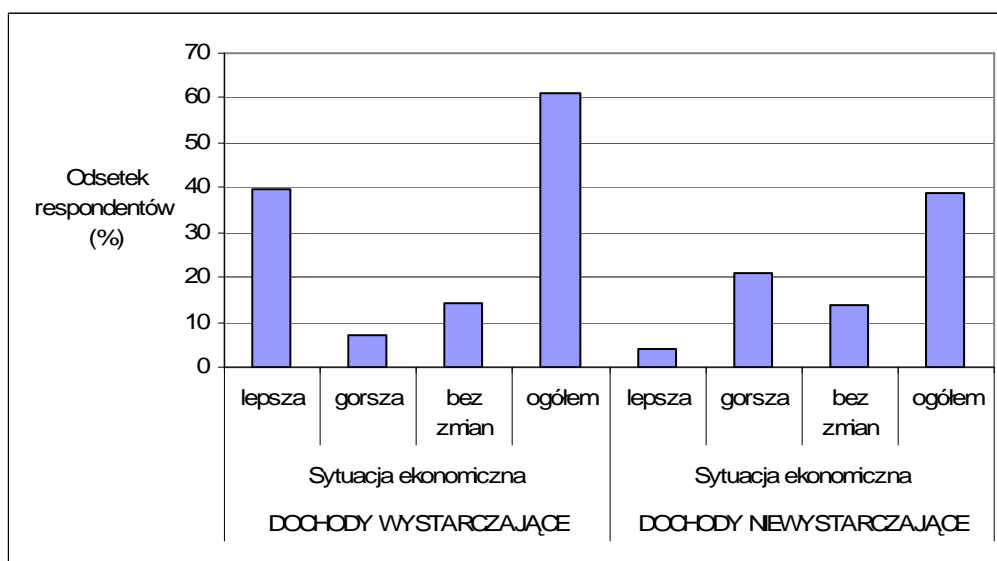
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Zakupu złota dokonało co piąte gospodarstwo domowe oceniające swoją sytuację ekonomiczną jako uległą pogorszeniu (21,03%).

Należy podkreślić, że kategoria dochodu jako determinanta konsumpcji nie zawsze wyznacza sposób zachowania się gospodarstw domowych. Wpływ mogą mieć zjawiska psychospołeczne (zwyczaje, naśladownictwo czy aspiracje), jak również fakt, że podział potrzeb i dóbr uznawanych za podstawowe, luksusowe i wyższego rzędu jest zmienny historycznie i uwarunkowany gospodarczo.

Wykres 32. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej

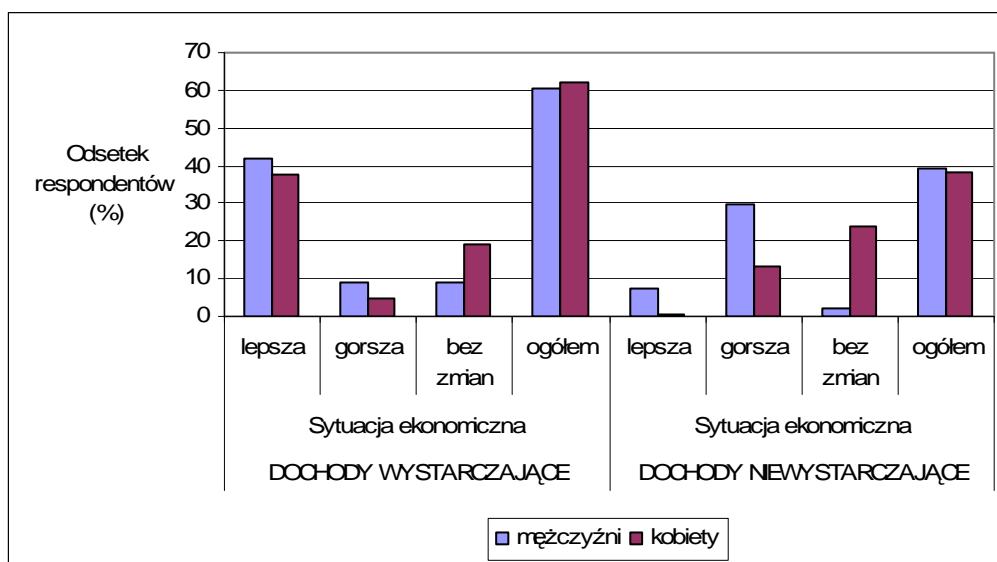


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 24.

Uwzględniając płeć respondentów wskazano na zróżnicowanie wpływu wystarczalności dochodów na zakupy złota – **wykres 33**. Udział mężczyzn w zakupach złota o dochodach „wystarczających” do „niewystarczających” kształtował się odpowiednio do wskaźnika próby „ogółem” 61,24%, 38,76% w proporcji 60,54% do 39,46%, a udział kobiet 61,89% do 38,11%. Rezultaty oceny sytuacji ekonomicznej wykazały natomiast wyraźne zróżnicowanie nabywców złota według płci respondentów. W subgrupie nabywców o dochodach wystarczających, wśród których sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, było o 4,4 pkt proc. więcej mężczyzn (42,14%), niż kobiet (37,76%). Również wśród nabywców, wśród których sytuacja ta uległa pogorszeniu, było o 4,3 pkt proc. więcej mężczyzn (9,20%), niż kobiet (4,90%). W grupie nabywców, którzy nie zauważyli zmian w materialnym poziomie życia, odnotowano więcej kobiet (19,23%), aniżeli mężczyzn (9,20%).

W subgrupie nabywców złota o dochodach niewystarczających i w sytuacji ekonomicznej uległej poprawie, było o 6,96 pkt proc. więcej mężczyzn (7,66%) w stosunku do wskaźnika procentowego kobiet (0,70%). Znacznie większe zróżnicowanie wystąpiło wśród nabywców z gorszą sytuacją ekonomiczną, mężczyźni bowiem stanowili 29,50% i był to wskaźnik o 16,21 pkt proc. wyższy w stosunku do wskaźnika kobiet, który wyniósł 13,29%. W grupie nabywców, którzy w badaniu określili sytuację ekonomiczną jako „bez zmian”, wystąpił znacznie wyższy udział w zakupach złota kobiet (24,12%) w porównaniu z udziałem mężczyzn (2,30%).

Wykres 33. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 24.

Rozpatrując strukturę nabywców złota w świetle wieku respondentów i dochodów w gospodarstwach domowych zauważono, że nabywcy mający 26-45 lat stanowili subgrupę o najbardziej niekorzystnej strukturze dochodów, w której udział osób o dochodach wystarczających i niewystarczających wyniósł odpowiednio 45,12% i 54,88% – **wykres 34**. W pozostałych subgrupach struktura nabywców o dochodach wystarczających i dochodach niewystarczających była znacząco korzystna: w subgrupie respondentów w wieku 18-25 lat – 71,19% i 28,81% i w subgrupie w wieku 46-60 lat – 71,54% i 28,46%.

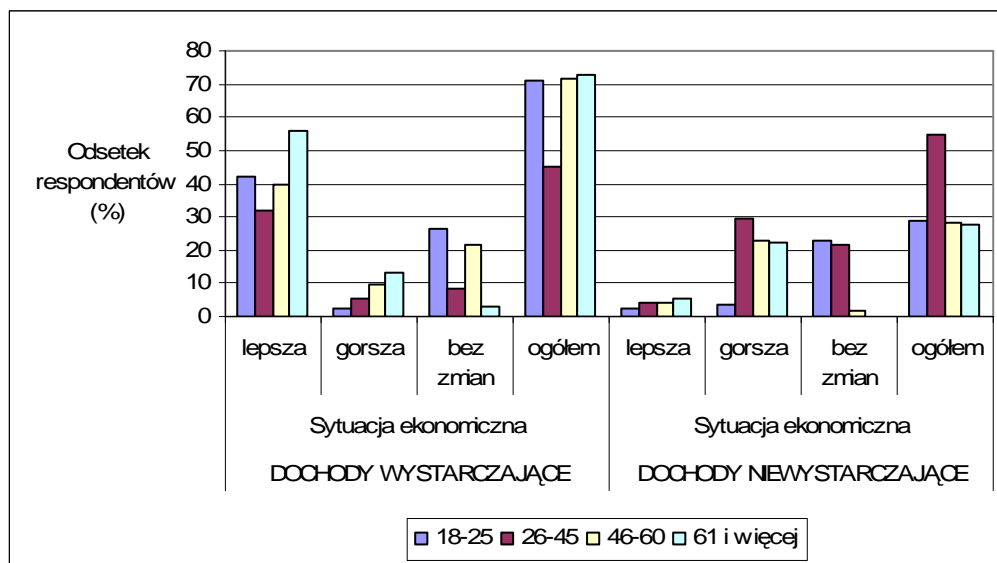
Najbardziej korzystna sytuacja dochodowa wystąpiła w subgrupie „61 lat i więcej” – 72,53% i 27,47%. W grupie nabywców złota o dochodach wystarczających i warunkach bytowych uległych poprawie, najniższy odsetek stanowili respondenci w wieku

26-45 lat (31,63%), w subgrupie 46-60 lat 39,84%, 18-25 lat 42,38% i najwyższy, tj. 56,04% osoby powyżej 61 roku życia. Nabywców, którzy ocenili sytuację ekonomiczną wspólnego gospodarstwa jako „uległa pogorszeniu”, w wieku 18-25 lat było tylko 2,54%, w wieku 26-45 lat – 5,12%, 46-60 lat – 9,75% i „61 lat i więcej” – 13,19%, przy czym był to najwyższy wskaźnik w strukturze dla tej subgrupy do udziału „ogółem” 6,95%. Wśród nabywców złota o dochodach wystarczających, którzy nie dostrzegli zmian w poziomie materialnym życia rodziny, najmniej było osób w grupie powyżej 61 roku życia – 3,30%, w grupie 26-45 lat – 8,37%, najwięcej, tj. 26,27% w wieku 18-25 lat oraz nieco mniej w grupie 46-60 lat – 21,95%.

Najniższy wskaźnik struktury dla nabywców o dochodach niewystarczających oraz sytuacji ekonomicznej wspólnego gospodarstwa jako „lepsza” dotyczył respondentów w wieku 18-25 lat (2,54%), a najwyższy, tj. 5,49% – powyżej 61 roku życia. W dwóch pozostałych subgrupach wskaźniki struktury były zbliżone do wskaźnika struktury „ogółem”, tj. 4,02%. Nabywcy w wieku 26-45 lat stanowili 4,19% i w wieku 46-60 lat – 4,07%. Znaczne natomiast zróżnicowanie wystąpiło wśród nabywców pozostających w sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „gorsza” oraz „bez zmian”. Najwyższy odsetek tworzyli nabywcy złota w wieku 26-45 lat (29,30%), 46-60 lat (22,76%) oraz powyżej 61 roku życia 21,98% (udział „ogółem” 21,03%). Najniższy – znacznie niższy w stosunku do udziału „ogółem” 21,03% – wystąpił u osób najmłodszych w wieku 18-25 lat, tj. 3,39%. Wysoki odsetek nabywców, w sytuacji ekonomicznej „bez zmian”, dotyczył respondentów w wieku 18-25 lat – 22,88% i 26-45 lat – 21,39%. W grupie 46-60 lat zauważono bardzo niski udział nabywców wynoszący zaledwie 1,63%. Warto zwrócić uwagę na fakt, że respondenci powyżej 61 lat i więcej nie dokonali żadnych zakupów złota.

Uwzględniając poziom wykształcenia respondentów zauważono, że wskaźniki struktury dla nabywców złota z dochodami jako „wystarczające” lub „niewystarczające” były najbardziej korzystne w subgrupie z wykształceniem podstawowym (95,45% i 4,55%), z wykształceniem średnim (69,54% i 30,46%) oraz zawodowym (62,20%, 37,80%) – **wykres 35**. Zdecydowanie niekorzystna struktura nabywców, pod względem dochodów, miała miejsce w przypadku respondentów z wykształceniem wyższym (46,87% i 53,13%).

Wykres 34. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 24.

W grupie nabywców złota o dochodach wystarczających i sytuacji ekonomicznej ocenionej za lepszą, najwyższy odsetek kupujących (42,68%) miał wykształcenie zawodowe, wykształcenie średnie 41,62% oraz wyższe 38,39%. Najniższy procent dotyczył osób z wykształceniem podstawowym, tj. 34,09%.

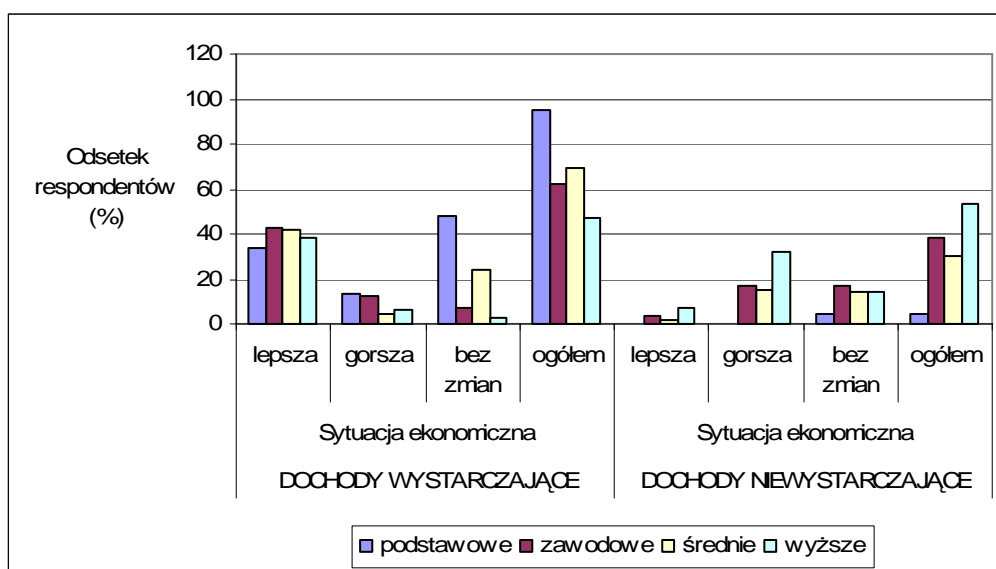
Znaczne zróżnicowanie w zakresie poziomu wykształcenia zaobserwowano w grupie nabywców o dochodach wystarczających i sytuacji ekonomicznej jako „gorsza” i „bez zmian”. Dominujący udział respondentów z sytuacją ekonomiczną uległą pogorszeniu dotyczył osób z wykształceniem podstawowym – 13,63% i zawodowym – 12,20%. Znacznie niższy dotyczył osób z wykształceniem wyższym, tj. 6,25%, natomiast najniższy z wykształceniem średnim – 4,06%. Nabywców, którzy nie zauważyli zmian w poziomie życia rodziny, było zdecydowanie najwięcej wśród osób z wykształceniem podstawowym 47,73% i wykształceniem średnim, tj. 23,86%. Znacznie niższy odsetek stanowili nabywcy złota mający wykształcenie zawodowe 7,32%, a najniższy – wykształcenie wyższe 2,23%.

W grupie nabywców złota o dochodach niewystarczających i sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „uległa poprawie” dominujący odsetek respondentów zauważono z wykształceniem wyższym (7,14%) oraz wykształceniem zawodowym (3,66%). Tylko 1,52% respondentów w tej grupie miało wykształcenie średnie. Należy podkreślić, że udział w zakupach przez osoby z wykształceniem podstawowym wyniósł zero procent.

W odniesieniu do sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „gorsza”, najwyższy wskaźnik w strukturze stanowiły osoby z wykształceniem wyższym (32,15%), z wykształceniem zawodowym 17,07% oraz średnim 14,72%. Zauważono, że osoby z wykształceniem podstawowym i będące w tej sytuacji materialnej, nie uczestniczyły w zakupach złota.

Wśród nabywców mających dochody niewystarczające i sytuację bez zmian, najniższy wskaźnik w strukturze tworzyli respondenci z wykształceniem podstawowym (tylko 4,55%), a najwyższy z wykształceniem zawodowym, tj. 17,07%. Udział w zakupach złota respondentów z wykształceniem średnim wyniósł 14,22% i wykształceniem wyższym 13,84%.

Wykres 35. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz wykształcenia



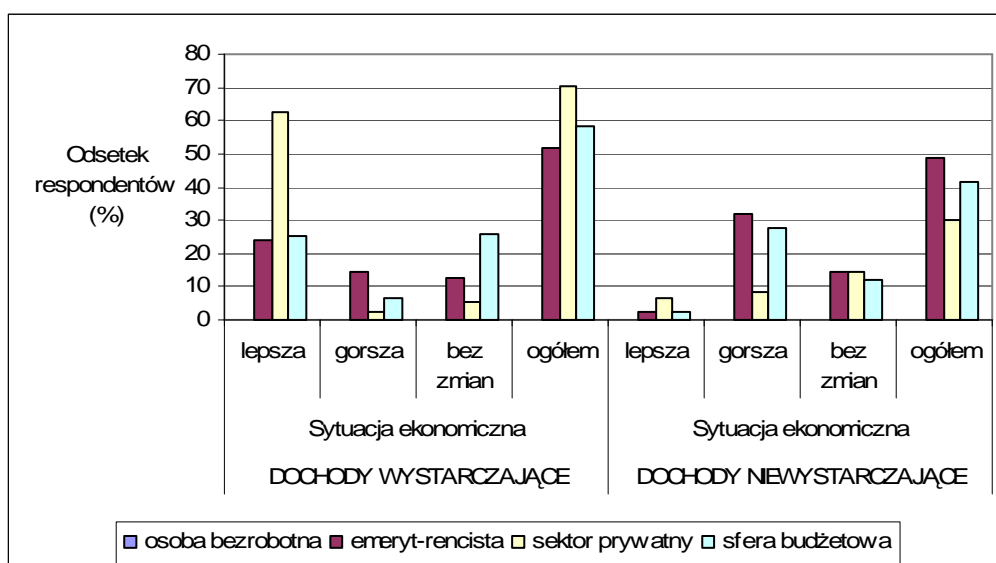
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 24.

Analiza struktury nabywców pod względem statusu zawodowego i wystarczalności dochodów gospodarstw domowych wykazała, że nabywcami złota nie były osoby bezrobotne. W pozostałych grupach struktura ta (w świetle dochodów „wystarczających” i „niewystarczających”) była znacznie zróżnicowana – **wykres 36**. Najkorzystniejszy udział w zakupach respondentów o dochodach „wystarczających” i „niewystarczających” dotyczył przedstawicieli sektora prywatnego w relacji 70,18% i 29,82%. Najmniej korzystny wystąpił wśród emerytów i rencistów (51,43% i 48,57%), natomiast średni, wśród pracowników sfery budżetowej (58,2% i 41,8%).

W grupie osób o dochodach wystarczających i sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „uległa poprawie” było 62,39% przedstawicieli sektora prywatnego (najwyższy wskaźnik w strukturze), znacznie mniej (25,40%) pracowników sfery budżetowej, a najmniej emerytów i rencistów (24,29%). Najwyższy udział procentowy (14,28%) zauważono wśród nabywców złota w grupie emerytów i rencistów, którzy ocenili sytuację materialną za uległą pogorszeniu oraz pracowników sfery budżetowej (6,88%); najniższy – w grupie przedstawicieli sektora prywatnego (2,29%). Wśród nabywców, którzy nie dostrzegli zmian ekonomicznych, zdecydowaną większość stanowili przedstawiciele sfery budżetowej (25,92%) i w stopniu niższym o połowę – emeryci i renciści (12,86%). Najniższy natomiast odsetek w tym względzie (5,50%) dotyczył nabywców w sektorze prywatnym.

W grupie nabywców o dochodach niewystarczających i sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „lepsza” było 6,88% pracowników sektora prywatnego (najwyższy wskaźnik procentowy) oraz znacznie mniej (2,14%) emerytów i rencistów oraz pracowników sfery budżetowej (2,12%). Nabywcy złota, którzy ocenili sytuację ekonomiczną „bez zmian” stanowili 32,15% i byli to emeryci oraz renciści. Nieco niższy wskaźnik struktury stanowili pracownicy sfery budżetowej (27,51%), a najniższy – pracownicy sektora prywatnego (8,26%). Wśród nabywców w sytuacji ekonomicznej „bez zmian” dominowali reprezentanci sektora prywatnego (14,68%) oraz – przy jednakowym niemal wskaźniku struktury – emeryci i renciści, tj. 14,28%. Udział w zakupach złota przedstawicieli sfery budżetowej wyniósł 12,17%.

Wykres 36. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 24.

Miejsce zamieszkania respondentów, według wystarczalności dochodów, okazało się czynnikiem znacznie różnicującym zakupy złota. Wyniki wnioskowania w zakresie struktury nabywców o dochodach „wystarczających” i „niewystarczających” wykazały, że najwyższy odsetek nabywców dla dochodów wystarczających i jednocześnie najniższy dla dochodów niewystarczających dotyczył nabywców z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców, tj. 80,29%:19,71% – **wykres 37**. Niższy odsetek stanowili nabywcy złota z miejscowości do 10 tys. mieszkańców (70,15%:29,85%) oraz z miejscowości 10-50 tys. mieszkańców (69,10%:30,90%). Zdecydowanie niekorzystna struktura nabywców w aspekcie oceny wystarczalności dochodów wystąpiła wśród respondentów zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (42,27%:57,73%).

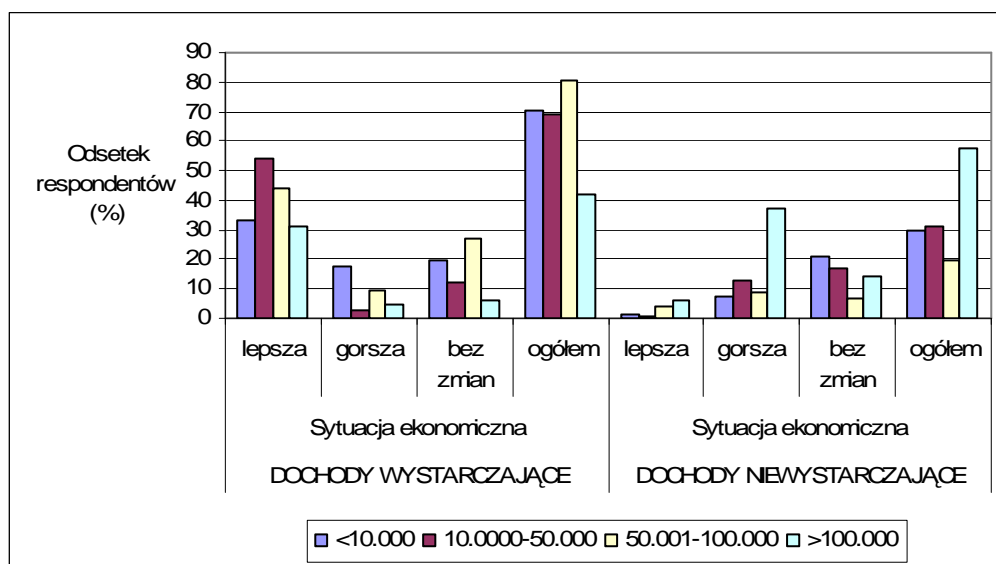
Najwyższy wskaźnik struktury dla nabywców o dochodach wystarczających oraz lepszej sytuacji materialnej we wspólnych gospodarstwach domowych, wyniósł 54,47% i dotyczył zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. oraz miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców, tj. 43,79%. Niższy odsetek zanotowano wśród nabywców zamieszkałych miejscowości do 10 tys. mieszkańców (32,84%) oraz miasta największe, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (31,36%).

Miejsce zamieszkania wyraźnie różnicowało nabywców złota o dochodach wystarczających i sytuacji ekonomicznej określonej jako „uległa pogorszeniu” oraz „bez zmian”. Dominujący odsetek nabywców, którzy ocenili pogorszenie sytuacji materialnej rodziny, dotyczył zamieszkujących miejscowości o liczbie do 10 tys. mieszkańców (17,91%) oraz miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (9,49%). Nabywcy złota z miast powyżej 100 tys. stanowili 4,55% i tylko 2,44% z miast 10-50 tys. mieszkańców. Najwyższy natomiast procent nabywców, będących w sytuacji ekonomicznej „bez zmian”, zamieszkiwał miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (27,01%), miejscowości do 10 tys. mieszkańców (19,40%) oraz miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (12,19%), a najniższy – duże miasta, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (6,36%).

Nabywców o dochodach „niewystarczających”, według stopnia oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania, charakteryzowało znaczne zróżnicowanie w udziale zakupów. Najwyższy wskaźnik w strukturze dla oceny sytuacji ekonomicznej, która uległa poprawie, stanowili nabywcy z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (6,37%), z miast 50-100 tys. mieszkańców (4,38%) i z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (1,49%). Najniższy odsetek (0,81%) tworzyli posiadacze zakupionego złota z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców.

Również najwyższy odsetek nabywców, którzy dokonali oceny przeciwnej (jako „gorsza”) zamieszkiwał miasta powyżej 100 tys. mieszkańców i wyniósł 37,27%. Znacznie niższe wskaźniki struktury (w układzie malejącym) dotyczyły nabywców z miast 10-50 tys. mieszkańców (13,01%), z miast 50-100 tys. (8,76%) i z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (7,46%). W grupie nabywców w sytuacji ekonomicznej „bez zmian” najwięcej było nabywców z miejscowości do 10 tys. mieszkańców (20,9%), z miast 10-50 tys. mieszkańców (17,08%), powyżej 100 tys. mieszkańców (14,09%) oraz z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (6,57%).

Wykres 37. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 24.

Uzyskane efekty badawcze dotyczące dokonanych zakupów złota wykazały, że skrajnie niekorzystna struktura nabywców złota pod względem oceny wystarczalności dochodów („wystarczające” lub „niewystarczające”) dotyczyła respondentów w wieku 26-45 lat (45,12%:54,88%), z wykształceniem wyższym (46,87%:53,13%), emerytów i rencistów (51,43%:48,57%) i zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (42,27%:57,73%).

W postępowaniu badawczym zmierzano do weryfikacji tezy stanowiącej, że sytuacja ekonomiczna gospodarstw domowych miała wpływ na podjęte decyzje o zakupie złota, tj. uzyskania odpowiedzi na pytanie, czy zakupy złota były uzależnione (a jeśli tak – to, w jakim stopniu) od sytuacji materialnej oraz dochodów gospodarstw domowych. Otrzymane rezultaty statystyczne pozwoliły pozytywnie zweryfikować tę tezę.

Wskazano, że istniała zależność między sytuacją ekonomiczną gospodarstw domowych a dokonanymi przez nie zakupami złota – **tabela 25**. Obliczone wartości statystyki chi-kwadrat w poszczególnych wierszach (poza wierszem „osoba bezrobotna”) spełniają warunek: $\chi^2 > \chi^2_{\alpha=0,0005}$, co pozwala na odrzucenie hipotezy zerowej i stwierdzenie, że już na poziomie istotności $\alpha=0,0005$ istniała zależność między sytuacją ekonomiczną a zakupami złota w poszczególnych subgroupach według cech demograficzno-społecznych, jak i w całej próbie. W przypadku subgroupy „osoba bezrobotna” wartość statystyki chi-kwadrat wyniosła 0,0, co oznaczało brak relacji między zmiennymi.

Tabela 25. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych a dokonanymi i niedokonanymi zakupami złota według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	Istotność p	C	Cskor
Ogółem (N=1496)	311,1379	0,0000	0,4149	0,5447
Płeć				
mężczyzna	143,4506	0,0000	0,3760	0,4937
kobieta	181,4058	0,0000	0,4743	0,6228
Wiek w latach				
18-25	112,4250	0,0000	0,5332	0,7001
26-45	133,6472	0,0000	0,4405	0,5784
46-60	63,1002	0,0000	0,3986	0,5234
61 i więcej	71,1266	0,0000	0,4243	0,5571
Wykształcenie				
podstawowe	39,6331	0,0000	0,4258	0,5591
zawodowe	117,8677	0,0000	0,5283	0,6937
średnie	150,0911	0,0000	0,4175	0,5482
wyższe	27,3395	0,0000	0,2818	0,3700
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	0,0000	1,0000	0,0000	0,0000
emeryt, rencista	24,4739	0,0000	0,2336	0,3067
sektor prywatny*	156,0721	0,0000	0,5210	0,6841
sfera budżetowa	55,5260	0,0000	0,3600	0,4727
Miejsce zamieszkania				
<10.000	25,7048	0,0000	0,3208	0,4212
10.000-50.000	163,0575	0,0000	0,4707	0,6180
50.001-100.000	106,0191	0,0000	0,4719	0,6196
>100.000	50,8121	0,0000	0,3658	0,4803
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: dla istotności $\alpha=0,0005$ oraz dla $df=2$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$ wartość krytyczna $\chi^2_{\alpha=0,0005}$. Współczynnik kontyngencji $C_{max}=0,7616$.				

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Ocena współczynników kontyngencji wykazała, że w odniesieniu do całej próby zachodziła wysoka zależność ($C_{skor}=5447$) między sytuacją ekonomiczną konsumentów a dokonanymi przez nich zakupami złota.

W poszczególnych subgroupach według cech demograficzno-społecznych, siła powiązania (zależności) między oceną sytuacji ekonomicznej a wyborem decyzji zakupowej złota była umiarkowanie zróżnicowana, co potwierdzają prezentowane wartości współczynników kontyngencji.

W zakresie płci powiązanie między zakupami złota i sytuacją ekonomiczną respondentów było w subgroupie mężczyzn „średnie” ($C_{skor}=4937$) oraz „silne” ($C_{skor}=0,6228$) w subgroupie kobiet. Oznacza to, że wpływ sytuacji ekonomicznej na zakupy złota był znacznie silniejszy wśród kobiet, niż wśród mężczyzn.

W odniesieniu do wieku ankietowanych dominujący współczynnik korelacji ($C_{skor}=0,7001$) zanotowano w subgroupie w wieku 18-25 lat, co pozwoliło stwierdzić istnienie bardzo wysokiej zależności między zakupami złota a sytuacją ekonomiczną nabywców. W pozostałych subgroupach, według wieku, zależność ta kształtowała się w przedziale współczynników określających siłę związku jako „wysoką” (silną) i dotyczyła w malejącej kolejności: subgroupy w wieku 26-45 lat ($C_{skor}=0,5784$), subgroupy powyżej 61 roku życia ($C_{skor}=0,5571$) oraz subgroupy w wieku 46-60 lat ($C_{skor}=0,5234$).

Ze względu na poziom wykształcenia respondentów najwyższy współczynnik siły związku wystąpił w subgroupie badanych z wykształceniem zawodowym ($C_{skor}=0,6937$) i oznaczał silną korelację. Również „silna” zależność wystąpiła w subgroupie badanych z wykształceniem podstawowym ($C_{skor}=0,5591$) oraz w subgroupie z wykształceniem średnim ($C_{skor}=0,5482$). Powiązanie natomiast o „przeciętnej” sile ($C_{skor}=0,3700$) miało miejsce w subgroupie osób mających wykształcenie wyższe.

Analiza siły związku uwzględniająca status zawodowy respondentów wykazała, że „silna” zależność ($C_{skor}=0,6841$), a jednocześnie dominująca, wystąpiła w subgroupie osób z sektora prywatnego. Zależność o „przeciętnej” sile miała miejsce w subgroupie reprezentujących sferę budżetową ($C_{skor}=0,4727$) oraz w subgroupie emerytów i rencistów ($C_{skor}=0,3067$). W subgroupie bezrobotnych, ani jedna osoba nie dokonała zakupu złota.

W przypadku miejsca zamieszkania ankietowanych zauważono, że między zakupami złota a sytuacją ekonomiczną wystąpiła „silna” zależność w subgroupie osób z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,6196$) i 10-50 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,6180$). Związek o „przeciętnej” sile miał miejsce w subgroupie mieszkańców z

miast powyżej 100 tys. (Cskor=0,4803) oraz z miejscowości do 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,4212).

Wyniki wnioskowania statystycznego dotyczące istnienia zależności między oceną wystarczalności dochodów („wystarczające” lub „niewystarczające”) a zakupami złota („dokonane” lub „niedokonane”) wykazały, że obliczone wartości statystyki chi-kwadrat w całej próbie, a także w poszczególnych subgroupach, według cech demograficzno-społecznych, poza subgroupą o statusie zawodowym „osoba bezrobotna”, mieściły się w przedziale 8,4701-197,0669 – **tabela 26.**

Tabela 26. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a dokonanymi i niedokonanymi zakupami złota według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	Istotność p	C	Cskor
Ogółem (N=1496)	197,0669	0,0000	0,3412	0,4825
Płeć				
mężczyzna	64,2249	0,0000	0,2621	0,3707
kobieta	166,9797	0,0000	0,4592	0,6494
Wiek w latach				
18-25	93,5303	0,0000	0,4984	0,7049
26-45	64,0529	0,0000	0,3217	0,4550
46-60	32,2615	0,0000	0,2968	0,4197
61 i więcej	40,4179	0,0000	0,3330	0,4709
Wykształcenie				
podstawowe	52,5332	0,0000	0,4763	0,6736
zawodowe	72,0081	0,0000	0,4466	0,6316
średnie	95,3404	0,0000	0,3439	0,4864
wyższe	32,5695	0,0000	0,3052	0,4316
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	0,0000	1,0000	0,0000	0,0000
emeryt, rencista	8,4701	0,0036	0,1399	0,1979
sektor prywatny*	61,5773	0,0000	0,3580	0,5063
sfera budżetowa	18,6571	0,0000	0,2183	0,3087
Miejsce zamieszkania				
<10.000	30,1143	0,0000	0,3442	0,4868
10.000-50.000	95,9315	0,0000	0,3787	0,5356
50.001-100.000	96,6358	0,0000	0,4551	0,6436
>100.000	17,0376	0,0000	0,2219	0,3138
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: dla istotności alfa=0,05 oraz dla df=1 stopnia swobody (k-1)(w-1) wartość krytyczna chi-kwadrat alfa=3,841. Współczynnik kontyngencji Cmax=0,7071.				

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Powyższe wartości chi-kwadrat w każdym przypadku spełniły warunek: $\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$, co pozwoliło na odrzucenie hipotezy zerowej i stwierdzeniu, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ istniała zależność między wystarczalnością dochodów a liczbą konsumentów kupujących złoto. Natomiast w przypadku subgrupy „osoba bezrobotna”, wartość statystyki chi-kwadrat wynosząca 0,0, oznaczała brak relacji między zmiennymi. Na podstawie prezentowanych współczynników kontyngencji można wnioskować, że między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a dokonanymi przez nie zakupami złota – w odniesieniu do całej próby – istniała zależność o przeciętnej sile ($C_{skor}=0,4825$), natomiast w poszczególnych subgroupach według cech społeczno-demograficznych pomiar siły związku wykazał istotnie zróżnicowanie.

Według płci, w subgroupie mężczyzn, siła związków (zależności) była „przeciętna” ($C_{skor}=0,3707$), a w subgroupie kobiet „wysoka”, tj. ($C_{skor}=0,6494$), co daje podstawy do uznania, że zakupy złota od uzyskiwanych dochodów uzależniało znacznie więcej kobiet, niż mężczyzn.

Analiza uwzględniająca wiek respondentów wykazała, że w subgroupie w wieku 18-25 lat wystąpiło bardzo „silne” powiązanie ($C_{skor}=0,7049$) między aktywnością zakupową konsumentów a wystarczalnością dochodów. W pozostałych subgroupach według wieku odnotowano przeciętne siły powiązań, które w kolejności malejącej o umiarkowanym zróżnicowaniu wystąpiły w subgroupie w wieku powyżej 61 lat ($C_{skor}=0,4709$), 26-45 lat ($C_{skor}=0,4550$) i w subgroupie 46-60 lat ($C_{skor}=0,4197$).

W stosunku do wykształcenia respondentów stwierdzono, że siła związku malała wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia. „Silna” zależność wystąpiła w subgroupie osób z wykształceniem podstawowym ($C_{skor}=0,6736$) oraz zawodowym ($C_{skor}=0,6316$). Zależność o sile „przeciętnej” wystąpiła w subgroupie osób mających wykształcenie średnie ($C_{skor}=0,4864$) oraz w subgroupie z wykształceniem wyższym ($C_{skor}=0,4316$).

Efekty analizy statystycznej dotyczące statusu zawodowego respondentów pozwoliły na stwierdzenie, że między zakupami złota a wystarczalnością dochodów wystąpiła „silna” zależność w subgroupie osób sektora prywatnego ($C_{skor}=0,5063$), „przeciętna” w subgroupie pracowników sfery budżetowej ($C_{skor}=0,3087$) i „słaba” w subgroupie „emeryt, rencista” ($C_{skor}=0,1979$).

Rezultaty postępowania statystycznego uwzględniające z kolei miejsce zamieszkania wykazały, że między zakupami złota a wystarczalnością dochodów wystąpiła „silna” zależność w subgroupie osób zamieszkujących miasta 50-100 tys. mieszkańców

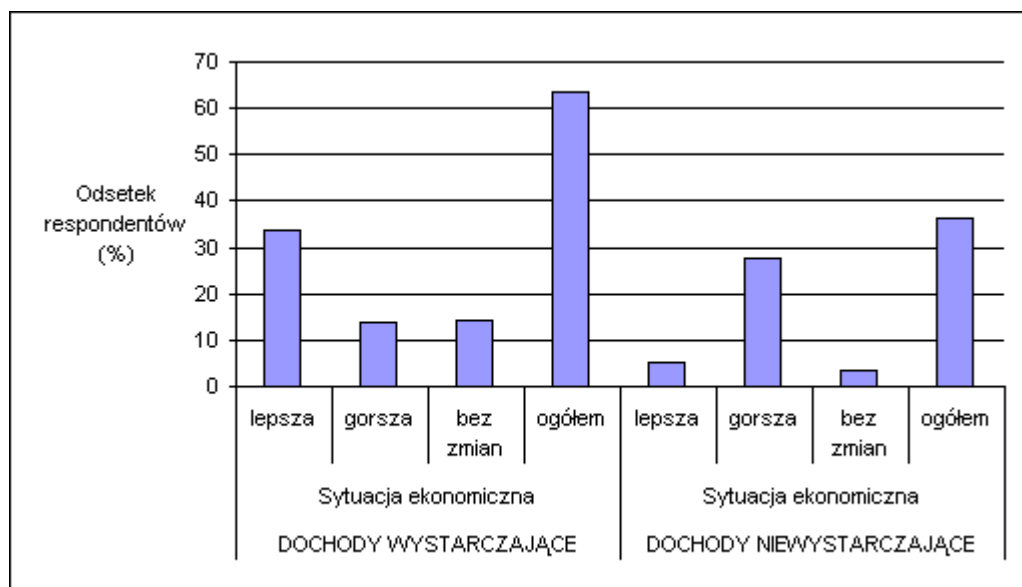
(Cskor=0,6436) oraz miasta 10-50 tys. (Cskor=0,5356). Zależność o sile „przeciętnej” dotyczyła osób z miejscowości do 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,4868) i subgrupy osób z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (Cskor=0,3138).

4.3.2. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa według zakupów planowanych

Realizując jeden z przyjętych celów badawczych podjęto próbę identyfikacji gospodarstw domowych planujących zakupy złota w świetle ich sytuacji materialnej, wyrażonej oceną wystarczalności dochodów („wystarczające” lub „niewystarczające”), oraz sytuacji ekonomicznej („uległa poprawie”, „uległa pogorszeniu”, „nie zauważam zmian”) – **tabela 27**. Otrzymane wyniki pozwoliły stwierdzić, że 63,53% przyszłych nabywców złota oceniło wspólne dochody gospodarstwa za wystarczające, natomiast 36,47% za niewystarczające. W grupie o dochodach „wystarczających” wskaźnik struktury dla nabywców w sytuacji ekonomicznej jako „uległa poprawie” wyniósł 35,57%, jako „uległa pogorszeniu” 13,87% i dla ocenionej „bez zmian” 14,09%.

W grupie o dochodach „niewystarczających” sytuacja ta uległa poprawie wśród 5,37% przyszłych nabywców złota, jej pogorszenie zauważyło 27,52% z nich, natomiast 3,58% gospodarstw nie zauważyło istotnych zmian – **wykres 38**.

Wykres 38. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 25.

Tabela 27. Zamiar zakupu złota a sytuacja materialna gospodarstw domowych według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Zamiar zakupu złota	Ocena wystarczalności dochodów i sytuacji ekonomicznej							
		dochody wystarczające				dochody niewystarczające			
		ogółem	ocena sytuacji ekonomicznej			ogółem	ocena sytuacji ekonomicznej		
			lepszą	gorszą	bez zmian		lepszą	gorszą	bez zmian
		w odsetkach							
Ogółem	100,00	63,53	35,57	13,87	14,09	36,47	5,37	27,52	3,58
Płeć									
mężczyzna	100,00	63,56	39,41	15,25	8,90	36,44	7,20	25,85	3,39
kobieta	100,00	63,51	31,28	12,32	19,91	36,49	3,32	29,38	3,79
Wiek w latach									
18-25	100,00	62,24	31,63	1,02	29,59	37,76	6,12	17,35	14,29
26-45	100,00	62,28	49,12	7,90	5,26	37,72	4,39	32,45	0,88
46-60	100,00	70,31	33,59	21,09	15,63	29,69	4,69	24,22	0,78
61 i więcej	100,00	57,94	27,10	23,36	7,48	42,06	6,54	35,52	-
Wykształcenie									
podstawowe	100,00	81,82	27,27	18,18	36,37	18,18	1,82	10,91	5,45
zawodowe	100,00	53,75	26,25	20,00	7,50	46,25	3,75	35,00	7,50
średnie	100,00	66,23	31,79	13,25	21,19	33,77	4,64	24,50	4,63
wyższe	100,00	59,63	46,58	9,94	3,11	40,37	8,07	32,30	-
Status zawodowy									
osoba bezrobotna	100,00	-	-	-	-	-	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	57,02	14,05	26,44	16,53	42,98	7,44	33,89	1,65
sektor prywatny*	100,00	64,42	55,29	4,81	4,32	35,58	6,73	23,56	5,29
sfera budżetowa	100,00	68,64	22,88	16,95	28,81	31,36	0,85	27,97	2,54
Miejsce zamieszkania									
<10.000	100,00	72,06	27,94	30,88	13,24	27,94	-	27,94	-
10.000-50.000	100,00	65,79	42,98	13,16	9,65	34,21	7,02	21,05	6,14
50.001-100.000	100,00	62,04	26,27	13,14	22,63	37,96	7,30	26,28	4,38
>100.000	100,00	58,59	42,97	6,25	9,37	41,41	4,69	34,38	2,34

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

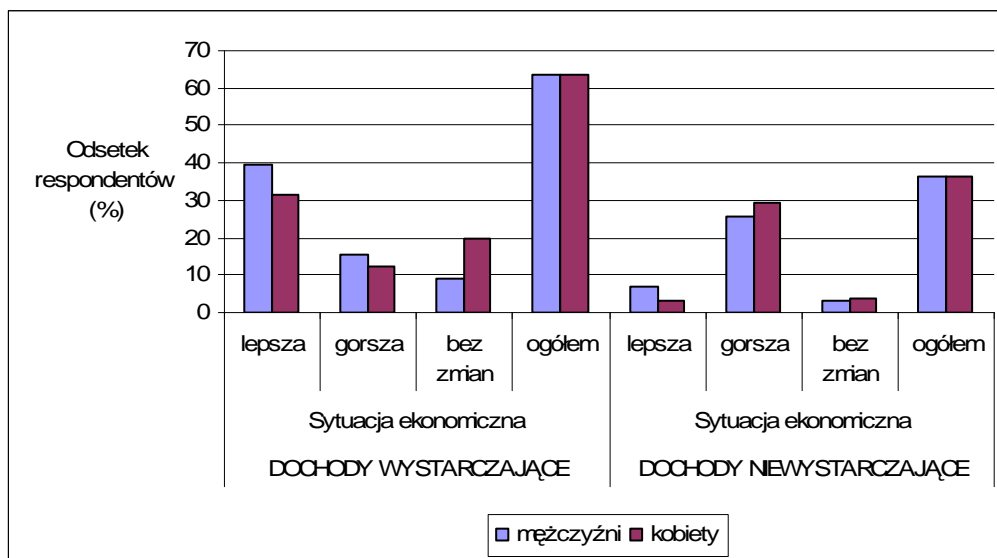
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

W grupie tej odsetek mężczyzn oraz kobiet, którzy ocenili dochody w swoich gospodarstwach domowych jako „wystarczające”, był identyczny; mężczyźni stanowili 63,56% i kobiety 63,51% – **wykres 39**. Zauważono natomiast różnicę w strukturze oceny sytuacji ekonomicznej jako „lepsza”; odsetek mężczyzn był wyższy w stosunku do udziału kobiet, odpowiednio 39,41% i 31,28%.

Niewielkie zróżnicowanie w ocenie sytuacji ekonomicznej jako „gorsza” wystąpiło wśród mężczyzn, którzy stanowili 15,25% przy udziale kobiet, tj. 12,32%. Zdecydowaną rozbieżność zauważono w przypadku oceny sytuacji „bez zmian”; udział mężczyzn bowiem wyniósł 8,90% i kobiet 19,91%.

Wśród osób planujących zakupy złota, w grupie o dochodach „niewystarczające”, wskaźnik struktury dla mężczyzn wyniósł 36,44% i dla kobiet 36,49%. Jednakowe niemal wartości wskaźników w strukturze odnotowano dla oceny sytuacji ekonomicznej „bez zmian”; mężczyźni stanowili 3,39% i kobiety 3,79%. Rozbieżność w ocenie sytuacji jako „lepsza” wystąpiła natomiast w przypadku mężczyzn (7,20%) w stosunku do kobiet (3,22%) oraz w odniesieniu do sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „gorsza”. W tym przypadku odsetek mężczyzn wyniósł 25,85% i kobiet 29,38%.

Wykres 39. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 27.

Różnicę w ocenie warunków bytowych w gospodarstwach domowych zauważono analizując wiek przyszłych nabywców złota – **wykres 40**. Najwyższy wskaźnik w strukturze dla oceny dochodów jako „wystarczające” stanowiły osoby w wieku 46-60 lat (70,31%), a najniższy w wieku powyżej 61 lat (57,94%). Wśród osób w wieku 18-25

oraz 26-45 lat wskaźniki te były jednakowe, odpowiednio 62,24% oraz 62,28% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 63,53%. Respondenci w wieku 26-45 lat, którzy ocenili sytuację ekonomiczną gospodarstwa jako „lepszą”, stanowili 49,12% i był to dominujący odsetek w badanej strukturze. Najniższy – dotyczył osób w wieku powyżej 61 roku życia (27,10%), a następnie w wieku 18-25 lat (31,63%) oraz 46-60 lat (33,59%).

Duże zróżnicowanie dotyczyło także oceny sytuacji ekonomicznej gospodarstw, w których uległa poprawie. Najniższy w tym względzie odsetek zauważono wśród przyszłych nabywców złota w wieku 18-25 lat, a najwyższy – z różnicą ponad 22 pkt – powyżej 61 roku życia. Respondenci w wieku 26-45 lat stanowili 7,90% i w wieku 46-60 lat 21,09%. W grupie osób o dochodach wystarczających, zmian ekonomicznych w swoich gospodarstwach nie dostrzegli przede wszystkim przyszli nabywcy złota w wieku 18-25 lat (29,59%) oraz w wieku 46-60 lat (15,63%). Niewielka różnica wskaźników w strukturze tyczyła się osób w wieku 26-45 lat oraz powyżej 61 lat, odpowiednio 5,26% oraz 7,48% – „ogółem” w badanej zbiorowości 14,09%.

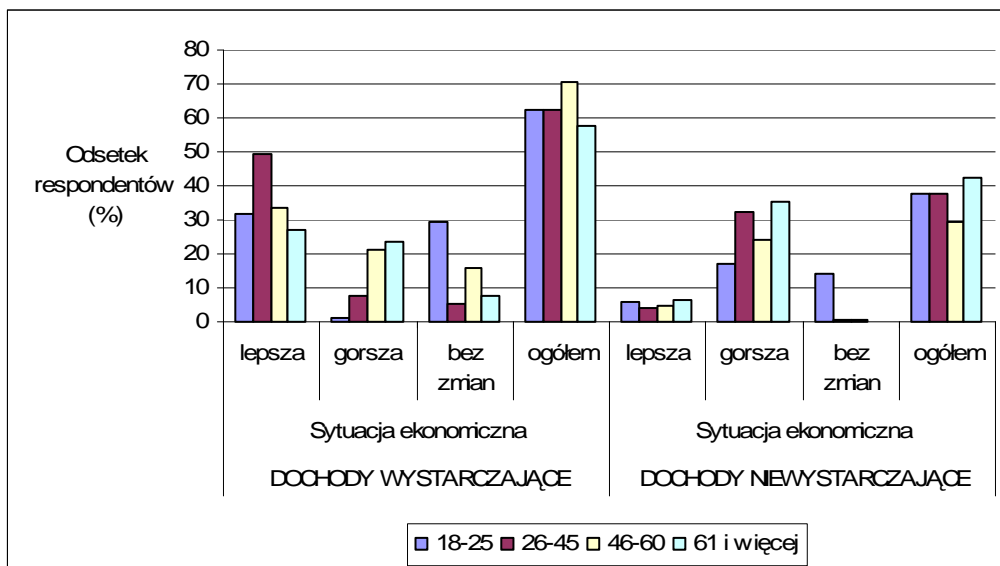
W świetle dochodów „niewystarczających” dominujący odsetek respondentów w sytuacji ekonomicznej jako „lepszą”, stanowiły osoby powyżej 61 lat (6,54%) oraz osoby w wieku 18-25 lat 6,12%. W subgrupie w wieku 26-45 lat i 46-60 lat wskaźniki struktury ukształtowały się niemal identycznie, odpowiednio 4,39% i 4,69%. Z kolei respondenci, którzy uznali tę sytuację za gorszą mieli ponad 61 lat i tworzyli 35,52%. Według malejących wskaźników struktury, udział pozostałych respondentów wyniósł: w wieku 26-45 lat 32,45%, 46-60 lat 24,22% oraz w wieku 18-25 lat 17,35% – udział „ogółem” 27,52%.

W odniesieniu do sytuacji, którą respondenci w grupie o dochodach niewystarczających uznali jako „bez zmian”, zauważono wyraźne zróżnicowanie poziomu jej oceny: odsetek badanych w wieku 18-25 lat wyniósł aż 14,29%, w wieku 26-45 lat tylko 0,88% oraz w wieku 46-60 lat 0,78%. Wskaźnik struktury dla osób powyżej 61 roku życia stanowił 0,00%.

Analiza sytuacji ekonomicznej ocenionej przez przyszłych nabywców złota jako „lepszą” w świetle ich wykształcenia oraz wystarczających dochodów gospodarstw domowych wykazała, że najwyższy wskaźnik w badanej strukturze dotyczył osób z wykształceniem wyższym, tj. 46,58% – udział „ogółem” 35,57%. Znacznie niższy odsetek w tej grupie dochodów stanowiły osoby z wykształceniem średnim, tj. 31,79%. Wśród

przyszłych nabywców z wykształceniem podstawowym i zawodowym wystąpiły zbliżone wskaźniki struktury, odpowiednio 27,27% i 26,25% – **wykres 41**.

Wykres 40. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i wieku



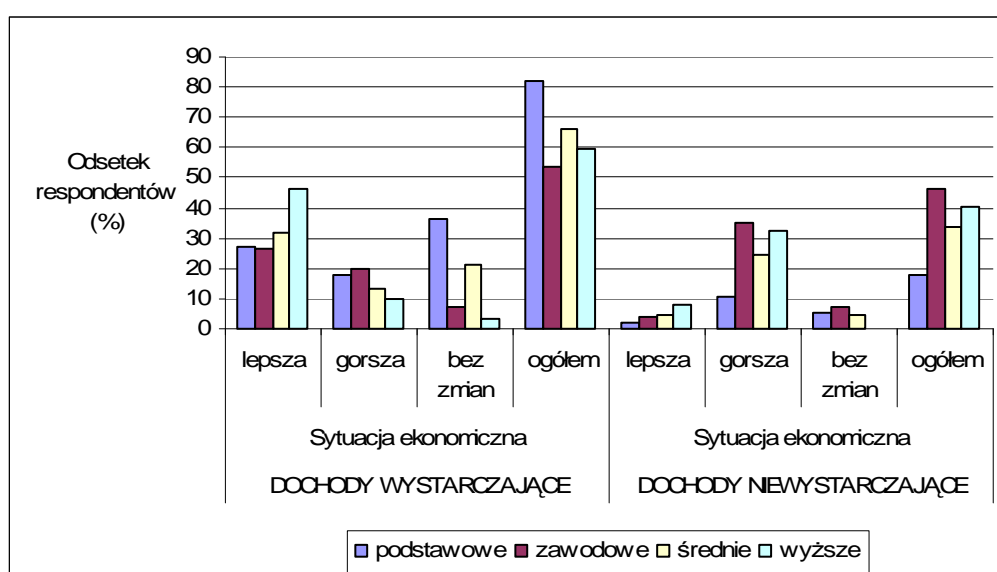
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 27.

Sytuację jako „gorsza” oceniło 20,00% deklarujących zakup złota z wykształceniem zawodowym oraz 18,18% z wykształceniem podstawowym. Najniższy odsetek (9,94%) stanowili respondenci z wykształceniem wyższym oraz wykształceniem średnim (13,25%). W grupie przyszłych nabywców z dochodami wystarczającymi i sytuacją „bez zmian”, znaleźli się ankietowani z wykształceniem wyższym stanowiący 3,11%. Okazało się, że dominującą subgroupą (36,37%) planującą zakupy złota były w badaniu osoby z wykształceniem podstawowym, posiadające wykształcenie średnie (21,19%) oraz wykształcenie zawodowe (7,50%) – udział „ogółem” 14,09%.

W odniesieniu do dochodów niewystarczających przyszli nabywcy z wykształceniem zawodowym stanowili 46,25%. W kolejności malejących wskaźników w strukturze, nabywców z wykształceniem wyższym było 40,37%, z wykształceniem średnim 33,77% oraz z podstawowym 18,18%. W świetle tych dochodów oraz sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „lepsz”, dominowały osoby z wykształceniem wyższym (8,07%), natomiast najniższy udział zauważono wśród osób z wykształceniem podstawowym (1,82%). Z wykształceniem średnim zakupy złota zaplanowało 4,64% badanych i z wykształceniem zawodowym 3,75% – „ogółem” w badanej zbiorowości 5,37%.

W przypadku sytuacji materialnej uznanej za gorszą, główny odsetek stanowiły osoby mające wykształcenie zawodowe, tj. 35,00% oraz osoby z wykształceniem wyższym 32,30%, średnim 24,50% oraz podstawowym 10,91%. Zmian materialnych w poziomie życia nie zauważyli w głównej mierze przyszli nabywcy złota z wykształceniem zawodowym (7,50%), z wykształceniem podstawowym (5,45%) i z wykształceniem średnim (4,63%). Warto zwrócić uwagę na fakt, że w subgrupie tej nie było zamierzających zakup złota z wykształceniem wyższym.

Wykres 41. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i wykształcenia



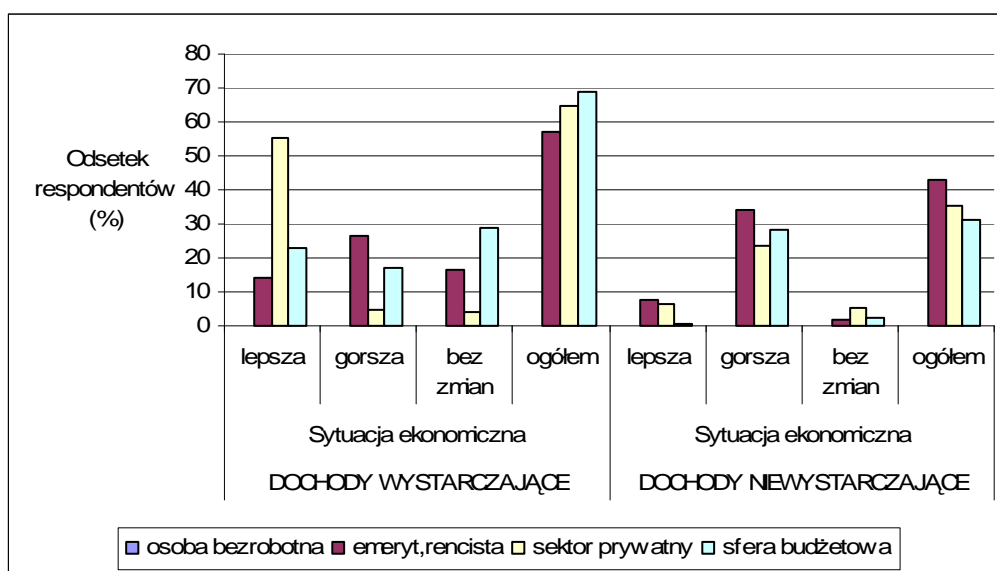
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 27.

Interesujące wyniki badawcze uzyskano o przyszłych nabywcach złota w świetle statusu zawodowego – **wykres 42**. W odniesieniu do dochodów „wystarczające” oraz „niewystarczające”, osoby bezrobotne – dla każdej kategorii oceny sytuacji ekonomicznej – stanowili w badanej strukturze 0,00%. Dominującą subgrupę, która sytuację ekonomiczną wspólnego gospodarstwa w grupie dochodów wystarczających oceniła jako „lepszą”, stanowili przedstawiciele sektora prywatnego, w tym prowadzący działalność gospodarczą i rolniczą (55,29%). Odsetek przedstawicieli sfery budżetowej wyniósł 22,88%, natomiast emerytów i rencistów 14,05%. W najwyższym stopniu ekonomiczne zmiany na „gorsze” odczuli emeryci i renciści (26,44%) oraz przedstawiciele sfery budżetowej (16,95%). W najniższym osoby z sektora prywatnego stanowiące w badaniu 4,81%. Zmian w poziomie materialnym życia gospodarstw nie zauważyli natomiast

głównie reprezentanci sfery budżetowej (28,81%), emeryci i renciści (16,53%) oraz przedstawiciele sektora prywatnego (4,32%) – „ogółem” w próbie 14,09%.

Dominujący udział potencjalnych nabywców złota z dochodami niewystarczającymi w gospodarstwach tworzyli emeryci i renciści (42,98%). Wyniki w zakresie pozostałych stopni oceny sytuacji ekonomicznej przedstawiały się następująco: dla sytuacji jako „lepsza” – emeryci i renciści stanowili 7,44%, sektor prywatny 6,73%, sfera budżetowa 0,85%. Jako „gorsza” – również dominowali emeryci i renciści (33,89%), reprezentujący sferę budżetową (27,97%) oraz sektor prywatny (23,56%). Żadnych zmian materialnych w rodzinie nie dostrzegło 1,65% emerytów i rencistów, 2,54% przedstawicieli sfery budżetowej i 5,29% chętnych na przyszły zakup złota z sektora prywatnego.

Wykres 42. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 27.

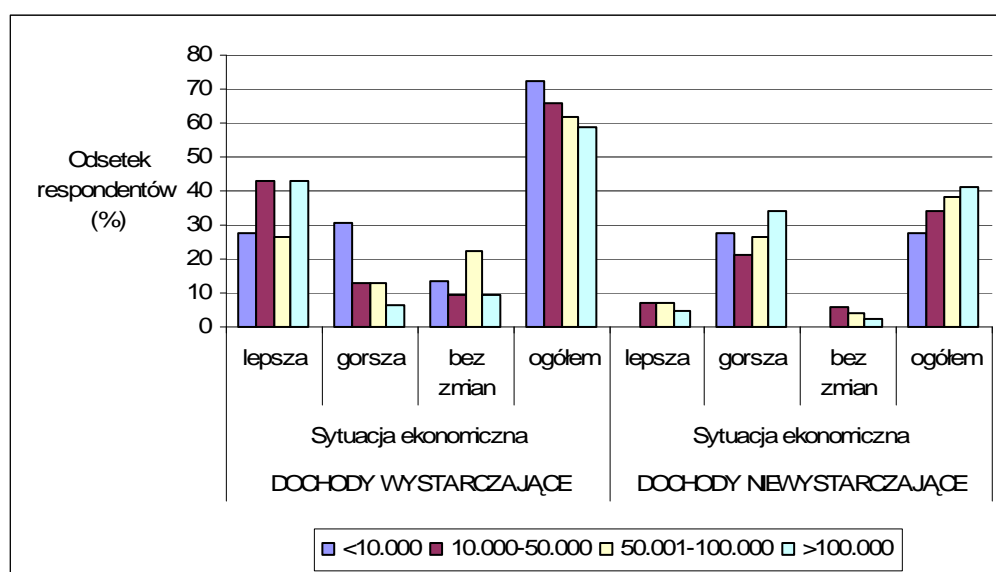
W grupie z dochodami wystarczającymi i w lepszej sytuacji ekonomicznej, uwzględniającymi miejsce zamieszkania przyszłych nabywców złota zauważono, że najwyższy odsetek zamieszkiwał miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (42,98%) oraz miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (42,97%) – **wykres 43**. Niższe, aczkolwiek porównywalne wskaźniki w strukturze, dotyczyły deklarujących zakupy złota z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (27,94%) oraz z miast 50-100 tys. mieszkańców (26,27%). Najwyższy wskaźnik w strukturze, dotyczący oceny sytuacji materialnej gospodarstw jako „gorsza”, zamieszkiwał miejscowości najmniejsze, czyli poniżej 10 tys. mieszkańców (30,88%), a najwyższy – miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (6,25%).

Niemal jednakowe wskaźniki w zakresie tej oceny dotyczyły nabywców zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (13,16%) i 50-100 tys. mieszkańców (13,14%). Zmian nie zauważyli przyszli nabywcy złota zamieszkujący miasta 50-100 tys. (najwyższy wskaźnik w strukturze, tj. 22,63%) i miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (13,24%). W przypadku nabywców z miast 10-50 tys. mieszkańców i powyżej 100 tys., wskaźniki udziału w strukturze były niemal jednakowe, odpowiednio 9,65% i 9,37% – „ogółem” w badanej zbiorowości 14,09%.

Jednakowe odsetki zamierzających kupić złoto, z dochodami niewystarczającymi i w lepszej sytuacji ekonomicznej gospodarstwa (7,02% i 7,30%), zauważono wśród osób z miast 10-50 tys. oraz z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców. Przyszłych nabywców z miast powyżej 100 tys. mieszkańców było 4,69%.

W odniesieniu do sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „gorsza” dominujący odsetek (34,38%) tworzyli respondenci zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, a najniższy (21,05%) zamieszkujący miasta 10-50 tys. mieszkańców. Respondenci, którzy w badaniu okazali zamiar kupna złota z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców stanowili 27,94% i z miast 50-100 tys. mieszkańców 26,28%. Dostrzegalnych zmian w poziomie życia nie dostrzegli przyszli uczestnicy rynku złota z miast 10-50 tys. mieszkańców (6,14%), 50-100 tys. mieszkańców (4,38%) oraz o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców, tj. 2,34%.

**Wykres 43. Przyszli nabywcy złota
według oceny sytuacji materialnej i miejsca zamieszkania**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 27.

W postępowaniu badawczym starano się ustalić ewentualną zależność między sytuacją ekonomiczną gospodarstw domowych a planowanymi zakupami złota. W przypadku jej wystąpienia starano się ustalić także siłę występujących zależności – **tabela 28.**

Tabela 28. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej a zamiarem zakupu złota według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	Istotność p	C	Cskor
Ogółem (N=1496)	129,8801	0,0000	0,2826	0,3711
Płeć				
mężczyzna	96,7978	0,0000	0,3163	0,4153
kobieta	45,3110	0,0000	0,2600	0,3414
Wiek w latach				
18-25	35,7376	0,0000	0,3348	0,4396
26-45	131,3064	0,0000	0,4374	0,5743
46-60	32,8780	0,0000	0,2994	0,3931
61 i więcej	14,0902	0,0009	0,2041	0,2680
Wykształcenie				
podstawowe	23,2399	0,0000	0,3390	0,4451
zawodowe	20,8039	0,0000	0,2591	0,3402
średnie	38,9508	0,0000	0,2279	0,2992
wyższe	43,7634	0,0000	0,3483	0,4573
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	0,0000	1,0000	0,0000	0,0000
emeryt, rencista	9,1982	0,0101	0,1457	0,1913
sektor prywatny*	48,6515	0,0000	0,3225	0,4235
sfera budżetowa	5,1755	0,0752	0,1170	0,1536
Miejsce zamieszkania				
<10.000	23,0075	0,0000	0,3052	0,4007
10.000-50.000	85,2059	0,0000	0,3598	0,4724
50.001-100.000	14,7237	0,0006	0,1956	0,2568
>100.000	41,9271	0,0000	0,3362	0,4414
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $\alpha < 0,05$ i $df = 2$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Wartość krytyczna dla poziomu istotności $\alpha = 0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha = 5,991$. Współczynnik kontyngencji $C_{max} = 0,7616$.				

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Otrzymane wyniki pozwalają wnioskować, że w stosunku do całej próby (N=1496) istniała zależność między sytuacją ekonomiczną gospodarstw a planowanymi (zamierzonymi) zakupami złota. Obliczona wartość statystyki chi-kwadrat=129,8801 była większa od wartości krytycznej chi-kwadrat $\alpha = 5,991$ odczytanej z tablic dla poziomu istotności $\alpha = 0,05$ i 2 stopni swobody, co pozwoliło odrzucić hipotezę zerową o niezależności zmiennych. Oceniając siłę powiązania między zamiarem zakupu złota i

sytuacją ekonomiczną należy stwierdzić, że były wysoce istotne ($p=0,0000$) i na „przeciętnym” poziomie ($C_{skor}=0,3711$).

W subgroupach według cech demograficzno-społecznych obliczone wartości statystyki chi-kwadrat (poza subgroupą „osoba bezrobotna” i „sfera budżetowa”) były wyraźnie zróżnicowane i większe od wartości krytycznej chi-kwadrat $\alpha=5,991$ odczytanej z tablic dla poziomu istotności $\alpha=0,05$. Pozwoliło to na odrzucenie hipotezy zerowej i stwierdzeniu, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ istniała zależność między oceną sytuacji ekonomicznej a zamiarem zakupu złota. W subgroupie „sfera budżetowa” wartość testu chi-kwadrat była mniejsza od wartości krytycznej chi-kwadrat α ($5,1755 < 5,991$), co na poziomie istotności $\alpha=0,05$ nie dało podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej i oznaczało, że sytuacja ekonomiczna gospodarstwa domowego nie miała wpływu na zamiar zakupu złota w przyszłości. W subgroupie „osoba bezrobotna” wartość statystyki chi-kwadrat wyniosła $0,0000$, a to oznacza brak relacji między zmiennymi. W subgroupie „emeryt, rencista” wskaźnik wiarygodności wyniku testu chi-kwadrat był na poziomie statystycznie istotnym ($p=0,0101$), natomiast w pozostałych subgroupach wskaźniki wiarygodności rezultatu kształtowały się na poziomie wysoce istotnym ($p < 0,001$).

Rezultaty pomiaru siły związku między sytuacją ekonomiczną a zamiarem zakupu złota w poszczególnych subgroupach (według cech demograficzno-społecznych) pozwoliły na stwierdzenie, że siła powiązania była istotnie zróżnicowana, kształtując się w przedziale ocen od „słabej” do „silnej”.

Ze względu na płeć respondentów siła istniejącego powiązania mieściła się w przedziale oceny „przeciętnej” i była nieco wyższa w subgroupie mężczyzn ($C_{skor}=0,4153$), niż w subgroupie kobiet ($C_{skor}=0,3414$).

W odniesieniu do wieku respondentów siła związku była zróżnicowana i kształtowała się w przedziale oceny jako „słaba” w subgroupie osób powyżej 61 lat ($C_{skor}=0,2680$), natomiast powiązanie o sile „przeciętnej” dotyczyło subgroupy 46-60 lat ($C_{skor}=0,3931$) i 18-25 lat ($C_{skor}=0,4396$). Powiązanie o sile „wysokiej” wystąpiło w subgroupie wiekowej 26-45 lat ($C_{skor}=0,5743$).

Ze względu na poziom wykształcenia „przeciętna” siła związku (w kolejności rosnących współczynników kontyngencji) wystąpiła wśród respondentów z wykształceniem zawodowym ($C_{skor}=0,3402$), podstawowym ($C_{skor}=0,4451$) oraz wyższym ($C_{skor}=0,4573$), oraz „słaba” wśród osób z wykształceniem średnim ($C_{skor}=0,2992$).

Pomiar siły związku w subgroupach według statusu zawodowego badanych wykazał, że w subgroupie „sektor prywatny” wystąpił najwyższy współczynnik siły związku ($C_{skor}=0,4235$) świadczący jednak o „przeciętnym” powiązaniu badanych cech jakościowych (sytuacji ekonomicznej i zamiaru zakupu złota). Natomiast powiązanie o „słabej” sile wystąpiło w subgroupie „emeryt, rencista” ($C_{skor}=0,1913$) oraz „sfera budżetowa” ($C_{skor}=0,1536$).

Analiza statystyczna uwzględniająca miejsce zamieszkania wykazała, że „przeciętna” siła związku i niezbyt zróżnicowana dotyczyła respondentów z miejscowości do 10 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,4007$), z miast powyżej 100 tys. ($C_{skor}=0,4414$) i z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,4724$). Związek o „słabej” sile ($C_{skor}=0,2568$) zauważono w subgroupie osób z miast 50-100 tys. mieszkańców.

Celem badawczym było uzyskanie także wiedzy w zakresie zależności między dokonaną przez gospodarstwa domowe oceną wspólnych dochodów („wystarczające” lub „niewystarczające”) a zamiarem zakupu złota w przyszłości („tak” lub „nie”). Otrzymane rezultaty badania w postaci prezentowanych wartości statystyki chi-kwadrat w stosunku do całej próby ($N = 1496$), jak również w każdej subgroupie według cech demograficzno-społecznych (poza subgroupą „osoba bezrobotna”), są dowodem na istnienie zależności (najmniejsza wartość $\chi^2=11,7912 > \chi^2_{\alpha=3,841}$) między oceną wystarczalności dochodów a zamiarem zakupu złota – **tabela 29**. Istniejące powiązania są wysoce istotne na poziomie wskaźników $p < 0,001$. W subgroupie „osoba bezrobotna” wystąpił brak relacji między zmiennymi, ponieważ wartość testu chi-kwadrat była równa zero.

Wskazano, że siła powiązania między wystarczalnością dochodów a zamiarem dokonania zakupu złota w przyszłości w stosunku do całej próby ($N=1496$) była „przeciętna” ($C_{skor}=0,4586$). Związek o sile nieco słabszej ($C_{skor}=0,3947$), lecz w przedziale oceny także „przeciętnej”, dotyczył subgroupy mężczyzn, natomiast w subgroupie kobiet był „wysoki” ($C_{skor}=0,5542$).

W odniesieniu do wieku „słaby” związek ($C_{skor}=0,2650$) wystąpił w subgroupie badanych w wieku powyżej 61 roku życia, a „wysoki” ($C_{skor}=0,5425$) w subgroupie w wieku 26-45 lat. W pozostałych subgroupach siła związku była „przeciętna”, a zarazem zróżnicowana i dotyczyła kolejno: subgroupy w wieku 46-60 lat ($C_{skor}=0,4081$) oraz subgroupy w wieku 18-25 lat ($C_{skor}=0,4800$).

Tabela 29. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między wystarczalnością dochodów gospodarstw domowych a zamiarem zakupu złota („tak” lub „nie”)

według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	Istotność p	C	Cskor
Ogółem (N=1496)	175,8783	0,0000	0,3243	0,4586
Płeć				
mężczyzna	73,5891	0,0000	0,2791	0,3947
kobieta	113,4067	0,0000	0,3919	0,5542
Wiek w latach				
18-25	36,8426	0,0000	0,3394	0,4800
26-45	95,7759	0,0000	0,3836	0,5425
46-60	30,3489	0,0000	0,2886	0,4081
61 i więcej	11,7912	0,0006	0,1874	0,2650
Wykształcenie				
podstawowe	36,2803	0,0000	0,4105	0,5805
zawodowe	40,2017	0,0000	0,3495	0,4943
średnie	52,6220	0,0000	0,2625	0,3712
wyższe	72,5161	0,0000	0,4315	0,6102
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	0,0000	1,0000	0,0000	0,0000
emeryt, rencista	16,7880	0,0000	0,1952	0,2761
sektor prywatny*	26,4017	0,0000	0,2435	0,3444
sfera budżetowa	31,8942	0,0000	0,2807	0,3970
Miejsce zamieszkania				
<10.000	35,1406	0,0000	0,3682	0,5207
10.000-50.000	72,1058	0,0000	0,3343	0,4728
50.001-100.000	19,6933	0,0000	0,2248	0,3179
>100.000	53,0428	0,0000	0,3726	0,5269
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $\alpha < 0,05$ i $df=1$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Wartość krytyczna dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha=3,841$. Współczynnik kontyngencji $C_{max}=0,7071$.				

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Zauważono, że według wykształcenia, powiązanie o „przeciętnej” sile (Cskor=0,3712) wystąpiło w subgrupie respondentów z wykształceniem średnim oraz (znacznie silniejsze) w subgrupie osób z wykształceniem zawodowym (Cskor=0,4943). Powiązania o „wysokiej” sile, w kolejności rosnących współczynników, dotyczyły osób z wykształceniem podstawowym (Cskor=0,5805) i wykształceniem wyższym (Cskor=0,6102).

W subgrupach według statusu zawodowego siła występujących powiązań między wystarczalnością dochodów a zamiarem zakupu złota była zróżnicowana w przedziale oceny od „słabej” w subgrupie „emeryt, rencista” (Cskor=0,2761) do „przecięt-

nej” w subgrupie „sektor prywatny” (Cskor=0,3444) i „sfera budżetowa” (Cskor=0,3970).

Wyniki analizy uwzględniające miejsce zamieszkania respondentów wykazały, że pomiędzy zamiarem zakupu złota a wystarczalnością dochodów wystąpiło „silne” powiązanie w subgrupie osób zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,5207) oraz miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców (Cskor=0,5269). Powiązania o „przeciętnej” sile dotyczyły mieszkańców z miast 50-100 tys. mieszkańców (Cskor =0,3179) oraz z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (Cskor=0,4728).

4.3.3. Zakupy złota w świetle źródeł dochodów z rynku finansowego

Można przyjąć, że najważniejszym elementem aktywności finansowej wielu gospodarstw domowych na rynku jest spodziewany dochód od zainwestowanych środków pieniężnych w obligacje, fundusze inwestycyjne i lokaty bankowe itp. Inwestycje te wpływają na poziom budżetów rodzinnych i umożliwiają gospodarstwom przeznaczenie dodatkowych środków na konsumpcję oraz alokację. Mając na uwadze powyższe założenie, analizie poddano trzy kategorie źródeł dochodów gospodarstw domowych poszukując odpowiedzi na temat ich wpływu na zakupy złota. Zaliczono do nich: kredyty i pożyczki (nazywając respondentów „kredytobiorcami”), lokaty, tj. obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe i inne („inwestorzy”) oraz kredyty i lokaty („kredytobiorcy-inwestorzy”). Uzyskane rezultaty badawcze pozwoliły na stwierdzenie, że wśród nabywców złota było 81,35% kredytobiorców, w tym 26,87% stanowili respondenci korzystający wyłącznie z kredytów i pożyczek lombardowych, a w 54,48% byli to i kredytobiorcy i inwestorzy. Tylko 7,86% nabywców posiadało wyłącznie status „inwestora”, natomiast 10,79% nie korzystało z kredytów i pożyczek lombardowych oraz zysków z lokat – **tabela 30, wykres 44.**

Okazało się, że wśród nabywców złota, którzy nie dysponowali żadnymi dodatkowymi źródłami dochodów było znacznie mniej mężczyzn (4,98%) aniżeli kobiet (16,08%), „ogółem” w próbie 10,79% – **wykres 45.** Również mężczyźni jako „kredytobiorcy” stanowili niższy odsetek (24,14%), niż kobiety – „kredytobiorcy”, tj. 29,37%. Wśród respondentów, którzy kupili złoto w grupie „kredytobiorca-inwestor” odnotowano sytuację odwrotną: odsetek mężczyzn był nieco wyższy w stosunku do kobiet, odpowiednio 55,17% i 53,85% – udział „ogółem” 54,48%. W przypadku „inwestorów”

wystąpiło bardzo duże zróżnicowanie wskaźników w strukturze: mężczyźni stanowili bowiem 15,71%, natomiast kobiety 0,70%.

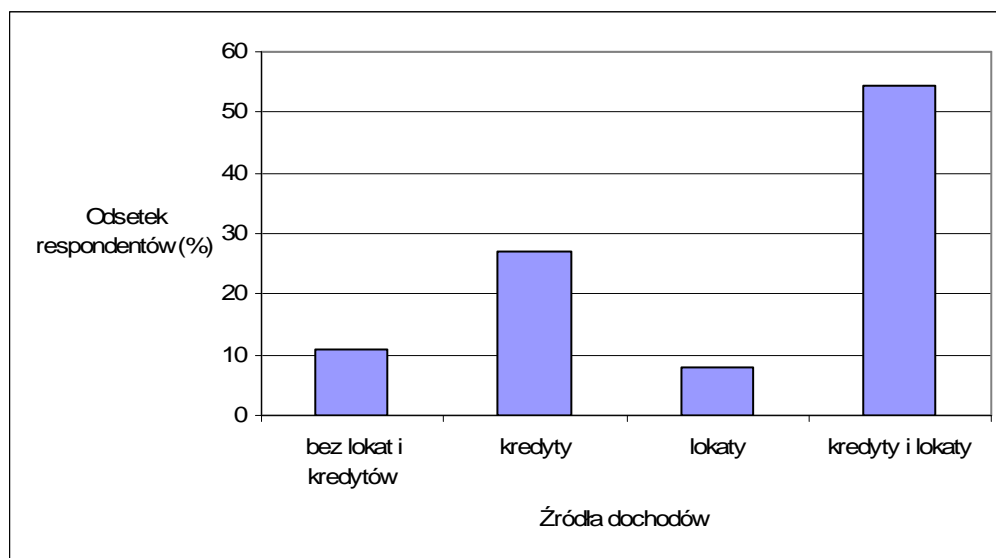
Dodatkowych źródeł dochodów z kredytów i lokat, w subgrupie w wieku 18-25 lat, nie posiadało 26,27% nabywców i wskaźnik ten był o ponad 15 pkt proc. wyższy od udziału „ogółem”. Również znacznie wyższy wskaźnik struktury, ponad 6,5 pkt proc. w stosunku do „ogółem” w próbie, stanowili „inwestorzy” przy odsetku wynoszącym 14,41%. Odsetek natomiast „kredytobiorców” wyniósł 15,25% i był ponad 11,5 pkt proc. niższy od „ogółem” w badanej zbiorowości. „Kredytobiorcy-inwestorzy” stanowili 44,07% – wykres 46.

Tabela 30. Dokonane zakupy złota a inne źródła dochodów gospodarstw domowych według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Dokonane zakupy złota	Bez lokat i kredytów	Dochody według kategorii		
			kredyty*	lokaty**	kredyty i lokaty
w odsetkach					
Ogółem	100,00	10,79	26,87	7,86	54,48
Płeć					
mężczyzna	100,00	4,98	24,14	15,71	55,17
kobieta	100,00	16,08	29,37	0,70	53,85
Wiek w latach					
18-25	100,00	26,27	15,25	14,41	44,07
26-45	100,00	10,70	39,07	7,91	42,32
46-60	100,00	1,63	18,70	2,44	77,23
61 i więcej	100,00	3,30	24,18	6,59	65,93
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	13,64	52,27	13,64	20,45
zawodowe	100,00	2,44	35,37	13,41	48,78
średnie	100,00	19,29	36,04	7,11	37,56
wyższe	100,00	5,80	10,71	5,36	78,13
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	-	-	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	32,86	34,28	11,43	21,43
sektor prywatny***	100,00	4,13	18,81	7,34	69,72
sfera budżetowa	100,00	2,12	30,69	5,82	61,37
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	11,94	19,40	20,90	47,76
10.000-50.000	100,00	20,32	30,08	7,32	42,28
50.001-100.000	100,00	2,19	29,20	5,11	63,50
>100.000	100,00	10,45	25,91	5,91	57,73
*kredyty = kredyty bankowe, pożyczki lombardowe					
**lokaty = obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe i inne					
*** w tym działalność gospodarcza i rolnictwo					

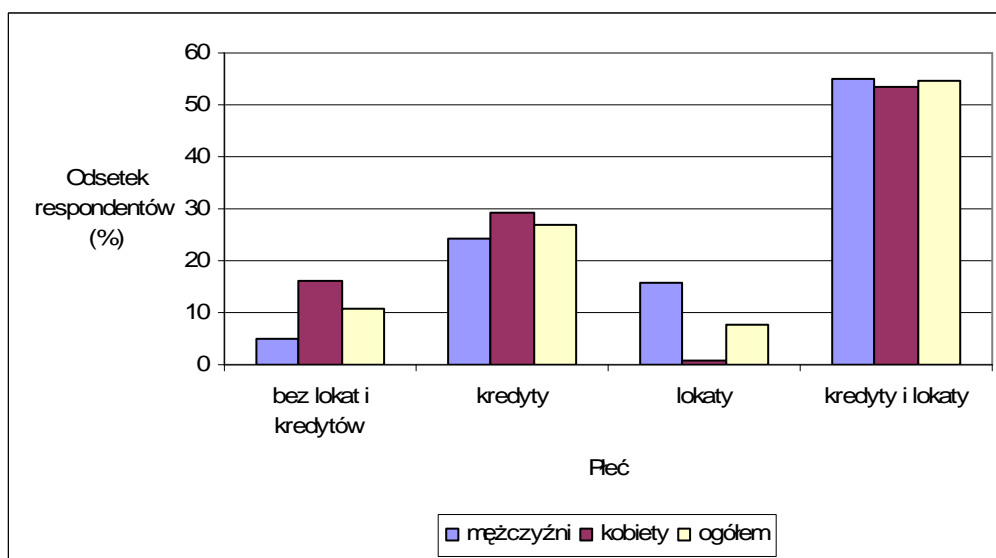
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 44. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 30.

Wykres 45. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i płci



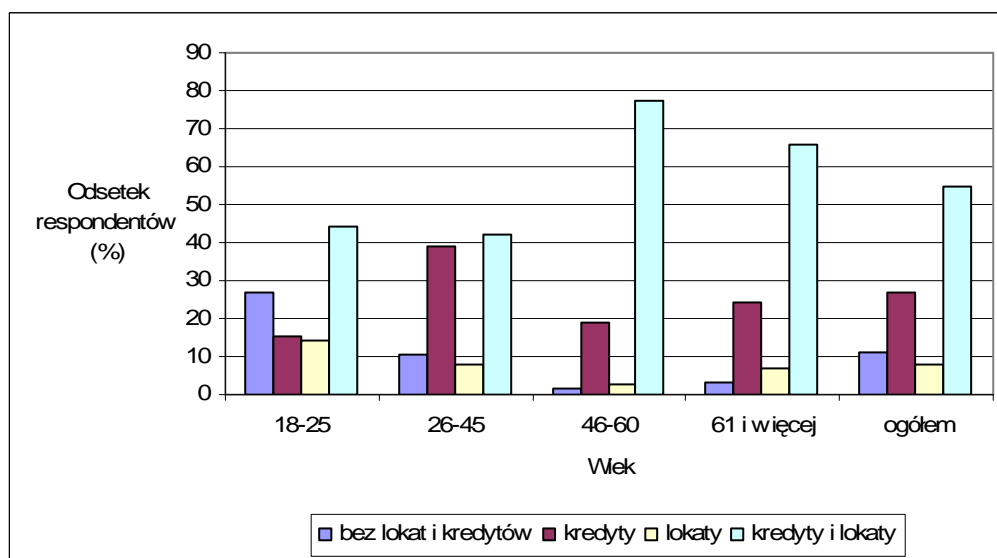
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 30.

Udział nabywców złota w wieku 26-45 lat niekorzystających z omawianych dochodów wyniósł 10,70% natomiast „inwestorów” 7,91%. Z kolei „kredytobiorcy” stanowili 39,07% i był to wskaźnik w strukturze wyższy od udziału „ogółem” o ponad 12 pkt proc. Udział „kredytobiorców-inwestorów” wyniósł 42,32% będąc niższym o ponad 12 pkt proc. od udziału „ogółem”, tj. 26,87%.

Dominującą grupę nabywców złota w wieku 46-60 lat tworzyli „kredytobiorcy-inwestorzy” przy odsetku 77,23%. Nabywcy, którzy nie korzystali z omawianych dochodów stanowili 1,63%, „kredytobiorcy” 18,70% oraz „inwestorzy” 2,44%.

W subgrupie w wieku powyżej 61 roku życia dominowali nabywcy o statusie „kredytobiorca-inwestor” (65,93%), przy czym wskaźnik struktury dla tych osób był ponad 11 pkt proc. wyższy od udziału „ogółem” (54,48%). Nabywcy, którzy nie korzystali z kredytów i zysków z lokat stanowili 3,30%, „inwestorzy” 6,59% i „kredytobiorcy” 24,18%.

Wykres 46. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i wieku

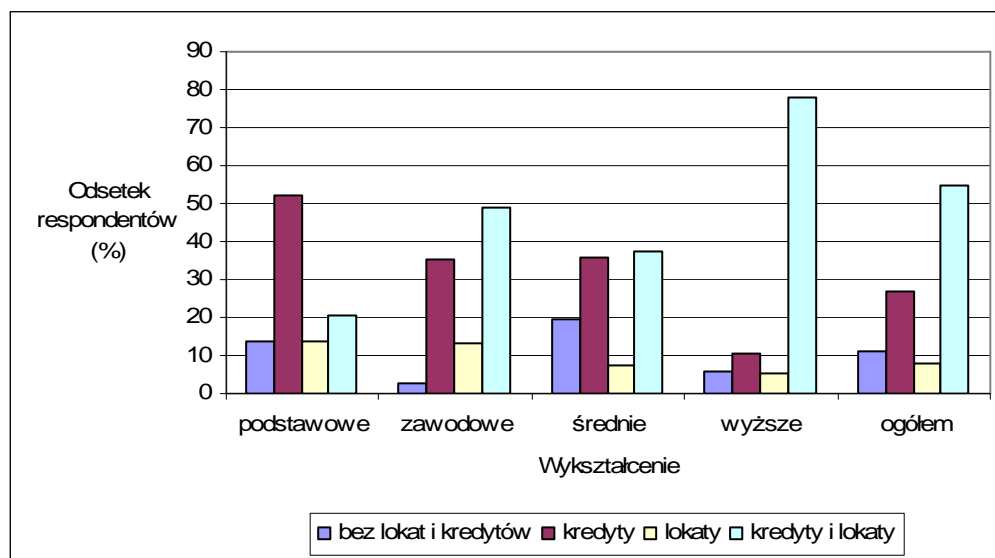


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 30.

Czynnikiem wyraźnie różnicującym nabywców złota, dysponującymi dodatkowymi środkami pieniężnymi z rynku finansowego, okazał się poziom wykształcenia – **wykres 47**. W subgrupie nabywców z wykształceniem podstawowym było 52,27% „kredytobiorców”, 13,64% „inwestorów” i tyleż samo, tj. 13,64% nabywców, którzy nie korzystali z żadnej formy tych dochodów. W stosunku do „kredytobiorców-inwestorów” zauważono, że tworzyli oni niewielką grupę, tj. 20,45% i był to wskaźnik w badanej strukturze o ponad 34 pkt proc. niższy od udziału „ogółem” 54,48%. Odsetek nabywców „kredytobiorców” z wykształceniem zawodowym wyniósł 35,37% i „inwestorów” 13,41%. Poniżej udziału „ogółem” (54,48%) znaleźli się „kredytobiorcy-inwestorzy” przy odsetku 48,78% oraz nabywcy, którzy nie korzystali z dodatkowych źródeł dochodów i stanowiący 2,44%. Również nie skorzystało z nich 19,29% nabywców złota mających wykształcenie średnie, ale z kredytów już 36,04%. Nieco wyższy wskaźnik w strukturze dotyczył „kredytobiorców-inwestorów” (37,56%) i tylko 7,11% nabywców z wykształceniem średnim w kategorii „inwestor”.

Zauważono, że respondenci (nabywcy złota) z wykształceniem wyższym dominowali jako „kredytobiorcy-inwestorzy” przy odsetku 78,13%. „Kredytobiorcy” stanowili 10,71%, natomiast „inwestorzy” 5,36%. Udział nabywców niezainteresowanych żadną ofertą rynku finansowego wyniósł 5,80%.

Wykres 47. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i wykształcenia

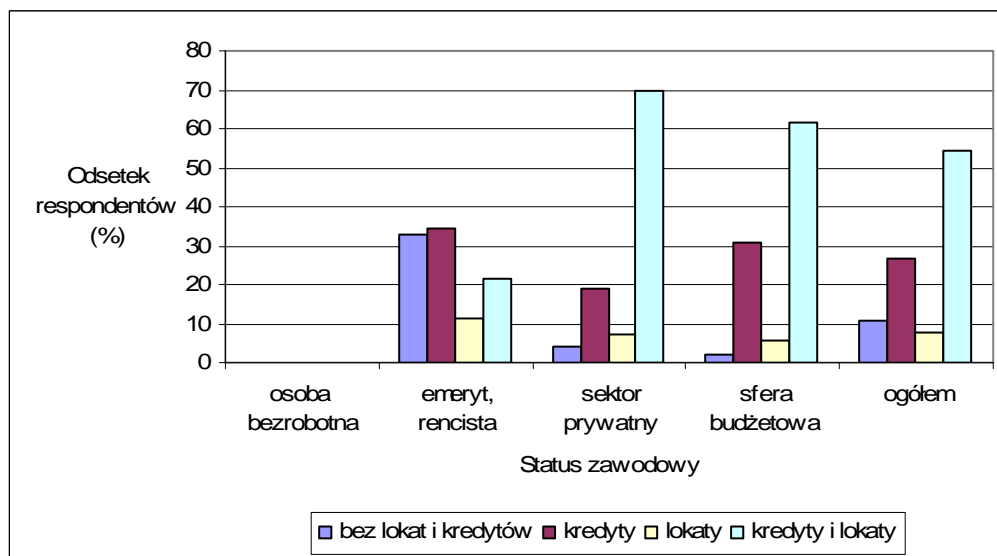


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 30.

Analiza dodatkowych źródeł dochodów gospodarstw w świetle statusu zawodowego nabywców złota pozwoliła wskazać, że dominującą subgroupą nieposiadającą lokat i kredytów byli emeryci i renciści (32,86%) i był to wskaźnik struktury wyższy o ponad 22 punkty od udziału „ogółem” 10,79% – **wykres 48**. Także najwyższy odsetek emerytów i rencistów (34,28%) posiadał wyłącznie kredyty, natomiast jako „kredytobiorcy-inwestorzy” stanowili oni 21,43% i był to wskaźnik struktury o ponad 34 pkt proc. niższy od udziału „ogółem” 54,28%. W subgroupie tej udział inwestorów posiadających lokaty wyniósł 11,43% – udział „ogółem” 7,86%.

Dominującą grupą „kredytobiorców-inwestorów” okazali się nabywcy złota reprezentujący sektor prywatny (69,72%) – „ogółem” w badanej zbiorowości 54,48%. Udział „inwestorów” był ponad 0,5 pkt proc. niższy od „ogółem”, tj. 7,34%. Niższe wskaźniki struktury w zakupach złota dotyczyły „kredytobiorców”, którzy stanowili 18,81%, natomiast z kredytów oraz lokat nie skorzystało w subgroupie tej 4,13% nabywców. W subgroupie „sfera budżetowa” odsetek „kredytobiorców-inwestorów” wyniósł 61,37%, „kredytobiorców” 30,69% oraz „inwestorów” 5,82%. Tylko 2,12% stanowili nabywcy, którzy nie korzystali z żadnej formy dodatkowego źródła dochodu.

Wykres 48. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i statusu zawodowego



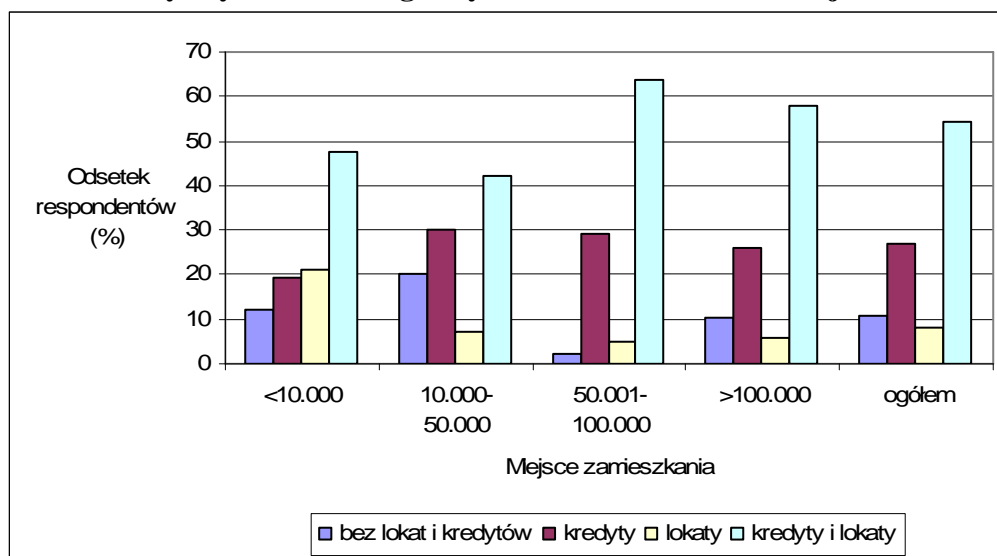
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 30.

Badanie wykazało, że wpływ na zakupy złota miało miejsce zamieszkania respondentów. W subgrupie nabywców zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców, znacząco wyróżnili się „inwestorzy” przy odsetku wynoszącym 20,90% oraz udziale „ogółem” 7,86%, a 11,94% stanowili nabywcy, którzy nie korzystali z lokat i kredytów. „Kredytobiorców” było 19,40% i „kredytobiorców-inwestorów” 47,76% – **wykres 49.**

W odniesieniu do respondentów z miejscowości 10-50 tys. mieszkańców, 20,32% stanowili nabywcy, którzy nie korzystali z żadnych źródeł dodatkowych dochodów, natomiast udział „kredytobiorców” wyniósł 30,08% oraz 42,28% „kredytobiorców-inwestorów”. Udział „inwestorów” wyniósł 7,32%. W subgrupie z miast 50-100 tys. mieszkańców nabywcy bez dodatkowych dochodów stanowili jedynie 2,19%, „inwestorzy” 5,11% i kredytobiorcy 29,20%. Dominującą grupę (63,50%) tworzyli „kredytobiorcy-inwestorzy”.

Zauważono, że wśród nabywców złota nieposiadających środków z rynku finansowego, było 10,45% zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców oraz 25,91% „kredytobiorców”. „Inwestorzy” tworzyli grupę o odsetku 5,91%, natomiast wskaźnik struktury dla „kredytobiorców-inwestorów” wyniósł 57,73%.

Wykres 49. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 30.

W niniejszej pracy zwrócono uwagę na wpływ dodatkowych źródeł dochodów gospodarstw domowych na okazany w badaniu zamiar zakupu złota. Zauważono, że 55,93% gospodarstw domowych (najwyższy wskaźnik w strukturze badanych) wyraziło zamiar zakupu złota posiadając równocześnie kredyty i lokaty. Gospodarstwa korzystające wyłącznie z kredytów stanowiły 22,60%, a posiadające wyłącznie lokaty 11,18%. Ponad 10% nie korzystało z żadnej formy tego dochodu – **tabela 31, wykres 50**.

Wśród przyszłych nabywców złota było 49,58% mężczyzn oraz 63,03% kobiet posiadających jednocześnie kredyty oraz lokaty – **wykres 51**. Zbliżone wskaźniki struktury wystąpiły w przypadku mężczyzn dysponujących kredytami oraz dochodami z posiadanych lokat, odpowiednio 19,07% i 20,76%. Odsetek mężczyzn, którzy nie korzystali z żadnych dochodów z rynku finansowego wyniósł 10,29%. W odniesieniu do kobiet „inwestorów” tylko 0,48% z nich posiadały dochody z lokat. Najwyższy odsetek kobiet (63,03%) dysponował kredytami i zyskami z lokat. Kobiety, które dysponowały wyłącznie kredytami, stanowiły 26,54%, natomiast 9,95% nie korzystało z żadnej formy dochodu.

Badanie wykazało, że dominującą grupę (78,13%), planującą zakupy złota oraz posiadającą kredyty i lokaty, stanowili respondenci w wieku 46-60 lat – **wykres 52**. Najwyższy odsetek dotyczył przyszłych nabywców w wieku 26-45 lat (33,33%), którzy posiadali wyłącznie kredyty. Posiadaczami zysków z lokat było 16,82% z nich powyżej 61 roku życia. Z lokat i kredytów nie skorzystało 22,43% w wieku „61 lat i więcej” oraz

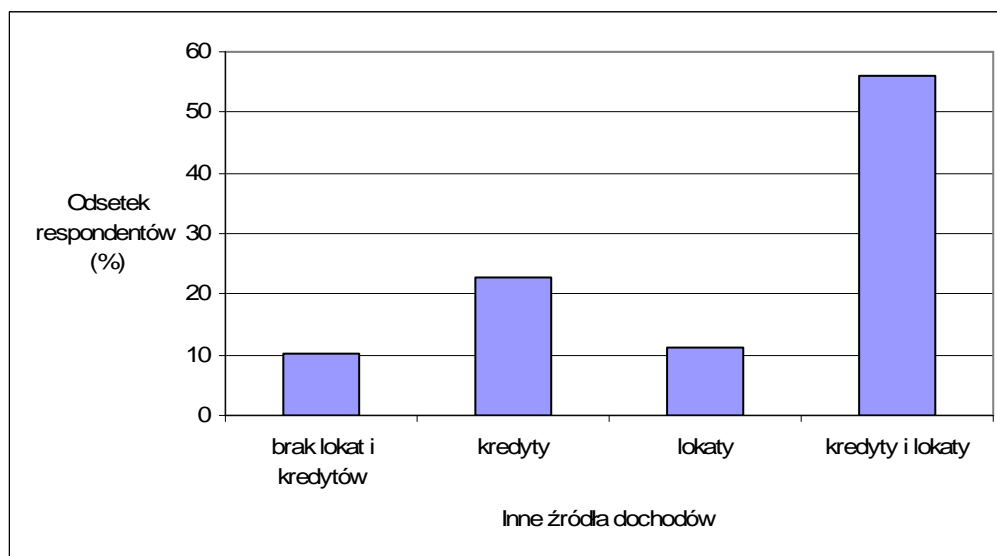
19,39% w wieku 18-25 lat. Przyszli uczestnicy rynku złota w wieku 26-45 lat stanowili 1,76% i w wieku 46-60 tylko 0,78%.

Tabela 31. Zamiar zakupu złota a inne źródła dochodów gospodarstw domowych według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Zamiar zakupu złota	Bez lokat i kredytów	Dochody według kategorii		
			kredyty*	lokaty**	kredyty i lokaty
w odsetkach					
Ogółem	100,00	10,29	22,60	11,18	55,93
Płeć					
mężczyzna	100,00	10,59	19,07	20,76	49,58
kobieta	100,00	9,95	26,54	0,48	63,03
Wiek w latach					
18-25	100,00	19,39	23,47	15,30	41,84
26-45	100,00	1,76	33,33	12,28	52,63
46-60	100,00	0,78	18,75	2,34	78,13
61 i więcej	100,00	22,43	14,95	16,82	45,80
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	34,55	34,55	14,54	16,36
zawodowe	100,00	12,50	32,50	10,00	45,00
średnie	100,00	10,60	33,77	12,58	43,05
wyższe	100,00	0,62	3,10	9,32	86,96
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	-	-	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	26,45	33,06	14,87	25,62
sektor prywatny***	100,00	3,85	20,19	8,17	67,79
sfera budżetowa	100,00	5,09	16,10	12,71	66,10
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	16,18	8,82	32,35	42,65
10.000-50.000	100,00	21,93	38,60	3,51	35,96
50.001-100.000	100,00	5,84	16,06	12,41	65,69
> 100.000	100,00	1,56	22,66	5,47	70,31
* kredyty = kredyty bankowe, pożyczki lombardowe (kredytobiorcy)					
** lokaty = obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe, itp. (inwestorzy)					
*** w tym działalność gospodarcza i rolnictwo					

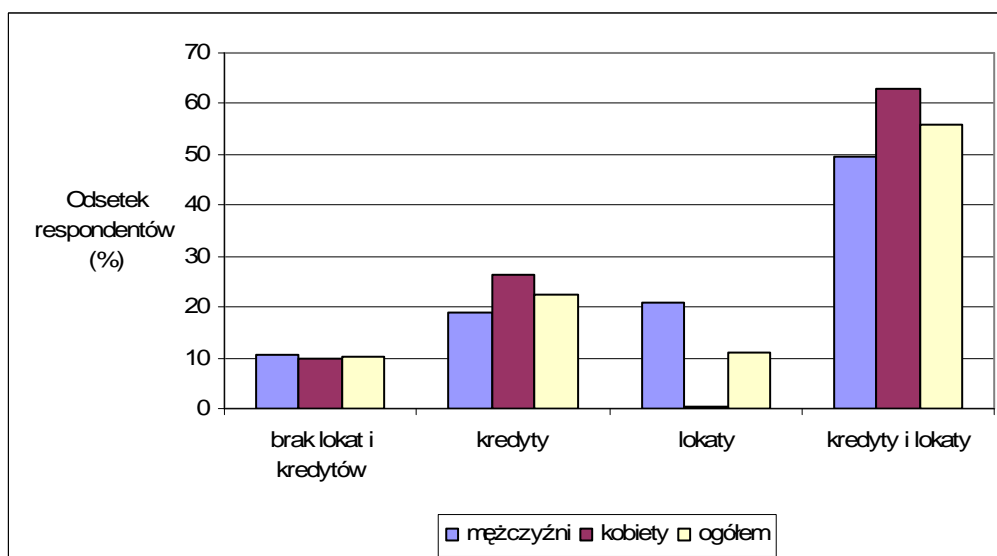
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 50. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 31.

Wykres 51. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów i płci

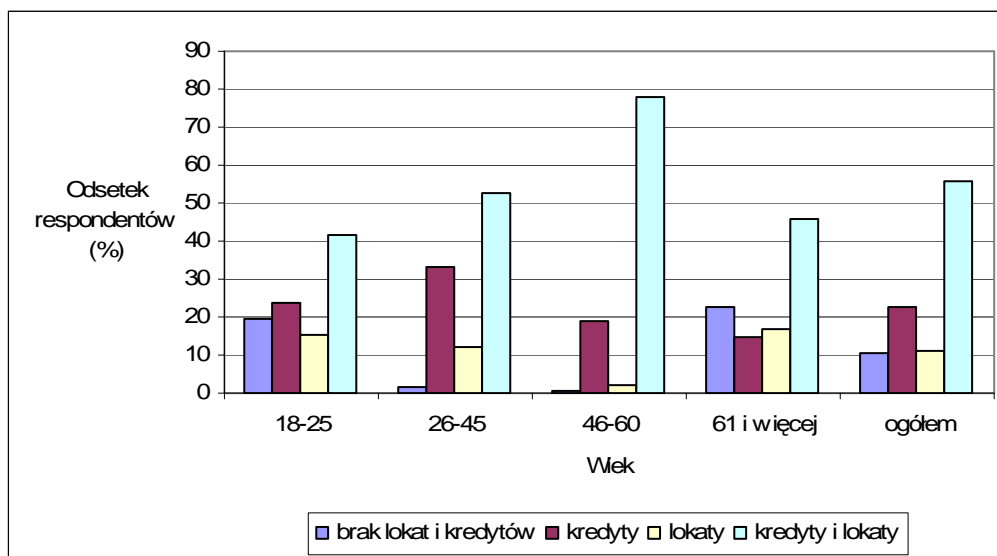


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 31.

Najczęściej wykorzystywaną przez gospodarstwa domowe formą pozyskania dodatkowych środków pieniężnych, w odniesieniu do wieku respondentów, okazały się kredyty i lokaty. Najwyższy odsetek przyszłych nabywców złota korzystających z tych źródeł dotyczył wieku 26-45 lat i wyniósł 52,63%, a następnie nabywców powyżej 61 roku życia, tj. 45,80% i w wieku 18-25 lat 41,84%. Zauważono także wysoki odsetek kredytobiorców, którzy dysponowali pożyczkami bankowymi i lombardowymi. Były nimi osoby w wieku 18-25 lat (23,47%), w wieku 46-60 lat (18,75%) i powyżej 61 roku życia, tj. 14,95%. W przypadku dochodów z lokat, znaczący odsetek stanowiły osoby w

wieku 18-25 lat (15,30%) oraz w wieku 26-45 lat (12,28%). Wskaźnik struktury dla nabywców złota w wieku 46-60 lat wyniósł jedynie 2,34%.

Wykres 52. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów i wieku



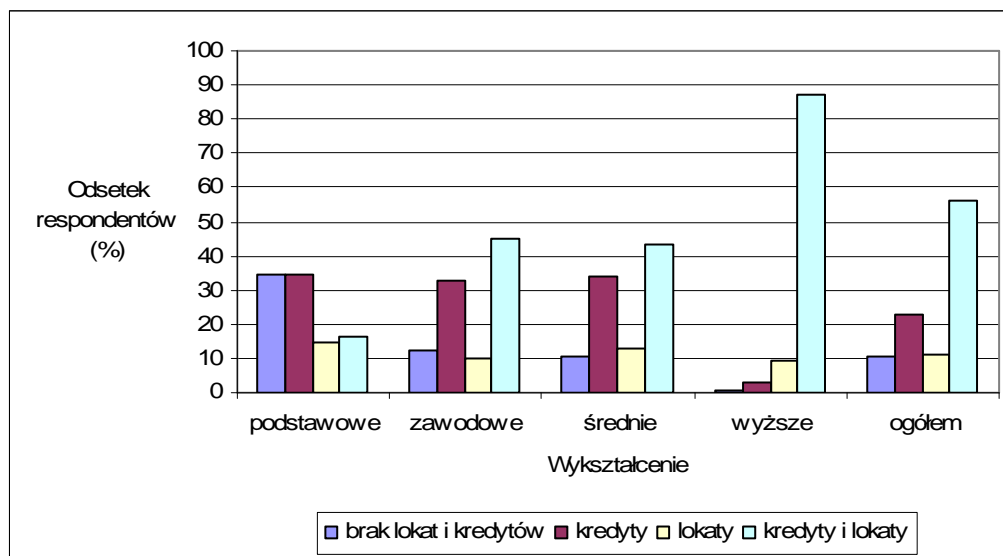
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 31.

Wyniki badania wykazały, że dominującą subgroupę posiadającą kredyty i lokaty tworzyli zamierzający zakup złota z wykształceniem wyższym, tj. 86,96% – **wykres 53**. Mający wykształcenie zawodowe stanowili 45,00% i wykształcenie średnie 43,05%. Najniższy zaś odsetek odnosił się do nabywców z wykształceniem podstawowym, tj. 16,36%.

Tylko 3,10% nabywców korzystających z kredytów i pożyczek lombardowych (najniższy wskaźnik struktury) było z wyższym wykształceniem. W przypadku pozostałych grup wskaźniki te były wyrównane i wyniosły: dla kredytobiorców z wykształceniem podstawowym 34,55%, z wykształceniem średnim 33,77% i z wykształceniem zawodowym 32,50%. Dominującą grupę „inwestorów” posiadających lokaty tworzyły osoby z wykształceniem podstawowym (14,54%) oraz z wykształceniem średnim (12,58%), wykształceniem zawodowym (10,00%) i wykształceniem wyższym, tj. 9,32%.

Przyszli uczestnicy rynku złota z wykształceniem podstawowym, którzy nie skorzystali z żadnej formy omawianych dochodów, byli dominującą grupą przy udziale 34,55%. Nabywcy z wykształceniem podstawowym stanowili 12,50%, średnim 10,60% i wykształceniem wyższym 0,62%.

**Wykres 53. Przyszli nabywcy złota
według innych źródeł dochodów i wykształcenia**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 31.

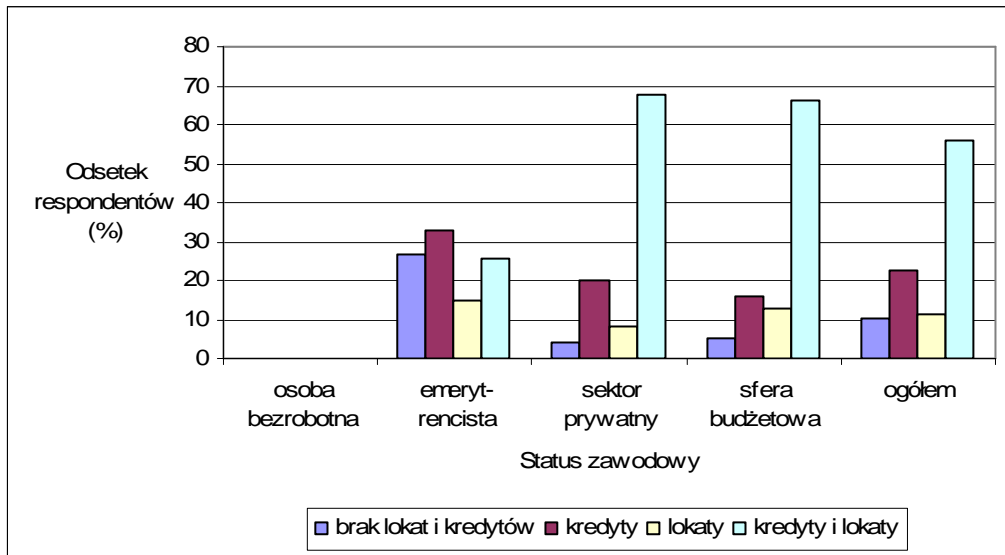
Zauważono, że nabywcy złota o statusie „osoba bezrobotna” nie dysponowali żadnymi środkami pieniężnymi pochodzącymi z rynku finansowego – **wykres 54**. W przypadku kredytów i lokat najwyższy wskaźnik w strukturze badanych dotyczył nabywców – przedstawicieli sektora prywatnego (67,79%). Nieco niższy odsetek stanowili reprezentanci sfery budżetowej (66,10%), natomiast najniższy – emeryci i renciści, tj. 25,62%.

Dominujący odsetek kredytobiorców stanowili emeryci i renciści (33,06%), przedstawiciele sektora prywatnego 20,19% i reprezentanci sfery budżetowej, tj. 16,10%. Najwyższy udział posiadaczy lokat zauważono wśród emerytów i rencistów (14,87%), przedstawicieli sfery budżetowej (12,71%) i sektora prywatnego (8,17%). Najwyższy udział emerytów i rencistów (26,45%) stwierdzono także do braku dochodów z lokat jak i kredytów. W znacznie niższym stopniu sytuacja ta dotyczyła reprezentantów sfery budżetowej (5,09%) i przedstawicieli sektora prywatnego (3,85%) w stosunku do „ogółem” w próbie 10,29%.

W najwyższym procencie z kredytów i lokat korzystali przyszli nabywcy złota z miast powyżej 100 tys. mieszkańców stanowiący 70,31%, a w najniższym zamieszkali miasta 10-50 tys. (35,96%) – **wykres 55**. Wskaźnik struktury dla przyszłych nabywców z miast 50-100 tys. mieszkańców wyniósł 65,59% i z miejscowości mniejszych, aniżeli 10 tys. mieszkańców 42,65%. Nabywcy z miast 10-50 tys. mieszkańców stanowili 38,60% i miast powyżej 100 tys. 22,66%, tworząc tym samym dominujące grupy posia-

daczy zarówno kredytów jak i pożyczek. Najniższy odsetek kredytobiorców tworzyli przyszli nabywcy złota z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (8,82%) oraz z miast 50-100 tys. mieszkańców (16,06%).

**Wykres 54. Przyszli nabywcy złota
według innych źródeł dochodów i statusu zawodowego**

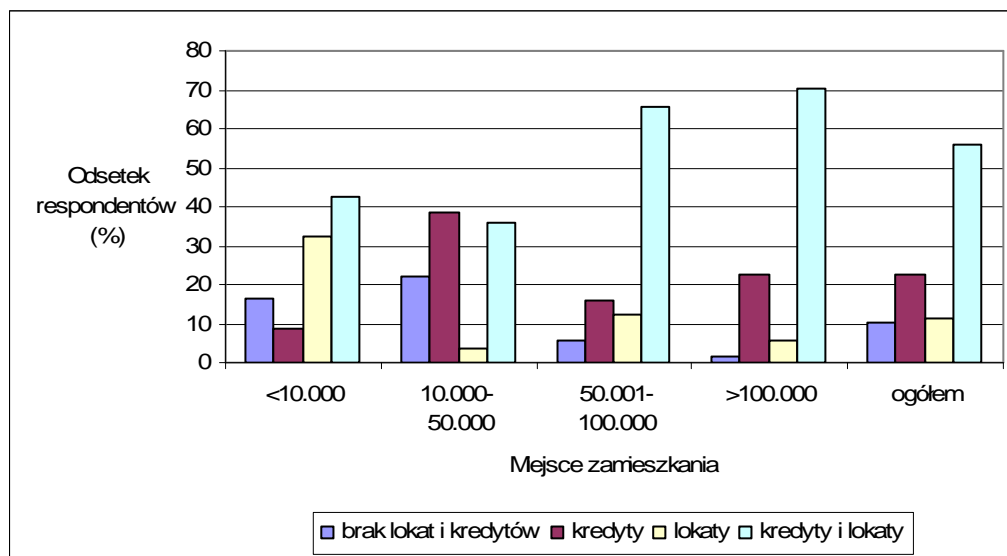


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 31.

W odniesieniu do uzyskiwanych dochodów wyłącznie z lokat, udział inwestorów z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców był najwyższy (32,35%), natomiast z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców najniższy, tj. 3,51% – udział „ogółem” 11,18%. Również niewielki odsetek przyszłych nabywców złota (5,47%), zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, uzyskiwał dochody wyłącznie z lokat, a z miast 50-100 tys. ich odsetek wyniósł 12,41%.

Najwyższy odsetek, tj. 21,93% tworzyli nabywcy, którzy nie posiadali kredytów oraz lokat i zamieszkiwali miasta 10-50 tys., natomiast najniższy – zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (1,56%). Wskaźnik struktury dla nabywców z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców wyniósł 16,18%, a dla nabywców z miast 50-100 tys. 5,84%.

**Wykres 55. Przyszli nabywcy złota
według innych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 31.

W postępowaniu badawczym podjęto próbę ustalenia wpływu dochodów gospodarstw domowych pochodzących z rynku finansowego na dokonane zakupy i zamiar zakupu złota. Rezultaty przeprowadzonej analizy statystycznej pozwoliły na stwierdzenie istnienia zależności między zakupami (przeszłymi i przyszłymi) a faktem korzystania z kredytów bankowych i pożyczek lombardowych oraz zysków od kapitału ulokowanego w obligacjach, funduszach inwestycyjnych i rachunkach bankowych i innych. Siła tych zależności między poszczególnymi parami cech (zmiennych) była znacznie zróżnicowana w przedziale od „słabej” do „silnej” – tabela 32.

**Tabela 32. Współczynniki kontyngencji C Pearsona między zakupami złota
dokonanymi i zamiarem zakupu a innymi źródłami dochodów**

Dodatkowe źródła dochodów	Zakupy złota					
	dokonane i niedokonane			planowane i nieplanowane		
	p	C	Cskor	p	C	Cskor
Kredyty i pożyczki lombardowe	0,0000	0,3291	0,4654	0,0000	0,2535	0,3586
Obligacje	0,0000	0,2933	0,4148	0,0000	0,3906	0,5524
Fundusze inwestycyjne	0,0000	0,1750	0,2475	0,0000	0,1045	0,1478
Lokaty bankowe i inne	0,0000	0,1953	0,2762	0,0000	0,1386	0,1960

Uwaga: wartości statystyki chi kwadrat, na podstawie których oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $\alpha < 0,05$ i stopni swobody $df = 1 \cdot (k-1)(w-1)$. Współczynnik $C_{max} = 0,7071$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Zakupy złota dokonane i planowane były „średnio” uzależnione od kredytów i pożyczek. Znacznie silniejsza współzależność wystąpiła w stosunku do zakupów dokonanych ($C_{skor}=0,4654$), aniżeli do planowanych ($C_{skor}=0,3586$).

Wpływ obligacji na dokonane zakupy złota kształtował się w przedziale oceny „średniej” ($C_{skor}=0,4148$), a na zakupy planowane w przedziale oceny „silnej” ($C_{skor}=0,5524$). Oznacza to, okazany przez badanych zamiar zakupu złota był silnie uzależniony od posiadanych przez nich obligacji.

Z kolei zależność o „słabej” sile miała miejsce zarówno między dochodami z funduszy inwestycyjnych a dokonanymi zakupami złota ($C_{skor}=0,2475$), jak i planowanymi ($C_{skor}=0,1478$). Również zależność o „słabej” sile wystąpiła między dochodami z lokat bankowych a zakupami. W tym przypadku podobnie jak w funduszach współczynniki kontyngencji były zróżnicowane. Wyższy współczynnik ($C_{skor}=0,2762$) dotyczył zakupów dokonanych, a niższy ($C_{skor}=0,1960$) zakupów planowanych.

4.4. Zakupy złota dokonane i planowane – wzajemne relacje

Zachowania konsumentów w świetle dokonanych zakupów złota w relacji z planowanymi (zamiarem zakupu), stanowiły w pracy jeden z obszarów badawczych. Uzyskane dane wskazują, że w badanym okresie 66,44% respondentów stanowiło grupę aktywnie związaną z zakupami złota – **tabela 33**. W grupie tej 36,56% respondentów dokonało zakupu złota, a 29,88% zaplanowało jego zakupy. Wskaźnik procentowy dla zbiorowości „ogółem” udziału zakupów planowanych do dokonanych wyniósł 81,73%, co wskazuje na słabnącą tendencję popytu rynkowego na złoto. Oznacza to, że odsetek potencjalnych nabywców złota w przyszłości zmniejszył się 18,27%.

W odniesieniu do płci zauważono odmienne stanowiska konsumentów związane z zakupami planowanymi w porównaniu z dokonanymi – **wykres 56**. Zamiar zakupu złota okazało znacznie więcej mężczyzn (udział 90,48%) aniżeli kobiet (udział 73,74%). Odsetek mężczyzn według zakupów dokonanych wyniósł 17,44% i planowanych 15,78%, natomiast kobiet odpowiednio 19,12% i 14,10%.

Wiek konsumentów istotnie różnicował ich zachowania w zakresie planowanych zakupów złota na potrzeby osobiste jak i własnego gospodarstwa domowego – **wykres 57**. Najwyższą aktywność przejawiały osoby najstarsze powyżej 61 lat (udział 117,60%) oraz w wieku 46-60 lat (udział 104,14%). W grupie osób najmłodszych, tj. 18-25 lat, wskaźnik udziału był nieco wyższy od średniego wynoszącego 81,73% i wy-

niósł 83,02%. Najmniejsze zainteresowanie przyszłymi zakupami złota – przy udziale 53,03% – wykazały osoby w wieku średnim, tj. 26-45 lat.

Tabela 33. Respondenci według udziału procentowego w zakupach złota dokonanych i planowanych oraz cech demograficzno-społecznych

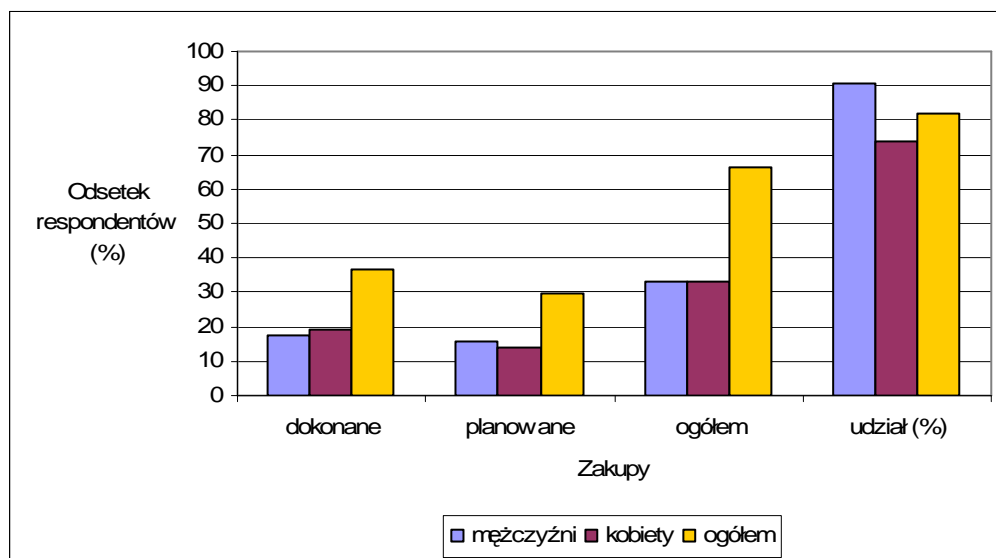
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Zakupy złota, N=994			
	ogółem	dokonane	planowane	udział (%)
	1	2	3	(3:2)
	w odsetkach			
Ogółem	66,44	36,56	29,88	81,73
Płeć				
mężczyzna	33,22	17,44	15,78	90,48
kobieta	33,22	19,12	14,10	73,74
Wiek w latach				
18-25	14,44	7,89	6,55	83,02
26-45	21,99	14,37	7,62	53,03
46-60	16,78	8,22	8,56	104,14
61 i więcej	13,23	6,08	7,15	117,60
Wykształcenie				
podstawowe	6,62	2,94	3,68	125,17
zawodowe	10,83	5,48	5,35	97,63
średnie	23,26	13,17	10,09	76,61
wyższe	25,73	14,97	10,76	71,88
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	-	-	-	-
emeryt, rencista	17,45	9,36	8,09	86,43
sektor prywatny*	28,47	14,57	13,90	95,40
sfera budżetowa	20,52	12,63	7,89	62,47
Miejsce zamieszkania				
<10.000	9,02	4,48	4,54	101,34
10.000-50.000	15,84	8,22	7,62	92,70
50.001-100.000	18,32	9,16	9,16	100,00
>100.000	23,26	14,70	8,56	58,23

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

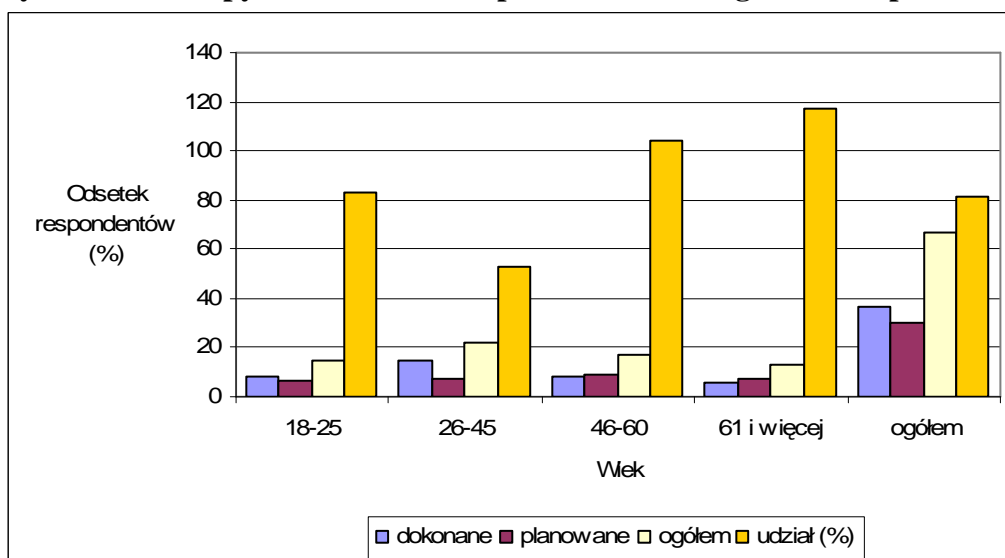
Podobnie jak wiek, również wykształcenie miało wpływ na zachowanie konsumentów w fazie planowanych zakupów złota – **wykres 58**. Przyrost przyszłych nabywców wystąpił tylko wśród osób z wykształceniem podstawowym i wyniósł 125,17%. W pozostałych subgroupach zakupy zaplanowało 97,63% badanych z wykształceniem zawodowym, 76,61% z wykształceniem średnim oraz 71,88% z wykształceniem wyższym. Wskaźniki te pozwalają na stwierdzenie, że wraz ze wzrostem poziomu wykształcenia malało zainteresowanie zakupami złota.

Wykres 56. Zakupy złota dokonane i planowane według płci respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 33.

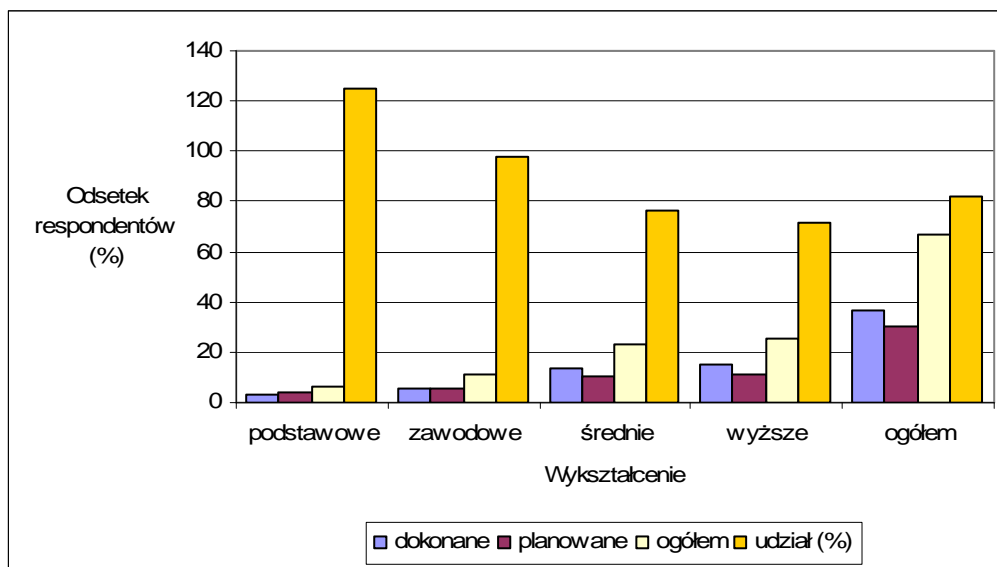
Wykres 57. Zakupy złota dokonane i planowane według wieku respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 33.

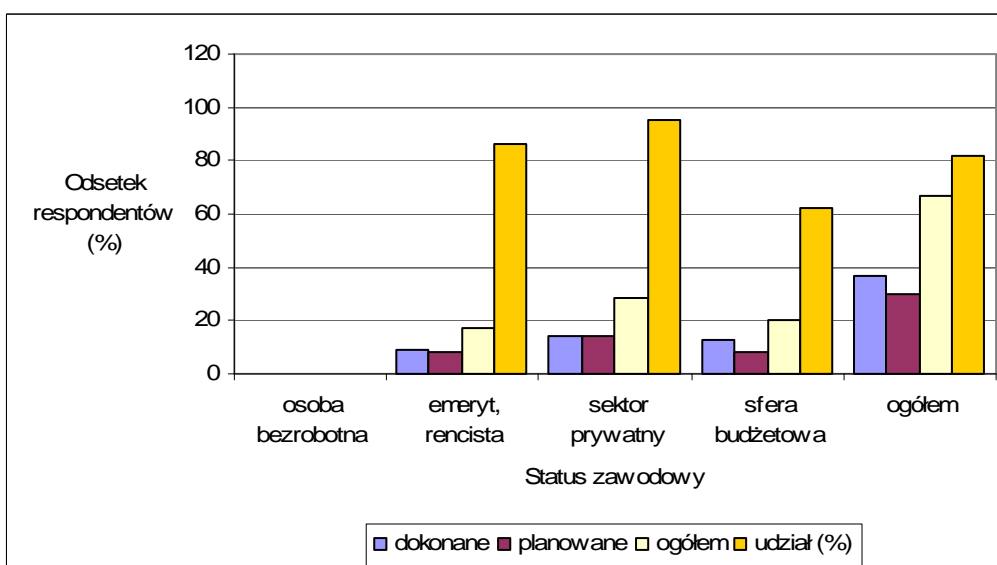
Umiarkowane zróżnicowanie w zachowaniu respondentów zauważono w przypadku ich statusu zawodowego. Poza grupą osób bezrobotnych, która w 100% nie była zainteresowana zakupami złota, najwyższy odsetek planujących zakupy złota dotyczył przedstawicieli sektora prywatnego. Udział zakupów planowanych do dokonanych w tej subgrupie wyniósł 95,40%. W subgrupie „emeryt-rencista” wskaźnik ten wyniósł 86,43%, natomiast w odniesieniu do pracowników sfery budżetowej był najniższy, tj. 62,47% – **wykres 59**.

**Wykres 58. Zakupy złota dokonane i planowane
według wykształcenia respondentów**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 33.

**Wykres 59. Zakupy złota dokonane i planowane
według statusu zawodowego respondentów**

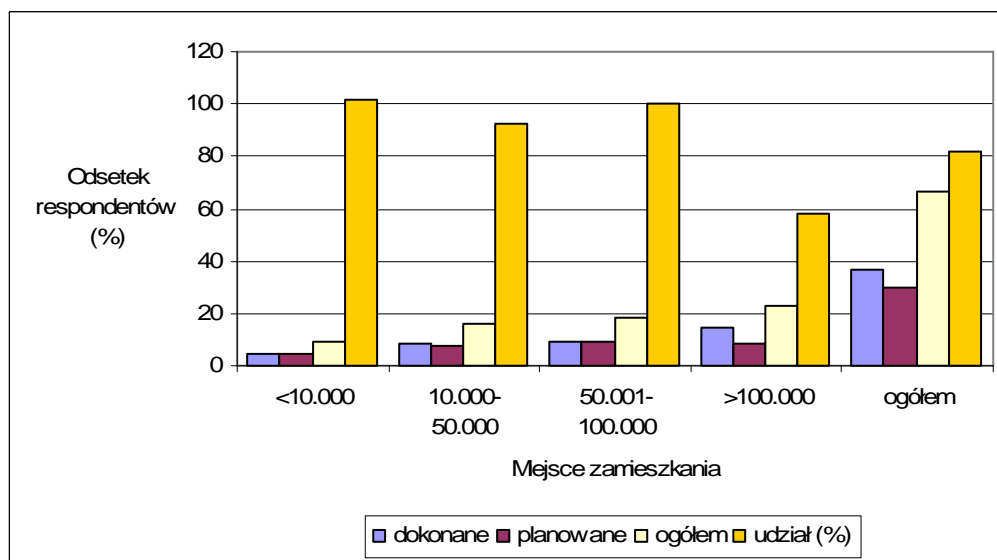


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 33.

Miejsce zamieszkania respondentów w istotny sposób różnicowało wskaźniki struktury dotyczące zakupów – **wykres 60**. Niewielki wzrost, na poziomie 101,34%, wystąpił wśród respondentów z miejscowości do 10 tys. mieszkańców. W grupie osób zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców wskaźnik procentowy udziału wyniósł 100%, co oznacza, że odsetek kupujących i planujących zakupy złota był jednakowy. Najniższy spadek (92,70%) odnotowano wśród osób z miast 10-50 tys.

mieszkańców, a najwyższy (58,23%) zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców. Oznacza to, że respondenci z największych miejscowości w najniższym stopniu okazali swoje zainteresowanie zakupami złota w niedalekiej przyszłości.

Wykres 60. Zakupy złota dokonane i planowane według miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 33.

Jednym z przyjętych celów badania było uzyskanie wiedzy na temat zachowań konsumentów w zakresie planowanych zakupów złota (zamiaru) według zakupów dokonanych. Uzyskane wyniki pozwoliły zauważyć, że zbiorowość tę tworzyło 50,46% przyszłych nabywców złota, natomiast pozostałe 49,54% stanowili respondenci, którzy w badaniu nie okazali zamiaru – **tabela 34**.

Wskazano, że nieznaczny wpływ na decyzje o przyszłym zakupie złota miała płeć uczestników tego rynku, ponieważ zamiar taki okazało 49,04% mężczyzn w stosunku do „ogółem” w próbie 50,46% oraz 51,75% kobiet – „ogółem” 49,54% – **wykres 61**.

Z kolei wiek nabywców złota wyraźnie różnicował zamiar zakupu złota w niedalekiej przyszłości – **wykres 62**. Najwyższy odsetek przyszłych nabywców złota (70,73%) stanowiły osoby w wieku 46-60 lat. Następnie (wskaźnik struktury 55,08%) byli to najmłodszy uczestnicy rynku w wieku 18-25 lat oraz, na zbliżonym poziomie, osoby powyżej 61 roku życia stanowiące 54,95%. Najniższy wskaźnik (34,42%) dotyczył osób w wieku 26-45 lat – „ogółem” w badanej zbiorowości 50,46%.

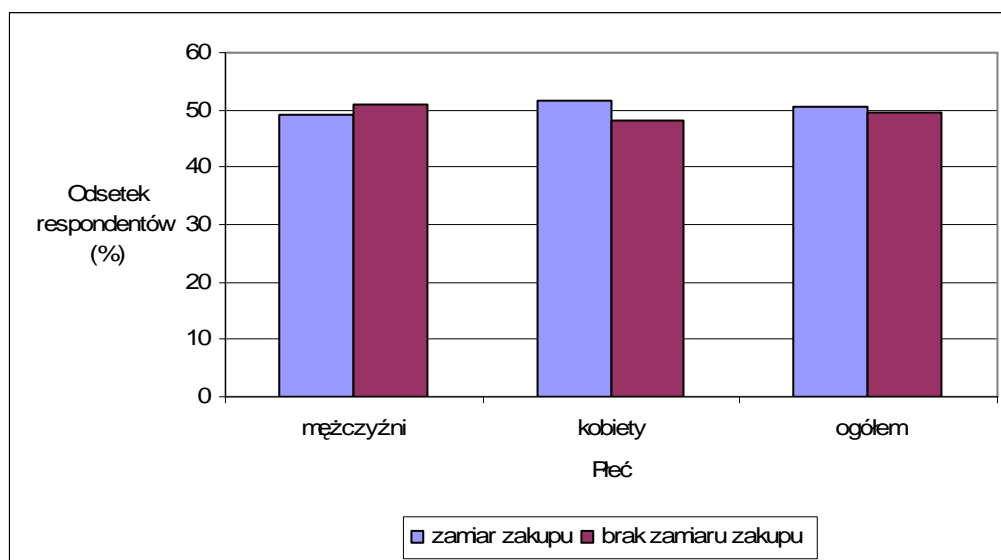
Tabela 34. Planowane zakupy złota w świetle dokonanych według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Dokonane zakupy złota	Zamiar zakupu złota	
		tak	nie
	w odsetkach		
Ogółem	100,00	50,46	49,54
Płeć			
mężczyzna	100,00	49,04	50,96
kobieta	100,00	51,75	48,25
Wiek w latach			
18-25	100,00	55,08	44,92
26-45	100,00	34,42	65,58
46-60	100,00	70,73	29,27
61 i więcej	100,00	54,95	45,05
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	61,36	38,64
zawodowe	100,00	65,85	34,15
średnie	100,00	34,01	65,99
wyższe	100,00	57,14	42,86
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	41,43	58,57
sektor prywatny*	100,00	61,47	38,53
sfera budżetowa	100,00	44,44	55,56
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	49,25	50,75
10.000-50.000	100,00	42,28	57,72
50.001-100.000	100,00	60,58	39,42
>100.000	100,00	49,09	50,91

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

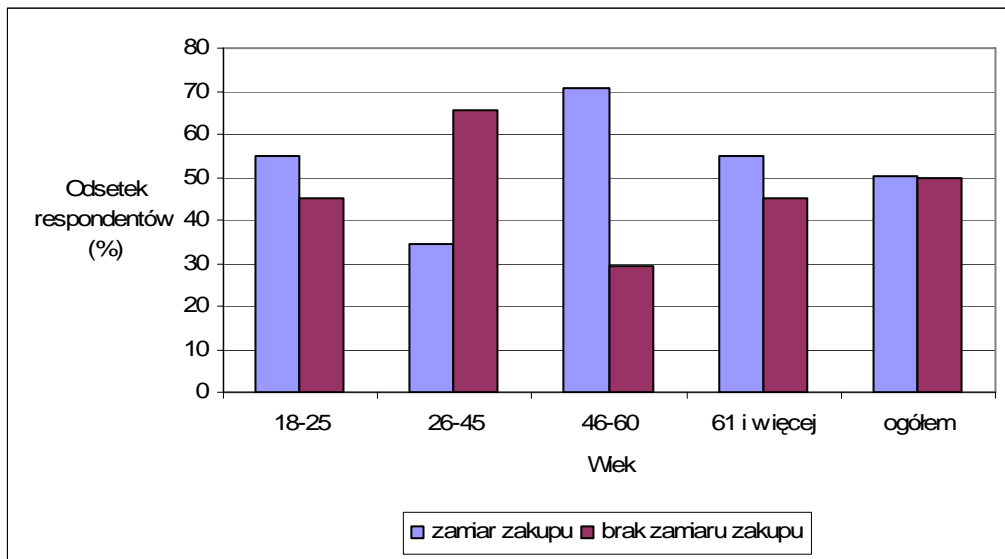
Wykres 61. Planowane zakupy złota według płci respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 34.

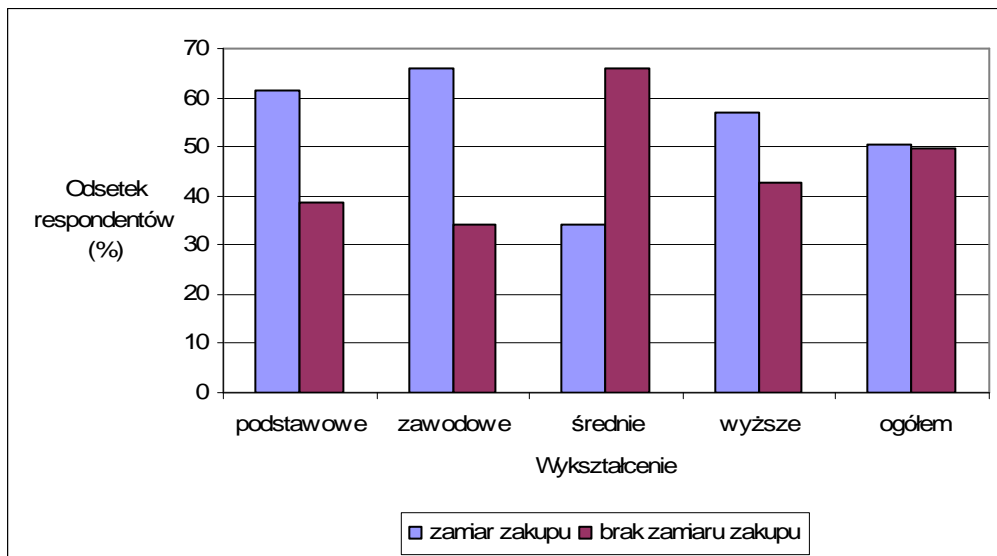
Również poziom wykształcenia miał wpływ na postępowanie konsumentów w zakresie planowanych zakupów złota – **wykres 63**. Zamiar ten w najwyższym procencie wykazały osoby z wykształceniem zawodowym (65,85%) oraz z wykształceniem podstawowym (61,36%). Nieco niższy udział (57,14%) dotyczył osób z wykształceniem wyższym. Najniższy odsetek w strukturze stanowiły osoby z wykształceniem średnim (34,01%) w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 50,46%.

Wykres 62. Planowane zakupy złota według wieku respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 34.

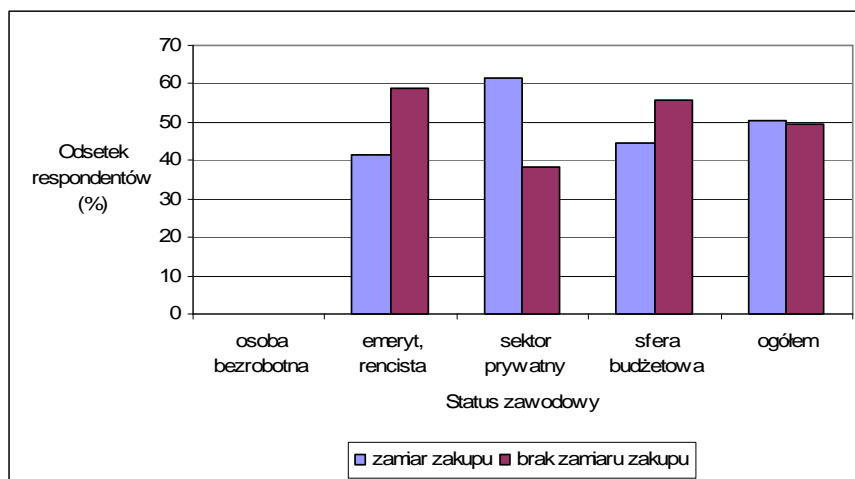
Wykres 63. Planowane zakupy złota według wykształcenia respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 34.

W przypadku statusu zawodowego dominującą grupę tworzyli przyszły nabywcy złota z sektora prywatnego stanowiący 61,47%. Znacznie mniejsze zainteresowanie zakupami okazali pracownicy sfery budżetowej (44,44%) oraz emeryci i renciści (41,43%). Wyniki badania pozwoliły na stwierdzenie, że osoby bezrobotne nie okazały skłonności do przyszłych zakupów złota i wskaźnik struktury dla tej grupy wyniósł 0,00% – wykres 64.

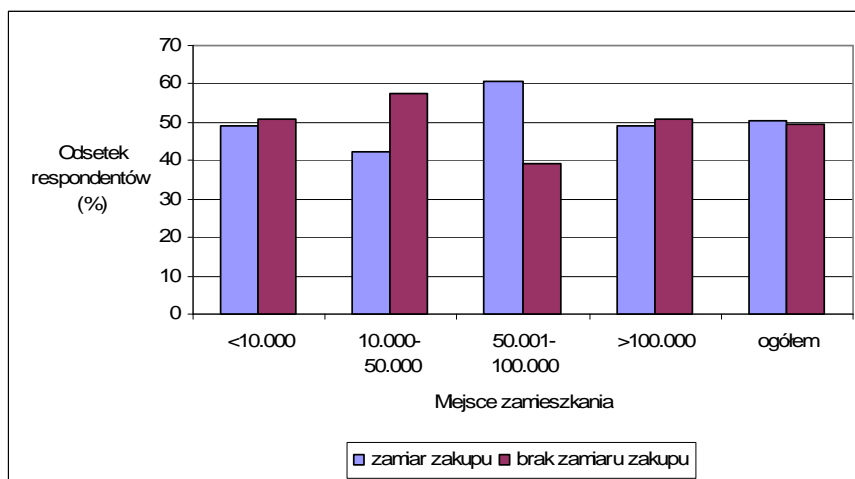
Wykres 64. Planowane zakupy złota według statusu zawodowego respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 34.

Dominujący odsetek dotychczasowych nabywców złota jak i planujących jego zakup zamieszkiwał duże miasta, tj. o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (60,58%). Odsetek potencjalnych nabywców z miejscowości do 10 tys. mieszkańców i miast powyżej 100 tys. był niemal identyczny, odpowiednio 49,25% i 49,09%. Mniejszy o kilka punktów procentowych wskaźnik w strukturze, tj. 42,28% stanowili przyszły uczestnicy rynku złota z miast 10-50 tys. mieszkańców – „ogółem” w próbie 50,46% – wykres 65.

Wykres 65. Planowane zakupy złota według miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 34.

W zakresie celów szczegółowych badania zmierzano do uzyskania wiedzy na temat planowanych zakupów złota przez respondentów, którzy dotąd nie dokonali zakupu. Otrzymane wyniki pozwoliły stwierdzić, że tylko 18,02% z tej zbiorowości potwierdziło w sondażu taki zamiar w najbliższej przyszłości – **tabela 35**.

Tabela 35. Planowane zakupy złota w świetle niedokonanych według cech demograficzno-społecznych respondentów

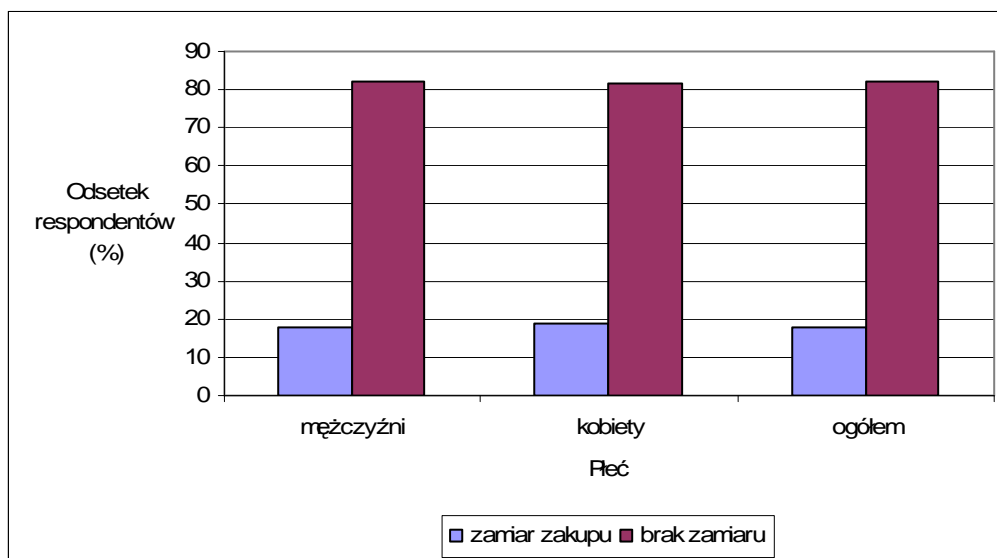
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Niedokonane zakupy złota	Zamiar zakupu złota	
		tak	nie
	w odsetkach		
Ogółem	100,00	18,02	81,98
Płeć			
mężczyzna	100,00	17,70	82,30
kobieta	100,00	18,58	81,42
Wiek w latach			
18-25	100,00	20,00	80,00
26-45	100,00	11,76	88,24
46-60	100,00	19,43	80,57
61 i więcej	100,00	24,46	75,54
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	20,74	79,26
zawodowe	100,00	12,56	87,44
średnie	100,00	16,34	83,66
wyższe	100,00	35,48	64,52
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100,00	-	100,00
emeryt, rencista	100,00	22,18	77,82
sektor prywatny*	100,00	36,82	63,18
sfera budżetowa	100,00	18,48	81,52
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	22,29	77,71
10.000-50.000	100,00	13,78	86,22
50.001-100.000	100,00	23,18	76,82
>100.000	100,00	18,35	81,65
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo			

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Zauważono, że odsetek mężczyzn planujących zakup złota był nieco niższy w porównaniu z odsetkiem kobiet, odpowiednio 17,70% i 18,58% – **wykres 66**.

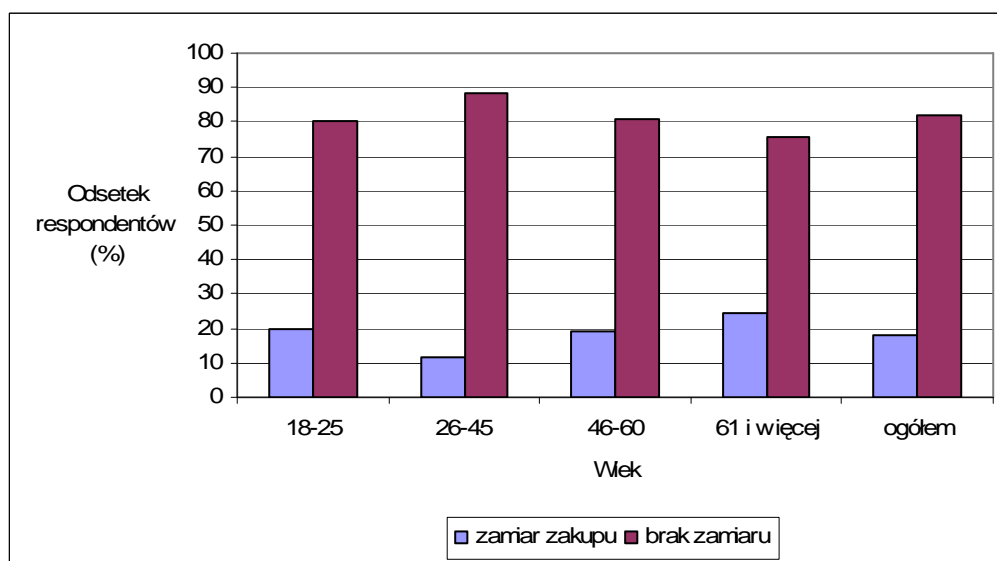
W przypadku wieku konsumentów dominującą grupę tworzyli respondenci najstarsi, tj. powyżej 61 roku życia, których udział wyniósł 24,46% w stosunku do „ogółem” w próbie 18,02%. Nieco niższy udział dotyczył respondentów w wieku 18-25 lat (20,00%) i w wieku 46-60 lat (19,43%). Najniższy odsetek, tj. 11,76% stanowili respondenci w wieku 26-45 lat, którzy ich nie dokonali, lecz zaplanowali – **wykres 67**.

Wykres 66. Planowane zakupy złota według płci respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 35.

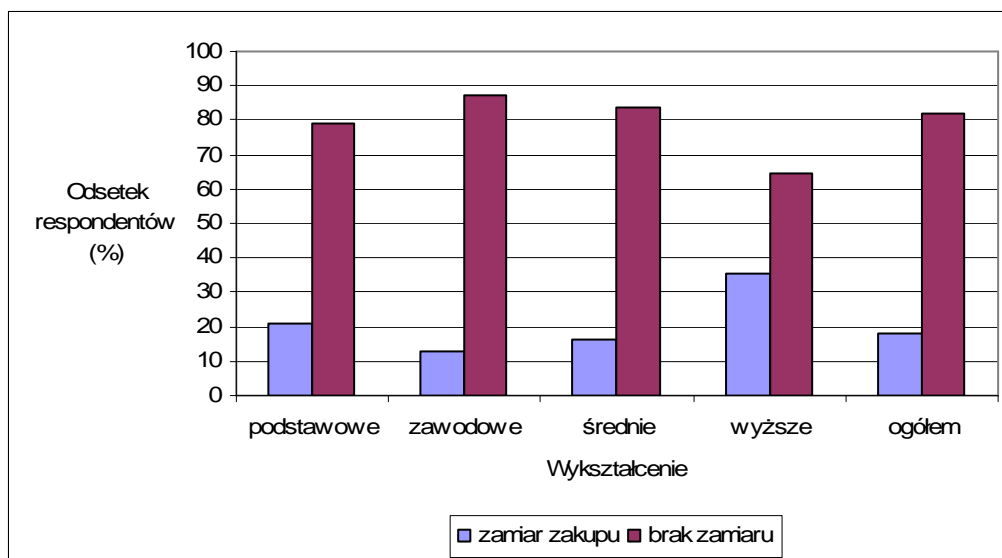
Wykres 67. Planowane zakupy złota według wieku respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 35.

Zróżnicowanie wskaźników w badanej strukturze wystąpiło w przypadku przyszłych zakupów złota w odniesieniu do wykształcenia respondentów. Najwyższy wskaźnik dotyczył planujących zakupy z wykształceniem wyższym (35,48%), a najniższy z wykształceniem zawodowym 12,56% – „ogółem” w próbie 18,02%. Wskaźnik struktury dla przyszłych nabywców z wykształceniem podstawowym wyniósł 20,74%, natomiast dla nabywców z wykształceniem średnim 16,34% – **wykres 68.**

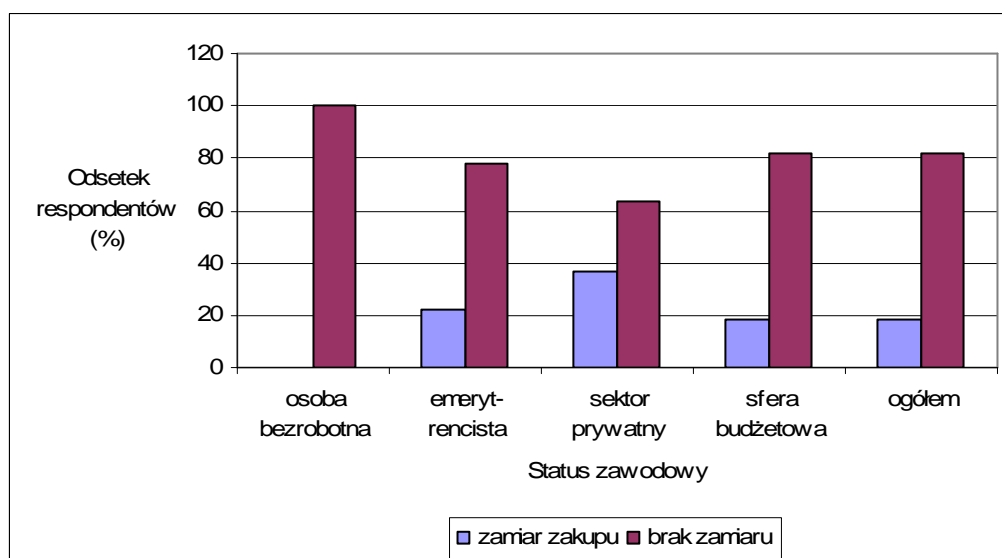
Wykres 68. Planowane zakupy złota według wykształcenia respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 35.

Dominujący odsetek respondentów planujących zakupy złota, w świetle statusu zawodowego, stanowili reprezentujący sektor prywatny, tj. 36,82%. Następnie byli to emeryci i renciści o odsetku 22,18% i osoby zatrudnione w sferze budżetowej 18,48%. Warto podkreślić, że uczestniczące w badaniu osoby bezrobotne nie dokonały zakupu złota, ani nie okazały zamiaru jego zakupu – **wykres 69**.

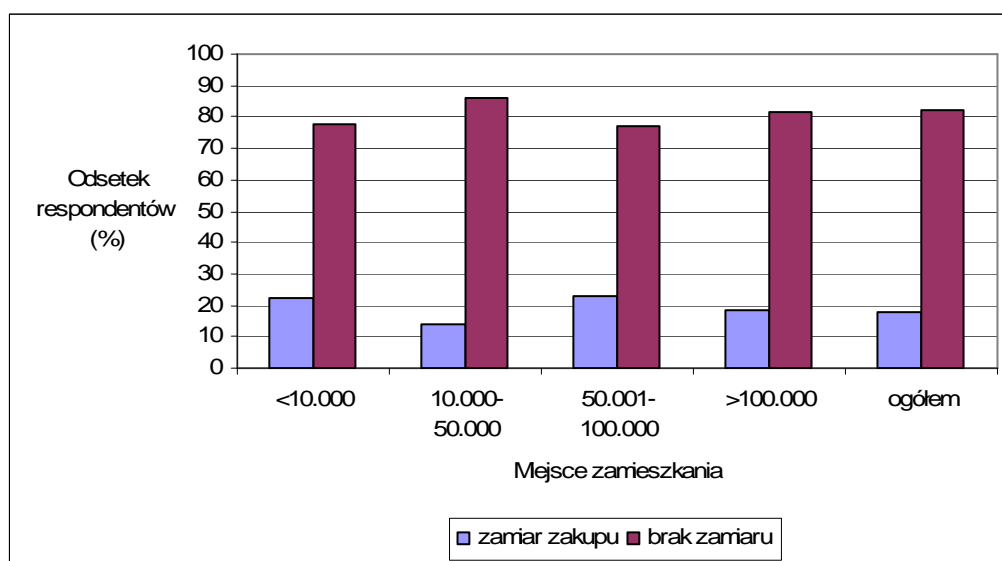
Wykres 69. Planowane zakupy złota według statusu zawodowego respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 35.

Miejsce zamieszkania w umiarkowanym stopniu różnicowało decyzje o przyszłych zakupach złota – **wykres 70**. Procentowe wskaźniki struktury w rosnącej kolejności wyniosły: dla osób zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców 13,78%, miasta powyżej 100 tys. mieszkańców 18,35%, miejscowości do 10 tys. mieszkańców 22,29% i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców 23,18% – „ogółem” w badanej zbiorowości 18,02%.

Wykres 70. Planowane zakupy złota według miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 35.

Uzyskane rezultaty badawcze pozwalają wnioskować, że do czynników różnicujących zachowanie konsumentów w procesie ujawniania i zaspokajania potrzeb na złoto można zaliczyć wszystkie uwzględnione w badaniu cechy demograficzne i społeczne respondentów. Czynnikiem wyraźnie różnicującym podejmowane decyzje zakupu złota okazała się płeć respondenta, natomiast znacznie wyższy udział w zakupach dokonanych oraz planowanych miały kobiety.

Najwyższy odsetek respondentów, którzy dokonali zakupu złota, wystąpił wśród osób w wieku 26-45 lat, z wykształceniem wyższym, reprezentujących sektor prywatny i sferę budżetową oraz zamieszkujących miasta największe. Najwyższy z kolei odsetek respondentów planujących zakupy złota dotyczył osób w wieku 46-60 lat, posiadających wykształcenie wyższe, reprezentujących sektor prywatny i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców oraz o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców.

Zgodnie z przyjętym szczegółowym celem badania podjęto próbę określenia zachodzących relacji (zależności) między dokonanymi zakupami złota a zamiarem jego zakupu, które uwzględniały cechy demograficzno-społeczne respondentów. Przyjęto, że przez zamiar zakupu konsumenci prezentują swoje postawy wobec złota, a jednocześnie oceniają oczekiwaną sytuację, wyrażając tym samym późniejsze decyzje zakupu. A zatem, celem analizy było uzyskanie odpowiedzi na pytanie: czy zakupy złota (dokonane lub niedokonane) determinowały zamiar (planowany lub nie) zakupu złota przez konsumentów w subgroupach według poszczególnych wariantów cech demograficzno-społecznych respondentów.

Uzyskane efekty statystyczne pozwoliły na stwierdzenie, że dwie jakościowe zmienne (dokonany zakup i zamiar zakupu) w próbie jak i w poszczególnych subgroupach są niezależne – **tabela 36**. Wyliczone w wierszach (poza wierszem „osoba bezrobotna”) wartości statystyki chi-kwadrat spełniały warunek $\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$, co pozwoliło na odrzucenie hipotezy zerowej i stwierdzeniu, że na poziomie istotności $p < 0,0005$ istnieje zależność między liczbą konsumentów kupujących złoto w przeszłości a liczbą konsumentów deklarujących zakup. Jedynie w przypadku subgroupy „osoba bezrobotna” wartość chi-kwadrat była równa 0,0, co oznaczało brak relacji między zmiennymi.

Obliczone współczynniki kontyngencji w stosunku do całej próby ($N=1496$) wykazały, że powiązanie między zakupami złota dokonanymi a planowanymi było wysoce istotne ($p=0,0000$) i o „przeciętnej” sile ($C_{skor}=0,4568$). W poszczególnych subgroupach, według cech społeczno-demograficznych, wskaźniki wiarygodności rezultatów (oprócz „osoba bezrobotna”) były również wysoce istotne ($p < 0,0005$), natomiast siła powiązania (zależność) między dokonanymi zakupami złota a planowanymi zakupami była zróżnicowana.

W odniesieniu do płci, w subgroupie mężczyzn, jak i kobiet, siła powiązania zakupów była „średnia” i nieznacznie zróżnicowana. Nieco większa ($C_{skor}=0,4664$) wystąpiła wśród kobiet, niż wśród mężczyzn ($C_{skor}=0,4347$). Tym samym są podstawy, by wnioskować, że wpływ zakupów złota w przeszłości na zamiar zakupu w przyszłości był większy wśród kobiet, aniżeli mężczyzn.

W przypadku wieku badanych dominujący współczynnik korelacji ($C_{skor}=0,6415$) wystąpił w subgroupie w wieku 46-60 lat, co pozwala stwierdzić, że istniała „silna” zależność między zakupami złota dokonanymi a planowanymi. W pozostałych subgroupach zależność ta była zróżnicowana w przedziale oceny „przeciętnej” i w

kolejności malejących współczynników dotyczyła: subgrupy respondentów w wieku 18-25 lat (Cskor=0,4832), subgrupy powyżej 61 lat (Cskor=0,3956) i subgrupy w wieku 26-45 lat (Cskor=0,3726).

Tabela 36. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zakupami złota wykonanymi a planowanymi według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Ogółem	174,2658	1	0,0000	0,3230	0,7071	0,4568
Płeć						
mężczyzna	90,8707	1	0,0000	0,3074	0,7071	0,4347
kobieta	76,2959	1	0,0000	0,3298	0,7071	0,4664
Wiek w latach						
18-25	37,4103	1	0,0000	0,3417	0,7071	0,4832
26-45	41,4145	1	0,0000	0,2635	0,7071	0,3726
46-60	86,5165	1	0,0000	0,4536	0,7071	0,6415
61 i więcej	27,4899	1	0,0000	0,2797	0,7071	0,3956
Wykształcenie						
podstawowe	25,7275	1	0,0000	0,3545	0,7071	0,5013
zawodowe	83,3279	1	0,0000	0,4731	0,7071	0,6691
średnie	26,5764	1	0,0000	0,1898	0,7071	0,2826
wyższe	12,3343	1	0,0004	0,1935	0,7071	0,2737
Status zawodowy						
osoba bezrobotna	0,0000	1	1,0000	0,0000	0,7071	0,0000
emeryt-rencista	17,0311	1	0,0000	0,1965	0,7071	0,2779
sektor prywatny*	25,4228	1	0,0000	0,2392	0,7071	0,3383
sfera budżetowa	29,0658	1	0,0000	0,2689	0,7071	0,3803
Miejsce zamieszkania						
<10.000	16,1455	1	0,0000	0,2593	0,7071	0,3667
10.000-50.000	49,2270	1	0,0000	0,2813	0,7071	0,3978
50.001-100.000	51,7762	1	0,0000	0,3504	0,7071	0,4955
>100.000	28,9809	1	0,0000	0,2845	0,7071	0,4023
Uwaga: dla poziomu istotności alfa=0,05 i dla df=1 stopnia swobody wartość krytyczna chi-kwadrat alfa=3,841.						
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo						

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Ze względu na poziom wykształcenia dominujący współczynnik siły związku wystąpił w subgrupie respondentów z wykształceniem zawodowym (Cskor=0,6691) oznaczając „silne” powiązanie między wykonanymi zakupami a zamiarem zakupu złota. Również „silny” związek, choć na niższym poziomie, miał miejsce w subgrupie osób z wykształceniem podstawowym (Cskor=0,5013). Związki „słabe” wystąpiły w subgrupach z wykształceniem średnim (Cskor=0,2826) i wyższym (Cskor=0,2737).

Analiza uwzględniająca status zawodowy uczestników rynku pozwoliła na stwierdzenie, że siła związku między zakupami dokonanymi z planowanymi była „słaba” w subgrupie „emeryt, rencista” (Cskor=0,2779) oraz „przeciętna” w subgrupach osób reprezentujących „sektor prywatny” (Cskor=0,3383) i „sferę budżetową” (Cskor=0,3803). W subgrupie „osoba bezrobotna” 100% badanych nie dokonało zakupów złota oraz ich nie zaplanowało.

Z kolei miejsce zamieszkania okazało się czynnikiem umiarkowanie różnicującym siłę powiązań między zakupami dokonanymi a planowanymi, w przedziale współczynników o „przeciętnej” sile. Powiązanie o największej sile w tym przedziale (Cskor=0,4955) miało miejsce w subgrupie respondentów zamieszkujących miasta 50-100 tys. mieszkańców. Powiązanie o nieco słabszej sile dotyczyło respondentów z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (Cskor=0,4023), z miast 10-50 tys. (Cskor=0,3978) i respondentów zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,3667).

4.5. Uwagi końcowe

Analiza wyników badania empirycznego zmierzała do identyfikacji gospodarstw domowych w zakresie ich zachowań nabywczych na rynku złota w kontekście popytu zaspokojonego oraz zamierzonego. Uwzględniała uwarunkowania demograficzno-społeczne badanych i ich wpływ na podejmowane decyzje zakupowe. Przedmiotem analizy były powiązania (zależności) pomiędzy zachowaniami nabywczymi badanych a czynnikami ekonomiczno-dochodowymi opisanymi w rozdziale pierwszym tej pracy. Przedmiotem rozważania była także ocena sytuacji ekonomicznej, wystarczalności dochodów i dodatkowych źródeł gospodarstw domowych będących skutkiem ich aktywności na rynku finansowym.

Rezultaty badania dotyczące zakupów złota i odnoszące się do ostatniego roku pozwoliły zauważyć, że 37% badanych gospodarstw dokonało jego zakupu i 30% okazało taki zamiar. W prognozie oznacza to znaczny spadek potencjalnych nabywców złota na poziomie 18%. Znacząco wyższy odsetek nabywców złota wystąpił wśród kobiet, które stanowiły 46%, aniżeli wśród mężczyzn przy odsetku 30%. W stosunku do zamiaru zakupu zróżnicowanie było mniejsze: wśród kobiet wskaźnik struktury wyniósł 34%, a wśród mężczyzn 27%.

Według pozostałych cech demograficzno-społecznych respondentów, dominujące odsetki nabywców złota wystąpiły w następujących subgrupach: badani w wieku 18-

25 lat stanowili 42% i w wieku 26-45 lat – 39%. W odniesieniu do poziomu wykształcenia nabywcy z wyższym stanowili 71%, natomiast do statusu zawodowego udział nabywców z sektora prywatnego wyniósł 52% oraz 51% ze sfery budżetowej. Nabywcy, którzy zamieszkiwali duże miasta, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców stanowili 67%. Z kolei najniższe odsetki dotyczyły nabywców w subgrupie osób najstarszych, tj. powyżej 61 roku życia (28%), z wykształceniem podstawowym (25%) oraz osób zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (21%) – poza osobami bezrobotnymi, które ich nie dokonały.

Główny odsetek badanych, którzy okazali w badaniu zamiar zakupu złota, zauważono wśród osób w wieku 46-60 lat (38%), z wykształceniem wyższym (51%), z sektora prywatnego (50%), zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (39%) i miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (37%). Najniższy odsetek dotyczył osób w wieku 26-45 lat (21%), z wykształceniem średnim (21%), bezrobotnych, (które nie planowały zakupów) oraz zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (20%).

Rezultaty badania wpływu cech demograficzno-społecznych respondentów na ich decyzje dotyczące zakupów złota oraz zamiaru zakupu wykazały, że istniała zależność o sile umiarkowanie zróżnicowanej w przedziale oceny od słabej do przeciętnej. Stwierdzono, że powiązanie pomiędzy płcią respondentów a zachowaniami nabywczymi było słabe i w tym przedziale oceny wyraźnie zróżnicowane. Większy wpływ miało miejsce w stosunku do zakupów przeszłych (,2259), niż do przyszłych (,1013). Podobnie słabe powiązanie wystąpiło między wiekiem badanych a ich zachowaniem dotyczącym zakupu. Jednakże większy wpływ pojawił się w stosunku do zakupów przyszłych (,2028), niż do przeszłych (,1241). Zależność o przeciętnej sile dotyczyła wykształcenia respondentów i była zróżnicowana, wyższa w stosunku do zakupów przeszłych (,4389) i niższa w stosunku do zakupów przyszłych (,3064). Najwyższy wpływ o przeciętnej sile na zachowania zakupowe miał status zawodowy badanych, tak w stosunku do zakupów przeszłych (,4718) jak i przyszłych (,4349). Tymczasem miejsce zamieszkania respondenta miało przeciętny wpływ (,4277) na zakupy przeszłe oraz słaby (,2267) do zamiaru zakupu złota w przyszłości.

Analiza struktury nabywców złota wykazała, że nieco ponad 50% z nich zamierzało zakupić złoto. Warto zwrócić uwagę na to, że płeć badanych w nieznacznym stopniu różnicowała preferencje występujące w grupie nabywców. W pozostałych subgrupach (według cech demograficzno-społecznych) wskazano na istotne zróżnicowanie nabywców pod względem zamiaru zakupu złota. Dominujące wskaźniki odnotowano

wśród osób w wieku 46-60 lat (71%), z wykształceniem zawodowym (66%) i podstawowym (61%), reprezentujących sektor prywatny (61%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (61%). Najniższe natomiast dotyczyły osób w wieku 26-45 lat (34%), z wykształceniem średnim (34%), emerytów i rencistów (41%) i zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców.

Wśród badanych, którzy nie dokonali zakupu złota w ostatnim roku, zamiar ten wyraziło tylko 18%. Według płci odsetek potencjalnych nabywców był lekko zróżnicowany w stosunku do wskaźnika ogółem w próbie. Istotne zróżnicowanie zauważono w subgroupach według pozostałych cech demograficzno-społecznych: najwyższe odsetki potencjalnych nabywców złota dotyczyły osób w wieku 61 lat i więcej (24%), z wykształceniem wyższym (35%), reprezentujących sektor prywatny (37%), z miast 50-100 tys. mieszkańców i z miejscowości do 10 tys. mieszkańców (22%). Najniższe dotyczyły osób w wieku 26-45 lat (12%), z wykształceniem zawodowym (13%), reprezentujących sferę budżetową (18%) i zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (14%).

Wnioskowanie w kierunku ustalenia zależności między zakupami złota (dokonanymi i niedokonanymi) a zamiarem zakupu w przyszłości („tak” lub „nie”) wykazało jej istnienie o średniej sile (,4568) w stosunku do liczebności całej próby. W odniesieniu do każdej subgroupy (według cech demograficzno-społecznych) siła występujących zależności kształtowała się w przedziale oceny od „słabej” do „wysokiej”. Zależność o wysokiej sile wystąpiła w subgroupie osób z wykształceniem zawodowym (,6691) i podstawowym (,5013) oraz w subgroupie w wieku 46-60 lat (,6415). Powiązanie o słabej sile miało miejsce w subgroupie osób z wykształceniem średnim (,2826) i z wyższym (,2737) oraz w subgroupie emerytów i rencistów (,2779). W subgroupie osób bezrobotnych nie wystąpiła relacja między zmiennymi ($\chi^2=0$). W pozostałych subgroupach powstało powiązanie o przeciętnej sile, które mieściło się w przedziale współczynników kontyngencji (Cskor): ,3383 ,4955.

W celu weryfikacji hipotezy, że sytuacja materialna gospodarstw domowych była głównym czynnikiem determinującym popyt na złoto, zmierzano do identyfikacji faktycznych i potencjalnych nabywców złota pod względem ich sytuacji ekonomicznej, wystarczalności dochodów oraz stopnia korzystania z dodatkowych źródeł dochodów. Tym samym zmierzano do oceny zależności między wymienionymi czynnikami materialnymi a faktem dokonania lub niedokonania zakupu złota oraz zamiarem dokonania lub nie dokonania zakupu w przyszłości.

Znaczna większość nabywców złota (61%) oceniła swoje miesięczne dochody jako „wystarczające”, w tym wśród 40% nabywców sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, a wśród 14% pozostawała bez zmian. Trzeba podkreślić, że aż 21% nabywców złota oceniło swoje dochody jako niewystarczające i jednocześnie ich sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu w okresie 5 lat. Dominujący odsetek nabywców złota (54%) korzystał z dodatkowych źródeł dochodów w postaci kredytów i zysków z lokat, a 27% nabywców korzystało wyłącznie z kredytów. Tylko 8% posiadało wyłącznie lokaty natomiast 11% nabywców nie korzystało z żadnych dodatkowych źródeł dochodów.

Uwzględniając cechy demograficzno-społeczne respondentów należy zauważyć, że najwyższy odsetek nabywców o dochodach niewystarczających wystąpił w subgrupie w wieku 26-45 lat (55%), osób z wykształceniem wyższym (53%), emerytów i rencistów (49%) i wśród osób zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (58%). Najwyższe odsetki nabywców niekorzystających z dodatkowych źródeł dochodów odnotowano wśród kobiet (16%), osób w wieku 18-25 lat (26%), osób z wykształceniem średnim (19%) i podstawowym (14%), wśród emerytów i rencistów (33%) oraz osób zamieszkujących z miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (20%) oraz miejscowości do 10 tys. mieszkańców (12%). Dominujące odsetki nabywców korzystających wyłącznie z kredytów dotyczyły kobiet (29%), osób w wieku 26-45 lat (39%), mających wykształcenie podstawowe (52%), średnie (36%) i zawodowe (36%), emerytów i rencistów (34%), pracowników sfery budżetowej (31%), zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (30%) i miasta o liczbie 50-100 tys. (29%). Najwięcej nabywców korzystających łącznie z kredytów i lokat było wśród osób w wieku 46-60 lat (77%) i powyżej 61 lat (66%), z wykształceniem wyższym (78%), reprezentujących sektor prywatny (70%), sferę budżetową (61%) i zamieszkujących miasta 50-100 tys. mieszkańców (63,5%). Dominujący zaś odsetek nabywców korzystających wyłącznie z lokat dotyczył mężczyzn (16%), osób w wieku 18-24 lat (14%), z wykształceniem podstawowym (14%) i zawodowym (13%), emerytów i rencistów (11%) oraz zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców (21%).

Wśród przyszłych nabywców złota, podobnie jak wśród osób, które dokonały zakupu złota, zdecydowana większość (63,50%) oceniła swoje miesięczne dochody jako „wystarczające”, w tym dla 36% przyszłych nabywców sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, a dla 14% pozostawała bez zmian i również dla 14% uległa pogorszeniu. Zakupu złota zamierzało dokonać aż ponad 27% badanych oceniających dochody wspólnego gospodarstwa jako „niewystarczające” i sytuację ekonomiczną jako „uległa pogor-

szeniu”. Wśród przyszyłych nabywców złota ponad 10% nie korzystało z dodatkowych źródeł dochodów, a około 56% korzystało z kredytów i lokat łącznie. Wyłącznie z kredytów korzystało 23% i wyłącznie z lokat 11% przyszyłych nabywców złota.

Biorąc pod uwagę cechy demograficzno-społeczne należy zauważyć, że najbardziej niekorzystna sytuacja materialna, wśród deklarujących zakup złota, wystąpiła w subgrupie w wieku powyżej 61 roku życia, z wykształceniem zawodowym i wyższym, w subgrupie „emeryt-rencista” oraz w subgrupie osób zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców. Identyfikacja nabywców według cech demograficzno-społecznych i uwzględniająca skalę korzystania z dodatkowych dochodów wykazała duże zróżnicowanie w stosunku do wskaźników udziału ogółem w badanej zbiorowości.

Wnioskowanie statystyczne pozwoliło pozytywnie zweryfikować tezę, że dokonana przez gospodarstwa domowe ocena sytuacji ekonomicznej i wystarczalność dochodów miały wpływ na ich dotychczasowe zakupy, jak również planowane. Uzyskane wartości (ogółem) współczynników kontyngencji wskazują na „wysoką” (Cskor=0,5447) siłę wpływu sytuacji ekonomicznej na zakupy złota („tak” lub „nie”) oraz „średnią” (Cskor=0,3711) w stosunku do zamiaru zakupu („tak” lub „nie”). Tymczasem wpływ oceny wystarczalności dochodów w obu przypadkach był o sile „średniej” i w tym przedziale oceny lekko zróżnicowany. Wpływ o większej sile (Cskor=0,4825) wystąpił w stosunku do zakupów (w okresie ostatniego roku), a o niższej (Cskor=0,4586) w stosunku do zamiaru zakupu złota.

Rezultaty pomiaru siły występującej zależności między sytuacją ekonomiczną a zakupami złota w poszczególnych subgrupach (według cech demograficzno-społecznych) wykazały, że dominująca zależność o „bardzo wysokiej” sile (Cskor=0,7001) dotyczyła subgrupy osób w wieku 18-25 lat. Zależności o „średniej” sile odnotowano (w kolejności rosnących współczynników) w subgrupie osób o statusie „emeryt-rencista” (Cskor=0,3067), wśród osób z wykształceniem wyższym (Cskor=0,370), zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,4212), zatrudnionych w sferze budżetowej (Cskor=0,4727), zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (Cskor=0,4803) oraz wśród mężczyzn (Cskor=0,4937). W pozostałych subgrupach zależność kształtowała się na poziomie siły „wysokiej” w przedziale wartości współczynników od Cskor=0,5234 – Cskor=0,6937. W subgrupie „osoba bezrobotna” nie wystąpiła relacja między zmiennymi (chi-kwadrat=0).

Współczynniki oceniające siłę zależności między wystarczalnością dochodów a zakupami złota w poszczególnych subgroupach (według cech demograficzno-społecznych) pozwoliły zauważyć, że dominujące współczynniki wskazują na „bardzo wysoką” zależność ($C_{skor}=0,7049$) w subgrupie osób w wieku 18-25 lat, oraz „wysoką” w subgroupach: kobiet ($C_{skor}=0,6494$), osób z wykształceniem podstawowym ($C_{skor}=0,6736$) i zawodowym ($C_{skor}=0,6316$), przedstawicieli sektora prywatnego ($C_{skor}=0,5063$) oraz osób zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,6436$). Zależność najslabsza o „slabej” sile ($C_{skor}=0,1979$) miała miejsce w subgrupie emerytów i rencistów. W pozostałych subgroupach kształtowała się na poziomie siły „średniej” i – w ramach tej skali ocen – była zróżnicowana w przedziale współczynników od $C_{skor}=0,3087$ do $C_{skor}=0,4868$. W subgrupie osób bezrobotnych wartość statystyki chi-kwadrat=0, co oznacza brak relacji między zmiennymi.

Rezultaty postępowania statystycznego dotyczącego wpływu sytuacji ekonomicznej na zamiar zakupu złota w przyszłości pozwoliły ustalić, że w subgrupie osób reprezentujących sferę budżetową, na poziomie przyjętej istotności $\alpha \leq 0,05$, wartość testu chi-kwadrat była mniejsza od wartości krytycznej chi-kwadrat α , co nie pozwoliło na odrzucenie hipotezy zerowej o niezależności zmiennych, a w konsekwencji stwierdzeniu, że w subgrupie tej sytuacja ekonomiczna nie miała wpływu na zamiar zakupu złota w przyszłości. Natomiast w subgrupie „osoba bezrobotna” wartość testu chi-kwadrat wyniosła chi-kwadrat=0, co oznaczało brak relacji między zmiennymi. Najwyższy współczynnik świadczący o „wysokiej” sile powiązania wystąpił w subgrupie w wieku 26-45 lat ($C_{skor}=0,5743$). Zależność o „slabej” sile – w kolejności rosnących współczynników – wystąpiła, w subgrupie emerytów i rencistów ($C_{skor}=0,1913$), osób z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,2568$) oraz mających wykształcenie średnie ($C_{skor}=0,2992$). W pozostałych subgroupach zachodziła zależność o „średniej” sile w przedziale wartości współczynników od $C_{skor}=0,3402$ do $C_{skor}=0,4724$.

Współczynniki pomiaru siły zależności między oceną wystarczalności dochodów a zamiarem zakupu złota pozwoliły stwierdzić, że powiązanie o „wysokiej” sile miało miejsce w następujących subgroupach: wykształcenie wyższe ($C_{skor}=0,6102$), wykształcenie podstawowe ($C_{skor}=0,5805$), kobiety ($C_{skor}=0,5542$), wiek 26-45 lat ($C_{skor}=0,5425$) i osoby zamieszkujące miejscowości do 10 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,5207$). Zależność o „slabej” sile wystąpiła w subgrupie osób w wieku powyżej 61 roku życia ($C_{skor}=0,2650$) i w subgrupie o statusie „emeryt-rencista” ($C_{skor}=0,2761$). W pozostałych subgroupach siła powiązania kształtowała się na pozio-

mie siły „średniej” i zamykała się w przedziale współczynników $C_{skor}=0,3179$ – $C_{skor}=0,4943$.

Analiza dotycząca wpływu dodatkowych dochodów na zakupy złota wykazała, że wpływ o „średniej” sile miały kredyty i pożyczki lombardowe ($C_{skor}=0,4654$) oraz lokaty w obligacjach ($C_{skor}=0,4148$). Wpływ o „słabej” sile stanowiły lokaty bankowe ($C_{skor}=0,2762$) i fundusze inwestycyjne ($C_{skor}=0,2475$).

Zauważono również, że powiązanie dodatkowych dochodów z zamiarem zakupu złota w przyszłości było istotnie zróżnicowane. Dominujący wpływ o „wysokiej” sile ($C_{skor}=0,5524$) stanowiły obligacje, a na drugim miejscu o „średniej” sile ($C_{skor}=0,3586$) kredyty i pożyczki lombardowe. Znacząco „słaby” wpływ na zamiar zakupu miały fundusze inwestycyjne ($C_{skor}=0,1478$) i lokaty bankowe ($C_{skor}=0,1960$).

ROZDZIAŁ 5. PODAŻ JAKO ELEMENT RYNKU WTÓRNEGO ZŁOTA

5.1. Dokonana sprzedaż złota i masa

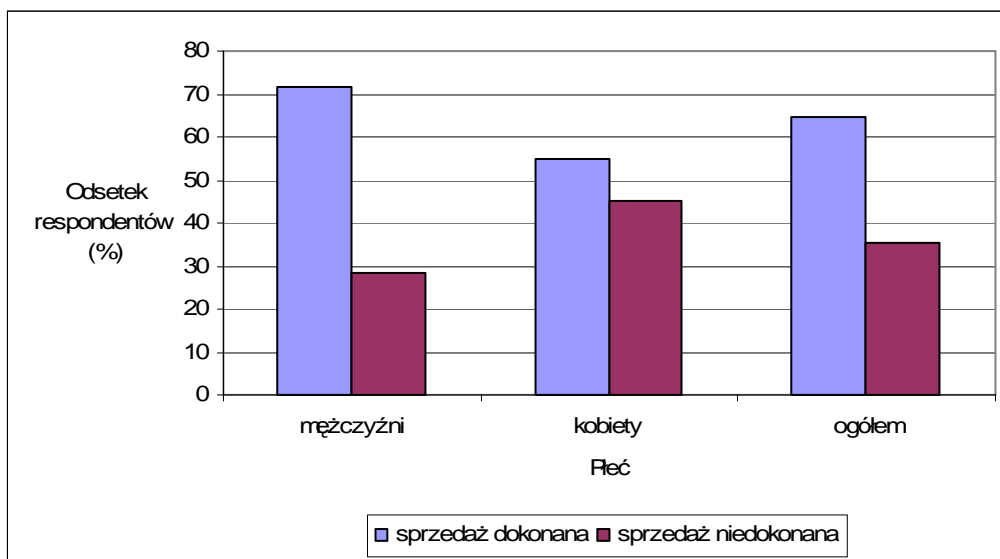
Badanie pozwoliło zauważyć, że ponad połowa z ogólnej liczby uczestniczących w sondażu gospodarstw domowych dokonała na rynku wtórnym sprzedaży złota. W pracy nazywa się je „sprzedawcami”. Należy podkreślić, że celem badania nie było ustalenie formy, próby oraz rodzaju sprzedawanego złota, a jedynie jego masy oraz faktu dokonania lub niedokonania transakcji. W odniesieniu do cech demograficzno-społecznych respondentów zauważono, że udział w sprzedaży złota przez mężczyzn w stosunku do udziału kobiet był wyższy o ponad 16 punktów procentowych i wyniósł odpowiednio 71,76% i 55,04% – **tabela 37, wykres 71.**

Tabela 37. Gospodarstwa domowe według dokonanej i niedokonanej sprzedaży złota na rynku wtórnym oraz cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Sprzedaż złota		
	ogółem	dokonana	niedokonana
Ogółem	100,00	64,77	35,23
Płeć		w odsetkach	
mężczyzna	100,00	71,76	28,24
kobieta	100,00	55,04	44,96
Wiek w latach			
18-25	100,00	24,38	75,62
26-45	100,00	67,57	32,43
46-60	100,00	90,12	9,88
61 i więcej	100,00	69,14	30,86
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	73,74	26,26
zawodowe	100,00	66,09	33,91
średnie	100,00	52,32	47,68
wyższe	100,00	86,44	13,56
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100,00	98,21	1,79
emeryt, rencista	100,00	74,29	25,71
sektor prywatny*	100,00	29,83	70,17
sfera budżetowa	100,00	68,10	31,90
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	64,29	35,71
10.000-50.000	100,00	67,54	32,46
50.001-100.000	100,00	66,49	33,51
>100.000	100,00	58,36	41,64
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo			

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

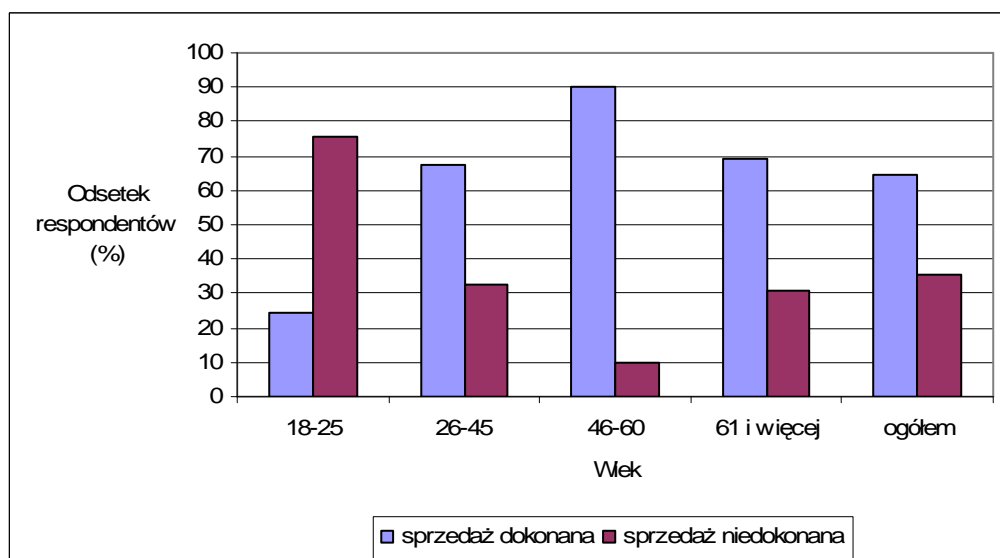
Wykres 71. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według płci respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 37.

Dominujący odsetek sprzedawców złota, reprezentantów poszczególnych gospodarstw domowych, stanowiły osoby w wieku 46-60 lat (90,12%), a najniższy w wieku 18-25 lat (24,38%). Sprzedawcy w wieku powyżej 61 lat stanowili 69,14%, natomiast w wieku 26-45 lat 67,57% – **wykres 72**.

Wykres 72. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według wieku respondentów

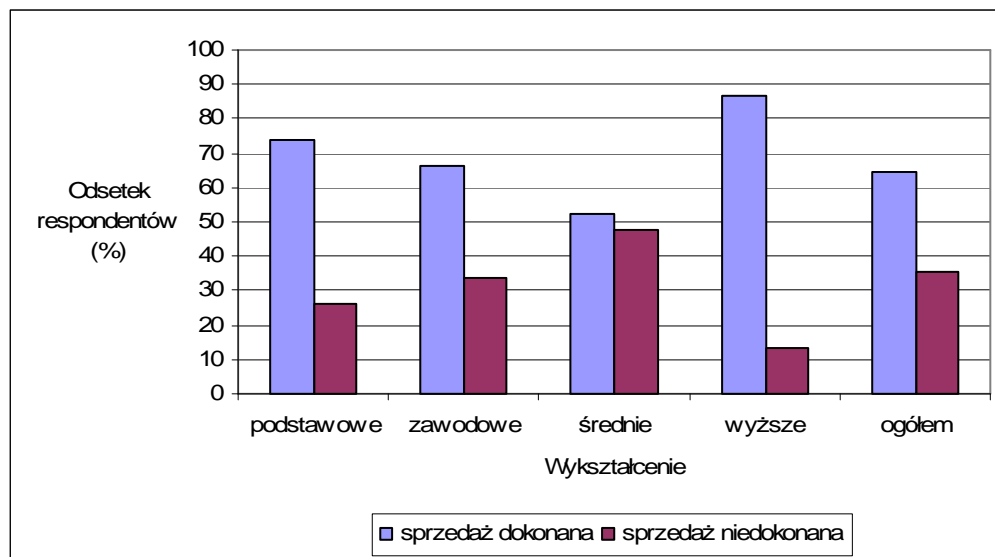


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 37.

Pod względem wykształcenia dominującą grupę stanowili sprzedawcy mający wykształcenie wyższe, tj. 86,44%. W dalszej, malejącej kolejności w stosunku do

wskaźnika struktury „ogółem” 64,77%, były to osoby z wykształceniem podstawowym (73,74%), zawodowym (66,09%) oraz osoby z wykształceniem średnim stanowiące 52,32% – **wykres 73**.

Wykres 73. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według wykształcenia respondentów

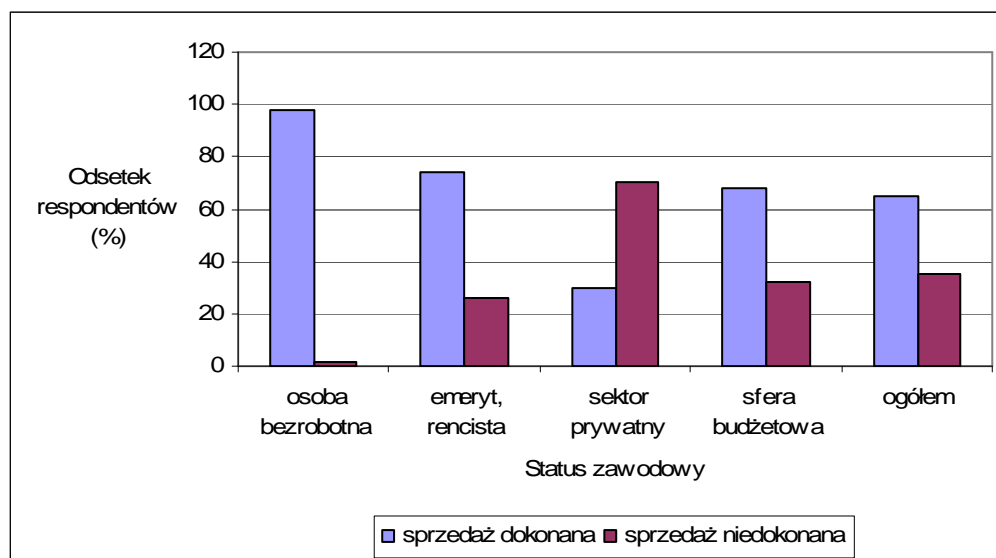


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 37.

Najwyższy udział w sprzedaży złota zauważono wśród osób bezrobotnych oraz osób ze sfery budżetowej, odpowiednio 98,21% i 68,10%, a następnie emerytów i rencistów przy odsetku 74,29%. Najniższy odsetek dotyczył sprzedawców z sektora prywatnego i grupa ta stanowiła 29,83% – **wykres 74**.

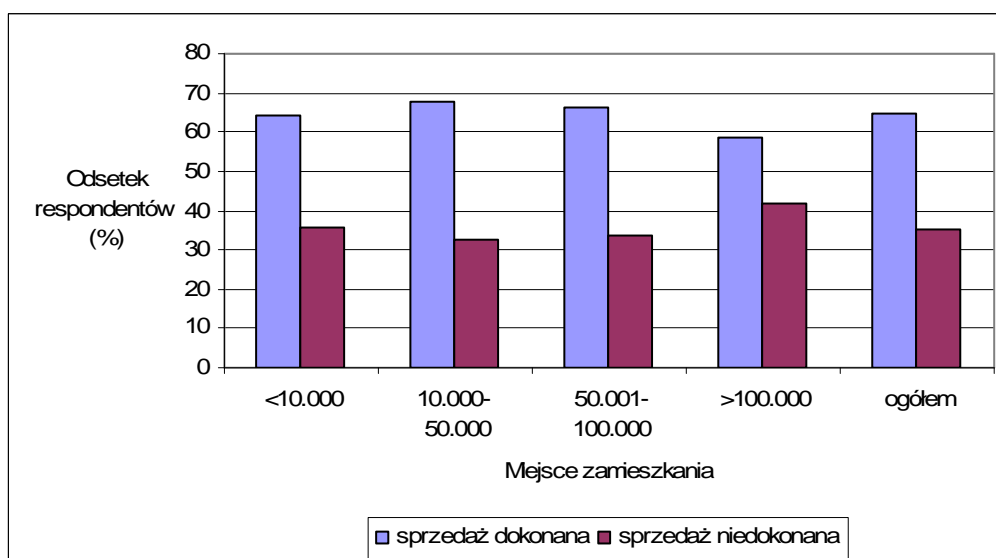
Miejsce zamieszkania nie różnicowało szczególnie respondentów w zakresie decyzji o sprzedaży złota, wskaźniki struktury bowiem dla sprzedawców w poszczególnych subgroupach były raczej wyrównane. W świetle uzyskanych danych sondażowych zauważono, że najwyższy odsetek sprzedawców stanowili respondenci zamieszkujący miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, tj. 67,54%. Nieco niższy odsetek odnosił się do sprzedawców z miast 50-100 tys. mieszkańców (66,49%) oraz z miejscowości do 10 tys. mieszkańców, tj. 64,29%. Najniższy odsetek, tj. 56,36% stanowili sprzedawcy zamieszkujący miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców – **wykres 75**.

**Wykres 74. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota
według statusu zawodowego respondentów**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 37.

**Wykres 75. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota
według miejsca zamieszkania respondentów**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 37.

Poza wiedzą pozwalającą odnotować fakt dotychczasowej sprzedaży złota, dążono do określenia masy sprzedanego złota – **tabela 38**. Zauważono, że najwyższy udział gospodarstw (30,24%) w sprzedaży złota dotyczył masy 10-20 gram. Niewiele niższy odsetek, tj. 29,00% stanowiły gospodarstwa, które dokonały sprzedaży złota o masie 21-50 gram i 26,42% ponad 50 gram. Najniższy wskaźnik struktury dla sprzedaży złota poniżej 10 gram dotyczył 14,34% gospodarstw domowych.

**Tabela 38. Gospodarstwa domowe według masy sprzedaży złota
oraz cech demograficzno-społecznych respondentów**

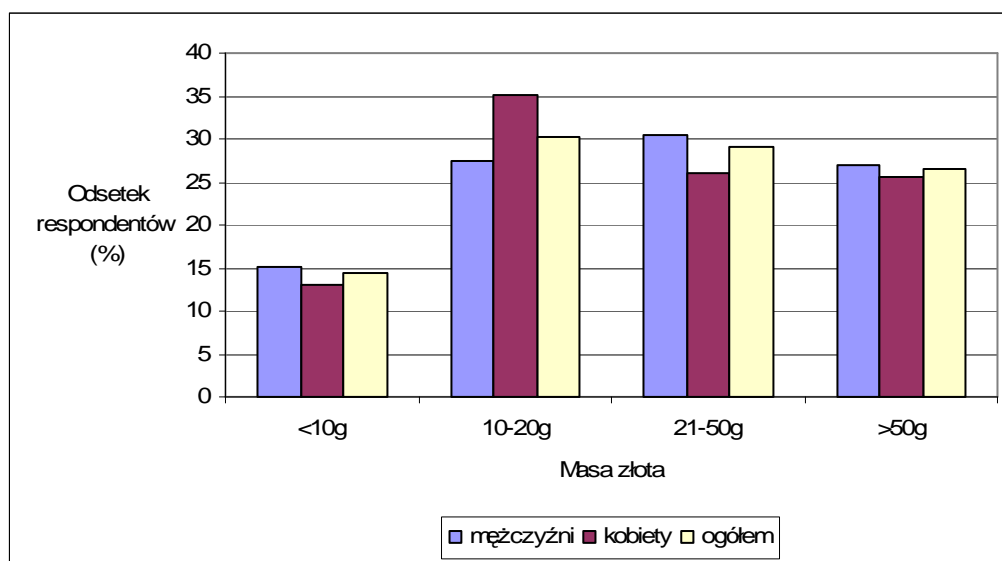
Cechy demograficzno- -społeczne respondentów	Masa sprzedanego złota (gramy)				
	ogółem	<10 g	10-20 g	21-50 g	>50 g
Ogółem	100,00	14,34	30,24	29,00	26,42
w odsetkach					
Płeć					
mężczyzna	100,00	15,04	27,52	30,56	26,88
kobieta	100,00	13,08	35,18	26,16	25,58
Wiek w latach					
18-25	100,00	33,33	20,29	24,64	21,74
26-45	100,00	14,93	40,00	20,80	24,27
46-60	100,00	7,64	13,95	43,19	35,22
61 i więcej	100,00	16,52	38,84	25,00	19,64
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	29,54	34,85	13,64	21,97
zawodowe	100,00	24,61	36,13	28,27	10,99
średnie	100,00	8,60	27,69	37,37	26,34
wyższe	100,00	7,66	27,37	25,55	39,42
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	100,00	10,18	30,55	28,00	31,27
emeryt, rencista	100,00	18,73	32,70	29,84	18,73
sektor prywatny*	100,00	10,40	30,40	18,40	40,80
sfera budżetowa	100,00	15,35	26,77	34,25	23,62
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	18,06	31,25	23,61	27,08
10.000-50.000	100,00	10,60	34,88	32,56	21,96
50.001-100.000	100,00	16,67	20,73	28,05	34,55
>100.000	100,00	16,15	32,29	27,08	24,48

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Odsetek mężczyzn, którzy sprzedali złoto o masie 21-50 gram wyniósł 30,56% oraz kobiet 26,16% i były to wskaźniki struktury zbliżone do wskaźnika struktury „ogółem” (29,00%). Dla masy sprzedaży 10-20 gram wskaźnik struktury dla kobiet był wyższy w porównaniu ze wskaźnikiem mężczyzn, odpowiednio 35,18% i 27,52%. Porównywalne wskaźniki w strukturze dotyczyły sprzedawców złota o masie ponad 50 gram; mężczyźni stanowili 26,88% i kobiety 25,58% (podobne także z „ogółem” w próbie 26,42%). W przedziale masy sprzedaży poniżej 10 gram stwierdzono, że wskaźniki struktury nie różniły się znacząco, odsetek mężczyzn bowiem wyniósł 15,04% i kobiet 13,08% – wykres 76.

Wykres 76. Sprzedaż złota według masy i płci respondentów

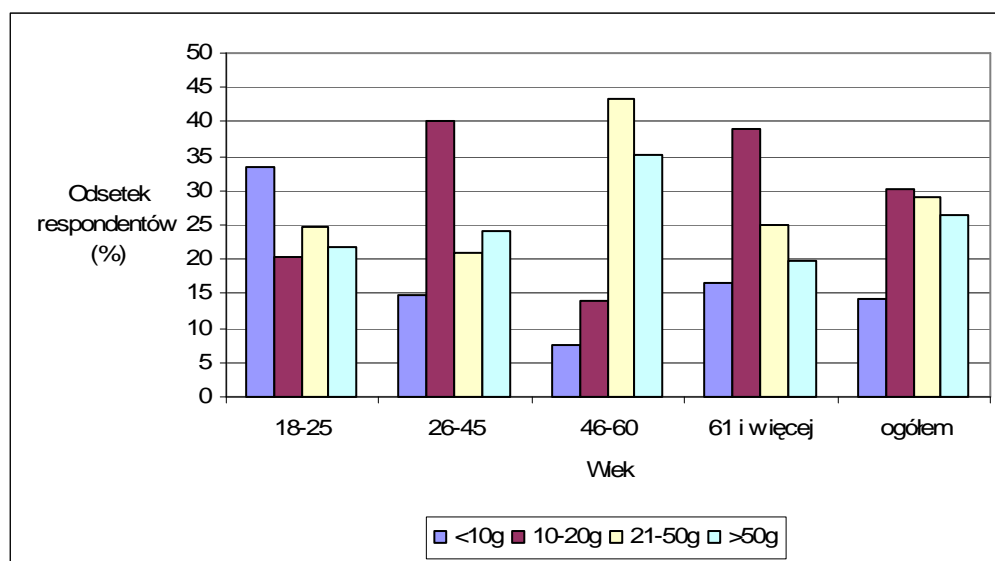


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 38.

Dokonaną sprzedaż złota przez gospodarstwa domowe odniesiono do wieku respondentów – **wykres 77**. Najwyższy udział w sprzedaży złota o masie ponad 50 gram miały osoby mające 46-60 lat (35,22%), a w najniższy w wieku ponad 61 lat (19,64%). Udział osób z wykształceniem zawodowym wyniósł 24,27% i osób z wykształceniem podstawowym 21,74%. W odniesieniu do masy sprzedaży 21-50 gram respondenci w wieku 46-60 lat byli grupą dominującą (43,19%) przed sprzedawcami w wieku 26-45 lat (20,80%). Sprzedawcy w wieku 18-15 lat i powyżej 61 roku życia tworzyli grupy o zbliżonych wskaźnikach w strukturze, odpowiednio 24,64% i 25,00%. W przypadku masy w przedziale 10-20 gram udział sprzedawców w wieku 26-45 lat był najwyższy, tj. 40,00%, natomiast najniższy – w wieku 46-60 lat, tj. 13,95%. W najniższym procencie sprzedaży złota do 10 gram dokonali respondenci w wieku 46-60 lat (7,64%). Natomiast w najwyższym – w wieku 18-25 lat (33,33%).

W świetle wykształcenia dominujący odsetek sprzedawców złota, o masie ponad 50 gram, dotyczył osób z wykształceniem wyższym 39,42% – **wykres 78**. Odsetek sprzedawców z wykształceniem średnim wyniósł 26,34%, z wykształceniem podstawowym 21,97% i z wykształceniem zawodowym 10,99%. W odniesieniu do sprzedaży o masie 21-50 gram najwyższy udział w sprzedaży miały osoby z wykształceniem średnim (37,37%), a następnie osoby z wykształceniem zawodowym (28,27%), z wykształceniem wyższym (25,55%) oraz z wykształceniem podstawowym (13,64%) – „ogółem” w próbie 29,00%.

Wykres 77. Sprzedaż złota według masy i wieku respondentów



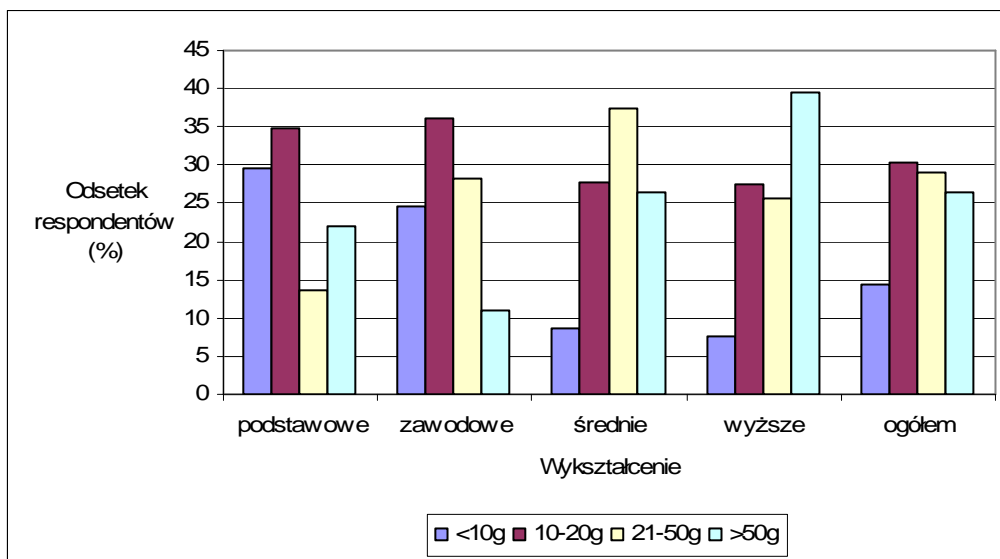
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 38.

Dominujący procent w strukturze, dla sprzedaży złota o masie 10-20 gram, stanowili respondenci mający wykształcenie zawodowe (36,13%) oraz podstawowe (34,85%). Zbliżony udział sprzedawców w zakresie tej masy dotyczył osób z wykształceniem średnim (27,69%) i wykształceniem wyższym (27,37%).

Zauważono, że w przypadku złota o masie sprzedaży poniżej 10,00 gram, najniższy udział odnotowano wśród respondentów z wykształceniem wyższym, którzy stanowili w badaniu 7,66%. W rosnącej wartości wskaźników struktury, byli to następnie sprzedawcy z wykształceniem średnim (8,60%), zawodowym (24,61%) oraz podstawowym (29,54%).

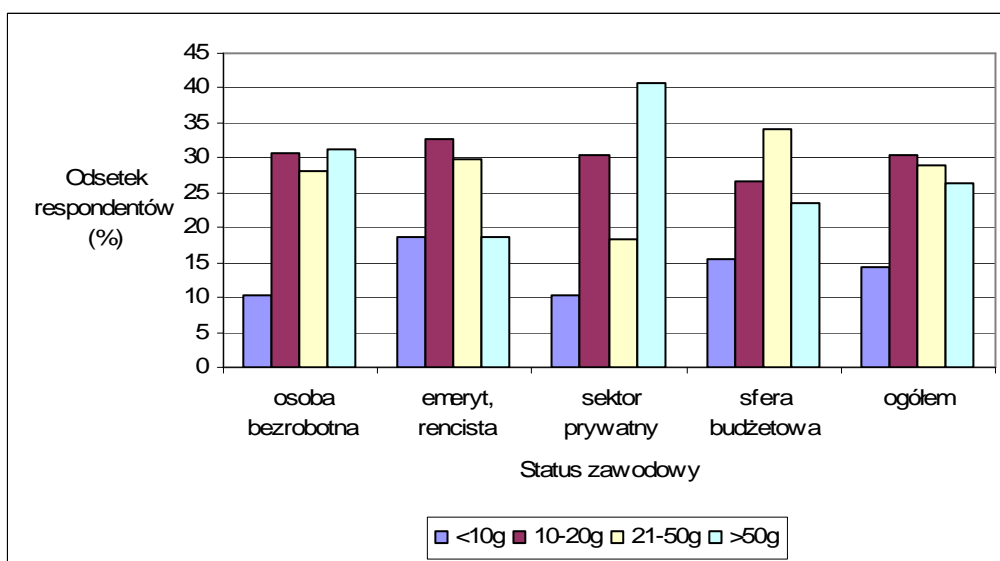
Wskazano, że status zawodowy respondentów umiarkowanie różnicował dokonaną sprzedaż złota – **wykres 79**. Reprezentujący sektor prywatny, którzy sprzedali złoto o masie ponad 50 gram, tworzyli zdecydowanie dominującą grupę (40,80%). Najwyższy natomiast odsetek sprzedawców złota o masie 21-50 gram stanowiły osoby reprezentujące sferę budżetową (32,25%), a dla masy sprzedaży 10-20 gram emeryci oraz renciści, których było 32,70% jak i 18,73% dla sprzedanego złota o masie mniejszej niż 10 gram.

Wykres 78. Sprzedaż złota według masy i wykształcenia respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 38.

Wykres 79. Sprzedaż złota według masy i statusu zawodowego respondentów

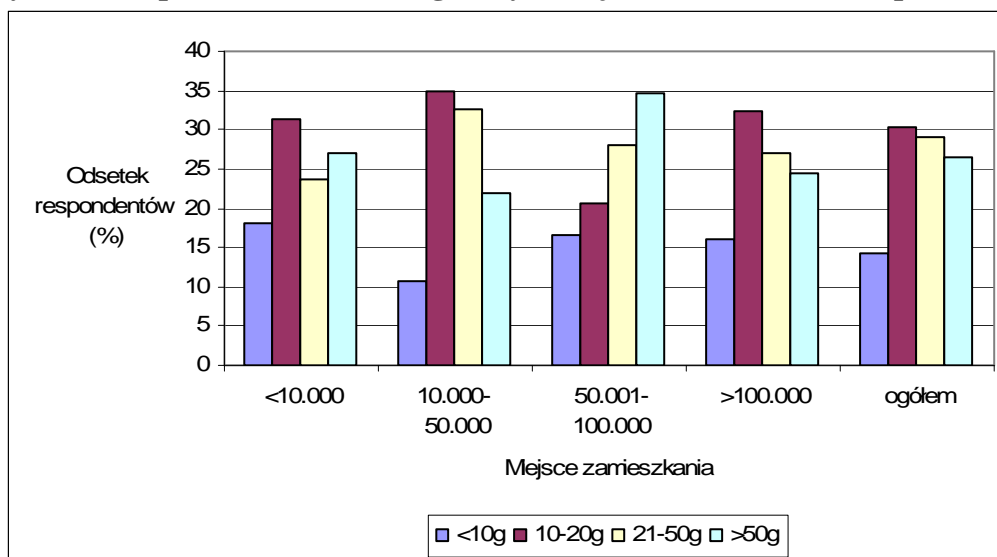


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 38.

Uwzględniając miejsce zamieszkania respondentów pod względem liczby mieszkańców zauważono, że zasadniczą grupę, która dokonała sprzedaży złota w ilości 10-20 gram oraz 21-50 gram, stanowili sprzedawcy zamieszkujący miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, odpowiednio 34,88% i 32,56% – **wykres 80**. Najwyższy z kolei odsetek sprzedawców, którzy sprzedali złoto o masie ponad 50 gram zamieszkiwał miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców – wskaźnik struktury 34,55% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 26,42%. Najwyższy udział sprzedawców (18,06%) w

sprzedaży złota na rynku wtórnym o masie do 10 gram zauważono wśród respondentów zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców.

Wykres 80. Sprzedaż złota według masy i miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 38.

W pracy zmierzano do uzyskania wiedzy na temat, w jakim stopniu czynniki demograficzno-społeczne różnicowały podejmowane przez konsumentów decyzje o sprzedaży złota na rynku wtórnym – **tabela 39**.

Tabela 39. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między sprzedażą złota a cechami demograficzno-społeczne respondentów

Cechy demograficzno-społeczne	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć	44,5647	1	0,0000	0,1701	0,7071	0,2406
Wiek	300,989	3	0,0000	0,4093	0,7866	0,5203
Wykształcenie	120,0412	3	0,0000	0,2725	0,7866	0,3464
Status zawodowy	380,0525	3	0,0000	0,4501	0,7866	0,5722
Miejsce zamieszkania	8,3534	3	0,0393	0,0745	0,7866	0,0947

Uwaga: dla poziomu istotności alfa=0,05 oraz dla 1 stopnia swobody wartość krytyczna $\chi^2_{\alpha}=3,841$, a dla 3 stopni swobody wartość krytyczna $\chi^2_{\alpha}=7,815$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Okazuje się, że wszystkie badane cechy demograficzno-społeczne miały wpływ na zachowania sprzedażowe konsumentów. W każdym przypadku były podstawy do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności zmiennych ($\chi^2_{\text{obliczone}} > \chi^2_{\text{krytyczna}}$ al-

fa). Jednakże siła tego wpływu według poszczególnych cech na sprzedaż złota była istotnie zróżnicowana.

Obliczone współczynniki kontyngencji wykazały, że wpływ na sprzedaż złota o „wysokiej” sile miały status zawodowy (Cskor=0,5722) i wiek (Cskor=0,5203) badanych. Wpływ o sile „przeciętnej” dotyczył wykształcenia (Cskor=0,3464) oraz o sile „słabej” płci (Cskor=0,2406). Miejsce zamieszkania – jak wykazała analiza statystyczna – miało „nikły” wpływ (Cskor=0,0947) na różnicowanie sprzedawców złota.

5.2. Zamiar sprzedaży złota i masa

Z ogólnej liczby badanych gospodarstw domowych niemal 43% okazało zamiar sprzedaży złota w najbliższej przyszłości. Na potrzeby pracy nazwano ich „przyszłymi sprzedawcami”. Przeciwnego zdania było ponad 31%, a ponad 26% stanowiły gospodarstwa, których przedstawiciele nie mieli na ten temat zdania – **tabela 40, wykres 81.**

W przypadku mężczyzn oraz kobiet zamierzających sprzedać złoto, zauważono zbliżone wskaźniki w strukturze; mężczyźni stanowili 41,45% i kobiety 45,12%. Zamiaru tego nie okazało natomiast 35,36% mężczyzn oraz 24,00% kobiet. Mężczyźni, którzy nie określili swoich preferencji stanowili 23,19%, natomiast kobiety 30,88% – **wykres 82.**

Wyróżniającą się grupą przyszłych sprzedawców złota według wieku okazali się respondenci mający 46-60 lat i stanowiący 59,88% w stosunku do „ogółem” w próbie 42,98%. Odsetek sprzedawców w wieku 18-25 lat wyniósł 38,52%, w wieku 26-45 lat 38,20% i w wieku powyżej 61 roku życia 37,65% – **wykres 83.**

Dominujący odsetek respondentów niezamierzających dokonać sprzedaży złota stanowiły osoby powyżej 61 roku życia (35,19%). Następnie były to osoby w wieku 26-45 lat (33,51%), w wieku 46-60 lat (27,84%) oraz w wieku 18-25 lat (22,97%) – udział „ogółem” 30,62%.

Własnego zdania na temat przyszłej sprzedaży złota nie miało 38,51% respondentów w wieku 18-25 lat oraz 28,29% w wieku 26-45 lat. Najniższy odsetek – w ramach tej grupy – dotyczył badanych w subgrupie 46-60 lat (12,28%) oraz powyżej 61 roku życia, tj. 27,16%.

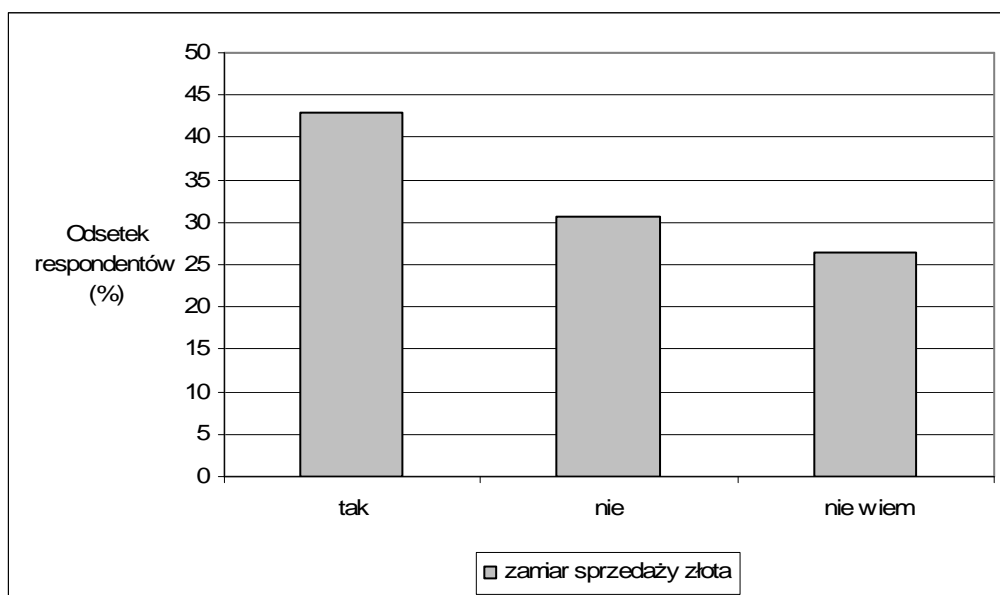
Tabela 40. Gospodarstwa domowe według zamiaru sprzedaży złota i cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Zamiar sprzedaży złota			
	ogółem	tak	nie	nie wiem
	w odsetkach			
Ogółem	100,00	42,98	30,62	26,40
Płeć				
mężczyzna	100,00	41,45	35,36	23,19
kobieta	100,00	45,12	24,00	30,88
Wiek w latach				
18-25	100,00	38,52	22,97	38,51
26-45	100,00	38,20	33,51	28,29
46-60	100,00	59,88	27,84	12,28
61 i więcej	100,00	37,65	35,19	27,16
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	34,08	24,58	41,34
zawodowe	100,00	54,67	22,84	22,49
średnie	100,00	34,60	35,44	29,96
wyższe	100,00	56,15	30,28	13,57
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	21,79	42,50	35,71
emeryt, rencista	100,00	59,91	24,76	15,33
sektor prywatny*	100,00	33,17	32,70	34,13
sfera budżetowa	100,00	50,67	26,00	23,33
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	39,73	35,27	25,00
10.000-50.000	100,00	33,16	29,49	37,75
50.001-100.000	100,00	58,65	22,16	19,19
>100.000	100,00	44,68	38,91	16,41

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

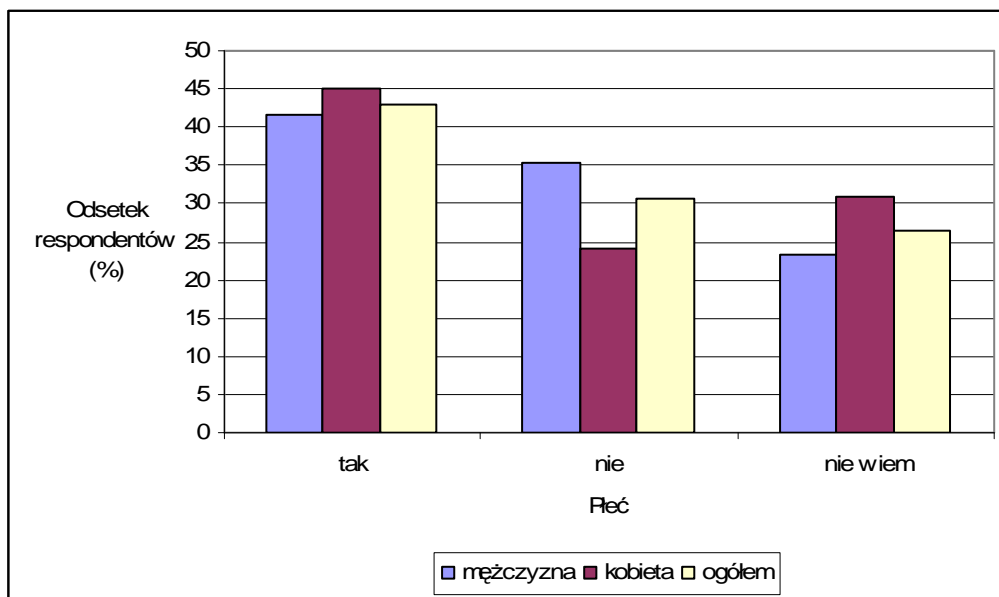
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 81. Gospodarstwa domowe według zamiaru sprzedaży złota



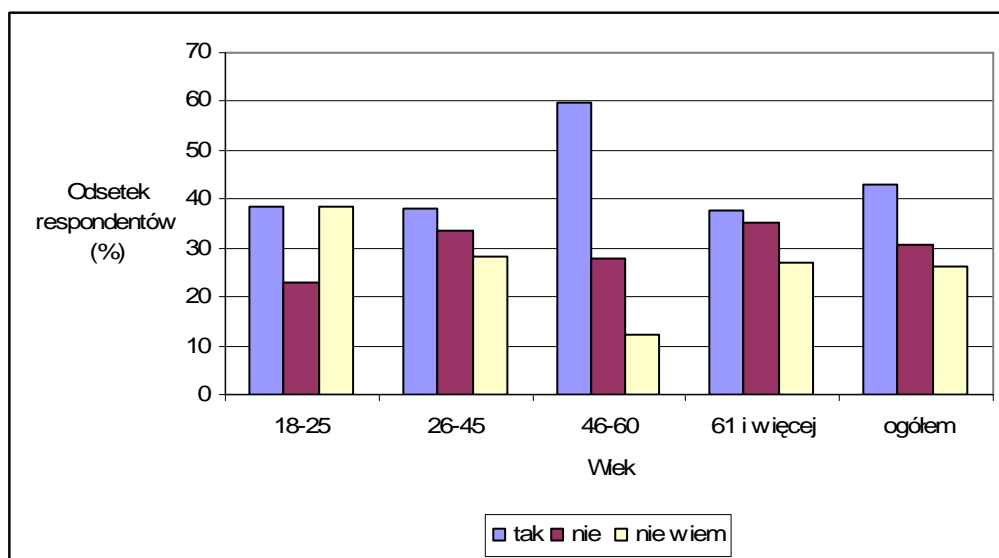
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 40.

Wykres 82. Zamiar sprzedaży złota według płci respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 40.

Wykres 83. Zamiar sprzedaży złota według wieku respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 40.

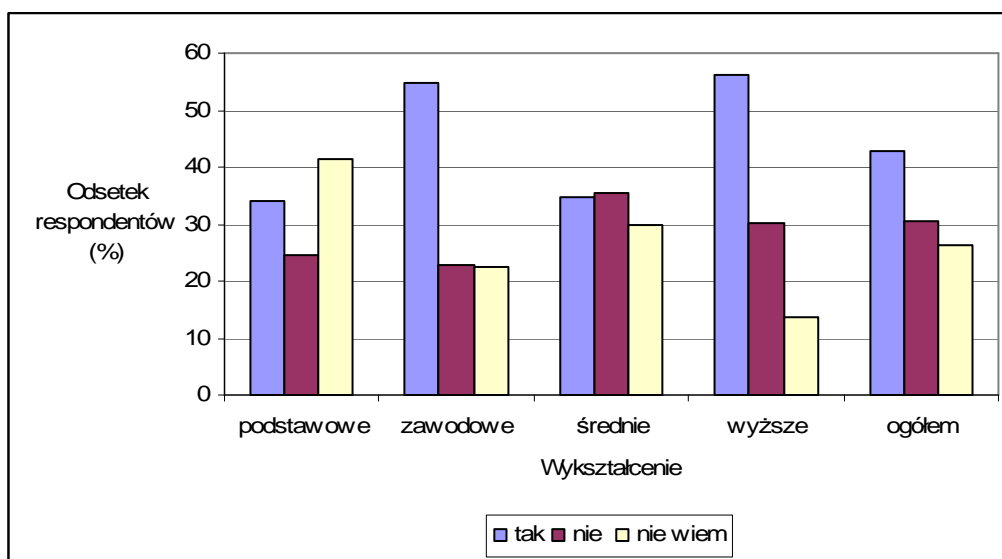
Według wykształcenia dominowali sprzedawcy w subgrupie z wykształceniem wyższym przy odsetku 56,15% i z wykształceniem zawodowym (54,67%). Przyszłych sprzedawców z wykształceniem średnim było 34,60% oraz z wykształceniem podstawowym 34,08% – **wykres 84**.

Wskaźnik struktury dla respondentów z wykształceniem średnim, którzy w ramach wspólnego gospodarstwa domowego nie zamierzali dokonać sprzedaży złota wy-

niósł 35,44% oraz dla osób z wykształceniem wyższym 30,28%. Respondenci mający wykształcenie podstawowe stanowili 24,58% i zawodowe 22,84%.

Zdania na temat przyszłej sprzedaży rodzinnego złota nie miało w najwyższym procencie 41,34% respondentów z wykształceniem podstawowym oraz – na znacznie niższym poziomie – z wykształceniem wyższym, tj. 13,57%. Respondenci z wykształceniem średnim stanowili 29,96% i wykształceniem zawodowym 22,49%.

Wykres 84. Zamiar sprzedaży złota według wykształcenia respondentów

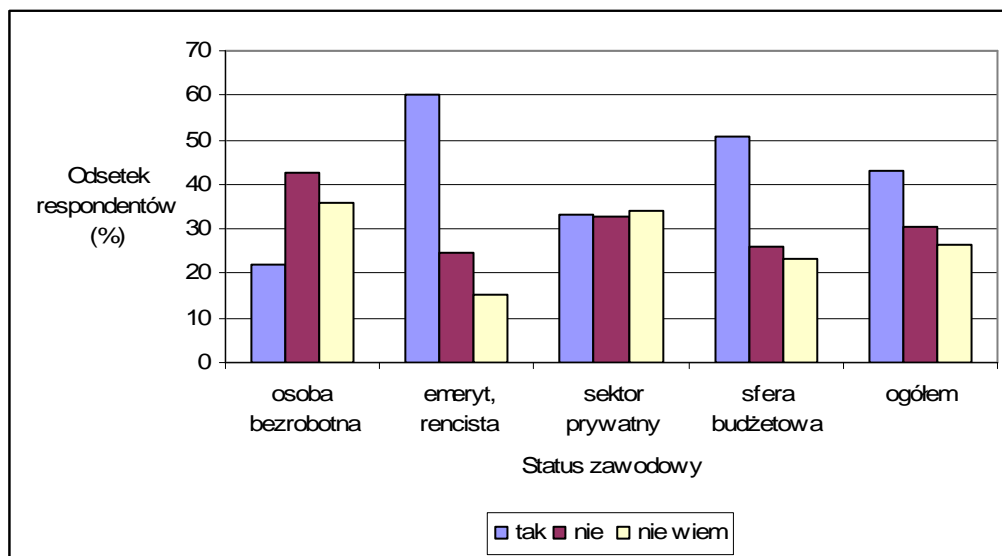


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 40.

W świetle statusu zawodowego dominujący odsetek przyszłych sprzedawców tworzyli emeryci i renciści, tj. 59,91%. Z różnicą ponad 9 pkt proc. drugą w tym względzie grupą byli reprezentanci sfery budżetowej (50,67%) oraz z różnicą niemal 27 pkt przedstawiciele sektora prywatnego, tj. 33,17% – **wykres 85**. Odsetek osób bezrobotnych był najniższy, tj. 21,79% – „ogółem” w badanej zbiorowości 42,98%. Zamiaru sprzedaży nie miało 42,50% respondentów ze statusem osoby bezrobotnej, 32,70% przedstawicieli sektora prywatnego i 26,00% ze sfery budżetowej. Najniższy wskaźnik w strukturze dotyczył emerytów i rencistów, który wyniósł 24,76%.

Wyniki badania wykazały, że tylko 15,33% emerytów i rencistów nie miało zdania o ewentualnym zamiarze sprzedaży złota, natomiast osoby bezrobotne stanowiły w tym względzie grupę o dominującym wskaźniku w strukturze, tj. 35,71% – z porównywalnym wśród osób z sektora prywatnego, tj. 34,13%. Najniższy w zakresie tej oceny odsetek (23,33%) dotyczył przedstawicieli sfery budżetowej.

Wykres 85. Zamiar sprzedaży złota według statusu zawodowego respondentów



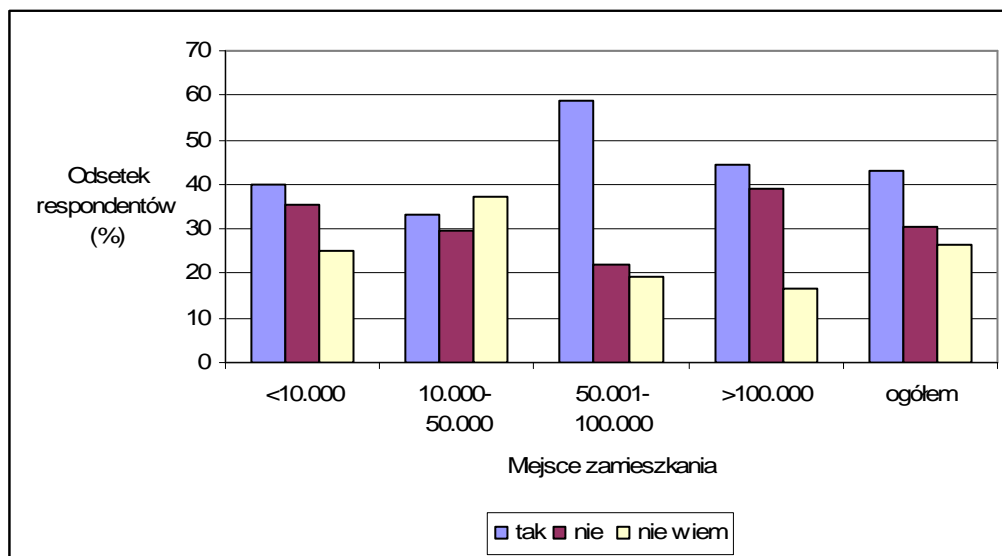
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 40.

W świetle miejsca zamieszkania główny procent respondentów planujących sprzedaż złota zamieszkiwał miasta o liczbie powyżej 50-100 tys. mieszkańców (58,65%) i „ogółem” w badanej zbiorowości 42,98% – **wykres 86**. Najniższy dotyczył respondentów z miast 10-50 tys. i wyniósł 33,16%. Przyszli sprzedawcy z miast o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców stanowili 44,68% i z miejscowości poniżej 10 tys. – 39,73%.

Zamiaru sprzedaży złota nie okazali, wobec „ogółem” w badanej zbiorowości 30,62%, w najwyższym procencie respondenci zamieszkali miejscowości poniżej 10 tys. (35,27%) oraz miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (38,91%). Respondenci z miast 10-50 tys. stanowili 29,49% oraz z miast 50-100 tys. mieszkańców 22,16%.

Własnego zdania o przyszłej sprzedaży własnego złota na rynku wtórnym nie miało 37,75% respondentów z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców i z miejscowości poniżej liczby 10 tys. mieszkańców, tj. 25,00%. Respondenci z miast 50-100 tys. mieszkańców stanowili 19,19%, natomiast z miast powyżej 100 tys. 16,41% – „ogółem” w badanej zbiorowości 26,40%.

Wykres 86. Zamiar sprzedaży złota według miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 40.

Otrzymane wyniki badania – zgodnie z kategoryzacją zawartą w pytaniu nr 6 ankiety, tj. „mniej, niż 10 gram”, „10-20 gram”, „21-50 gram” oraz „więcej, aniżeli 50 gram” – pozwoliły na określenie przyszłej, zaplanowanej przez respondentów, masy sprzedaży złota – **tabela 41**. Najwyższy odsetek sprzedawców (32,81%) dotyczył przyszłej sprzedaży złota o masie 10-20 gram. Respondenci, którzy zaplanowali sprzedaż złota o masie 21-50 gram stanowili 29,24% i masy „więcej, aniżeli 50 gram” 22,24%. Najniższy odsetek, tj. 15,71% tworzyli sprzedawcy dla przyszłej masy sprzedaży „mniej, niż 10 gram”.

Uwzględniając płeć respondentów stwierdzono, że sprzedaż złota o masie 11-20 gram zaplanowali w najwyższym procencie mężczyźni, których było 34,90% oraz 15,51% dla sprzedaży złota o masie „mniej, niż 10 gram”. Sprzedaż w ilości „21-50 gram” zadeklarowało 27,98% mężczyzn i 21,61% z nich dla masy „więcej, aniżeli 50 gram” – **wykres 87**. Wśród kobiet zróżnicowanie było mniejsze; odsetki dla planujących sprzedaż złota o masie 10-20 gram oraz 21-50 gram były niemal identyczne, odpowiednio 30,14% i 30,85%. Udział kobiet, które nie miały zamiaru dokonać sprzedaży złota o masie „mniej, niż 10 gram”, wyniósł 15,96%, a dla masy „więcej, aniżeli 50 gram” 23,05%.

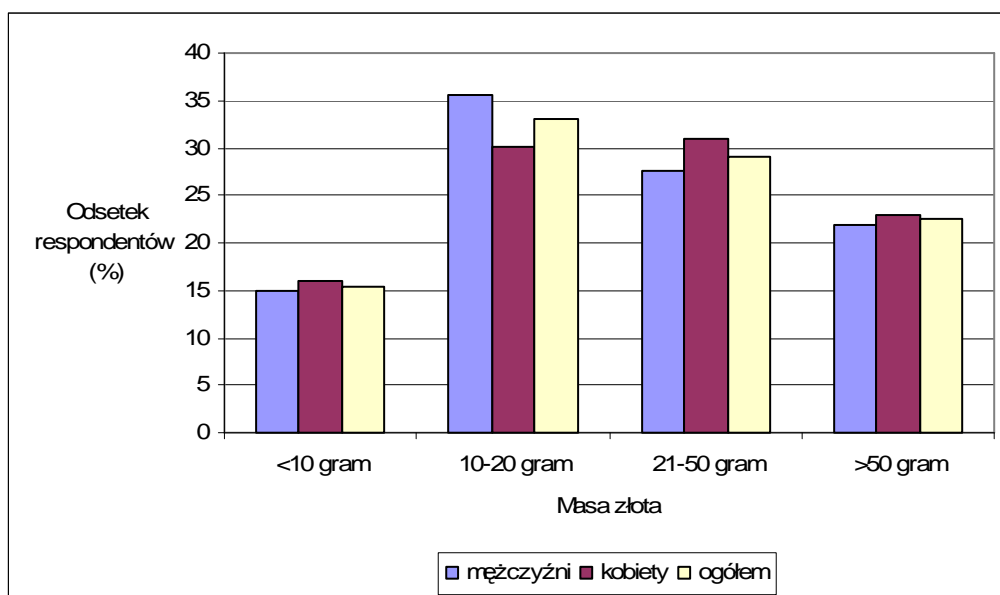
Tabela 41. Gospodarstwa domowe według planowanej masy sprzedaży złota oraz cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Planowana masa sprzedaży złota				
	ogółem	<10 g	10-20 g	21-50 g	>50 g
	w odsetkach				
Ogółem	100,00	15,71	32,81	29,24	22,24
Płeć					
mężczyzna	100,00	15,51	34,90	27,98	21,61
kobieta	100,00	15,96	30,14	30,85	23,05
Wiek w latach					
18-25	100,00	24,77	33,03	28,44	13,76
26-45	100,00	14,62	31,61	27,83	25,94
46-60	100,00	11,50	31,00	33,00	24,50
61 i więcej	100,00	16,39	37,71	26,23	19,67
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	18,03	22,95	34,43	24,59
zawodowe	100,00	11,39	41,14	29,12	18,35
średnie	100,00	16,66	31,71	31,71	19,92
wyższe	100,00	17,41	30,34	24,16	28,09
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	100,00	19,67	27,87	27,87	24,59
emeryt, rencista	100,00	12,99	33,46	27,17	26,38
sektor prywatny*	100,00	17,99	33,09	33,09	15,83
sfera budżetowa	100,00	16,40	33,33	29,63	20,64
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	17,98	33,71	26,96	21,35
10.000-50.000	100,00	22,10	30,53	28,95	18,42
50.001-100.000	100,00	11,98	35,02	28,57	24,43
>100.000	100,00	11,57	37,97	31,97	24,49

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 87. Przyszli sprzedawcy masy złota według płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 41.

W subgrupie osób w wieku 18-25 lat dominujący odsetek, tj. 33,03% w stosunku do „ogółem” w próbie 32,81%, dotyczył respondentów planujących sprzedaż złota według masy „10-20 gram”, a najniższy, tj. 13,76% według sprzedaży złota „więcej, aniżeli 50 gram”. Przy różnicy niemal 1 pkt proc. (udział „ogółem” 29,24%) dla masy sprzedaży „21-50 gram”, przyszłymi sprzedawcami złota okazało się 28,44%. Odsetek respondentów dla masy „mniej, aniżeli 10 gram” wyniósł 24,77% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 15,71% – **wykres 88**.

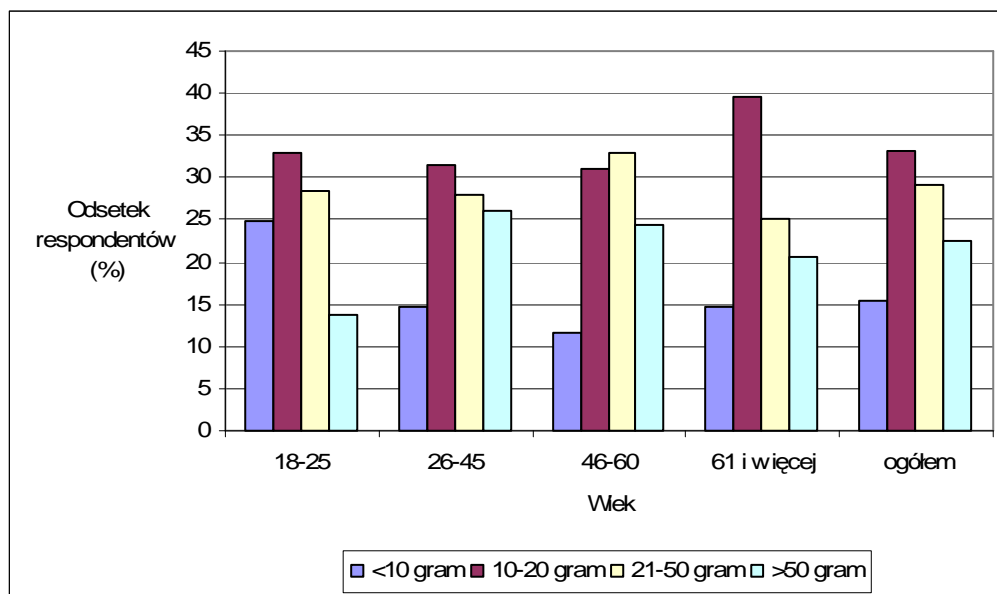
W subgrupie respondentów w wieku 26-45 lat przeważający odsetek (31,61%) stanowili planujący sprzedaż złota o masie „10-20 gram” – „ogółem” w próbie 32,81%. Byli w niej także planujący sprzedaż złota o masie „21-50 gram”, tj. 27,83% – „ogółem” 29,24%, 25,94% dla ilości „więcej, aniżeli 50 gram” – „ogółem” 22,24% oraz 14,62% dla „mniej, niż 10 gram” – „ogółem” w próbie 15,71%.

Wśród przyszłych sprzedawców złota w wieku 46-60 lat zauważono niewielkie zróżnicowanie w zaistniałej strukturze; przy odsetku 33,00% i „ogółem” w próbie 29,24% dominowały osoby zamierzające sprzedać złoto o masie „21-50 gram”, natomiast dla masy sprzedaży „10-20 gram” ich odsetek wyniósł 31,00% w stosunku do udziału „ogółem” 32,81%. Dla ilości „więcej, aniżeli 50 gram” stanowili 24,50% – udział „ogółem” 22,64%. Najniższy odsetek (11,50% przy udziale „ogółem” 15,71%) dotyczył respondentów, którzy zaplanowali sprzedaż złota o masie „mniej, aniżeli 10 gram”.

W subgrupie w wieku „61 lat i więcej” dominujący odsetek respondentów (37,71%) dotyczył zamiaru sprzedaży złota o masie „10-20 gram” i był to wskaźnik niemal 5 pkt proc. wyższy od wskaźnika struktury „ogółem” (32,81%). Deklarację sprzedaży o masie „21-50 gram” złożyło 26,23% respondentów, a dla masy „więcej, aniżeli 50 gram” 19,67%. Najniższy odsetek (16,39%) w tej grupie wieku tyczył się przyszłych sprzedawców złota w ilości „mniej, aniżeli 10 gram”.

Zauważono, że wykształcenie respondentów znacząco nie różnicowało respondentów według decyzji związanych z przyszłą sprzedażą złota – **wykres 89**. W świetle tego kryterium najwyższy odsetek (34,43%) planujących sprzedaż masy „21-50 gram” stanowili badani z wykształceniem podstawowym, natomiast najniższy (18,03%) planujący dokonać sprzedaży „mniej, niż 10 gram”. Dla masy „więcej, aniżeli 50 gram” tworzyli 24,59%, a dla masy „10-20 gram” 22,95%.

Wykres 88. Przyszli sprzedawcy masy złota według wieku



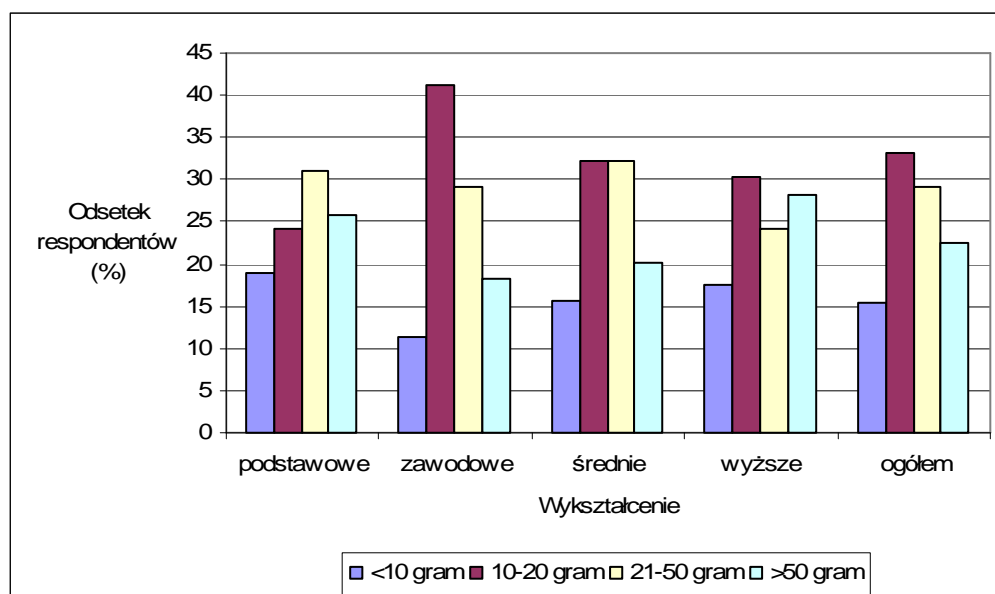
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 41.

W stosunku do „ogółem” w próbie 32,81% z własną ofertą sprzedaży złota o masie „10-20 gram”, w subgrupie osób z wykształceniem zawodowym, zamierzało wystąpić 41,14% ankietowanych. Zbliżony wskaźnik w strukturze do wskaźnika struktury „ogółem”, tj. 29,84% stanowili sprzedawcy złota „21-50 gram”, których było 29,12%. W przypadku sprzedaży „więcej, aniżeli 50 gram” odsetek przyszłych uczestników rynku złota wyniósł 18,35% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 22,24%, a „mniej, niż 10 gram” 11,39% – „ogółem” w próbie 15,71%.

W subgrupie przyszłych sprzedawców mających wykształcenie średnie odsetek osób według planowanej sprzedaży złota o masie „10-20 gram” oraz „21-50 gram” okazał się identyczny, tj. po 31,71% w stosunku do nieco zróżnicowanych wskaźników „ogółem” w próbie, odpowiednio 32,81% oraz 29,24%. W subgrupie tej 19,92% stanowili przyszli sprzedawcy złota dla „więcej, aniżeli 50 gram” – wskaźnik struktury „ogółem” 22,24% i 16,66% dla masy sprzedaży „mniej, niż 10 gram” – „ogółem” 15,71%.

Stwierdzono, że dominującą grupę (30,34%) przyszłych sprzedawców złota (udział „ogółem” 32,81%) dla przyszłej masy sprzedaży „10-20 gram” tworzyli respondenci z wykształceniem wyższym. Najniższy wśród nich odsetek, tj. 17,41% (udział „ogółem” 15,71%) przeznaczył do sprzedaży „mniej, niż 10 gram”. Osoby z tym wykształceniem zaplanowały także sprzedaż złota w ilościach „więcej, aniżeli 50 gram” stanowiąc 28,09% (udział „ogółem” 22,24%) oraz w ilościach „21-50 gram” – „ogółem” 29,24%.

Wykres 89. Przyszli sprzedawcy masy złota według wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 41.

Badanie wykazało, że status zawodowy nie różnicował w szczególny sposób przyszłych sprzedawców złota – **wykres 90**. W zakresie planowanej sprzedaży masy „10-20 gram” i „21-50 gram”, w subgrupie „osoba bezrobotna”, odsetek sprzedawców był identyczny, tj. po 27,87% w stosunku do wskaźników struktury „ogółem”, odpowiednio 32,81% i 29,24%. Najniższy odsetek, tj. 19,67% (udział „ogółem” 15,71%) dotyczył przyszłych sprzedawców złota o masie „mniej, niż 10 gram”, natomiast o masie „więcej, aniżeli 50 gram” wyniósł 24,59% – „ogółem” w próbie 22,24%.

Główny odsetek w zakresie przyszłej masy sprzedaży złota „10-20 gram” stanowili emeryci i renciści (33,46%, udział „ogółem” 32,81%). Dla sprzedaży złota „21-50 gram” stanowili 27,17% i 26,38% dla „więcej, aniżeli 50 gram”. Dla ilości najmniejszych, czyli „mniej, niż 10 gram” odsetek sprzedawców w subgrupie tej wyniósł 12,99% w stosunku do 15,71% „ogółem” w badanej zbiorowości.

Również w subgrupie tej udział w przyszłej sprzedaży złota w zakresie masy „10-20 gram” oraz „21-50 gram” (udział „ogółem” odpowiednio 32,81% i 29,24%) okazał się jednakowy, czyli po 33,09%. Dla masy sprzedaży „mniej, niż 10 gram” renciści i emeryci stanowili 17,99% („ogółem” w próbie 15,71%) oraz dla przyszłej sprzedaży w ilościach „więcej, aniżeli 50 gram” 15,83% – udział „ogółem” 22,24%.

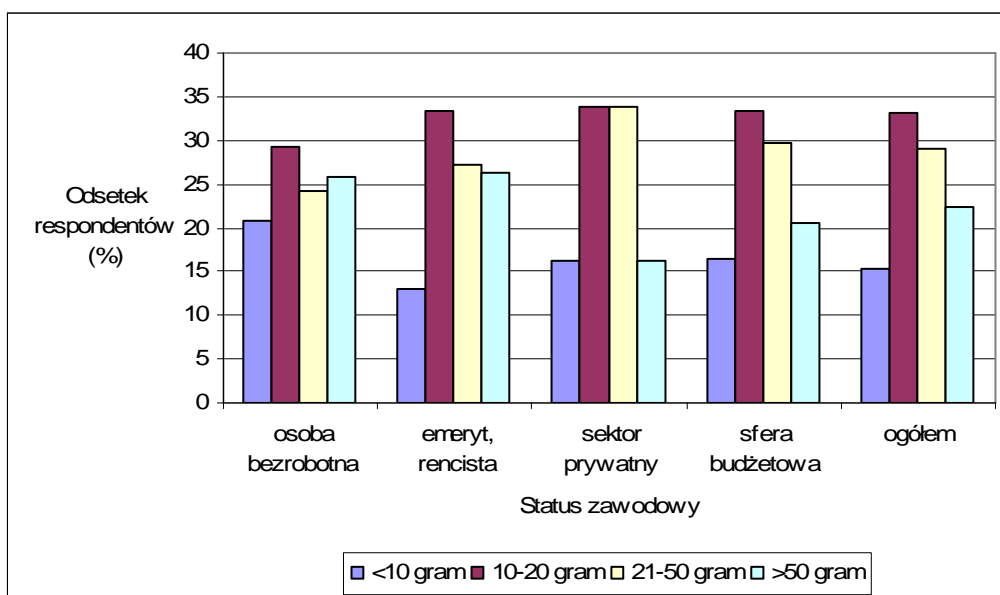
Zauważono, że w przypadku sprzedawców reprezentujących sferę budżetową dominujący odsetek (33,33% i udziale „ogółem” 32,81%) stanowiły osoby, które zamierzały sprzedać złoto na rynku wtórnym w ilościach „10-20 gram”, natomiast najniż-

szy (16,40%) dla sprzedaży „mniej, niż 10 gram”, udział „ogółem” 15,71%. Masę złota „21-50 gram” zamierzało przeznaczyć do sprzedaży w obszarze rynku wtórnego 29,63% respondentów („ogółem” w próbie 29,24%), natomiast „więcej, aniżeli 50 gram” 20,64% („ogółem” 22,24%).

W subgrupie przyszłych sprzedawców, według miejsca zamieszkania, dominowały osoby z miejscowości o liczbie mieszkańców „mniej, niż 10 tys.” zamierzające sprzedaż złota w ilościach „10-20 gram” i stanowiące 33,71% (wskaźnik struktury „ogółem” 32,81%) – **wykres 91**. Najniższy wskaźnik w badanej strukturze, tj. 17,98% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 15,71%, stanowili deklarujący sprzedaż złota w ilościach „mniej, niż 10 gram”. Dla masy sprzedaży „21-50gram” mieszkańcy tych miejscowości tworzyli 26,96% („ogółem” 29,24%) i dla masy „więcej, aniżeli 50 gram” 21,35% („ogółem” w badanej zbiorowości 22,24%).

W subgrupie zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców dominujący odsetek (30,53%) tyczył się przyszłych sprzedawców z planowaną sprzedażą masy złota „10-20 gram” (udział „ogółem” 32,81%), a najniższy 18,42% („ogółem” 22,24%) dla ilości „więcej, aniżeli 50 gram”. W odniesieniu do sprzedaży „21-50 gram” sprzedawcy ci stanowili 28,95% („ogółem” w próbie 29,24%), natomiast w przypadku masy „mniej, niż 10 gram” 22,10% – udział „ogółem” 15,71%.

Wykres 90. Przyszli sprzedawcy masy złota według statusu zawodowego

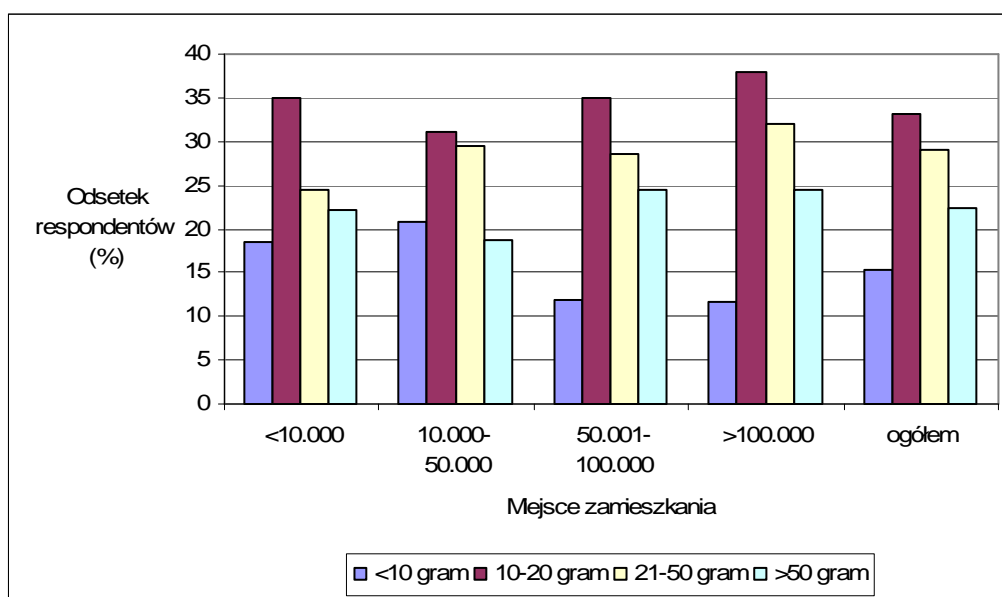


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 41.

Główne odsetki przyszłych sprzedawców dla masy „10-20 gram” i „21-50 gram” stanowili respondenci zamieszkujący miasta 50-100 tys. mieszkańców (35,02%, udział „ogółem” 32,81%) i (28,57%, udział „ogółem” 29,24%). Najniższy odsetek (11,98%, „ogółem” 15,71%) dotyczył badanych w zakresie sprzedaży złota o masie „mniej, niż 10 gram”. Sprzedaż o masie „więcej, aniżeli 50 gram” zadeklarowały z tych miast osoby w 24,43% – „ogółem” w próbie 22,24%.

Zauważono również, że w subgrupie przyszłych sprzedawców złota z miast powyżej 100 tys. mieszkańców dominowali respondenci planujący sprzedaż w ilościach „10-20 gram” przy odsetku 37,97% i „ogółem” w badanej zbiorowości 32,81%. Najniższy odsetek tyczył się sprzedawców, którzy zamierzali sprzedać złoto w ilościach „mniej, niż 10 gram” i stanowili 11,57% („ogółem” 15,71%). Złoto o masie „21-50 gram” planowali sprzedać mieszkańcy tych miast w 31,97% („ogółem” w badanej zbiorowości 29,24%), a „więcej, aniżeli 50 gram” w 24,49% („ogółem” 22,24%).

Wykres 91. Przyszli sprzedawcy masy złota według miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 41.

W pracy starano się ustalić ewentualny wpływ cech demograficzno-społecznych respondentów na okazany przez nich w badaniu zamiar zakupu złota w najbliższej przyszłości. Uzyskane rezultaty statystyczne wykazały, że istniała zależność między zamiarem zakupu złota a poszczególnymi cechami – **tabela 42**. We wszystkich subgrupach wartości statystyki chi-kwadrat były większe od wartości krytycznych chi-kwadrat alfa,

co dało podstawę – na poziomie istotności $\alpha < 0,05$ – do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności zmiennych.

Tabela 42. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem sprzedaży złota a cechami demograficzno-społecznymi respondentów

Cechy demograficzno-społeczne	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć	24,6319	2	0,0000	0,1273	0,76180	0,1671
Wiek	80,3646	6	0,0000	0,2258	0,84125	0,2684
Wykształcenie	90,1619	6	0,0000	0,2384	0,84125	0,2834
Status zawodowy	132,5645	6	0,0000	0,2853	0,84125	0,3391
Miejsce zamieszkania	98,4927	6	0,0000	0,2485	0,84125	0,2954

Uwaga: dla poziomu istotności $\alpha = 0,05$ oraz dla $df = 2$ stopni swobody wartość krytyczna $\chi^2_{\alpha} = 5,991$, a dla $df = 6$ stopni swobody wartość krytyczna $\chi^2_{\alpha} = 12,592$.

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Otrzymane współczynniki kontyngencji pozwoliły na stwierdzenie, że siła istniejącej zależności była umiarkowanie zróżnicowana. „Słaby” i w tym przedziale oceny zróżnicowany wpływ na zamiar zakupu złota wystąpił w subgroupach według płci (Cskor=0,1671), wieku (Cskor=0,2684), wykształcenia (Cskor=0,2834) i miejsca zamieszkania (Cskor=0,2954). Natomiast wpływ na poziomie „przeciętnym” (Cskor=0,3391) miał miejsce w subgrupie respondentów według statusu zawodowego.

Dążono również do uzyskania odpowiedzi na pytanie, czy cechy demograficzno-społeczne respondentów miały wpływ i o jakiej sile na zamiar sprzedaży złota według masy, którą skategoryzowano w czterech wariantach. Okazało się, że na poziomie istotności $\alpha = 0,05$ brak było podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności planowanej sprzedaży złota według jego masy i poszczególnych cech demograficzno-społecznych badanych – **tabela 43**.

We wszystkich subgroupach obliczone wartości testu chi-kwadrat były mniejsze od wartości krytycznych (odczytanych z tablic) chi-kwadrat α , co pozwoliło na stwierdzenie, że płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i miejsce zamieszkania respondentów nie miały wpływu na decyzje dotyczące zamierzonej sprzedaży złota według jego masy.

Tabel 43. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem sprzedaży złota według masy a cechami demograficzno-społecznymi respondentów

Cechy demograficzno-społeczne	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć	1,7089	3	0,6349	0,0515	0,7866	0,0655
Wiek	16,5004	9	0,0572	0,1582	0,8660	0,1827
Wykształcenie	15,3340	9	0,0822	0,1526	0,8660	0,1762
Status zawodowy	8,8514	9	0,4511	0,1165	0,8660	0,1345
Miejsce zamieszkania	12,0956	9	0,2080	0,1359	0,8660	0,1569

Uwaga: dla poziomu istotności alfa=0,05 oraz dla df=3 stopni swobody wartość krytyczna chi2alfa=7,8147, a dla df=9 stopni swobody wartość krytyczna chi2alfa=16,919.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

5.3. Czynniki sprzedaży złota

5.3.1. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa na tle dokonanej sprzedaży

W rozdziale niniejszym zmierzano do weryfikacji tezy, iż głównym powodem wyprzedży złota mogły być niekorzystne warunki materialne panujące w gospodarstwach domowych. Do warunków tych, zgodnie z kierunkiem podjętego badania, zaliczono sytuację ekonomiczną oraz wystarczalność dochodów.

Na podstawie otrzymanych wyników badania zaobserwowano, że spośród wszystkich sprzedawców złota ponad 63% z nich oceniło sytuację ekonomiczną wspólnego gospodarstwa domowego za uległą pogorszeniu. Niemal 16% stwierdziło, że uległa poprawie, natomiast zmian w jej poziomie nie zauważyło niemal 21% – **tabela 44**.

Stosownie do płci 19,20% mężczyzn uznało ją za lepszą, natomiast kobiety stanowiły 9,88% – udział „ogółem” 15,89%. Warunki materialne ocenione za gorsze mężczyźni ocenili w 67,52% i kobiety w 55,52% („ogółem” 63,26%). Natomiast odsetek mężczyzn, którzy nie dostrzegli żadnych zmian bytowych we wspólnych gospodarstwach domowych wyniósł 13,28%, natomiast kobiet 34,60% („ogółem” w badanej zbiorowości 20,85%) – **wykres 92**.

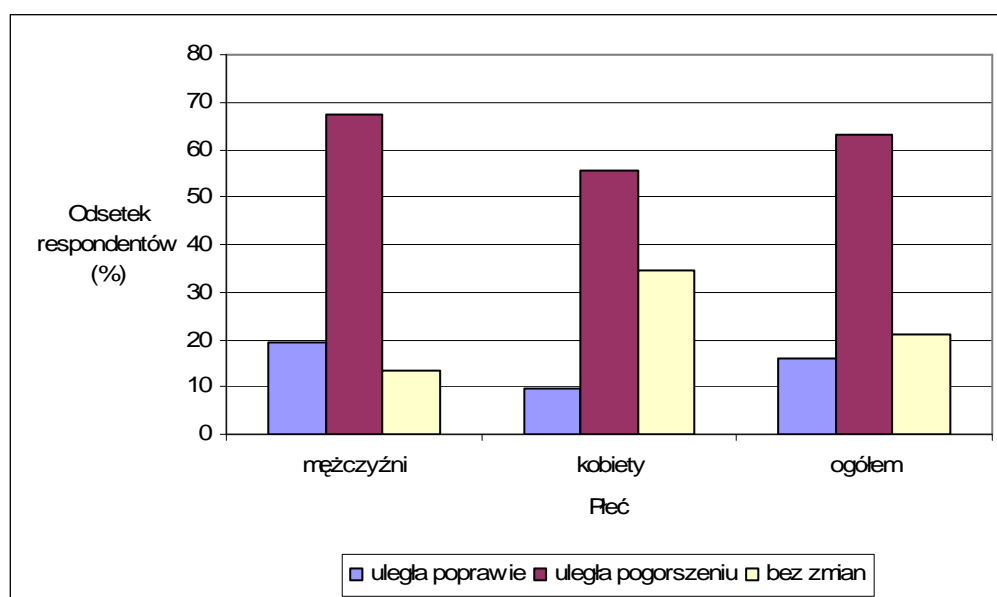
Tabela 44. Sprzedawcy złota na rynku wtórnym według oceny sytuacji ekonomicznej i cech demograficzno-społecznych

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Sprzedawcy złota	Ocena sytuacji ekonomicznej		
		uległa poprawie	uległa pogorszeniu	bez zmian
		w odsetkach		
Ogółem	100,00	15,89	63,26	20,85
Płeć				
mężczyzna	100,00	19,20	67,52	13,28
kobieta	100,00	9,88	55,52	34,60
Wiek w latach				
18-25	100,00	15,94	60,87	23,19
26-45	100,00	9,33	70,67	20,00
46-60	100,00	20,26	57,81	21,93
61 i więcej	100,00	20,98	58,93	20,09
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	10,61	59,09	30,30
zawodowe	100,00	6,28	88,48	5,24
średnie	100,00	9,14	60,48	30,38
wyższe	100,00	34,31	51,46	14,23
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	3,27	77,09	19,64
emeryt, rencista	100,00	14,28	65,40	20,32
sektor prywatny*	100,00	48,80	35,20	16,00
sfera budżetowa	100,00	15,35	59,45	25,20
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	12,50	48,61	38,89
10.000-50.000	100,00	10,85	70,80	18,35
50.001-100.000	100,00	18,70	62,60	18,70
>100.000	100,00	25,00	59,90	15,10

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 92. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i płci

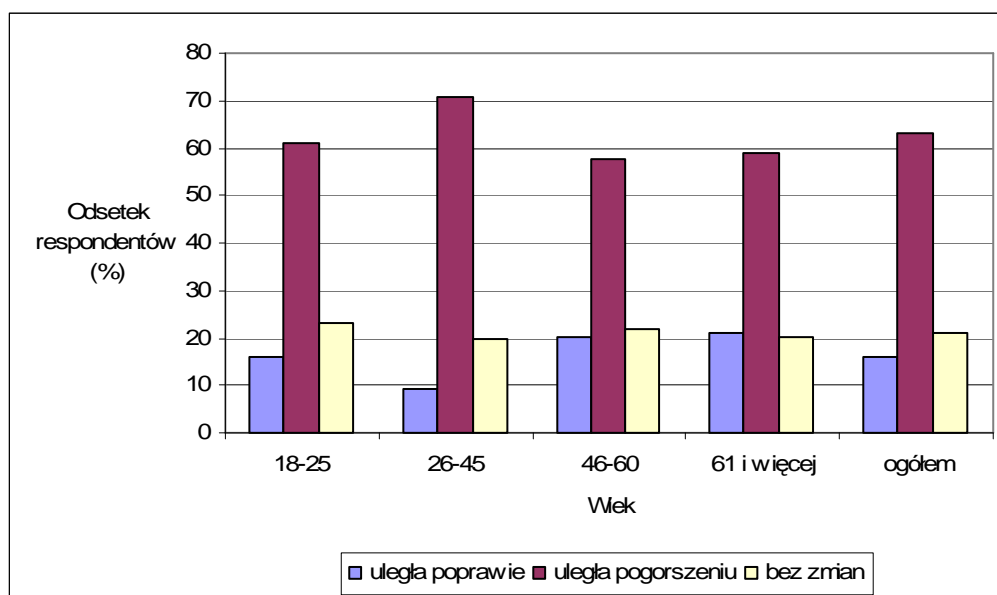


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 44.

Dominujący odsetek sprzedawców złota, którzy uznali w badaniu, że sytuacja ekonomiczna w ich domostwach uległa poprawie, dotyczył subgrupy w wieku 46-60 lat oraz subgrupy powyżej 61 roku życia, odpowiednio 20,26% i 20,98% oraz najniższy – sprzedawców złota w wieku 26-45 lat, którzy stanowili 9,33%. Dla wieku 18-25 lat wskaźnik w badanej strukturze wyniósł 15,94% w stosunku do 15,89% „ogółem” w próbie – **wykres 93**.

Najwyższy udział sprzedawców, którzy ocenili ją za uległą pogorszeniu, odnotowano wśród osób w wieku 26-45 lat, które stanowiły 70,67%. Odsetek sprzedawców, którzy wyrazili identyczną opinię i byli w wieku 18-25 lat wyniósł 60,87%, powyżej 61 lat 58,93% oraz 46-60 lat 57,81% przy wskaźniku struktury „ogółem” 63,26%. Zmian ekonomicznych nie zauważyli, przy wyrównanym udziale „ogółem” 20,85%, sprzedawcy w wieku 18-25 lat stanowiący 23,19% oraz w wieku 46-60 lat (21,93%), powyżej 61 lat (20,09%) i 26-45 lat (20,00%).

Wykres 93. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku



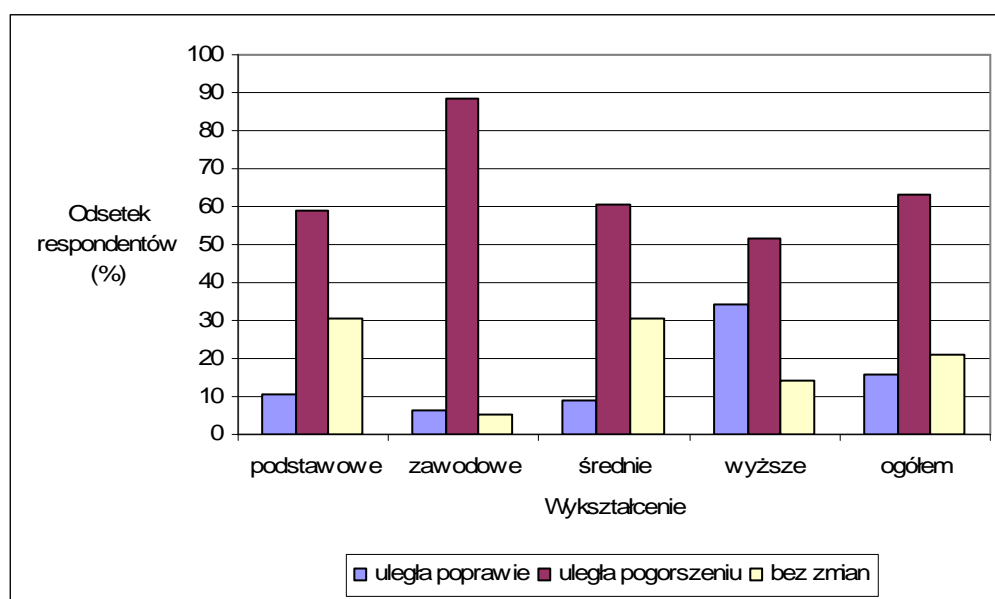
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 44.

W zakresie sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „uległa poprawie”, dominujący procent stanowili sprzedawcy złota z wykształceniem wyższym (34,31%) w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 15,89%. Najniższy wskaźnik w strukturze tej dotyczył sprzedawców z wykształceniem zawodowym (6,28%), mających wykształcenie podstawowe (10,61%) oraz średnie (9,14%). Wyraźnemu pogorszeniu, według oce-

ny badanych, uległy warunki ekonomiczne wspólnych gospodarstw domowych wśród sprzedawców mających wykształcenie zawodowe i którzy stanowili 88,48% w stosunku do 63,26% wskaźnika struktury „ogółem”. W subgrupie osób z wykształceniem średnim i subgrupie z wykształceniem podstawowym zauważono niewielkie zróżnicowanie wskaźników struktury dla tej oceny; odpowiednio 60,48% i 59,09%. Najniższy odsetek, tj. 51,46% dotyczył sprzedawców z wykształceniem wyższym.

Zmian w sytuacji ekonomicznej nie dostrzegli sprzedawcy z wykształceniem podstawowym stanowiący 30,30% i z wykształceniem średnim (30,38%) – „ogółem” w próbie 20,85%. Identyczną opinię wyraziło tylko 5,24% sprzedawców z wykształceniem zawodowym i znacznie więcej, tj. 14,23% z wykształceniem wyższym – **wykres 94.**

Wykres 94. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 44.

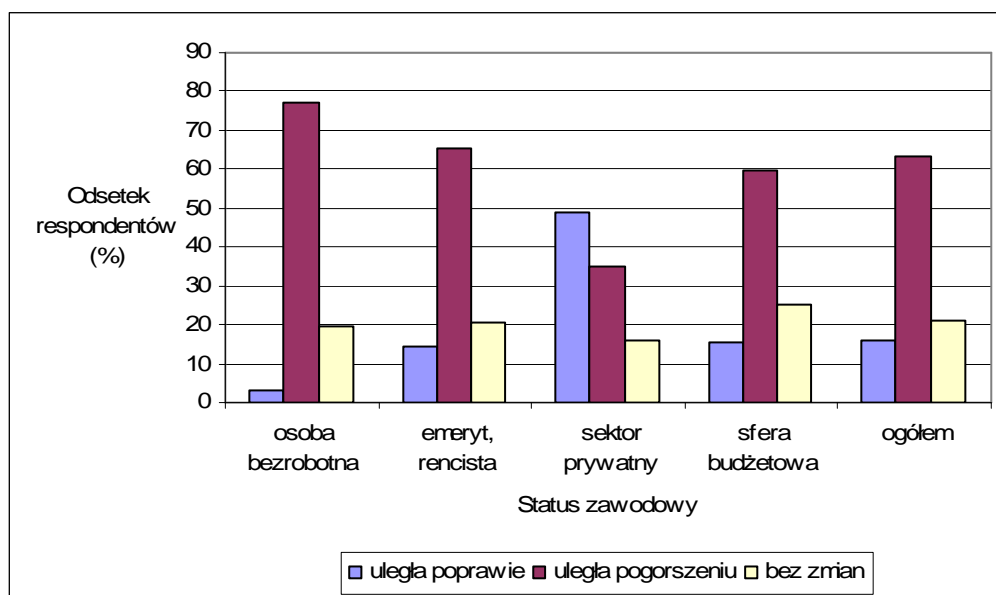
Najbardziej korzystna sytuacja ekonomiczna (oceniona jako „uległa poprawie”), w świetle statusu zawodowego sprzedawców, wystąpiła wśród przedstawicieli sektora prywatnego, w tym prowadzących własną działalność gospodarczą i rolniczą (najwyższy wskaźnik w strukturze badanych 8,80%) – wskaźnik struktury „ogółem” 15,89%. Najniższy dla tej oceny odsetek tworzyli natomiast bezrobotni, stanowiący 3,27%. W odniesieniu do sprzedawców – reprezentujących sferę budżetową oraz emerytów i rencistów, zaobserwowano bardzo zbliżone wskaźniki procentowe, odpowiednio 15,35%

oraz 14,28%.

Według sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „uległa pogorszeniu”, dominowały osoby bezrobotne, przy wskaźniku struktury wynoszącym 77,09% i udziale „ogółem” 63,26%, oraz emeryci i renciści stanowiący 65,40%. Reprezentanci sfery budżetowej stanowili 59,45%, natomiast przedstawiciele sektora prywatnego 35,20% i był to najniższy odsetek sprzedawców pozostających w tej sytuacji.

Sytuację „bez zmian” w najwyższym procencie ocenili sprzedawcy złota reprezentujący sferę budżetową i stanowiący 25,20% („ogółem” w próbie 20,85%), a w najniższym z sektora prywatnego 16,00%. Zmian w jej poziomie nie zauważyli emeryci oraz renciści w 20,32%, a także osoby bezrobotne w 19,64% – **wykres 95**.

**Wykres 95. Sprzedawcy złota
według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 44.

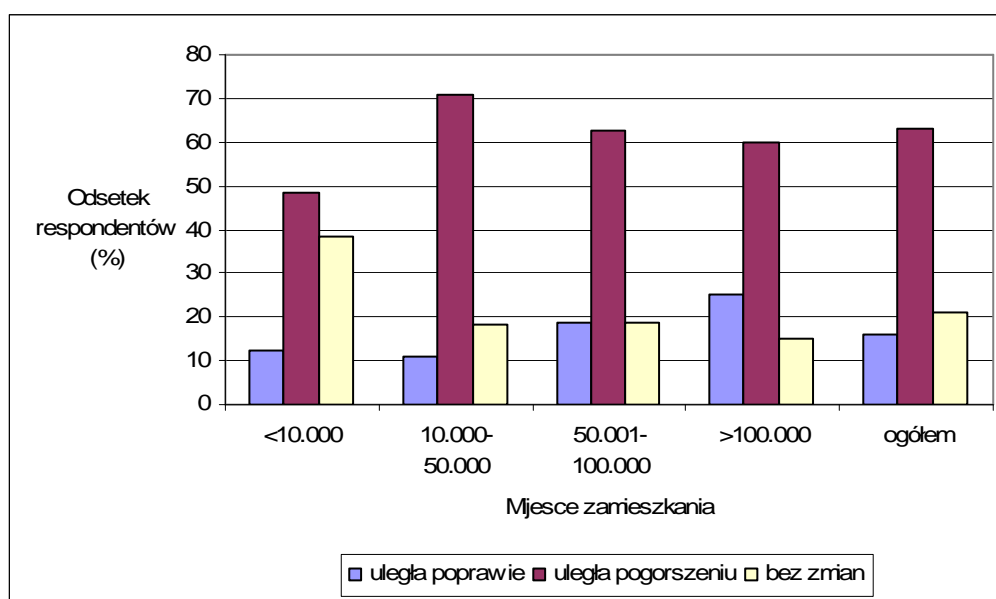
Wyniki badania pozwoliły zauważyć, że w świetle miejsca zamieszkania odsetek sprzedawców złota, według których sytuacja ekonomiczna w ich gospodarstwach domowych uległa w ostatnich pięciu latach poprawie, zamieszkiwał miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (25,00%) i był to najwyższy wskaźnik w strukturze badanych w stosunku do 15,89% wskaźnika struktury „ogółem”. Najniższy procent (10,85%) dotyczył sprzedawców z miast 10-50 tys. oraz miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (12,50%). Sprzedawców z miast o liczbie 50-100 tys. było 18,70%.

Najwyższy udział sprzedawców, wynoszący 70,80% i „ogółem” w próbie

63,26% dla oceny sytuacji ekonomicznej jako „uległa pogorszeniu”, zamieszkiwał miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców. Sprzedawcy złota z miast 50-100 tys. stanowili 62,60%, a powyżej 100 tys. mieszkańców 59,90%. Z miejscowości poniżej liczby 10 tys. mieszkańców, w omawianej subgrupie sprzedawców było najmniej, czyli 48,61%.

Osób, które sprzedały rodzinne złoto z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców i nie zauważyły dostrzegalnych zmian w sytuacji ekonomicznej swoich gospodarstw domowych było 38,39%. Stanowiły najwyższy procent w stosunku do udziału „ogółem” w próbie, który wyniósł 20,85%. W zakresie tej samej oceny sprzedawcy złota z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców tworzyli zbiorowość w 18,70% oraz z miast 10-50 tys. w 18,35%. Zaobserwowano, że najniższy odsetek sprzedawców był zamieszkiwał miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, tj. 15,10% – **wykres 96**.

Wykres 96. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 44.

W celu weryfikacji hipotezy stanowiącej, że sytuacja ekonomiczna miała wpływ na wyprzedaż złota przez osoby fizyczne na rynku wtórnym, dokonano pomiaru zależności występującej między tymi zmiennymi – **tabela 45**. Uzyskane rezultaty analizy (dla całej badanej zbiorowości $N=1496$) potwierdziły istnienie zależności, ponieważ na poziomie istotności $\alpha=0,05$ wartość $\chi^2=84,3302 > \chi^2_{\alpha=5,991}$, co pozwoliło na odrzucenie hipotezy zerowej o niezależności zmiennych. Wartość współczynnika kontyngencji ($C_{skor}=0,3032$) wskazuje na „średnią” siłę wpływu sytuacji ekonomicznej na sprzedaż złota.

Tabela 45. Test statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych a sprzedażą złota według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	p	C	Cskor
Ogółem (N=1496)	84,3302	0,0000	0,2310	0,3032
Płeć respondenta				
mężczyzna	26,4989	0,0000	0,1718	0,2255
kobieta	59,7608	0,0000	0,2954	0,3878
Wiek w latach				
18-25	13,2807	0,0013	0,2117	0,2779
26-45	54,2663	0,0000	0,2984	0,3917
46-60	4,7833	0,0915	0,1188	0,1559
61 i więcej	21,7937	0,0000	0,2510	0,3295
Wykształcenie				
podstawowe	12,1530	0,0023	0,2521	0,3309
zawodowe	64,1176	0,0000	0,4261	0,5593
średnie	50,8030	0,0000	0,2582	0,3389
wyższe	25,4287	0,0000	0,2725	0,3577
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	0,1694	0,9188	0,0246	0,0323
emeryt, rencista	24,9573	0,0000	0,2358	0,3095
sektor prywatny*	1,0970	0,5778	0,0511	0,0671
sfera budżetowa	12,8987	0,0016	0,1828	0,2400
Miejsce zamieszkania				
<10.000	6,9816	0,0305	0,1739	0,2283
10.000-50.000	66,1358	0,0000	0,3217	0,4223
50.001-100.000	35,4420	0,0000	0,2957	0,3882
>100.000	3,9205	0,1408	0,1085	0,1425
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: wartość statystyki chi kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla alfa<0,05 i df=2 stopni swobody (k-1)(w-1). W tym przypadku wartość krytyczna odczytana z tablic dla poziomu istotności alfa=0,05 wynosi chi-kwadrat alfa=5,99. Obliczona dla 2 stopni swobody wartość współczynnika kontyngencji Cmax=0,7618.				

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

W czterech subgroupach według cech demograficzno-społecznych stwierdzono, że na poziomie istotności alfa=0,05 brak było podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności zmiennych, ponieważ obliczone wartości testu chi-kwadrat były mniejsze od wartości krytycznej chi-kwadrat alfa. Powyższa sytuacja miała miejsce w następujących subgroupach: a) „46-60 lat” (4,7833<5,991), b) „osoba bezrobotna” (0,1694<5,991), c) „sektor prywatny” (1,097<5,991), d) „respondenci z miast powyżej 100 000” (3,9205<5,991). W pozostałych subgroupach były podstawy (chi-kwadrat>chi-kwadrat alfa) do odrzucenia hipotezy zerowej i stwierdzeniu, że na poziomie istotności alfa=0,05 istniała zależność między oceną sytuacji ekonomicznej a dokonaną lub niedo-

konaną sprzedażą złota.

Analiza uwzględniająca płeć respondentów wykazała, że istniejąca zależność była o „przeciętnej” sile (Cskor=3878) w subgrupie kobiet i o sile „słabej” (Cskor=0,2255) w subgrupie mężczyzn.

W odniesieniu do wieku respondentów siła zależności była zróżnicowana i kształtowała się w przedziale oceny jako „przeciętna” w subgrupie w wieku „26-45 lat” (Cskor=0,3917) i w subgrupie w wieku „61 lat i więcej” (Cskor=0,3295). Powiązanie o „słabej” sile (Cskor=0,2779) miało miejsce w subgrupie w wieku „18-25 lat”.

Według poziomu wykształcenia, dominująca a zarazem „wysoka” zależność (Cskor=0,5593) wystąpiła wśród respondentów z wykształceniem zawodowym. W pozostałych subgrupach, według wieku, istniejąca siła zależności kształtowała się w przedziale oceny jako „przeciętna” i dotyczyła kolejno: osób z wykształceniem wyższym (Cskor=0,3577), średnim (Cskor=0,3389) i podstawowym (Cskor=0,3309).

Ze względu na status zawodowy respondentów zależność o „przeciętnej” sile wystąpiła w subgrupie emerytów i rencistów (Cskor=0,3095) oraz o sile „słabej” (Cskor=0,24) wśród przedstawicieli sfery budżetowej.

Analiza uwzględniająca miejsce zamieszkania respondentów wykazała, że zależność o „przeciętnej” sile wystąpiła wśród zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (Cskor=0,4223) i miasta 50-100 tys. mieszkańców (Cskor=0,3882). Zależność o „słabej” sile zauważono w subgrupie osób zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,2283).

Jednym z celów badawczych, poza oceną sytuacji ekonomicznej, była analiza oceny wystarczalności dochodów gospodarstw domowych, które dokonały sprzedaży rodzinnego złota w obiegu wtórnym. Zauważono, że spośród wszystkich sprzedawców, około 32% z nich, wspólne dochody członków gospodarstwa domowego oceniło jako „wystarczające”, przy czym odsetek mężczyzn z dochodami wystarczającymi wyniósł 39,20% i kobiet 18,60%, natomiast według oceny dochodów jako „niewystarczające” mężczyźni stanowili 60,80% i kobiety 81,40% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 68,11% – **tabela 46, wykres 97.**

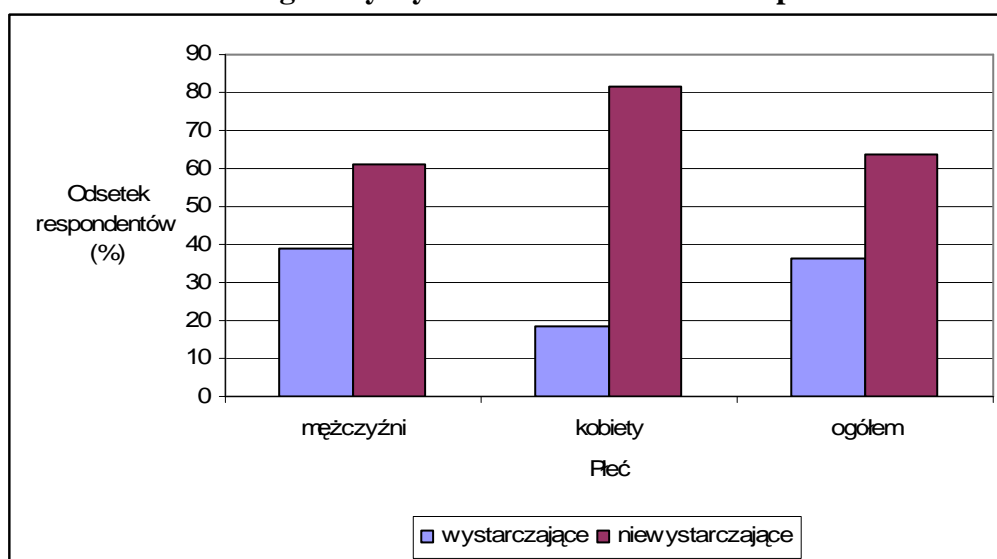
**Tabela 46. Sprzedawcy złota na rynku wtórnym
według oceny wystarczalności dochodów
oraz cech demograficzno-społecznych**

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Sprzedawcy złota	Ocena wystarczalności dochodów	
		wystarczające	niewystarczające
		w odsetkach	
Ogółem	100,00	31,89	68,11
Płeć			
mężczyzna	100,00	39,20	60,80
kobieta	100,00	18,60	81,40
Wiek w latach			
18-25	100,00	18,84	81,16
26-45	100,00	18,13	81,87
46-60	100,00	48,17	51,83
61 i więcej	100,00	37,05	62,95
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	50,76	49,24
zawodowe	100,00	16,75	83,25
średnie	100,00	32,53	67,47
wyższe	100,00	32,48	67,52
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100,00	-	100,00
emeryt, rencista	100,00	39,68	60,32
sektor prywatny*	100,00	70,40	29,60
sfera budżetowa	100,00	37,80	62,20
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	36,11	63,89
10.000-50.000	100,00	25,84	74,16
50.001-100.000	100,00	39,43	60,57
>100.000	100,00	31,25	68,75

* w tym działalność gospodarza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

**Wykres 97. Sprzedawcy złota
według oceny wystarczalności dochodów i płci**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 46.

Zauważono istotne zróżnicowanie w ocenie wystarczalności dochodów w przypadku wieku sprzedawców złota. Najwyższy odsetek (48,17%) dla dochodów jako „wystarczające” stanowili sprzedawcy w wieku 46-60 lat, sprzedawcy powyżej 61 roku życia 37,05%, w wieku 18-25 lat 18,84% i najniższy, tj. 18,13% w wieku 26-45 lat („ogółem” w próbie 31,89%).

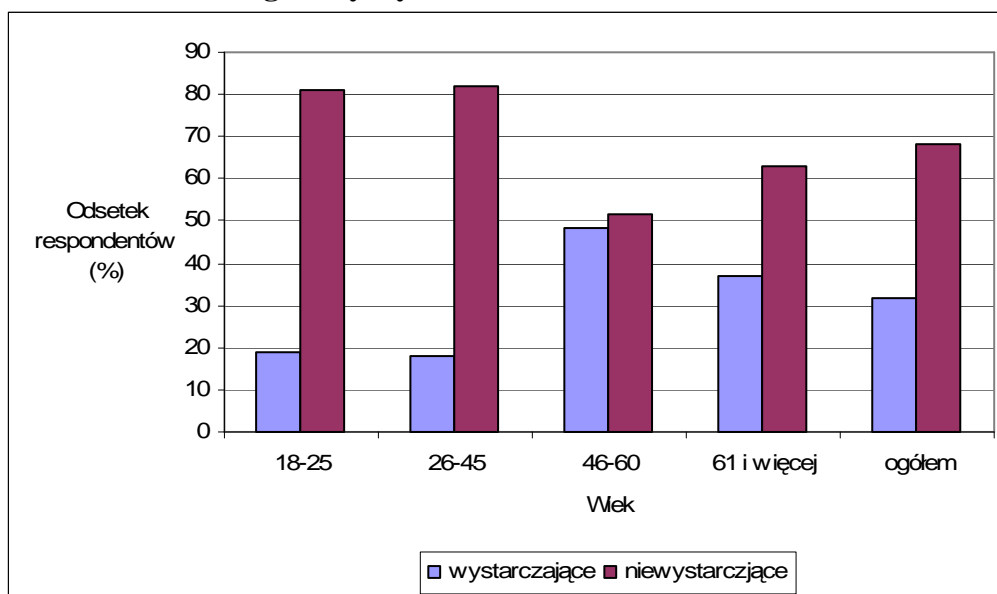
Dochody ocenione jako „niewystarczające” („ogółem” w próbie 68,11%) ocenili niemal jednakowo sprzedawcy złota w wieku 26-45 lat (81,87%) oraz w wieku 18-25 lat (81,16%). Odsetek sprzedawców powyżej 61 roku życia dla tej oceny wyniósł 62,95% i w wieku 46-60 lat 51,83% – **wykres 98**.

Analiza uwzględniająca ocenę wystarczalności dochodów według poziomu wykształcenia pozwoliła na stwierdzenie, że sprzedawcy z wykształceniem podstawowym o dochodach wystarczających stanowili najwyższy odsetek, tj. 50,76%, a najniższy z wykształceniem zawodowym, tj. 16,75% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 31,89%. W odniesieniu do sprzedawców złota mających wykształcenie średnie oraz wyższe, nie zauważono żadnego zróżnicowania w ocenie tych dochodów, odsetki bowiem były identyczne, tj. 32,53% oraz 32,58% – **wykres 99**.

Sprzedawcy złota z wykształceniem zawodowym, którzy wspólne dochody gospodarstwa ocenili jako „niewystarczające”, stanowili najwyższy odsetek, tj. 83,25% (udział „ogółem” 68,11%), a najniższy – posiadający wykształcenie podstawowe, tj. 49,24%. W przypadku sprzedawców z wykształceniem wyższym i średnim zauważono jednakowe wskaźniki w strukturze w zakresie tej oceny, odpowiednio 67,52% i 67,47%.

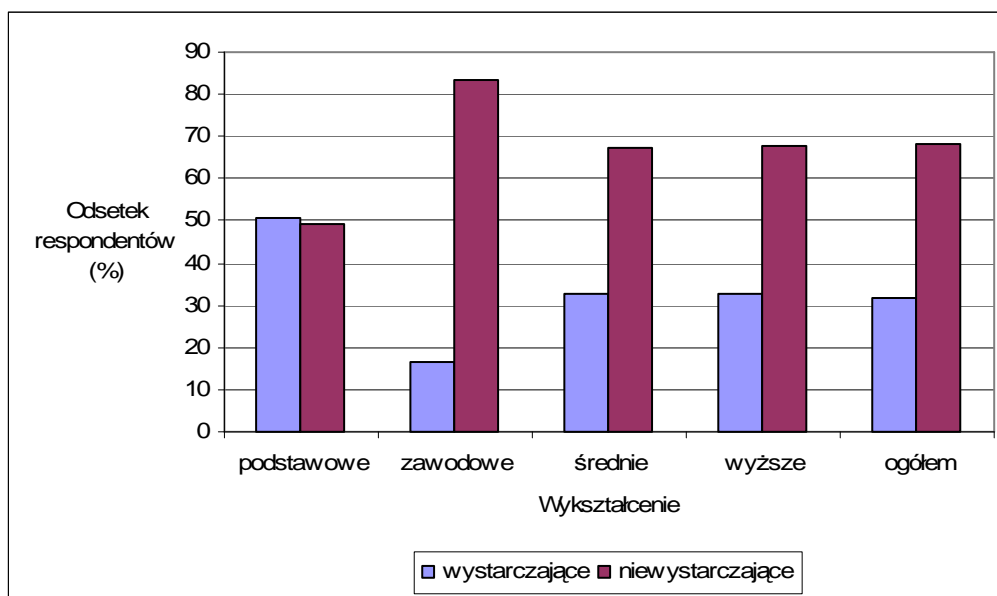
Wykres 98. Sprzedawcy złota

według oceny wystarczalności dochodów i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 46.

**Wykres 99. Sprzedawcy złota
według oceny wystarczalności dochodów i wykształcenia**

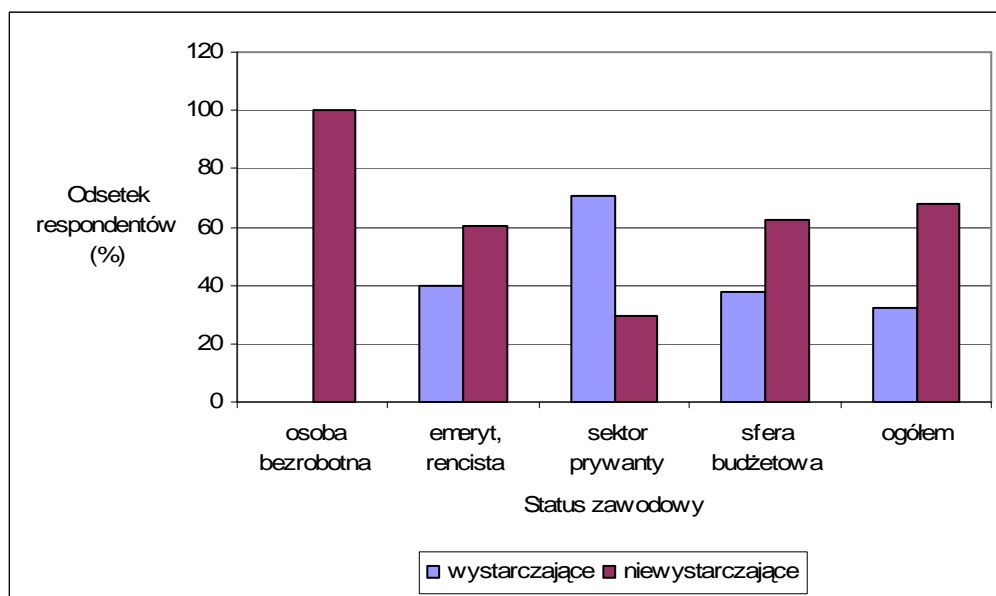


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 46.

Ani jedna osoba spośród sprzedawców złota o statusie „osoba bezrobotna” nie uznała, że w latach 2001–2005 dochody w ich wspólnych gospodarstwach domowych były wystarczające. Udział natomiast sprzedawców dla tej oceny wśród reprezentujących sektor prywatny był najwyższy, tj. 70,40% – „ogółem” w próbie 31,89%. Emeryci i renciści stanowili 39,68% i przedstawiciele sfery budżetowej 37,80%. W przypadku dochodów uznanych jako „niewystarczające”, sprzedawcy ze sfery budżetowej ocenili je w 62,20%, a emeryci i renciści w 60,32%. Najniższy odsetek o tych dochodach stanowili sprzedawcy złota z sektora prywatnego, tj. 29,60% i udziale „ogółem” 68,11%, co oznacza, że byli w najkorzystniejszej w świetle badania sytuacji dochodowej – **wykres 100**.

Dominujący odsetek respondentów, którzy wspólne dochody członków gospodarstwa domowego ocenili jako „wystarczające”, stanowili sprzedawcy złota zamieszkujący miasta 50-100 tys. mieszkańców (39,43%) oraz miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (36,11%). W najniższym procencie kategoria tych dochodów dotyczyła sprzedawców z miast 10-50 tys. mieszkańców, którzy stanowili 25,84%. Odsetek sprzedawców z miast powyżej 100 tys. mieszkańców wyniósł 31,25% (wskaźnik struktury „ogółem” 31,89%) – **wykres 101**.

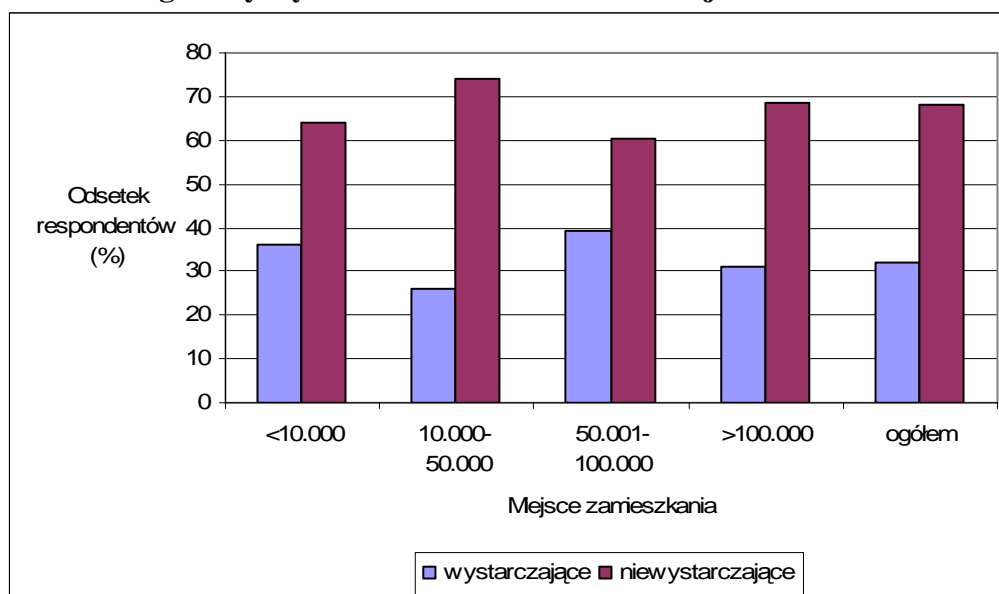
Wykres 100. Sprzedawcy złota
według oceny wystarczalności dochodów i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 46.

Najmniej korzystna sytuacja dochodowa (dla dochodów „niewystarczających”) wystąpiła wśród sprzedawców złota z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, albowiem stanowili aż 74,16%. Z miast powyżej 100 tys. mieszkańców stanowili 68,75% i z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców 63,89%. Udział sprzedawców z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców wyniósł 60,57% („ogółem” w próbie 68,11%).

Wykres 101. Sprzedawcy złota
według oceny wystarczalności dochodów i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 46.

W postępowaniu badawczym zmierzano do identyfikacji zależności między oceną przez gospodarstwa domowe swoich dochodów („wystarczające” lub „niewystarczające”) a sprzedażą złota („tak” lub „nie”), uwzględniając cechy demograficzno-społeczne badanych. Uzyskane rezultaty analizy w postaci prezentowanych wartości testu chi-kwadrat wykazały, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ nie zachodziła zależność między zmiennymi (brak podstaw do odrzucenia H_0 ; $\chi^2 < \chi^2_{\alpha}$) w następujących subgroupach: „mężczyźni” ($0,8909 < 3,841$), „osoby z wykształceniem podstawowym” ($1,4822 < 3,841$), „emeryci, renciści” ($1,6844 < 3,841$) i „mieszkańcy miast powyżej 100.000” ($2,3545 < 3,841$) – **tabela 47**. Oznacza to, że w subgroupach tych, ocena wystarczalności dochodów nie miała wpływu na sprzedaż („tak” lub „nie”) złota.

W pozostałych subgroupach, jak również w stosunku do całej próby, były podstawy do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności zmiennych ($\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$), a tym samym stwierdzenia, że na poziomie istotności $p < 0,05$ wystarczalność dochodów gospodarstw domowych miała wpływ na ich decyzje o sprzedaży złota.

Obliczone współczynniki kontyngencji oceniające siłę powiązania (zależności) pomiędzy dwoma badanymi zmiennymi pozwoliły zaobserwować, że w stosunku do całej próby wpływ wystarczalności dochodów na sprzedaż złota był o „słabej” sile ($C_{skor}=0,2393$). Natomiast powiązanie o „wysokiej” sile ($C_{skor}=0,5037$) wystąpiło w subgroupie kobiet. W pozostałych subgroupach istniejące powiązanie kształtowało się w przedziale siły „słabej” i „przeciętnej” i było umiarkowanie zróżnicowane.

W odniesieniu do wieku respondentów powiązanie o „słabej” sile ($C_{skor}=0,2543$) wystąpiło w subgroupie w wieku „46-60 lat” oraz o sile „przeciętnej” (w kolejności rosnących współczynników) w subgroupach: „61 lat i więcej” ($C_{skor}=0,3073$), „18-25 lat” ($C_{skor}=0,3116$) i „26-45 lat” ($C_{skor}=0,3660$).

Najsłabsze powiązanie o „słabej” sile ($C_{skor}=0,2374$), według poziomu wykształcenia respondentów, wystąpiło w subgroupie osób z wykształceniem średnim, co pozwoliło na wnioskowanie, że wyprzedaż złota przez gospodarstwa domowe tylko w „słabym” stopniu była w tym przypadku uzależniona od wystarczalności dochodów. Powiązanie o „przeciętnej” sile dotyczyło osób z wykształceniem wyższym ($C_{skor}=0,3190$) i osób z wykształceniem zawodowym ($C_{skor}=0,4333$).

Tabela 47. Test statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a sprzedażą złota według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	p	C	Cskor
Ogółem (N=1496)	44,0891	0,0000	0,1692	0,2393
Płeć				
mężczyzna	0,8909	0,3452	0,0320	0,0453
kobieta	90,7988	0,0000	0,3562	0,5037
Wiek w latach				
18-25	14,4356	0,0002	0,2203	0,3116
26-45	39,8402	0,0000	0,2588	0,3660
46-60	9,9645	0,0016	0,1798	0,2543
61 i więcej	16,0561	0,0001	0,2173	0,3073
Wykształcenie				
podstawowe	1,4822	0,2234	0,0906	0,1281
zawodowe	29,9473	0,0000	0,3064	0,4333
średnie	20,6141	0,0000	0,1679	0,2374
wyższe	16,9988	0,0000	0,2256	0,3190
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	0,0000	1,0000	0,0000	0,0000
emeryt, rencista	1,6844	0,1943	0,0629	0,0889
sektor prywatny*	24,7108	0,0000	0,2360	0,3338
sfera budżetowa	28,1669	0,0000	0,2650	0,3748
Miejsce zamieszkania				
<10.000	6,5513	0,0105	0,1686	0,2384
10.000-50.000	23,8384	0,0000	0,1999	0,2827
50.001-100.000	17,0019	0,0000	0,2096	0,2964
>100.000	2,3545	0,1249	0,0843	0,1192
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $\alpha < 0,05$ i $df=1$ stopnia swobody $(k-1)(w-1)$. W tym przypadku wartość krytyczna odczytana z tablic dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi chi- kwadrat $\alpha=3,841$. Obliczona dla 1 stopnia swobody wartość współczynnika kontyngencji $C_{max}=0,7071$.				

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Analiza uwzględniająca status zawodowy wykazała, że istniejące powiązanie o „przeciętnej” sile wystąpiło w subgrupie „sektor prywatny” (Cskor=0,3338) oraz w subgrupie „sfera budżetowa” (Cskor=0,3748).

W subgrupach dotyczących miejsca zamieszkania respondentów, istniejące powiązanie było lekko zróżnicowane w przedziale oceny siły jako „słabe” i w kolejności rosnących współczynników dotyczyło: osób zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,2384), miasta 10-50 tys. (Cskor=0,2827) oraz miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (Cskor=0,2964).

5.3.2. Sytuacja ekonomiczna i dochodowa oraz planowana sprzedaż

Poza przeprowadzoną analizą sytuacji ekonomicznej i dochodowej gospodarstw domowych w świetle dotychczasowej sprzedaży złota, podjęto także jej analizę w odniesieniu do planowanej sprzedaży złota przez respondentów. Spośród 100% przyszłych sprzedawców ponad 15% oceniło sytuację ekonomiczną wspólnego gospodarstwa za uległą poprawie, niemal 62% uznało, że nastąpiły zmiany na gorsze i ponad 23% nie zauważyło zmian – **tabela 48**.

**Tabela 48. Przyszli sprzedawcy złota na rynku wtórnym
a sytuacja ekonomiczna gospodarstw domowych
według cech demograficzno-społecznych respondentów**

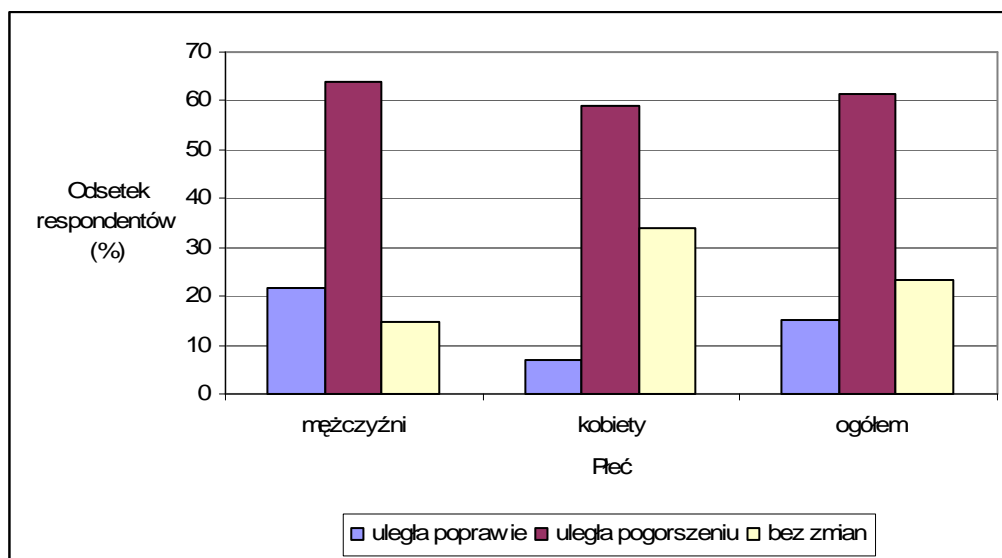
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Przyszli sprzedawcy złota	Ocena sytuacji ekonomicznej		
		uległa poprawie	uległa pogorszeniu	bez zmian
w odsetkach				
Ogółem	100,00	15,24	61,59	23,17
Płeć				
mężczyzna	100,00	21,61	63,71	14,68
kobieta	100,00	7,09	58,87	34,04
Wiek w latach				
18-25	100,00	22,94	49,54	27,52
26-45	100,00	8,96	66,04	25,00
46-60	100,00	14,00	62,50	23,50
61 i więcej	100,00	21,31	63,12	15,57
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	4,92	52,46	42,62
zawodowe	100,00	21,52	72,15	6,33
średnie	100,00	10,57	55,69	33,74
wyższe	100,00	19,66	63,48	16,86
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	-	85,25	14,75
emeryt, rencista	100,00	10,24	65,75	24,01
sektor prywatny*	100,00	35,25	46,76	17,99
sfera budżetowa	100,00	12,17	59,26	28,57
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	10,11	52,81	37,08
10.000-50.000	100,00	12,11	71,58	16,31
50.001-100.000	100,00	22,58	56,22	21,20
>100.000	100,00	11,56	61,91	26,53

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Niemal 22% mężczyzn oceniło, że sytuacja ekonomiczna w ich wspólnych gospodarstwach domowych uległa poprawie, dla 63,71% uległa pogorszeniu i wśród 14,68% pozostawała bez zmian. Odsetek kobiet wyniósł odpowiednio: 7,09%, 58,87% oraz 34,05% – **wykres 102**.

Wykres 102. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 48.

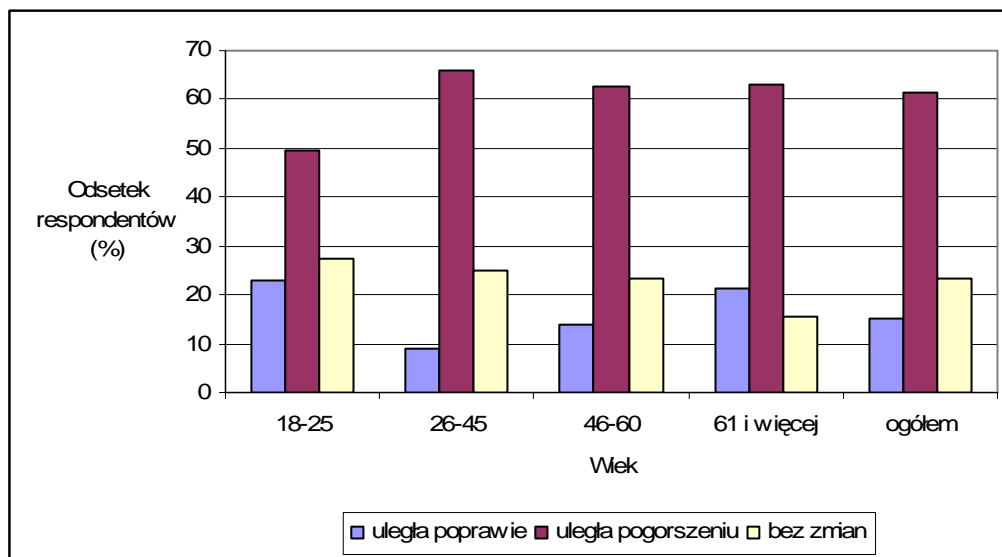
Zauważono, że wiek istotnie różnicował zachowania respondentów w zakresie zamiaru sprzedaży złota. W subgrupie respondentów mających 18-25 lat sytuacja ekonomiczna uległa poprawie wśród 22,94% przyszłych sprzedawców, wśród 49,54% uległa pogorszeniu i wśród 27,52% pozostawała bez zmian. Przyszli sprzedawcy w wieku 26-45 lat ocenili ją jako „uległa poprawie” w 8,96% (udział „ogółem” 15,24%), natomiast „uległa pogorszeniu” wśród 66,04% (udział „ogółem” 61,59%). Odsetek przyszłych sprzedawców, według których nie nastąpiły zauważalne zmiany ekonomiczne, wyniósł 25,00% – „ogółem” w badanej zbiorowości 23,17%.

W subgrupie respondentów w wieku 46-60 lat dominowali sprzedawcy w sytuacji ekonomicznej ocenionej jako „uległa pogorszeniu” przy udziale 62,50%. Najniższy natomiast udział w subgrupie tej dla oceny jako „uległa poprawie” wyniósł 14,00%. Respondentów, którzy ocenili ją jako „bez zmian” było 23,50%.

W subgrupie w wieku „61 lat i więcej” dominujący odsetek, tj. 63,12% stanowili sprzedawcy, którzy uznali, że sytuacja ekonomiczna ich wspólnych gospodarstw uległa pogorszeniu – udział „ogółem” 61,59%. Również w subgrupie tej było 21,31% sprze-

dawców, według których nastąpiła jej poprawa, natomiast 15,57% nie zauważyło żadnych zmian – **wykres 103**.

Wykres 103. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 48.

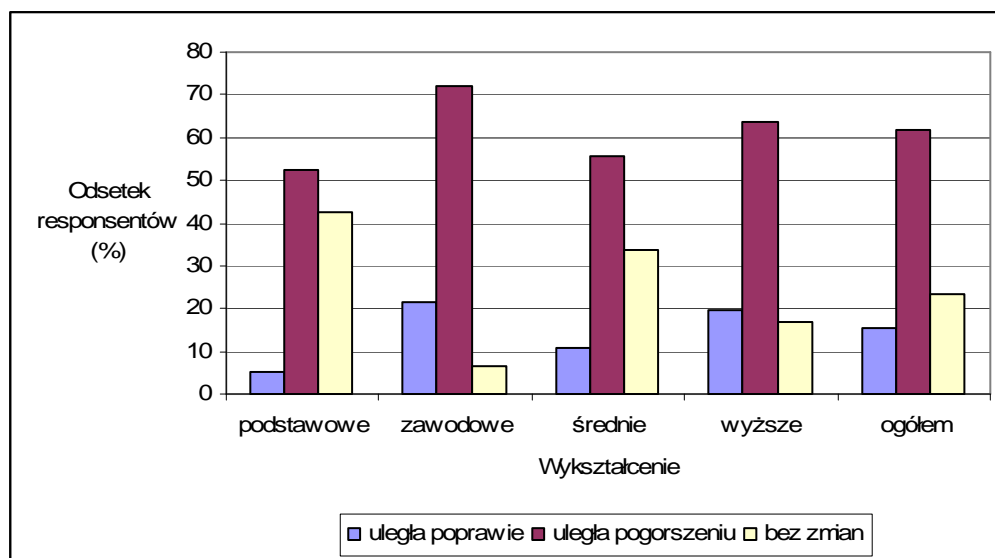
Bardzo niski procent przyszłych sprzedawców złota, wśród których sytuacja ekonomiczna rodziny uległa poprawie, stanowili mający wykształcenie podstawowe, tj. 4,92% – „ogółem” 15,24%. Dla 52,46% z nich uległa pogorszeniu oraz 42,62% nie uległa zmianie („ogółem” w próbie 23,17%) – **wykres 104**.

W subgrupie z wykształceniem zawodowym poprawę oceniło 21,52%, a 72,15% (najwyższy wskaźnik w strukturze), że uległa pogorszeniu – wskaźnik struktury „ogółem” 61,59%. Sprzedawcy z wykształceniem zawodowym (6,33%) uznali, że nie zaszły zauważalne zmiany ekonomiczne w ich gospodarstwach domowych.

Respondenci mający wykształcenie średnie w 10,57% ocenili poprawę warunków ekonomicznych, natomiast 55,69% z nich uznało, że uległa pogorszeniu. Odsetek sprzedawców, według których była bez zmian, wyniósł 33,74%.

Przyszli sprzedawcy z wykształceniem wyższym w 19,66% uznali sytuację ekonomiczną wspólnego gospodarstwa za uległą poprawie. Dla 63,48% z nich uległa pogorszeniu i dla 16,86% pozostawała na dotychczasowym poziomie. Wskaźniki udziału „ogółem” w subgrupie tej wyniosły odpowiednio: 15,24%, 61,59% i 23,17%.

Wykres 104. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 48.

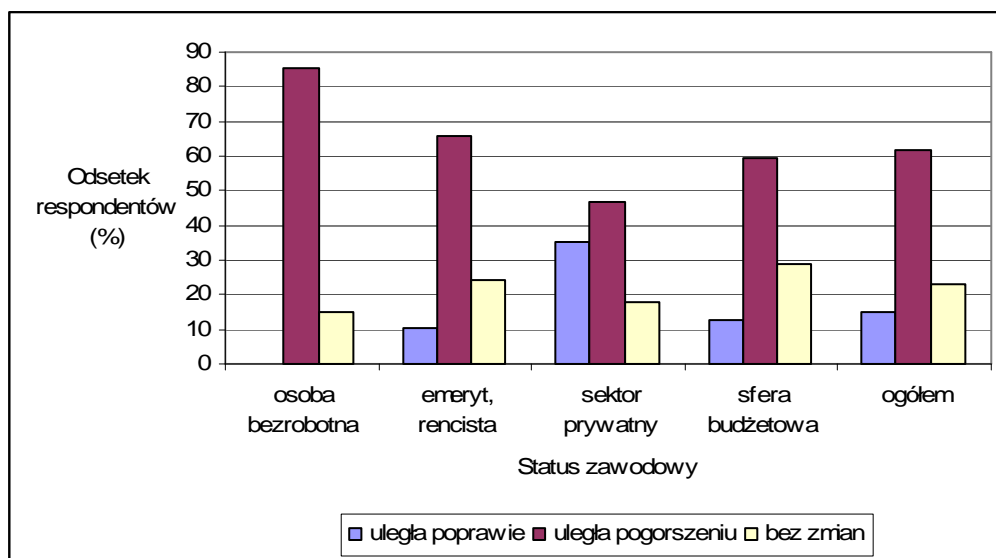
W subgrupie osób bezrobotnych nie było ani jednego sprzedawcy złota, który oceniłby sytuację bytową wspólnego domostwa za uległą poprawie. Znaczący odsetek stanowiły osoby określające ją za uległą pogorszeniu, tj. 85,25% („ogółem” w próbie 61,59%), a 14,75% („ogółem 23,17%), których zdaniem nie uległa zmianie.

Emeryci i renciści w 10,24% ocenili warunki ekonomiczne za uległe poprawie, w 65,75%, że uległy pogorszeniu oraz w 24,01%, że były bez zmian. Udział w przyszłej sprzedaży złota, ze względu na sytuację ekonomiczną, wśród reprezentantów sfery budżetowej był mniej zróżnicowany i w poszczególnych wariantach oceny wyniósł: 35,25% dla „uległa poprawie”, 46,76% „uległa pogorszeniu” i 17,99% „bez zmian”.

Wskaźnik struktury dla przyszłych sprzedawców złota reprezentujących sferę budżetową, dla oceny sytuacji ekonomicznej jako „uległa poprawie”, wyniósł 12,17%, dla oceny jako „uległa pogorszeniu” 59,26% oraz 28,57% dla oceny sytuacji „bez zmian” – **wykres 105**.

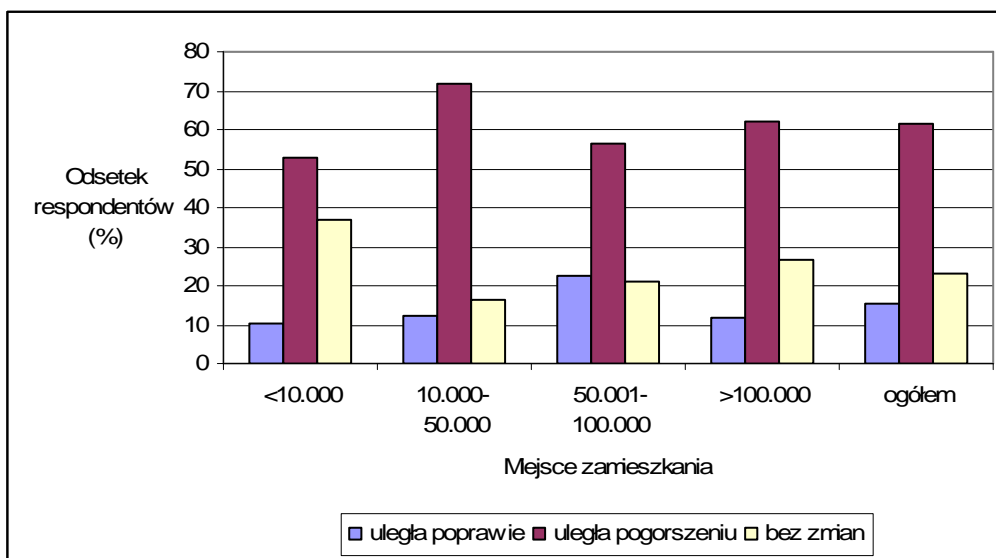
Okazało się, że miejsce zamieszkania istotnie różnicowało przyszłych uczestników rynku, jako sprzedawców złota w ocenie sytuacji ekonomicznej wspólnego gospodarstwa domowego. Sprzedawcy, którzy ocenili ją za uległą poprawie stanowili 10,11% i zamieszkiwali miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców. Znacznie wyższy odsetek (52,81%) dotyczył w subgrupie tej sprzedawców, według których uległa pogorszeniu, natomiast dla 37,08% pozostawała na dotychczasowym poziomie, tj. „bez zmian”.

Wykres 105. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 48.

Wykres 106. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 48.

Przyszli sprzedawcy, według których nastąpiła poprawa ekonomiczna, zamieszkiwali miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców stanowiąc tylko 12,11%. Dla 71,58% była gorsza i dla 16,31% pozostawała niezmienną. Stwierdzono, że sprzedawców zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców, będących w lepszej sytuacji ekonomicznej było najwięcej (22,58%), natomiast ich odsetek dla oceny „uległa pogorszeniu” wyniósł 56,22% i dla oceny „bez zmian” 21,20%.

Udział przyszłych sprzedawców, którzy sytuację ekonomiczną we wspólnym gospodarstwie ocenili za uległą pogorszeniu z miast powyżej 100 tys. wyniósł 61,91%, natomiast 11,56% dla oceny, że poprawiła się. Wyróżniający się w strukturze odsetek badanych (26,53%) nie zauważył istotnych zmian w poziomie życia – **wykres 106**.

W postępowaniu badawczym zmierzano do weryfikacji tezy, że sytuacja ekonomiczna miała wpływ na decyzje dotyczące zamiaru sprzedaży złota („tak”, „nie”, „nie wiem”) przez osoby fizyczne (gospodarstwa domowe) na rynku wtórnym. Uzyskane rezultaty analizy statystycznej pozwalają stwierdzić, że w stosunku do całej próby (N=1496) istniała zależność między oceną sytuacji ekonomicznej a zamiarem sprzedaży złota, ponieważ na poziomie istotności $\alpha=0,05$ wartość $\chi^2=43,6650 > \chi^2_{\alpha=0,05}$, co pozwoliło na odrzucenie hipotezy zerowej o niezależności zmiennych. Wartość współczynnika kontyngencji ($C_{skor}=0,2062$) wskazuje, że wpływ sytuacji ekonomicznej na zamiar sprzedaży złota był słaby – **tabela 49**.

We wszystkich subgroupach według cech demograficzno-społecznych stwierdzono, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ były podstawy do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności zmiennych. Najmniejsza wartość testu $\chi^2=9,9424$, na poziomie istotności $p=0,0414$, wystąpiła w subgroupie „osoba bezrobotna” i była większa od wartości krytycznej $\chi^2_{\alpha=0,05}$. W związku z tym były również podstawy do odrzucenia hipotezy zerowej w pozostałych subgroupach ($\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$) i stwierdzeniu, że istniała zależność między sytuacją ekonomiczną a zamiarem sprzedaży złota. Oznacza to, że warunki ekonomiczne gospodarstw domowych miały wpływ na podejmowane przez nie decyzje dotyczące przyszłej sprzedaży rodzinnego złota.

Analiza uwzględniająca płeć respondentów pozwoliła stwierdzić, że w subgroupie mężczyzn wpływ sytuacji ekonomicznej na decyzje o zamiarze sprzedaży złota był „słaby” ($C_{skor}=0,1323$), natomiast w subgroupie kobiet kształtował się na poziomie „przeciętnym” ($C_{skor}=0,4001$).

Zauważono, że zróżnicowana siła zależności w przedziale oceny „przeciętnej” wystąpiła w subgroupie osób w wieku „18-25 lat” ($C_{skor}=0,4017$), „46-60 lat” ($C_{skor}=0,3876$) oraz w wieku „61 lat i więcej” ($C_{skor}=0,3013$). Powiązanie o „słabej” sile ($C_{skor}=0,2550$) miało miejsce w subgroupie w wieku „26-45 lat”.

Tabela 49. Test statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej a zamiarem sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	p	C	Cskor
Ogółem (N=1496)	43,6650	0,0000	0,1684	0,2062
Płeć				
mężczyzna	10,2810	0,0360	0,1080	0,1323
kobieta	74,7038	0,0000	0,3267	0,4001
Wiek w latach				
18-25	34,1099	0,0000	0,3280	0,4017
26-45	25,1503	0,0001	0,2082	0,2550
46-60	37,1870	0,0000	0,3165	0,3876
61 i więcej	20,8685	0,0003	0,2460	0,3013
Wykształcenie				
podstawowe	10,5730	0,0318	0,2362	0,2893
zawodowe	36,6717	0,0000	0,3356	0,4110
średnie	22,4797	0,0002	0,1751	0,2145
wyższe	71,9701	0,0000	0,4301	0,5268
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	9,9424**	0,0414	0,1715	0,2100
emeryt, rencista	26,6227	0,0000	0,2431	0,2977
sektor prywatny*	13,3718	0,0096	0,1759	0,2154
sfera budżetowa	22,8565	0,0001	0,2403	0,2943
Miejsce zamieszkania				
<10.000	23,9643	0,0001	0,3109	0,3808
10.000-50.000	15,8753	0,0032	0,1642	0,2011
50.001-100.000	26,0738	0,0000	0,2566	0,3143
>100.000	44,3793	0,0000	0,3448	0,4223
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: wartość statystyki chi-kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $\alpha < 0,05$ i $df=4$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. W tym przypadku wartość krytyczna odczytana z tablic dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha=9,488$. Obliczona dla $df=4$ stopni swobody wartość współczynnika kontyngencji $C_{max}=0,8165$.				
**(N-W)-zastosowano test chi-kwadrat największej wiarygodności.				

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Dominująca, a zarazem „wysoka” zależność ($C_{skor}=0,5268$) wystąpiła w subgrupie osób mających wykształcenie wyższe. Powiązanie o sile „przeciętnej” ($C_{skor}=0,4110$) wystąpiło w subgrupie osób z wykształceniem zawodowym. W pozostałych subgrupach według wieku istniejąca siła zależności kształtowała się w przedziale oceny „słabej” i dotyczyła osób z wykształceniem podstawowym ($C_{skor}=0,2893$) oraz średnim ($C_{skor}=0,2145$).

W poszczególnych subgrupach, ze względu na status zawodowy respondentów, istniejąca zależność była lekko zróżnicowana w przedziale oceny siły jako „słaba” i w kolejności malejących współczynników dotyczyła: subgrupy „emeryt, rencista”

(Cskor=0,2977), „sfera budżetowa” (Cskor=0,2943), „sektor prywatny” (Cskor=0,2154) oraz „osoba bezrobotna” (Cskor=0,2100).

Analiza uwzględniająca miejsce zamieszkania respondentów wykazała, że zależność o „przeciętnej” sile wystąpiła wśród osób zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (Cskor=0,4223), w subgrupie osób z miejscowości do 10 tys. mieszkańców (Cskor=0,3808) i wśród osób z miast 50-100 tys. (Cskor=0,3143). Zależność o słabej sile (Cskor=0,2011) zauważono w subgrupie osób zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców.

Zakres badawczy, dotyczący przyszłych zachowań gospodarstw na rynku złota, miał na celu uzyskanie wiedzy na temat planowanej sprzedaży złota na tle oceny wystarczalności dochodów. Wyniki badania wykazały, że w badanej zbiorowości ponad 36% stanowiły gospodarstwa, które mimo dochodów wystarczających zaplanowały w niedalekiej przyszłości sprzedaż posiadanego złota – **tabela 50**.

W przypadku płci, odsetek przyszłych sprzedawców złota, tj. mężczyzn z dochodami wystarczającymi wyniósł 39,20% oraz kobiet 18,60% („ogółem” w próbie 36,08%) – **wykres 107**.

Ocenę sytuacji dochodowej w ramach wspólnego gospodarstwa domowego znacząco różnicował wiek przyszłych sprzedawców złota. Mający 18-25 lat z dochodami wystarczającymi stanowili 27,52% (udział „ogółem” 36,08%) i 72,48% w przypadku ocenionych jako „niewystarczające” („ogółem” 63,92%). W subgrupie w wieku 26-45 lat wskaźniki struktury wykazały nieco niższe zróżnicowanie: dla oceny dochodów jako „wystarczające” odsetek sprzedawców wyniósł 24,06%, w wieku 46-60 lat 51,50% oraz w wieku „61 lat i więcej” 39,34% – **wykres 108**.

Przyszli uczestnicy rynku z dochodami wystarczającymi i wykształceniem podstawowym stanowili dominującą grupę, tj. 54,10% („ogółem” w badanej zbiorowości 36,08%). Wysoki w tym względzie odsetek tyczył się także sprzedawców z wykształceniem średnim, tj. 42,68%, a następnie z wykształceniem zawodowym, tj. 32,28% – „ogółem” 36,08%. Najniższy w tej grupie dochodów – dotyczył sprzedawców z wykształceniem wyższym, tj. 24,16% – **wykres 109**.

Należy uwypuklić, że wśród sprzedawców złota ani jedna osoba bezrobotna nie oceniła dochodów wspólnego gospodarstwa domowego jako „wystarczające”. Emeryci i renciści uznali je w 33,07% i sprzedawcy reprezentujący sektor prywatny w 43,88% – wskaźnik struktury „ogółem” 36,08%. Przyszli sprzedawcy ze sfery budżetowej stanowili dla tej oceny 46,03% – **wykres 110**.

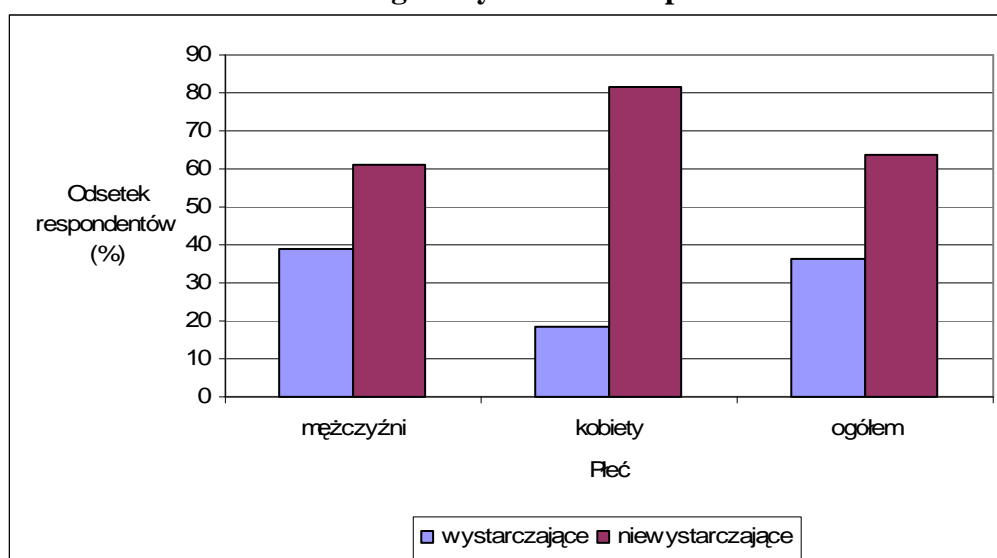
**Tabela 50. Przyszli sprzedawcy złota na rynku wtórnym
według oceny dochodów i cech demograficzno-społecznych**

Cechy demograficzno-społeczne	Przyszli sprzedawcy złota	Ocena dochodów	
		wystarczające	niewystarczające
w odsetkach			
Ogółem	100,00	36,08	63,92
Płeć			
mężczyzna	100,00	39,20	60,80
kobieta	100,00	18,60	81,40
Wiek			
18-25	100,00	27,52	72,48
26-45	100,00	24,06	75,94
46-60	100,00	51,50	48,50
61 i więcej	100,00	39,34	60,66
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	54,10	45,90
zawodowe	100,00	32,28	67,72
średnie	100,00	42,68	57,32
wyższe	100,00	24,16	75,84
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100,00	-	100,00
emeryt, rencista	100,00	33,07	66,93
sektor prywatny*	100,00	43,88	56,12
sfera budżetowa	100,00	46,03	53,97
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	56,18	43,82
10.000-50.000	100,00	29,47	70,53
50.001-100.000	100,00	45,16	54,84
>100.000	100,00	19,05	80,95

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

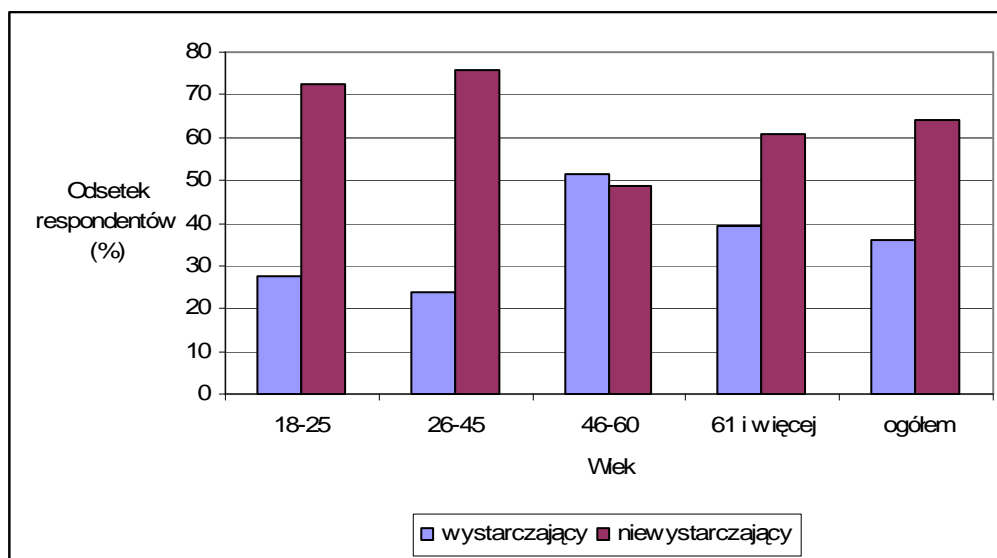
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

**Wykres 107. Przyszli sprzedawcy złota
według oceny dochodów i płci**



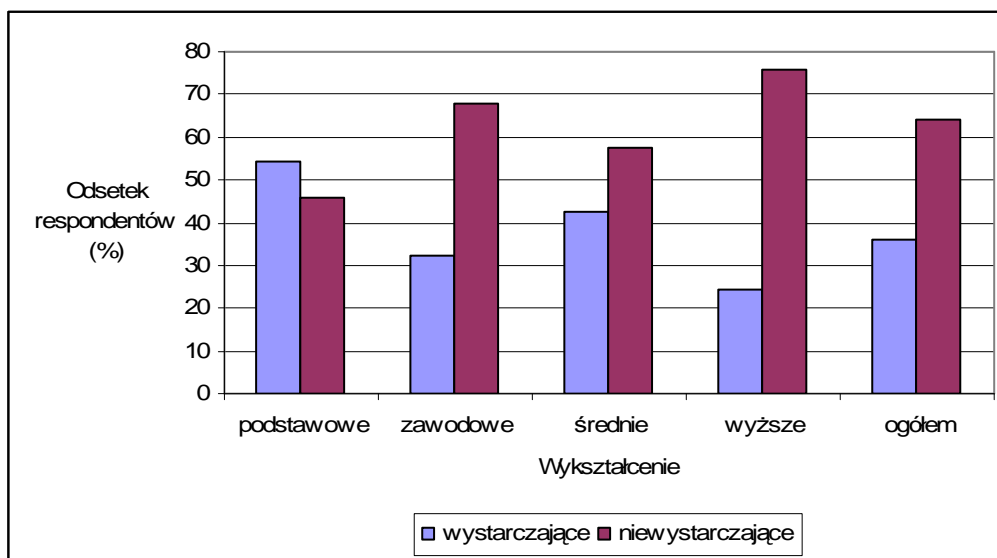
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 50.

**Wykres 108. Przyszli sprzedawcy złota
według oceny dochodów i wieku**



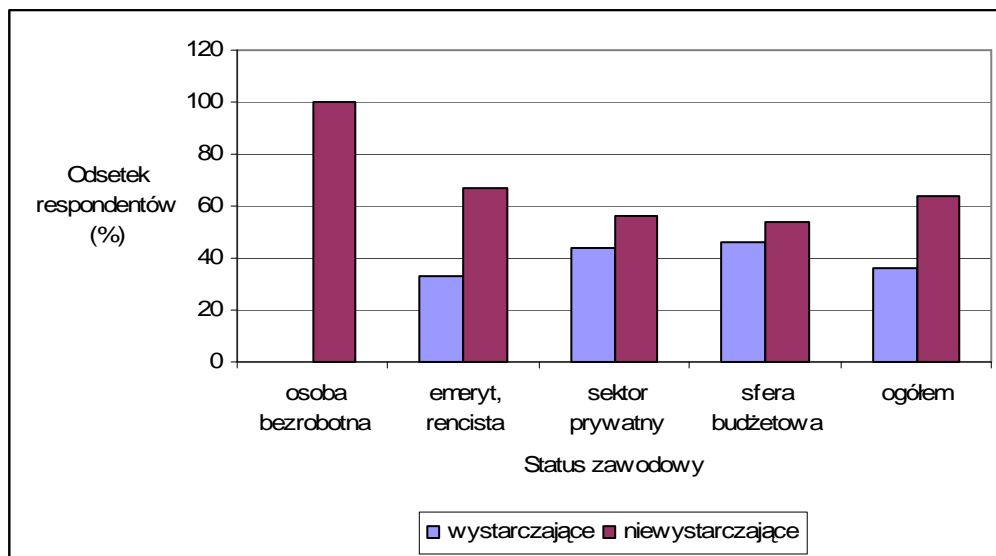
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 50.

**Wykres 109. Przyszli sprzedawcy złota
według oceny dochodów i wykształcenia**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 50.

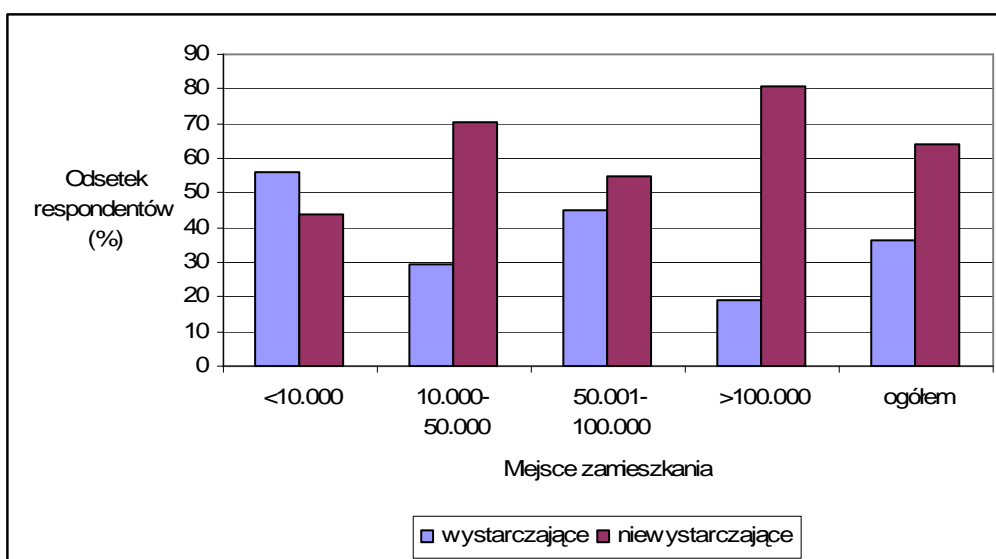
**Wykres 110. Przyszli sprzedawcy złota
według oceny dochodów i statusu zawodowego**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 50.

Respondenci, którzy okazali zamiar sprzedaży złota z miejscowości mniejszych, aniżeli 10 tys. mieszkańców, tworzyli dominującą grupę o dochodach wystarczających stanowiąc 56,18% – „ogółem” w próbie 36,08%. W grupie tej byli również sprzedawcy zamieszkujący miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (45,16%), miasta 10-50 tys. (29,47%) oraz powyżej 100 tys. mieszkańców (19,05%) – **wykres 111**.

**Wykres 111. Przyszli sprzedawcy złota
według oceny dochodów i miejsca zamieszkania**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 50.

Otrzymane rezultaty badawcze pozwoliły na weryfikację tezy zakładającej powiązanie (zależność) między oceną dokonaną przez gospodarstwa domowe wspólnych dochodów („wystarczające” lub „niewystarczające”) a zamiarem („tak”, „nie” lub „nie wiem”) dotyczącym sprzedaży złota w najbliższej przyszłości i uwzględniającej cechy demograficzno-społeczne respondentów – **tabela 51**.

Uzyskane rezultaty analizy w postaci prezentowanych wartości testu chi-kwadrat wykazały, że w stosunku do badanej zbiorowości brak było podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej ($\chi^2=2,338 < \chi^2_{\alpha=5,991}$), co pozwoliło na stwierdzenie, że na poziomie istotności $\alpha \leq 0,05$ nie istniała zależność między wystarczalnością dochodów a zamiarem sprzedaży złota w przyszłości. Również w stosunku do respondentów według ich cech demograficzno-społecznych, na poziomie istotności $\alpha=0,05$ nie wystąpiła zależność w następujących subgroupach: w wieku „26-45 lat” ($2,131 < 5,991$), „46-60 lat” ($2,493 < 5,991$), „61 lat i więcej” ($2,332 < 5,991$), „wykształcenie podstawowe” ($1,581 < 5,991$), „wykształcenie zawodowe” ($5,250 < 5,991$), „wykształcenie średnie” ($0,741 < 5,991$), „osoba bezrobotna” (brak relacji), „sfera budżetowa” ($2,321 < 5,991$), „mieszkańcy z miast 10-50 tys.” ($2,196 < 5,991$) i „mieszkańcy z miast 50-100 tys.” ($0,903 < 5,991$). Oznacza to, że w wymienionych subgroupach ocena wystarczalności dochodów nie miała wpływu na zamiar sprzedaży złota („tak”, „nie” lub „nie wiem”).

W pozostałych subgroupach były podstawy do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności zmiennych ($\chi^2 > \chi^2_{\alpha}$), a tym samym do wnioskowania, że na poziomie istotności $p < 0,05$ wystarczalność dochodów gospodarstw domowych miała wpływ na ich decyzje dotyczące zamiaru sprzedaży złota.

Obliczone współczynniki kontyngencji oceniające siłę zależności między wystarczalnością dochodów a zamiarem sprzedaży złota pozwoliły na stwierdzenie, że zależność o „słabej” sile wystąpiła w subgroupach: „mężczyzna” ($C_{skor}=0,1210$), „emeryt, rencista” ($C_{skor}=0,2746$) i „sektor prywatny” ($C_{skor}=0,2510$). Natomiast powiązanie o „przeciętnej” sile miało miejsce w subgroupach respondentów zamieszkujących miasta o liczbie powyżej 100 tys.” mieszkańców ($C_{skor}=0,3754$), miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,3597$), mających wykształcenie wyższe ($C_{skor}=0,3761$), w wieku 18-25 lat ($C_{skor}=0,3434$) oraz kobiet ($C_{skor}=0,3065$).

Tabela 51. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów a zamiarem sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	p	C	Cskor.
Ogółem (N=1496)	2,3379	0,3107	0,0395	0,0519
Płeć				
mężczyzna	7,9717	0,0186	0,0952	0,1250
kobieta	36,0278	0,0000	0,2335	0,3065
Wiek w latach				
18-25	20,7826	0,0000	0,2616	0,3434
26-45	2,1312	0,3445	0,0618	0,0811
46-60	2,4923	0,2876	0,0861	0,1130
61 i więcej	2,3321	0,3116	0,0845	0,1109
Wykształcenie				
podstawowe	1,5808	0,4537	0,0936	0,1228
zawodowe	5,2504	0,0724	0,1336	0,1754
średnie	0,7406	0,6906	0,0323	0,0424
wyższe	28,3463	0,0000	0,2865	0,3761
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	0,0000	1,0000	0,0000	0,0000
emeryt, rencista	19,3983	0,0001	0,2092	0,2746
sektor prywatny*	15,9050	0,0004	0,1912	0,2510
sfera budżetowa	2,3210	0,3133	0,0786	0,1032
Miejsce zamieszkania				
<10.000	18,1810	0,0001	0,2740	0,3597
10.000-50.000	2,1955	0,3336	0,0618	0,0811
50.001-100.000	0,9029	0,6367	0,0493	0,0647
>100.000	29,3055	0,0000	0,2860	0,3754
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: wartość statystyki chi kwadrat, na podstawie której oszacowano współczynniki kontyngencji jest statystycznie istotna dla $\alpha < 0,05$ i $df=2$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. W tym przypadku, wartość krytyczna odczytana z tablic dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wynosi chi-kwadrat $\alpha=5,991$. Obliczona dla $df=2$ stopni swobody wartość współczynnika kontyngencji $C_{max}=0,7618$.				

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

5.3.3. Dodatkowe źródła dochodów według dokonanej i planowanej sprzedaży złota

W pracy zmierzano do identyfikacji respondentów, którzy dokonali oraz zaplanowali sprzedaż złota, uwzględniając ich aktywność na rynku finansowym w świetle źródeł uzyskiwanych dochodów. Rozważania te dotyczyły struktury sprzedawców złota według czterech kategorii: a) brak dodatkowych (innych) źródeł dochodów, b) kredyty (kredytobiorcy), c) lokaty (inwestorzy), d) kredyty i lokaty (kredytobiorca-inwestor) – tabela 52.

Tabela 52. Sprzedawcy złota na rynku wtórnym według dodatkowych źródeł dochodów oraz cech demograficzno-społecznych

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Sprzedawcy złota	Brak dodatkowych źródeł dochodów	Źródło dochodu		
			kredyty*	lokaty**	kredyty z lokatami
Ogółem	w odsetkach				
	100,00	36,74	26,11	9,49	27,66
Płeć					
mężczyzna	100,00	32,80	27,84	10,40	28,96
kobieta	100,00	43,90	22,96	7,85	25,29
Wiek w latach					
18-25	100,00	46,37	4,35	23,19	26,09
26-45	100,00	38,40	32,80	8,53	20,27
46-60	100,00	13,62	35,88	4,98	45,52
61 i więcej	100,00	62,05	8,48	12,95	16,52
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	40,91	40,15	8,33	10,61
zawodowe	100,00	57,07	26,17	8,38	8,38
średnie	100,00	44,09	30,64	9,14	16,13
wyższe	100,00	10,59	13,14	11,31	64,96
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	100,00	84,73	6,54	8,73	-
emeryt, rencista	100,00	36,19	33,97	13,33	16,51
sektor prywatny***	100,00	1,60	15,20	3,20	80,00
sfera budżetowa	100,00	2,76	42,91	8,66	45,67
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	42,36	15,28	20,83	21,53
10.000-50.000	100,00	48,84	30,49	6,46	14,21
50.001-100.000	100,00	27,24	31,71	6,50	34,55
>100.000	100,00	20,31	18,23	10,94	50,52
*kredyty = kredyty bankowe i pożyczki lombardowe					
** lokaty = obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe i inne					
*** w tym działalność gospodarcza i rolnictwo					

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

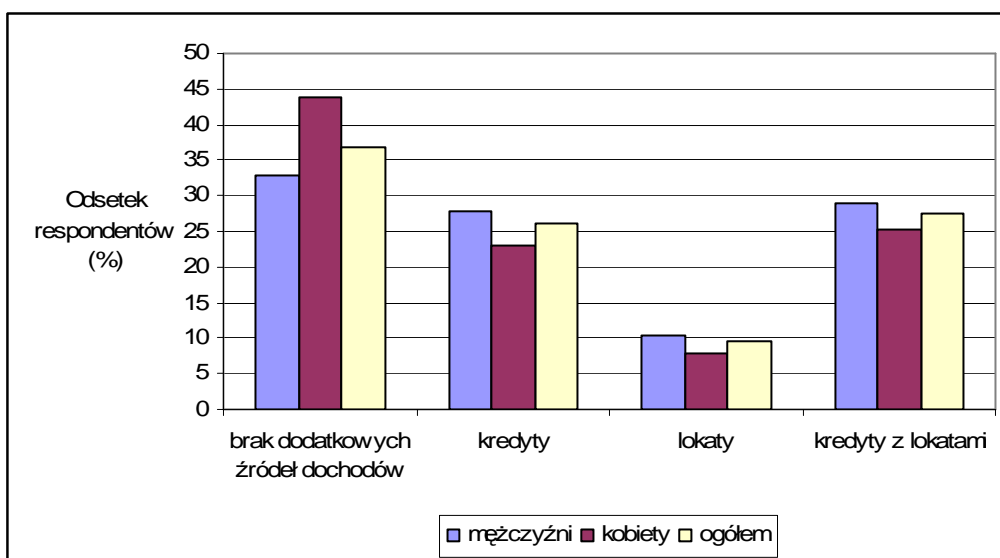
Otrzymane wyniki pokazały, że wśród dotychczasowych sprzedawców złota było 36,74% respondentów, którzy nie posiadali żadnych dodatkowych źródeł dochodów. Odsetek sprzedawców korzystających wyłącznie z kredytów wyniósł 26,11% oraz 9,49% z lokat. Sprzedawcy, którzy jednocześnie korzystali z kredytów oraz dochodów z lokat stanowili 27,66%. Warto podkreślić, że w stosunku do liczności grupy, aż 53,77% sprzedawców złota korzystało z kredytów bankowych i pożyczek lombardowych. Ustalono, że w przypadku cech demograficzno-społecznych odsetek ten charakteryzował się dużym zróżnicowaniem w stosunku do udziału „ogółem”. Najwięcej zadłużonych sprzedawców, w kolejności malejących wskaźników struktury, stwierdzono w subgrupie „sektor prywatny” 95,20%, „sfera budżetowa” 88,52%, „46-60 lat” 81,40%, „wykształcenie wyższe” 78,10%, „mieszkańcy miast powyżej 100 tys.” 68,75% i „mieszkańcy

miast 50-100 tys.” 66,26%. Najniższe odsetki zadłużonych sprzedawców, w kolejności rosnących wskaźników, wystąpiły w subgroupach „osoba bezrobotna” 6,54%, „61 lat i więcej” 25,0%, „18-25 lat” 30,44%, „wykształcenie zawodowe” 34,55% i osób z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców”, tj. 36,81%.

Uwzględniając płeć respondentów stwierdzono, że wśród sprzedawców złota, którzy nie dysponowali żadnymi źródłami dochodów z rynku finansowego, było znacznie mniej mężczyzn (32,80%), niż kobiet (43,90%). Sytuacja odwrotna wystąpiła natomiast w przypadku ich posiadania: „kredytobiorców” było więcej wśród mężczyzn (27,84%), niż wśród kobiet (22,96%). Podobnie sprzedawców o statusie „kredytobiorca-inwestor” było więcej (3,77pkt proc.) wśród mężczyzn (28,96%), niż wśród kobiet (25,29%). W subgrupie mężczyzn sprzedawcy o statusie „inwestor” stanowili 10,40% i 7,85% w subgrupie kobiet – **wykres 112**.

Analiza struktury sprzedawców złota, dotycząca wieku oraz rodzaju dochodów, wykazała istotne zróżnicowanie w stosunku do wskaźników „ogółem” w całej zbiorowości – **wykres 113**. W subgrupie respondentów w wieku 18-25 lat sprzedawcy złota, którzy nie mieli dodatkowych dochodów, stanowili 46,37% i był to wskaźnik o 9,63 pkt proc. wyższy od wskaźnika struktury „ogółem”. Odsetek „inwestorów” w subgrupie tej wyniósł 23,19% i był o ponad 13,7 pkt wyższy od „ogółem” oraz 4,35% „kredytobiorców” przy udziale „ogółem” 26,11%. „Kredytobiorcy-inwestorzy” stanowili 26,09% – udział „ogółem” 27,66%.

Wykres 112. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i płci



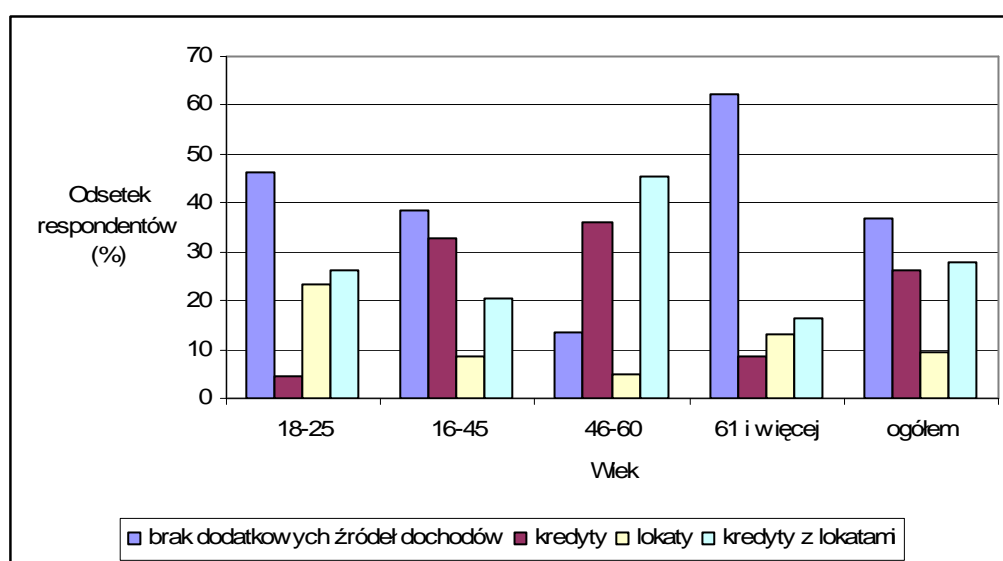
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 52.

W subgrupie respondentów w wieku 26-45 lat sprzedawcy bez dodatkowych źródeł dochodów stanowili 38,40% („ogółem” w badanej zbiorowości 36,74%), natomiast „kredytobiorcy” 32,80%. Odsetek „inwestorów” wyniósł 8,53% i był niższy 0,96 pkt proc. od „ogółem”, natomiast „kredytobiorców-inwestorów” było 20,27% – „ogółem” w próbie 27,66%.

Wyniki badania pozwoliły zauważyć, że w subgrupie respondentów w wieku 46-60 lat dominujący odsetek stanowili sprzedawcy o statusie „kredytobiorca-inwestor”, tj. 45,52% i był to wskaźnik struktury wyższy o 17,86 pkt w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem”. Również odsetek „kredytobiorców” był o 9,77 pkt proc. wyższy od udziału „ogółem” i wyniósł 35,88%. Inwestorzy tworzyli grupę w 4,98% w stosunku do niższego o 4,51% pkt udziału „ogółem”. Z kolei odsetek sprzedawców, którzy nie posiadali żadnych źródeł dodatkowych dochodów wyniósł tylko 13,62%, przy wskaźniku struktury „ogółem” 36,74%.

W subgrupie w wieku „61 lat i więcej” dominujący odsetek, tj. 62,05% tworzyli sprzedawcy, którzy nie korzystali z dochodów z tytułu kredytów i zysków z lokat. Odsetek „inwestorów” wyniósł 12,95% i był wyższy o 3,46 pkt proc. od wskaźnika struktury „ogółem”. Znacząco niski odsetek, tj. 8,48%, w stosunku do udziału „ogółem” 26,11%, stanowili „kredytobiorcy”. Również odsetek sprzedawców o statusie „kredytobiorca-inwestor” był niższy (o 11,14 pkt proc.) od „ogółem” w próbie i wyniósł 16,52%.

Wykres 113. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 52.

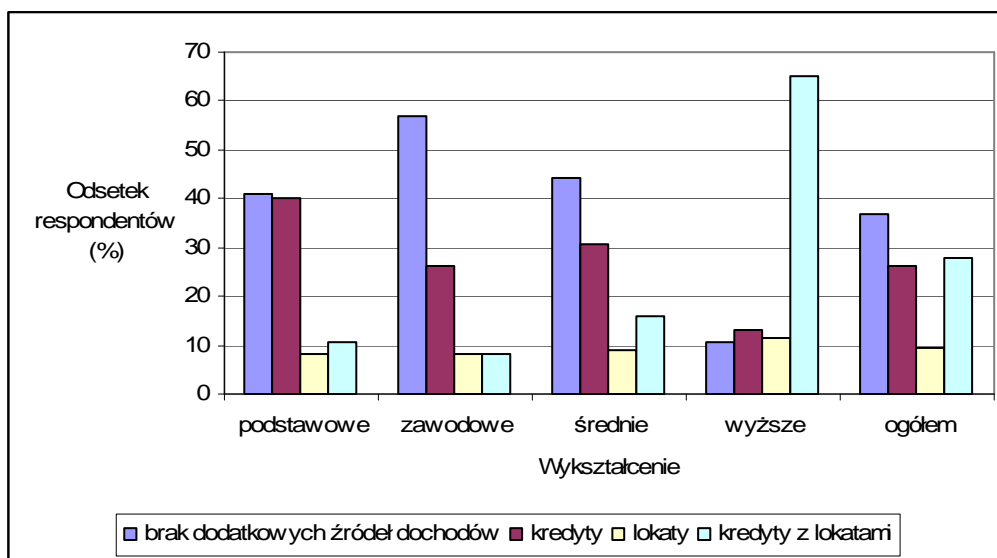
Poziom wykształcenia okazał się czynnikiem istotnie różnicującym sprzedawców złota pod względem korzystania z produktów rynku finansowego – **wykres 114**. W subgrupie sprzedawców z wykształceniem podstawowym było 40,15% „kredytobiorców”, czyli więcej o 14,04 pkt proc. od wskaźnika „ogółem” w próbie. Również powyżej wskaźnika „ogółem” (4,17 pkt) znaleźli się sprzedawcy, którzy nie korzystali z żadnej formy dodatkowych dochodów. W stosunku do struktury „ogółem” 27,66% „kredytobiorcy-inwestorzy” tworzyli grupę w 10,61%, natomiast odsetek „inwestorów” wyniósł 8,33% i był niższy o 1,16 pkt od wskaźnika w grupie.

W subgrupie sprzedawców z wykształceniem zawodowym dominujący odsetek, tj. 57,07% (20,33 pkt proc. poniżej wskaźnika struktury „ogółem”) stanowili sprzedawcy niekorzystający z żadnych dostępnych produktów. Odsetek „kredytobiorców” był wyższy od „ogółem” w próbie tylko o 0,06 pkt i wyniósł 26,17%. Poniżej wskaźników w próbie (1,11 pkt) znaleźli się także „inwestorzy” stanowiący 8,38% oraz „kredytobiorcy-inwestorzy”, dla których wskaźnik w strukturze okazał się identyczny, lecz o 19,28 pkt proc. niższy od wskaźnika struktury „ogółem” 27,66%.

Sprzedawcy z wykształceniem średnim nie korzystali w 44,09% z żadnej formy analizowanych na podstawie badania dochodów (+7,35 pkt do „ogółem”), natomiast „kredytobiorcy” w 30,64% (+ 10,63 pkt). Nieznacznie poniżej wskaźnika „ogółem” w próbie było „inwestorów”, którzy stanowili 9,14% (-0,35 pkt proc.) oraz znacząco mniej „kredytobiorców-inwestorów”, czyli 16,13% (-11,53 pkt proc.).

Wśród sprzedawców w subgrupie z wykształceniem wyższym dominowali „kredytobiorcy-inwestorzy” przy odsetku 64,96%, czyli niższym o 37,3 pkt proc. od „ogółem” w próbie. Tymczasem „inwestorzy” stanowili 11,31% i był to odsetek jedynie o 1,82 pkt proc. niższy od „ogółem” w badanej zbiorowości. Poniżej natomiast wskaźników „ogółem” zaobserwowano udział w sprzedaży złota „kredytobiorców”, tj. 13,14% (mniej o 12,97 pkt) oraz tych sprzedawców, którzy nie posiadali dodatkowych dochodów, tj. 10,59% w stosunku do „ogółem” w próbie 36,74%.

Wykres 114. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia



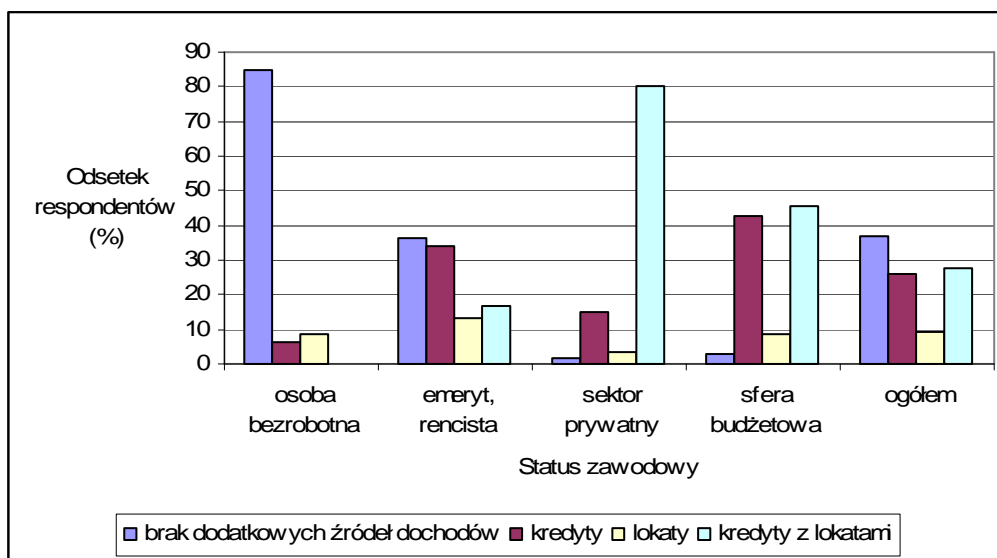
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 52.

Zauważono, że czynnikiem istotnie różnicującym sprzedawców złota w świetle dodatkowych źródeł dochodów był status zawodowy – **wykres 115**. W subgrupie „osoba bezrobotna” dominujący odsetek 84,73% tyczył się sprzedawców, którzy nie korzystali z żadnej formy dochodu. „Kredytobiorcy” stanowili tylko 6,54% i był to wskaźnik w strukturze niższy od wskaźnika struktury „ogółem”, aż o 19,57 pkt proc. „Inwestorzy” stanowili 8,73% i w tym przypadku był on o 0,76 pkt. niższy od wskaźnika struktury „ogółem”. Należy podkreślić, że wśród osób bezrobotnych nie było sprzedawców złota korzystających jednocześnie z kredytów i lokat.

W subgrupie sprzedawców z sektora prywatnego dominowali „kredytobiorcy-inwestorzy”, którzy stanowili 80,00% w stosunku do udziału „ogółem” 27,66%. Udział z kolei „inwestorów” był o 6,29 pkt niższy od „ogółem” i wyniósł 3,20%. Podobnie odsetek „kredytobiorców” był niższy o 10,91 pkt proc., tj. 15,20%. Najniższy odsetek, czyli 1,60% – a zarazem wysoce zróżnicowany (35,14 pkt) dotyczył sprzedawców, którzy nie korzystali z dodatkowych źródeł dochodów.

Wśród sprzedawców reprezentujących sferę budżetową było 45,67% „kredytobiorców-inwestorów” (więcej o 18,01 pkt od „ogółem” w próbie), 42,91% „kredytobiorców” (więcej o 16,8 pkt) oraz 8,66% „inwestorów” (mniej o 0,83 pkt) i tylko 2,76% sprzedawców niekorzystających z żadnej formy omawianych dochodów (mniej o 33,98 pkt).

Wykres 115. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 52.

Uzyskane efekty badawcze pozwoliły stwierdzić, że miejsce zamieszkania o odniesieniu do liczby mieszkańców, umiarkowanie różnicowało sprzedawców złota na tle omawianych źródeł dochodów – **wykres 116**. W subgrupie sprzedawców zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców znacząco wyróżnili się „inwestorzy”, którzy stanowili 20,83% („ogółem” w próbie 9,49%), natomiast odsetek nabywców niekorzystających z dodatkowych źródeł wyniósł 42,36% („ogółem” 36,74%). Wskaźnik struktury dla „kredytobiorców” wyniósł 15,28% („ogółem” 26,11%) i 21,53% dla „kredytobiorców-inwestorów” – udział „ogółem” 27,66%.

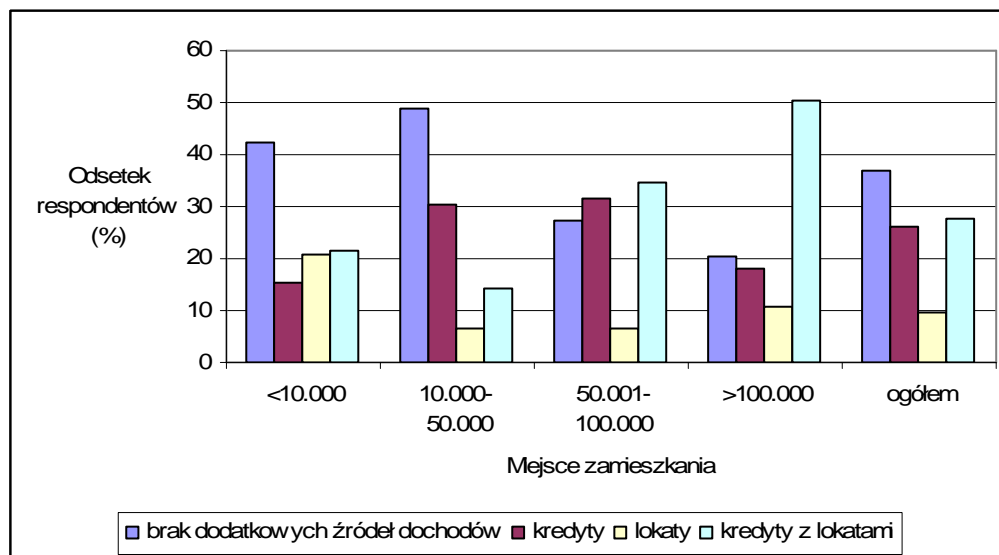
W przypadku sprzedawców złota zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, 48,84% z nich nie korzystało z żadnych tych dochodów (udział „ogółem” 36,74%), natomiast „kredytobiorcy stanowili 30,49% („ogółem” 26,11%), „kredytobiorcy-inwestorzy” 14,21% („ogółem” 27,66%) i „inwestorzy” 6,46% – udział „ogółem” 9,49%.

Sprzedawcy z miast 50-100 tys. mieszkańców w 27,24% nie korzystali z żadnej formy dochodów z rynku i był to wskaźnik struktury niższy od „ogółem” w badanej zbiorowości o 9,5 pkt proc. Odsetek „inwestorów” wyniósł 6,50% (mniej o 2,99 pkt), „kredytobiorców” 31,71% (więcej o 5,6 pkt) i 34,55% „kredytobiorców-inwestorów” (więcej o 6,89 pkt proc.).

W przypadku sprzedawców z miast powyżej 100 tys. mieszkańców – 20,31% z nich nie korzystało z dodatkowych dochodów (wskaźnik struktury „ogółem” 36,74%),

„kredytobiorcy” stanowili 18,23% („ogółem” 26,11%), „inwestorzy” 10,94% („ogółem” 9,49%) oraz „kredytobiorcy-inwestorzy” 50,52% – „ogółem” 27,66%.

Wykres 116. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 52.

Zgodnie z celami poznawczymi, w pracy dążono do zbadania zależności między sprzedażą złota (warianty „tak” lub „nie”) a korzystaniem z dodatkowych źródeł dochodów („tak” lub „nie”), do których zaliczono: a) kredyty bankowe i pożyczki lombardowe, b) obligacje, c) fundusze inwestycyjne, d) lokaty bankowe i inne. Analiza statystyczna pozwoliła na stwierdzenie, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ istniała zależność między sprzedażą złota a korzystaniem z kredytów i pożyczek ($\chi^2=28,2631 > \chi^2_{\alpha=0,05}=3,841$) oraz korzystaniem z lokat bankowych i innych ($\chi^2=21,6871 > \chi^2_{\alpha=0,05}=3,841$). Zależności te były wysoce istotne ($p=0,0000$), ale słabe i w tym przedziale oceny lekko zróżnicowane. Większa siła powiązania wystąpiła w stosunku do korzystania z kredytów ($C_{skor}=0,1926$), niż w stosunku do korzystania z lokat bankowych ($C_{skor}=0,1690$) – **tabela 53**.

Obliczone wartości statystyki χ^2 w stosunku do obligacji oraz funduszy inwestycyjnych pozwoliły zauważyć, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ nie istniała zależność między dokonaną sprzedażą złota a dochodami z obligacji ($\chi^2=0,0202 < \chi^2_{\alpha=0,05}=3,841$) oraz dochodami z funduszy inwestycyjnych ($\chi^2=1,1401 < \chi^2_{\alpha=0,05}=3,841$).

Oznacza to, że posiadane przez gospodarstwa domowe lokaty w obligacjach oraz w funduszach inwestycyjnych nie miały wpływu na podejmowane decyzje dotyczące sprzedaży złota.

Tabela 53. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między sprzedażą złota na rynku wtórnym a innymi źródłami dochodów

Źródła dochodów	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Współczynniki	
				C	Cskor.
Kredyty, pożyczki lombardowe	28,2631	1	0,0000	0,1362	0,1926
Obligacje	0,0020	1	0,9641	0,0012	0,0017
Fundusze inwestycyjne	1,1401	1	0,2856	0,0276	0,0390
Lokaty bankowe i inne	21,6871	1	0,0000	0,1195	0,1690

Uwaga: dla poziomu istotności alfa=0,05 i df=1 stopnia swobody (k-1)(w-1) wartość krytyczna chi-kwadrat alfa=3,841. Wartość współczynnika Cmax=0,7071.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Badanie umożliwiło, w zakresie celów szczegółowych, podjęcie identyfikacji respondentów, którzy wykazali w sondażu zamiar sprzedaży złota, uwzględniając ich źródła dochodów w postaci produktów finansowych. Analizę struktury przeprowadzono podobnie, jak w przypadku dokonanej przez respondentów sprzedaży złota na rynku wtórnym, w oparciu o cztery kategorie zachowań¹ – **tabela 54**.

Uzyskane rezultaty badania wykazały, że w grupie przyszłych sprzedawców złota najwyższy odsetek stanowili „kredytobiorcy”, tj. 34,06%. Odsetek „kredytobiorców-inwestorów” wyniósł 30,64% i „inwestorów” 13,22%. Dodatkowych źródeł dochodów z rynku finansowego nie miało 22,08% z ogólnej liczby przyszłych sprzedawców złota.

W subgrupie mężczyzn, dominujący odsetek stanowili „kredytobiorcy-inwestorzy” 32,41% (udział „ogółem” 30,64%) i „kredytobiorcy” 30,47% („ogółem” 34,06%) oraz nieposiadający dochodów z tych źródeł, którzy tworzyli grupę w 18,84% w stosunku do 22,08% udziału „ogółem”. Najniższy odsetek (18,28%) wśród mężczyzn tworzyli „inwestorzy” – „ogółem” w próbie 13,22%.

Wśród kobiet zauważono najwięcej „kredytobiorców” (38,65%) oraz „kredytobiorców-inwestorów” (28,37%). W 26,24% nie posiadały one żadnych źródeł dochodów. Najniższy odsetek wśród kobiet dotyczył „inwestorów”, tj. 6,74%, „ogółem” w badanej zbiorowości 13,22% – **wykres 117**.

¹ Do kategorii tych zaliczono: a) przyszłych sprzedawców złota niekorzystających z dodatkowych źródeł dochodów, b) korzystających tylko z kredytów i nazwanych, jako „kredytobiorcy”, c) posiadających zyski z wyłącznie z lokat, tj. obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe, nazwanych jako „inwestor”, d) korzystających z kredytów i zysków z lokat, nazwanych jako „kredytobiorca-inwestor”.

Tabela 54. Przyszli sprzedawcy złota na rynku wtórnym a dodatkowe źródła dochodów według cech demograficzno-społecznych

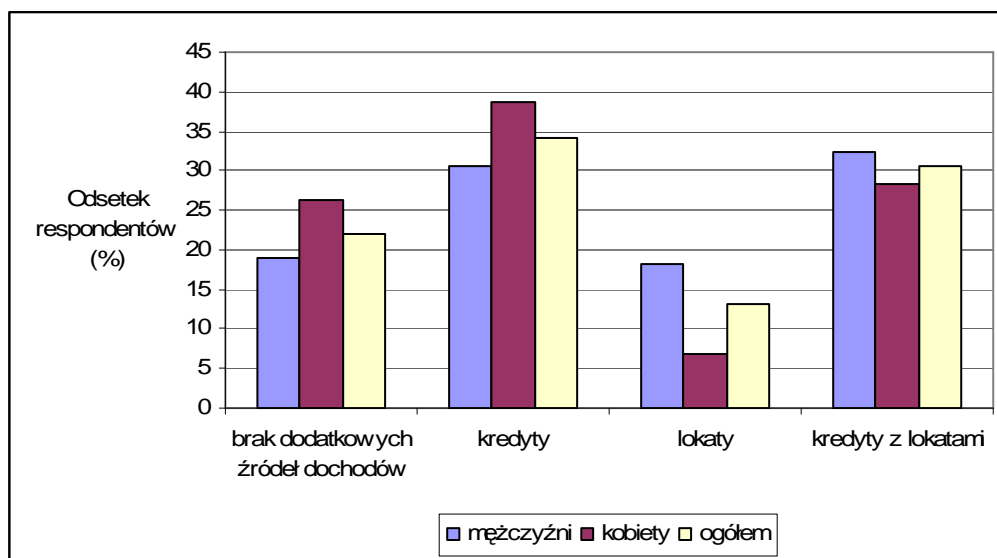
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Przyszli sprzedawcy złota	Brak dodatkowych źródeł dochodów	Dochody według kategorii		
			kredyty*	lokaty**	kredyty z lokatami
w odsetkach					
Ogółem	100,00	22,08	34,06	13,22	30,64
Płeć					
mężczyzna	100,00	18,84	30,47	18,28	32,41
kobieta	100,00	26,24	38,65	6,74	28,37
Wiek w latach					
18-25	100,00	37,62	12,84	31,19	18,35
26-45	100,00	11,79	47,17	9,43	31,61
46-60	100,00	8,50	44,50	3,00	44,00
61 i więcej	100,00	48,36	13,12	20,49	18,03
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	36,07	37,70	9,84	16,39
zawodowe	100,00	31,01	43,04	12,66	13,29
średnie	100,00	23,98	41,06	10,98	23,98
wyższe	100,00	6,74	15,17	17,98	60,11
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	100,00	72,13	3,28	24,59	-
emeryt, rencista	100,00	34,25	37,80	16,14	11,81
sektor prywatny***	100,00	1,44	32,37	10,07	56,12
sfera budżetowa	100,00	4,76	40,21	7,94	47,09
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	22,47	31,46	19,10	26,97
10.000-50.000	100,00	35,26	43,68	10,53	10,53
50.001-100.000	100,00	13,83	29,95	12,90	43,32
>100.000	100,00	17,01	29,25	13,60	40,14
* kredyty = kredyty bankowe i pożyczki lombardowe					
** lokaty = obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe i inne					
*** w tym działalność gospodarcza i rolnictwo					

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wskazano, że wiek istotnie różnicował przyszłych sprzedawców złota w uzyskiwanych dochodach z rynku finansowego – **wykres 118**. W subgrupie osób w wieku 18-25 lat dominowali sprzedawcy, którzy nie dysponowali nimi, tj. 37,62% (udział „ogółem” 22,08%) oraz „inwestorzy” stanowiący 31,19% („ogółem” 13,22%). „Kredytobiorcy-inwestorzy” stanowili 18,35% („ogółem” 30,64%) i 12,85% (najniższy odsetek) „kredytobiorcy” – „ogółem” w próbie 34,06%.

W subgrupie osób w wieku 26-45 lat wyróżniali się „kredytobiorcy”, których udział wyniósł 47,14% (udział „ogółem” 34,06%) oraz „kredytobiorcy-inwestorzy”, tj. 31,46% („ogółem” 30,64%). Dodatkowymi źródłami dochodów nie dysponowało 11,79% z nich w stosunku do 22,08% „ogółem” w badanej zbiorowości. Najniższy odsetek (9,43%) tyczył się „inwestorów” – udział „ogółem” 13,22%.

**Wykres 117. Przyszli sprzedawcy złota
według dodatkowych źródeł dochodów i płci**



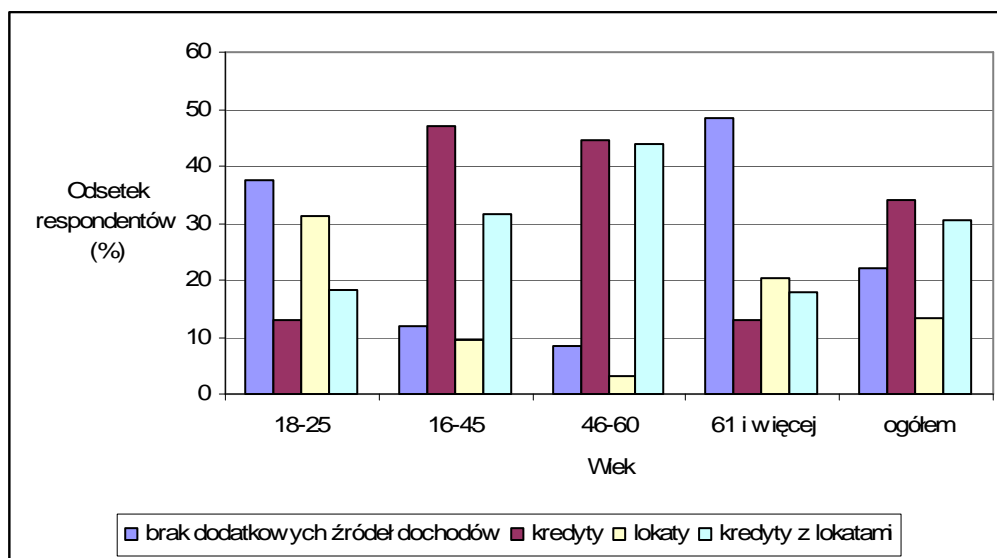
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 54.

Odsetek „kredytobiorców” i „kredytobiorców-inwestorów” w wieku 46-60 lat był jednakowy, odpowiednio 44,50% („ogółem” w próbie 34,06%) i 44,00% („ogółem” w próbie 30,64%), natomiast dochodami nie dysponowało 8,50% przyszłych sprzedawców złota – „ogółem” 22,08%. Najniższy wskaźnik w strukturze odnosił się do „inwestorów” i wyniósł 3,00% wobec wskaźnika struktury „ogółem” 13,22%.

Wśród subgrupy respondentów powyżej 61 roku życia zauważono, że dominowali przyszli sprzedawcy złota, którzy nie posiadali żadnych źródeł dochodów stanowiący 48,36% (udział „ogółem” 22,08%). Drugą grupą (różnica niemal 28 pkt proc.) byli inwestorzy, tj. 20,49% („ogółem” 13,22%) i „kredytobiorcy-inwestorzy” w 18,03% („ogółem” w próbie 30,64%). Najniższy odsetek przyszłych sprzedawców dotyczył „kredytobiorców”. Wskaźnik struktury dla tej grupy wyniósł 13,12% przy wskaźniku „ogółem” 34,06%.

Analizując dochody według wykształcenia respondentów zauważono, że wśród przyszłych sprzedawców z wykształceniem podstawowym dominowali „kredytobiorcy” (37,70%, udział „ogółem” 34,06%) oraz z różnicą ponad 1,5 pkt proc. niezyskujący żadnych dochodów z rynku finansowego (36,07%, „ogółem” 22,08%) – **wykres 119**. Odsetek „kredytobiorców-inwestorów” wyniósł 16,39% („ogółem” 40,64%), a „inwestorów” 9,84% i był to najniższy odsetek w strukturze – „ogółem” 13,22%.

**Wykres 118. Przyszli sprzedawcy złota
według dodatkowych źródeł dochodów i wieku**



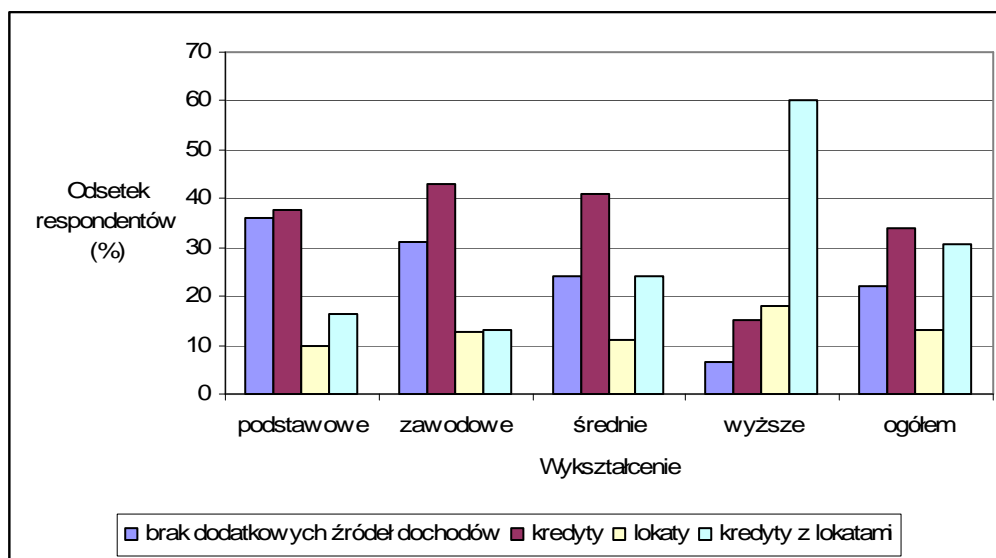
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 54.

W subgrupie sprzedawców z wykształceniem zawodowym najwyższy udział w dochodach z rynku finansowego mieli kredytobiorcy, którzy stanowili 43,04% – wskaźnik struktury „ogółem” 34,06%. Znaczący odsetek tworzyli nieposiadający żadnych dochodów, tj. 31,01% (udział „ogółem” 22,08%), a następnie „kredytobiorcy-inwestorzy” 13,29% („ogółem” 30,64%) oraz „inwestorzy” 12,66% (ogółem” 13,22%).

Wśród przyszłych sprzedawców z wykształceniem średnim dominowali „kredytobiorcy” stanowiący 41,06% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 34,06%. Odsetek „kredytobiorców-inwestorów” („ogółem” 30,64%) oraz niekorzystających z tych źródeł dochodów („ogółem” 22,08%) był identyczny, tj. po 23,98%, natomiast inwestorów 10,98% – udział „ogółem” 13,22%.

W odniesieniu do wykształcenia wyższego sprzedawców, odsetek „kredytobiorców-inwestorów” był dominujący i wyniósł 60,11% w stosunku do „ogółem” w próbie 30,64%. „Inwestorów” było 17,98% i ich udział był niższy niemal 3 pkt proc. w stosunku do „kredytobiorców”, których było 15,17% wobec udziału „ogółem” 34,06%. Dodatkowych źródeł dochodów nie miało 6,74% przyszłych sprzedawców złota (najniższy wskaźnik w strukturze) przy wskaźniku struktury „ogółem 22,08%”.

**Wykres 119. Przyszli sprzedawcy złota
według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 54.

W subgrupie sprzedawców bezrobotnych przeważali nieposiadający dodatkowych dochodów i był to najwyższy wskaźnik w badanej strukturze, tj. 72,13% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 22,08% – **wykres 120.** „Inwestorów” było 24,59% („ogółem” 13,22%) i „kredytobiorców” 3,28% („ogółem” 34,06%). Również w subgrupie tej przyszli sprzedawcy nie dysponowali dochodami z kredytów oraz lokat.

W przypadku emerytów i rencistów główny wskaźnik w strukturze stanowili „kredytobiorcy”, tj. 37,80% (udział „ogółem” 34,06%) oraz – niewiele niższy, ponad 3,5 pkt proc. – nieposiadający dodatkowych dochodów, tj. 34,25% („ogółem” 22,08%). Odsetek „inwestorów” wyniósł 16,14% do udziału „ogółem” 13,22% i „kredytobiorców-inwestorów” 11,81% – „ogółem” 30,64%.

Przyszli sprzedawcy złota z sektora prywatnego stanowili najwyższy odsetek uzyskujących dochody z kredytów i lokat – 56,12% przy 30,64% „ogółem” w badanej zbiorowości. „Kredytobiorców” natomiast było w subgrupie tej 32,27% („ogółem” 34,06%), a „inwestorów” 10,07% – „ogółem” 13,22%. Zdecydowanie najniższy odsetek tworzyli sprzedawcy, którzy nie posiadali dodatkowych dochodów, tj. 1,44% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 22,08%.

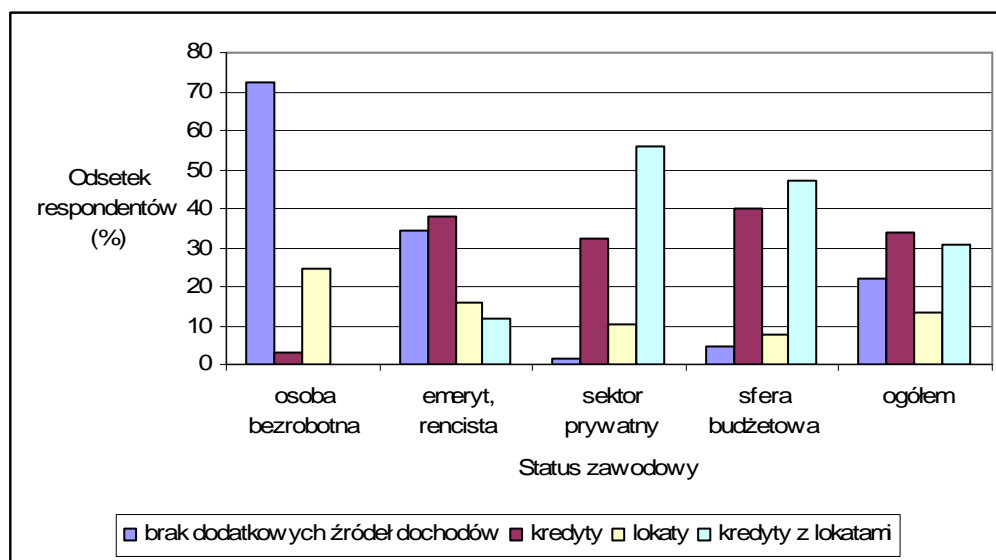
Dominujący odsetek wśród przyszłych sprzedawców reprezentujących sferę budżetową tworzyli „kredytobiorcy-inwestorzy” przy odsetku 47,09% i udziale „ogółem” 30,64%. Wskaźnik struktury dla „kredytobiorców” wyniósł 40,21% i udziale „ogółem” 34,06%, natomiast „inwestorzy” stanowili 7,94% – „ogółem” 13,22%. W subgrupie tej

najniższy odsetek dotyczył przyszłych sprzedawców złota bez dodatkowych dochodów, których było 4,76% w stosunku do „ogółem” w próbie 22,08%.

Stwierdzono, że miejsce zamieszkania istotnie różnicowało przyszłych sprzedawców złota w świetle produktów na rynku finansowym. Najwyższy odsetek „kredytobiorców” tworzyli sprzedawcy zamieszkujący miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (31,46%, udział „ogółem” 34,06%) oraz „kredytobiorcy-inwestorzy” (26,97%, udział „ogółem” 30,64%) – **wykres 121**. Sprzedawców, którzy nie posiadali źródeł dochodów było 22,47% („ogółem” w próbie 22,08%) i „inwestorów” 19,10% – „ogółem” 13,22%.

W przypadku przyszłych sprzedawców złota zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców zauważono, że dominowali „kredytobiorcy” (43,68%, „ogółem” 34,06%) oraz nieposiadający dodatkowych dochodów, którzy stanowili 35,26% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 22,08%. W pozostałych grupach wskaźniki struktury „inwestorów” i „kredytobiorców” były identyczne, tj. po 10,53%, odpowiednio przy wskaźnikach struktury „ogółem” 13,22% i 30,64%.

Wykres 120. Przyszli sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego

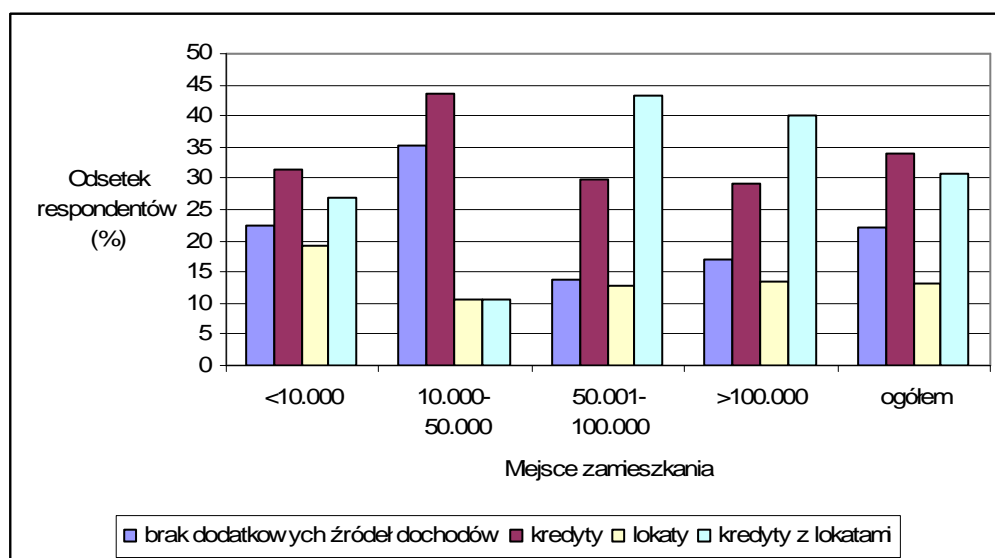


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 54.

Wśród przyszłych sprzedawców złota zamieszkujących miasta 50-100 tys. mieszkańców najwyższy odsetek tworzyli „kredytobiorcy-inwestorzy”, tj. 43,52% (wskaźnik struktury „ogółem” 30,64%) oraz „kredytobiorcy” stanowiący 29,95% – „ogółem” 34,06%. Zbliżone odsetki zauważono w przypadku sprzedawców, którzy nie

dysponowali dodatkowymi źródłami dochodów i „inwestorów”, odpowiednio: 13,83% i 12,90% przy zróżnicowanych wskaźnikach struktury „ogółem” 22,08% oraz 13,22%.

**Wykres 121. Przyszli sprzedawcy złota
według innych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania**



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 54.

Dominujący odsetek sprzedawców „kredytobiorców-inwestorów” wystąpił wśród badanych z miast powyżej 100 tys. mieszkańców, którzy stanowili 40,14% – wskaźnik struktury „ogółem” 30,64% oraz wśród „kredytobiorców” przy odsetku 29,95% i „ogółem” 34,06%. Nieposiadający dodatkowych źródeł stanowili 17,01% („ogółem” 22,08%) oraz „inwestorzy” 13,60% – „ogółem” 13,22%.

Analiza powiązań między dodatkowymi źródłami dochodów² (warianty odpowiedzi: „tak” lub „nie”) a zamiarem sprzedaży złota (warianty odpowiedzi: „tak”, „nie” „nie wiem”) pozwoliła na uzyskanie wiedzy, czy dodatkowe dochody z rynku finansowego miały wpływ na decyzje związane z przyszłą sprzedażą złota przez gospodarstwa domowe na rynku wtórnym – **tabela 55**.

Rezultaty tej analizy pozwoliły stwierdzić, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ istniała zależność między sprzedażą złota a korzystaniem z kredytów i pożyczek ($\chi^2=16,5319 > \chi^2_{\alpha=0,05}=5,991$) oraz korzystaniem z funduszy inwestycyjnych ($\chi^2=9,6502 > \chi^2_{\alpha=0,05}=5,991$). Zależności te były statystycznie istotne ($p < 0,0080$), ale „słabe” i w tym przedziale oceny lekko zróżnicowane. Większa

² Zaliczono do nich: a) kredyty bankowe, pożyczki lombardowe, b) obligacje, c) fundusze inwestycyjne, d) lokaty bankowe i inne.

siła powiązania wystąpiła w stosunku do korzystania z kredytów ($C_{skor}=0,1372$), niż w stosunku do korzystania z funduszy inwestycyjnych ($C_{skor}=0,1051$).

Tabela 55. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem sprzedaży złota na rynku wtórnym a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych

Źródła dochodów	Chi-kwadrat	df	Istotność	Współczynniki	
				C	Cskor
Kredyty, pożyczki lombardowe	16,5319	2	0,0003	0,1045	0,1372
Obligacje	1,0115	2	0,6031	0,0260	0,0341
Fundusze inwestycyjne	9,6502	2	0,0080	0,0801	0,1051
Lokaty bankowe i inne	1,1631	2	0,5590	0,0279	0,0366

Uwaga: dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ i $df=2$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$ wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=5,991$. Wartość współczynnika $C_{max}=0,7618$.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Obliczone wartości statystyki chi-kwadrat w stosunku do obligacji oraz lokat bankowych pozwoliły również na stwierdzenie, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ nie istniała zależność między sprzedażą złota a dochodami z obligacji (chi-kwadrat=1,0115 < chi-kwadrat α) oraz dochodami z lokat bankowych (chi-kwadrat=1,1631 < chi-kwadrat α). Oznacza to, że posiadane przez gospodarstwa domowe lokaty w formie obligacji lub na kontach bankowych nie miały wpływu na podejmowane decyzje dotyczące przyszłej sprzedaży złota.

5.4. Sprzedaż złota dokonana i planowana – wzajemne relacje

W kolejno realizowanym procesie badawczym zmierzano do identyfikacji przyszłych zachowań respondentów, którzy dokonali sprzedaży złota na rynku wtórnym według okazanego zamiaru sprzedaży. W sondażu posłużono się skategoryzowaną formą odpowiedzi umożliwiającą respondentom jej udzielenie według trzech wariantów: „tak”, „nie” lub „nie wiem”. Otrzymane wyniki badania pozwoliły na stwierdzenie, że spośród dotychczasowych sprzedawców, wskaźnik struktury „ogółem” dla ponownej sprzedaży złota w najbliższej przyszłości w tej grupie wyniósł 46,75%, natomiast w przypadku jej braku 31,58%. Pozostali badani (21,67%) nie mieli na ten temat zdania – **tabela 56.**

Tabela 56. Zamiar sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe w świetle sprzedaży dokonanej oraz cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Sprzedawcy złota	Zamiar sprzedaży złota		
		tak	nie	nie wiem
Ogółem	100,00	46,75	31,58	21,67
Płeć		w odsetkach		
mężczyzna	100,00	45,12	36,16	18,72
kobieta	100,00	49,71	23,26	27,03
Wiek w latach				
18-25	100,00	65,22	15,94	18,84
26-45	100,00	37,07	37,60	25,33
46-60	100,00	60,13	28,91	10,96
61 i więcej	100,00	39,29	29,91	30,80
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	39,40	17,42	43,18
zawodowe	100,00	58,64	21,99	19,37
średnie	100,00	33,07	44,62	22,31
wyższe	100,00	60,59	27,37	12,04
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	22,18	42,18	35,64
emeryt, rencista	100,00	64,76	21,27	13,97
sektor prywatny*	100,00	40,80	44,00	15,20
sfera budżetowa	100,00	53,94	26,77	19,29
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	48,61	36,81	14,58
10.000-50.000	100,00	35,40	32,30	32,30
50.001-100.000	100,00	57,72	26,42	15,86
>100.000	100,00	54,17	32,81	13,02

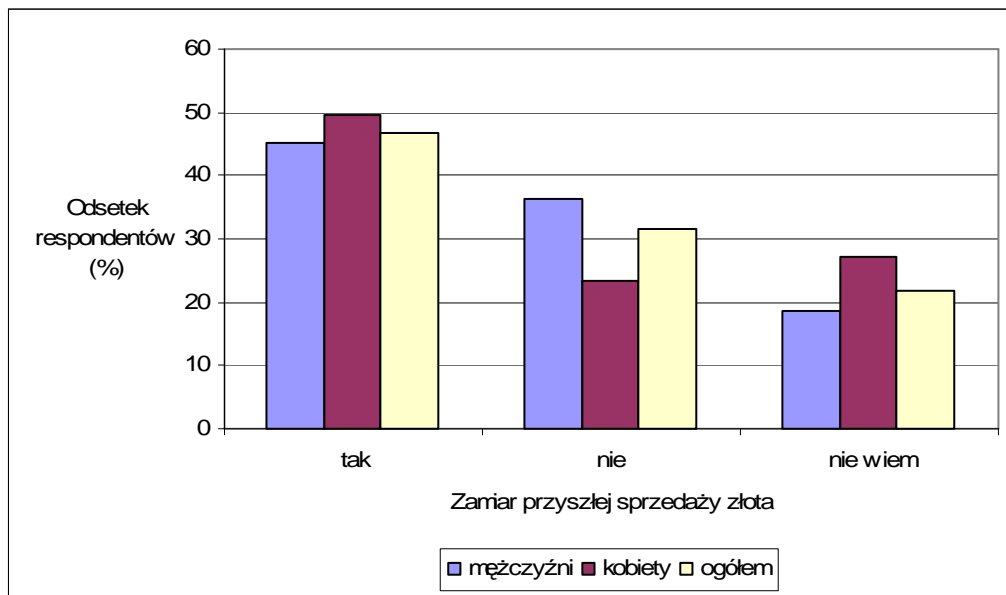
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Płeć respondentów umiarkowanie różnicowała zamiar sprzedaży złota. W przypadku mężczyzn dalszą sprzedaż zaplanowało 55,12% z nich, przeciwnego zdania było 36,16%, czyli o 4,58 pkt proc. więcej w stosunku do wskaźnika „ogółem” w próbie. Odsetek mężczyzn, którzy nie mieli zdania na temat przyszłej sprzedaży wyniósł 18,72% i był to wskaźnik struktury o 2,95 pkt proc. niższy od wskaźnika struktury „ogółem”. W subgrupie kobiet 49,71% (+2,96 pkt proc.) wyraziło chęć sprzedaży rodzinnego złota, a 23,26% (-8,32 pkt) było przeciwnego zdania. Odsetek kobiet, które nie miały zdania wyniósł 27,03% – „ogółem” w próbie 21,67% – **wykres 122**.

Dominujące zróżnicowanie wśród przyszłych sprzedawców złota według wieku wystąpiło w subgrupie „18-25 lat”. Zamiar sprzedaży wyraziło aż 65,22% respondentów, czyli o 18,47 pkt proc. więcej od „ogółem” w badanej zbiorowości. Natomiast 15,94% nie zamierzało dokonać sprzedaży (-15,64 pkt), a 18,84% nie miało zdania na ten temat (-2,83 pkt). Nieco niższe zróżnicowanie w strukturze sprzedawców – według wariantów planowanej sprzedaży złota – wystąpiło w subgrupie w wieku „46-60 lat”.

Wykres 122. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 56.

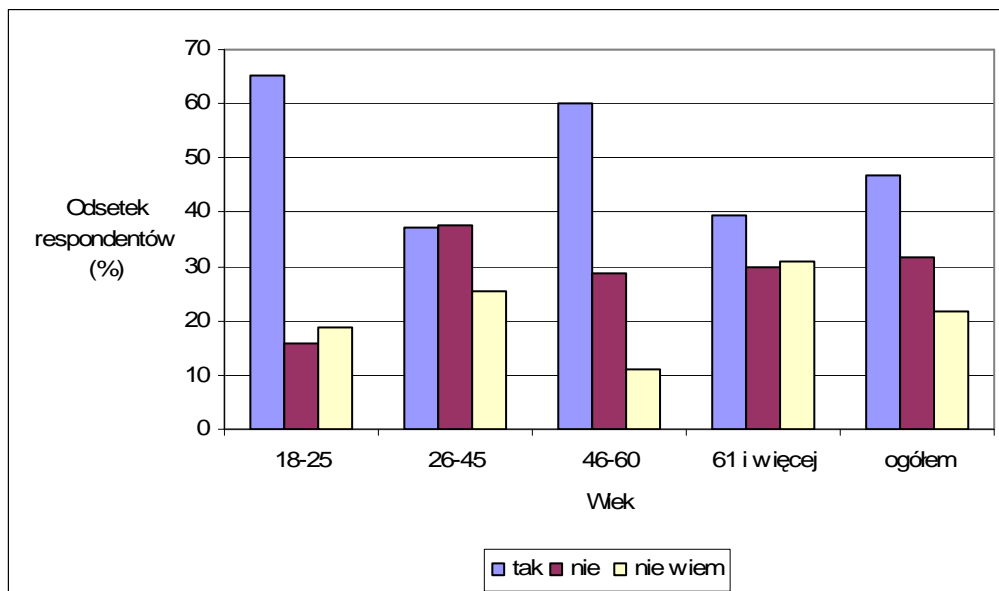
Sprzedaż złota zaplanowało 60,13% respondentów (+13,38 pkt proc. w stosunku do „ogółem” w próbie), natomiast zamiaru nie okazało 28,91% (-2,67 pkt). Zdania w subgrupie tej nie miało 10,96% respondentów – udział „ogółem” 21,76%.

W pozostałych dwóch subgrupach wystąpiło umiarkowane zróżnicowanie sprzedawców pod względem ich wieku w zamiarze sprzedaży złota. W subgrupie w wieku „61 lat i więcej” 39,29% osób zaplanowało sprzedaż złota (-7,46 pkt), a 29,91% (-1,67 pkt) nie planowało. Odsetek osób, które nie miały w tej kwestii zdania wyniósł 30,80% i był wyższy o 9,13 pkt od wskaźnika „ogółem” w próbie. W subgrupie w wieku „26-45 lat” odsetek zamierzających sprzedać złoto wyniósł 37,07% i niemal identyczny respondentów, tj. 37,60% był przeciwnego zdania (+6,02 pkt). Odsetek niepotrafiących udzielić jednoznacznej odpowiedzi na ten temat wyniósł 25,33%, czyli więcej o 3,72 pkt proc. w stosunku do „ogółem” – **wykres 123**.

W odniesieniu do wykształcenia dotychczasowych sprzedawców zauważono, że dominujący spośród nich odsetek planujących sprzedać złoto dotyczył osób z wykształceniem wyższym i zawodowym. Wśród osób z wykształceniem wyższym 60,59% wyraziło zamiar sprzedaży (więcej o 13,84 pkt proc. od udziału „ogółem”), a 27,37% było zdania przeciwnego (-4,21 pkt) – **wykres 124**. Przyszli sprzedawcy złota z grupy dotychczasowych, którzy udzielili w badaniu odpowiedzi „nie wiem”, stanowili 12,04% i był to odsetek o 9,63 pkt niższy w stosunku do próby „ogółem”. W subgrupie osób z wykształceniem zawodowym złoto zamierzało sprzedać 58,64% (+11,89 pkt), przeciw-

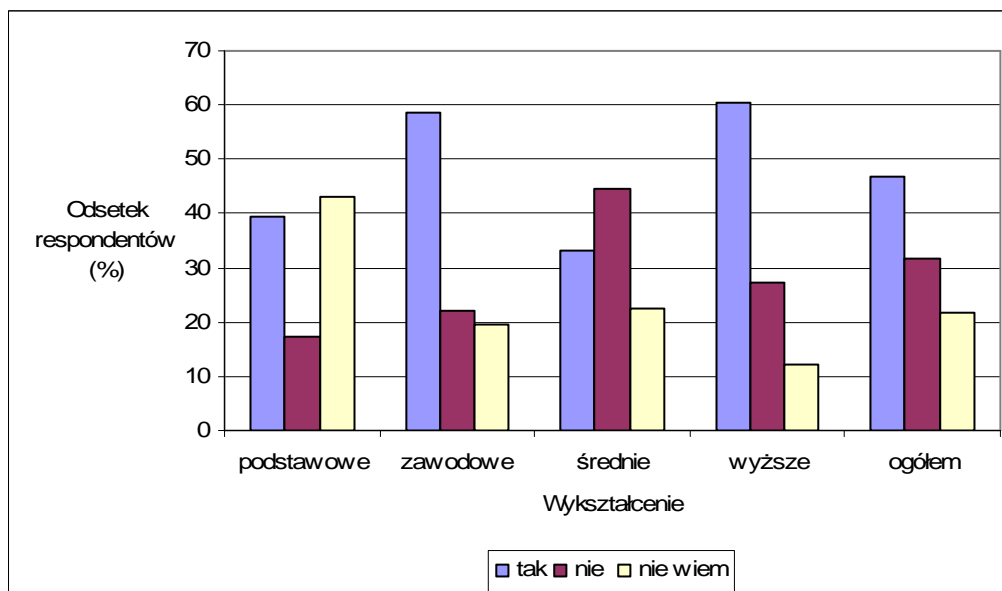
nego zdania było 21,99% (-9,59 pkt) i 19,37% (-2,3 pkt) udzieliło odpowiedzi „nie wiem”.

Wykres 123. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 56.

Wykres 124. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wykształcenia



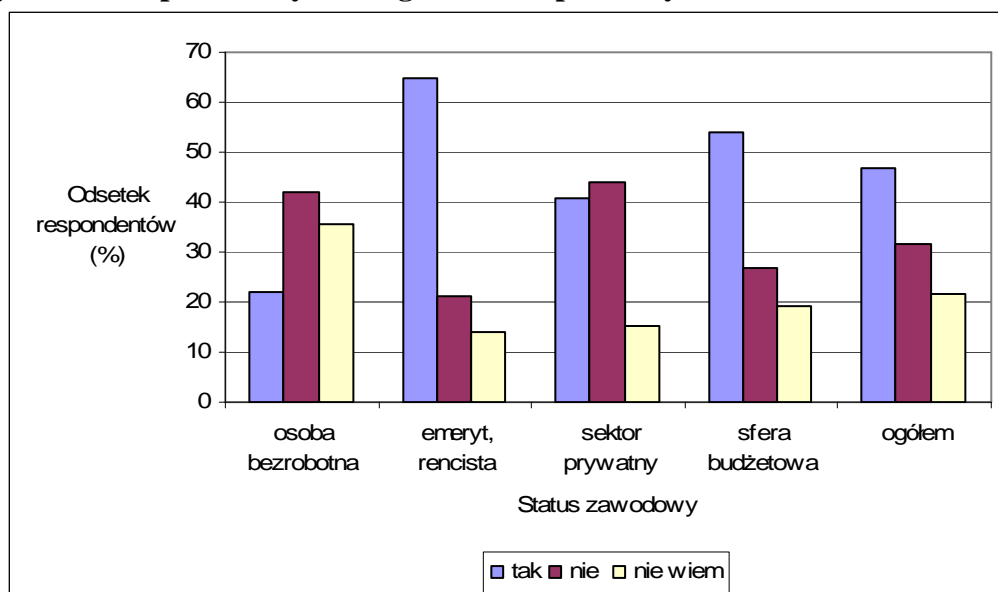
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 56.

Wśród respondentów z wykształceniem podstawowym zamiar sprzedaży złota dotyczył 39,40% sprzedawców (-7,35 pkt proc.). Dla wariantu odpowiedzi przeciwnej ich odsetek wyniósł 17,42% (-14,16 pkt) oraz dla odpowiedzi „nie wiem” 43,18% i był najwyższym wskaźnikiem struktury w tej subgrupie, a ponadto wyższym od „ogółem”

w próbie o 21,51 pkt proc. Zauważono, że najmniejsze zróżnicowanie w tym zakresie w strukturze badanych wystąpiło w subgrupie osób z wykształceniem średnim; zamiar sprzedaży złota okazało 33,07% sprzedawców (-13,68 pkt), a brak zamiaru 44,62% (+13,04%). Wyrobionego zdania o przyszłej sprzedaży rodzinnego złota nie miało 22,31% osób z grupy dotychczasowych sprzedawców.

W świetle statusu zawodowego przyszłych sprzedawców złota, z grupy dotychczasowych, stwierdzono, że zamiar sprzedaży okazali przede wszystkim emeryci i renciści – najwyższy odsetek w strukturze, tj. 64,76%. Nie okazało takiego zamiaru natomiast 21,27% z nich (-10,31 pkt proc. w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem”) oraz 13,97% nie miało zdania (-7,7 pkt proc.) – **wykras 125**. W subgrupie pracowników sfery budżetowej 53,94% sprzedawców (+7,19 pkt) zamierzało dokonać sprzedaży złota, a 26,77% (-4,81 pkt) nie okazało zamiaru. Zdania na ten temat nie miało 19,29% sprzedawców, czyli mniej o 2,38 pkt proc. w odniesieniu do „ogółem” w badanej zbiorowości. Wśród przedstawicieli sektora prywatnego, sprzedaż złota zaplanowało 40,80% dotychczasowych sprzedawców (-5,95 pkt), a przeciwnego zdania było 44% (+12,42 pkt). Odsetek udzielonych odpowiedzi dla wariantu odpowiedzi „nie wiem” wyniósł 15,20%. W subgrupie osób bezrobotnych dominujący odsetek, tj. 42,18% (+10,6 pkt) dotyczył sprzedawców, którzy nie zamierzali sprzedawać złota. Odsetek zamierzających dokonać sprzedaży wyniósł 22,18% (-24,57 pkt). Pokażny odsetek, wynoszący 35,64% (więcej o 13,97 pkt proc.), dotyczył dotychczasowych sprzedawców, którzy nie mieli zdania o przyszłej sprzedaży posiadanego złota.

Wykras 125. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 56.

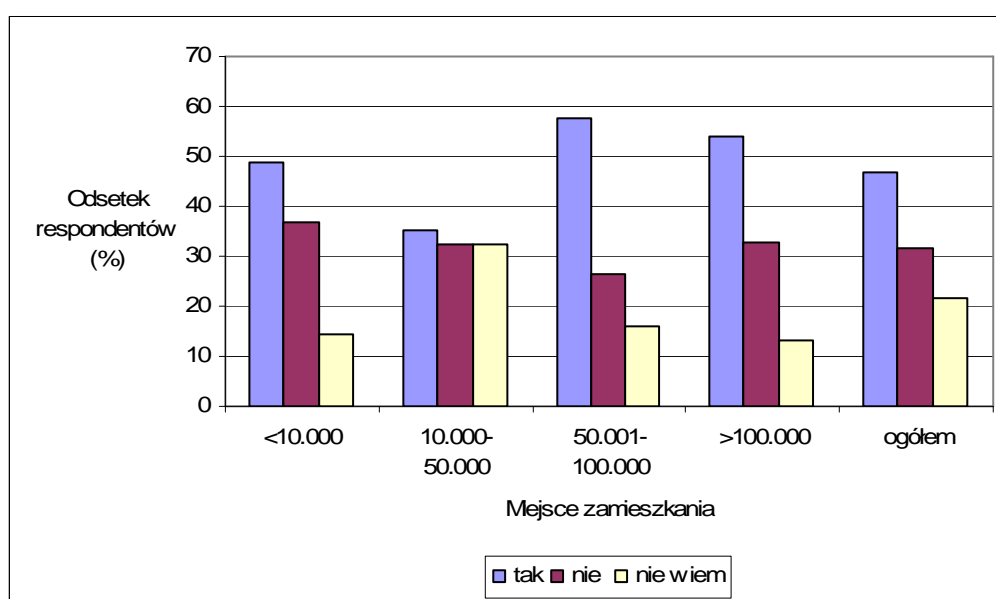
Dominujące zróżnicowanie w strukturze wystąpiło w subgroupach osób zamieszkujących duże miasta. Porównanie struktury dotychczasowych sprzedawców złota, uwzględniające ich postawę wobec przyszłej sprzedaży wykazało, że w subgroupie osób z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców sprzedawcy stanowili 57,72% (więcej o 10,97 pkt proc. od udziału „ogółem”), natomiast odsetek osób, które nie okazały zamiaru sprzedaży wyniósł 26,42% (-5,16 pkt) – **wykres 126**. Sprzedawcy, którzy nie mieli zdania stanowili 15,86% (-5,81 pkt).

W subgroupie osób z miast powyżej 100 tys. mieszkańców 54,17% sprzedawców (+7,41 pkt) zaplanowało sprzedaż złota, a 26,42% (-5,16 pkt) nie zaplanowało. Odsetek dotychczasowych sprzedawców, którzy nie mieli zdania o przyszłej sprzedaży wyniósł 15,86% (-5,81 pkt).

W subgroupie osób z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców przyszli sprzedawcy stanowili 48,61% (+1,86 pkt) natomiast badani, którzy nie zamierzali dokonać sprzedaży 36,81% (+5,23 pkt proc.). Sprzedawcy złota, którzy nie mieli w tej kwestii zdania stanowili 14,58% i był to wskaźnik niższy od „ogółem” w próbie o 7,9 pkt.

W subgroupie osób zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców, odsetki sprzedawców, którzy określili swoje postawy wobec zamiaru sprzedaży złota wyniosły: dla wariantu odpowiedzi „tak” – 35,40% (-11,35 pkt), wariantu „nie” – 32,30% (+0,72 pkt) oraz dla wariantu „nie wiem” – 32,30% (+10,63 pkt). Warto podkreślić, że w subgroupie tej wystąpiło najmniejsze zróżnicowanie w strukturze badanych.

Wykres 126. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 56.

Poza analizą dotyczącą okazanego zamiaru sprzedaży złota według sprzedaży dokonanej, starano się również przedstawić zachowania respondentów, którzy okazali w badaniu taki zamiar, ale dotychczas nie byli jego sprzedawcami. Wyniki badania pozwoliły zauważyć, że w grupie tej zamiar sprzedaży wyraziło 36,05% respondentów, natomiast nie było nią zainteresowanych 28,84%. Odsetek respondentów, którzy nie mieli w tym względzie zdania wyniósł 35,11% – **tabela 57**.

Tabela 57. Zamiar sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe w świetle sprzedaży niedokonanej oraz cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Niesprzedawcy złota	Zamiar sprzedaży złota		
		tak	nie	nie wiem
Ogółem	100,00	36,05	28,84	35,11
Płeć		w odsetkach		
mężczyzna	100,00	32,12	33,33	34,55
kobieta	100,00	39,50	24,91	35,59
Wiek w latach				
18-25	100,00	29,91	25,23	44,86
26-45	100,00	40,56	25,00	34,44
46-60	100,00	57,58	18,18	24,24
61 i więcej	100,00	34,00	47,00	19,00
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	19,15	44,68	36,17
zawodowe	100,00	46,94	24,49	28,57
średnie	100,00	36,28	25,37	38,35
wyższe	100,00	27,91	48,84	23,25
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	-	60,00	40,00
emeryt, rencista	100,00	45,87	34,86	19,27
sektor prywatny*	100,00	29,93	27,89	42,18
sfera budżetowa	100,00	43,70	24,37	31,93
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	23,75	32,50	43,75
10.000-50.000	100,00	28,49	23,66	47,85
50.001-100.000	100,00	60,48	13,71	25,81
>100.000	100,00	31,39	47,44	21,17

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

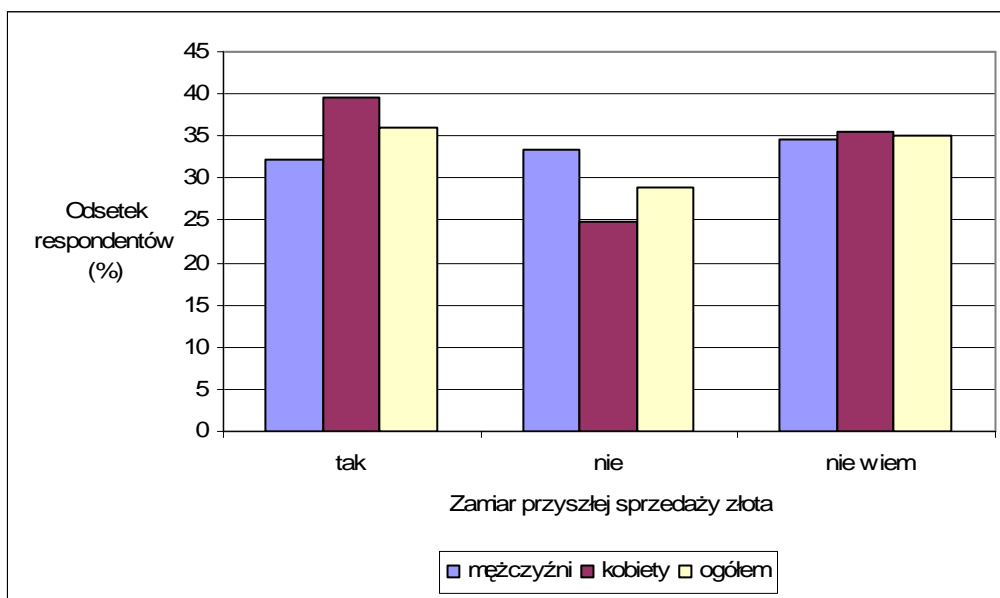
Analizując płeć niesprzedawców zauważono, że udział mężczyzn, którzy zamierzali sprzedać złoto, a dotąd nie sprzedali, był niższy aniżeli udział kobiet i wyniósł odpowiednio 32,12% oraz 39,50%. Analogicznie w odniesieniu do braku zamiaru sprzedaży udział ten wyniósł 33,33% i 24,91%. Zdania na temat zamiaru sprzedaży złota nie miało 34,55% mężczyzn oraz 35,59% kobiet – **wykres 127**.

Przyszli uczestnicy rynku, niesprzedawcy złota w wieku 46-60 lat zamierzający dokonać sprzedaży złota, stanowili w analizowanej strukturze najwyższy odsetek, tj.

57,58%, natomiast niesprzedawcy w wieku 26-45 lat 40,56% – **wykres 128**. Dla osób w wieku powyżej 61 roku życia wskaźnik struktury wyniósł 34,00%, natomiast w odniesieniu do niesprzedawców w wieku 18-25 lat – 29,91%.

Aż 47,00% niesprzedawców powyżej 61 roku życia nie zamierzało sprzedać złota, w wieku 18-25 lat było ich 25,23% oraz w wieku 26-45 lat 25,00%. Najniższy wskaźnik w badanej strukturze dotyczył osób w subgrupie w wieku 46-60 lat i wyniósł 18,18% w stosunku do udziału „ogółem” 28,84%. Zdania o przyszłej sprzedaży złota nie miało 44,86% niesprzedawców złota i był to najwyższy wskaźnik w strukturze, wyższy zarazem od udziału „ogółem” o 9,75 pkt proc. Niesprzedawcy w wieku 26-45 lat stanowili 34,44%. Najniższy wskaźnik w badanej strukturze (19,00%) dotyczył osób w wieku powyżej 61 roku życia. Niesprzedawcy w wieku 46-60 lat stanowili 24,24% w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” wynoszącym 35,11%.

Wykres 127. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i płci



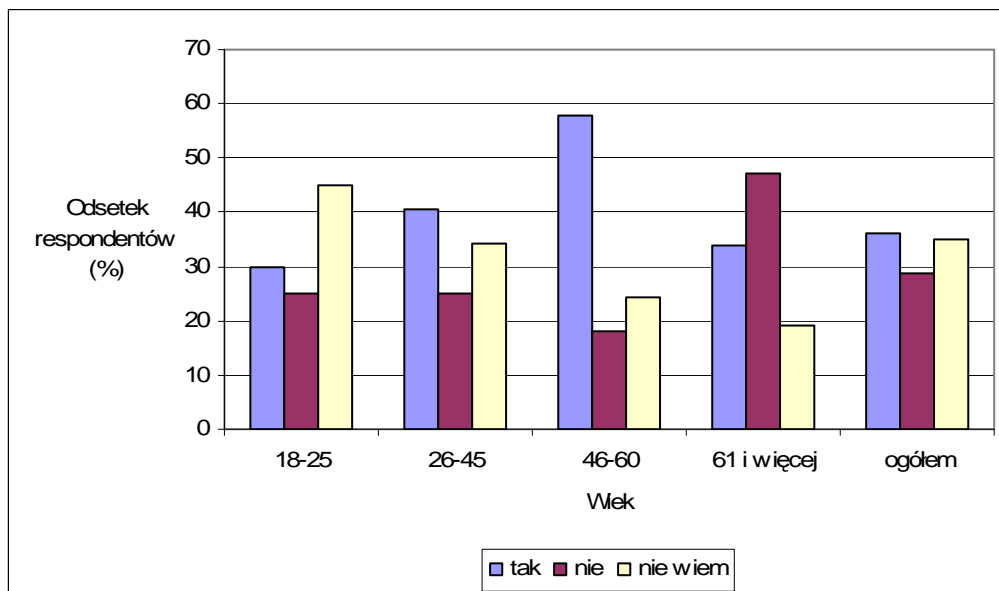
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 57.

Zamiar przyszłej sprzedaży złota w najwyższym stopniu okazali dotychczasowi niesprzedawcy z wykształceniem zawodowym (46,94%), a następnie z wykształceniem średnim (36,28%) i z wykształceniem wyższym (27,91%). Respondenci z wykształceniem podstawowym stanowili w badanej strukturze najniższy odsetek (19,15%) – wskaźnik struktury „ogółem” 36,05% – **wykres 129**.

Dominujący odsetek niesprzedawców złota, którzy nie okazali w badaniu zamiaru sprzedaży, stanowili mający wykształcenie wyższe (48,84%) oraz wykształcenie podstawowe (44,68%). Zbliżony w tym względzie udział zauważono wśród responden-

tów z wykształceniem średnim oraz z wykształceniem zawodowym, dla którego wskaźniki struktury wyniosły odpowiednio 25,37% i 24,49%.

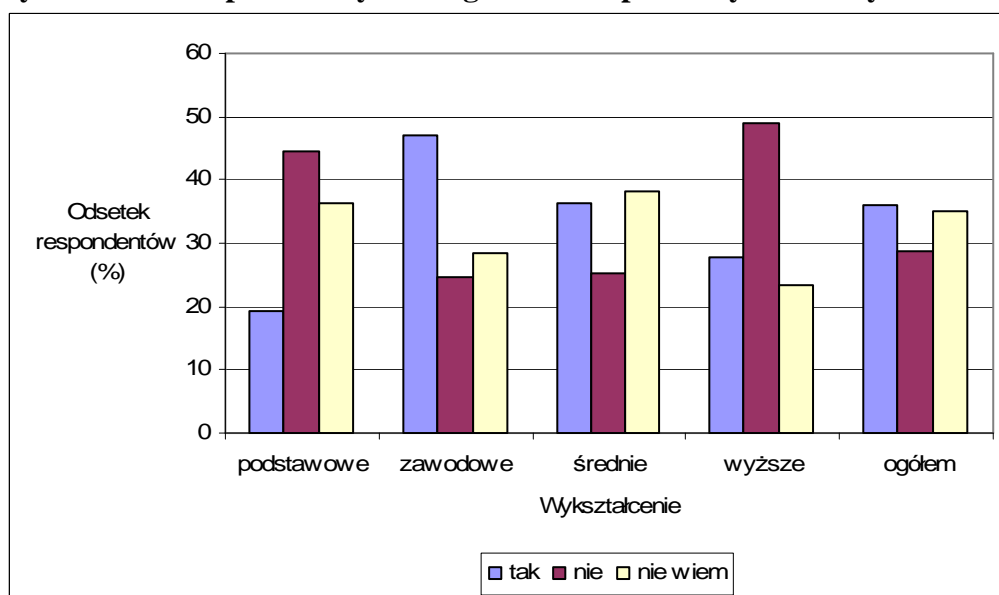
Wykres 128. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 57.

Zdania na temat przyszłej sprzedaży złota nie mieli (najwyższy odsetek) niesprzedawcy z wykształceniem średnim (38,35%) oraz z wykształceniem podstawowym (36,17%). Mający wykształcenie zawodowe stanowili 28,57%, a wykształcenie wyższe 23,25% w stosunku do „ogółem” w próbie 35,11%.

Wykres 129. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wykształcenia



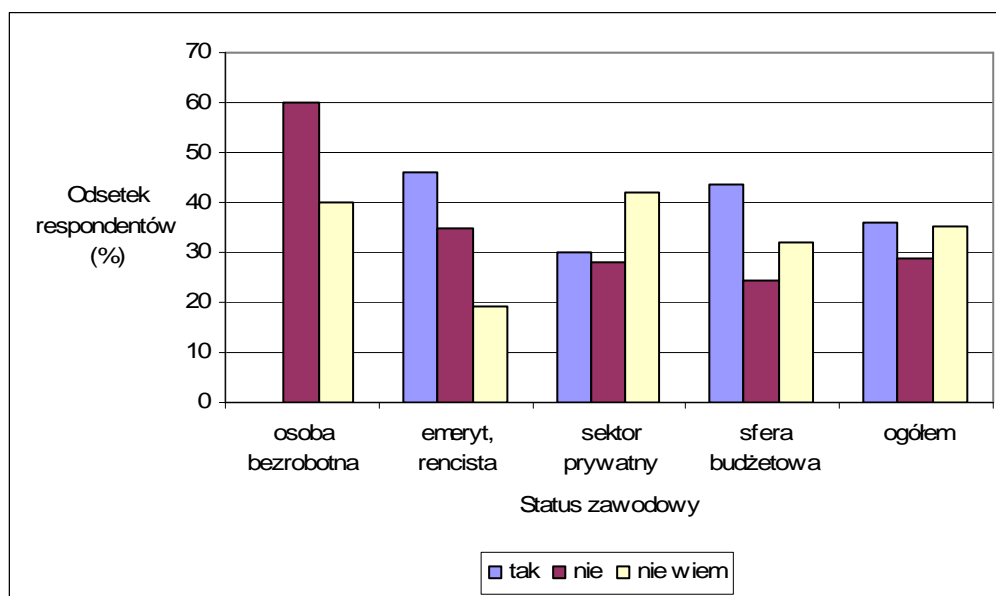
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 57.

Analizując status zawodowy przyszłych sprzedawców złota zauważono, że osoby bezrobotne nie zamierzały w ogóle dokonać sprzedaży złota – **wykres 130**. Emeryci i renciści stanowili z kolei dominujący odsetek (45,87%) niesprzedawców, którzy okazali zamiar sprzedaży złota, przed reprezentantami ze sfery budżetowej, których było 43,70%. Odsetek niesprzedawców z sektora prywatnego wyniósł 29,93% – wskaźnik struktury „ogółem” 36,05%.

Zauważono, że najwyższy procent niesprzedawców (60,00%), którzy nie okazali w badaniu zamiaru sprzedaży złota, tworzyły osoby bezrobotne. Zamiaru tego nie wyraziło także 34,86% emerytów i rencistów, 27,89% reprezentantów z sektora prywatnego i 24,37% ze sfery budżetowej – „ogółem” w próbie 28,84%.

W grupie niesprzedawców, którzy nie mieli zdania na temat przyszłej sprzedaży złota, dominujący odsetek, tj. 42,18% stanowiły osoby z sektora prywatnego. Następnie były to osoby bezrobotne (40,00%) oraz ze sfery budżetowej stanowiące 31,93%. Najniższy odsetek w tym przypadku tyczył się emerytów i rencistów, który wyniósł 19,27%.

Wykres 130. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 57.

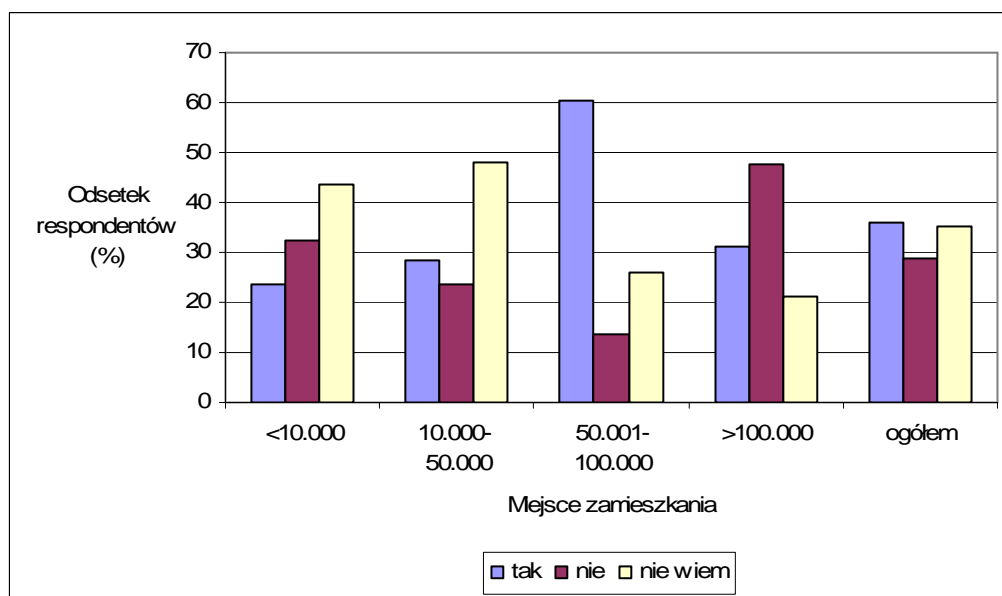
Rozpatrując miejsce zamieszkania przyszłych sprzedawców złota z grupy dotychczasowych niesprzedawców zauważono, że zamieszkujący miasta 50-100 tys. mieszkańców stanowili grupę dominującą z uwagi na najwyższy wskaźnik w analizo-

wanej strukturze, tj. 60,48% – **wykres 131**. Najniższy natomiast wskaźnik dotyczył przyszłych sprzedawców z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców, tj. 23,75%. Nie-sprzedawcy z miast powyżej 100 tys. mieszkańców stanowili 31,39% i z miast 10-50 tys. 28,49% – „ogółem” w próbie 36,05%.

W najwyższym stopniu zamiaru sprzedaży złota nie okazali dotychczasowi nie-sprzedawcy zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców i stanowiący 47,44% oraz z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców stanowiący 32,50%. Najniższy odsetek tyczył się niesprzedawców (przyszłych sprzedawców) z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (13,71%) oraz z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, tj. 23,66% – „ogółem” w próbie 28,84%.

Zdania o przyszłej sprzedaży złota nie mieli przede wszystkim niesprzedawcy złota zamieszkujący miasta 10-50 tys. mieszkańców i stanowiący 47,85% oraz z miejscowości poniżej 10 tys. (43,75%). Następnie byli to przyszli uczestnicy rynku z miast 50-100 tys. mieszkańców (25,81%) oraz powyżej 100 tys. przy odsetku 21,17% w stosunku do „ogółem” badanej zbiorowości 35,11%.

Wykres 131. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 57.

W pracy dążono do uzyskania wiedzy na temat ewentualnego powiązania między sprzedażą złota („tak” lub „nie”) a zamiarem sprzedaży w przyszłości (wybór jednego z wariantów „tak”, „nie” lub „nie wiem”). Uzyskane rezultaty badania pozwoliły

ustalić, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ wystąpił brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej w subgroupach: „46-60lat” ($\chi^2=5,5322 < \chi^2_{\alpha}$), „wykształcenie zawodowe” ($\chi^2=4,2362 < \chi^2_{\alpha}$) oraz „osoba bezrobotna” ($\chi^2=1,5021 < \chi^2_{\alpha}$) – **tabela 58**.

Oznacza to, że w subgroupach tych nie istniała zależność między sprzedażą złota a zamiarem jego sprzedaży. We wszystkich pozostałych subgroupach, według cech demograficzno-społecznych oraz w całej próbie, były podstawy do odrzucenia hipotezy zerowej ($\chi^2 > \chi^2_{\alpha}=5,991$) i stwierdzeniu, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ istniała zależność między sprzedażą a zamiarem sprzedaży złota w przyszłości.

Tabela 58. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między dokonaną sprzedażą złota a zamiarem sprzedaży według cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Chi-kwadrat	Istotność p	Wartości współczynników	
			C	Cskor
Ogółem	33,2477	0,0000	0,1474	0,1935
Płeć				
mężczyzna	26,6836	0,0000	0,1724	0,2263
kobieta	7,4114	0,0246	0,1083	0,1422
Wiek w latach				
18-25	28,0233	0,0000	0,3002	0,3941
26-45	9,7180	0,0078	0,1312	0,1722
46-60	5,5322	0,0629	0,1276	0,1675
61 i więcej	9,7978	0,0075	0,1713	0,2249
Wykształcenie				
podstawowe	15,0559	0,0005	0,2785	0,3656
zawodowe	4,2362	0,1203	0,1202	0,1578
średnie	34,3100	0,0000	0,2146	0,2817
wyższe	16,1669	0,0003	0,2203	0,2892
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	1,5021	0,4719	0,0730	0,0958
emeryt, rencista	12,3479	0,0021	0,1682	0,2208
sektor prywatny*	28,7864	0,0000	0,2535	0,3328
sfera budżetowa	7,4086	0,0246	0,1396	0,1833
Miejsce zamieszkania				
<10.000	25,7706	0,0000	0,3212	0,4216
10.000-50.000	13,1223	0,0014	0,1496	0,1964
50.001-100.000	10,3753	0,0056	0,1652	0,2169
>100.000	16,9188	0,0002	0,2212	0,2904
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo				
Uwaga: wartości statystyki chi-kwadrat na podstawie których oszacowano współczynniki kontyngencji są statystycznie istotne dla $\alpha \leq 0,05$ i $df=2$ stopni swobody $(k-1)(w-1)$. Dla poziomu istotności $\alpha=0,05$ wartość krytyczna chi-kwadrat $\alpha=5,991$. Wartość współczynnika $C_{max}=0,7618$.				

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Współczynniki kontyngencji obliczone w stosunku do całej próby pozwoliły na stwierdzenie, że powiązanie między sprzedażą a zamiarem sprzedaży złota było wysoce istotne ($p=0,000$), ale „słabe” ($Cskor=0,1935$). Również według płci istniejące powiązania były „słabe”, a zarazem w przedziale tej oceny zróżnicowane. W subgrupie mężczyzn korelacja była silniejsza ($Cskor=0,2263$), niż w subgrupie kobiet ($Cskor=0,1422$).

Ustalono, że w przypadku wieku badanych, dominujący współczynnik korelacji o „przeciętnej” sile ($Cskor=0,3941$) wystąpił w subgrupie osób w wieku „18-25 lat”. Z kolei powiązania o „słabej” sile miały miejsce w subgrupie osób w wieku „61 lat i więcej” ($Cskor=0,2249$) i w subgrupie „26-45 lat” ($Cskor=0,1722$).

Najsilniejsze powiązanie między sprzedażą a zamiarem sprzedaży złota w odniesieniu do poziomu wykształcenia badanych wystąpiło w subgrupie osób z wykształceniem podstawowym i kształtowało się na „przeciętnym” poziomie ($Cskor=0,3656$). Powiązania o „słabej” sile dotyczyły subgrupy osób z wykształceniem wyższym ($Cskor=0,2892$) i osób z wykształceniem średnim ($Cskor=0,2817$).

Analiza uwzględniająca status zawodowy respondentów wykazała, że najsilniejszy związek między sprzedażą a zamiarem sprzedaży złota o „przeciętnej” sile wystąpił w subgrupie osób sektora prywatnego ($Cskor=0,3328$). Natomiast powiązania o „słabej” sile dotyczyły osób w subgrupach „emeryt, rencista” ($Cskor=0,2208$) i „sfera budżetowa” ($Cskor=0,1833$).

Najsilniejsze również powiązanie, uwzględniające miejsce zamieszkania respondentów, będące na przeciętnym poziomie ($Cskor=0,4216$) wystąpiło w subgrupie osób zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców. W pozostałych subgrupach było umiarkowanie zróżnicowane w przedziale oceny jako „słabe” i w malejącej kolejności współczynników kontyngencji dotyczyło mieszkańców z miast powyżej 100 tys. ($Cskor=0,2904$); 50-100 tys. ($Cskor=0,2169$) oraz 10-50 tys. ($Cskor=0,1964$).

5.5. Przyczyny i problemy związane ze sprzedażą złota

W obszarze rynku jubilerskiego dokonuje się głównie wymiana metalami szlachetnymi oraz kamieniami jubilerskimi pochodzenia naturalnego i syntetycznego. Szczególnym uznaniem i upodobaniem cieszy się wśród konsumentów złoto, które od niepamiętnych czasów jest utożsamiane z bezpieczną, długotrwałą formą lokaty pieniądza.

dza. Metal ten – jak każdy inny towar – podlega zmiennym prawom rynku i o jego sprzedaży decyduje m. in. popyt. Częścią tej wymiany jest złoto inwestycyjne³.

Segmentem rynku jubilerskiego jest rynek wtórny złota. Od wielu pokoleń stanowi szczególnie ważny obszar transakcji z punktu widzenia realizacji potrzeb konsumentów. Oferta tego rynku, z uwagi na dużą liczbę występujących na nim podmiotów, często bywa bardziej atrakcyjna aniżeli rynku pierwotnego. Innym bardzo ważnym czynnikiem aktywności gospodarstw w jego obszarze jest z reguły niższy poziom cen na złoto w porównaniu z rynkiem pierwotnym. O randze tego rynku świadczy też powszechna opinia środowisk jubilerskich głosząca, że udział tego rynku w obrotach, w porównaniu do obrotów na rynku pierwotnym jest niebagatelny⁴. Kwestią zasługującą na szczególne podkreślenie jest rola tego rynku, jaką pełni wyznaczając rzeczywistą, rynkową wartość złota oraz w wyrobach współczesnych jak i dawnego pochodzenia, albowiem jest rynkiem nabywcy.

We wstępie pracy stwierdzono, że w Polsce po roku 2000 zaobserwowano silną, wzrostową tendencję wyprzedaży złota na rynku wtórnym przez gospodarstwa domowe. W konsekwencji sytuacja ta doprowadziła do widocznego spadku popytu i obniżenia jego wartości rynkowej, czyli realnej ceny. W sondażu zapytano zatem respondentów o przyczyny dokonanej sprzedaży złota oraz rynkowe możliwości jego zbycia, w tym o przyszłe w tym zakresie preferencje.

Wyniki badania pozwoliły ustalić (w ramach przyjętej kategoryzacji odpowiedzi), że czynnikami odpowiadającymi za sprzedaż złota były: dla prawie 55% gospodarstw domowych niekorzystna sytuacja materialna, dla niemal 29% niska wartość rynkowa złota oraz dla ponad 16% wpływ trendów mody – **tabela 59**.

³ W rozumieniu art.121 ust. 1 Ustawy o podatku VAT złotem inwestycyjnym są: a) sztabki lub płytki złote o próbie nie mniejszej, aniżeli 995/1000 oraz złoto reprezentowane przez papiery wartościowe, b) monety złote, które spełniają łącznie następujące warunki: posiadają próbę, co najmniej 900/1000, zostały wyprodukowane – wybite po 1800 roku, są lub były obowiązującym środkiem płatniczym w kraju pochodzenia, są sprzedawane po cenie, która nie przekracza o więcej niż 80% wartości rynkowej złota zawartego w monecie.

⁴ Jest to założenie hipotetyczne, nie istnieją bowiem źródła wtórne dotyczące udziału tego rynku w wartości sprzedaży złota. (przyp. autora).

Tabela 59. Gospodarstwa domowe według przyczyn dokonanej sprzedaży złota i cech demograficzno-społecznych respondentów

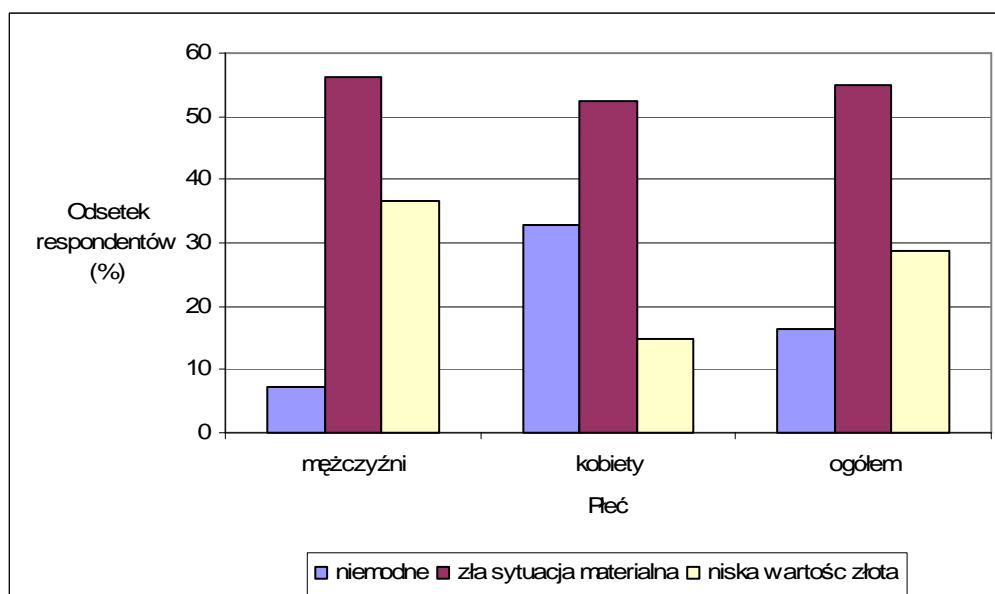
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Sprzedawcy złota	Przyczyny sprzedaży złota		
		niemodne	zła sytuacja materialna	niska wartość złota
w odsetkach				
Ogółem	100,00	16,31	54,90	28,79
Płeć				
mężczyzna	100,00	7,20	56,32	36,48
kobieta	100,00	32,85	52,33	14,82
Wiek w latach				
18-25	100,00	17,39	56,52	26,09
26-45	100,00	18,67	56,80	24,53
46-60	100,00	13,95	60,80	25,25
61 i więcej	100,00	15,18	43,30	41,52
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	6,82	65,15	28,03
zawodowe	100,00	17,28	51,83	30,89
średnie	100,00	18,28	59,14	22,58
wyższe	100,00	17,52	46,35	36,13
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	-	62,91	37,09
emeryt, rencista	100,00	10,79	57,46	31,75
sektor prywatny*	100,00	35,20	36,00	28,80
sfera budżetowa	100,00	31,50	52,36	16,14
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	12,50	60,42	27,08
10.000-50.000	100,00	16,02	48,84	35,14
50.001-100.000	100,00	17,89	64,22	17,89
>100.000	100,00	17,71	51,04	31,25

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

W subgrupie mężczyzn dla 56,32% z nich głównym powodem wyprzedaży rodzinnego złota była niekorzystna sytuacja materialna we wspólnych gospodarstwach domowych, natomiast w subgrupie kobiet dla 52,33% – wskaźnik struktury „ogółem” 54,90%. Drugim zasadniczym powodem sprzedaży dla 36,48% mężczyzn oraz 14,82% kobiet okazała się niska wartość rynkowa tego metalu. Z kolei dla 7,20% mężczyzn oraz 32,85% kobiet – 16,31% „ogółem” w próbie – wpływ mody okazał się wystarczającym argumentem sprzedaży posiadanego dotąd złota – **wykres 132**.

Wykres 132. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i płci



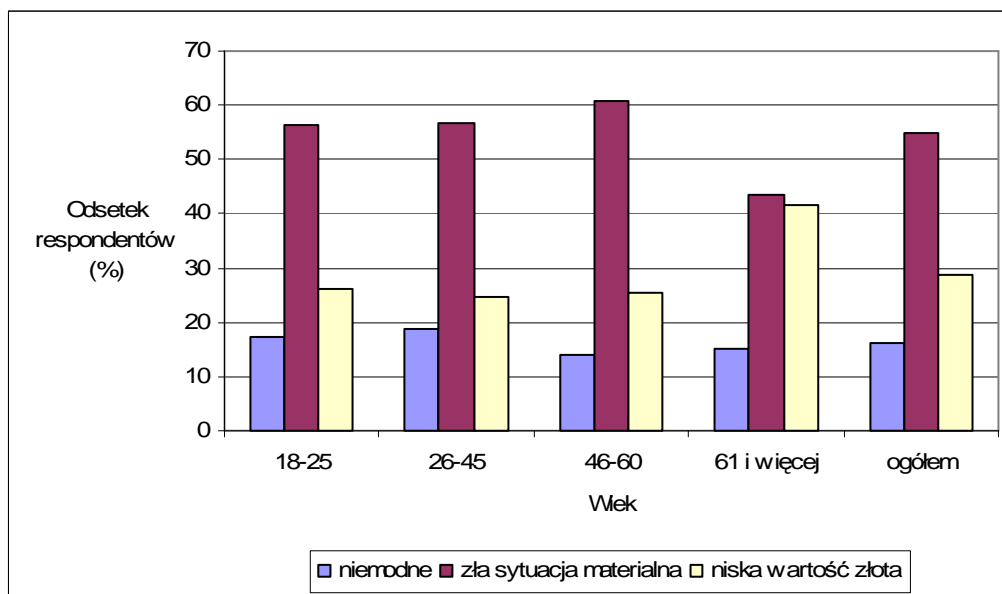
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 59.

Wiek respondentów umiarkowanie różnicował ich według przyczyn sprzedaży złota. Zauważono, że główną przyczyną w poszczególnych subgroupach według wieku, była zła sytuacja materialna w gospodarstwach domowych, przy czym dominujący odsetek stanowili sprzedawcy w wieku 46-60 lat, tj. 60,80%, a najniższy – sprzedawcy powyżej 61 roku życia, tj. 43,30%. Odsetek sprzedawców w wieku 18-25 lat oraz 26-45 lat był niemal identyczny, odpowiednio 56,52% i 56,80% w stosunku do „ogółem” w próbie 54,90% – **wykres 133**.

Inną z kolei przesłanką sprzedaży złota, dla 41,52% badanych w wieku powyżej 61 roku życia oraz dla 26,09% w wieku 18-25 lat, była zbyt niska wartość rynkowa tego metalu. Nieco niższy wskaźnik w strukturze, dla respondentów mających identyczną opinię, dotyczył sprzedawców w wieku 46-60 lat, tj. 25,25% oraz w wieku 26-45 lat 24,53% – wskaźnik struktury „ogółem” 28,79%.

Warto podkreślić, że wpływ trendów mody w jubilerstwie nie różnicował wyraźnie sprzedawców złota: w subgroupie osób w wieku 26-45 lat wskaźnik struktury wyniósł 18,67% i był najwyższy, natomiast najniższy dotyczył osób w subgroupie 46-60 lat – 13,95%. Wpływom mody uległy także osoby młode, które dokonały sprzedaży złota w wieku 18-25 lat i wskaźnik struktury wyniósł 17,39% oraz w najniższym stopniu osoby powyżej 61 roku życia, stanowiące 15,18% – wskaźnik struktury „ogółem” 16,31%.

Wykres 133. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i wieku



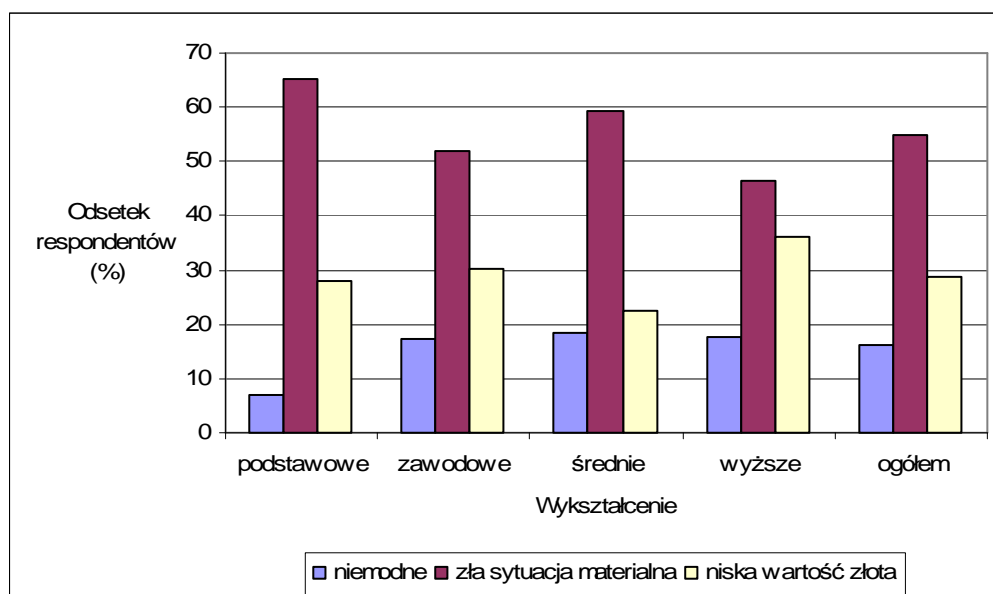
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 59.

Ocena zachowań na rynku złota według przyczyn dokonanej sprzedaży złota w świetle wykształcenia respondentów pozwoliła na stwierdzenie, że dla 65,15% sprzedawców w subgrupie osób z wykształceniem podstawowym, motywem sprzedaży złota były niekorzystne warunki materialne – **wykres 134**. Najwyższy odsetek w tym przypadku dotyczył sprzedawców w subgrupie z wykształceniem średnim (59,14%) i z wykształceniem zawodowym (51,83%), natomiast najniższy sprzedawców złota mających wykształcenie wyższe (46,35%) – udział „ogółem” 54,90%.

Dla 36,13% respondentów z wykształceniem wyższym niska wartość rynkowa złota była dostatecznym powodem sprzedaży posiadanego złota jak i dla 30,89% z wykształceniem zawodowym. Najniższy wskaźnik w badanej strukturze dotyczył sprzedawców z wykształceniem średnim (22,58%) oraz wykształceniem podstawowym (28,03%) – „ogółem” w próbie 28,79%.

Powodem sprzedaży dla 18,28% sprzedawców w subgrupie respondentów z wykształceniem średnim (dominujący wskaźnik w strukturze) był wpływ mody, dla 17,52% z wykształceniem wyższym i dla 17,28% z wykształceniem zawodowym. Najniższy wskaźnik w tej strukturze, tj. 6,82% stanowili sprzedawcy złota mający wykształcenie podstawowe – wskaźnik struktury „ogółem” 16,31%.

Wykres 134. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i wykształcenia



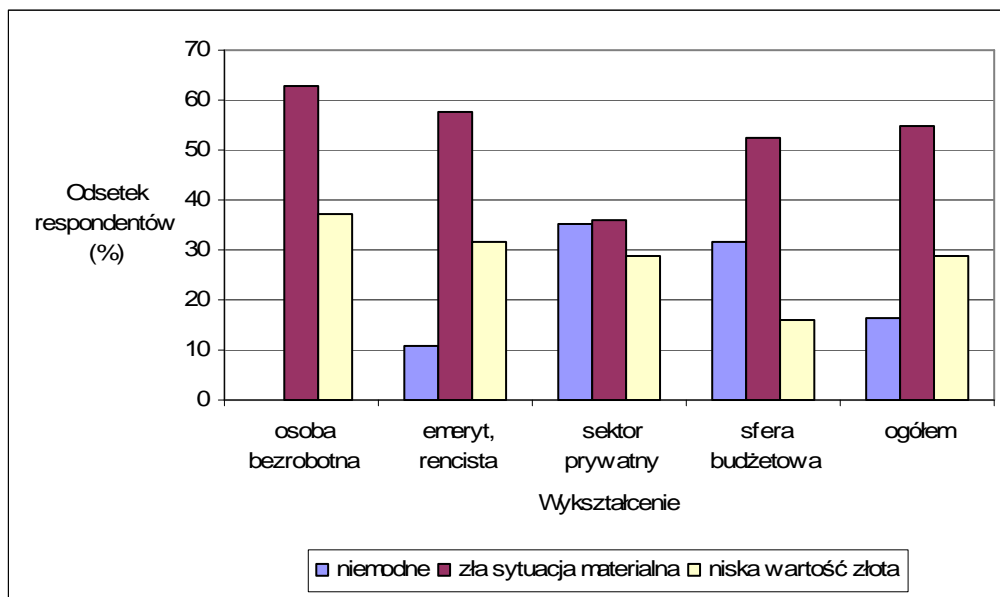
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 59.

Badając przyczyny sprzedaży złota według statusu zawodowego respondentów wykazano, że zła sytuacja ekonomiczna we wspólnych gospodarstwach domowych i w tym przypadku stanowiła motyw sprzedaży złota. Złoto sprzedały przede wszystkim osoby bezrobotne (62,91%) oraz emeryci i renciści stanowiący 57,46% – **wykres 135**. Nieco niższy odsetek dotyczył sprzedawców w subgrupie ze sfery budżetowej (52,36%) oraz znacząco niższy sprzedawców z sektora prywatnego (36,00%) w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 54,90%.

Dla 37,09% osób bezrobotnych niska wartość rynkowa złota okazała się wystarczającym motywem sprzedaży rodzinnego złota, podobnie jak w przypadku emerytów i rencistów, którzy stanowili 31,75%. Odsetek sprzedawców w subgrupie respondentów z sektora prywatnego wyniósł 28,80%, natomiast najniższy dotyczył sprzedawców reprezentujących sferę budżetową, tj. 16,14% – udział „ogółem” 28,79%.

Wpływ mody dość istotnie różnicował respondentów przy sprzedaży złota. Dominowali sprzedawcy w subgrupie z sektora prywatnego, którzy stanowili 35,20%, a następnie ze sfery budżetowej przy odsetku 31,50%. Wskaźnik struktury dla emerytów i rencistów wyniósł 10,79% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 16,31%. W subgrupie osób bezrobotnych zauważono, że nie było sprzedawców złota, dla których powodem sprzedaży złota były wpływy trendów mody.

Wykres 135. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 59.

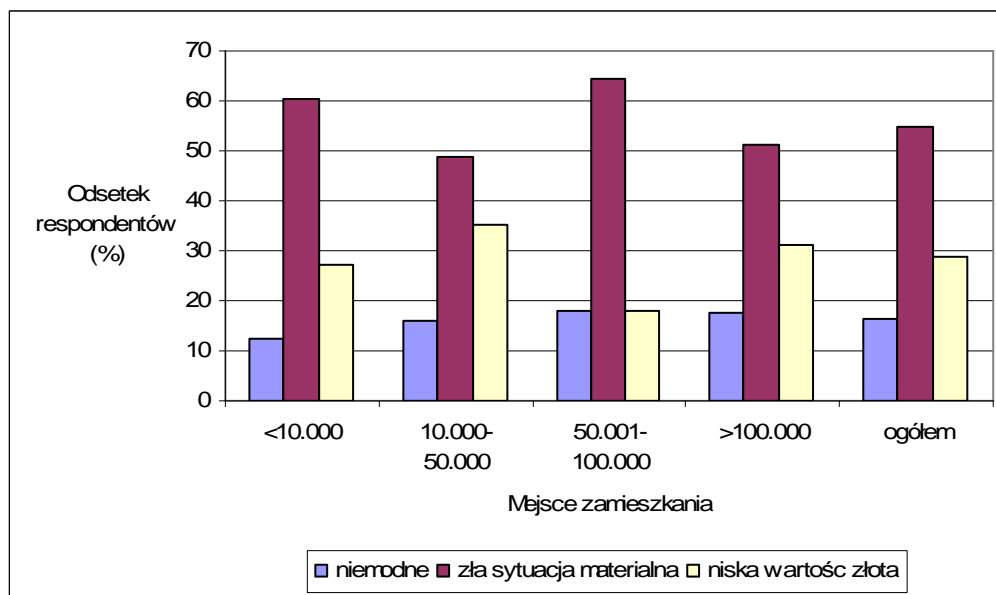
Wpływ na zachowania respondentów na rynku złota i sprzedaż złota według miejsca zamieszkania miała w poszczególnych subgrupach także niekorzystna sytuacja materialna – **wykres 136**. Najwyższy odsetek pozostających w tej sytuacji sprzedawców zamieszkiwał miasta 50-100 tys. mieszkańców (64,22%) oraz miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (60,42%). Sprzedawcy z miast powyżej 100 tys. mieszkańców stanowili 51,04%, a z miast 10-50 tys. mieszkańców 48,84% – udział „ogółem” 54,90%.

Dominujący odsetek respondentów, tj. 35,14%, dla których powodem sprzedaży złota była niska wartość rynkowa złota, dotyczył sprzedawców złota z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców i zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (31,25%). Odsetek sprzedawców z miejscowości poniżej 10 tys. wyniósł 27,08%, natomiast najniższy wskaźnik w strukturze, tj. 17,89%, dotyczył sprzedawców zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców – wskaźnik struktury „ogółem” 28,79%.

Respondenci, którzy sprzedali złoto mający na uwadze wpływ mody, zamieszkiwali głównie miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (17,89%) oraz miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (17,71%) i były to w świetle badania grupy dominujące. Niższy odsetek stanowili sprzedawcy zamieszkujący miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców

(16,02%) i miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców, tj. 12,50% – „ogółem” w badanej zbiorowości 16,31%.

Wykres 136. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 59.

Jednym z celów badania było ustalenie przyczyn przyszłej sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe. Na podstawie uzyskanych wyników badania ustalono, że główną przyczyną przyszłej sprzedaży złota – podobnie, jak w przypadku sprzedaży dokonanej – była dla 73,56% gospodarstw domowych zła sytuacja materialna, dla 17,89% niska wartość złota i dla 8,55% wpływy mody w branży – **tabela 60**.

Według płci najwyższy wskaźnik w strukturze przyszłych sprzedawców złota, w poszczególnych w subgroupach, tworzyli respondenci zamierzający sprzedać złoto z uwagi na niekorzystną sytuację materialną we wspólnych gospodarstwach domowych; wśród mężczyzn było ich 76,46% i wśród kobiet 69,86% – wskaźnik struktury „ogółem” 73,56% – **wykres 137**. Niska wartość rynkowa złota była wystarczającym powodem wyprzedazy posiadanego złota dla 19,11% mężczyzn oraz dla 16,31% kobiet (udział „ogółem” 17,89%), natomiast dla 4,43% sprzedawców wśród mężczyzn i 13,83% wśród kobiet (udział „ogółem” 8,55%) trendy mody okazały się wystarczającą przesłanką przyszłej sprzedaży złota.

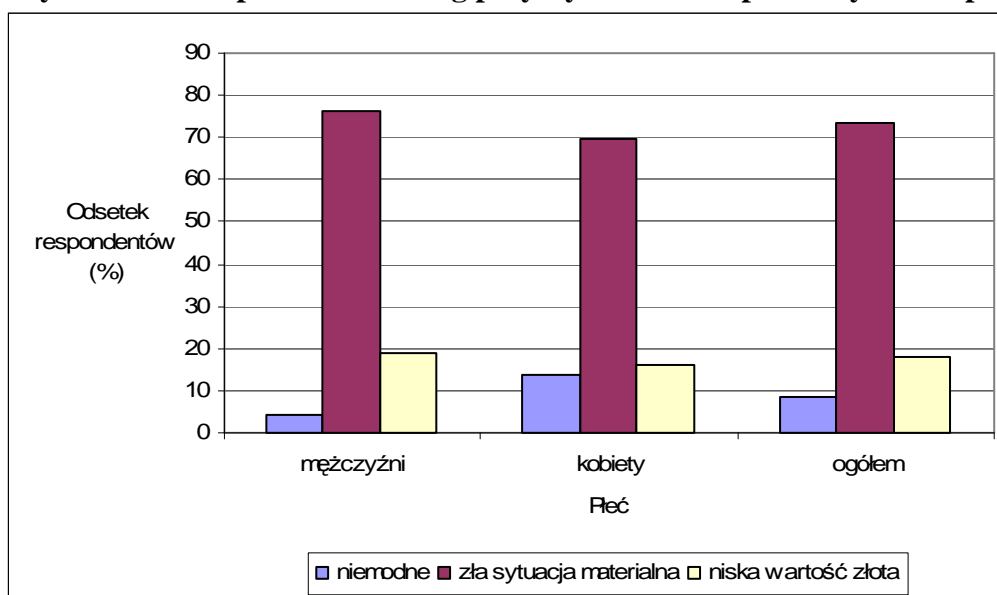
Tabela 60. Gospodarstwa domowe według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i cech demograficzno-społecznych respondentów

Cechy demograficzno-społeczne	Przyszli sprzedawcy	Przyczyny sprzedaży złota		
		niemodne	zła sytuacja materialna	niska wartość złota
Ogółem	100,00	w odsetkach		
Płeć respondenta		8,55	73,56	17,89
mężczyzna	100,00	4,43	76,46	19,11
kobieta	100,00	13,83	69,86	16,31
Wiek respondenta				
18-25	100,00	7,34	85,32	7,34
26-45	100,00	8,02	76,89	15,09
46-60	100,00	10,50	73,00	16,50
61 i więcej	100,00	7,38	58,20	34,42
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	6,56	88,52	4,92
zawodowe	100,00	5,70	72,78	21,52
średnie	100,00	5,28	79,27	15,45
wyższe	100,00	16,29	61,24	22,47
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	100,00	-	95,08	4,92
emeryt, rencista	100,00	5,12	74,80	20,08
sektor prywatny*	100,00	14,39	66,91	18,70
sfera budżetowa	100,00	11,64	69,84	18,52
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	8,99	77,53	13,48
10.000-50.000	100,00	4,74	78,42	16,84
50.001-100.000	100,00	8,75	75,58	15,67
>100.000	100,00	12,93	61,90	25,17

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 137. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 60.

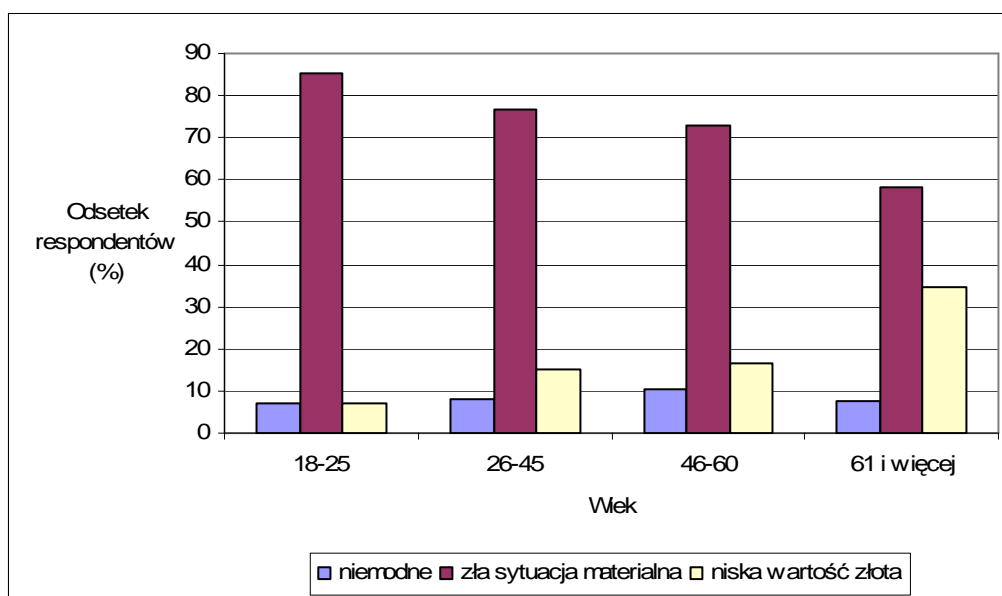
Sprzedaż złota, z uwagi na złą sytuację materialną własnego gospodarstwa, zaplanowali respondenci w subgrupie wieku 18-25 lat przy odsetku 85,32% (i był to najwyższy wskaźnik w strukturze przy udziale „ogółem” 73,56%) oraz w wieku 26-45 lat (76,89%). Odsetek przyszłych sprzedawców w wieku 46-60 lat wyniósł 73,00%, a w wieku powyżej 61 roku życia 58,20% – **wykres 138**.

Dla 34,62% przyszłych uczestników rynku złota powyżej 61 roku życia wystarczającym powodem dokonania transakcji była niska wartość posiadanego złota. W pozostałych subgrupach sprzedawcy w wieku 46-60 lat to 16,50%, w wieku 26-45 lat 15,09% i w wieku 18-25 lat 7,34% – „ogółem” w próbie 17,89%.

Okazało się, że dla 10,50% sprzedawców w subgrupie w wieku 46-60 lat zmiany w modzie stanowiły wystarczający powód do sprzedania złota. Dla tego samego powodu sprzedawcy w subgrupie 26-45 lat stanowili 8,02%, powyżej 61 roku życia 7,38% oraz 18-25 lat 7,34% – „ogółem” w próbie 8,55%.

Otrzymane rezultaty badawcze dotyczące przyszłych sprzedawców według ich wykształcenia pozwoliły zauważyć, że powodem sprzedaży złota była – podobnie, jak w przypadku analizowanych cech demograficzno-społecznych – zła sytuacja ekonomiczna w gospodarstwach domowych respondentów – **wykres 139**. Przyszli sprzedawcy w grupie z wykształceniem podstawowym stanowili 88,52% i z wykształceniem średnim 79,27%. W subgrupie respondentów z wykształceniem zawodowym odsetek ten wyniósł 72,78% i z wykształceniem wyższym 61,24% – udział „ogółem” 73,56%.

Wykres 138. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i wieku

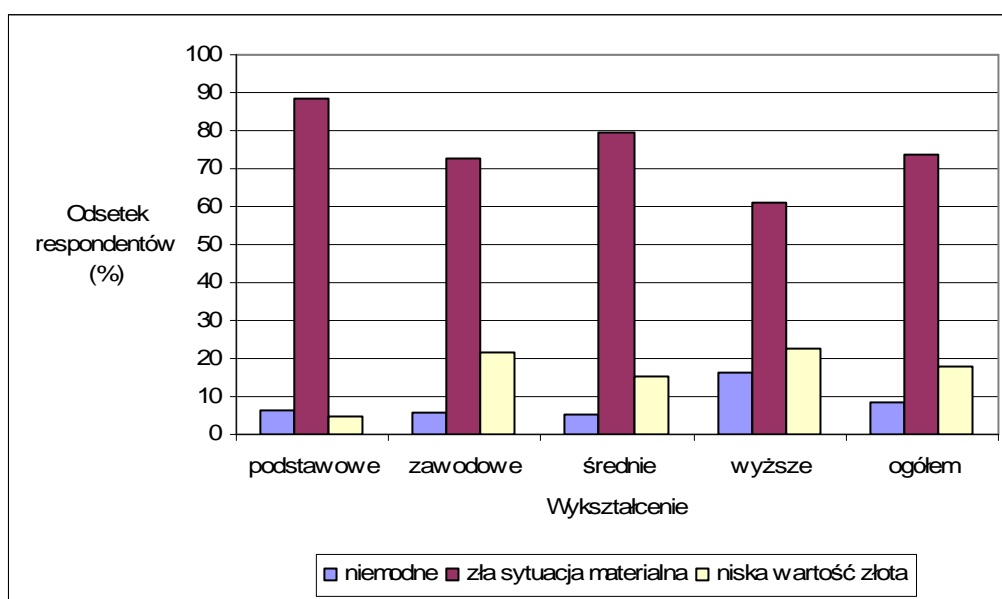


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 60.

Dla 22,47% sprzedawców z wykształceniem wyższym niska wartość rynkowa złota była powodem przyszłej sprzedaży rodzinnego złota. Identyczną opinię wyrazili respondenci z wykształceniem zawodowym stanowiący 21,52% i z wykształceniem średnim, tj. 15,45%. Odsetek sprzedawców w grupie mających wykształcenie podstawowe, w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 17,89%, wyniósł 4,92%.

Okazało się, że wpływ mody stanowił zasadniczy powód zamiaru sprzedaży złota przede wszystkim wśród sprzedawców z wykształceniem wyższym (16,29%) przy udziale „ogółem” w próbie 8,55%. Udział sprzedawców w omawianej grupie z wykształceniem podstawowym wyniósł 6,56%. W pozostałych subgroupach zauważono niemal identyczne wskaźniki w strukturze: dla sprzedawców z wykształceniem zawodowym wskaźnik ten wyniósł 5,70% i ze średnim 5,28%.

Wykres 139. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i wykształcenia



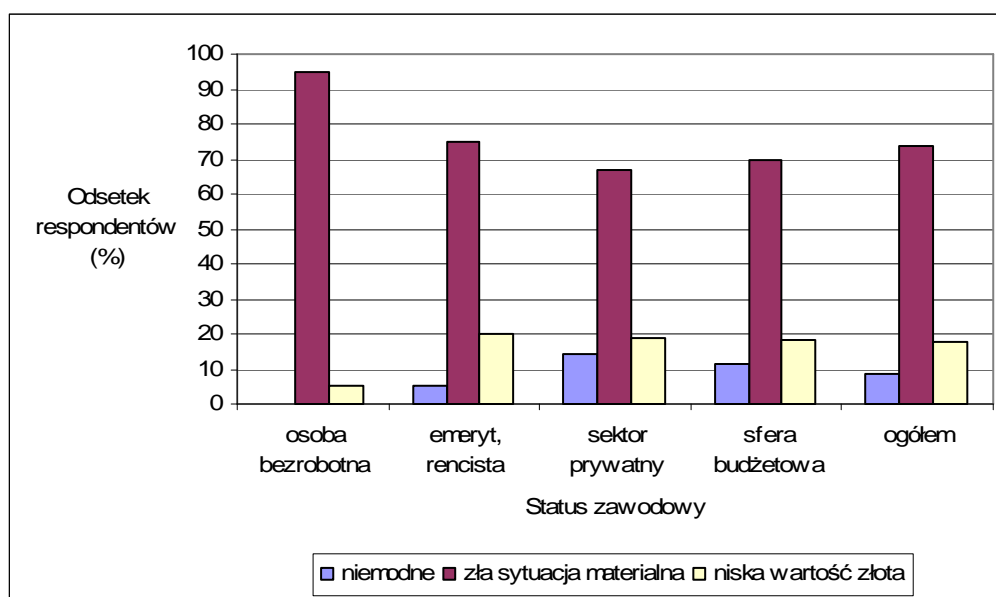
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 60.

Czynnikiem powodującym sprzedaż złota przez respondentów z uwagi na ich status zawodowy, okazała się także niekorzystna sytuacja materialna we wspólnych gospodarstwach domowych – **wykres 140**. Najmniej korzystna dotyczyła osób bezrobotnych, sprzedawcy bowiem w tej subgroupie stanowili bardzo wysoki odsetek, tj. 95,08% – udział „ogółem” 73,56%. Odsetek sprzedawców emerytów i rencistów wyniósł 74,80% i przyszłych sprzedawców ze sfery budżetowej 69,84%. Najniższy udział dotyczył badanych z subgroupi „sektor prywatny”, którzy stanowili 66,91%.

Przyczyną przyszłej sprzedaży złota wśród 20,08% emerytów i rencistów była niska wartość rynkowa złota. Najniższy w tym względzie odsetek dotyczył sprzedawców mających status osoby bezrobotnej, tj. 4,92%, natomiast odsetek przyszłych sprzedawców w subgrupach „sektor prywatny” i „sfera budżetowa” był niemal identyczny, odpowiednio 18,70% i 18,52% w stosunku do udziału „ogółem” 17,89%.

W subgrupie „osoba bezrobotna” nie zauważono sprzedawców złota, dla których okazją sprzedaży złota był wpływ mody. Z drugiej strony, dla 14,39% sprzedawców reprezentujących sektor prywatny tendencje te okazały się bardzo istotne. Wysoki udział z tego względu odnotowano także wśród przedstawicieli sfery budżetowej, którzy stanowili 11,64%. Okazało się natomiast, że dla emerytów i rencistów moda miała najmniejsze znaczenie, ponieważ tworzyli grupę o najniższym wskaźniku w strukturze, tj. 5,12% i udziale „ogółem” 8,55%.

Wykres 140. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 60.

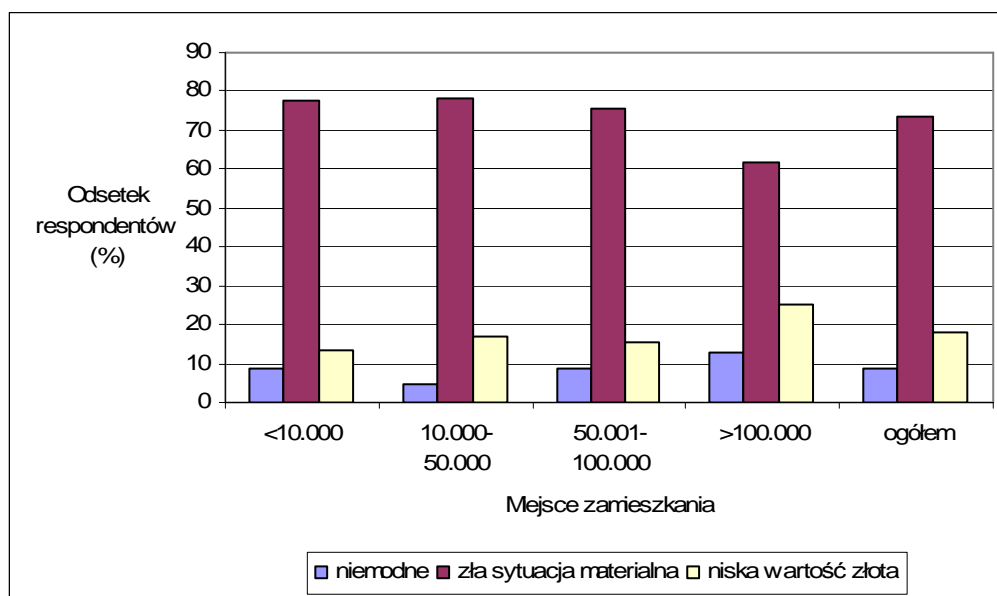
Niekorzystna sytuacja ekonomiczna we wspólnych gospodarstwach domowych, według miejsca zamieszkania respondentów, była powodem przyszłej sprzedaży złota – **wykres 141**. Sprzedaż tę zamierzało zrealizować w najwyższym procencie 78,42% respondentów z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców i „ogółem” w próbie 73,56%. W pozostałych natomiast subgrupach udział przyszłych sprzedawców złota wykazał niewielkie zróżnicowanie: sprzedawcy w subgrupie z miejscowości poniżej 10 tys. miesz-

kańców to 77,54%, z miast 50-100 tys. mieszkańców 75,78% oraz z miast powyżej 100 tys. mieszkańców 61,90%.

Niska wartość złota na rynku wtórnym stanowiła powód przyszłej sprzedaży złota dla 25,17% respondentów z miast powyżej 100 tys. oraz z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (16,84%) i wskaźniku „ogółem” w badanej zbiorowości 17,89%. Odsetek respondentów z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców wyniósł 15,67%, a w 13,48% dotyczył przyszłych sprzedawców złota w subgrupie z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców.

Najniższe wskaźniki struktury wystąpiły w każdej subgrupie w odniesieniu do miejsca zamieszkania przyszłych sprzedawców złota oraz z uwagi na trendy mody w branży jubilerskiej. Jej wpływowi ulegli sprzedawcy zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, którzy stanowili 12,93%, miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (8,99%) oraz miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (8,75%). W najniższym procencie trendy te wpłynęły na przyszłe decyzje sprzedawców z miast 10-50 tys. mieszkańców (4,74%) – udział „ogółem” 8,55%.

Wykres 141. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 60.

Długotrwała obserwacja rynku złota pozwoliła zauważyć, że wysoka podaż złota na rynku wtórnym spowodowała w konsekwencji spadek zainteresowania złotem. Zaistniała dysproporcja zrodziła problemy związane ze sprzedażą złota „od ręki”. Część

gospodarstw domowych stanęła w tej sytuacji przed alternatywnym wyborem sprzedaży złota poniżej rzeczywistej wartości rynkowej, szukania innego nabywcy lub odstąpienia od transakcji.

Niemal 60% gospodarstw domowych miało problemy ze sprzedażą złota, natomiast 40% dokonało jego sprzedaży od tzw. ręki – **tabela 61**. Mniej problemów ze znalezieniem nabywcy napotkali mężczyźni (58,40%), a więcej kobiety (62,50%) – „ogółem” w próbie 50,96%. Mężczyźni, którzy dokonali sprzedaży złota „od ręki” stanowili 41,60%, natomiast kobiety 37,50% przy udziale „ogółem” 40,14% – **wykres 142**.

Tabela 61. Gospodarstwa domowe według problemu ze sprzedażą złota i cech demograficzno-społecznych respondentów

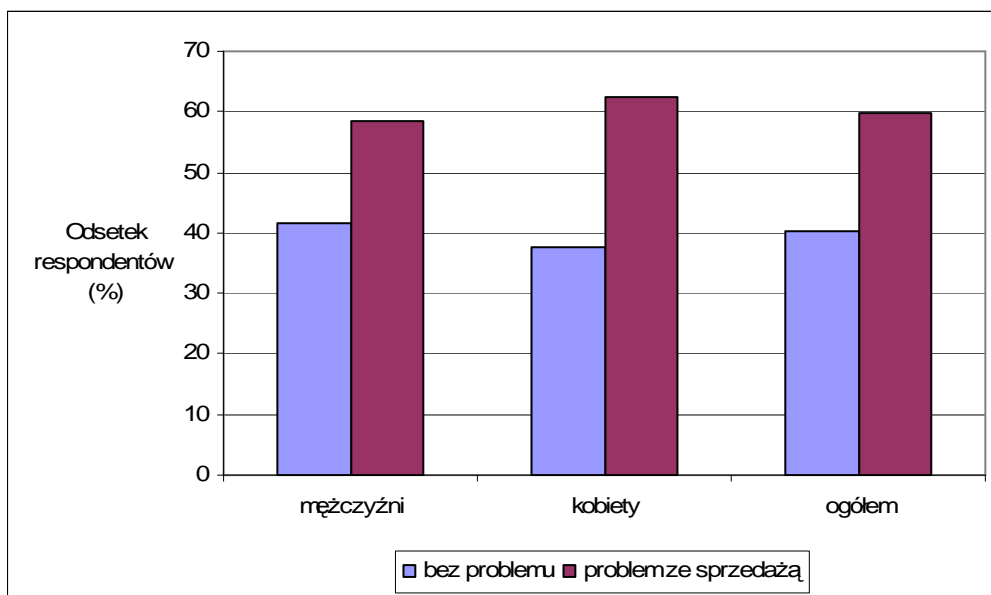
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Dokonana sprzedaż złota	Sprzedaż złota	
		bez problemu	brak nabywcy
	w odsetkach		
Ogółem	100,00	40,14	59,86
Płeć			
mężczyzna	100,00	41,60	58,40
kobieta	100,00	37,50	62,50
Wiek w latach			
18-25	100,00	37,68	62,32
26-45	100,00	33,60	66,40
46-60	100,00	42,19	57,81
61 i więcej	100,00	49,11	50,89
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	40,15	59,85
zawodowe	100,00	46,60	53,40
średnie	100,00	33,87	66,13
wyższe	100,00	44,16	55,84
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	100,00	16,00	84,00
emeryt, rencista	100,00	67,30	32,70
sektor prywatny*	100,00	48,00	52,00
sfera budżetowa	100,00	28,74	71,26
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	43,06	56,94
10.000-50.000	100,00	35,92	64,08
50.001-100.000	100,00	37,80	62,20
>100.000	100,00	49,48	50,52
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo			

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Oceniając problem sprzedaży złota przez pryzmat wieku respondentów stwierdzono, że w najniższym procencie dotknął sprzedawców w wieku powyżej 61 roku życia (49,11%) oraz sprzedawców w wieku 46-60 lat (42,19%) – wskaźnik struktury „ogółem” 40,14% – **wykres 143**. Najniższy odsetek dotyczył sprzedawców złota w wieku 26-45 lat (33,60%) oraz w wieku 18-25 lat, tj. 37,68%.

Największe problemy dotyczące sprzedaży rodzinnego złota mieli sprzedawcy złota w wieku 26-45 lat: wskaźnik struktury okazał się wśród tych osób bardzo wysoki i wyniósł 66,40% oraz dla wieku 18-25 lat – 62,32%. Najniższy odsetek (50,89%) stanowili sprzedawcy powyżej 61 roku życia (50,89%) oraz sprzedawcy w wieku 46-60 lat (57,81%) – „ogółem” dla badanej zbiorowości 59,86%.

Wykres 142. Respondenci według problemu sprzedaży złota i płci



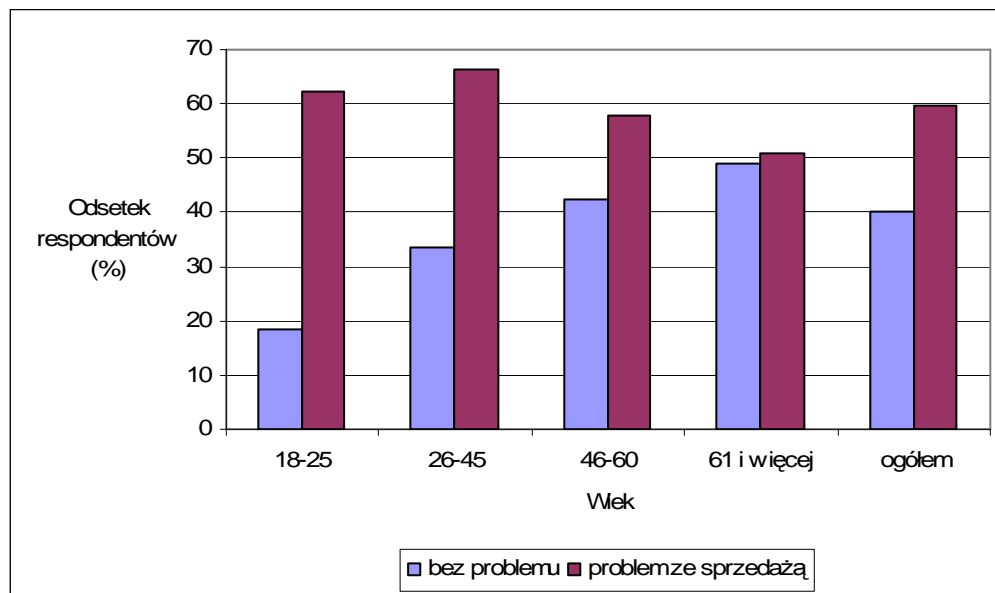
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 61.

Problem sprzedaży złota rozpatrzono analizując wykształcenie respondentów – **wykres 144**. Dominujący odsetek respondentów, którzy sprzedali złoto „bez problemu” dotyczył sprzedawców w subgrupie z wykształceniem zawodowym, tj. 46,60% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 40,14%.

Sprzedawcy mający wykształcenie wyższe stanowili 44,16%, natomiast z wykształcenie podstawowe 40,15%. Grupę o najniższym odsetku tworzyli sprzedawcy z wykształceniem średnim, tj. 33,87%. Najwyższy odsetek sprzedawców, którzy napotkali problem sprzedaży, dotyczył badanych z wykształceniem średnim, tj. 66,13%, „ogółem” w próbie 59,86%. W malejącej kolejności wskaźników struktury sytuacja ta wśród

pozostałych sprzedawców przedstawiała się następująco: z wykształceniem podstawowym było ich 59,85%, wykształceniem zawodowym 53,40% oraz wyższym 55,84%.

Wykres 143. Respondenci według problemu sprzedaży złota i wieku



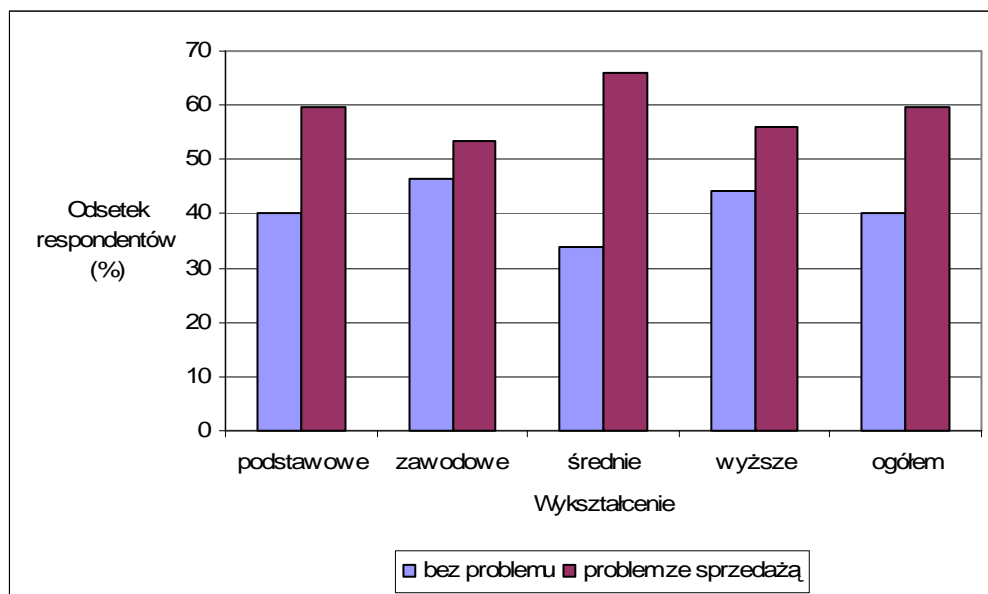
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 61.

Dominujący odsetek sprzedawców, którzy nie mieli problemu ze sprzedażą złota na rynku wtórnym, stanowili emeryci i renciści, przy wskaźniku struktury 67,30% oraz wskaźniku struktury „ogółem” 40,14% – wykres 145. Sprzedawcy w subgrupie z sektora prywatnego stanowili 48,00% i ze sfery budżetowej 28,74%. Najniższy wskaźnik w tym względzie w badanej strukturze (16,00%) dotyczył sprzedawców złota w subgrupie „osoba bezrobotna”.

Na oferowane do sprzedaży złoto „od ręki” nie znaleźli nabywców sprzedawcy bezrobotni, których było 84,00% w stosunku do 59,86% „ogółem” w badanej zbiorowości. Najniższy odsetek w tym przypadku tworzyli sprzedawcy w subgrupie „emeryt, rencista” – 32,70%, natomiast sprzedawcy reprezentujący w badaniu sferę budżetową stanowili 71,26% i sektor prywatny 52,00%.

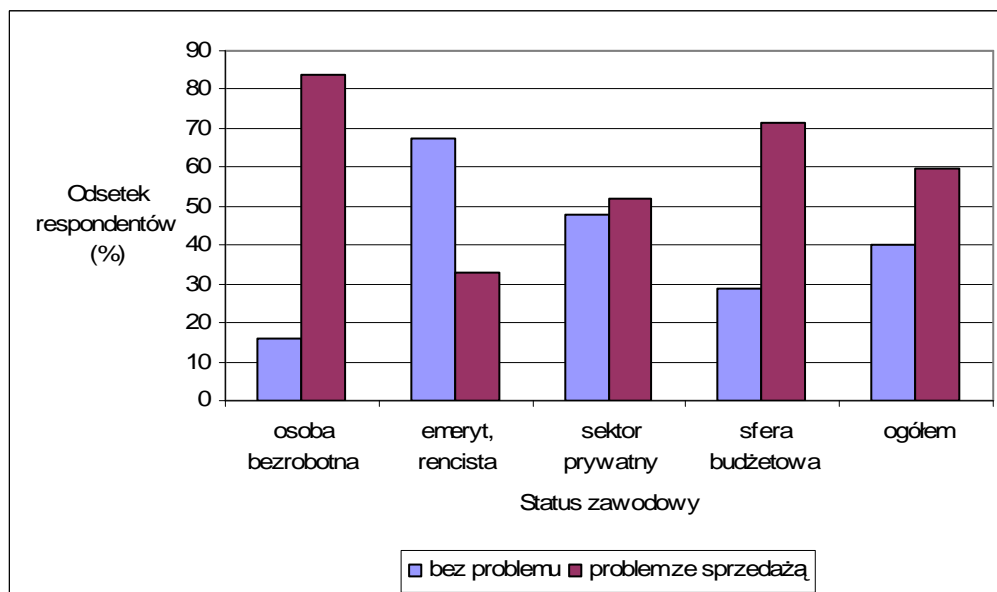
Miejsce zamieszkania sprzedawców złota okazało się czynnikiem umiarkowanie różnicującym respondentów. Sprzedawcy złota zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców stanowili dominujący odsetek respondentów, którzy nie dokonali sprzedaży złota „od ręki” stanowiąc 49,48% – udział „ogółem” 40,14%. W dalszej kolejności byli to sprzedawcy zamieszkujący miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (43,06%), sprzedawcy zamieszkujący miasta 50-100 tys. mieszkańców (37,80%) oraz miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, których udział wyniósł 35,92% – wykres 146.

Wykres 144. Respondenci według problemu sprzedaży złota i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 61.

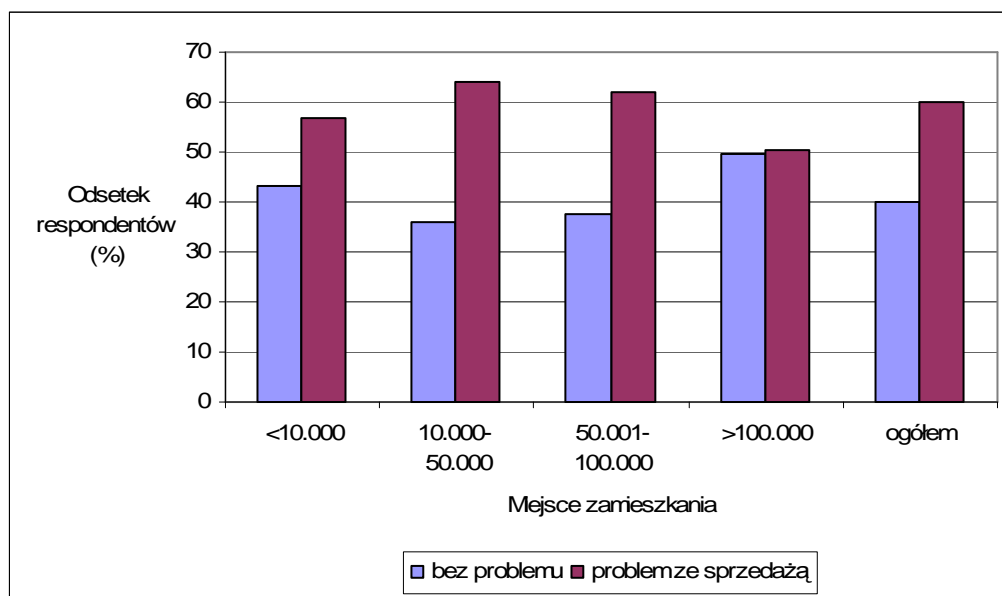
Wykres 145. Respondenci według problemu sprzedaży złota i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 61.

Największe problemy ze sprzedażą złota mieli sprzedawcy zamieszkujący miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (64,80%) oraz zamieszkujący miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (62,20%). Natomiast najmniejsze w tym względzie problemy wystąpiły wśród sprzedawców z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (50,02%) oraz z miejscowości o liczbie poniżej 10 tys. mieszkańców (56,94%) – udział „ogółem” 59,86%.

Wykres 146. Respondenci według problemu sprzedaży złota i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 61.

5.6. Uwagi końcowe

Podjęte rozważania dotyczyły identyfikacji zachowań gospodarstw domowych na wtórnym rynku złota i miały na celu rozpoznanie struktury badanych pod względem podjętych decyzji sprzedażowych w okresie jednego roku poprzedzającego sondaż oraz zamiaru sprzedaży złota w najbliższej przyszłości. Identyfikacja uwzględniała wpływ uwarunkowań materialnych gospodarstw domowych i demograficzno-społecznych respondentów. Zmierzano także do identyfikacji gospodarstw według przyczyn dokonanej sprzedaży złota, jak również zamiaru sprzedaży w przyszłości, a także identyfikacji sprzedawców według występujących problemów związanych z brakiem popytu na złoto.

Na podstawie uzyskanych rezultatów badania należy stwierdzić, że niemal 65% badanych gospodarstw domowych dokonało sprzedaży złota, natomiast 43% okazało taki zamiar. Według płci, złoto sprzedało znacznie więcej mężczyzn (72%) niż kobiet (55%), a w stosunku do zamiaru sprzedaży odsetek kobiet był nieznacznie wyższy (45%), aniżeli mężczyzn (42%).

Analiza zachowań konsumenckich, według pozostałych cech demograficzno-społecznych badanych, pozwoliła na stwierdzenie, że dominujący odsetek sprzedawców złota (90%) wystąpił wśród osób w wieku 46-60 lat, z wykształceniem wyższym (86%), wśród osób bezrobotnych (98%), emerytów i rencistów (74%), zamieszkujących miasta

o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (68%) i miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (66%). Najniższe odsetki sprzedawców dotyczyły osób w wieku 18-25 lat (24%), z wykształceniem średnim (52%), reprezentujących sektor prywatny (30%) oraz zamieszkujących duże miasta, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (58%).

Główny odsetek potencjalnych (przyszłych) sprzedawców złota zanotowano wśród osób w wieku 46-60 lat (60%), z wykształceniem wyższym (56%) i zawodowym (55%), emerytów i rencistów (60%) i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (60%). Tymczasem najniższe odsetki dotyczyły osób powyżej 61 lat (37%), 26-45 lat (38%) i 18-25 lat (39%), z wykształceniem podstawowym (34%) i średnim (35%), osób bezrobotnych (22%) i zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (33%).

Analiza identyfikująca sprzedawców według masy sprzedanego złota wykazała, że najniższy odsetek sprzedawców (14%) odnosił się do sprzedaży złota o masie mniejszej niż 10 gram, natomiast najwyższy – masy w przedziale 10-20 gram (30%) i masy 21-50 gram (29%). Podobnie przedstawiała się struktura potencjalnych sprzedawców według zamiaru sprzedaży masy złota. W tym wypadku nieco wyższy wskaźnik w strukturze (16%) stanowili zamierzający sprzedać złoto o masie mniejszej niż 10 gram oraz o masie 10-20 gram (33%). Niższy natomiast dotyczył przyszłych sprzedawców złota w przedziale masy powyżej 50 gram i wyniósł 22% w stosunku do 26% osób, które dokonały sprzedaży złota.

Wpływ cech demograficzno-społecznych respondentów na decyzje dotyczące sprzedaży złota był istotnie zróżnicowany. Obliczone wartości współczynników kontyngencji wskazują na bardzo słabą ($C_{skor}=0,0947$) zależność faktu sprzedaży złota od miejsca zamieszkania oraz słabą ($C_{skor}=0,2406$) od płci respondentów. Przeciętny wpływ na sprzedaż złota miało wykształcenie ($C_{skor}=0,3464$), natomiast wysoki – wiek ($C_{skor}=0,5203$) i status zawodowy ($C_{skor}=0,5722$) respondentów. Zamiar sprzedaży złota w przeciętnym stopniu ($C_{skor}=0,3391$) zależał od statusu zawodowego respondentów, a w słabym – od pozostałych cech demograficzno-społecznych, w tym najslabsza zależność wystąpiła wśród badanych według płci ($C_{skor}=0,1671$). Warto podkreślić, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ nie odnotowano zależności między cechami demograficzno-społecznymi przyszłych sprzedawców a zamiarem sprzedaży przez nich złota według masy.

Analiza struktury sprzedawców według zamiaru sprzedaży złota pozwoliła na stwierdzenie, że niemal 47% badanych zadeklarowało sprzedaż złota. Przeciwnego zda-

nia było 32%, a 21% nie miało w tej kwestii zdania. Zamiar sprzedaży złota wśród dotychczasowych sprzedawców zaplanowało nieco więcej kobiet (50%), niż mężczyzn (45%). Dominujący odsetek sprzedawców dotyczył osób w wieku 18-25 lat (65%) i 46-60 lat (60%), z wykształceniem wyższym (61%) i zawodowym (59%), emerytów i rencistów (65%), przedstawicieli sfery budżetowej (54%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (58%) i powyżej 100 tys. mieszkańców (54%).

Wśród badanych, którzy nie dokonali sprzedaży złota (niesprzedawcy), zamiar sprzedaży wyraziło 36% z nich, przeciwnego zdania było 29%, a 35% nie miało zdania. W odniesieniu do płci wskazano na istotne zróżnicowanie w zamiarze sprzedaży, które kształtowało się wśród kobiet na poziomie wyższym (40%), niż wśród mężczyzn (32%). Dominujący odsetek niesprzedawców, którzy okazali zamiar sprzedaży złota, miał miejsce wśród osób w wieku 46-60 lat (58%), z wykształceniem zawodowym (47%), o statusie „emeryt-rencista” (46%), reprezentujących sferę budżetową (44%) i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (60%).

Na podstawie informacji empirycznych zbadano, czy zachodziła zależność między sprzedażą złota („tak”, „nie”) a zamiarem sprzedaży w przyszłości („tak”, „nie”, „nie wiem”), a jeżeli tak – to, o jakiej sile w stosunku do próby w poszczególnych subgroupach według cech demograficzno-społecznych. Zaobserwowane wartości testu chi-kwadrat pozwoliły stwierdzić, że w stosunku do całej badanej zbiorowości istniała zależność, ale o słabej sile ($C_{skor}=0,1935$). Również w subgroupach – za wyjątkiem trzech z nich – istniała zależność o zróżnicowanej sile w przedziale od słabej do przeciętnej. Zależność o przeciętnej sile wystąpiła wśród osób w wieku 18-25 lat ($C_{skor}=0,3941$), z wykształceniem podstawowym ($C_{skor}=0,3656$), z sektora prywatnego ($C_{skor}=0,3328$) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,4216$). Słabą zależność odnotowano w pozostałych subgroupach, natomiast w subgroupach osób w wieku 46-60 lat, z wykształceniem zawodowym i osób bezrobotnych nie zachodziła zależność na poziomie przyjętej istotności wyniku $\alpha=0,05$.

Identyfikacja sprzedawców złota uwzględniająca ocenę sytuacji materialnej ukazała, że dla ponad 63% z nich sytuacja ekonomiczna w ostatnich pięciu latach uległa pogorszeniu, a dla ponad 68% wspólne miesięczne dochody netto były niewystarczające. Na podkreślenie zasługuje wystąpienie istotnego zróżnicowania ze względu na płeć sprzedawców, wśród których sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu. Znacznie niższy odsetek stanowiły kobiety (56%), niż mężczyźni (68%),. Tymczasem dochody jako niewystarczające oceniło ponad 81% kobiet w stosunku do 61% mężczyzn.

Według pozostałych cech demograficzno-społecznych dominujący odsetek sprzedawców, którzy wyrazili opinię o poprawie sytuacji ekonomicznej, wystąpił wśród osób w wieku ponad 61 lat (21%) i 46-60 lat (20%), z wykształceniem wyższym (34%), z sektora prywatnego (49%) i zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców. Najwyższy odsetek sprzedawców z sytuacją ekonomiczną „bez zmian” dotyczył osób w wieku 18-25 lat (23%), z wykształceniem średnim (30%) i podstawowym (30%), reprezentujących sferę budżetową (25%) oraz zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców (39%). Przeważający także odsetek sprzedawców, którzy w sondażu wyrazili opinię o jej pogorszeniu, dotyczył osób w wieku 26-45 lat (71%), z wykształceniem zawodowym (88%), osób bezrobotnych (77%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (71%). Z kolei najwyższy odsetek sprzedawców o dochodach niewystarczających dotyczył osób w wieku 26-45 lat (82%) i 18-25 lat (81%), z wykształceniem zawodowym (83%), osób bezrobotnych (100%) i zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (74%).

Struktura przyszłych sprzedawców złota, według oceny sytuacji ekonomicznej, kształtowała się na poziomie bardzo zbliżonym w stosunku do struktury sprzedawców. Niewielkie różnice miały miejsce w wariancie oceny „uległa pogorszeniu” i „bez zmian”; dla niemal 62% przyszłych sprzedawców sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu, a dla ponad 23% pozostawała bez zmian oraz dla ponad 15% uległa poprawie. Płeć istotnie różnicowała przyszłych sprzedawców złota pod względem oceny sytuacji ekonomicznej. Mężczyźni, którzy uznali, że sytuacja ekonomiczna w ich wspólnych gospodarstwach uległa poprawie stanowili 22%, a kobiety 7%. Pogorszyła się natomiast wśród 64% mężczyzn i 59% kobiet. W przypadku sytuacji „bez zmian” mężczyźni stanowili 15%, natomiast kobiety 34%. Według pozostałych cech demograficzno-społecznych przeważający odsetek przyszłych sprzedawców, wśród których sytuacja ta uległa poprawie, wystąpił u osób w wieku 18-25 lat (23%) i powyżej 61 lat (21%), z wykształceniem zawodowym (22%) i wyższym (20%), z sektora prywatnego (35%) i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (23%). Z kolei najwyższy odsetek przyszłych sprzedawców, których zdaniem warunki ekonomiczne uległy pogorszeniu, miał miejsce u osób w wieku 26-45 lat (66%), z wykształceniem zawodowym (72%), osób bezrobotnych (85%) oraz zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (72%). Najniższy natomiast wskaźnik w strukturze wystąpił wśród osób w wieku 18-25 lat (50%), z wykształceniem podstawowym (52%), z sektora prywatnego (47%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (53%). Dominujący odse-

tek przyszłych sprzedawców w sytuacji materialnej „bez zmian” dotyczył osób w wieku 18-25 lat (28%), z wykształceniem podstawowym (43%) i średnim (34%), osób bezrobotnych (15%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (37%). Najniższe odsetki odnosiły się do osób w wieku powyżej 61 lat (16%), z wykształceniem zawodowym (6%), emerytów i rencistów (15%) oraz zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (16%).

Analiza struktury przyszłych sprzedawców złota uwzględniająca ocenę wystarczalności dochodów pozwoliła na stwierdzenie, że niemal 64% z nich (ok. 4% mniej niż sprzedawców) oceniło dochody wspólnego gospodarstwa jako niewystarczające. Natomiast struktura według płci ukształtowała się na poziomie identycznych wskaźników, które zanotowano wśród sprzedawców. Najwyższy udział w strukturze przyszłych sprzedawców, którzy ocenili swoje dochody jako niewystarczające, tworzyły osoby w wieku 26-45 lat (76%) i 18-25 lat (72%), z wykształceniem wyższym (76%), osoby bezrobotne (100%) oraz zamieszkujące miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców (81%) i miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (71%). Najwyższy – przyszli sprzedawcy, oceniający dochody gospodarstwa jako wystarczające, tj. osoby w wieku 46-60 lat (52%), z wykształceniem podstawowym (54%), ze sfery budżetowej (46%), sektora prywatnego (44%), a także zamieszkujące miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (56%).

Rezultaty analizy statystycznej nie pozwoliły jednoznacznie zweryfikować tezy, że sytuacja dochodowa gospodarstw domowych stanowiła główną przyczynę wyprzedaży złota przez ich właścicieli (osoby fizyczne) na rynku wtórnym, efekty badania bowiem nie potwierdziły jej w stosunku do zamiaru sprzedaży złota według oceny wystarczalności dochodów. Oznacza to, że na poziomie istotności $\alpha=0,05$ ocena wystarczalności dochodów przez gospodarstwa domowe nie miała wpływu na decyzje o zamiarze sprzedaży posiadanych zasobów złota w najbliższej przyszłości (warianty odpowiedzi: „tak”, „nie”, „nie wiem”). Jednak powyższa sytuacja nie dotyczyła każdej subgrupy według cech demograficzno-społecznych. Zaobserwowany wpływ, szczególnie widoczny o przeciętnej sile, wystąpił w subgrupach osób z wykształceniem wyższym ($C_{skor}=0,3761$), z miast powyżej 100 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,3754$) i z miast poniżej 10 tys. ($C_{skor}=0,3597$), osób w wieku 18-25 lat ($C_{skor}=0,3434$) oraz wśród kobiet ($C_{skor}=0,3065$). Zależność o słabej sile miała miejsce w subgrupie mężczyzn ($C_{skor}=0,1250$) oraz w subgrupie sektora prywatnego ($C_{skor}=0,2510$) oraz emerytów i rencistów ($C_{skor}=0,2746$). W pozostałych subgrupach zależność nie zachodziła.

Wyniki analizy uwzględniające ocenę sytuacji ekonomicznej i jej wpływ na zamiar sprzedaży złota pozwoliły stwierdzić istnienie zależności zarówno w próbie „ogółem”, jak i w poszczególnych subgroupach według cech demograficzno-społecznych. Na podstawie obliczonych współczynników kontyngencji można wnioskować, że zamiar sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe, tylko w słabym stopniu ($C_{skor}=0,2062$), zależał od ich sytuacji ekonomicznej. Na zbliżonym poziomie zaobserwowana zależność wystąpiła wśród osób bezrobotnych ($C_{skor}=0,2100$), zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,2011$), z wykształceniem średnim ($C_{skor}=0,2145$) oraz z sektora prywatnego ($C_{skor}=0,2154$). Najsłabsza zależność w tym przedziale oceny (jako słaba) wystąpiła wśród mężczyzn ($C_{skor}=0,1323$), a najsilniejsza dotyczyła osób w wieku 26-45 lat ($C_{skor}=0,2550$), z wykształceniem podstawowym ($C_{skor}=0,2893$), zatrudnionych w sferze budżetowej ($C_{skor}=0,2943$) oraz o statusie „emeryt-rencista” ($C_{skor}=0,2977$). Zależność o sile przeciętnej miała miejsce w subgroupie kobiet ($C_{skor}=0,4001$), wśród osób w wieku 18-25 lat ($C_{skor}=0,4017$), 46-60 lat ($C_{skor}=0,3876$), powyżej 61 lat ($C_{skor}=0,3013$), z wykształceniem zawodowym ($C_{skor}=0,4110$), zamieszkujących duże miasta powyżej 100 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,4223$), miejscowości poniżej 10 tys. ($C_{skor}=0,3808$) i miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,3143$). Należy zaznaczyć, że silna zależność między sytuacją ekonomiczną a zamiarem sprzedaży złota (w najbliższej przyszłości) wystąpiła jedynie w subgroupie osób z wykształceniem wyższym ($C_{skor}=0,5268$).

Dokonana analiza współzależności między oceną sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych a dokonaną i niedokonaną przez nie sprzedażą złota w badanym okresie potwierdziła istnienie zależności o przeciętnej sile, na poziomie dolnej wartości współczynnika korelacji ($C_{skor}=0,3032$). Tymczasem uzyskane wartości testu chi-kwadrat dla poziomu istotności $\alpha \leq 0,05$ wskazały na brak zależności w subgroupie osób w wieku 46-60 lat, osób bezrobotnych, sektora prywatnego oraz zamieszkałych w miastach powyżej 100 tys. mieszkańców. Istnienie wpływu czynnika ekonomicznego na sprzedaż złota o słabej sile stwierdzono w subgroupie mężczyzn ($C_{skor}=0,2255$), osób w wieku 18-25 lat ($C_{skor}=0,2779$), pracowników sfery budżetowej ($C_{skor}=0,2400$) oraz osób zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,2283$). Wysoka korelacja wystąpiła jedynie w grupie osób z wykształceniem zawodowym ($C_{skor}=0,5593$), natomiast w pozostałych dziewięciu subgroupach kształtowała się na poziomie siły przeciętnej (w przedziale współczynników $C_{skor}=0,3095 \rightarrow 0,4223$).

Wyniki badania wpływu dokonanej przez gospodarstwa domowe oceny wystarczalności dochodów na ich zachowania sprzedażowe złota pozwoliły stwierdzić, że taka zależność zachodziła i była o słabej sile ($C_{skor}=0,2393$). Ze względu na brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej o niezależności zmiennych stwierdzono, że w subgroupach mężczyzn, osób z wykształceniem podstawowym, emerytów i rencistów oraz zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców nie zachodziła zależność między wystarczalnością dochodów a sprzedażą złota. Nie stwierdzono też występowania relacji zależności w subgrupie osób bezrobotnych ($\chi^2=0$). Dominująca zależność o wysokiej sile ($C_{skor}=0,5037$) wystąpiła jedynie w subgrupie kobiet. Zależność natomiast o słabej sile dotyczyła osób w wieku 46-60 lat ($C_{skor}=0,2543$), z wykształceniem średnim ($C_{skor}=0,2374$), zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,2384$), miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,2827$) i 50-100 tys. mieszkańców ($C_{skor}=0,2964$). Zależność o sile przeciętnej zaobserwowano w pozostałych subgroupach według cech demograficzno-społecznych, która kształtowała się w przedziale współczynników C_{skor} od 0,3073 do 0,4333.

Analiza struktury sprzedawców i przyszłych sprzedawców złota uwzględniająca dodatkowe źródła dochodów wykazała dość istotne zróżnicowanie. Wśród sprzedawców dominowały gospodarstwa, które nie korzystały w ogóle z dodatkowych dochodów (37%), a wśród przyszłych sprzedawców były to gospodarstwa korzystające wyłącznie z kredytów i pożyczek lombardowych (34%). Również wyższy odsetek gospodarstw, które korzystały tylko z lokat (13%) oraz łącznie z kredytów i lokat (31%), wystąpił wśród przyszłych sprzedawców, aniżeli wśród sprzedawców. W tym przypadku sprzedawcy korzystający z lokat stanowili ponad 9%, a korzystający z kredytów i lokat 28%.

Analiza uwzględniająca płeć respondenta wykazała duże zróżnicowanie w korzystaniu z dodatkowych źródeł dochodów zarówno w odniesieniu do dokonanej, jak i planowanej sprzedaży złota. W obu przypadkach kobiety niekorzystające z dodatkowych dochodów stanowiły znacznie wyższy odsetek (44% i 26%), niż mężczyźni (33% i 19%). Sprzedawcy korzystający z kredytów przedstawiali wyższy odsetek wśród mężczyzn (28%), niż wśród kobiet (23%), natomiast w stosunku do przyszłych sprzedawców wskaźniki struktury ukształtowały się odwrotnie. Wyższy odsetek dotyczył kobiet (39%), a niższy mężczyzn (30%). Zaobserwowano również, że odsetek przyszłych sprzedawców korzystających wyłącznie z lokat był znacznie wyższy wśród mężczyzn (ponad 18%), niż wśród kobiet (poniżej 7%).

Dominujący odsetek sprzedawców, którzy nie korzystali z dodatkowych dochodów, wystąpił w subgroupach osób w wieku powyżej 61 lat (62%), z wykształceniem zawodowym (57%), osób bezrobotnych (85%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (49%). Najniższe odsetki dotyczyły osób w wieku 46-60 lat (14%), z wykształceniem wyższym (11%), z sektora prywatnego (1,6%), sfery budżetowej (2,8%) oraz zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (20%).

Z kolei najwyższy odsetek sprzedawców korzystających wyłącznie z kredytów i pożyczek lombardowych wystąpił w subgroupach osób w wieku 46-60 lat (36%) i 26-45 lat (33%), z wykształceniem podstawowym (40%), sfery budżetowej (43%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (32%) i 10-50 tys. (30%). Najniższe wskaźniki miały miejsce wśród osób w wieku 18-25 lat (4%) i powyżej 60 lat (8%), z wykształceniem wyższym (13%), osób bezrobotnych (7%) oraz zamieszkałych miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (15%) i miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (18%).

Dominujący odsetek sprzedawców, korzystających wyłącznie z lokat, dotyczył subgroupi osób w wieku 18-25 lat (23%), z wykształceniem wyższym (11%), emerytów i rencistów (13%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (21%). Najniższe wskaźniki w strukturze zanotowano wśród osób w wieku 46-60 lat (5%), z wykształceniem podstawowym (8%) i zawodowym (8%), z sektora prywatnego (3%) oraz zamieszkujących miasta 10-50 tys. (6%) i 50-100 tys. mieszkańców (7%).

Główne wskaźniki w strukturze sprzedawców, którzy korzystali zarazem z kredytów, jak i lokat, odnotowano w subgroupach osób w wieku 46-60 lat (46%), z wykształceniem wyższym (65%), z sektora prywatnego (80%) oraz zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (51%). Najniższe odsetki dotyczyły osób w wieku powyżej 61 lat (17%), z wykształceniem zawodowym (8%) i podstawowym (11%), osób bezrobotnych (0%), emerytów i rencistów (17%) i z miast 10-50 tys. mieszkańców (14%).

W grupie przyszłych sprzedawców przeważające odsetki respondentów niekorzystających z dodatkowych źródeł dochodów wystąpiły wśród osób w wieku powyżej 61 roku życia (48%) i 18-25 lat (38%), z wykształceniem podstawowym (36%) i zawodowym (31%), osób bezrobotnych (72%), emerytów i rencistów (34%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (35%). Najniższe – wśród osób w wieku 46-60 lat (9%) i 26-45 lat (12%), z wykształceniem wyższym (7%), z sektora prywatnego (1,5%) i sfery budżetowej (5%) oraz z miast 50-100 tys. mieszkańców (14%).

Wśród przyszłych sprzedawców korzystających z kredytów, najwyższe wskaźniki struktury odnotowano w subgrupach osób w wieku 26-45 lat (47%) i 46-60 lat (45%), z wykształceniem zawodowym (43%) i średnim (41%), sfery budżetowej (40%), emerytów i rencistów (38%) oraz zamieszkujących miejscowości o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (44%). Najniższe z kolei dotyczyły osób w wieku 18-25 lat (13%) i powyżej 61 lat (13%), z wykształceniem wyższym (15%), bezrobotnych (3%) oraz zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (29%) i miasta o liczbie 50-100 tys. (30%).

Najwyższe wskaźniki w badanej strukturze przyszłych sprzedawców złota, korzystających wyłącznie z lokat, zaobserwowano w subgrupie osób w wieku 18-25 lat (31%), mających wykształcenie wyższe (18%), osób bezrobotnych (25%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (19%). Na minimalnym poziomie ukształtowały się wskaźniki struktury wśród osób w wieku 46-60 lat (3%), z wykształceniem podstawowym (10%), reprezentujących sferę budżetową (8%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (11%).

Wśród przyszłych sprzedawców korzystających jednocześnie z kredytów i lokat maksymalne wskaźniki odnotowano w subgrupach badanych w wieku 46-60 lat (44%), z wykształceniem wyższym (60%), z sektora prywatnego (56%), sfery budżetowej (47%) oraz zamieszkujących miasta 50-100 tys. mieszkańców (43%) i miasta powyżej 100 tys. (40%). Najniższe wskaźniki wystąpiły wśród badanych w wieku powyżej 61 lat (18%) i w wieku 18-25 lat (18%), z wykształceniem zawodowym (13%) i podstawowym (16%), osób bezrobotnych (0%), emerytów i rencistów (12%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (11%).

Analiza wpływu poszczególnych źródeł dochodów na wyprzedaż złota przez gospodarstwa domowe wykazała, że posiadane przez gospodarstwa kredyty i pożyczki lombardowe miały słaby wpływ ($C_{skor}=0,1926$) na fakt sprzedaży złota, a zarazem jeszcze słabszy ($C_{skor}=0,1372$) w stosunku do zamiaru jego sprzedaży w przyszłości. Obligacje nie miały wpływu zarówno na sprzedaż, jak i na zamiar sprzedaży złota. Wpływ o słabej sile na zamiar takiej sprzedaży miały jedynie fundusze inwestycyjne ($C_{skor}=0,1051$), jak i lokaty bankowe (również słaby), lecz na wyższym poziomie ($C_{skor}=0,1690$).

Identyfikacja gospodarstw domowych według przyczyn sprzedaży złota wykazała, że przyczyną sprzedaży złota, jak i zamiaru sprzedaży w przyszłości była zła sytuacja ekonomiczna gospodarstw domowych. Z tego powodu sprzedaży złota dokonało

55% gospodarstw, a już zamiar sprzedaży ze względu na złą także sytuację ekonomiczną deklarowało znacznie więcej, bo niemal 74% gospodarstw. W zbliżonej proporcji zmalały wskaźniki przyszłych sprzedawców ze względu na przyczyny przyszłej sprzedaży z powodu mody i niskiej wartości złota.

Zauważono duże zróżnicowanie przyczyn w stosunku do dokonanej sprzedaży i nieco mniejsze w stosunku do zamiaru sprzedaży złota w przyszłości analizując płeć respondentów. Wymieniane przyczyny wśród mężczyzn, to sytuacja ekonomiczna i niska wartość złota, a wśród kobiet – wpływ mody.

Najwyższe odsetki sprzedawców kierujących się wpływem mody wystąpiły w grupie osób w wieku 26-45 lat (19%), z wykształceniem średnim (18%), z sektora prywatnego (35%) i sfery budżetowej (32%) oraz zamieszkujących miasta 50-100 tys. i powyżej 100 tys. mieszkańców (18%). Najniższe dotyczyły osób w wieku 46-60 lat (14%), z wykształceniem podstawowym (7%), osób bezrobotnych (0%), emerytów i rencistów (11%) oraz zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców (13%).

Sprzedawcy, którzy dokonali sprzedaży złota ze względu na złą sytuację materialną, tworzyli dominujący odsetek wśród osób w wieku 46-60 lat (61%), z wykształceniem podstawowym (65%), osób bezrobotnych (63%) i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (64%). Natomiast sprzedawcy, którzy dokonali sprzedaży złota ze względu na niską jego wartość rynkową stanowili najwyższy wskaźnik w strukturze wśród osób w wieku powyżej 61 lat (42%), z wykształceniem wyższym (36%), bezrobotnych (37%) i zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (35%).

Wśród przyszłych sprzedawców złota, którzy za przyczynę zamiaru sprzedaży uznali modę, najwyższy odsetek wystąpił wśród osób w wieku 46-60 lat (11%), z wykształceniem wyższym (16%), z sektora prywatnego (14%) i zamieszkujących duże miasta, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (13%). Z kolei najwyższy odsetek przyszłych sprzedawców, dla których powodem sprzedaży była zła sytuacja materialna, odnotowano wśród osób w wieku 18-25 lat (85%), z wykształceniem podstawowym (89%), bezrobotnych (95%) oraz zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (78%). Najwyższy odsetek przyszłych sprzedawców, którzy za przyczynę sprzedaży uznali niską wartość złota dotyczył osób w wieku powyżej 61 lat (34%), mających wykształcenie wyższe i zawodowe (22%), emerytów i rencistów (20%) i zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (25%).

Identyfikacja sprzedawców wykazała, że niemal 60% nie sprzedało złota „od ręki”. Problemy ze sprzedażą miały w nieco większym stopniu kobiety (62%), aniżeli

mężczyźni (58%). Najwyższy odsetek sprzedawców z tym problemem dotknął osoby w wieku 26-45 lat (66%), mające wykształcenie średnie (66%), reprezentujące sferę budżetową (71%) i zamieszkujące miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (64%). Z kolei najniższy odsetek dotyczył osób w wieku powyżej 61 lat (51%), z wykształceniem zawodowym (53%), emerytów i rencistów (33%) i zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (51%).

ROZDZIAŁ 6. FUNKCJA LOKACYJNA ZŁOTA

6.1. Ocena zasadności lokat

Zachodzące procesy rynkowe w warunkach realizowanej od 1990 roku transformacji gospodarczej sprzyjają powstawaniu wielu konkurujących ze sobą form lokowania pieniądza, również na rynku finansowym. Dążąc do zdobycia coraz większego udziału w rynku banki same wychodzą naprzeciw klientowi z coraz to bardziej różnorodną ofertą usług bankowych¹. Zasadniczym czynnikiem wpływającym na wybór formy oszczędzania przez konsumentów są spodziewane korzyści pieniężne. Człowiek, który na przykład w 1970 roku zdecydował się ulokować w złoto swoje pieniądze, mógł za 1000 dolarów kupić zaledwie 27,8 uncji drogiego kruszcu². Przy cenie złota ponad 900 dol. za uncję w roku 2009, mógłby je sprzedać za cenę niemal 25 tys. dolarów³.

Lokaty oparte o rynek złota podlegają ocenie jej zasadności przez inwestorów. Z tego powodu w pracy starano się poznać opinie gospodarstw domowych na temat lokowania w złoto oszczędności pieniężnych – **tabela 62**. Uzyskane rezultaty badania pozwoliły na stwierdzenie, że 20,85% gospodarstw kierując się przyszłymi korzyściami finansowymi posiadało takie lokaty, oceniając je jako „bardzo dobra, dokonuję”, natomiast 16,78% nie miało. Ocenę jako „niska wartość lokaty” z uwagi na rzeczywistą wartość złota wyraziło 39,44% badanych gospodarstw, natomiast dla oceny „nie mam zdania” ich odsetek wyniósł 22,93% – **wykres 147**.

Analiza uwzględniająca płeć respondentów wykazała, że w subgrupie mężczyzn odsetek respondentów posiadających lokaty wyniósł 22,16%, a wśród kobiet 19,04% w stosunku do udziału „ogółem” 20,85%. Niewielkie zróżnicowanie w strukturze respondentów zauważono w przypadku oceny jako „nigdy nie lokowałem”, ponieważ wskaźnik struktury dla mężczyzn wyniósł 17,34% i dla kobiet 16,00% – „ogółem” w próbie 16,78%. Znaczące zróżnicowanie w strukturze badanych wystąpiło w odniesieniu do oceny lokaty jako „niska wartość lokaty”, albowiem mężczyźni stanowili 36,39%, a kobiety 43,68% – „ogółem” dla badanej zbiorowości 39,44%. Zdania na temat zasadności lokat nie miało 24,11% mężczyzn i 21,28% kobiet – „ogółem” 22,93% – **wykres 148**.

¹ M.Golec, B. Janik, H. Nowochońska, *Wstęp do bankowości*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 1998, s. 7

² Uncja jubilerska - uncja trojańska (oz) = 31,1034768 grama czystego kruszcu złota (przyp. autora).

³ N.Ferguson, *Jajo z Wall Street*, w: „Niezbędnik Inteligenta”, „Polityka”, 21.02.09, wyd. 17, nr 8, s. 10.

Tabela 62. Gospodarstwa domowe według oceny zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto i cech demograficzno-społecznych respondentów

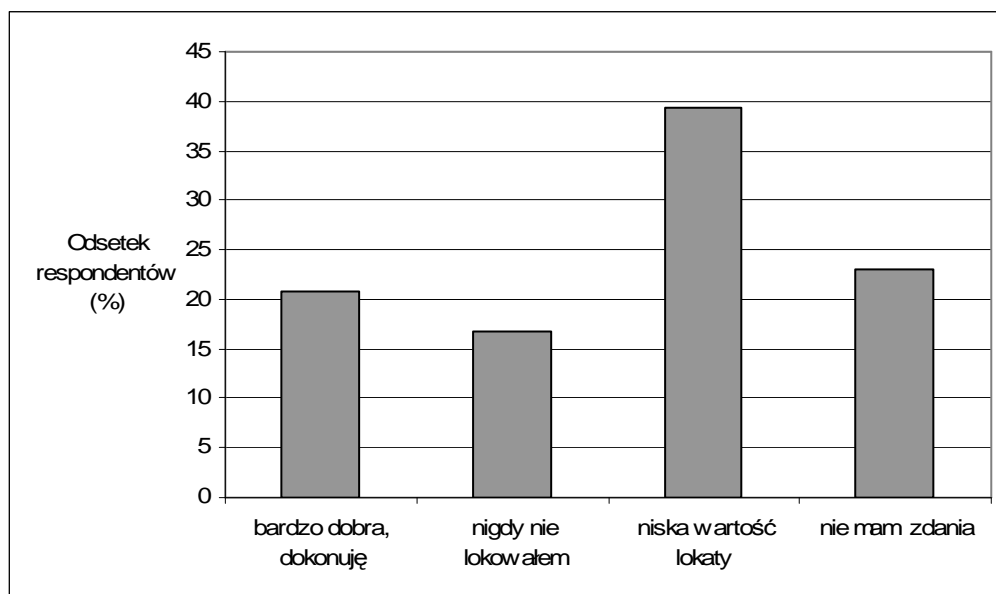
Cechy demograficzno-społeczne	Ocena zasadności lokowania oszczędności				
	ogółem	bardzo dobra, dokonuję	nigdy nie lokowałem	niska wartość lokaty	nie mam zdania
Ogółem	100,00	20,85	16,78	39,44	22,93
Płeć respondenta		w odsetkach			
mężczyzna	100,00	22,16	17,34	36,39	24,11
kobieta	100,00	19,04	16,00	43,68	21,28
Wiek					
18-25	100,00	12,01	8,13	63,96	15,90
26-45	100,00	16,04	12,43	55,13	16,40
46-60	100,00	33,83	25,45	11,08	29,64
61 i więcej	100,00	23,46	22,84	20,37	33,33
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	6,14	10,06	46,37	37,43
zawodowe	100,00	10,04	13,84	44,98	31,14
średnie	100,00	15,47	15,05	51,20	18,28
wyższe	100,00	51,10	27,13	4,10	17,67
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	100,00	-	8,57	51,79	39,64
emeryt, rencista	100,00	14,84	20,75	30,90	33,49
sektor prywatny*	100,00	37,23	21,48	31,27	10,02
sfera budżetowa	100,00	24,93	13,14	49,06	12,87
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	10,27	21,87	37,95	29,91
10.000-50.000	100,00	11,34	8,90	50,09	29,67
50.001-100.000	100,00	26,49	23,24	32,70	17,57
> 100.000	100,00	38,30	19,76	29,48	12,46

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

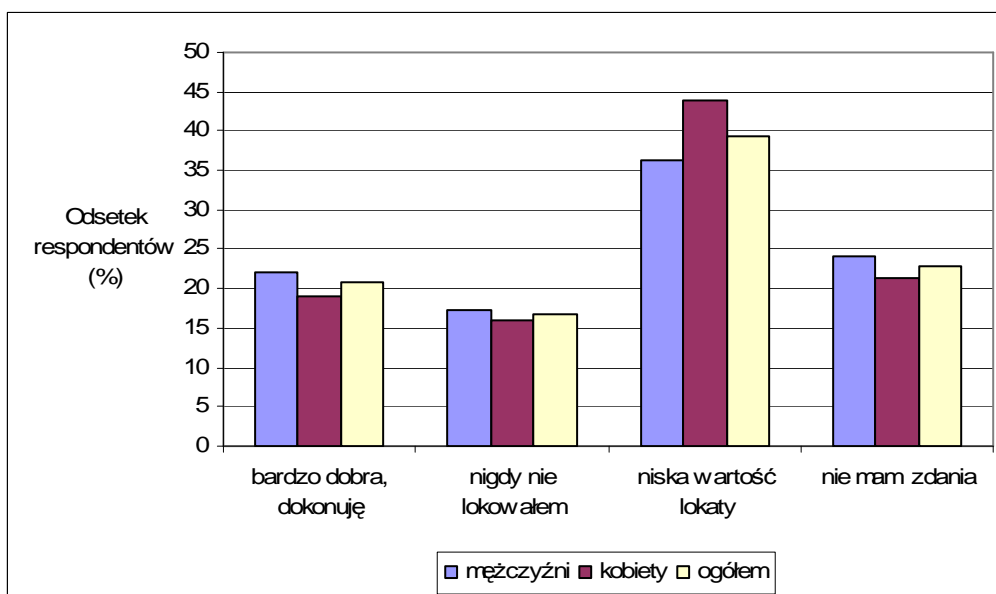
W subgrupie w wieku „18-25 lat” odsetek respondentów, którzy ocenili lokaty jako „bardzo dobra, dokonuję” wyniósł 12,01% (udział „ogółem” 20,85%), natomiast respondentów, którzy nigdy nie korzystali z tej formy inwestycji 8,13% („ogółem” 16,78%). Z uwagi na realną cenę rynkową złota zasadność lokat negatywnie oceniło 63,96 % badanych, „ogółem” 39,44%, natomiast zdania nie miało 15,90% respondentów, udział „ogółem” 22,93% – **wykres 149**.

Wykres 147. Gospodarstwa domowe według oceny zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 62.

Wykres 148. Ocena zasadności lokat w złoto według płci respondentów



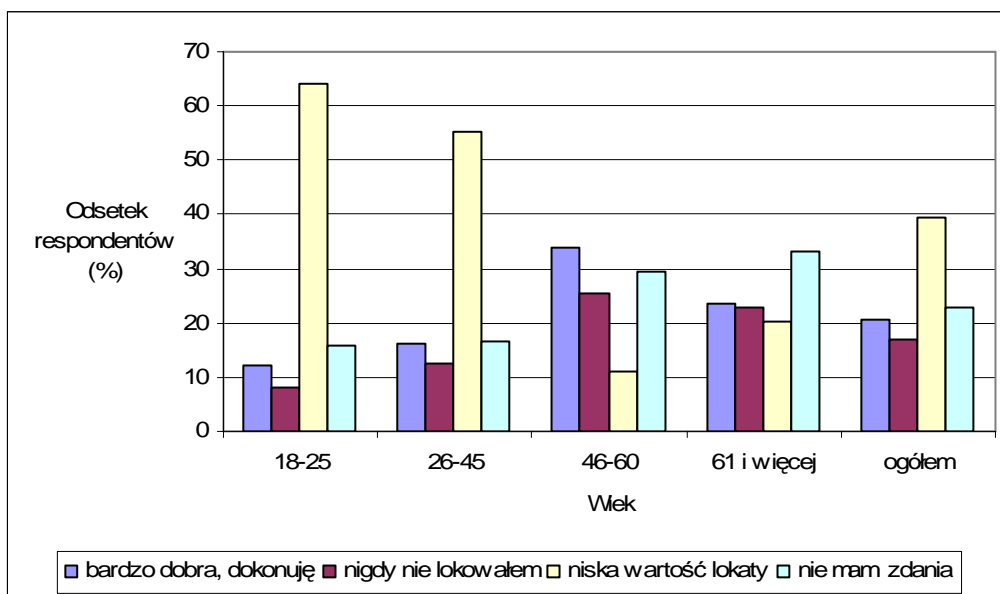
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 62.

Odsetek respondentów, którzy ocenili lokaty jako „bardzo dobra, dokonuję” w subgrupie w wieku „26-45 lat” dotyczył 16,04% osób i był niższy o 4,81 pkt proc. od wskaźnika struktury „ogółem”. Odsetek z kolei respondentów, którzy nigdy nie lokowali własnych środków w złoto wyniósł 12,43% (-4,35 pkt proc. do „ogółem”), a oceniających je jako „niska wartość lokaty” 55,13% (+15,69 pkt). Zdania w omawianej subgrupie nie miało 16,40% badanych (-6,53 pkt).

W stosunku do udziału „ogółem” 22,93%, w subgrupie w wieku „46-60 lat”, dominujący odsetek, tj. 33,83% stanowili respondenci oceniający zasadność lokat jako „bardzo dobra, dokonuję” Również wyższy odsetek (udział „ogółem” 16,78%) odnotowano wśród badanych, którzy nigdy nie zdecydowali się na ich posiadanie (25,45%). Najniższy wskaźnik w strukturze, tj. 11,08% dotyczył respondentów, którzy kierując się ceną rynkową złota ocenili tę formę inwestycji jako „niska wartość lokaty” („ogółem” 39,44%). W grupie tej zdania nie miało 29,64% badanych – „ogółem” w próbie 22,93%.

W subgrupie w wieku „61 lat i więcej” znalazło się 23,46% respondentów, którzy uznali lokaty za „bardzo dobra, dokonuję” (udział „ogółem” 20,85%). Udział respondentów, którzy nie byli nimi nigdy zainteresowani wyniósł 22,84% („ogółem” 16,78%). Najniższy odsetek w strukturze (20,37%) stanowili respondenci, którzy ocenili je jako „niska wartość” – udział „ogółem” 39,44%. Najwyższy, tj. 33,33% dotyczył badanych, którzy nie mieli zdania w stosunku do udziału „ogółem” 22,93%.

Wykres 149. Ocena zasadności lokat w złoto według wieku respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 62.

Zauważono, że wykształcenie respondentów istotnie różnicowało respondentów w ocenie lokat – **wykres 150**. W subgrupie z wykształceniem podstawowym odsetek respondentów, którzy je jako „bardzo dobra, dokonuję” wyniósł tylko 6,14% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 20,85%. Respondenci, którzy nigdy nie skorzystali z tej formy oszczędzania stanowili 10,06% (udział „ogółem” 16,78%). Znacznie

wyższy odsetek, tj. 46,37% („ogółem” 39,44%) tworzyli respondenci, którzy ocenili je jako „niska wartość lokaty”. Znacząco jednak wyróżniali się badani, którzy nie mieli na temat zdania i ich udział wyniósł 37,43% w stosunku do udziału „ogółem” 22,93%.

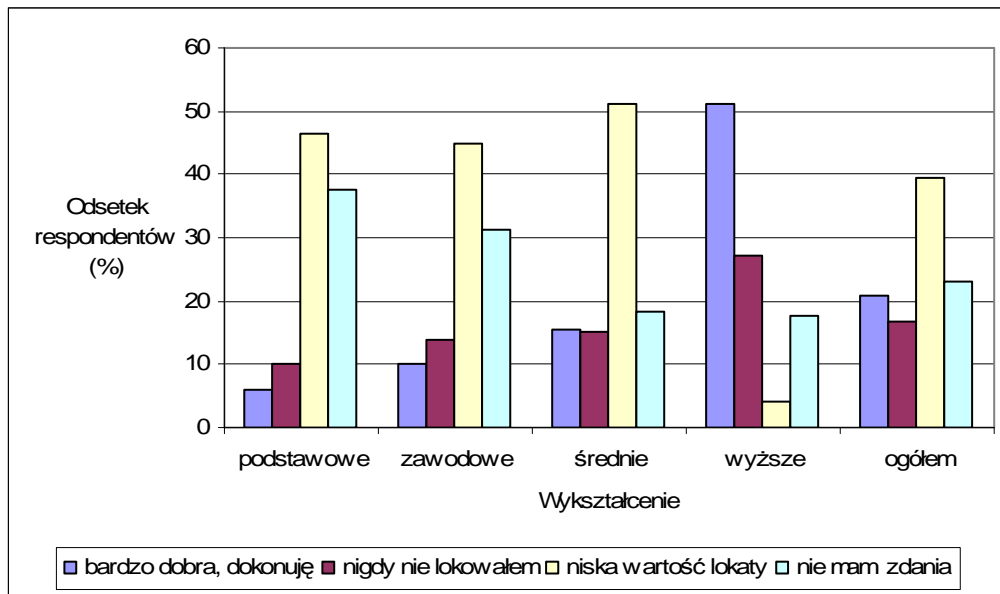
W subgrupie posiadających wykształcenie zawodowe (wskaźnik struktury „ogółem” 20,85%) lokaty jako „bardzo dobra, dokonuję” oceniło 10,04% respondentów, natomiast 13,84% wybrało wariant odpowiedzi „nigdy nie lokowałem” („ogółem” 16,78%). Znacznie wyższe wskaźniki w badanej strukturze, w odniesieniu do wskaźników struktury „ogółem”, dotyczyły respondentów, którzy ocenili je jako „niska wartość złota” 44,98% („ogółem” 39,44%) oraz, którzy udzielili odpowiedzi „nie mam zdania” 31,14% – „ogółem” 22,93%.

W odniesieniu do wykształcenia średniego 15,47% osób dokonało oceny lokaty jako „bardzo dobra, dokonuję” (udział „ogółem” 20,85%). Niemal identyczny wskaźnik w strukturze odnosił się do respondentów, którzy nigdy nie oszczędzali własnych środków w oparciu o złoto 15,05%, (udział „ogółem” 16,78%). Dominujący odsetek, tj. 51,20% („ogółem” w próbie 39,44%) stanowili badani, którzy ocenili zasadność tych inwestycji jako „niska wartość złota”. Wskaźnik struktury dla respondentów „nie mam zdania” wyniósł 18,28% – wskaźnik struktury „ogółem” 22,93%.

Analizując ocenę zasadności lokat w subgrupie z wykształceniem wyższym zauważono, że 51,10% z nich oceniło je pozytywnie i wybrało wariant odpowiedzi „bardzo dobra, dokonuję” („ogółem” w próbie 20,85%), natomiast przeciwnego zdania było 27,13% („ogółem” 16,78%). Najniższy wskaźnik w strukturze, wynoszący tylko 4,10%, dotyczył respondentów, którzy udzielili odpowiedzi „niska wartość złota” („ogółem” 39,44%). Zdania na temat inwestowania w złoto środków pieniężnych pozostających poza bieżącą konsumpcją, nie miało 22,93% gospodarstw domowych.

Znaczne zróżnicowanie wskaźników w strukturze w stosunku do wskaźników struktury „ogółem” zauważono w odniesieniu do statusu zawodowego badanych – **wykres 151**. W subgrupie respondentów „osoba bezrobotna” żadna nie oceniła lokaty, jako „bardzo dobra, dokonuję”. Z kolei 8,57% osób zdecydowało o wyborze wariantu odpowiedzi „nigdy nie lokowałem” (wskaźnik struktury „ogółem” 16,78%). Dominujący odsetek, tj. 51,79% dotyczył w subgrupie tej respondentów, według których inwestycje w złoto to po prostu „niska wartość lokaty” („ogółem” 39,44%). Zdania o zasadności lokat nie miało 39,64% osób wśród bezrobotnych.

Wykres 150. Ocena zasadności lokat w złoto według wykształcenia respondentów



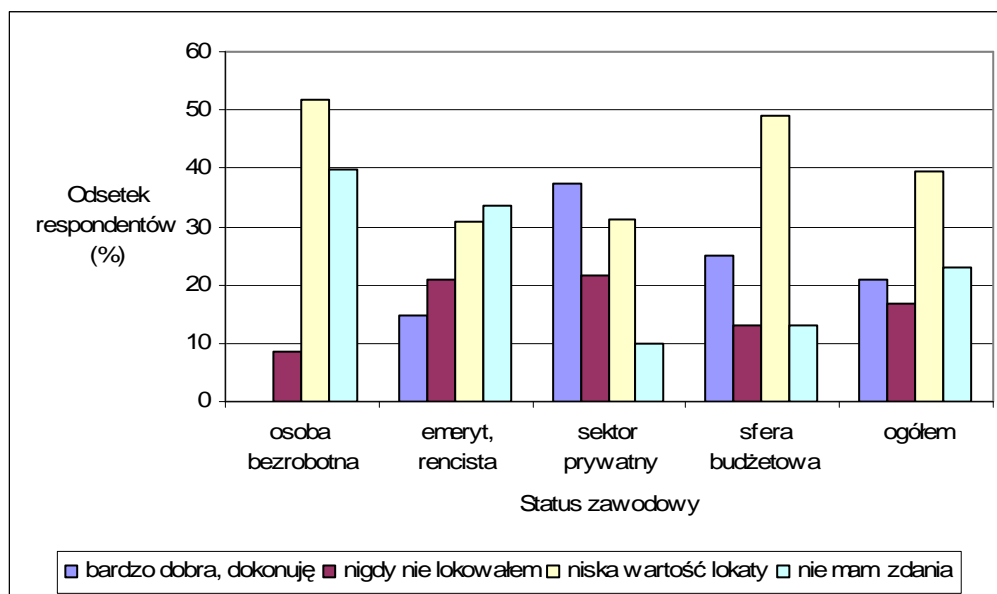
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 62.

W przypadku emerytów i rencistów odsetek respondentów, którzy uznali lokaty w złocie, jako „bardzo dobra, dokonuję” wyniósł 14,84% („ogółem” w próbie 20,85%), a którzy nie byli nimi nigdy zainteresowani – 20,75% („ogółem” 16,78%). Respondenci, którzy wybrali wariant „niska wartość złota” stanowili 30,90% („ogółem” 39,44%) oraz którzy nie mieli na ten temat zdania 33,49% – „ogółem” w próbie 22,93%.

W subgrupie reprezentujących sektor prywatny 37,23% z nich uznało lokaty w złoto, jako „bardzo dobra, dokonuję” (udział „ogółem” 20,85%), natomiast przeciwnego zdania było 21,48% („ogółem” 16,78%). Wskaźnik w strukturze dla respondentów, którzy ocenili je „niska wartość lokaty”, z uwagi na niską wartość złota, wyniósł 31,27% i „ogółem” 39,44%. W subgrupie tej odpowiedzi nie potrafiło udzielić 10,02% respondentów – wskaźnik struktury „ogółem 22,93% „ogółem”.

Odsetek respondentów, przedstawicieli sfery budżetowej, według których złoto jest bardzo dobrą formą oszczędności pieniężnych, wyniósł 24,93% („ogółem” w próbie 20,85%). Przeciwnego zdania było 13,14% badanych („ogółem” 16,78%). Znacznie powyżej wskaźnika struktury „ogółem” (39,44%) znaleźli się badani oceniający je jako „niska wartość złota” (49,06%), a poniżej wskaźnika struktury „ogółem” 22,93% respondenci, którzy nie mieli zdania i stanowili w badaniu 12,87%.

Wykres 151. Ocena zasadności lokat w złoto według statusu zawodowego respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 62.

Kryterium oceny zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto stanowiła również zmienna niezależna, tj. miejsca zamieszkania respondentów – **wykres 152**. Otrzymane rezultaty badania pozwoliły na stwierdzenie, że najwyższy wskaźnik w strukturze badanych (38,30%), którzy ocenili lokaty w złocie jako „bardzo dobra, dokonuję” (wskaźnik struktury „ogółem” 20,85%) zamieszkiwał miasta powyżej 100 tys. mieszkańców. Niższy o 11,81 pkt proc. dotyczył respondentów z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców. Najniższe natomiast wskaźniki według tej opinii zanotowano wśród respondentów zamieszkujących miasta 10-50 tys. oraz miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców, odpowiednio 11,34% i 10,27% – wskaźnik struktury „ogółem” 20,85%.

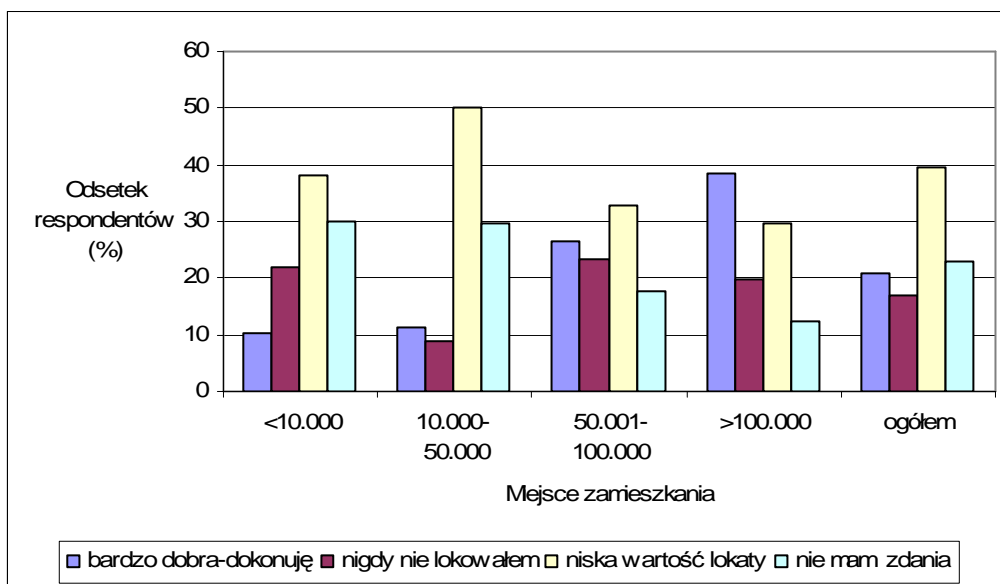
Wśród respondentów, którzy w ankiecie wybrali wariant odpowiedzi „nigdy nie lokowałem” było – w kolejności malejących wskaźników – 23,24% osób zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców, 21,87% miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców oraz 19,76% miasta powyżej 100 tys. mieszkańców. Najniższy odsetek, wynoszący 8,90%, wystąpił w subgrupie respondentów zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców w stosunku „ogółem” w badanej zbiorowości 16,78%.

Lokatę środków pieniężnych w złoto, jako „niska wartość” ocenili respondenci z miast 10-50 tys. stanowiący 50,09% (najwyższy procent w strukturze), następnie z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców 37,95%, z miast 50-100 tys. mieszkańców

32,70% oraz z miast powyżej 100 tys. mieszkańców stanowiący 29,48% – wskaźnik struktury „ogółem” 39,44%.

Zdania na jej temat nie miało 29,91% respondentów zamieszkujących miejscowości mniejsze, aniżeli 10 tys. mieszkańców i był to dominujący wskaźnik w strukturze, a następnie 29,67% respondentów z miast 10-50 tys. mieszkańców oraz z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców, tj. 17,57%. Najniższy wskaźnik w tej strukturze (12,46%) dotyczył respondentów w subgrupie z miast powyżej 100 tys. mieszkańców – wskaźnik struktury „ogółem” 22,93%.

Wykres 152. Ocena zasadności lokat w złoto według miejsca zamieszkania respondentów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 62.

W analizie statystycznej zmierzano do ustalenia ewentualnego powiązania między respondentami według cech demograficzno-społecznych a oceną zasadności lokowania własnych oszczędności pieniężnych w złoto określając jego siłę – **tabela 63**.

Wskazano, że istniała zależność między oceną zasadności lokowania w złoto wolnych środków pieniężnych a cechami demograficzno-społecznymi respondentów (chi-kwadrat>chi-kwadrat alfa). Najśłabsza korelacja, o sile „bardzo słabej” (Cskor=0,0942), wystąpiła w subgrupie według płci i oznaczała, że płeć respondentów tylko w „nikłym” stopniu miała wpływ na ocenę zasadności lokowania środków pieniężnych w złoto. Dominująca zależność o „wysokiej” sile (Cskor=0,5179) wystąpiła w subgrupie respondentów według wykształcenia, natomiast o „przeciętnej” oraz lekko

zróżnicowanej, miała miejsce w subgrupie respondentów w odniesieniu do wieku (Cskor=0,4718) oraz statusu zawodowego (Cskor=0,4602).

Tabela 63. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto a cechami demograficzno-społecznymi respondentów

Cechy demograficzno-społeczne	Chi -kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Płeć	8,2522	3	0,0411	0,0741	0,7866	0,0942
Wiek	299,8264	9	0,0000	0,4086	0,8660	0,4718
Wykształcenie	376,7376	9	0,0000	0,4485	0,8660	0,5179
Status zawodowy	282,4305	9	0,0000	0,3985	0,8660	0,4602
Miejsce zamieszkania	191,7336	9	0,0000	0,3371	0,8660	0,3893

Uwaga: dla poziomu istotności alfa=0,05 i df=3 stopni swobody (k-1)(w-1) wartość krytyczna chi-kwadrat alfa=7,815 oraz dla df=9 stopni swobody chi-kwadrat alfa=16,919.

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

6.2. Lokaty i tendencje zakupów złota

W pracy podjęto próbę identyfikacji zachowań konsumentów, którzy mimo posiadania lokat w złocie (inwestorzy), ponownie dokonali zakupu tego metalu w latach 2004–2005⁴ (nabywcy złota). Na podstawie uzyskanych wyników badania stwierdzono, że odsetek nabywców wyniósł 65% – **tabela 64**.

Okazało się, że udział nabywców złota, wśród inwestorów mężczyzn, był znacznie niższy w stosunku do udziału inwestorów kobiet i wyniósł odpowiednio 50,78% oraz 88,24% – **wykres 153**.

Wiek posiadaczy lokat nie różnicował w istotny sposób ich zachowania w zakupach złota. Najwyższy odsetek stanowili nabywcy w wieku 46-60 lat (69,03%) oraz w wieku 26-45 lat (65,17%) – „ogółem” w badanej zbiorowości, tj. 65,06%. Porównywalne wskaźniki struktury wystąpiły w przypadku pozostałych inwestorów: w subgrupie w wieku 18-25 lat nabywcy złota stanowili 61,76%, a wieku powyżej 61 lat 60,53% – **wykres 154**.

⁴ Badanie nie obejmowało podziału zakupionego złota na wyroby użytkowe, złoto inwestycyjne oraz kolekcjonerskie.

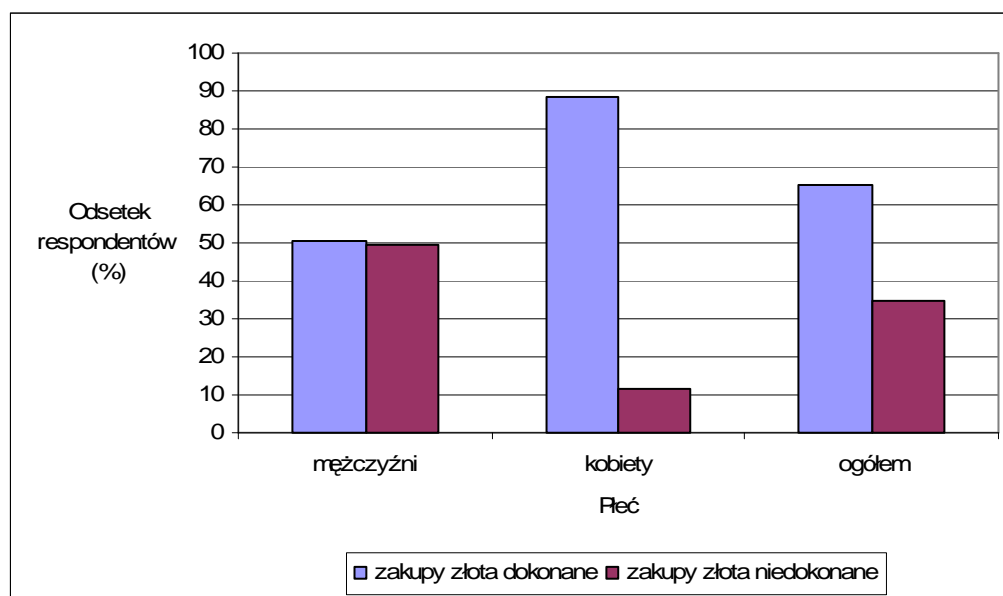
**Tabela 64. Inwestorzy według zakupów złota
oraz cech demograficzno-społecznych**

Cechy demograficzno- -społeczne respondentów	Posiadane lokaty w złocie	Zakupy złota	
		dokonane	niedokonane
		w odsetkach	
Ogółem	100,00	65,06	34,94
Płeć			
mężczyzna	100,00	50,78	49,22
kobieta	100,00	88,24	11,76
Wiek w latach			
18-25	100,00	61,76	38,24
26-45	100,00	65,17	34,83
46-60	100,00	69,03	30,97
61 i więcej	100,00	60,53	39,47
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	63,64	36,36
zawodowe	100,00	62,07	37,93
średnie	100,00	39,09	60,91
wyższe	100,00	83,33	16,67
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	49,21	50,79
sektor prywatny*	100,00	61,54	38,46
sfera budżetowa	100,00	81,72	18,28
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	65,22	34,78
10.000-50.000	100,00	61,54	38,46
50.001-100.000	100,00	44,90	55,10
>100.000	100,00	82,54	17,46

* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

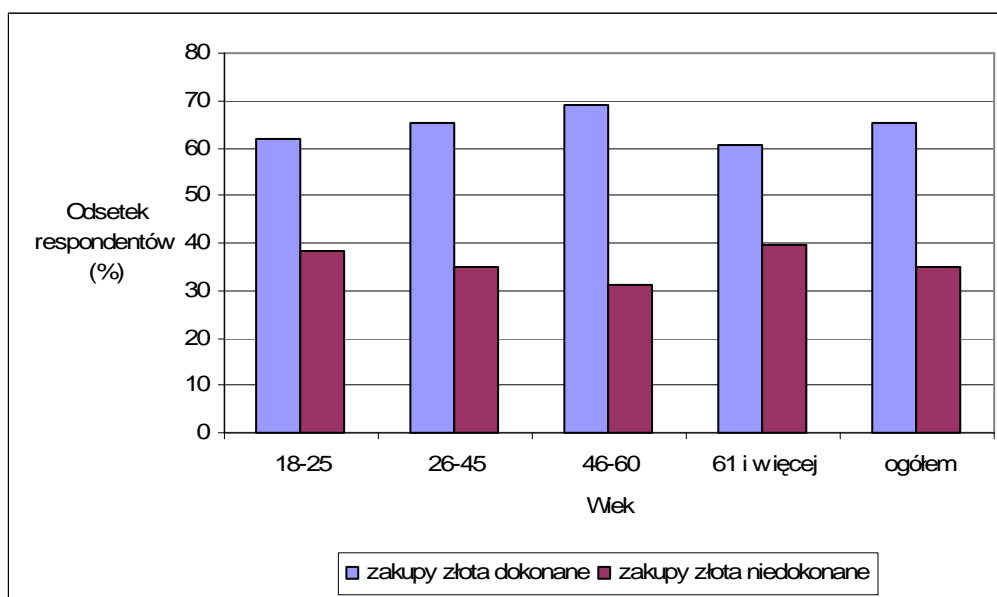
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Wykres 153. Inwestorzy według zakupów złota i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 64.

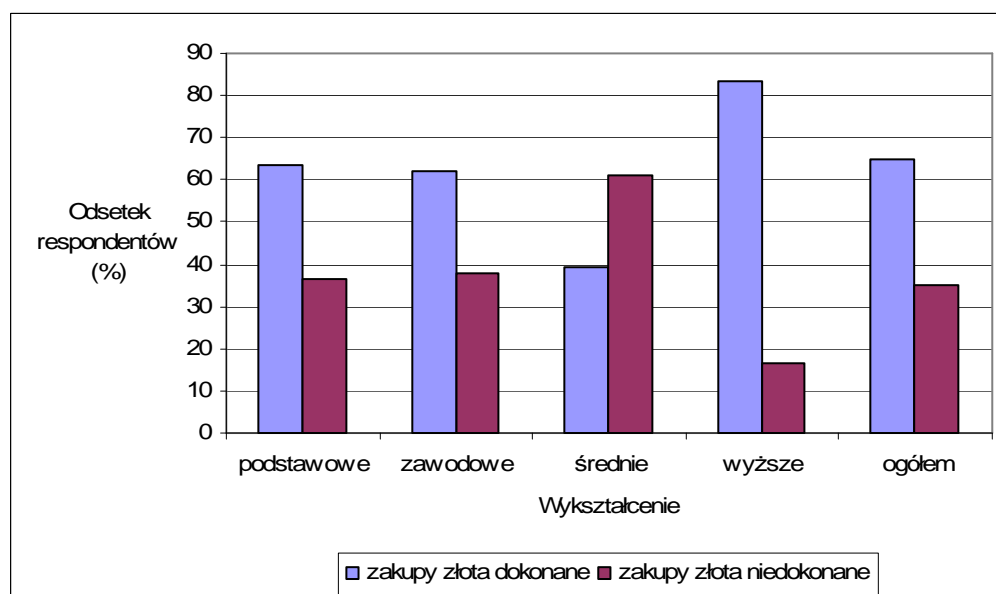
Wykres 154. Inwestorzy według zakupów złota i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 64.

Dominujący odsetek, w grupie inwestorów, dotyczył nabywców złota z wykształceniem wyższym, którzy stanowili 83,33%. Zbliżone wskaźniki w strukturze odnotowano w przypadku osób, które kupiły złoto z wykształceniem podstawowym i zawodowym, odpowiednio 63,64% oraz 62,07% w odniesieniu do „ogółem” w próbie 65,06%. Najniższy odsetek nabywców dotyczył inwestorów w subgrupie respondentów z wykształceniem średnim (39,09%) – wykres 155.

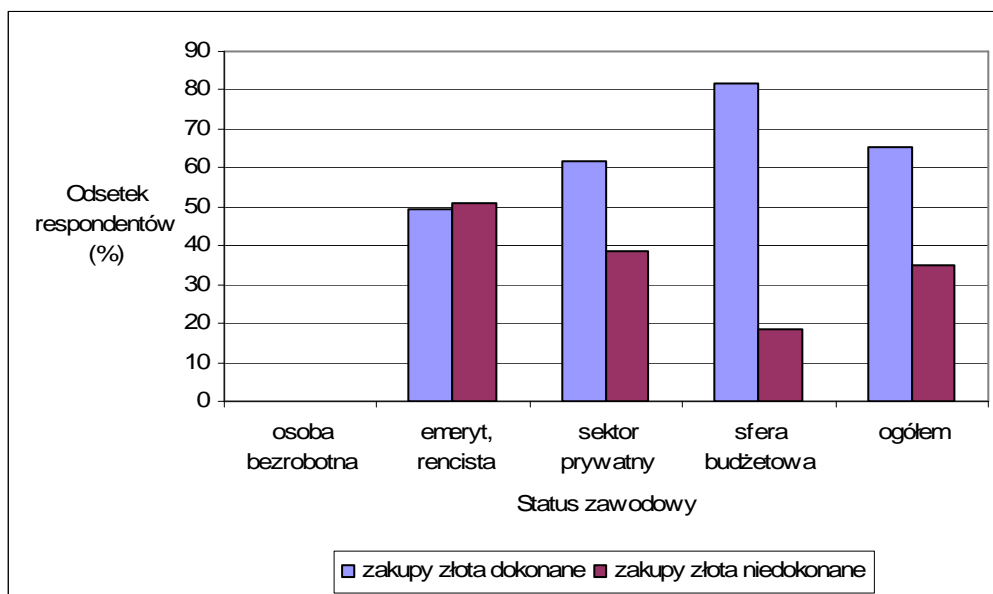
Wykres 155. Inwestorzy według zakupów złota i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 64.

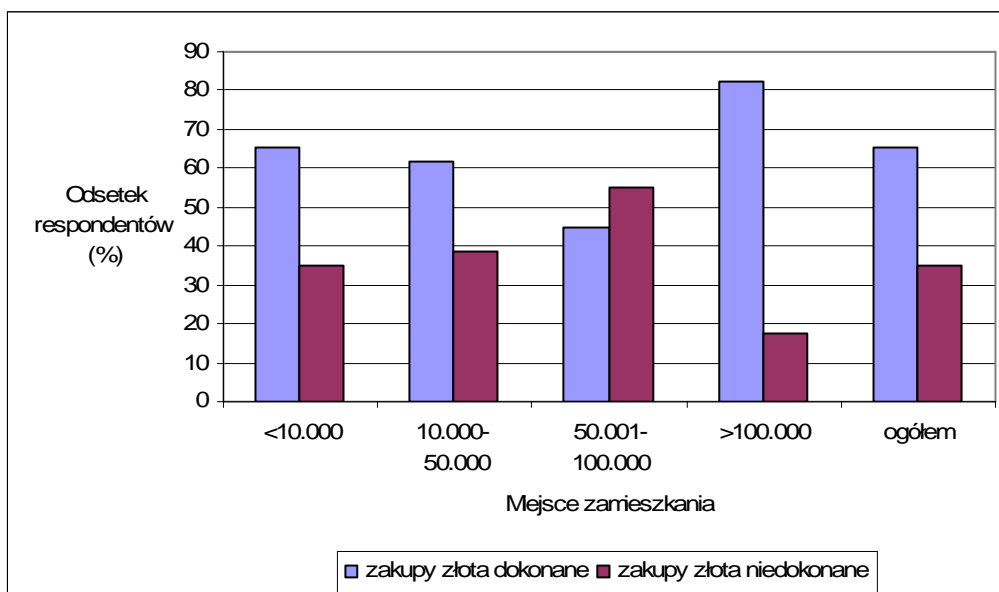
W subgrupie „osoba bezrobotna” nie było ani jednego posiadacza lokat w złocie. W najwyższym procencie natomiast, wśród inwestorów, nabywcami złota okazały się osoby ze sfery budżetowej stanowiący 81,72%, wskaźnik „ogółem” w próbie 65,06% – **wykres 156**. Nabywcy reprezentujący sektor prywatny stanowili 61,54%, natomiast emeryci i renciści 49,21% i był to najniższy wskaźnik w badanej strukturze.

Wykres 156. Inwestorzy według zakupów złota i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 64.

Wykres 157. Inwestorzy według zakupów złota i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 64.

Dominujący odsetek nabywców złota, tj. 82,54% („ogółem” w próbie 65,06%), w grupie inwestorów, stanowili zamieszkujący miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców, natomiast najniższy nabywcy z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców, tj. 44,90%. Udział nabywców z miejscowości poniżej 10 tys. wyniósł 65,22% oraz z miast 10-50 tys. mieszkańców 61,54% – **wykres 157**.

Przeprowadzony sondaż pozwolił zebrać informacje na temat przyszłych zachowań dotychczasowych inwestorów w zakresie zakupów złota. Okazało się, że ponad 47% z nich ujawniło zamiar zakupu w najbliższej przyszłości – **tabela 65**.

Tabela 65. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota oraz cech demograficzno-społecznych

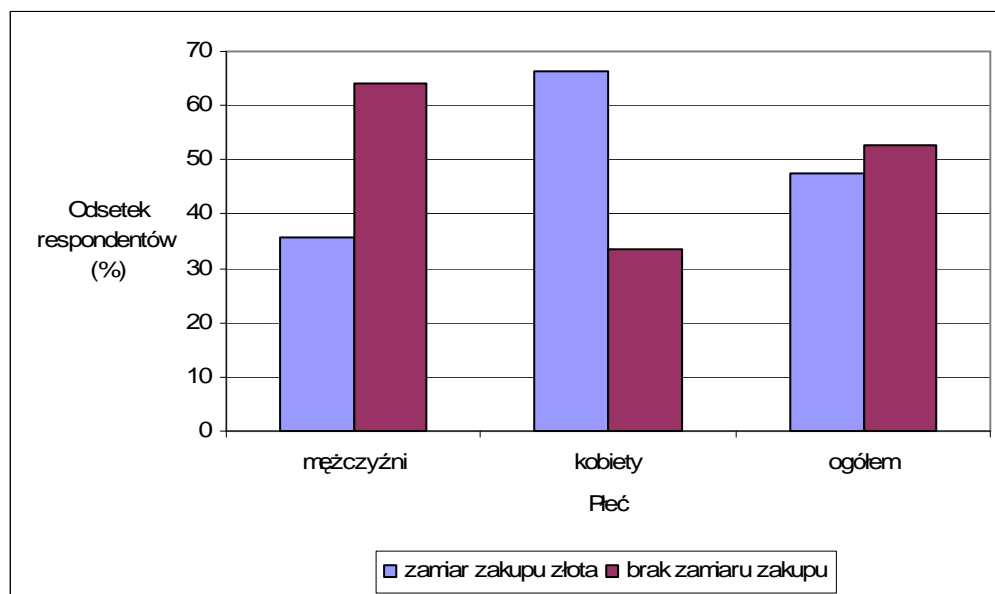
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Posiadane lokaty w złocie	Zamiar zakupu złota	
		tak	nie
Ogółem	100,00	47,44	52,56
Płeć		w odsetkach	
mężczyzna	100,00	35,75	64,25
kobieta	100,00	66,39	33,61
Wiek w latach			
18-25	100,00	47,06	52,94
26-45	100,00	38,20	61,80
46-60	100,00	50,44	49,56
61 i więcej	100,00	53,95	46,05
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	63,64	36,36
zawodowe	100,00	41,38	58,62
średnie	100,00	25,45	74,55
wyższe	100,00	62,35	37,65
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	49,21	50,79
sektor prywatny*	100,00	46,79	53,21
sfera budżetowa	100,00	47,31	52,69
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	73,91	26,09
10.000-50.000	100,00	18,46	81,54
50.001-100.000	100,00	44,90	55,10
>100.000	100,00	59,52	40,48
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo			

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Inwestorzy wśród mężczyzn, którzy okazali zamiar zakupu złota, stanowili 35,75%, natomiast kobiety 66,39%, wskaźnik „ogółem” w próbie 47,44% – **wykres 158**.

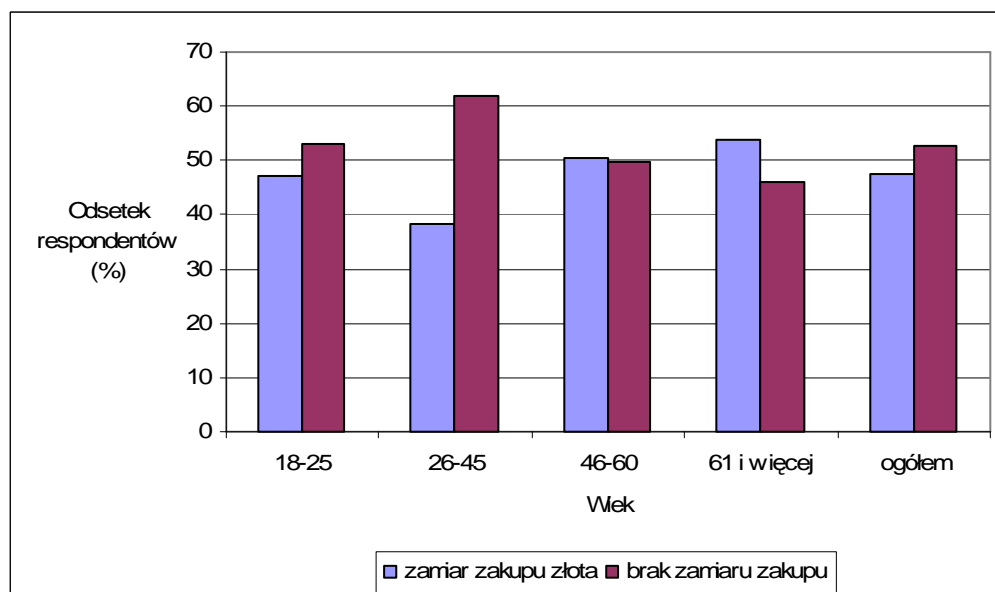
Wśród przyszłych nabywców złota przeważali inwestorzy powyżej 61 roku życia stanowiący 53,95% – udział „ogółem” 47,44%. Niższy wskaźnik w strukturze (50,44%) dotyczył osób w wieku 46-60 lat oraz w wieku 18-25 lat, który wyniósł 47,06%. Przyszły udział chętnych do zakupu złota wśród inwestorów w subgrupie w wieku 26-45 lat był najniższy i wyniósł 38,20% – wykres 159.

Wykres 158. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 65.

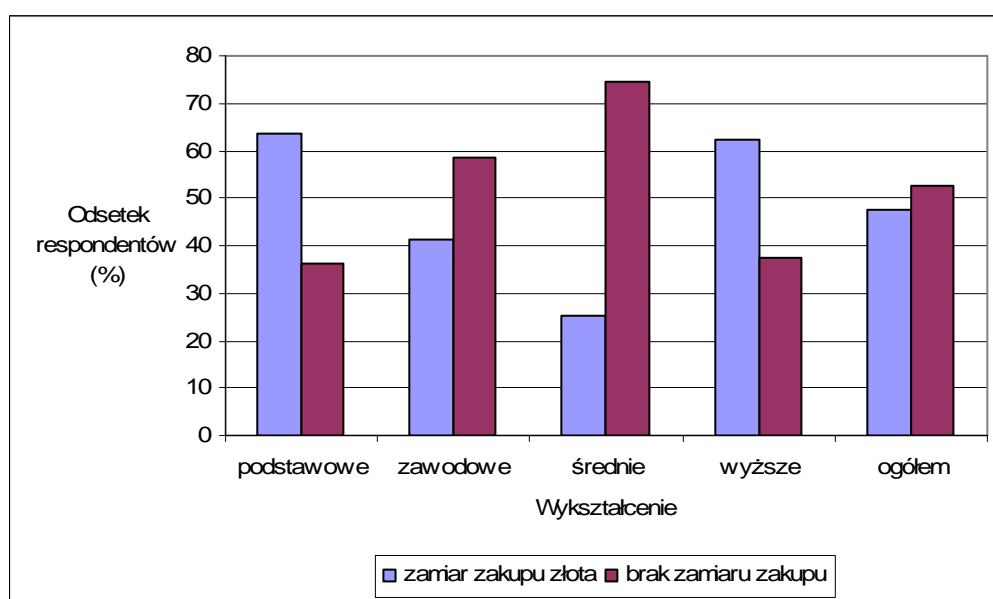
Wykres 159. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 65.

Zauważono, że inwestorzy z wykształceniem podstawowym, którzy okazali zamiar zakupu złota, stanowili najwyższy odsetek, tj. 63,64% – udział „ogółem” 47,44%. Dla inwestorów z wykształceniem wyższym wyniósł 62,35%, natomiast z wykształceniem zawodowym 41,38%. W subgrupie z wykształceniem średnim posiadający lokaty w złocie stanowili odsetek najniższy, tj. 25,45%, który był niemal 22 pkt proc. niższy od wskaźnika „ogółem” w próbie – wykres 160.

Wykres 160. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i wykształcenia



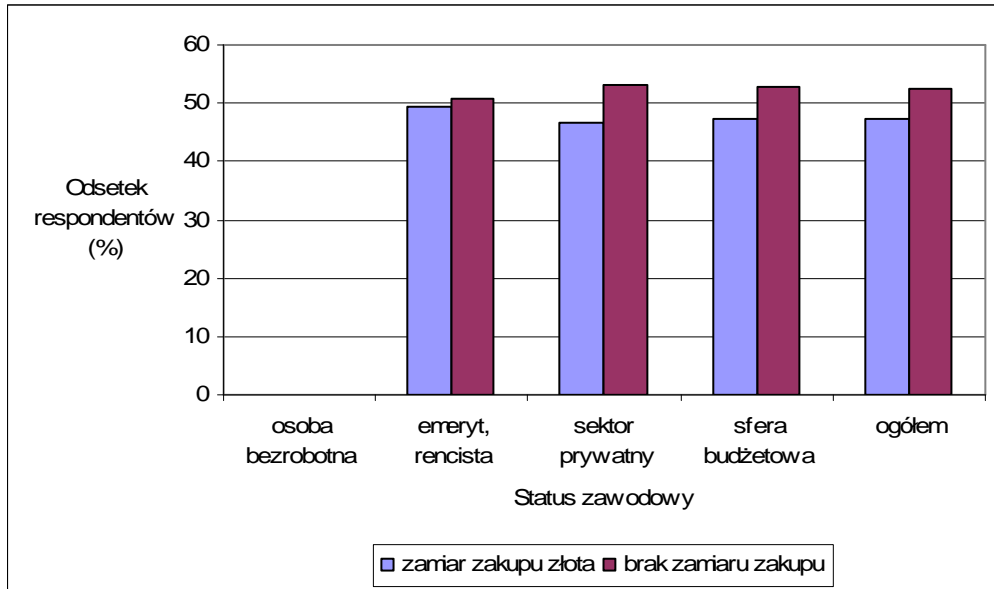
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 65.

Zarówno w przypadku zakupów złota dokonanych, jak i w przypadku ich zamiaru, osoby bezrobotne nie okazały zamiaru zakupu złota, ponieważ w subgrupie tej nie było inwestorów. Zbliżone natomiast wskaźniki w strukturze badanych, dotyczące zamiaru zakupu, wystąpiły w przypadku inwestorów ze sfery budżetowej (47,31%) oraz sektora prywatnego (46,79%). Odsetek chętnych na złoto w subgrupie „emeryt, rencista” wyniósł 49,21% – wykres 161.

Wskazano, że miejsce zamieszkania istotnie różnicowało zachowanie respondentów w świetle przyszłych zakupów złota. Dominujący wskaźnik w analizowanej strukturze inwestorów wiązał się z późniejszymi nabywcami złota zamieszkującymi miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (73,91%) oraz miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, tj. 59,52% (wskaźnik struktury „ogółem” 47,44%) Najniższy dotyczył nabywców żyjących w miastach o liczbie 10-50 tys. mieszkańców, tj. 18,46%. W grupie

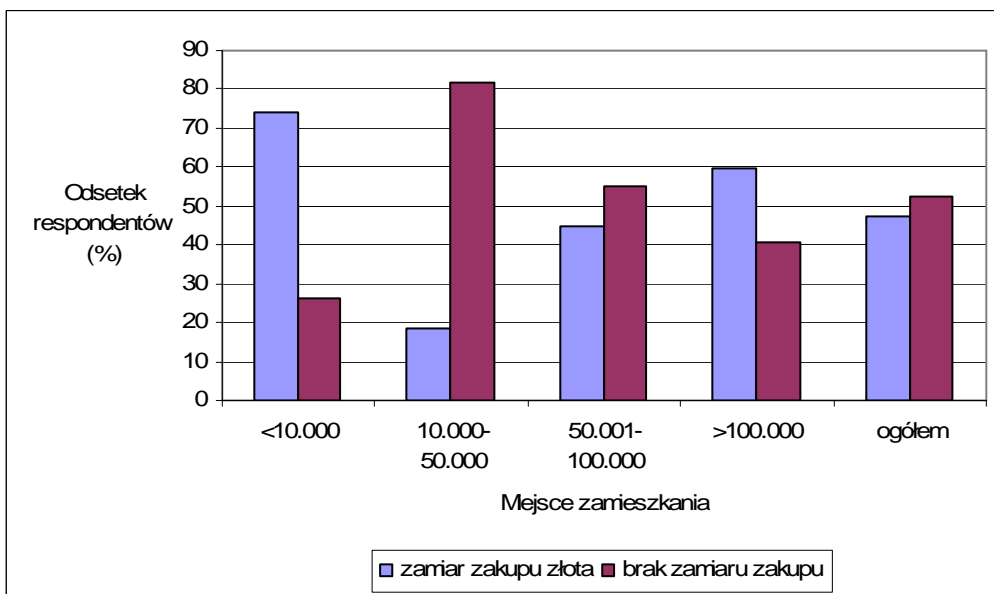
dotychczasowych inwestorów, z miast 50-100 tys. mieszkańców, było 44,90% deklarujących zakupy złota – **wykres 162**.

Wykres 161. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 65.

Wykres 162. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 65.

W zakresie celów poznawczych zmierzano do poznania zachowań gospodarstw, które dotyczyły dokonanych zakupów i sprzedaży złota według oceny zasadności lokowania w złoto posiadanych środków pieniężnych – **tabela 66**.

Wśród badanych, którzy wyrazili pozytywną opinię na temat złota jako środka lokaty („bardzo dobra, lokuję”), było 8,62% nabywców i sprzedawców złota łącznie (najwyższy wskaźnik w strukturze) w stosunku do 20,85% wskaźnika struktury „ogółem”. Nabywcy stanowili 4,95%, sprzedawcy 4,41%, natomiast żadnej transakcji nie poczyniło 2,87% respondentów.

Tabela 66. Ocena zasadności lokowania w złoto oszczędności pieniężnych według zakupów i sprzedaży złota

Ocena zasadności lokat	ogółem	W tym:			
		brak transakcji	zakupy	sprzedaż	zakupy i sprzedaż
	w liczbach bezwzględnych (N=1496)				
Bardzo dobra, dokonuję	312	43	74	66	129
Nigdy nie lokowałem /am/	251	38	41	109	63
Niska wartość lokaty	590	143	120	280	47
Nie mam zdania	343	39	29	231	44
	w odsetkach (N=100%)				
Bardzo dobra, dokonuję	20,85	2,87	4,95	4,41	8,62
Nigdy nie lokowałem /am/	16,78	2,54	2,74	7,29	4,21
Niska wartość lokaty	39,44	9,56	8,02	18,72	3,14
Nie mam zdania	22,93	2,61	1,94	15,44	2,94
Ogółem	100,00	17,58	17,65	45,86	18,91

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

W grupie badanych, którzy nigdy nie korzystali z tej formy oszczędności, było 7,29% sprzedawców („ogółem” w próbie 16,78%) oraz mniej, tj. 4,21% nabywców-sprzedawców. Nabywcy stanowili 2,74%, a żadnej transakcji nie dokonało 2,54%.

Najwyższy odsetek, tj. 39,44% odnosił się do respondentów, którzy ocenili złoto jako „niska wartość lokaty”. W grupie tej dominujący odsetek, tj. 18,72% tworzyli sprzedawcy złota, a 9,56% osób nie dokonało żadnej transakcji. Odsetek nabywców złota wyniósł 8,02%, przy czym najniższy wskaźnik w strukturze (3,14%) dotyczył nabywców-sprzedawców.

Zdania na temat wykorzystania złota jako środka lokaty nie miało 22,93% badanych, z tego dominujący odsetek, czyli 15,44% stanowili sprzedawcy złota, natomiast odsetek najniższy – nabywcy złota, tj. 1,94%. Nabywcy-sprzedawcy stanowili 2,94%, a badani, którzy nie dokonali żadnej transakcji na rynku złota stanowili 2,61%.

6.3. Wpływ warunków materialnych na tworzenie lokat

Na decyzje konsumenckie podejmowane przez gospodarstwa domowe wpływają, poza bieżącymi dochodami, także przewidywane⁵. W niniejszym rozdziale podjęto próbę analizy warunków materialnych gospodarstw (sytuacji ekonomicznej i dochodowej) według oceny respondentów mających lokaty w złocie.

Okazało się, że w latach 2001–2005 sytuacja ekonomiczna wśród 42,95% inwestorów uległa poprawie, natomiast 46,47% uległa pogorszeniu. Najniższy odsetek wśród inwestorów dotyczył respondentów, którzy nie zauważyli zmian w poziomie życia wspólnego gospodarstwa domowego, tj. 10,58% – **tabela 67**.

Tabela 67. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej oraz cech demograficzno-społecznych

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Posiadane lokaty w złocie	Ocena sytuacji ekonomicznej		
		uległa poprawie	uległa pogorszeniu	nie zauważam zmian
w odsetkach				
Ogółem	100,00	42,95	46,47	10,58
Płeć				
mężczyzna	100,00	34,20	58,55	7,25
kobieta	100,00	57,14	26,89	15,97
Wiek w latach				
18-25	100,00	61,77	35,29	2,94
26-45	100,00	34,83	49,44	15,73
46-60	100,00	38,94	45,13	15,93
61 i więcej	100,00	50,00	50,00	-
Wykształcenie				
podstawowe	100,00	54,55	45,45	-
zawodowe	100,00	41,38	58,62	-
średnie	100,00	31,82	44,55	23,63
wyższe	100,00	50,00	45,68	4,32
Status zawodowy				
osoba bezrobotna	-	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	15,87	82,54	1,59
sektor prywatny*	100,00	57,69	35,26	7,05
sfera budżetowa	100,00	36,56	40,86	22,58
Miejsce zamieszkania				
<10.000	100,00	34,78	47,83	17,39
10.000-50.000	100,00	63,08	32,31	4,61
50.001-100.000	100,00	40,82	46,94	12,24
>100.000	100,00	35,71	53,18	11,11

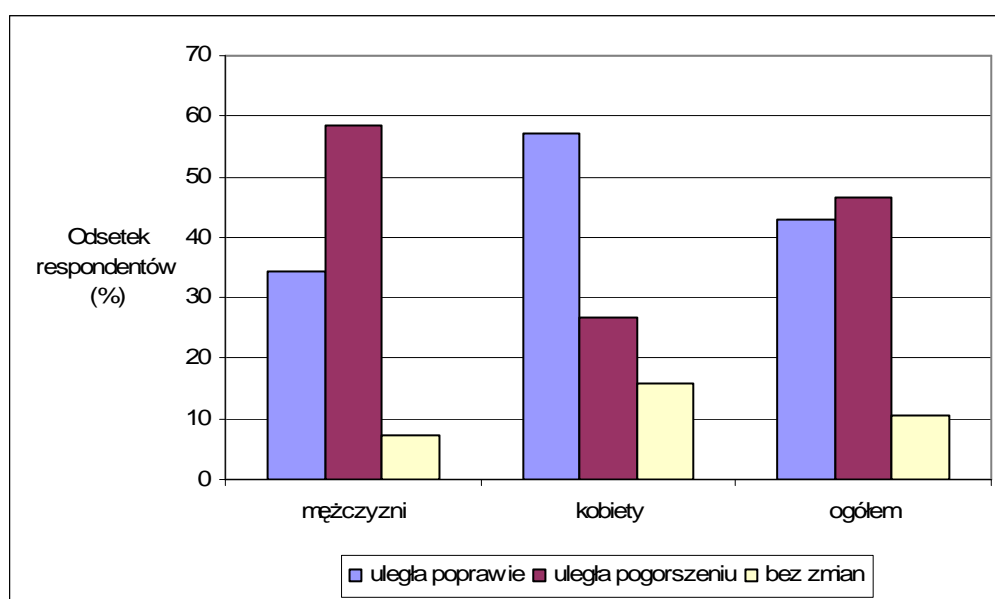
* w tym działalność gospodarcza i rolnictwo

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

⁵ M. Lubiński, *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2002, s. 137.

Istotne zróżnicowanie inwestorów zauważono w przypadku płci. Mężczyźni będący w sytuacji ekonomicznej jako „uległa poprawie” stanowili 34,20%, natomiast kobiety 57,14%, udział „ogółem” 42,95% – **wykres 163**. Porównując ocenę sytuacji jako „uległa pogorszeniu” wskaźnik w strukturze mężczyzn, w porównaniu ze strukturą kobiet, był wyższy; mężczyźni stanowili bowiem 58,55%, natomiast kobiety 26,89% – wskaźnik struktury „ogółem” 46,47%. Zauważalnych zmian ekonomicznych we wspólnych gospodarstwach nie dostrzegli posiadacze lokat w złocie. Udział mężczyzn był niższy do udziału kobiet, odpowiednio 7,25% i 15,97% – udział „ogółem” 10,58%.

Wykres 163. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 67.

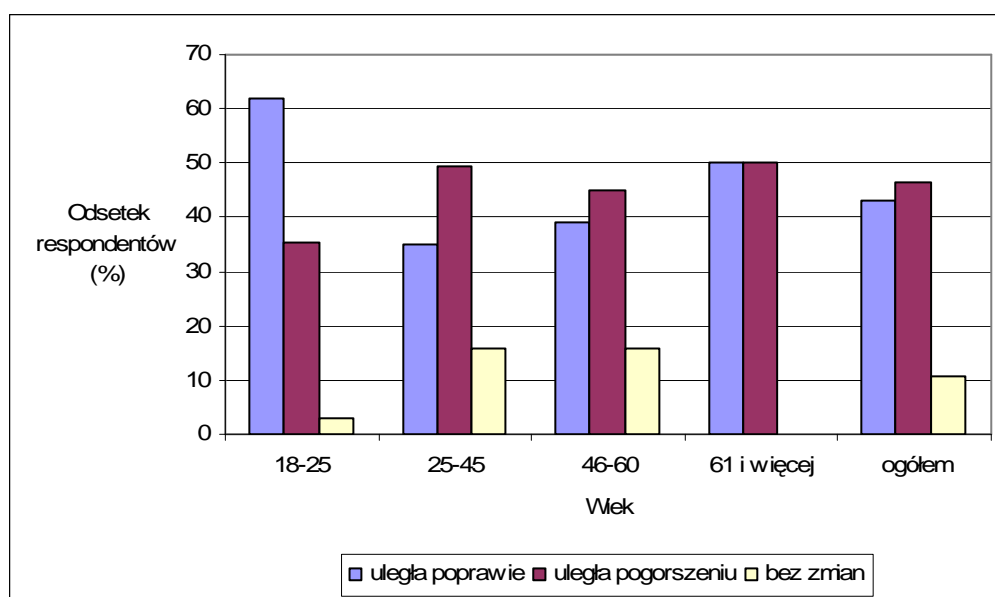
Zauważono, że wiek umiarkowanie różnicował inwestorów w ocenie sytuacji ekonomicznej – wykres 164. W subgrupie w wieku 18-25 lat dominujący odsetek stanowili inwestorzy, którzy ocenili sytuację ekonomiczną wspólnego gospodarstwa jako „uległa poprawie” (61,77%). Inwestorzy, którzy ocenili w sposób identyczny warunki materialne rodziny i byli w wieku powyżej 61 roku życia to 50,00%. W pozostałych subgrupach, tj. w wieku 46-60 lat odsetek mających lokaty w złocie wyniósł 38,94% i dla wieku 26-45 lat 34,83% („ogółem” w badanej zbiorowości 42,95%).

Najwyższy wskaźnik w strukturze (50,00%) odnotowano w przypadku inwestorów w subgrupie powyżej 61 roku życia, ich zdaniem bowiem nastąpiło pogorszenie warunków ekonomicznych wspólnych gospodarstw domowych. Dla wieku 26-45 lat wskaźnik ten wyniósł 49,44% (udział „ogółem” 46,67%), dla wieku 46-60 lat – 45,13%

oraz wieku 18-25 lat i był to najniższy wskaźnik w badanej strukturze, a mianowicie 35,49%.

Zmian w sytuacji ekonomicznej wspólnego gospodarstwa, w subgrupie respondentów w wieku 46-60 lat, nie zauważyło 15,93% inwestorów. Porównywalny wskaźnik struktury odnosił się do inwestorów w subgrupie w wieku 26-45 lat, którzy stanowili 15,73%. Najniższy – dotyczył inwestorów w subgrupie w wieku 18-25 lat (2,94%) w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 10,58%.

Wykres 164. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku



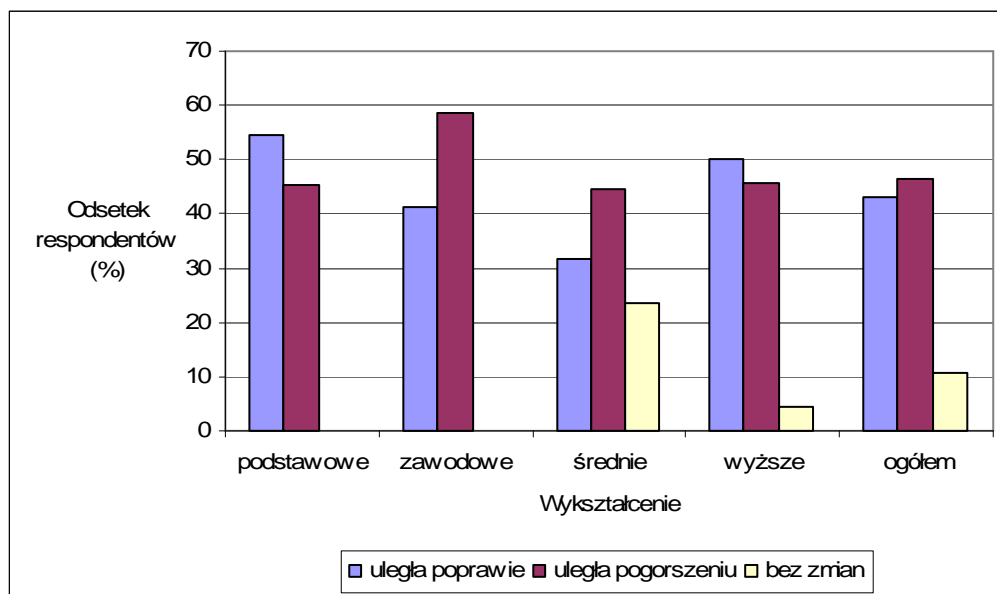
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 67.

W subgrupie z wykształceniem podstawowym inwestorzy, którzy ocenili sytuację ekonomiczną wspólnego gospodarstwa domowego jako „uległa poprawie”, byli grupą w 54,55%, natomiast z wykształceniem wyższym w 50,00%. Inwestorzy z wykształceniem zawodowym stanowili 41,38% i średnim 31,82%, udział „ogółem” 42,95% – wykres 165.

Najmniej korzystna sytuacja ekonomiczna (oceniona jako „uległa pogorszeniu”) wystąpiła wśród inwestorów w subgrupie z wykształceniem zawodowym, ich odsetek w strukturze był bowiem najwyższy, tj. 58,62% – „ogółem” w próbie 46,47%. W pozostałych subgrupach wystąpiło umiarkowane zróżnicowanie oceny; w subgrupie respondentów z wykształceniem wyższym inwestorzy posiadający lokaty w złocie stanowili 45,68%, z wykształceniem średnim 44,55% i mający wykształcenie podstawowe 45,45%.

Interesująca struktura wystąpiła w przypadku oceny sytuacji ekonomicznej jako „bez zmian”. Tylko 4,32% stanowili inwestorzy w subgrupie z wykształceniem wyższym, a 23,63% z wykształceniem średnim w stosunku do udziału „ogółem” 10,58%. W pozostałych subgrupach (dla wykształcenia podstawowego i zawodowego) odsetek ten wyniósł zero procent.

Wykres 165. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 67.

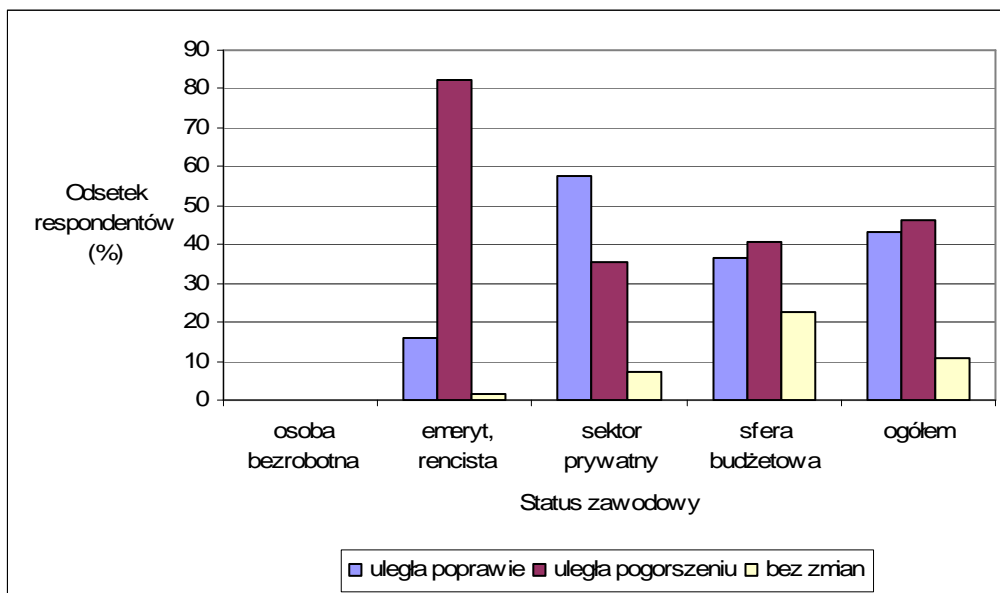
Zauważono już wcześniej, że w subgrupie osób bezrobotnych nie było inwestorów – **wykres 166**. Najwyższy natomiast odsetek inwestorów, wśród których sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, stanowiły osoby z sektora prywatnego (57,69%) – „ogółem” dla badanej zbiorowości 42,95%. Niższy odsetek, o ponad 6 pkt proc. od „ogółem”, stanowili inwestorzy ze sfery budżetowej (36,56%), a zdecydowanie najniższy inwestorzy w subgrupie „emeryt, rencista”, tj. 15,87%.

W analizowanej strukturze dominowali inwestorzy w sytuacji ekonomicznej, która uległa pogorszeniu i która tyczyła emerytów i rencistów (82,54%), udział „ogółem” 46,47%. Następnie byli to inwestorzy ze sfery budżetowej (40,86%) oraz przedstawiciele sektora prywatnego (35,26%).

W najwyższym procencie zmian w sytuacji materialnej wspólnego gospodarstwa nie dostrzegli posiadacze lokat ze sfery budżetowej, których było, w stosunku do pozostałych grup, najwięcej (22,58%), udział „ogółem” 10,58%. Najniższy procent dotyczył

inwestorów w subgrupie „emeryt, rencista” 1,59%. Inwestorzy z sektora prywatnego stanowili 7,05%.

Wykres 166. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 67.

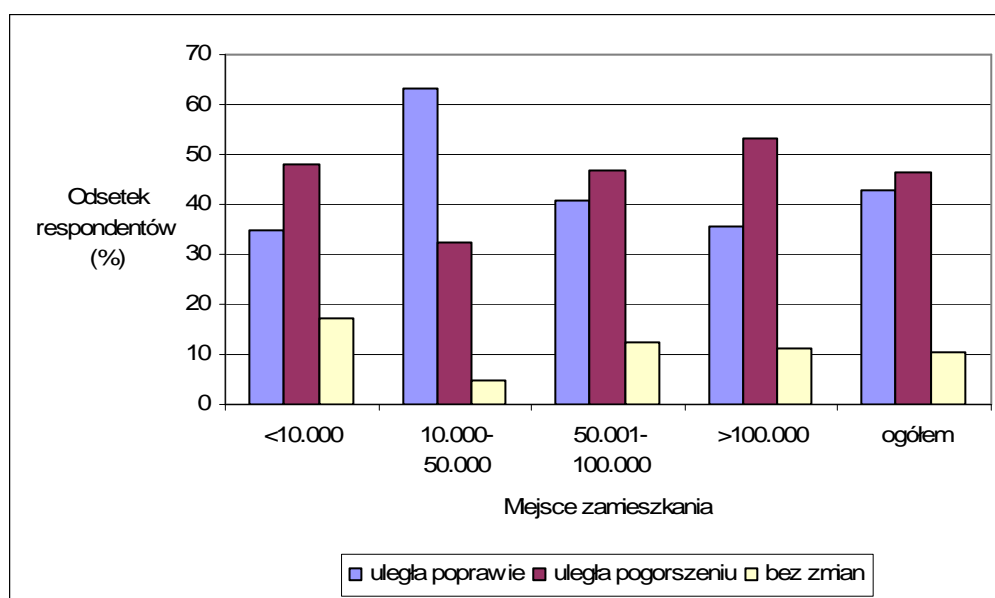
Dominujący odsetek inwestorów, tj. 63,08% według, których sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, stanowili zamieszkujący miasta 10-50 tys. mieszkańców. Niższy wskaźnik w strukturze miał miejsce w przypadku inwestorów z miast 50-100 tys. mieszkańców (40,82%), a najniższy wśród inwestorów z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców, tj. 34,78%. Inwestorzy w subgrupie z miast powyżej 100 tys. mieszkańców stanowili 35,71%, udział „ogółem” 42,95% – **wykres 167**.

Przeważającą grupą w ocenie, której warunki ekonomiczne we wspólnym gospodarstwie domowym uległy pogorszeniu, okazali się inwestorzy zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (53,18%) oraz miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców stanowiący 47,83%. Wskaźnik struktury dla inwestorów z miast 50-100 tys. mieszkańców wyniósł 46,94% i z miast o liczbie mieszkańców 10-50 tys. mieszkańców 32,31% – „ogółem” w badanej zbiorowości, tj. 46,67%.

Zauważono, że najwyższy odsetek respondentów, dla wydanej oceny warunków ekonomicznych jako „nie zauważam zmian”, stanowili inwestorzy (17,39%) w subgrupie z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców. Zbliżony odsetek w tej ocenie dotyczył inwestorów z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (12,24%) oraz powyżej 100

tys. mieszkańców (11,11%) i udziale „ogółem” 10,58%. Dostrzegalnych zmian w sytuacji ekonomicznej gospodarstwa nie zauważyło 4,61% inwestorów z miast 10-50 tys. i był to najniższy odsetek w strukturze badanych.

Wykres 167. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 67.

Badanie rynku złota pozwoliło ocenić wystarczalność dochodów wśród gospodarstw domowych według przyjętej kategoryzacji „wystarczający” lub „niewystarczający”. Dochody jako wystarczające oceniło 52,56% inwestorów, natomiast dla 47,44% okazały się niewystarczające – **tabela 68**.

Wskaźniki struktury mężczyzn i kobiet dla dochodów w gospodarstwie domowym jako „wystarczające” różniły się i wyniosły odpowiednio 43,52% oraz 67,23%, udział „ogółem” 52,56% – **wykres 168**.

W grupie respondentów z dochodami wystarczającymi dominowali inwestorzy w subgrupie w wieku 46-60 lat przy odsetku wynoszącym 66,37% – **wykres 169**. Niższy odsetek, tj. 55,88% dotyczył inwestorów w wieku 18-25 lat oraz inwestorów powyżej 61 roku życia 48,68%, „ogółem” w próbie 52,56%. Najniższy odsetek, tj. 37,08% odnosił się do inwestorów w subgrupie w wieku 26-45 lat.

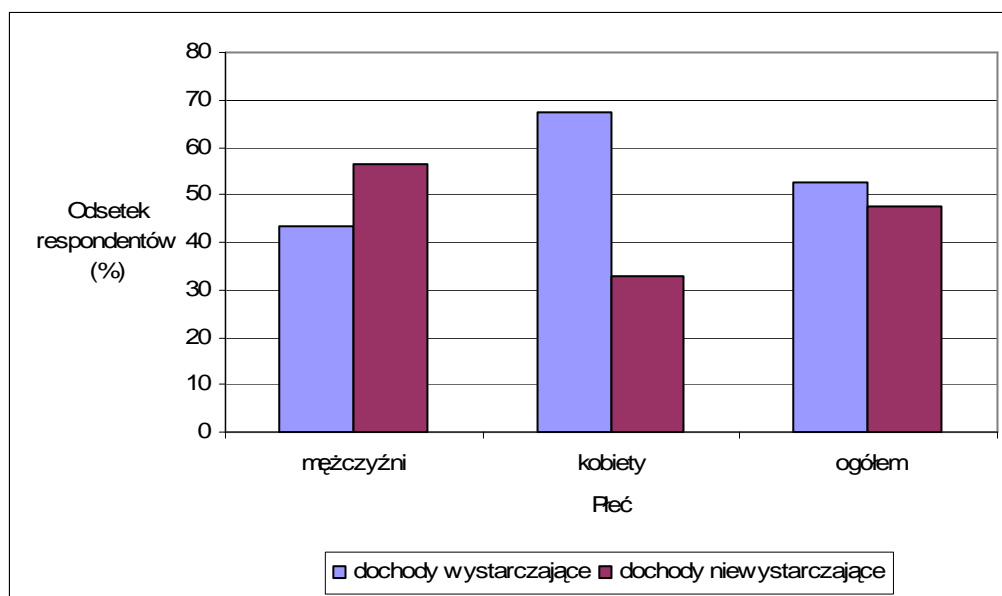
Tabela 68. Inwestorzy według oceny wystarczalności dochodów oraz cech demograficzno-społecznych

Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Posiadane lokaty w złocie	Dochody gospodarstwa	
		wystarczające	niewystarczające
Ogółem	100,00	52,56	47,44
Płeć			
mężczyzna	100,00	43,52	56,48
kobieta	100,00	67,23	32,77
Wiek w latach			
18-25	100,00	55,88	44,12
26-45	100,00	37,08	62,92
46-60	100,00	66,37	33,63
61 i więcej	100,00	48,68	51,32
Wykształcenie			
podstawowe	100,00	72,73	27,27
zawodowe	100,00	55,17	44,83
średnie	100,00	59,09	40,91
wyższe	100,00	46,30	53,70
Status zawodowy			
osoba bezrobotna	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	28,57	71,43
sektor prywatny*	100,00	64,10	35,90
sfera budżetowa	100,00	49,46	50,54
Miejsce zamieszkania			
<10.000	100,00	73,91	26,09
10.000-50.000	100,00	63,08	36,92
50.001-100.000	100,00	54,08	45,92
>100.000	100,00	42,06	57,94

* w tym własna działalność gospodarcza i rolnictwo

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

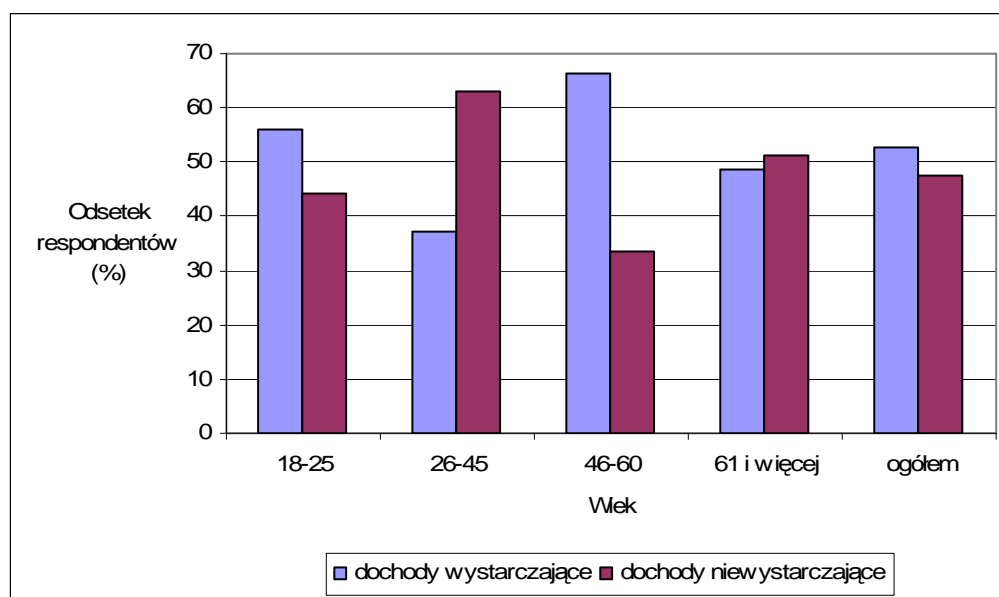
Wykres 168. Inwestorzy według oceny dochodów i płci



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 68.

Inwestorzy, którzy w badaniu uznali dochody wspólnych gospodarstw domowych, że były niewystarczające, mieli 26-45 lat i stanowili 62,92%, a inwestorzy powyżej 61 roku życia 51,32% – udział „ogółem” 47,44%. W subgrupie w wieku 18-25 lat odsetek inwestorów z dochodami niewystarczającymi wyniósł 44,12% oraz w wieku 46-60 lat – 33,63%.

Wykres 169. Inwestorzy według oceny dochodów i wieku

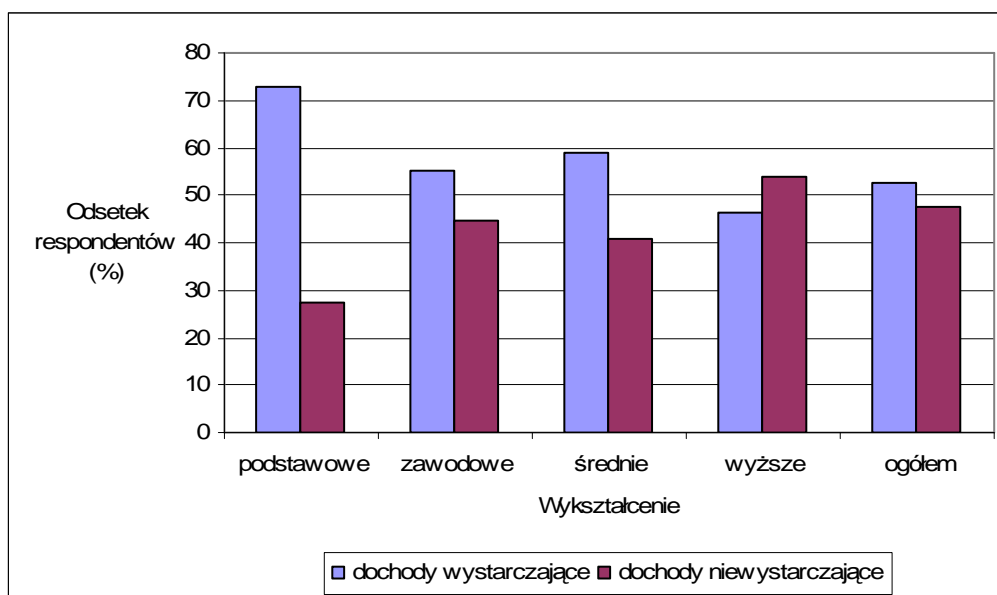


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 68.

Najwyższy wskaźnik w badanej strukturze dla dochodów wystarczających odnotowano wśród inwestorów z wykształceniem podstawowym (72,73%) oraz wśród inwestorów z wykształceniem średnim, tj. 59,09% oraz „ogółem” w badanej zbiorowości 52,56%. Inwestorzy mający wykształcenie zawodowe stanowili 55,17%, natomiast wykształcenie wyższe 46,30% – **wykres 170**.

Wśród badanych, którzy ocenili dochody gospodarstwa za niewystarczające, przeważali, przy wskaźniku struktury 53,70%, inwestorzy w subgrupie z wykształceniem wyższym i „ogółem” w próbie 47,44%. W subgrupie z wykształceniem zawodowym ich odsetek wyniósł 44,83% i wykształceniem średnim 40,91%. Najniższy wskaźnik w omawianej strukturze dotyczył inwestorów w subgrupie z wykształceniem podstawowym, których było 27,27%.

Wykres 170. Inwestorzy według oceny dochodów i wykształcenia



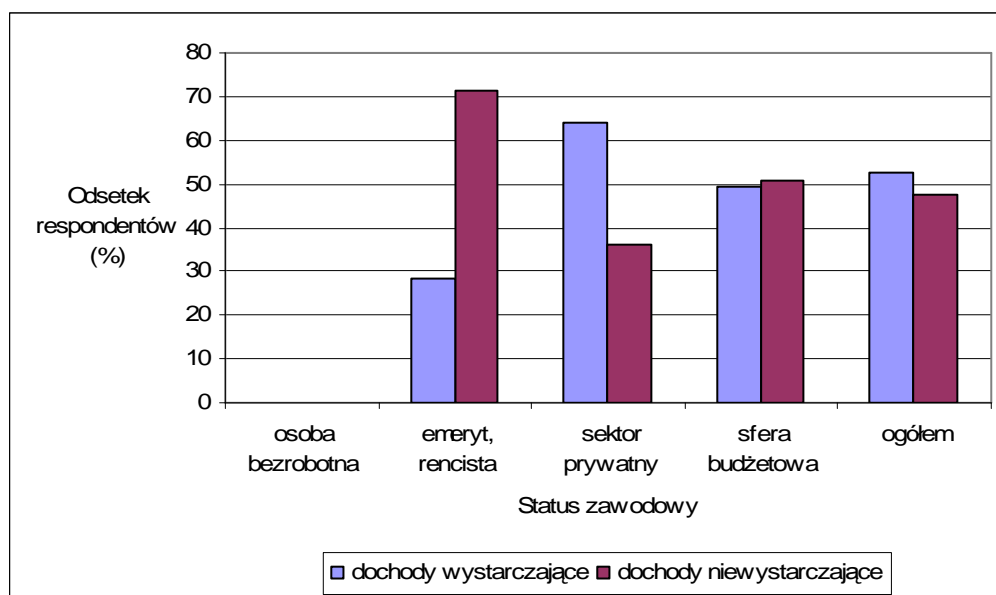
Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 68.

Z badania wynika, że pod względem oceny wystarczalności dochodów inwestorów istotnie różnicował status zawodowy – **wykres 171**. Najwyższy udział w ocenie dla dochodów jako „wystarczające” mieli inwestorzy z sektora prywatnego, których było 64,10%, udział „ogółem” 52,56%. Inwestorzy reprezentujący sferę budżetową stanowili 49,46%, w subgrupie „emeryt, rencista” 28,57% i był to najniższy wskaźnik w strukturze w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 52,56%.

Dominujący wskaźnik w strukturze dla oceny dochodów jako „niewystarczające” dotyczył inwestorów w subgrupie „emeryt, rencista”, tj. 71,43%, udział „ogółem” 47,44%. Inwestorzy ze sfery budżetowej stanowili 50,54%, natomiast inwestorzy z sektora prywatnego 35,90%.

W świetle miejsca zamieszkania dominujący wskaźnik struktury dla oceny dochodów jako „wystarczające” stanowili inwestorzy w subgrupie z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (73,91%), a najniższy (42,06%) w subgrupie powyżej 100 tys. mieszkańców i udziale „ogółem” 52,56% – **wykres 172**. Inwestorzy z miast o liczbie mieszkańców 10-50 tys. stanowili 63,08% oraz 54,08% z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców.

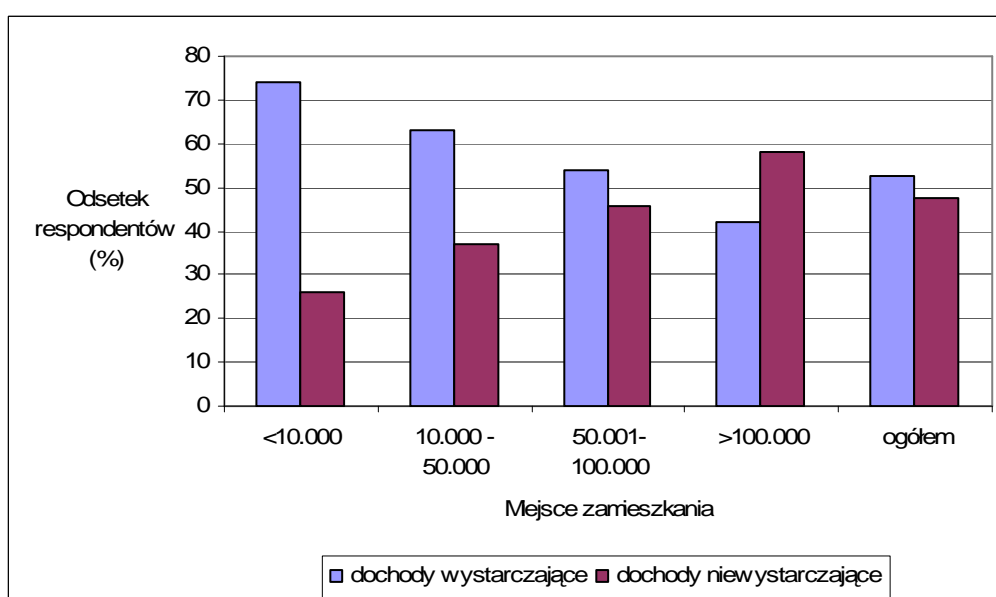
Wykres 171. Inwestorzy według oceny dochodów i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 68.

Dochody wspólnego domostwa jako „niewystarczające” ocenili w najwyższym procencie inwestorzy zamieszkujący miasta powyżej 100 tys. mieszkańców i stanowiący 57,94%, natomiast inwestorzy z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców stanowili 26,09% i był to najniższy wskaźnik w strukturze (wskaźnik struktury „ogółem” 47,44%). W subgrupie z miast 50-100 tys. mieszkańców udział inwestorów wyniósł 45,92% i z miast 10-50 tys. mieszkańców 36,92%.

Wykres 172. Inwestorzy według oceny dochodów i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 68.

W badaniu uwzględniono także dodatkowe (inne) źródła dochodów w postaci produktów finansowych, z których korzystali inwestorzy złota. Okazało się, że posiadaczami samych lokat⁶ było tylko 6,73% inwestorów, a wyłącznie kredytów⁷ 19,23%. Natomiast, aż 66,99% inwestorów korzystało łącznie z kredytów i lokat, co po zsumowaniu pokazuje, że ponad 86% badanych posiadających lokaty w złocie korzystało jednocześnie z kredytów. Z dodatkowych dochodów w postaci kredytów i zysków z lokat nie korzystało tylko 7,05% inwestorów – **tabela 69, wykres 173.**

Tabela 69. Dodatkowe źródła dochodów inwestorów według cech demograficzno-społecznych

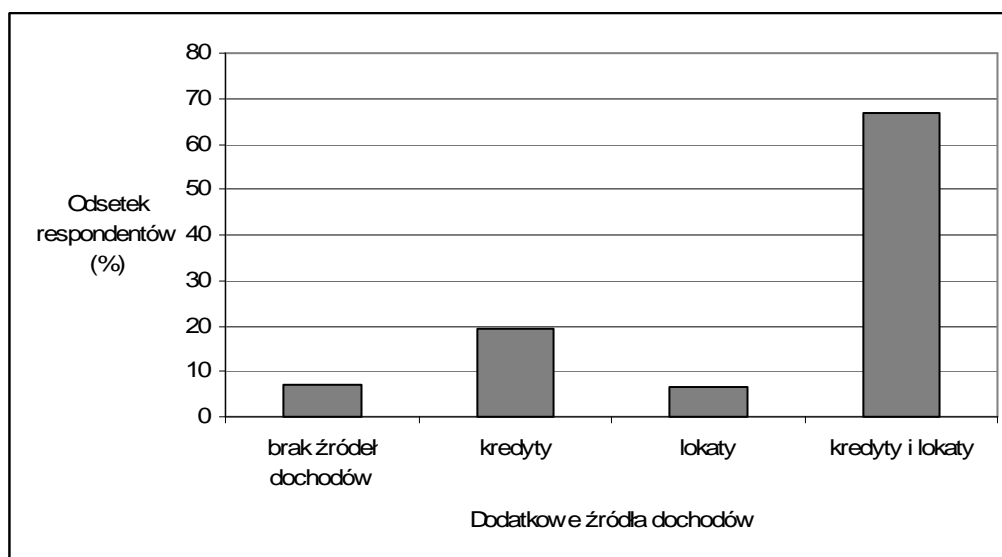
Cechy demograficzno-społeczne respondentów	Dokonane lokaty w złoto (inwestorzy)	Brak dodatkowych źródeł dochodów	Dodatkowe źródła dochodów według kategorii		
			kredyty*	lokaty**	kredyty i lokaty
w odsetkach					
Ogółem	100,00	7,05	19,23	6,73	66,99
Płeć					
mężczyzna	100,00	6,22	22,80	10,36	60,62
kobieta	100,00	8,40	13,45	0,84	77,31
Wiek w latach					
18-25	100,00	38,24	-	23,52	8,24
26-45	100,00	3,37	33,71	4,49	58,43
46-60	100,00	-	19,47	-	80,53
61 i więcej	100,00	7,89	10,53	11,84	69,74
Wykształcenie					
podstawowe	100,00	27,27	9,09	9,09	54,55
zawodowe	100,00	30,34	3,45	10,34	75,87
średnie	100,00	12,73	42,73	4,54	40,00
wyższe	100,00	1,23	6,79	7,41	84,57
Status zawodowy					
osoba bezrobotna	-	-	-	-	-
emeryt, rencista	100,00	15,87	23,81	14,29	46,03
sektor prywatny***	100,00	7,69	19,87	5,77	66,67
sfera budżetowa	100,00	-	15,05	3,23	81,72
Miejsce zamieszkania					
<10.000	100,00	8,70	4,35	8,69	78,26
10.000-50.000	100,00	9,23	29,23	9,23	52,31
50.001-100.000	100,00	7,14	24,49	5,10	63,27
>100.000	100,00	5,55	12,70	6,35	75,40
*kredyty = kredyty bankowe, pożyczki lombardowe					
**lokaty = obligacje, fundusze inwestycyjne, lokaty bankowe i inne					
*** w tym działalność gospodarcza i rolnictwo					

Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

⁶ Zyski z tytułu posiadania obligacji, funduszy inwestycyjnych lub lokat bankowych i innych.

⁷ Środki otrzymane z kredytów bankowych i pożyczek lombardowych.

Wykres 173. Gospodarstwa domowe według dodatkowych źródeł dochodów



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 69.

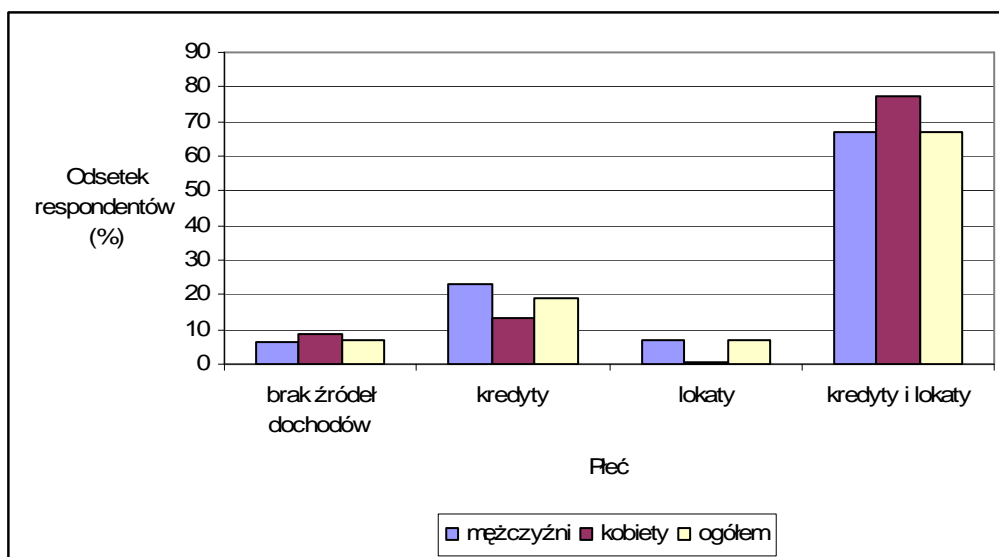
Wśród inwestorów, którzy nie korzystali z żadnych wymienionych źródeł dochodów, było nieco mniej mężczyzn (6,22%), niż kobiet (8,40%), wskaźnik struktury „ogółem” 7,05% – **wykres 174**. Odsetek natomiast inwestorów mężczyzn korzystających z kredytów i lokat wyniósł 60,62% i kobiet 77,31% w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości 66,99%. Z kolei odsetek inwestorów korzystających wyłącznie z kredytów był znacznie wyższy wśród mężczyzn (22,80%), aniżeli wśród kobiet (13,45%), „ogółem” 19,23%. Zdecydowanie więcej mężczyzn, tj. 10,36%, posiadało wyłącznie lokaty, aniżeli kobiety, które stanowiły 0,84% w stosunku do udziału „ogółem” 6,73%.

Uwzględniając wiek oraz aktywność inwestorów w korzystaniu z dodatkowych dochodów zauważono istotne zróżnicowanie w ramach wskaźników struktury „ogółem” – **wykres 175**. W subgrupie osób w wieku „18-25 lat” udział inwestorów bez dodatkowych źródeł dochodów wyniósł 38,24% i był o 31,19 pkt proc. wyższy od wskaźnika struktury „ogółem”. Korzystający z środków kredytowych i zysków z lokat stanowili tylko 8,24% w stosunku do „ogółem” 66,99%, a posiadający wyłącznie lokaty 23,52%, udział „ogółem” 6,73%. Zauważono, że w subgrupie tej nie było wyłącznych kredytobiorców.

Udział inwestorów w subgrupie wieku „26-45 lat”, którzy nie korzystali z dodatkowych źródeł dochodów wyniósł 3,37% („ogółem” w próbie 7,05%), a inwestorów posiadających wyłącznie lokaty 4,49% („ogółem” 6,73%). Również niższy odsetek w

stosunku do wskaźnika struktury „ogółem” 66,99% dotyczył inwestorów korzystających z kredytów i lokat, którzy stanowili 58,43%. Tymczasem wyłączeni kredytobiorcy w ramach tej subgrupy stanowili w badaniu 33,71% w stosunku do udziału „ogółem” 19,23%.

Wykres 174. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i płci

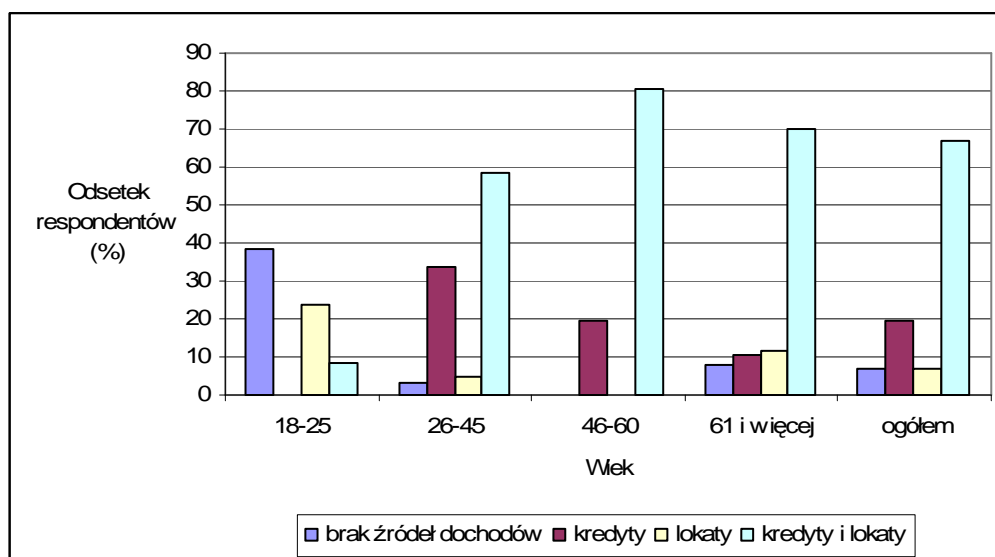


Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 69.

W subgrupie respondentów w wieku „46-60 lat” 19,47% inwestorów było wyłącznie kredytobiorcami i był to wskaźnik w strukturze odpowiadający niemal wskaźnikowi struktury „ogółem”, natomiast 80,53% miało kredyty i lokaty – wskaźnik udziału „ogółem” 66,99%. W subgrupie respondentów w wieku „61 lat i więcej” 7,89% inwestorów nie korzystało z dodatkowych dochodów, a 10,53% dysponowało wyłącznie kredytami („ogółem” w badanej zbiorowości 66,99%). Wyższy udział w stosunku do udziału „ogółem” tj. 6,73% dotyczył inwestorów korzystających z lokat, którzy stanowili 11,84%. Również wyższy udział (2,75 pkt proc.) dotyczył inwestujących w złoto, którzy korzystali zarazem z kredytów i lokat i tworzyli grupę w 69,74%.

Wykształcenie respondentów w znacznym stopniu różnicowało inwestorów złota pod względem korzystania z dodatkowych dochodów z rynku finansowego – **wykres 176**. W subgrupie respondentów z wykształceniem podstawowym dominujący odsetek, tj. 27,27%, wyższy o 20,22 pkt od udziału „ogółem”, dotyczył inwestorów niekorzystających z żadnej formy omawianych źródeł dochodów.

Wykres 175. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i wieku



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 69.

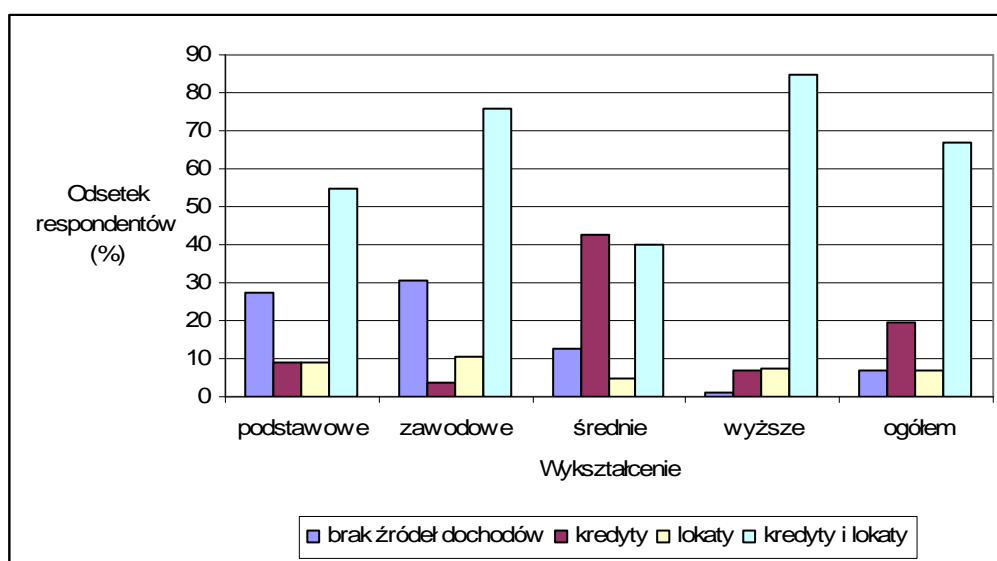
Również powyżej udziału „ogółem” w próbie (6,73%), znaleźli się z tym wykształceniem inwestorzy (9,09%) posiadający wyłącznie lokaty. Znacząco poniżej tego wskaźnika (19,23%) odnotowano inwestorów korzystających wyłącznie z kredytów – 9,09%. Kredytami i lokatami dysponowało 54,55% inwestorów i był to wskaźnik struktury 12,44 pkt proc. niższy od wskaźnika struktury „ogółem”.

W subgrupie inwestorów z wykształceniem zawodowym dominujący odsetek, tj. 30,34% (wskaźnik struktury „ogółem” 7,05%), dotyczył inwestorów, którzy nie dysponowali żadnymi z omawianych źródeł dochodów. Odsetki inwestorów powyżej „ogółem” w próbie (6,73%) dotyczyły również posiadających wyłącznie lokaty, którzy stanowili 10,34% oraz korzystali z kredytów i lokat stanowiących 75,87% (udział „ogółem” 66,99%). Znacznie poniżej wskaźnika struktury „ogółem”, tj. 19,23% przy odsetku 3,45%, znaleźli się inwestorzy korzystający wyłącznie z kredytów.

W subgrupie respondentów z wykształceniem średnim zauważono, że wyższe wskaźniki w strukturze w stosunku do wskaźników struktury „ogółem” dotyczyły inwestorów, którzy nie korzystali z żadnych źródeł dochodów (12,73% w stosunku do 7,05% „ogółem” w badanej zbiorowości) oraz korzystających wyłącznie z kredytów (42,73% w stosunku do 19,23% „ogółem”). Poniżej udziału „ogółem” (6,73%) byli inwestorzy posiadający wyłącznie lokaty i ich odsetek wyniósł 4,54% oraz korzystający z kredytów i lokat, tj. 40% (mniej o 26,99 pkt proc.).

Z kolei w subgrupie respondentów z wykształceniem wyższym dominujący udział (84,57%) przy udziale „ogółem” 66,99% stanowili inwestorzy z kredytami i lokatami. Odsetek korzystających wyłącznie z lokat był nieco wyższy od udziału „ogółem” i wyniósł 7,41%. Bardzo niski wskaźnik w strukturze, tj. 1,23% (wskaźnik struktury „ogółem” 7,05%) dotyczył inwestorów, którzy nie korzystali z żadnych źródeł dochodów. Odsetek korzystających wyłącznie z kredytów był niższy od udziału „ogółem” o 12,44 pkt proc. i wyniósł 6,79%.

Wykres 176. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 69.

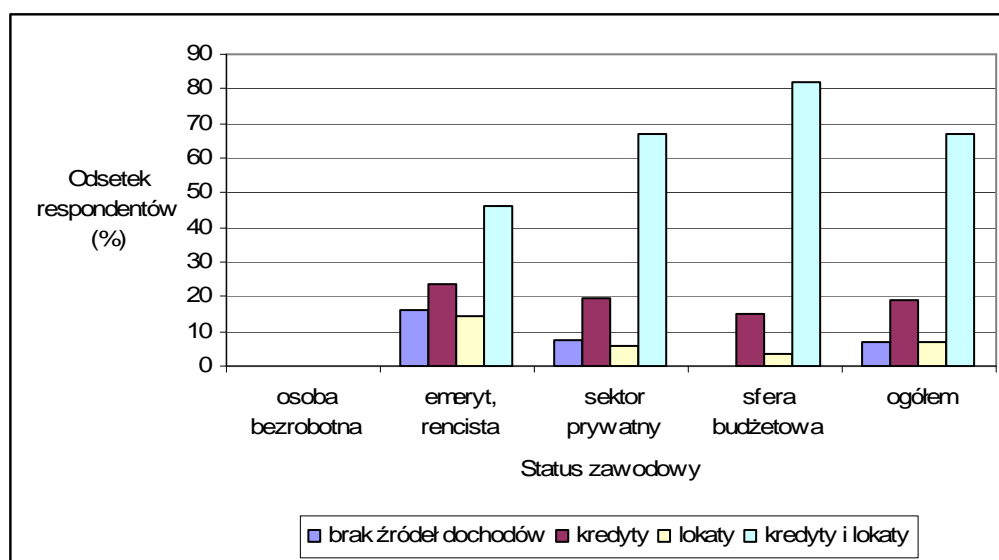
Struktura respondentów inwestujących w złoto w świetle ich statusu zawodowego, wykazała, że w subgrupie „osoba bezrobotna”, jak już uwypuklono wcześniej, nie było inwestorów – **wykres 177**. W subgrupie „emeryt, rencista” wskaźnik struktury inwestorów, którzy nie mieli dodatkowych dochodów z rynku finansowego wyniósł 15,87% w stosunku do 7,05% wskaźnika struktury „ogółem”. Odsetek respondentów korzystających z środków z racji kredytów wyniósł 23,81% („ogółem” 19,23%), natomiast mających wyłącznie lokaty 14,29% („ogółem” 6,73%). Znacząco niższy odsetek wynoszący 46,03%, dotyczył inwestorów korzystających z kredytów i lokat i był niższy w stosunku do udziału „ogółem” o 20,96 punktów procentowych.

Zaobserwowano, że rozkład w subgrupie „sektor prywatny” inwestujących w złoto pod względem korzystania z omawianych produktów finansowych był bardzo zbliżony do wskaźników struktury „ogółem”. W subgrupie tej, 7,69% („ogółem” w

próbie 7,05%) inwestorów nie korzystało z dodatkowych źródeł dochodów, 19,87% („ogółem” 19,23%) korzystało wyłącznie z kredytów, a 5,77% („ogółem” 6,73%) miało tylko lokaty. Odsetek badanych dysponujących kredytami i lokami wyniósł 66,67% i był niższy tylko 0,32 pkt proc. od udziału „ogółem”.

Inwestorzy w subgrupie „sfera budżetowa”, którzy korzystali wyłącznie z kredytów stanowili 15,05% („ogółem” w próbie 19,23%), a korzystający wyłącznie z lokat 3,23% („ogółem” 6,73%). Dominujący odsetek, tj. 81,72% stanowili korzystający zarówno z kredytów, jak i lokat – wskaźnik struktury „ogółem” 66,99%.

Wykres 177. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 69.

Znaczne zróżnicowanie zauważono w korzystaniu z dodatkowych źródeł dochodów w odniesieniu do miejsca zamieszkania inwestorów – **wykres 178**. W subgrupie zamieszkujących miejscowości o liczbie poniżej 10 tys. mieszkańców, inwestorzy, którzy nie korzystali z żadnej formy tych dochodów stanowili 8,70% (wskaźnik struktury „ogółem” 7,05%), korzystający z lokat 8,69% („ogółem” 6,73%) oraz przy znacząco wysokim odsetku inwestorzy, tj. 78,26% („ogółem” 66,99%), którzy korzystali równocześnie z kredytów oraz lokat. Najniższy odsetek wynoszący 4,35% („ogółem” 19,23%) tworzyli w badaniu kredytobiorcy.

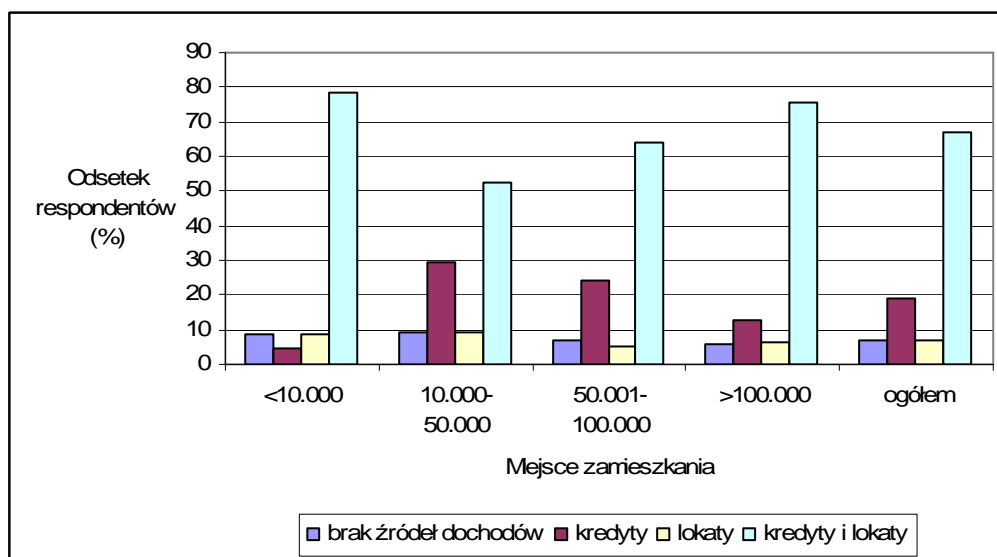
W subgrupie inwestorów z miast 10-50 tys. 9,23% (+2,18 pkt proc. w stosunku do „ogółem” w próbie) nie korzystało z dodatkowych dochodów, 29,23% (+10 pkt) korzystało wyłącznie z kredytów, a 9,23% (+2,5 pkt) wyłącznie z lokat. Odsetek znacząco

różniący się od udziału „ogółem” (-14,68 pkt), dotyczył inwestorów korzystających z kredytów oraz zysków z lokat, których udział wyniósł 52,31%.

Wśród inwestorów z miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców wystąpiło umiarkowane zróżnicowanie w strukturze w stosunku do wskaźników struktury „ogółem”. Odsetek inwestorów, którzy nie korzystali z dodatkowych dochodów wyniósł 7,14% (+0,09 pkt proc.), natomiast korzystających wyłącznie z kredytów 24,49% (+5,26 pkt). Nieco niższe wskaźniki struktury, w stosunku do wskaźnika struktury „ogółem”, dotyczyły respondentów mających wyłącznie lokaty, tj. 5,10% (-1,63 pkt) oraz kredyty i lokaty, tj. 63,27% (-3,72 pkt proc.).

W subgrupie inwestorów z miast zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców, inwestorzy, którzy nie korzystali z dodatkowych źródeł dochodów stanowili 5,55% (-1,5 pkt), natomiast 12,70% (-6,53 pkt) kredytobiorcy i 6,35% (-0,38 pkt) posiadający lokaty. Dominujący odsetek wynoszący 75,40% (+8,41 pkt) dotyczył inwestorów, którzy korzystali równocześnie z kredytów oraz lokat.

Wykres 178. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 69.

W pracy zmierzano do weryfikacji hipotezy, że czynniki materialne gospodarstw domowych miały wpływ na dokonaną przez nich ocenę zasadności lokowania posiadanych oszczędności pieniężnych w złoto – **tabela 70**.

Tabela 70. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną zasadności lokowania w złoto oszczędności pieniężnych a oceną sytuacji materialnej gospodarstw domowych

Czynniki materialne	Chi-kwadrat	df	Istotność p	Wartości współczynników		
				C	Cmax	Cskor
Sytuacja ekonomiczna	161,8185	6	0,0000	0,3124	0,8413	0,3713
Wystarczalność dochodów	77,1111	3	0,0000	0,2214	0,7866	0,2815
Kredyty	154,0183	3	0,0000	0,3055	0,7866	0,3884
Obligacje	279,1157	3	0,0000	0,3965	0,7866	0,5041
Fundusze inwestycyjne	73,6794	3	0,0000	0,2167	0,7866	0,2755
Lokaty bankowe i inne	47,4340	3	0,0000	0,1753	0,7866	0,2229

Uwaga: dla poziomu istotności alfa=0,05 oraz dla df=6 stopni swobody, (k-1) (w-1), wartość krytyczna $\chi^2_{\alpha}=12,592$, a dla df=3 stopni swobody wartość krytyczna $\chi^2_{\alpha}=7,8147$.

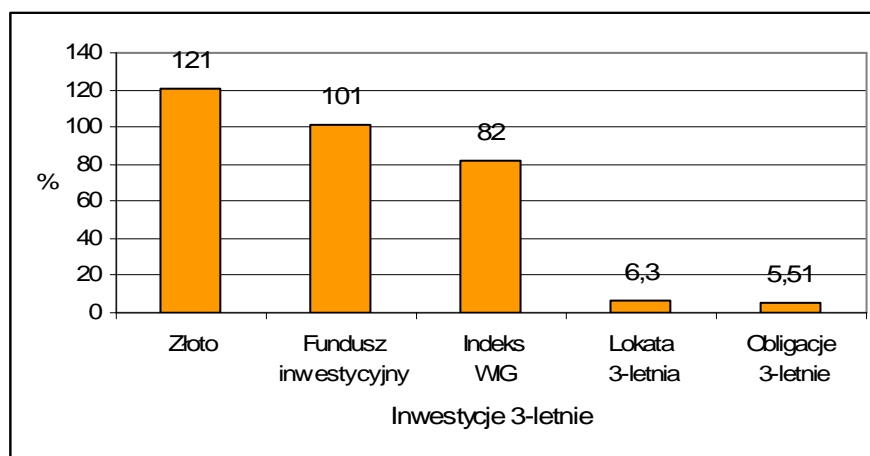
Zródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego.

Stwierdzono, że na poziomie istotności $p=0,0000$ zachodziła zależność między poszczególnymi czynnikami materialnymi a oceną zasadności lokat w złoto. Potwierdziły to obliczone wartości statystyki chi-kwadrat, które w każdym przypadku były znacznie wyższe od wartości krytycznych chi-kwadrat alfa. Oznacza to, że oceniane czynniki materialne, takie jak: ocena sytuacji ekonomicznej, ocena wystarczalności dochodów, korzystanie z dodatkowych źródeł dochodów w postaci kredytów, obligacji, funduszy inwestycyjnych i lokat bankowych miały wpływ na ocenę zasadności lokowania w złoto.

Pomiar siły istniejących zależności wykazał, że na ocenę zasadności lokat w złoto miały „słaby” wpływ takie czynniki, jak wystarczalność dochodów ($C_{skor}=0,2815$), następnie fundusze inwestycyjne ($C_{skor}=0,2755$) oraz lokaty bankowe ($C_{skor}=0,2229$). Natomiast wpływ o „przeciętnej” sile – sytuacja ekonomiczna ($C_{skor}=0,3713$) i kredyty ($C_{skor}=0,3884$), natomiast o sile „wysokiej” obligacje.

Warto podsumowując dodać, że na korzyść złota jako środka lokaty, przemawia notowany, najwyższy wzrost jego wartości na tle innych inwestycji finansowych, jaki wystąpił na polskim rynku finansowym w okresie od 03.02.2003 – 01.02.2008. Cena uncji czystego złota wzrosła na tle innych inwestycji 152%⁸, natomiast w latach 2005–2008 metal ten na tle innych inwestycji 3-letnich wykazał najwyższą dynamikę wartości, tj. 121%⁹ – **wykres 179**.

Wykres 179. Złoto według zysku do innych inwestycji w latach 2005–2008



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Portal Skarbiec. biz: Gold Finance z lat 2005–2008.

6.4. Uwagi końcowe

W przyjętej koncepcji badawczej zmierzano do identyfikacji gospodarstw domowych pod względem oceny zasadności lokowania posiadanych oszczędności pieniężnych w złoto. Oceny tej respondenci dokonali wybierając jedną z czterech odpowiedzi: a) „bardzo dobra, dokonuję”, b) „nigdy nie lokowałem /am/”, c) „niska wartość lokaty”, d) „nie mam zdania”. W analizie uwzględniono cechy demograficzno-społeczne respondentów i sytuację materialną gospodarstw domowych oraz ich wpływ na ocenę zasadności lokat. Dokonano również w tym wymiarze identyfikacji zachowań konsumenckich badanej zbiorowości na rynku złota z uwzględnieniem rynku wtórnego. Zmierzano do weryfikacji hipotezy, że sytuacja materialna miała wpływ na dokonane przez gospodarstwa domowe lokaty w złoto.

⁸ Na podstawie danych Portal Skarbiec.biz: Gold Finance za lata 2005–2008.

⁹ Cena złota za okres: 02.02.05-01.02.08 źródło indeks London Gold Fixing, zmiana Indeksu WIG za okres: 03.02.05-01.02.08 źródło www.gpw.pl, Fundusz Legg Mason Akcji FIO zmiana za okres: 07.02.05-08.02.08 obliczenia własne Legg Mason TFI S.A., lokata bankowa 3-letnia Direct+36M AIG Bank, obligacje Skarbu Państwa w sprzedaży od 01.02.2008 do 30.04.2008, podane oprocentowanie w pierwszym okresie odsetkowym.

Analiza struktury badanych uwzględniająca zasadność lokowania środków pieniężnych w ten metal wykazała, że około 21% respondentów uznało tę formę oszczędności za bardzo dobrą z uwagi na spodziewane korzyści pieniężne. Niemal 23% nie miało na ten temat zdania, natomiast prawie 17% nigdy nie interesowała taka lokata. Zdecydowanie najwyższy wskaźnik w strukturze (ponad 39%) dotyczył badanych, którzy wyrazili negatywną opinię o złocie jako nośniku lokaty z powodu niskiej wartości rynkowej tego metalu.

Wskazano, że wśród respondentów płeć umiarkowanie różnicowała ocenę zasadności lokat w złoto, przy czym największą różnicę wskaźników w strukturze zauważono przy wariancie „niska wartość lokaty”. Wyboru takiego dokonało wśród kobiet ponad 36% respondentów, a wśród mężczyzn około 44%.

Wyniki badania według pozostałych cech demograficzno-społecznych pozwoliły zauważyć, że wśród badanych, którzy wyrazili w sondażu pozytywną opinię o złocie jako lokacie, dominowali respondenci w wieku 46-60 lat, którzy stanowili 34%, respondenci z wykształceniem wyższym (51%), zatrudnieni w sektorze prywatnym (37%) oraz zamieszkujący miasta większe niż 100 tys. mieszkańców, tj. 38%. Najniższy natomiast odsetek dotyczył respondentów w wieku 18-25 lat (12%), z wykształceniem podstawowym (6%), emerytów i rencistów (15%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (10%).

W grupie badanych, którzy dotąd nie korzystali z tej formy lokaty, najwyższy odsetek dotyczył osób w subgrupie w wieku 46-60 lat (25%), w subgrupie z wykształceniem wyższym (27%), z sektora prywatnego oraz emerytów i rencistów (21%), z miast 50-100 tys. mieszkańców (23%) i z miejscowości mniejszych, aniżeli 10 tys. mieszkańców, tj. 22%. Najniższy natomiast respondentów w wieku 18-25 lat (8%), mających wykształcenie podstawowe (10%), osób bezrobotnych (9%) i zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (9%).

Dominujący procent badanych, którzy ze względu na niską wartość rynkową złota ocenili lokowanie własnych środków w ten metal jako „niska wartość lokaty”, wystąpił w subgrupie w wieku 18-25 lat (64%), z wykształceniem średnim (51%), osób bezrobotnych (52%), reprezentujących sferę budżetową (49%) oraz zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (50%). Najniższy wskaźnik w strukturze dotyczył osób w wieku 46-60 lat (11%), z wykształceniem wyższym (4%), emerytów i rencistów (31%), z sektora prywatnego (31%) oraz z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (29%) i miast o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (33%).

Wśród respondentów, którzy nie mieli na ten temat zdania, dominujące wskaźniki w strukturze wystąpiły w odniesieniu do wieku powyżej 61 roku życia (33%) oraz w wieku 46-60 lat (30%), z wykształceniem podstawowym (37%) i zawodowym (31%), osób bezrobotnych (40%), emerytów i rencistów (33%), zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców i miasta 10-50 tys. (30%). Najniższe dotyczyły osób w wieku 18-25 lat (16%) i 26-46 lat (16%), z wykształceniem wyższym i średnim (18%), z sektora prywatnego (10%), reprezentujących sferę budżetową (13%), zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (12%) i miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (18%).

Analiza statystyczna, umożliwiająca stwierdzenie istnienia lub braku powiązania między respondentami według cech demograficzno-społecznych a dokonaną przez nich oceną zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto wykazała, że istniały takie powiązania o sile dość zróżnicowanej. Wybór wariantu oceny lokat w złoto w najniższym stopniu i o bardzo słabej sile ($C_{skor}=0,0942$) zależał od płci respondentów. Natomiast wpływ na ocenę zasadności lokat w stopniu najwyższym o wysokiej sile ($C_{skor}=0,5179$) miało wykształcenie respondentów. Wpływ pozostałych cech kształtował się w przedziale siły przeciętnej i dotyczył (rosnąco): miejsca zamieszkania ($C_{skor}=0,3893$), statusu zawodowego ($C_{skor}=0,4602$) oraz wieku ($C_{skor}=0,4718$).

Dla celów poznawczych przy identyfikacji inwestorów (gospodarstw domowych posiadających lokaty w złocie) uwzględniono ich aktywność nabywczą na złoto w okresie przeszłym i przyszłym. Otrzymane rezultaty badania wykazały, że ponad 65% inwestorów dokonało zakupu złota w roku poprzedzającym badanie, a zamiar zakupu wykazało już znacznie mniej, tj. 47,50%. Uwzględniając płeć respondentów, zauważono znacznie wyższą aktywność nabywczą wśród kobiet, tak w stosunku do zakupów dokonanych (88%), jak i zamiaru zakupu złota (47%).

Wiek umiarkowanie różnicował inwestorów w zakupach złota. Dominujący odsetek respondentów, którzy kupili złoto, wystąpił wśród osób w wieku 46-60 lat (69%), a najniższy w wieku powyżej 61 lat, tj. 61%. Według poziomu wykształcenia struktura nabywców złota była istotnie zróżnicowana: maksymalny odsetek nabywców wystąpił wśród osób z wykształceniem wyższym (83%), a najniższy wśród osób z wykształceniem średnim (39%).

Jak wykazało badanie, również status zawodowy powodował dość duże zróżnicowanie nabywców. W tym przypadku najwyższy wskaźnik w strukturze dotyczył osób reprezentujących sferę budżetową (82%), a najniższy – osób o statusie „emeryt-

rencista” (49%). Zbliżone okazały się wskaźniki struktury według miejsca zamieszkania: najwyższy odsetek zanotowano wśród osób zamieszkujących miasta powyżej 100 tys., a najniższy miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (45%).

Analiza uwzględniająca zamiar zakupu złota przez inwestorów pozwoliła na określenie wskaźników struktury przyszłych nabywców złota w poszczególnych subgroupach według cech demograficzno-społecznych. Okazało się, że dominujące odsetki przyszłych nabywców złota miały miejsce w subgrupie osób w wieku powyżej 61 lat (54%), z wykształceniem podstawowym (64%) i wyższym (62%), emerytów i rencistów (49%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (74%). Najniższe stwierdzono wśród osób w wieku 26-45 lat (38%), z wykształceniem średnim (25%), z sektora prywatnego (47%) i sfery budżetowej (47%) oraz z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (18%).

Z kolei analiza porównawcza, dotycząca zachowań konsumentów związana z podjętymi decyzjami w zakresie zakupów i sprzedaży złota oraz oceną zasadności lokowania własnych środków w złoto, pozwoliła na poznanie struktury badanej zbiorowości według powyższych kryteriów, a tym samym określenia postaw i preferencji konsumenckich w odniesieniu do złota. Zauważono, że niemal 46% badanych dokonało wyłącznie sprzedaży złota, a wyłącznie jego zakupu około 18%. Zarazem zakupu i sprzedaży złota w badanym okresie dokonało prawie 19% badanych, co świadczy o zróżnicowanych preferencjach w zakresie zaspokojenia potrzeb na złoto. Pozostały odsetek, tj. ponad 17% dotyczył badanych, którzy nie wykazali żadnej aktywności handlowej na rynku złota, a więc nie zakupili, ani nie sprzedali złota.

W grupie badanych zwanych „inwestorami” (21%), którzy dokonali lokat swoich oszczędności opartych na złocie, najwyższy odsetek (8,60%) stanowili nabywcy będący jednocześnie sprzedawcami, a najniższy odsetek (2,90%) respondentów, którzy nie dokonali żadnej transakcji handlowej. W grupie badanych (16,80%), którzy nigdy nie byli zainteresowani lokatami w złoto, najwyższy wskaźnik (7,30%) stanowili sprzedawcy, natomiast najniższy (2,50%), którzy nie dokonali transakcji kupna ani sprzedaży. W grupie respondentów (39,40%), którzy ocenili zasadność lokowania własnych środków w złoto jako niekorzystne z uwagi na „niska wartość złota”, dominujący odsetek, tj. 18,70% stanowili sprzedawcy, a najniższy, tj. 3,10% – nabywcy i sprzedawcy. Z kolei, w grupie respondentów (22,90%) niemających zdania na temat tych lokat, dominujący odsetek (15,40%) dotyczył także sprzedawców, a najniższy nabywców złota, tj. 1,90%.

W pracy zidentyfikowano inwestorów pod względem dokonanej przez nich oceny sytuacji ekonomicznej we wspólnym gospodarstwie, wystarczalności dochodów oraz uzyskiwanych dochodów z dodatkowych źródeł. W grupie inwestorów lokujących w złoto, ponad 46% to respondenci oceniający sytuację ekonomiczną swojego gospodarstwa domowego jako „uległa pogorszeniu”, natomiast około 43% to respondenci oceniający ją jako „uległa poprawie”. Respondenci, którzy nie zauważyli zmian w sytuacji ekonomicznej we wspólnych gospodarstwach domowych w latach 2001 – 2005, stanowili prawie 11%. W świetle uzyskanych wyników badania można wnioskować, że sytuacja ekonomiczna gospodarstw nie miała istotnego wpływu na podjęte decyzje o lokowaniu oszczędności pieniężnych w złoto.

Identyfikacja badanej grupy inwestorów według cech demograficzno-społecznych wykazała, że dominujący odsetek (ponad 58%) stanowili mężczyźni, wśród których sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu, a 34%, którzy ocenili ją, że uległa poprawie. Ponad 7,00% byli to badani oceniający ją bez zmian. Odwrotnie ukształtowały się wskaźniki struktury w grupie kobiet: dominujący odsetek (57%) tworzyły kobiety, w ocenie których sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, ponad 26%, które oceniły ją jako „uległa pogorszeniu” i około 15%, które nie zauważyły zmian. Powyższa struktura świadczy, że w zdecydowanej większości kobiety kierowały się sytuacją ekonomiczną w ich gospodarstwach domowych przy podejmowaniu decyzji w zakresie lokowania środków pieniężnych w złoto, aniżeli mężczyźni.

Najwyższe wskaźniki w strukturze badanych, wśród których sytuacja ekonomiczna uległa poprawie, wystąpiły w gronie inwestorów w wieku 18-25 lat (62%) i powyżej 61 lat (50%), z wykształceniem podstawowym (55%) i wyższym (50%), reprezentujących sektor prywatny (58%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (63%). Najniższe dotyczyły osób w wieku 26-45 lat (35%) i 46-60 lat (39%), z wykształceniem średnim (32%), emerytów i rencistów (16%), z miejscowości o liczbie poniżej 10 tys. mieszkańców (35%) i miast powyżej 100 tys. mieszkańców (36%).

Dominujące odsetki inwestorów, w odniesieniu do sytuacji ekonomicznej ocenionej jako gorszej, wystąpiły w gronie respondentów w wieku powyżej 61 lat (50%) oraz w wieku 26-45 lat (50%), z wykształceniem zawodowym (59%), emerytów i rencistów (83%) oraz zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (53%). Najniższe – wśród badanych w wieku 18-25 lat (35%), z wykształceniem średnim, podsta-

wowym i wyższym (45%-46%), z sektora prywatnego (35%), zamieszkujących miasta 10-50 tys. mieszkańców (32%).

W grupie respondentów, którzy nie zauważyli zmian materialnych we wspólnym gospodarstwie domowym, dominujący odsetek stanowili inwestorzy w wieku 46-60 lat i 26-45 lat (16%), z wykształceniem średnim (24%), przedstawiciele sfery budżetowej (23%) oraz zamieszkujący miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (17%). Najniższy inwestorzy w wieku 18-25 lat (3,00%), z wykształceniem wyższym (4,00%), emeryci, renciści (1,50%) i z miast o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (4,60%).

Analiza struktury inwestorów dotycząca oceny wystarczalności wspólnych dochodów rodzinnych ujawniła umiarkowane w tym względzie zróżnicowanie. Odsetek inwestorów oceniających te dochody za wystarczające wyniósł niewiele ponad połowę badanych w tej grupie (53%) i w znacznie wyższym stopniu dotyczył kobiet (67%), aniżeli mężczyzn (44%). Pod względem pozostałych cech demograficzno-społecznych, najwyższy wskaźnik w strukturze tej stanowili inwestorzy w wieku 46-60 lat (66%) oraz mający 18-25 lat (56%), z wykształceniem podstawowym (73%), z sektora prywatnego (64%), zamieszkujący miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (74%), a także miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (63%). Najniższy wskaźnik odnotowano w grupie badanych w wieku 26-45 lat (37%), osób z wykształceniem wyższym (46%), wśród emerytów i rencistów (29%) i zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (42%).

Identyfikacja inwestorów uwzględniająca dochody z rynku finansowego pozwoliła także na stwierdzenie, że w grupie tej tylko 7% badanych nie korzystało z dodatkowych źródeł dochodów w postaci kredytów bankowych oraz zysków z lokat (obligacje, fundusze inwestycyjne i lokaty bankowe). Najwyższy odsetek inwestorów (67%) korzystał zarówno z kredytów i lokat, natomiast ponad 19% dysponowało tylko kredytami oraz około 7% wyłącznie lokatami. Według płci – dodatkowych źródeł dochodów z rynku finansowego nie miało ponad 6% mężczyzn i ponad 8% kobiet. Wyłącznie z kredytów korzystało w badanym okresie około 23% mężczyzn i ponad 13% kobiet. Z kredytów i lokat (łącznie) nie korzystało 61% mężczyzn i ponad 77% kobiet. Znaczne natomiast zróżnicowanie we wskaźnikach struktury zaobserwowano w korzystaniu z lokat: wśród mężczyzn wskaźnik ten był zdecydowanie wyższy, aniżeli wśród kobiet, odpowiednio 10,40% i 0,84%.

Uwzględniając pozostałe cechy demograficzno-społeczne respondentów zaobserwowano dość duże zróżnicowanie w strukturze inwestorów w zakresie korzystania z dodatkowych źródeł dochodów: najwyższe wskaźniki struktury inwestorów niekorzystających z dodatkowych dochodów wystąpiły wśród osób w wieku 18-25 lat (38%), mających wykształcenie zawodowe (30%) oraz podstawowe (27%), emerytów i rencistów (16%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (9%). Zerowe wskaźniki wystąpiły wśród osób w wieku 46-60 lat oraz bezrobotnych i sfery budżetowej, a najniższe wśród osób w wieku 26-45 lat (3,40%), z wykształceniem wyższym (1,20%), z sektora prywatnego (7,70%) i z miast powyżej 100 tys. mieszkańców (5,50%).

Najwyższe odsetki inwestorów korzystających wyłącznie z kredytów wystąpiły wśród osób w wieku 26-45 lat (34%), z wykształceniem średnim (43%), emerytów i rencistów (24%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. (29%) i 50-100 tys. mieszkańców (24%). Najniższe natomiast odnotowano wśród osób w wieku powyżej 61 lat (11%), z wykształceniem zawodowym (3,50%) i wyższym (6,80%), sfery budżetowej (15%) oraz zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (4,40%). Wskaźniki zerowe dotyczyły osób w wieku 18-25 lat i osób bezrobotnych.

Dominujący procent inwestorów dysponujących wyłącznie lokatami wystąpił wśród osób w wieku 18-25 lat (24%), mających wykształcenie zawodowe (10%) i podstawowe (9%), emerytów i rencistów (14%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (9,20%) oraz miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (8,70%). Najniższy procent wśród osób w wieku 26-45 lat (4,5%), z wykształceniem średnim (4,50%), reprezentujących sferę budżetową (3,20%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (5,10%).

Najwyższy również udział inwestorów korzystających łącznie z kredytów i lokat miały miejsce wśród osób w wieku 46-60 lat (81%), z wykształceniem wyższym (85%) i zawodowym (76%), ze sfery budżetowej (82%) z miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców (78%) i miast powyżej 100 tys. mieszkańców (75%). Najniższy dotyczył osób w wieku 18-25 lat (8,2%), z wykształceniem średnim (40%), emerytów i rencistów (46%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (52%). Należy w tym miejscu uwypuklić, że w przypadku osób bezrobotnych nie było inwestorów.

Analiza statystyczna uwzględniająca powiązania między czynnikami materialnymi a oceną zasadności lokat w złoto wykazała, że najwyższa korelacja o wysokiej sile ($C_{skor}=0,5041$) wystąpiła w stosunku do gospodarstw domowych według posiadanych

obligacji. Z kolei lokaty bankowe, fundusze inwestycyjne i ocena wystarczalności dochodów wykazały słaby wpływ, natomiast sytuacja ekonomiczna i kredyty wpływ przeciwny na ocenę zasadności lokowania własnych oszczędności pieniężnych w złoto.

7. PODSUMOWANIE I WNIOSKI

Analiza uwzględniająca subiektywną ocenę sytuacji ekonomicznej¹ oraz dochodowej² netto wykazała, że **były one niekorzystne dla zdecydowanej większości gospodarstw domowych w okresie badawczym tj. w latach 2001–2005**. Niemal 62% gospodarstw domowych uznało miesięczne dochody netto za niewystarczające, a ponad 55% oceniło sytuację ekonomiczną za uległą pogorszeniu, przy czym dla około 46% badanych gospodarstw wspólne dochody były niewystarczające przy jednocześnie uległej pogorszeniu sytuacji ekonomicznej. Odsetek gospodarstw z dochodami wystarczającymi i równocześnie zaistniałą poprawą sytuacji ekonomicznej wyniósł ponad 18%. Należy podkreślić, że wyniki analizy statystycznej potwierdziły istnienie silnej współzależności między oceną sytuacji ekonomicznej i oceną wystarczalności dochodów³.

Okazało się, że wskaźniki struktury dla gospodarstw domowych według oceny sytuacji ekonomicznej z badania własnego, były bardzo zbliżone do rezultatów badań ankietowych przeprowadzonych w analogicznym okresie przez GUS. Ponadto analiza porównawcza, dotycząca subiektywnej oceny sytuacji dochodowej, wykazała istotne podobieństwo wyników badania własnego z wynikami według badania przeprowadzonego przez GUS⁴, które zmierzało do uzyskania wiedzy na temat, jak gospodarstwa domowe oceniły możliwości gospodarowania swoimi dochodami w połowie 2005 roku. Ponad połowa biorących udział w badaniu gospodarstw domowych (51%) „z wielką trudnością i z trudnością wiązała koniec z końcem”, a niemal 1/3 gospodarstw (31%) „z pewną trudnością”. „Dość łatwo, łatwo i bardzo łatwo koniec z końcem wiązało” prawie tylko, co piąte gospodarstwo domowe, tj. 19%.

Cechy demograficzno-społeczne respondentów (płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i miejsce zamieszkania) w zróżnicowanym stopniu determinowały ocenę sytuacji ekonomicznej i dochodowej gospodarstw domowych. Płeć badanych miała przeciętny wpływ na ocenę sytuacji ekonomicznej oraz bardzo słaby na ocenę wystarczalności dochodów. Przy ocenie sytuacji ekonomicznej znacznie korzystniejsze wskaźniki struktury wystąpiły w subgrupie kobiet, a przy ocenie wystarczalności dochodów w subgrupie mężczyzn. Wskazano, że wiek badanych miał słaby wpływ

¹ Według kategoryzacji: a) uległa poprawie, b) uległa pogorszeniu, c) nie zauważam zmian.

² Według kategoryzacji: a) wystarczające, b) niewystarczające.

³ Na podstawie współczynnika kontyngencji Cskor Pearsona 0,6159.

⁴ A. Walczak, *Dochody i warunki życia Polaków w 2005r*, na podstawie przeprowadzonego przez GUS reprezentacyjnego badania ankietowego gospodarstw domowych według stanu na pierwszą połowę 2005 roku. Badanie realizowane z inicjatywy biura statystycznego Unii Europejskiej – Eurostat pod nazwą EU-STLC Na podstawie: <http://www.egospodarka.pl>, 7.04.2009.

na ocenę sytuacji ekonomicznej jak również słaby na ocenę wystarczalności dochodów. W obu przypadkach najbardziej niekorzystna struktura badanych wystąpiła w subgrupie osób w wieku 26-45 lat. Najkorzystniejsza natomiast, według oceny sytuacji ekonomicznej, dotyczyła osób w wieku 18-25 lat i powyżej 61 lat, a według oceny wystarczalności dochodów – wszystkich badanych w wieku powyżej 46 lat. Średni wpływ na ocenę sytuacji ekonomicznej miało wykształcenie respondentów oraz słaby na ocenę wystarczalności dochodów. Najkorzystniejsze wskaźniki struktury wystąpiły w subgrupie osób z wykształceniem wyższym, a skrajnie niekorzystne w subgrupie osób z wykształceniem zawodowym. Również skrajnie niekorzystne miały miejsce w subgrupie tej przy ocenie wystarczalności dochodów. Najkorzystniejsze natomiast dotyczyły osób z wykształceniem podstawowym. Średni wpływ na ocenę sytuacji ekonomicznej oraz ocenę wystarczalności dochodów miał status zawodowy badanych. W obu przypadkach **w najkorzystniejszej sytuacji ekonomicznej i dochodowej byli ankietowani z sektora prywatnego, a w najgorszej osoby bezrobotne**. Słaby natomiast wpływ na te oceny miało miejsce zamieszkania respondentów. Oznacza to, że w obu przypadkach, wskaźniki struktury w poszczególnych subgroupach według tego kryterium były umiarkowanie zróżnicowane w stosunku do wskaźników struktury „ogółem”.

Identyfikacja gospodarstw domowych w zakresie korzystania z dodatkowych dochodów w postaci produktów rynku finansowego uwzględniająca kredyty i pożyczki gospodarstw oraz korzyści z zainwestowanych środków w obligacje, fundusze inwestycyjne i lokaty bankowe pozwoliła stwierdzić, że niemal 59% gospodarstw domowych korzystało z kredytów i pożyczek. W zakresie zachowań oszczędnościowo – inwestycyjnych posiadaczami obligacji było ponad 23% z nich, ponad 18% posiadało lokaty na rachunkach bankowych, a najniższy odsetek gospodarstw (niemal 14%) dysponował udziałami w funduszach inwestycyjnych. Należy podkreślić, że połowa gospodarstw domowych będących kredytobiorcami (ponad 29%) korzystała jednocześnie z zysków wynikających z posiadania jednego lub dwóch produktów inwestycyjnych. Dywersyfikacja źródeł dochodów wystąpiła również w grupie gospodarstw domowych posiadających wyłącznie lokaty, których udział wyniósł ponad 11% i z których ponad 2% posiadało po dwa produkty inwestycyjne.

Rozważając wpływ cech demograficzno-społecznych respondentów na podejmowane decyzje dotyczące korzystania z produktów rynku finansowego przeprowadzono analizę statystyczną umożliwiającą rozpoznanie zachodzących relacji. Biorąc pod uwagę płeć ankietowanych wskazano, że nie miała ona wpływu na podejmowane decy-

zje dotyczące kredytów, obligacji i lokat bankowych⁵. Słaby natomiast wpływ miała na wybór funduszy inwestycyjnych, z których częściej korzystali mężczyźni aniżeli kobiety. **Silny wpływ (0,6599) na decyzje dotyczące korzystania z kredytów i pożyczek wywierał status zawodowy ankietowanych, a przeciętny (0,4047) ich wiek.** Wpływ o słabej sile na te decyzje zauważono w przypadku miejsca zamieszkania oraz wykształcenia respondentów. Zachowanie oszczędnościowe badanych związane z zakupami obligacji uzależnione było (o przeciętnej i dość zróżnicowanej sile) od wykształcenia, statusu zawodowego i wieku ankietowanych. W przedziale tym największy wpływ miało wykształcenie (0,4835) oraz znacznie mniejszy status zawodowy (0,3863) oraz wiek (0,3454). Natomiast miejsce zamieszkania wiązało się tylko w słabym stopniu (0,2386) na decyzje zakupowe obligacji. W odniesieniu do funduszy inwestycyjnych, poza statusem zawodowym badanych, który w przeciętnym stopniu (0,3468) wpływał na lokowanie kapitału, pozostałe cechy (wiek, miejsce zamieszkania i wykształcenie) miały wpływ słaby. Również lokaty bankowe były słabo uzależnione od wieku i miejsca zamieszkania oraz średnio od statusu zawodowego i wykształcenia respondentów.

Zachowania gospodarstw domowych dotyczące zakupów potwierdziły przesłanki o spadkowej tendencji popytu na złoto w obszarze rynku pierwotnego. Odsetek gospodarstw domowych, które planowały zakup złota w niedalekiej przyszłości (niemal 30%), był o ponad 18% niższy od gospodarstw, które w badanym okresie dokonały zakupu złota (36,56%). Wśród gospodarstw, które dokonały zakupu złota ponad połowa z nich zaplanowała je w najbliższej przyszłości, a wśród 64,44% które ich nie dokonały, stwierdzono taki zamiar jedynie wśród 18%. Wpływ czynników pozaekonomicznych tj. cech demograficzno-społecznych respondentów na podejmowane decyzje związane z zakupami złota był umiarkowanie zróżnicowany, tj. w przedziale siły słabej i przeciętnej. Decyzje dotyczące zakupów dokonanych oraz zamiaru były w słabym stopniu uzależnione od płci i wieku, a w przeciętnym od wykształcenia i statusu zawodowego ankietowanych. Wskazano natomiast, że przeciętny wpływ na zakupy dokonane i wpływ słaby na zakupy zamierzone miało miejsce zamieszkania. Biorąc pod uwagę zależności zakresu siły przeciętnej wyniki analizy wskazały, że dominujący odsetek nabywców złota wystąpił w subgrupie osób z wykształceniem wyższym (70,66%), reprezentujących sektor prywatny (52,03%), sferę budżetową (50,67%) i zamieszkujących największe miasta, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (66,87%). Dominujący odsetek przyszłych nabywców złota wystąpił również w subgrupie osób z wykształceniem wyż-

⁵ Przy przyjętym poziomie istotności $\alpha \leq 0,05$.

szym (50,79%) i sektora prywatnego (49,64%). Należy podkreślić, że wzrost liczby konsumentów planujących zakup złota w przyszłości w stosunku do konsumentów, którzy dokonali zakupu, wystąpił jedynie w czterech subgrupach. Według wieku były to osoby najstarsze powyżej 61 roku życia (117,6%) i w wieku 46-60 lat (104,14%), według wykształcenia – osoby z wykształceniem podstawowym (125,17%) oraz miejsca zamieszkania – osoby zamieszkujące miejscowości do 10 tys. mieszkańców (101,34%).

Wyniki analizy statystycznej w stosunku do całej próby (N=1496) wykazały, że między zakupami złota („dokonane” lub „niedokonane”) a zamiarem zakupu w przyszłości („tak” lub „nie”) zachodziła przeciętna współzależność (0,4568). Zaobserwowano, że najwyższa korelacja miała miejsce w subgrupie osób w wieku 46-60 lat (0,6415) oraz w subgrupie osób z wykształceniem zawodowym (0,6691). W pozostałych subgrupach siła współzależności była na poziomie zróżnicowanych współczynników kontyngencji (Cskor od 0,2737 do 0,5013) poza subgrupą „osoba bezrobotna” ze względu na stuprocentowy brak aktywności zakupowej.

Pozytywnie zweryfikowano tezę, że niekorzystna sytuacja materialna gospodarstw domowych była istotnym czynnikiem determinującym ich zachowania zakupowe na rynku złota. Decyzje dotyczące dokonanych zakupów złota były w silnym stopniu uzależnione od oceny sytuacji ekonomicznej (0,5447) i w stopniu przeciętnym od zamiaru zakupów (0,3711). W obu natomiast przypadkach decyzje te (na poziomie przeciętnym i lekko zróżnicowanym, odpowiednio 0,4825, 0,4586) było uzależnione od oceny wystarczalności dochodów. **Pozytywnie zweryfikowano tę tezę również w odniesieniu do każdej subgrupy według płci, wieku, wykształcenia, statusu zawodowego oraz miejsca zamieszkania.** Dominujący wpływ czynników materialnych (sytuacji ekonomicznej i wystarczalności dochodów) na zakupy złota wystąpił w subgrupie kobiet (0,6228, 0,6494), osób w wieku 18-25 lat (0,7001, 0,7049), mających wykształcenie zawodowe (0,6939, 0,6316) i podstawowe (0,5591, 0,6736), osób z sektora prywatnego (0,6841, 0,5063), zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (0,6196, 0,6436) i miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (0,6180, 0,5356). Wskazano, że główny wpływ sytuacji ekonomicznej na zamiar zakupu złota wystąpił w subgrupach mężczyzn (0,4153), osób w wieku 26-45 lat (0,5743), z wykształceniem wyższym (0,4573) i podstawowym (0,4451), osób z sektora prywatnego (0,4235) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (0,4724). W odniesieniu do wystarczalności dochodów, według zamiaru zakupu złota, miał on miejsce w subgrupie kobiet (0,5542), osób w wieku 26-45 lat (0,5425), z wykształceniem wyższym (0,6102)

i podstawowym (0,5805), osób reprezentujących sferę budżetową (0,3970) i sektor prywatny (0,3444), zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (0,5269) oraz miejscowości do 10 tys. mieszkańców (0,5207). **Analiza struktury nabywców złota (N=547=100%) oraz przyszłych nabywców (N=447=100%), według oceny wystarczalności dochodów i sytuacji ekonomicznej, potwierdziła tezę, że częściej złoto kupowały gospodarstwa domowe będące w lepszej sytuacji materialnej (61%) oraz mające dochody wystarczające (63,5%).** Rozkład natomiast danych uwzględniających cechy demograficzno-społeczne badanych wykazał, że **w trzech subgroupach nabywców nie potwierdziło się to założenie:** mniej niż połowę nabywców złota o dochodach wystarczających zaobserwowano w subgroupach osób w wieku 26-46 lat (45%), z wykształceniem wyższym (47%) i osób zamieszkujących duże miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców (42%).

Wskazano na istnienie współzależności między korzystaniem przez gospodarstwa domowe z dodatkowych dochodów z sektora finansowego a ich zachowaniem konsumenckim na rynku złota. Siła zależności była umiarkowanie zróżnicowana i kształtowała się w przedziale pomiaru od słabej do silnej. Zależność szczególnie widoczna miała miejsce między posiadaniem obligacji a zakupami złota (średnia) oraz zamiarem zakupów (silna). Również fakt korzystania z kredytów miał średni wpływ na zachowania zakupowe, w tym znacznie wyższy w stosunku do zakupów niż do zamiaru. Z kolei fundusze inwestycyjne i lokaty bankowe miały słaby wpływ na zakupy złota jak i na zamiar jego zakupu. Rozpatrując strukturę nabywców złota według dodatkowych dochodów stwierdzono, że ponad 54% stanowiły gospodarstwa domowe, które korzystały jednocześnie z kredytów i zysków z lokat pieniężnych i niemal 27% gospodarstwa korzystające wyłącznie z kredytów bankowych i pożyczek lombardowych. W rezultacie ustalono, że **łącznie z kredytów korzystało ponad 81% gospodarstw będących nabywcami złota.** Należy podkreślić, że gospodarstwa domowe niekorzystające z dodatkowych źródeł dochodów stanowiły tylko niecałe 11%, a korzystające wyłącznie z lokat (inwestorzy) około 8% wśród nabywców złota. Zbliżone wskaźniki struktury w zakresie dodatkowych dochodów wystąpiły wśród przyszłych nabywców złota w stosunku do nabywców złota, pośród których było o ponad 4 pkt proc. mniej kredytobiorców i o ponad 3 pkt więcej inwestorów.

Analiza struktury nabywców i przyszłych nabywców złota uwzględniająca cechy demograficzno-społeczne ankietowanych wykazała dość istotne i nieregularne zróżnicowanie pod względem korzystania z dodatkowych dochodów. Wśród na-

bywców, którzy nie korzystali z nich, dominujący odsetek odnotowano wśród osób najmłodszych, tj. w wieku 18-25 lat (26%), z wykształceniem średnim (19%) emerytów i rencistów (33%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (20%). Wśród przyszłych nabywców złota, niekorzystających z dodatkowych źródeł dochodów, najwyższy odsetek stwierdzono w subgrupie wieku najstarszego (22%) i najmłodszego (19%), w subgrupie z wykształceniem podstawowym (35%), emerytów i rencistów (26%), z miast 10-50 tys. (22%) i z miejscowości o liczbie do 10 tys. mieszkańców (16%). Należy jednocześnie zauważyć, że wśród nabywców złota najwyższe wskaźniki struktury kredytobiorców stwierdzono w subgrupie osób w wieku 46-60 lat (96%) oraz osób starszych (90%), z wykształceniem wyższym (89%), ze sfery budżetowej (92%) jak i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (93%). Z kolei wśród przyszłych nabywców złota dominujące wskaźniki struktury kredytobiorców zaobserwowano w subgrupie w wieku 46-60 lat (97%) i 26-45 lat (86%), z wykształceniem wyższym (90%), reprezentujących sektor prywatny (88%) oraz zamieszkujących miasta największe, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców (93%).

Obserwując zachowania gospodarstw domowych na rynku wtórnym w zakresie sprzedaży rodzinnych zasobów złota pozytywnie zweryfikowano tezę, że **przyczyną wysokiej podaży złota ze strony gospodarstw domowych była ich niepomyślna sytuacja materialna**. Wyniki badania empirycznego pozwoliły w tym względzie potwierdzić znaczącą aktywność gospodarstw domowych. Niemal 64% w badanym okresie gospodarstw domowych dokonało sprzedaży złota z powodu złej sytuacji ekonomicznej. **Analiza statystyczna wykazała, że zachowania sprzedażowe ankietowanych były uzależnione w stopniu znacznie zróżnicowanym od ich cech demograficzno-społecznych**. Sprzedaż złota była w silnym stopniu uzależniona od statusu zawodowego (0,5722) i wieku (5203), a w stopniu przeciętnym od wykształcenia (0,3463) respondentów. Tymczasem uzależnienie od płci było słabe (0,2406), a od miejsca zamieszkania okazało się bardzo słabe (0,0947). Według statusu zawodowego najwyższy odsetek sprzedawców złota wystąpił wśród osób bezrobotnych (98%) oraz emerytów i rencistów (74%), a najniższy wśród przedstawicieli sektora prywatnego (30%). Według wieku dominujący odsetek sprzedawców miał miejsce w subgrupie osób w wieku 46-60 lat (90%) i najniższy w subgrupie osób w wieku 18-25 lat (24%).

Zamiar sprzedaży złota zadeklarowało 43% badanych gospodarstw domowych przy 31% mających zdanie przeciwne. Pozostała część, tj. 26% nie miała zdania. Wskazano jednak, że wpływ cech demograficzno-społecznych badanych na decyzje dotyczą-

ce przyszłej sprzedaży był umiarkowanie zróżnicowany: tylko status zawodowy respondentów miał największy wpływ (o przeciętnej sile 0,3391) na wybór jednego z wariantów decyzji. Zależność od pozostałych cech była słaba i w tym przedziale oceny najniższa w stosunku do płci respondentów (0,1671). Według statusu zawodowego najwyższy odsetek przyszłych sprzedawców złota wystąpił wśród emerytów i rencistów (60%), a najniższy wśród osób bezrobotnych (22%).

Według dokonanej i planowanej przez gospodarstwa domowe masy sprzedaży złota, struktura procentowa sprzedawców w porównaniu ze strukturą przyszłych sprzedawców wykazała lekkie zróżnicowanie. **Masa sprzedanego złota, jak i masa przyszłej sprzedaży, dotyczyły przede wszystkim ilości 10-20 gram (30%; 33%), następnie 21-50 gram (29%; 29%) oraz powyżej 50 gram (26%; 22%). Najmniejsze ilości złota sprzedano oraz zamierzano sprzedać o masie poniżej 10 gram (14%; 16%).**

Analiza porównawcza dotycząca zamiaru sprzedaży złota w świetle sprzedaży dokonanej i niedokonanej wykazała dość istotne zróżnicowanie. W grupie sprzedawców blisko 47% gospodarstw domowych deklarowało sprzedaż złota w najbliższej przyszłości i w grupie niesprzedawców ponad 36%. Uwzględniając cechy demograficzno-społeczne wykazano, że w obu grupach zamiar sprzedaży okazało stosunkowo więcej kobiet (50%; 40%), emerytów i rencistów (65%; 46%), pracowników sfery budżetowej (54%; 44%), osób zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (58%; 60%) i miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (54%; 31%). Według wieku w grupie sprzedawców dominujący odsetek zamierzających sprzedać złoto wystąpił wśród osób w wieku 18-25 lat (65%) i w wieku 46-60 lat (60%), a także w grupie niesprzedawców, tj. wśród osób w wieku 46-60 lat (58%). Z kolei według wykształcenia najwyższe odsetki w grupie sprzedawców dotyczyły osób z wykształceniem wyższym (61%) i zawodowym (59%), a w grupie niesprzedawców mających tylko wykształcenie zawodowe (47%).

Rezultaty wnioskowania statystycznego wykazały istnienie zależności między sprzedażą złota (cecha o dwóch wariantach: „tak”, „nie”) a zamiarem sprzedaży w najbliższej przyszłości (cecha o trzech wariantach: „tak”, „nie”, „nie wiem”). Należy podkreślić, że zależność ta w stosunku do całej próby była słaba (0,1935). Zaobserwowano także, że na poziomie przyjętej istotności nie wystąpiła zależność między sprzedażą a zamiarem sprzedaży w subgrupie w wieku 46-60 lat, osób z wykształceniem zawodowym i osób bezrobotnych. Zależność o przeciętnej sile doty-

czyła osób mających 18-25 lat (0,3941), wykształcenie podstawowe (0,3656), reprezentujących sektor prywatny (0,3328) oraz zamieszkujących miejscowości o liczbie do 10 tys. mieszkańców (0,4216). W pozostałych subgroupach odnotowano słabą zależność i w tym przedziale umiarkowanie zróżnicowaną.

Pozytywnie zweryfikowano tezę, że niekorzystna sytuacja materialna gospodarstw domowych była przyczyną ich zachowań sprzedażowych na wtórnym rynku złota. W wyniku przeprowadzonego testu niezależności (chi-kwadrat) ustalono, że sytuacja ekonomiczna gospodarstw (cecha o trzech wariantach: „poprawa”, „pogorszenie”, „bez zmian”) miała wpływ na podjęte decyzje dotyczące sprzedaży złota („tak”, „nie”). **Należy zwrócić uwagę na fakt, że siła tego związku była na poziomie najniższej wartości współczynnika kontyngencji w przedziale oceny przeciętnej (0,3032).**

Negatywnie zweryfikowano tezę dotyczącą wpływu sytuacji ekonomicznej na sprzedaż złota w czterech subgroupach, a mianowicie: osób w wieku 46-60 lat, osób bezrobotnych, reprezentujących sektor prywatny oraz osób z dużych miast, tj. powyżej 100 tys. mieszkańców. **Oznacza to, że w powyższych subgroupach decyzje dotyczące sprzedaży złota podejmowane były niezależnie od ocenionej sytuacji ekonomicznej.**

Weryfikując hipotezę dotyczącą wpływu sytuacji ekonomicznej na decyzje związane z zamiarem sprzedaży złota stwierdzono, że wpływ ten w stosunku do całej próby był o słabej sile (0,2062). W poszczególnych subgroupach, według cech demograficzno-społecznych, siła tego wpływu kształtowała się na poziomie dość istotnie zróżnicowanych współczynników oceny. **Dominujący, a zarazem silny wpływ wystąpił jedynie w subgrupie osób z wykształceniem wyższym (0,5268).** W pozostałych subgroupach mieścił się w przedziale współczynników oceniających siłę w stopniu słabym oraz przeciętnym. Identyfikacja sprzedawców oraz przyszłych sprzedawców złota według oceny sytuacji ekonomicznej wykazała, że w obu przypadkach zdecydowaną większość (63%; 62%) stanowiły gospodarstwa domowe, których sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu, a najniższą (16%; 15%), wśród których uległa poprawie. Najwięcej sprzedawców oraz przyszłych sprzedawców, wśród których sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu, zaobserwowano wśród mężczyzn (68%; 64%), respondentów w wieku 26-45 lat (71%; 66%), osób z wykształceniem zawodowym (88%; 72%), bezrobotnych (77%; 85%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (71%; 72%).

Mało istotnym czynnikiem materialnym determinującym sprzedaż oraz zamiar sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe była ich sytuacja dochodowa. Wyniki analizy w postaci obliczonych współczynników kontyngencji pozwoliły na stwierdzenie, że wystarczalność dochodów gospodarstw domowych w słabym stopniu (0,2393) wpływała na decyzje dotyczące sprzedaży złota oraz nie miała żadnego wpływu na decyzje dotyczące zamiaru sprzedaży złota w stosunku do liczebności próby (brak podstaw do odrzucenia hipotezy zerowej). **Uwzględniając cechy demograficzno-społeczne respondentów negatywnie zweryfikowano tezę dotyczącą wpływu wystarczalności dochodów na sprzedaż złota w czterech przypadkach.** Wystąpiły one w podgrupie mężczyzn, osób z wykształceniem podstawowym, emerytów i rencistów oraz osób zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców. **Tymczasem wpływ oceny dochodów na zamiar sprzedaży złota zweryfikowano pozytywnie w ośmiu podgrupach:** mężczyzn, kobiet, osób w wieku 18-25 lat, mających wykształcenie wyższe, emerytów i rencistów, reprezentantów sektora prywatnego, osób z miejscowości do 10 tys. mieszkańców oraz z miast o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców. Brak relacji między badanymi cechami stwierdzono wśród osób bezrobotnych.

Identyfikacja sprzedawców i przyszłych sprzedawców złota według oceny wystarczalności dochodów wykazała, że przeważający w obu przypadkach odsetek (68%; 64%) dotyczył gospodarstw domowych posiadających dochody niewystarczające. Z analizy według cech demograficzno-społecznych wynika, że najwyższy odsetek sprzedawców o dochodach niewystarczających wystąpił w podgrupie kobiet (81%), osób w wieku 26-45 lat (82%) i w wieku 18-25 lat (81%), osób z wykształceniem zawodowym (83%), bezrobotnych (100%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (74%). Najwyższy również odsetek przyszłych sprzedawców złota, o dochodach niewystarczających, miał miejsce w podgrupie kobiet (81%), osób w wieku 26-45 lat (76%) i w wieku 18-25 lat (72%), osób bezrobotnych (100%) oraz z wykształceniem wyższym (76%), zamieszkujących miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców (81%) i miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (71%).

Z badania struktury procentowej sprzedawców i przyszłych sprzedawców złota uwzględniającej korzystanie z dodatkowych źródeł dochodów wynika, że znacznie więcej było gospodarstw domowych niekorzystających z dodatkowych dochodów wśród sprzedawców (37%), niż wśród przyszłych sprzedawców (22%). Oznacza to, że gospodarstwa korzystające z kredytów oraz lokat przeważały wśród przyszłych sprzedawców złota w obszarze rynku wtórnego. Ich odsetki wyniosły 63%

dla kredytobiorców oraz 44% dla inwestorów (lokaty) i były wyższe niż w grupie sprzedawców odpowiednio o 9 i 7 pkt proc. Według cech demograficzno-społecznych respondentów, wśród sprzedawców jak i przyszłych sprzedawców złota, zdecydowanie najniższe wskaźniki struktury osób niekorzystających z dodatkowych dochodów wystąpiły w subgrupie osób w wieku 46-60 lat (13,5%; 8,5%), z wykształceniem wyższym (10,5%; 7,0%), reprezentujących sektor prywatny (1,5%; 1,5%) oraz sferę budżetową (3%; 5,0%). Oznacza to, że w subgrupach tych stwierdzono najwyższy udział kredytobiorców oraz inwestorów.

Rozpatrując oddziaływanie dodatkowych dochodów na zachowania sprzedażowe gospodarstw domowych wskazano, że **spośród dostępnych instrumentów rynku finansowego jedynie posiadane kredyty miały wpływ (o słabej sile) na decyzje dotyczące sprzedaży jak i zamiaru sprzedaży złota**. Sprzedaż złota zależała także w słabym stopniu od lokat bankowych, a zamiar jego sprzedaży (również w słabym stopniu) od funduszy inwestycyjnych. Zauważono, że dochody z obligacji nie miały wpływu na zachowania sprzedażowe złota przez gospodarstwa domowe.

Rezultaty badania pozwoliły na stwierdzenie, że przyczyną **dokonanej sprzedaży złota oraz zamiaru sprzedaży była niekorzystna sytuacja materialna gospodarstw domowych**. Potwierdziło to 55% gospodarstw wśród sprzedawców i aż 74% wśród przyszłych sprzedawców złota. Z kolei **niska cena złota była drugorzędną przyczyną sprzedaży i dotyczyła 29% gospodarstw wśród sprzedawców i 18% wśród przyszłych sprzedawców**. Gospodarstwa domowe, które uznały złoto za niemodne stanowiły ponad 16% wśród sprzedawców i o połowę mniej wśród przyszłych sprzedawców. Uwzględniając cechy demograficzno-społeczne respondentów stwierdzono, że w poszczególnych subgrupach struktura procentowa sprzedawców i przyszłych sprzedawców, według przyczyn sprzedaży złota, była w różnym stopniu zróżnicowana w stosunku do wskaźników „ogółem” w badanej zbiorowości. Najwyższy odsetek sprzedawców kierujących się modą dotyczył kobiet (33%), osób z sektora prywatnego (35%) oraz sfery budżetowej (32%). Wskazano, że **sytuacja materialna w najwyższym stopniu była przyczyną sprzedaży złota wśród osób w wieku 46-60 lat (61%), z wykształceniem podstawowym (65%), bezrobotnych (63%) i zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców**. Z kolei najwyższy udział sprzedawców, dla których powodem sprzedaży była niska wartość złota, odnotowano wśród mężczyzn (36%), osób powyżej 61 roku życia (42%), z wykształceniem wyższym (36%), bezrobotnych (37%) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. miesz-

kańców (35%). Najwyższy odsetek przyszłych sprzedawców złota ulegających modzie stwierdzono wśród kobiet (14%), osób z wykształceniem wyższym (16%), reprezentujących sektor prywatny (14%) oraz zamieszkujących miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (13%). Z uwagi na złą sytuację materialną najwyższy odsetek dotyczył osób w wieku 18-25 lat (85%), z wykształceniem podstawowym (89%) i bezrobotnych (95%). Niska natomiast wartość złota była przede wszystkim powodem przyszłej sprzedaży złota dla osób w wieku powyżej 61 roku życia (34%), osób z wykształceniem wyższym (22%) i zamieszkujących miastach o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców (25%).

Dysproporcja w zakresie podaży i popytu w obszarze rynku wtórnego była przyczyną trudności związanych ze sprzedażą złota. **Tylko 40% gospodarstw domowych dokonało sprzedaży złota „od ręki”**. Powyżej tego wskaźnika, według cech demograficzno-społecznych, sprzedawcy złota „bez problemu” stanowili w subgrupie mężczyzn oraz w wieku 46-60 lat po 42%, w wieku powyżej 60 lat 49%, z wykształceniem wyższym 44%, zawodowym 47%, z sektora prywatnego 48%, w subgrupie emerytów i rencistów 67%, osób zamieszkujących miejscowości poniżej 10 tys. mieszkańców 43% oraz miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców 49%.

Analiza oceny zasadności lokat pieniężnych, uwzględniająca relacje w stosunku do zakupów i sprzedaży złota, pozwoliła wskazać, że **sytuacja ekonomiczna oraz dochodowa miały wpływ na skarbienie złota**. Wykazano, że co piąty respondent (21%) traktował zakupy złota jako lokatę swoich oszczędności uznając ją tym samym za korzystną. Również, co piąty badany (23%) nie miał zdania na temat tej formy oszczędzania, a co szósty (17%) nigdy nie przypisywał takim zakupom roli lokaty. Natomiast dwie piąte (39%) oceniło negatywnie zasadność lokat z uwagi na niską cenę rynkową złota, a więc mierne, przyszłościowe korzyści finansowe.

Stwierdzono, że **cechy demograficzno-społeczne respondentów miały zróżnicowany wpływ na ocenę złota jako środka (nośnika) lokaty pieniądza**. Jednakże siła tego wpływu była istotnie zróżnicowana w zakresie od bardzo słabej do silnej w poszczególnych grupach według cech. Najniższy i bardzo słaby wpływ odnotowano w grupie według płci (0,0942), a najwyższy i silny w grupie według wykształcenia (0,5179). Według wieku, statusu zawodowego i miejsca zamieszkania respondentów wpływ ten kształtował się na poziomie przeciętnym (0,4718; 0,4602; 0,3893). Analiza struktury respondentów według tej oceny i uwzględniająca cechy demograficzno-społeczne wykazała, że odsetki posiadaczy lokat w złocie były wyższe w stosunku do „ogółem” w badanej zbiorowości (niemal 21%) w następujących subgrupach: mężczyzn

(22%), osób w wieku 46-60 lat (34%) i 61 lat i więcej (23%), osób z wykształceniem wyższym (51%), z sektora prywatnego (37%), sfery budżetowej (25%), zamieszkujących miasta o liczbie 50-100 tys. mieszkańców (26%) i miasta powyżej 100 tys. mieszkańców (38%).

Biorąc pod uwagę udział inwestorów w zakupach złota w okresie badawczym oraz w przyszłości stwierdzono spadek przyszłych nabywców złota w stosunku do nabywców o 18 pkt proc., co wskazuje na słabnącą rangę złota jako instrumentu inwestycyjnego. Wzrost liczby przyszłych nabywców złota w stosunku do nabywców stwierdzono w subgrupie osób zamieszkujących miejscowości do 10 tys. mieszkańców (9 pkt proc.), a stagnację w subgrupie osób zamieszkujących miasta 50-100 tys. mieszkańców, emerytów i rencistów oraz osób z wykształceniem podstawowym. Niższe spadki odnotowano w subgrupie dla osób w wieku 61 lat i więcej (7 pkt), z wykształceniem średnim oraz mężczyzn (14 pkt), w wieku 18-25 lat oraz osób z sektora prywatnego (15 pkt). Wyższe spadki przyszłych nabywców wystąpiły w pozostałych subgrupach, w tym najwyższe w subgrupie osób w wieku 26-45 lat (27 pkt), osób ze sfery budżetowej (35 pkt) oraz zamieszkujących miasta o liczbie 10-50 tys. mieszkańców (44 pkt).

Analiza struktury inwestorów wykazała, że co siódmy z nich nie dokonał żadnej transakcji handlowej. Natomiast, co piąty dokonał wyłącznie sprzedaży, a co czwarty wyłącznie zakupu złota. Wskazano, że dwie piąte inwestorów dokonało zakupów i sprzedaży złota, co może wskazywać po prostu na aspekt spekulacyjny ich zachowań. Podobne zachowania, choć na zróżnicowanym poziomie, stwierdzono w pozostałych grupach według oceny zasadności lokat w złoto. Transakcji zakupu i sprzedaży złota dokonał, co czwarty ankietowany (4,21%) w grupie, która nie okazała zainteresowania lokatami, a prawie, co trzynasty (3,14%) w grupie oceniającej je negatywnie oraz, co ósmy (2,94%) w grupie, która nie miała zdania na temat ich zasadności. Identyfikacja gospodarstw domowych uwzględniająca zachowania handlowe wykazała, że dominujący odsetek (45,86%) stanowili sprzedawcy złota. Z kolei sprzedawców będących równocześnie nabywcami było 18,91% oraz nieco mniej nabywców (17,65%) i gospodarstw, które nie były uczestnikami rynku złota 17,58%.

Pozytywnie zweryfikowano tezę dotyczącą wpływu czynników materialnych na ocenę zasadności lokat w złoto. Stwierdzono, że wpływ ten pod względem siły był umiarkowanie zróżnicowany. Wpływ o słabej sile dotyczył wystarczalności do-

chodów, funduszy inwestycyjnych i lokat bankowych, natomiast o sile przeciętnej sytuacji ekonomicznej i kredytów. Wpływ silny dotyczył obligacji.

Analiza uwzględniająca ocenę sytuacji ekonomicznej i ocenę wystarczalności dochodów przez inwestorów wykazała, że dla ponad 46% sytuacja ekonomiczna uległa pogorszeniu i dla ponad 47% dochody członków gospodarstwa były niewystarczające. Oznacza to, że **sytuacja materialna gospodarstw inwestorów miała słaby wpływ na ich decyzje związane z lokatami w złoto**. Uwzględniając cechy demograficzno-społeczne inwestorów wskazano, że skrajnie niekorzystna sytuacja materialna miała miejsce wśród mężczyzn, osób w wieku 26-45 lat, z wykształceniem zawodowym i wyższym, emerytów i rencistów oraz zamieszkujących miasta o liczbie powyżej 100 tys. mieszkańców.

Aż 67% inwestorów z dodatkowymi źródłami dochodów korzystało równocześnie z kredytów i lokat, 19% tylko z kredytów, około 7% z samych lokat, a 7% nie posiadało ich w ogóle. Stwierdzono bardzo duże zróżnicowanie struktury tych źródeł w poszczególnych subgroupach inwestorów według cech demograficzno-społecznych. Najmniej inwestorów korzystających z omawianych dochodów zaobserwowano wśród osób w wieku 18-25 lat, mających wykształcenie podstawowe i zawodowe oraz wśród emerytów i rencistów.

W kontekście przeprowadzonych badań empirycznych zweryfikowano negatywnie hipotezę, że głównym powodem wyprzedaży złota oraz słabnącego zainteresowania zakupami złota była niekorzystna sytuacja materialna gospodarstw domowych. Uzyskane wartości statystyki chi-kwadrat potwierdzają (poza wyjątkami) istnienie zależności między sytuacją materialną gospodarstw, a ich zachowaniami rynkowymi. Jednakże siła tych zależności, kształtująca się przeważnie w przedziale oceny „słabej” i „przeciętnej”, nie daje podstaw do uznania, że głównym powodem zaobserwowanych zachowań rynkowych była niekorzystna sytuacja materialna. Należy podkreślić, że znacznie większy wpływ czynników materialnych odnotowano w stosunku do zachowań gospodarstw na rynku pierwotnym, niż wtórnym. Ponadto stwierdzono, co stanowi wyjątek, brak zależności między oceną wystarczalności dochodów, dochodów z obligacji i lokat bankowych, a zamiarem sprzedaży złota w najbliższej przyszłości. Również brak związków odnotowano między dochodami z obligacji i funduszy inwestycyjnych, a sprzedażą złota.

Motywacja sprzedaży czy zamiaru sprzedaży złota wynikała ze względów natury ekonomicznej lub pozaekonomicznej. Jednakże w obu przypadkach prowadziła do

pozyskania gotówki przez gospodarstwa domowe na potrzeby konsumpcyjne lub regulowanie zobowiązań pieniężnych (np. spłaty rat kredytów), a nawet na powtórny zakup złota, co uczyniło prawie 19 procent badanych. Zróżnicowana korelacja w przedziale współczynników kontyngencji bliższych zeru (0,1478-0,5524) między sytuacją materialną, a decyzjami dotyczącymi zakupu i zamiaru zakupu złota wskazuje, że złoto nie jest już domeną wyłącznie zamożnych gospodarstw domowych. Potwierdza to dość wysoki udział gospodarstw domowych o niekorzystnym statusie materialnym w grupie nabywców (39%), jak i przyszłych nabywców (36%) złota. Poza tym, tylko co piąte gospodarstwo wśród nabywców, jak i wśród przyszłych nabywców nie posiadało zobowiązań z tytułu zaciągniętych kredytów bankowych lub/i pożyczek lombardowych.

Ponieważ w zachowaniach konsumentów nic nie dzieje się bez przyczyny, to zdaniem autora wpływ na postawy gospodarstw na rynku złota miały m. in. krajowe ceny złota. W badanym okresie ich poziom odbiegał od notowań światowych – **tabela 71, 73**. Jednym z jej czynników była wysoka podaż i sprzedaż złota na rynku wtórnym. Niemal dwie trzecie badanych gospodarstw domowych dokonało sprzedaży złota, w tym, co drugie ze względu na złą sytuację ekonomiczną. Natomiast wśród (43%) gospodarstw planujących sprzedaż złota w przyszłości, aż trzy czwarte uznało, że to uczyni również z powodu niekorzystnej sytuacji ekonomicznej. Wykazano również, że uwarunkowania demograficzno-społeczne obejmujące takie cechy respondentów jak płeć, wiek, wykształcenie, status zawodowy i wielkość miejscowości zamieszkania wywierały istotny, a zarazem zróżnicowany wpływ na podejmowane decyzje dotyczące zakupów, sprzedaży i tezauryzacji złota.

Tabela 71. Cena złota w Polsce według średniego kursu dolara w NBP i średniej ceny uncji złota na świecie w latach 2001–2005*

Lata	Cena średnia uncji złota na giełdzie N.Y. (Usd)	Cena średnia dolara w NBP (Pln)	Cena średnia uncji złota (Pln)	Cena 1 grama czystego złota (Pln)	Cena 1 grama złota w przeliczeniu na próbę 585 (Pln)
2001	275,05	4,0939	1126,02	36,20	21,19
2002	313,72	4,0795	1279,82	41,14	24,09
2003	369,37	3,8889	1436,44	46,18	27,04
2004	405,95	3,6540	1483,34	47,69	27,92
2005	475,65	3,2348	1538,63	49,46	28,96

* 1 uncja = 31,10350g złota próby 999,9 = 1 oz.

Źródło: opracowanie własne na podstawie giełdy N. Jork, kurs walut w NBP.

Jedynym, wtórnym źródłem o charakterze urzędowym cen złota w Polsce są notowania opublikowane każdego roku przez Główny Urząd Statystyczny, które dotyczą przeciętnej ceny detalicznej 1 grama obrączek – **tabela 72**.

Tabela 72. Złoto według przeciętnej ceny detalicznej w Polsce w latach 2001–2005* (w PLN)

Lata	Cena (PLN)
2001	59,75
2002	60,99
2003	63,56
2004	67,12
2005	69,13
* 1 gram złota w obrączkach według próby 14k-585/1000.	

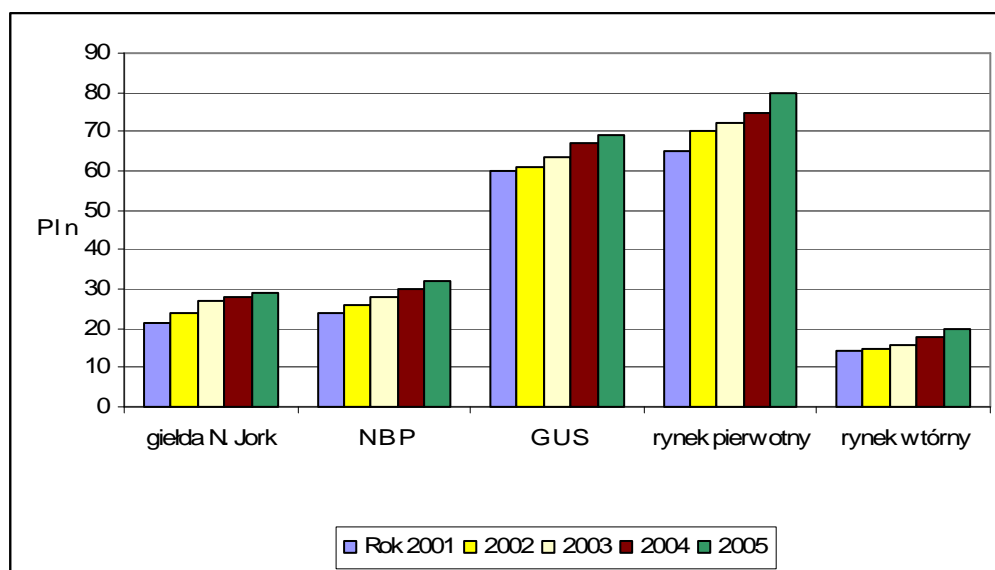
Źródło: opracowanie własne na podstawie Rocznika Statystycznego GUS, lata 2001–2005.

Tabela 73. Złoto według średniej ceny na świecie i w Polsce w latach 2001–2005* (w PLN)

Lata	Według notowań giełdy N.Y.	Według notowań w NBP	Według danych GUS**	Rynek krajowy pierwotny	Rynek krajowy wtórny
2001	21,19	24	59,75	65	14
2002	24,09	26	60,99	70	15
2003	27,04	28	63,56	72	16
2004	27,92	30	67,12	75	18
2005	28,96	32	69,13	80	20
* według 1 grama złota próby 14k-585/1000					
** według 1 grama w obrączkach na rynku pierwotnym, próba 14k-585/1000.					

Źródło: opracowanie własne na podstawie: giełda towarowa Nowy Jork, NBP, GUS, materiały archiwalne autora.

Wykres 180. Złoto według średniej ceny na świecie i w Polsce w latach 2001–2005



Źródło: opracowanie własne na podstawie tabeli 73.

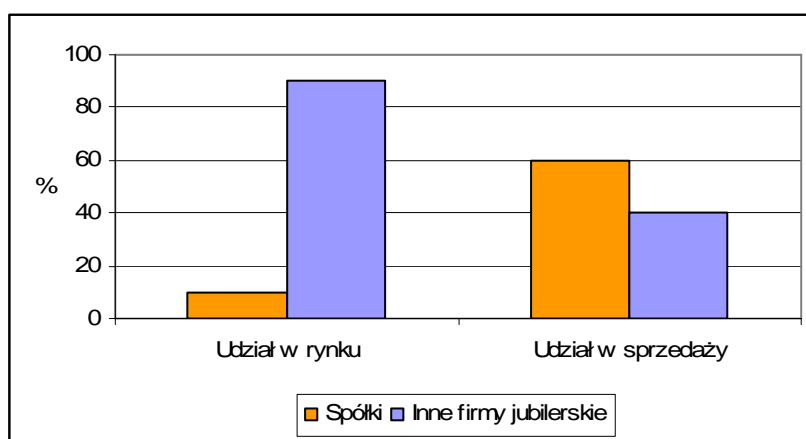
Istnienie rynku wtórnego złota jest konsekwencją bezterminowej użyteczności (trwałości) kruszcu złota. Sprzedaż złota dokonywana przez osoby fizyczne z reguły występuje wtedy, kiedy ujawnia się popyt na inne dobra konsumpcyjne (niezwiązane z metalami szlachetnymi) i stan ten prowadzi do rozwoju innych rynków dóbr. Zakupy złota dokonywane przez osoby fizyczne w obszarze tego rynku powodują, że pozytywnym zjawiskiem jest brak zmian w jego bilansie ilościowym w poszczególnych gospodarstwach domowych, a niekorzystnym – malejąca wymiana (lub jej brak) w obszarze rynku pierwotnego, hamująca rozwój branży jubilerskiej.

Rynek złota należy do tzw. płytkich oraz charakteryzuje go duża płynność. Od lat produkcja złota nie nadąża za zgłaszanym światowym popytem. Z drugiej strony, jeśli założyć zgodnie z wynikami badania, że znaczny odsetek gospodarstw domowych będzie nadal ograniczał zakupy złota w sieci handlowej, to sytuacja ta może doprowadzić w następnych latach do likwidacji wielu firm jubilerskich handlowych i usługowych, zwłaszcza małych, często o rodzinnych tradycjach. To, które sklepy zostaną zamknięte i jak szybko, będzie zależało bardziej od socjologii niż od technologii, człowiek jest bowiem zwierzęciem stadnym i wykonuje wiele wspólnie z innymi ludźmi. Zakupy w supermarketach – traktowane jako rozrywka – stanowią coraz większą konkurencję dla sprzedaży złota w małych sklepach lub drogą internetową⁶.

⁶ L. C. Thurow, *Powiększanie bogactwa. Nowe reguły gry w gospodarce oparte na wiedzy*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006, s. 123–132.

Według danych statystycznych, dotyczących stanu na dzień 31 grudnia 2005 roku, na terenie całego kraju było około 2640 firm handlowych prowadzących sprzedaż biżuterii z metali szlachetnych oraz 4348 zakładów produkcyjnych i usługowych⁷. Wśród firm handlowych dominowały trzy firmy jubilerskie (spółki) – prowadzące działalność w ponad 200 sklepach łącznie na terenie kraju – posiadające udział w sieci około 10%, natomiast udział w sprzedaży (według danych szacunkowych) kształtował się na poziomie niemal 60%. W tej sytuacji, mimo że udział małych i średnich firm w sieci handlowej wynosił ponad 90%, to działając pojedynczo i w rozproszeniu, przy 40% udziału sprzedaży, mają one zawsze ograniczone możliwości na przetrwanie okresów dekonjunktury na rynku jubilerskim.

Wykres 181. Udział podmiotów jubilerskich na rynku złota według stanu na 31.12. 2005 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych uzyskanych z GUS Departament Informacji oraz www.stat.gov.pl/Klasyfikacje/www/com.gus, 05.10.2009.

Złoto utożsamiane od wieków z wyjątkowo bezpiecznym nośnikiem bogactwa nie jest w obecnych czasach pierwszorzędowym środkiem lokaty i skarżenia. Jest dobrem konsumpcyjnym, które można kupić i sprzedać jak każdy inny towar. Ma swoją cenę, którą określa rynek. W ocenie autora pracy sytuacja ta świadczy o osłabieniu funkcji tezauryzacyjnej złota, na którą niewątpliwie wpływ miały alternatywne możliwości inwestycyjne, które otworzyły się w Polsce po roku dziewięćdziesiątym na rynku finansowym.

⁷ Dane o ilości podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w Polsce w rejestrze Regon według klasyfikacji PKD i stanu na 31.12.2005, GUS-Departament Informacji, Centralne Informatorium Statystyczne, PKD 2005 47.72.Z–52.48.C, 32.12.Z–33.50 i 36.22.Z.

Część gospodarstw domowych zamierzających dokonać zakupu złota i będących w trudnej sytuacji materialnej realizuje swoje potrzeby z środków pochodzących z kredytów lub pożyczek. Potwierdziło to badanie. Dzisiaj wiele placówek jubilerskich w kraju oferuje potencjalnym klientom ratalne zakupy, które mają często wymiar okazjonalny (na przykład zakup obrączek ślubnych, pierścionka zaręczynowego, wyrobów o charakterze kultu religijnego itd.) lub wynikają z chęci zysku z przyszłej sprzedaży, albo mogą być efektem snobizmu.

Aby zwiększyć społeczne zainteresowanie walorami inwestycyjnymi oraz kolekcjonerskimi złota należy stworzyć warunki jego zakupu. Od lat na całym świecie podaż złota w formie biżuterii przewyższa zgłaszany popyt. Wyjątek stanowi popyt na złoto kolekcjonerskie. W Polsce koniunktury tej nie dostrzega bank centralny jako główny dysponent kruszcu złota. Na rynku pierwotnym brakuje złotych monet i medali okolicznościowych oraz złota inwestycyjnego o zróżnicowanej masie sprzedaży.

Bank prezentuje każdego dnia notowania złota wyznaczając w ten sposób jego wartość rynkową, utożsamianą z ceną urzędową. Oznacza to, że instytucja ta gwarantuje skup złota od podmiotów deklarujących jego sprzedaż. W rzeczywistości działalność banku sprowadza się głównie do roli informacyjnej. Warunkiem skupu monet i sztabek w centrali banku (w ograniczonych ilościach) jest ich stan menniczny⁸. Na terenie kraju brakuje oddziałów umożliwiających skup złota od osób fizycznych i podmiotów gospodarczych. Dlatego tak ważnym elementem wymiany dla metali szlachetnych jest rynek wtórny, na którym funkcjonują wszystkie zainteresowane podmioty. Rangę tego rynku potwierdziło badanie; wyższy odsetek stanowiły gospodarstwa, które sprzedały złoto w stosunku do gospodarstw, które je kupiły.

Dotychczasowa rola państwa w zakresie obrotu metalami szlachetnymi ogranicza się wyłącznie do sprawowania kontroli wytworzonych wyrobów w zakresie Prawa Probierczego⁹, czyli pieczy nad rzeczywistą zawartością czystego metalu w danym stopie złota dopuszczonego do obrotu. W wielu krajach Unii Europejskiej obowiązuje tzw. deklaracja producenta stanowiąca warunek dopuszczenia wyrobu do obrotu. W Polsce nie przygotowano jak dotąd żadnego projektu zmian.

⁸ Stan menniczny dotyczy monet i sztabek złotych, które nigdy nie były używane jako środek płatniczy i nie noszą żadnych śladów użytkowania. NBP nie dokonuje również skupu tzw. złomu złota, czyli wyrobów niekompletnych (przyp. autora).

⁹ Ustawa z dnia 29.08.2003 roku o zmianie Ustawy – Prawo Probiercze.

Znacząca masa złota pozostaje z pewnością nadal w aktywach polskiego społeczeństwa. Mimo, że metal ten jest współcześnie zwyczajnym towarem rynkowym, pozostaje nadal ważną pozycją w zawartości domowych sejfów. W znacznej mierze stanowi pozostałość rodową, a część pochodzi z lat siedemdziesiątych, a więc okresu, kiedy konsumpcja nie miała pokrycia w realnym dochodzie narodowym, a społeczeństwo żyło na kredyt. I chociaż proces skarbienia utożsamiany jest z gromadzeniem znacznych ilości pieniądza wyłączonych z obiegu, to jest on szkodliwy dla krajów niestabilnych ekonomicznie. Pozytywną jednak jego stroną jest to, że w społeczeństwach, w których się dokonuje, wszelkie przychody z wykonywanej pracy umożliwiają jego realizację. Świadczy również o rosnącym poziomie materialnym życia społeczeństwa, przy czym zdeponowane oszczędności nie wpływają ujemnie na prawidłowy rozwój gospodarki¹⁰.

* * *

Przeprowadzone badania empiryczne na cele niniejszej pracy niewątpliwie nie dotyczą całokształtu postaw konsumentów na rynku złota i związanych z nimi relacji. Stosownie do podjętej, wielowątkowej problematyki badawczej, starano się przedstawić końcowe wnioski w sposób możliwie wyczerpujący, oddając charakter współczesnego rynku złota w Polsce.

Uzupełnieniem przeprowadzonych w prezentowanej rozprawie prac badawczych byłyby badania z zastosowaniem metod ilościowych.

¹⁰ Przeprowadzone w 2003 roku badania w Niemczech w zakresie tezauryzacji złota i dzieł sztuki wykazały, że „zdrowe ekonomicznie” społeczeństwa powinny inwestować w te dobra minimum 10% swoich dochodów w skali roku i standard ten powinien stanowić o poziomie społecznego dobrobytu. Na podstawie <http://www.gazeta.pl/gospodarka> z dnia 21.04.2005, dane Niemieckiego Instytutu Badań Gospodarczych DIW Berlin.

Źródła

- Chłopecki A., *Podstawowe typy funduszy inwestycyjnych*, „Rzeczpospolita” z 28 lipca 1995.
- Dworniak M., *Fundusze inwestycyjne w USA*, „Rzeczpospolita” z 6 listopada 1996.
- Dziennik „Życie Warszawy” z 14 listopada 2003.
- DzU Nr 27, poz. 268, z późn. zm. Nr 46, poz. 438; Nr 155, poz. 1290; Nr 216, poz. 1828.
- DzU Nr 27, poz. 268, zm. 46, poz.438, Nr 155, poz.1290, Nr 216, poz.1828.
- E. Grochala-Włodek, *Czarny rynek złota*, Gazeta Prawna, nr 237, 09.12.2002.
- *Etyczne aspekty bogacenia się i ubóstwa*: materiały z konferencji naukowej organizowanej przez Katedrę Filozofii Akademii Ekonomicznej w Krakowie (Kraków 23, 24 listopada 2001 r.) pod red. Adama Węgrzyckiego, Kraków 2001.
- Ferguson N., *Jajo z Wall Street*, Niezbędnik Inteligenta, “Polityka”, 21.02.09, wyd.17, nr 8.
- Giełda London Gold Fixing, notowania z 12.02.2009.
- Giełda London Gold Fixing, notowania z 24.10.2008.
- Giełda Nowy Jork, notowania z 04.11.2009.
- GUS-Departament Informacji, Centralne Informatorium Statystyczne, PKD 2005 47.72.Z-52.48.C, 32.12.Z-33.50 i 36.22.Z.
- http://www.wikipedia.org/wiki/Segmentacja_rynku, 16.07.2008.
- <http://www.bezrobocie.org.pl>, 02.10.2007.
- Informacje i Opracowania Statystyczne, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2004.
- Miesięcznik „Polski Jubiler” z 10.09.2009.
- Miesięcznik „Zegarki i Bizuteria” z 12.04.2009.
- Międzynarodowy Fundusz Walutowy, *World Economic Outlook Database*, April 2005.
- *Prognoza demograficzna na lata 2003 – 2030*, w: Informacje i Opracowania Statystyczne, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2004.
- *Rocznik Statystyczny RP 2001*, GUS, Warszawa 2002.

- *Rocznik Statystyczny RP 2002*, GUS, Warszawa 2003.
- *Rocznik Statystyczny RP 2003*, GUS, Warszawa 2004.
- *Rocznik Statystyczny RP 2004*, GUS, Warszawa 2005.
- *Rocznik Statystyczny RP 2005*, GUS, Warszawa 2006.
- *Rocznik Statystyczny RP 2006*, GUS, Warszawa 2007.
- *Rocznik Statystyczny RP 2007*, GUS, Warszawa 2008.
- *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2001r.*, GUS, Warszawa 2002.
- *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2002r.*, GUS, Warszawa 2003.
- *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2003r.*, GUS, Warszawa 2004.
- *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2004r.*, GUS, Warszawa 2005.
- *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2005r.*, GUS, Warszawa 2006.
- *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2006r.*, GUS, Warszawa 2007.
- *Sytuacja bytowa gospodarstw domowych w 2007r.*, GUS, Warszawa 2008.
- Ustawa z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, DzU z 1988 r., Nr 41, poz. 324 z późn. zmianami.
- Ustawa z dnia 23 grudnia 1988 r. o działalności gospodarczej, DzU z 1988 r., nr 41, poz. 324 z późn. zmianami.
- Walczak A., *Dochody i warunki życia Polaków w 2005r.*, na podstawie przeprowadzonego przez GUS reprezentacyjnego badania ankietowego gospodarstw domowych według stanu na pierwszą połowę 2005 roku. Badanie realizowane z inicjatywy biura statystycznego Unii Europejskiej – Eurostat pod nazwą EU-STLC. Na podstawie www.egospodarka.pl, 07.04.2009.
- *World Economic Outlook Database*, April 2005.
- www.kghm.pl, 23.06.2009.
- Zieliński R., *Tablice statystyczne*, Wydawnictwo PWN, Warszawa 1972.
- *Życie Warszawy*, 14 listopad 2003.

Bibliografia

- *Analiza rynku*, praca zbiorowa pod red. H. Mruka, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.
- Antonides G., Van Raaij W. F., *Zachowanie konsumenta*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003.
- Antoszkiewicz J., *Metody heurystyczne. Twórcze rozwiązywanie problemów*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1990.
- *Badania rynku, metody i zastosowania*, praca zbiorowa pod red. nauk. Z. Kędzior, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2005.
- Bałtowski M., Miszewski M., *Transformacja gospodarcza w Polsce*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- *Bankructwa gospodarstw domowych. Perspektywa ekonomiczna i społeczna*, red. nauk. B. Świecka, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2008.
- Bernstein P. L., *Historia złota. Dzieje obsesji*, WIG-Press, Warszawa 2003.
- Białostocki B., *Sztuka cenniejsza niż złoto*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Blaug M., *Teoria Ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.
- Bochnak A., Magaczewski J., *Dary złotnicze Kazimierza Wielkiego dla kościołów polskich*, Towarzystwo Miłośników Historii i Zabytków Krakowa, Kraków 1933.
- Borkowska B., *Mikroekonomia*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2001.
- Bowden E. V., Bowden J. H., *Ekonomia-nauka zdrowego rozsądku*, Fundacja Innowacja, Warszawa 2002.
- Bywalec Cz., *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
- Chromińska M., Roeske-Słomka I., Szuman A., *Metody statystyki opisowej*, w: Pomocnicze materiały dydaktyczne, Zeszyt nr 1, Akademia Ekonomiczna w Poznaniu, Poznań 2004.
- Chrzanowski T., Kornecki M., *Złotnictwo Toruńskie*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1988.
- Falkowski A., Tyszka T., *Psychologia zachowań konsumenckich*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006.

- Gajewski S., *Zachowanie się konsumenta a współczesny marketing*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1994.
- Garbarski L., Rutkowski I., W. Wrzosek, *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
- Garbarski L., *Zachowania nabywców*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998.
- Gide K., *Zasady Ekonomii Społecznej*, Piąte Wydanie Polskie, Wydawnictwo Poznań, Fiszer i Majewski 1914.
- Golec M., Janik B., Nowohońska H., *Wstęp do bankowości*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 1998.
- Gradowski M., *Dawne złotnictwo*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1984.
- Gutowska K., *Diagnoza funkcjonowania wiejskich gospodarstw domowych na przełomie wieków*, Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego, Warszawa 2003.
- Haffer M., *Ankieta i wywiad jako metody testowania opinii konsumentów o produktach*, w: *Testowanie opinii konsumentów*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1990.
- Hague P. N., Jackson P., *Badania rynku, zrób to sam*, Wydawnictwo Signum, 1992.
- Hilgard E. R., *Wprowadzenie do psychologii*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1967.
- *Innowacyjne usługi banku*, red. nauk. D. Korenik, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Jakóbiak W. (red. nauk.), *Gospodarka Polska u progu XXI w. Szanse i zagrożenia*, Oficyna Wydawnicza Wyższej Szkoły Handlu i Prawa im. R. Łazarskiego, Warszawa 2004.
- Janoś-Kresło M., Mróz B., *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2006.
- Kacperski K., Wiszniewski E., *Ekonomika gospodarstwa domowego*, Warszawska Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2002.
- Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe. Metody i techniki*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002.
- Kalina-Prasznik U., *Regulowana gospodarka rynkowa*, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.

- Katedra Dendrometrii, Skrypt *Statystyka analizy danych z wykorzystaniem programu Statystyka*, Wydział Leśny Akademii Rolniczej, Kraków 2005.
- Keynes J. M., *Ogólna teoria zatrudnienia, procentu i pieniądza*, Polskie Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1985.
- Kleer J., *Drogi do gospodarki rynkowej*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2003.
- *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, red. nauk. M. Janoś-Kresło, B. Mróz, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2006.
- Kordos J., *Jakość danych statystycznych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998.
- Kotler P., *Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola*, Wydawnictwo Felberg, Warszawa 1999.
- Kowalski J. M., *Podstawy statystyki opisowej dla ekonomistów*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2006.
- Kramer J., *Konsumpcja w gospodarce rynkowej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997.
- Kufel J., Mruk H., *Konsument jako instytucja ekonomiczna i prawna*, w: *Ochrona prawna konsumenta w uregulowaniach publicznoprawnych*, Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, seria I, z. 263, Poznań 1998.
- Kusińska A., *Segmentacja rynku i typologia konsumentów*, Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2009.
- Lepszy L., *Przemysł złotniczy w Polsce*, Wydawnictwo Miłośników Sztuki, Kraków 1933.
- Lubiński M., *Analiza koniunktury i badanie rynków*, Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2002.
- Morawski W., *Zarys Powszechnej Historii Pieniądza i Bankowości*, Wydawnictwo Trio, Warszawa 2002.
- Mynarski S., *Analiza rynku: problemy i metody*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1977.
- Nasiłowski N., *System rynkowy*, Wydawnictwo Key Text, Warszawa 2002.
- Nawrot W., *Globalny kryzys finansowy XXI wieku*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2009.
- Nordhaus S., *Ekonomia I*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

- O'Rourke P. J., *Adam Smith. Bogactwo Narodów. Biografia*, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza S.A., Warszawa 2009.
- Orłowski T., *Nowy leksykon ekonomiczny*, Wydawnictwo Graf – Punkt, Warszawa 1998.
- Pilch T., Bauman T., *Zasady badań pedagogicznych. Strategie ilościowe i jakościowe*, Wydawnictwo Akademickie „Żak”, Warszawa 2001.
- Piłatowska M., *Repetitorium ze statystyki*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Podolec B., Ulman P., Wałęga A., *Aktywność ekonomiczna a sytuacja materialna gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008.
- Pohorille M., *Mechanizmy i kierunki zmian w konsumpcji społeczeństwa polskiego*, w: *Systemy wartości a wzory konsumpcji społeczeństwa polskiego*, Instytut Socjologii Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 1980.
- Pysz P., *Spoleczna gospodarka rynkowa. Ordoliberalna koncepcja polityki gospodarczej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- *Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów*, praca zbiorowa pod red. nauk. E. Kieźel, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.
- Rothbard M. N., *Złoto, banki, ludzie-krótka historia pieniądza*, Fijor Publishing Chicago, Warszawa 1980.
- Rószkiewicz M., *Metody ilościowe w badaniach marketingowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2002.
- Rudnicki L., *Zachowania rynkowe nabywców, mechanizmy i uwarunkowania*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2004.
- Rudnicki L., *Zachowanie konsumentów na rynku*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000.
- *Rynkowe zachowania konsumentów*, praca zbiorowa pod red. nauk. E. Kieźel, Akademia Ekonomiczna, Katowice 2004.
- Sachs J., *Koniec z nędzą*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.
- Samek J., *Polskie złotnictwo*, Zakład Narodowy im. Ossolińskich, Wrocław 1988.
- Samuelson P. A., W. D. Nordhaus, *Ekonomia 1*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000.

- Sedillot R., *Moralna i niemoralna historia pieniądza*, Wydawnictwo W.A.B., Warszawa 2002.
- Słaby T., *Konsument i konsumpcja we współczesnej gospodarce*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2006.
- Sławińska M., Witczak H., *Podstawy metodologiczne prac doktorskich w naukach ekonomicznych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
- Smith A., *Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1954.
- Smith A., *Bogactwo narodów*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1954.
- Sobczyk M., *Statystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
- Sobiecki R., *Zarys gospodarki rynkowej*, część I, Oficyna Wydawnicza Euromark, Warszawa 1999.
- Sopoćko A., *Rynkowe instrumenty finansowe*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 2003.
- Stróżowski W., *Filozofia wartości*, Wydawnictwo Znak, Zeszyt nr 4, Warszawa 1965.
- Suchodolski B., *Rozwój nowożytnej filozofii człowieka*, Państwowe Wydawnictwo Naukowe, Warszawa 1967.
- Szczepański J., *Konsumpcja a rozwój człowieka. Wstęp do antropologicznej teorii konsumpcji*, Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1981.
- Sztompka P., *Socjologia*, Wydawnictwo Znak, 2002.
- Szwagrzyk J. A., *Pieniądz na ziemiach polskich X – XX wiek*, Wydawnictwo Ossolineum, Wrocław 1990.
- Światowy G., *Zachowania konsumentów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2006.
- Thurow L. C., *Powiększanie bogactwa. Nowe reguły gry w gospodarce oparte na wiedzy*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2006.
- Wawrzynek J., *Metody opisu i wnioskowania statystycznego*, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 2007.
- Wilczyński W., *Polski przełom ustrojowy 1989–2000. Ekonomia epoki transformacji*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2005.
- Wilczyński W., *Rynek i pieniądz u progu XXI wieku*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2000.

- Wrzosek W., *Funkcjonowanie rynku*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1998.
- Zając K., *Ekonometryczna analiza budżetów domowych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1966.
- Zalega T., *Konsumpcja w gospodarstwach domowych o niepewnych dochodach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2008.
- Zasepa R., *Metoda reprezentacyjna*, PWE, Warszawa 1972.
- Zastawniak F., *Złotnictwo i Probiernictwo*, Wydawnictwo Przemysłu Lekkiego i Spożywczego, Warszawa 1957.
- *Zmiany instytucjonalne w polskiej gospodarce rynkowej*, red. nauk. A. Noga, Wydawnictwo Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego, Warszawa 2004.
- Znanięcki F., *Zagadnienie wartości w filozofii*, w: *Pisma Filozoficzne t. 2*, Warszawa 1987.

Szanowni Państwo!

Zwracamy się z serdeczną prośbą o wypełnienie ankiety.

Ankieta jest anonimowa.

Jej wyniki pozwolą poznać aktualne tendencje na rynku złota w kraju.

Bardzo dziękujemy za poświęcony czas!

1. Czy sytuacja ekonomiczna (materialna) w Pana /i/ gospodarstwie domowym w ostatnich 5-ciu latach:

- a) uległa poprawie b) uległa pogorszeniu c) nie zauważam zmian

2. Czy miesięczne, wspólne dochody netto w Pana /i/ gospodarstwie domowym w ostatnich 5 latach były:

- a) wystarczające b) niewystarczające

3. Czy Pana /i/ gospodarstwo domowe korzystało z dodatkowych (innych) źródeł dochodów w ostatnich 5-ciu latach, np.

- a) kredyt bankowy, pożyczka lombardowa
b) obligacje
c) fundusze inwestycyjne
d) lokaty bankowe i inne

Uwaga! W pytaniu tym można zakreślić więcej aniżeli 1 odpowiedź!

4. Czy w ostatnim roku kupił Pan/i/ złoto na potrzeby wspólnego gospodarstwa domowego?

- a) tak b) nie

5. Czy w ostatnim roku sprzedał Pan/i/ złoto w ramach wspólnego gospodarstwa?

- a) tak b) nie

6. Jaka ilość złota sprzedał Pana/i/ w ostatnim roku?

- a) mniej niż 10 gram? b) 10-20g
c) 21-50g d) więcej, aniżeli 50g

7. Jaka była główna przyczyna sprzedaży złota?

- a) niemodne b) zła sytuacja materialna (ekonomiczna) rodziny
c) niska wartość złota

8. Czy napotkał Pan/i/ problemy ze sprzedażą złota na rynku?

- a) sprzedałem /am/ bez problemu
b) wystąpiły problemy wynikające z braku chętnych do jego zakupu (popytu)

9. Czy zamierza-planuje Pan/i/ w najbliższej przyszłości sprzedać złoto rodzinie?

- a) tak b) nie c) nie wiem

10. Jaką ilość złota zamierza-planuje Pan/i/ sprzedać w najbliższej przyszłości?

- a) mniej niż 10 gram b) 11-20 gram
c) 21-50 gram d) więcej, aniżeli 50 gram

11. Co zdaniem Pana/i/ może stanowić główny powód przyszłej sprzedaży złota?

- a) niemodne b) zła sytuacja materialna rodziny
c) niska wartość złota

12. Czy zamierza-planuje Pan/i/ dokonać zakupu złota (w jakiegokolwiek formie) w najbliższej przyszłości na potrzeby swoje lub rodziny?

- a) tak b) nie

13. Jak ocenia Pan/i/ zasadność lokowania własnych oszczędności pieniężnych w złoto?

- a) bardzo dobra, lokuję
b) nigdy nie lokowałem /am/
c) niska wartość złota (lokaty)
d) nie mam zdania

14. Pana /i/ płeć:

- a) mężczyzna b) kobieta

15. Pana /i/ wiek :

- a) 18-25 lat b) 26-45 lat c) 46-60 lat d) 61 i więcej

16. Posiadane wykształcenie:

- a) podstawowe b) zawodowe c) średnie d) wyższe

17. Jaki jest Pana/i/ status zawodowy:

- a) osoba bezrobotna
b) emeryt, rencista
c) sektor prywatny, w tym działalność gospodarcza i rolnictwo
d) pracownik sfery budżetowej

18. Miejsce zamieszkania:

- a) mniej niż 10.000 mieszkańców
b) 10.000 – 50.000 mieszkańców
c) 50.001 – 100.000 mieszkańców
d) więcej, aniżeli 100.000 mieszkańców

Serdecznie dziękujemy za poświęcony czas i wypełnienie ankiety.
Prosimy o sprawdzenie udzielonych odpowiedzi na wszystkie pytania.



Spis tabel

Tabela 1. Próba a populacja generalna według wieku (średnia populacji 2004 i 2005).....	14
Tabela 2. Test t dla prób niezależnych względem zmiennych.....	14
Tabela 3. Charakterystyka respondentów według cech demograficzno-społecznych.....	16
Tabela 4. Badanie testu normalności.....	18
Tabela 5. Konsumenci według czynników kształtujących ich zachowania.....	29
Tabela 6. Podstawowe kryteria wyodrębniania rodzaju rynków.....	54
Tabela 7. Gospodarstwa domowe według oceny sytuacji ekonomicznej i cech demograficzno-społecznych respondentów w latach 2001–2005.....	74
Tabela 8. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między sytuacją ekonomiczną gospodarstw domowych a cechami demograficzno-społecznymi respondentów	78
Tabela 9. Gospodarstwa domowe według oceny sytuacji ekonomicznej w świetle badań GUS w latach 2000, 2002, 2003 oraz badania własnego obejmującego lata 2001–2005.....	80
Tabela 10. Gospodarstwa domowe według oceny wystarczalności dochodów i cech demograficzno-społecznych respondentów w latach 2001–2005.....	83
Tabela 11. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a cechami demograficzno-społecznymi respondentów.....	87
Tabela 12. Gospodarstwa domowe według oceny wystarczalności dochodów i sytuacji ekonomicznej w latach 2001–2005.....	88
Tabela 13. Gospodarstwa domowe według dodatkowych źródeł dochodów w latach 2001-2005.....	91
Tabela 14. Gospodarstwa domowe według dodatkowych źródeł dochodów i cech demograficzno-społecznych respondentów w latach 2001–2005.....	92
Tabela 15. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między płcią respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych.	97

Tabela 16. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między wiekiem respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych	98
Tabela 17. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między wykształceniem respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych.....	99
Tabela 18. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między statusem zawodowym respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych.	99
Tabela 19. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między miejscem zamieszkania respondentów a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych.....	100
Tabela 20. Gospodarstwa domowe według zakupów złota oraz cech demograficzno-społecznych respondentów.....	104
Tabela 21. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zakupami złota a cechami demograficzno-społecznymi respondentów.....	108
Tabela 22. Gospodarstwa domowe według zamiaru zakupu złota oraz cech demograficzno-społecznych respondentów.....	110
Tabela 23. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem zakupu złota a cechami demograficzno-społecznymi respondentów.	113
Tabela 24. Nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej gospodarstw domowych i cech demograficzno-społecznych.....	115
Tabela 25. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych a dokonanymi zakupami złota według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	124
Tabela 26. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a dokonanymi i niedokonanymi zakupami złota według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	126
Tabela 27. Zamiar zakupu złota a sytuacja materialna gospodarstw domowych według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	129
Tabela 28. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej a zamiarem zakupu złota według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	136

Tabela 29. Wartości statystyki chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a zamiarem zakupu złota według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	139
Tabela 30. Dokonane zakupy złota a inne źródła dochodów gospodarstw według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	141
Tabela 31. Zamiar zakupu złota a inne źródła dochodów gospodarstw według cech demograficzno-społecznych respondentów	147
Tabela 32. Współczynniki kontyngencji C Pearsona między zakupami złota dokonanymi i zamiarem zakupu a innymi źródłami dochodów	152
Tabela 33. Respondenci według udziału procentowego w zakupach złota planowanych i dokonanych oraz cech demograficzno-społecznych.....	154
Tabela 34. Planowane zakupy złota w świetle dokonanych według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	158
Tabela 35. Planowane zakupy złota w świetle niedokonanych według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	161
Tabela 36. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zakupami złota dokonanymi a planowanymi według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	166
Tabela 37. Gospodarstwa domowe według dokonanej i niedokonanej sprzedaży złota na rynku wtórnym oraz cech demograficzno-społecznych respondentów.....	174
Tabela 38. Gospodarstwa domowe według masy sprzedaży złota oraz cech demograficzno-społecznych respondentów.....	178
Tabela 39. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między sprzedażą złota a cechami demograficzno-społecznymi respondentów.....	182
Tabela 40. Gospodarstwa domowe według zamiaru sprzedaży złota i cech demograficzno-społecznych respondentów.....	184
Tabela 41. Gospodarstwa domowe według planowanej masy sprzedaży złota oraz cech demograficzno-społecznych.....	189

Tabela 42. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem sprzedaży złota a cechami demograficzno-społecznymi respondentów.....	195
Tabela 43. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem sprzedaży złota według masy a cechami demograficzno-społecznymi respondentów.....	196
Tabela 44. Sprzedawcy złota na rynku wtórnym według oceny sytuacji ekonomicznej i cech demograficzno-społecznych.....	197
Tabela 45. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej gospodarstw domowych a sprzedażą złota według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	202
Tabela 46. Sprzedawcy złota na rynku wtórnym według oceny wystarczalności dochodów oraz cech demograficzno-społecznych.....	204
Tabela 47. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów gospodarstw domowych a sprzedażą złota według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	209
Tabela 48. Przyszli sprzedawcy złota na rynku wtórnym a sytuacja ekonomiczna gospodarstw domowych według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	210
Tabela 49. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną sytuacji ekonomicznej a zamiarem sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	216
Tabela 50. Przyszli sprzedawcy złota na rynku wtórnym według oceny dochodów i cech demograficzno-społecznych.....	218
Tabela 51. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną wystarczalności dochodów a zamiarem sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	222
Tabela 52. Sprzedawcy złota na rynku wtórnym według dodatkowych źródeł dochodów oraz cech demograficzno-społecznych.....	223
Tabela 53. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między sprzedażą złota na rynku wtórnym a innymi źródłami dochodów.....	230
Tabela 54. Przyszli sprzedawcy złota na rynku wtórnym a dodatkowe źródła dochodów według cech demograficzno-społecznych.....	231

Tabela 55. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między zamiarem sprzedaży złota na rynku wtórnym a dodatkowymi źródłami dochodów gospodarstw domowych.....	237
Tabela 56. Zamiar sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe w świetle sprzedaży dokonanej oraz cech demograficzno-społecznych respondentów.....	238
Tabela 57. Zamiar sprzedaży złota przez gospodarstwa domowe w świetle sprzedaży niedokonanej oraz cech demograficzno-społecznych respondentów.....	243
Tabela 58. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między dokonaną sprzedażą złota a zamiarem sprzedaży według cech demograficzno-społecznych respondentów.....	248
Tabela 59. Gospodarstwa domowe według przyczyn dokonanej sprzedaży złota i cech demograficzno-społecznych respondentów.....	251
Tabela 60. Gospodarstwa domowe według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i cech demograficzno-społecznych respondentów.....	257
Tabela 61. Gospodarstwa domowe według problemu ze sprzedażą złota i cech demograficzno-społecznych respondentów.....	262
Tabela 62. Gospodarstwa domowe według oceny zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto i cech demograficzno-społecznych respondentów.....	278
Tabela 63. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto a cechami demograficzno-społecznymi respondentów.....	285
Tabela 64. Inwestorzy według zakupów złota oraz cech demograficzno-społecznych respondentów.....	286
Tabela 65. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota oraz cech demograficzno-społecznych.....	289
Tabela 66. Ocena zasadności lokowania w złoto oszczędności pieniężnych według zakupów i sprzedaży złota.....	293
Tabela 67. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej oraz cech demograficzno-społecznych.....	294
Tabela 68. Inwestorzy według oceny wystarczalności dochodów oraz cech demograficzno-społecznych.....	300
Tabela 69. Dodatkowe źródła dochodów inwestorów według cech demograficzno-społecznych.....	304

Tabela 70. Test chi-kwadrat i współczynniki kontyngencji C Pearsona między oceną zasadności lokowania w złoto oszczędności pieniężnych a oceną sytuacji materialnej gospodarstw domowych.....311

Tabela 71. Cena złota w Polsce według średniego kursu dolara w NBP i średniej ceny uncji złota na świecie w latach 2001–2005.....333

Tabela 72. Złoto według przeciętnej ceny detalicznej w Polsce w latach 2001–2005.....334

Tabela 73. Złoto według średniej ceny na świecie i w Polsce w latach 2001–2005.....334

Spis wykresów

Wykres 1. Układ graficzny testu.....	15
Wykres 2. Respondenci według cech demograficzno-społecznych.....	16
Wykres 3. Struktura geograficzna popytu na złoto w 2005 roku.....	68
Wykres 4. Struktura rodzajowa popytu na złoto w 2005 roku.....	68
Wykres 5. Struktura geograficzna podaży złota w 2005 roku.....	69
Wykres 6. Uncja czystego złota według ceny maksymalnej w latach 1980–2009.....	70
Wykres 7. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i płci.....	75
Wykres 8. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku.....	76
Wykres 9. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia.....	76
Wykres 10. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego.....	77
Wykres 11. Respondenci według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania.....	78
Wykres 12. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i płci...	84
Wykres 13. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i wieku.....	84
Wykres 14. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i wykształcenia.....	85
Wykres 15. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i statusu zawodowego.....	86
Wykres 16. Respondenci według oceny wystarczalności dochodów i miejsca zamieszkania.....	86
Wykres 17. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i płci.....	93
Wykres 18. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i wieku...	93
Wykres 19. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia.....	94

Wykres 20. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego.....	95
Wykres 21. Respondenci według dodatkowych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania.....	96
Wykres 22. Zakupy złota dokonane i niedokonane według płci respondentów.....	105
Wykres 23. Zakupy złota dokonane i niedokonane według wieku respondentów.....	105
Wykres 24. Zakupy złota dokonane i niedokonane według wykształcenia respondentów.....	106
Wykres 25. Zakupy złota dokonane i niedokonane według statusu zawodowego respondentów.....	107
Wykres 26. Zakupy złota dokonane i niedokonane według miejsca zamieszkania respondentów.....	107
Wykres 27. Zamiar zakupu złota według płci respondentów.....	110
Wykres 28. Zamiar zakupu złota według wieku respondentów.....	111
Wykres 29. Zamiar zakupu złota według wykształcenia respondentów.....	111
Wykres 30. Zamiar zakupu złota według statusu zawodowego respondentów.....	112
Wykres 31. Zamiar zakupu złota według miejsca zamieszkania respondentów.....	112
Wykres 32. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej	116
Wykres 33. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz płci.....	117
Wykres 34. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz wieku.....	119
Wykres 35. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz wykształcenia.....	120
Wykres 36. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz statusu zawodowego.....	121
Wykres 37. Nabywcy złota według oceny dochodów i sytuacji ekonomicznej oraz miejsca zamieszkania.....	123

Wykres 38. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej.....	128
Wykres 39. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i płci.....	130
Wykres 40. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i wieku.....	132
Wykres 41. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i wykształcenia.....	133
Wykres 42. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i statusu zawodowego.....	134
Wykres 43. Przyszli nabywcy złota według oceny sytuacji materialnej i miejsca zamieszkania.....	135
Wykres 44. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów.....	142
Wykres 45. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i płci.....	142
Wykres 46. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i wieku.....	143
Wykres 47. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i wykształcenia.....	144
Wykres 48. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i statusu zawodowego.....	145
Wykres 49. Nabywcy złota według innych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania.....	146
Wykres 50. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów.....	148
Wykres 51. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów i płci.....	148
Wykres 52. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów i wieku.....	149
Wykres 53. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów i wykształcenia.....	150
Wykres 54. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów i statusu zawodowego.....	151
Wykres 55. Przyszli nabywcy złota według innych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania.....	152

Wykres 56. Zakupy złota dokonane i planowane według płci respondentów.....	155
Wykres 57. Zakupy złota dokonane i planowane według wieku respondentów.....	155
Wykres 58. Zakupy złota dokonane i planowane według wykształcenia respondentów.....	156
Wykres 59. Zakupy złota dokonane i planowane według statusu zawodowego respondentów.....	156
Wykres 60. Zakupy złota dokonane i planowane według miejsca zamieszkania respondentów.....	157
Wykres 61. Planowane zakupy złota według płci respondentów.....	158
Wykres 62. Planowane zakupy złota według wieku respondentów.....	159
Wykres 63. Planowane zakupy złota według wykształcenia respondentów.....	159
Wykres 64. Planowane zakupy złota według statusu zawodowego respondentów.....	160
Wykres 65. Planowane zakupy złota według miejsca zamieszkania respondentów.....	160
Wykres 66. Planowane zakupy złota według płci respondentów.....	162
Wykres 67. Planowane zakupy złota według wieku respondentów.....	162
Wykres 68. Planowane zakupy złota według wykształcenia respondentów.....	163
Wykres 69. Planowane zakupy złota według statusu zawodowego respondentów.....	163
Wykres 70. Planowane zakupy złota według miejsca zamieszkania respondentów.....	164
Wykres 71. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według płci respondentów.....	175
Wykres 72. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według wieku respondentów.....	175
Wykres 73. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według wykształcenia respondentów.....	176

Wykres 74. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według statusu zawodowego respondentów.....	177
Wykres 75. Dokonana i niedokonana sprzedaż złota według miejsca zamieszkania respondentów.....	177
Wykres 76. Sprzedaż złota według masy i płci respondentów.....	179
Wykres 77. Sprzedaż złota według masy i wieku respondentów.....	180
Wykres 78. Sprzedaż złota według masy i wykształcenia respondentów.....	181
Wykres 79. Sprzedaż złota według masy i statusu zawodowego respondentów.....	181
Wykres 80. Sprzedaż złota według masy i miejsca zamieszkania respondentów.....	182
Wykres 81. Gospodarstwa domowe według zamiaru sprzedaży złota.....	184
Wykres 82. Zamiar sprzedaży złota według płci respondentów.....	185
Wykres 83. Zamiar sprzedaży złota według wieku respondentów.....	185
Wykres 84. Zamiar sprzedaży złota według wykształcenia respondentów.....	186
Wykres 85. Zamiar sprzedaży złota według statusu zawodowego respondentów.....	187
Wykres 86. Zamiar sprzedaży złota według miejsca zamieszkania respondentów.....	188
Wykres 87. Przyszli sprzedawcy masy złota według płci.....	189
Wykres 88. Przyszli sprzedawcy masy złota według wieku.....	191
Wykres 89. Przyszli sprzedawcy masy złota według wykształcenia.....	192
Wykres 90. Przyszli sprzedawcy masy złota według statusu zawodowego.....	193
Wykres 91. Przyszli sprzedawcy masy złota według miejsca zamieszkania.....	194
Wykres 92. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i płci.....	197

Wykres 93. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku.....	198
Wykres 94. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia.....	199
Wykres 95. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego.....	200
Wykres 96. Sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania.....	201
Wykres 97. Sprzedawcy złota według oceny wystarczalności dochodów i płci.....	204
Wykres 98. Sprzedawcy złota według oceny wystarczalności dochodów i wieku.....	205
Wykres 99. Sprzedawcy złota według oceny wystarczalności dochodów i wykształcenia.....	206
Wykres 100. Sprzedawcy złota według oceny wystarczalności dochodów i statusu zawodowego.....	207
Wykres 101. Sprzedawcy złota według oceny wystarczalności dochodów i miejsca zamieszkania.....	207
Wykres 102. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i płci.....	211
Wykres 103. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku.....	212
Wykres 104. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia.....	213
Wykres 105. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego.....	214
Wykres 106. Przyszli sprzedawcy złota według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania.....	214
Wykres 107. Przyszli sprzedawcy złota według oceny dochodów i płci.....	218
Wykres 108. Przyszli sprzedawcy złota według oceny dochodów i wieku.....	219
Wykres 109. Przyszli sprzedawcy złota według oceny dochodów i wykształcenia.....	219

Wykres 110. Przyszli sprzedawcy złota według oceny dochodów i statusu zawodowego.....	220
Wykres 111. Przyszli sprzedawcy złota według oceny dochodów i miejsca zamieszkania.....	220
Wykres 112. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i płci.....	224
Wykres 113. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i wieku.....	225
Wykres 114. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia.....	227
Wykres 115. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego.....	228
Wykres 116. Sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania.....	229
Wykres 117. Przyszli sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i płci.....	232
Wykres 118. Przyszli sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i wieku.....	233
Wykres 119. Przyszli sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia.....	234
Wykres 120. Przyszli sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego.....	235
Wykres 121. Przyszli sprzedawcy złota według dodatkowych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania.....	236
Wykres 122. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i płci.....	239
Wykres 123. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wieku.....	240
Wykres 124. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wykształcenia.....	240
Wykres 125. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i statusu zawodowego.....	241
Wykres 126. Sprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i miejsca zamieszkania.....	242

Wykres 127. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i płci.....	244
Wykres 128. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wieku.....	245
Wykres 129. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i wykształcenia.....	245
Wykres 130. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i statusu zawodowego.....	246
Wykres 131. Niesprzedawcy według zamiaru sprzedaży złota i miejsca zamieszkania.....	247
Wykres 132. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i płci.....	252
Wykres 133. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i wieku.....	253
Wykres 134. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i wykształcenia.....	254
Wykres 135. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i statusu zawodowego.....	255
Wykres 136. Respondenci według przyczyn sprzedaży złota i miejsca zamieszkania.....	256
Wykres 137. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i płci.....	257
Wykres 138. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i wieku.....	258
Wykres 139. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i wykształcenia.....	259
Wykres 140. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i statusu zawodowego.....	260
Wykres 141. Respondenci według przyczyn zamiaru sprzedaży złota i miejsca zamieszkania.....	261
Wykres 142. Respondenci według problemu sprzedaży złota i płci.....	263
Wykres 143. Respondenci według problemu sprzedaży złota i wieku.....	264
Wykres 144. Respondenci według problemu sprzedaży złota i wykształcenia.....	265

Wykres 145. Respondenci według problemu sprzedaży złota i statusu zawodowego.....	265
Wykres 146. Respondenci według problemu sprzedaży złota i miejsca zamieszkania.....	266
Wykres 147. Gospodarstwa domowe według oceny zasadności lokowania oszczędności pieniężnych w złoto.....	279
Wykres 148. Ocena zasadności lokat w złoto według płci respondentów.....	279
Wykres 149. Ocena zasadności lokat w złoto według wieku respondentów.....	280
Wykres 150. Ocena zasadności lokat w złoto według wykształcenia respondentów.....	282
Wykres 151. Ocena zasadności lokat w złoto według statusu zawodowego respondentów.....	283
Wykres 152. Ocena zasadności lokat w złoto według miejsca zamieszkania respondentów.....	284
Wykres 153. Inwestorzy według zakupów złota i płci.....	286
Wykres 154. Inwestorzy według zakupów złota i wieku.....	287
Wykres 155. Inwestorzy według zakupów złota i wykształcenia.....	287
Wykres 156. Inwestorzy według zakupów złota i statusu zawodowego.....	288
Wykres 157. Inwestorzy według zakupów złota i miejsca zamieszkania.....	288
Wykres 158. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i płci.....	290
Wykres 159. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i wieku.....	290
Wykres 160. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i wykształcenia.....	291
Wykres 161. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i statusu zawodowego.....	292
Wykres 162. Inwestorzy według zamiaru zakupu złota i miejsca zamieszkania.....	292
Wykres 163. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i płci.....	295

Wykres 164. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i wieku.....	296
Wykres 165. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i wykształcenia.....	297
Wykres 166. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i statusu zawodowego.....	298
Wykres 167. Inwestorzy według oceny sytuacji ekonomicznej i miejsca zamieszkania.....	299
Wykres 168. Inwestorzy według oceny dochodów i płci.....	300
Wykres 169. Inwestorzy według oceny dochodów i wieku.....	301
Wykres 170. Inwestorzy według oceny dochodów i wykształcenia.....	302
Wykres 171. Inwestorzy według oceny dochodów i statusu zawodowego.....	303
Wykres 172. Inwestorzy według oceny dochodów i miejsca zamieszkania.....	303
Wykres 173. Gospodarstwa domowe według dodatkowych źródeł dochodów.....	305
Wykres 174. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i płci.....	306
Wykres 175. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i wieku.....	307
Wykres 176. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i wykształcenia.....	308
Wykres 177. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i statusu zawodowego.....	309
Wykres 178. Inwestorzy według dodatkowych źródeł dochodów i miejsca zamieszkania.....	310
Wykres 179. Złoto według zysku do innych inwestycji w latach 2005–2008.....	312
Wykres 180. Złoto według średniej ceny na świecie i w Polsce w latach 2001–2005.....	335
Wykres 181. Udział podmiotów jubilerskich na rynku złota w Polsce według stanu na 31.12. 2005.....	336

Spis rysunków i rycin

Rysunek 1. Konsumenci według decyzji związanych z zakupami.....	31
Rycina 1. Obligacja premiowej pożyczki inwestycyjnej w złocie Rzeczypospolitej Polskiej z 1 maja 1935 roku.....	59