

Wpływ nowej **ustawy** **o kredycie konsumenckim** na politykę kredytową banków

Łukasz Stępień





Wpływ nowej **ustawy** **o kredycie konsumenckim** na politykę kredytową banków

Łukasz Stępień

Wprowadzenie	2
Podsumowanie wniosków analizy	2
Definicja rynku kredytów konsumenckich	4
Uczestnicy rynku kredytów konsumenckich	8
Rozwój i struktura rynku kredytów konsumenckich	10
Regulacje rynku kredytów konsumenckich w Polsce	17
Wpływ nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim na polityki kredytowe banków	23
— Kierunki polityki kredytowej banków	
— Podaż kredytów konsumpcyjnych	
— Cena kredytu	
— Polityka banków w zakresie oceny ryzyka	
— Polityki informacyjne banków	
— Obraz rynku po nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim	
— Wpływ nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim na niefinansowe sektory gospodarki: perspektywa wydatków konsumenckich i kosztów działania banków	



1. Wprowadzenie

Ustawa z dnia 20 lipca 2001 roku o kredycie konsumenckim (DZ. U. Nr 100, poz. 108 ze zm.), wprowadziła do polskiego porządku prawnego obecnie obowiązujące regulacje w zakresie zasad zawierania i wykonywania umów o kredyt konsumencki. Zapisy niniejszej ustawy stanowiły implementację w Polsce założeń dyrektywy 87/102/EWG z dnia 22 grudnia 1986 roku. Dyrektywa miała na celu zapewnienie konsumentom zawierającym umowy o kredyt na cele konsumpcyjne skutecznego, jednak jednocześnie bardzo ograniczonego zakresu ochrony. Podstawową przesłanką wprowadzenia niniejszych regulacji w Unii Europejskiej była konieczność poprawienia faktycznej – nie tylko prawnej – sytuacji konsumenta w stosunku do kredytodawcy, którego pozycja postrzegana była jako znacznie silniejsza dzięki dostępowi do pełnej wiedzy i dzięki posiadanemu doświadczeniu. Prawodawca unijny przyjmując niniejszą dyrektywę, zdecydował się jednocześnie na zasadę minimalnej harmonizacji w zakresie jej implementacji do porządków prawnych krajów członkowskich. W efekcie, doprowadziło to do sytuacji, w której w poszczególnych krajach członkowskich wprowadzone zostały odmienne mechanizmy ochrony konsumentów i tym samym naruszone zostały podstawowe zasady jednolitego rynku europejskiego w zakresie ochrony konkurencji i konsumentów.

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 roku zastąpiła regulacje z 1986 roku w sprawie umów o kredyt konsumencki. Rzeczonej zmianie przyświecał cel pełnej harmonizacji przepisów prawnych w zakresie problematyki kredytów konsumenckich w państwach członkowskich Unii Europejskiej. Regulacja jest obecnie w trakcie implementacji do porządków prawnych państw członkowskich Wspólnoty.

Pomimo generalnej zasady maksymalnej harmonizacji Dyrektywa 2008/48/WE pozostawia jednak dowolność krajom członkowskim do podjęcia pewnych decyzji w bardzo ograniczonym zakresie. Pozwala na modyfikacje przedmiotowego lub podmiotowego zakresu stosowania regulacji o charakterze narodowym w odniesieniu do przepisów europejskich. Z tego też względu tak istotne były negocjacje społeczne, które toczyły się od grudnia 2009 roku na bazie *Założeń do ustawy o kredycie konsumenckim*, mającej na celu

określenie w jakim zakresie będą wymagane modyfikacje obowiązującego porządku prawnego, by przy uwzględnieniu specyfiki polskiego rynku kredytów konsumenckich wypracować finalną wersję ustawy, która będzie wyrazem kompromisu wszystkich interesariuszy. Zarówno środowisko finansowe, jak i przedstawiciele środowiska konsumentów zaprezentowali we wspomnianym procesie swoje stanowiska przedstawiając jednocześnie potencjalne skutki implementacji przedstawionych *Założeń*.

W wyniku prowadzonego dialogu, w maju 2010 roku do powtórnego opiniowania przekazany został projekt ustawy o kredycie konsumenckim, który to jako najbardziej aktualny stan prowadzonych prac ustawodawczych stanowi podstawę do poniższego badania.

Poniższy raport prezentuje implikacje nowelizacji rzeczonej ustawy dla strategii rozwojowych banków, w tym przede wszystkim polityk kredytowych. Tym samym zarysowuje obraz podstawowych trendów rozwoju w tym segmencie rynku.

2. Podsumowanie wniosków analizy

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim poprzez rozbudowanie mechanizmów ochrony konsumentów stanowi duże wyzwanie dla kredytodawców, szczególnie w perspektywie krótkoterminowej ze względu na konieczność dostosowania obecnie wykorzystywanych systemów i istniejących procesów.

Jednocześnie, już na wstępie należy podkreślić, że nowelizacja rzeczonej ustawy nie wprowadzi rewolucyjnych zmian zarówno na omawianym rynku *per se*, jak i w politykach kredytowych poszczególnych graczy.

Nowa ustawa nie zakłóci rozwoju rynku i polski sektor kredytów konsumenckich będzie się dalej rozwijał zgodnie ze schematem rozwoju kredytów konsumenckich, jaki wyznaczyły już dojrzałe rynki w krajach Europy Zachodniej.

Do najważniejszych skutków implementacji znowelizowanej ustawy dla strategii rozwojowych banków, w tym ich polityk kredytowych, można zaliczyć:

→ Wyrównanie pozycji wszystkich kredytodawców na rynku kredytów konsumenckich poprzez ob-

jęcie znowelizowaną ustawą wszystkich kredytodawców. Tym samym nastąpi zbliżenie reżimu prawnego banków (m.in. rekomendacje i zalecenia Komisji Nadzoru Finansowego) do reżimu prawnego niebankowych instytucji kredytowych, poprawiając tym samym pozycję konkurencyjną tych pierwszych.

→ Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim nie wpłynie zarówno na popyt, jak i podaż kredytów konsumenckich na rynku, a te pozostaną pochodną sytuacji makroekonomicznej i strategii rozwojowych kredytodawców.

→ W wyniku implementacji dyrektywy do polskiego porządku prawnego nie jest spodziewana zmiana w zakresie strategii produktowych banków, a rynek nadal będzie rozwijał się na kształt rozwoju dojrzałych już rynków Unii Europejskiej. Banki będą kontynuowały intensywne budowanie portfeli kredytów hipotecznych, zaś w zakresie kredytów konsumpcyjnych będą ograniczały kredytowanie ratalne na rzecz kredytów gotówkowych i coraz częściej kart kredytowych.

→ W perspektywie krótkookresowej, kredytodawcy będą musieli liczyć się z jednorazowymi kosztami w związku z koniecznością wprowadzenia zmian do systemów informatycznych i istniejących procesów dostosowując je do wymogów i obowiązków ustanowionych przez znowelizowaną ustawę (wprowadzenie Standardowego Europejskiego Arkusza Informacyjnego, przeprowadzenie asysty przedkontraktowej). Najważniejsze koszty, o których mowa powyżej to: koszty zmian w systemach informatycznych, szkolenia personelu i potencjalna konieczność zwiększenia sił sprzedaży oraz inne koszty materiałowe.

→ Koszt udzielenia kredytu przez banki podwyższy się, niemniej jednak ze względu na wysoką konkurencyjność w tym segmencie rynku zauważalna podwyżka cen kredytu konsumpcyjnego nie powinna wystąpić. Polski klient jest wrażliwy na cenę i tylko nieznaczna część klientów byłaby w stanie zaabsorbować materialną podwyżkę ceny.

→ Nowelizacja ustawy bezpośrednio wpłynie na strategię konkurencyjne banków. Ze względu jednak na fakt, że zmiany wprowadzane do ustawy wydłużą i skomplikują proces kredytowy, banki najprawdopodobniej będą budowały przewagę konkurencyjną właśnie wokół sprawności i szybkości obsługi. Rzetelność i transparentność informacji dostarczonej konsumentowi przestaną być postrzegane jako

przewaga konkurencyjna, ponieważ znowelizowana ustawa zbuduje standardy rynkowe w tym zakresie, które to każdy kredytodawca będzie musiał przestrzegać w relacjach z klientem (zarówno w przekazie reklamowym, jak i w codziennych relacjach sprzedażowych z klientem). Jednocześnie, banki ze względu na podwyższone koszty udzielenia kredytu przy jednoczesnej presji konkurencyjnej, nie będą w stanie tak intensywnie jak dotychczas konkurować ze sobą cenowo.

→ Apetyt na ryzyko banków będzie się odradzał wraz z polepszaniem się perspektyw polskiej gospodarki. Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim nie wpłynie na strategię banków w zakresie zarządzania ryzykiem związanym z udzielaniem kredytów konsumenckich (hipotecznych i konsumpcyjnych). Jednocześnie, objęcie wszystkich kredytodawców obowiązkiem badania oceny zdolności kredytowej klienta pozytywnie wpłynie na jakość portfela kredytów konsumpcyjnych na rynku, ograniczając bądź wręcz wykluczając możliwość nadmiernego zadłużania się społeczeństwa.

→ Jakościowej zmianie ulegnie przekaz reklamowy; ze względu na fakt, że dyrektywa dokładnie określa zakres informacji, jakie muszą być w reklamie zawarte, wydaje się, że utrzymanie obecnych strategii reklamowych będzie wymagało wydłużenia czasu antenowego, co z kolei podniesie koszty banków związane ze sprzedażą, czyt. udzieleniem kredytu. Jednocześnie, banki mogą się zacząć wycofywać z reklam produktowych, które w tym segmencie rynku postrzegane są jako najbardziej skuteczne, kierując się w stronę reklam wizerunkowych, aby w konsekwencji utrzymać zaplanowane budżety reklamowe (już relatywnie wysokie). Najbardziej prawdopodobnym wydaje się jednak scenariusz, zakładający połączenie tych dwóch zjawisk; o ile banki skupiające swoją działalność na segmencie kredytów konsumpcyjnych, nie będą w stanie zrezygnować z reklam produktowych, o tyle duże banki uniwersalne w odniesieniu jedynie do pewnych produktów, np. kart kredytowych, będą się kierowały w stronę reklam wizerunkowych.

→ Nowelizacja ustawy będzie dużym wyzwaniem dla banków internetowych, szczególnie w zakresie asysty przedkontraktowej. O ile Standardowy Europejski Arkusz Informacyjny będzie mógł być dostarczany internetowo, o tyle asysta przedkontraktowa będzie się musiała wiązać z kontaktem osobistym.

Na życzenie klienta obowiązek dostarczenia asysty przedkontraktowej będzie mógł być spełniony przy wykorzystaniu infolinii, niemniej w takim wypadku te będą musiały być w znacznym stopniu przeorganizowane i co ważniejsze, rozbudowane.

3. Definicja rynku kredytów konsumenckich w Polsce

W poniższym raporcie badaniu zostały poddane kredyty konsumenckie definiowane jako kredyty udzielane klientom indywidualnym na dowolne cele, nie związane z prowadzoną przez nich działalnością gospodarczą. Definicja ta jest najszerszą ze znanych definicji kredytów konsumenckich, obejmującą:

- kredyty hipoteczne
- kredyty konsumpcyjne, w tym: samochodowe, gotówkowe, w kartach kredytowych, w rachunkach bieżących oraz ratalne.

Na potrzeby spójności analizy badaniu poddane zostały wszystkie kredyty udzielane klientom indywidualnym w Polsce, zarówno przez banki, jak i pozostałe instytucje kredytowe (w tym SKOKi i agencje kredytowe). Punkt ciężkości położony został jednak na działalność banków przez wzgląd na fakt, że są one odpowiedzialne za ponad 90% wszystkich kredytów detalicznych udzielanych na tym rynku.

Przyjęcie szerokiej definicji nie tylko pozwoli na zaprezentowanie kompletnej informacji o rynku kredytów dla klientów indywidualnych w Polsce, ale przede wszystkim wynika z zakresu nowelizowanej ustawy, której to wpływ na politykę kredytową banków jest przedmiotem poniższego badania.

4. Uczestnicy rynku kredytów konsumenckich

Rynek kredytów konsumenckich konstituowany jest przez trzy główne grupy podmiotów – uczestników rynku:

- (1) konsumentów;
- (2) kredytodawców, tj. banki i inne instytucje kredytowe;
- (3) pośredników finansowych.

Polska jest jednym z największych i najbardziej ludnych krajów Unii Europejskiej. Na koniec 2009 roku polskie społeczeństwo stanowiło ok. 8% społeczeństwa Wspólnoty, decydując tym samym o dość dużym potencjale dla rozwoju rynku kredytów dla klientów indywidualnych. Jednocześnie polskie społeczeństwo jest relatywnie młode w porównaniu do innych krajów, co nie tylko zarysowuje pozytywne perspektywy dla rozwoju polskiej gospodarki, ale w tym wypadku potwierdza tezę o dużym potencjale dla rozwoju omawianego rynku, w szczególności kredytów skierowanych do młodych ludzi.

Po stronie podażowej rynek kredytów konsumpcyjnych kształtują wspomniane już dwie grupy graczy: (1) banki odpowiedzialne za znakomitą większość, bo ponad 90% całkowitego rynku kredytów konsumenckich (grudzień 2009 roku), oraz (2) inne instytucje kredytowe (w tym SKOKi i agencje kredytowe), których pozycja sukcesywnie słabnie wraz z rozwojem tego rynku.

Wyraźnie rosnąca rola banków na rynku kredytów konsumenckich jest konsekwencją dynamicznego rozwoju tego rynku, w tym m.in. zmiany jego struktury. Podstawowym czynnikiem, decydującym o obserwowanym wzroście roli banków był dynamiczny wzrost udziału kredytów hipotecznych w całkowitym saldzie zadłużenia społeczeństwa, których to instytucje kredytowe inne niż banki nie były dotychczas w stanie udzielać. Rola innych niż banki instytucji kredytowych jest dziś już znacznie mniejsza aniżeli jeszcze kilka lat temu i bardzo często (pomijając SKOKi) sprowadza się już do udzielania krótkoterminowych pożyczek konsumentom, którzy w obliczu bardzo konserwatywnej polityki kredytowej banków bądź też ze względu na negatywną własną historię kredytową nie byłiby w stanie uzyskać kredytu w żadnym z banków.

30%

PKB wynosiło na koniec 2009 roku **całkowite saldo zadłużenia ludności** z tytułu kredytów konsumenckich (w tym kredytów zabezpieczonych hipoteką), tj. prawie 400 mld złotych (wg. danych NBP).

Istotną rolę na rynku kredytów konsumenckich odgrywają także pośrednicy finansowi, z którymi w latach poprzedzających kryzys finansowy banki realizowały bardzo bliską współpracę. Sprzedaż produktów kredytowych przy wykorzystaniu instytucji pośredniczących pozwalała bowiem sprostać wysokim poziomom popytu nie musząc jednocześnie intensywnie inwestować we własne sieci dystrybucji. Kryzys finansowy zmienił jednak percepcję banków i zweryfikował ich politykę dystrybucyjną. Ze względu na fakt, że w 2009 roku największym wyzwaniem dla banków stała się konieczność poprawy jakości portfela kredytowego, banki sukcesywnie ograniczały ilość sprzedawanych kredytów przy wykorzystaniu instytucji pośredniczących wierząc, że kredyty sprzedawane we własnych placówkach cechuje wyższa jakość. Należy się jednak spodziewać, że w momencie, kiedy popyt na kredyt konsumencki powróci do wyższych, aniżeli w okresie kryzysu poziomów, banki powrócą do ekspansji kredytowej realizowanej w bliskiej współpracy z pośrednikami, przez co ci, na nowo staną się ważnym graczem na rynku. Już w 2010 roku dostrzegalny jest trend odbudowywania pozycji pośredników finansowych, w tym także powstawania nowych sieci.

Bardzo ważnym elementem w dyskusji o kredycie konsumenckim jest ocena pozycji poszczególnych jego graczy. W 2008 i 2009 roku w prasie i literaturze sektorowej często pisano o nierównym pozycjonowaniu „małego” konsumenta względem „dużego” banku. Poprawa pozycji konsumenta na rynku usług finansowych stała się jednym z kluczowych zadań Komisji Europejskiej, czego owocem jest Dyrektywa 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 roku w sprawie umów o kredyt konsumencki. W Polsce Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta jest podmiotem odpowiedzialnym za implementację założeń dyrektywy do polskiego porządku

prawnego. W raporcie na temat nowelizacji polskiej ustawy, UOKiK jednoznacznie wskazuje na konieczność poprawy pozycji klienta względem banku jako kluczową przesłankę nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim.

Rzeczywiście, może się wydawać, że banki są na uprzywilejowanej pozycji mogąc żądać od kredytobiorcy wszelkich informacji o jego sytuacji finansowej w ramach procedury udzielania kredytu. Co więcej, banki są w stanie dość łatwo i szybko otrzymane od klienta informacje zweryfikować poprzez wykorzystanie baz danych z informacjami o historii kredytowej klientów. Z drugiej jednakże strony, klient również ma prawo do pełnej i rzetelnej informacji dotyczącej kupowanego produktu bądź usługi. Niestety, poziom edukacji finansowej polskiego społeczeństwa jest relatywnie niewysoki, przez co konsumenci nie tylko nie są świadomi swoich praw na rynku usług finansowych, ale – co więcej – nie potrafią ich egzekwować. W tym świetle tak istotna wydaje się działalność banków i innych instytucji finansowych mająca na celu poprawienie poziomu świadomości polskiego konsumenta.

W świetle tego wszystkiego co zostało powiedziane część regulacji, w tym rzeczona nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim, ma na celu przede wszystkim upewnienie się, że dostarczana konsumentowi informacja jest kompletna i rzetelna. O regulacjach, mających poprawić jakość i kompletność informacji dostarczanej konsumentom, będzie jednak mowa w dalszej części badania.

Ciekawym zjawiskiem na rynku, szczególnie w dobie kryzysu finansowego, były próby budowania przez niektóre banki pozycji konkurencyjnej w oparciu o politykę informacyjną względem konsumenta. Kuriozalne, bo wokół aspektu, uregulowanego prawnie, który to powinien być traktowany jako standard obsługi, nie zaś czynnik odróżniający jedną instytucję od drugiej.

5. Rozwój i struktura rynku kredytów konsumenckich w Polsce.

Rynek kredytów konsumenckich w Polsce zanotował wysokie poziomy wzrostu w ostatnich latach i w perspektywie średnioterminowej nadal prezentuje relatywnie duży potencjał. Omawiany wzrost był zasadniczo pochodną dwóch faktów – z jednej strony zmian wynikających z poprawiającej się sytuacji gospodarczej i społecznej w Polsce, w tym zmieniających się przyzwyczajęń polskiego społeczeństwa wkraczającego w erę konsumpcyjną, z drugiej jednak wynikał z realnego opóźnienia polskiego rynku kredytów konsumenckich w porównaniu z poziomem rozwoju innych państw Unii Europejskiej.

Całkowite saldo zadłużenia ludności z tytułu kredytów konsumenckich (w tym kredytów zabezpieczonych hipoteką) wyniosło prawie 400 mld złotych na koniec 2009 roku (wg. danych NBP), stanowiąc jednocześnie prawie 30% PKB. Wskaźnik salda kredytów konsumenckich do wartości PKB w 1995 roku kształtował się na poziomie 3%, co może stanowić doskonałą ilustrację dla wspomnianej dynamiki rozwoju. Jednocześnie, należy powiedzieć, że wskaźnik ten jest nadal relatyw-

nie niski w porównaniu do wysoko rozwiniętych gospodarek Unii Europejskiej, w których to w segmencie kredytów konsumenckich przeważają kredyty mieszkaniowe, które w Polsce są na etapie bardzo intensywnego rozwoju. W latach 1999 – 2009 omawiany rynek zanotował średnioroczny wzrost (CAGR) na poziomie ok. 20%, czyli z kolei znacznie wyższy aniżeli poziomy notowane w większości dojrzałych już rynków w innych krajach Unii Europejskiej.

Poniższy wykres pokazuje rozwój salda polskich kredytów konsumenckich. Łatwo zauważyć, że największe przyrosty salda zanotowane zostały po 2003 – 2004 roku, tj. po okresie spowolnienia gospodarczego, kiedy to Polska weszła na ścieżkę bardzo dynamicznego wzrostu gospodarczego. To także był moment, w którym banki konsekwentnie zaczęły budować portfele kredytów i pożyczek hipotecznych. Moment ten uważa się za wyjście z etapu budowania rynku kredytów konsumenckich w Polsce i wejście w etap intensywnego rozwoju.

Aby omówić rozwój rynku kredytów konsumenckich należy podkreślić, iż jest on pochodną trzech współzależnych względem siebie czynników:

- (1) sytuacji makroekonomicznej kraju;
- (2) regulacji wyznaczających ramy działania na rynku;
- (3) niezależnych strategii kredytowych banków.

5.1. SYTUACJA MAKROEKONOMICZNA

Sytuacja makroekonomiczna jest podstawową determinantą decydującą o rozmiarze rynku kredytów konsumenckich. Z jednej strony decyduje bowiem o poziomie zainteresowania kredytowaniem, z drugiej natomiast bezpośrednio wpływa na ocenę zdolności kredytowej klientów przez kredytodawców kształtując tym samym ich strategię w zakresie ryzyka kredytowego. Co więcej, pochodną sytuacji makroekonomicznej jest także cena finansowania, która to również wpływa na poziom ceny kredytu, tym samym decydując o jego dostępności.

Najważniejsze czynniki o charakterze makroekonomicznym, kształtujące ten rynek to:

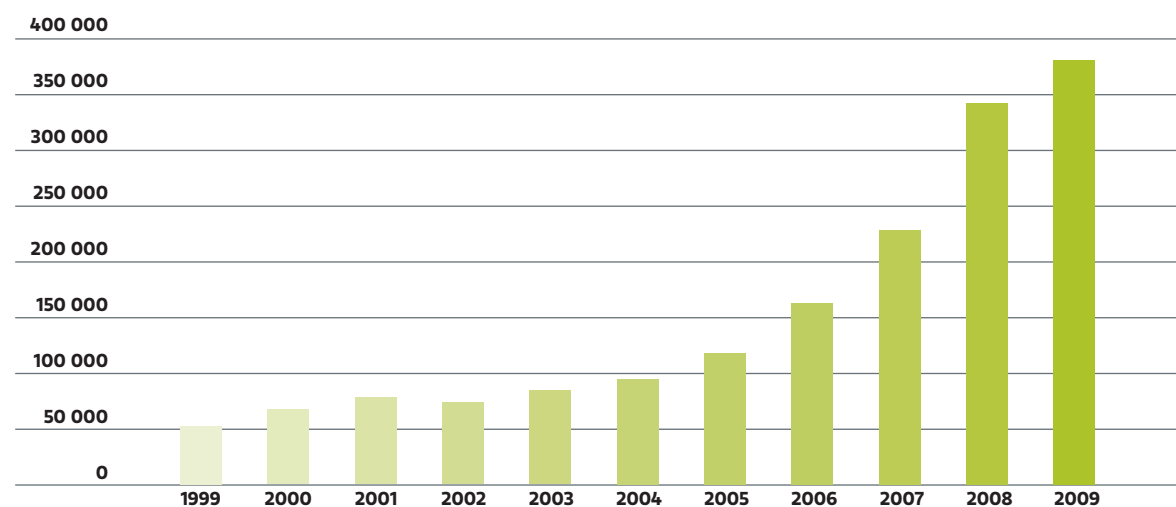
- tempo wzrostu PKB, szczególnie poziom spożycia indywidualnego
- poziom bezrobocia
- struktura zatrudnienia i wysokość wynagrodzeń

Lata 2004 – 2008 cechował konsekwentny i **ekspansywny wzrost akcji kredytowej** banków.

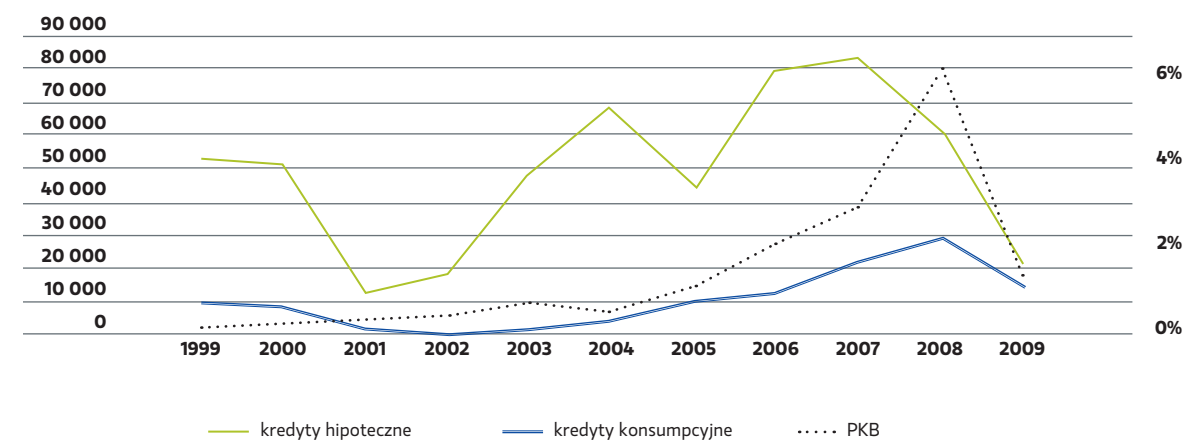
Ponadto, równie istotny wpływ na rynek kredytów dla klientów indywidualnych mają czynniki o charakterze psychologicznym, czyli tzw. nastroje konsumenckie.

Decydujący wpływ na popyt na kredyty konsumenckie ma spożycie indywidualne, które dzięki swojej dużej dynamice pozwoliło Polsce zanotować dodatni wskaźnik rozwoju gospodarczego w 2009 roku. Wspomniany wysoki poziom konsumpcji był także w dużej mierze wynikiem poprawiających się perspektyw dla polskiej gospodarki na tle innych gospodarek Unii Europejskiej. O ile na początku 2009 roku mówiono o ujemnej dynamice rozwoju gospodarczego, o tyle poprawiające się prognozy wpływają pozytywnie na nastroje konsumenckie pozwalając na utrzymanie relatywnie wysokiej dynamiki spożycia indywidualnego, a tym samym przyrostu PKB.

O podaży kredytów konsumenckich (w tym kredytów hipotecznych) decydują natomiast niezależne polityki kredytowe banków i innych instytucji kredytowych, dla których podstawowymi determinantami o charakterze makroekonomicznym do budowania strategii w zakresie kredytowania konsumenckiego są poziom bezrobocia oraz poziom wynagrodzeń. Wskaźniki te są bowiem podstawą do oceny zdolności kredytowej potencjalnych klientów do spłaty zarówno już zaciągniętego, jak i właśnie zaciąganego kredytu.



5.1. Rozwój całkowitego salda kredytów konsumenckich w Polsce w latach 1999 - 2009
Źródło: dane NBP



5.2. Relacja pomiędzy rocznymi przyrostami sald kredytów konsumenckich a poziomem wzrostu PKB
Źródło: dane NBP, GUS

1,7%

Polsce – jako jedynej gospodarce w Unii Europejskiej – udało się utrzymać **dodatni wskaźnik wzrostu** gospodarczego

Naturalnie rodzi się zatem pytanie jak kształtuje się zależność pomiędzy kredytowaniem społeczeństwa a tempem wzrostu gospodarczego. Ciekawą będzie analiza zależności pomiędzy rynkiem kredytów konsumenckich a poziomem wzrostu PKB w Polsce w ostatnim dziesięcioleciu.

Zestawienie poziomu przyrostów kredytów konsumenckich z poziomem wzrostu PKB w Polsce w latach 1999-2009 wskazuje na bezpośrednią wprost proporcjonalną zależność pomiędzy tymi czynnikami. W okresie ożywienia gospodarczego, banki bardziej ekspansywnie rozwijają swoją akcję kredytową co jednocześnie spotyka się z podwyższonym poziomem popytu na kredytowanie. W okresach spowolnienia zaś – które to wydają się znacznie ciekawsze – przyrost portfeli kredytowych jest znacznie wolniejszy.

W latach 2001-2002 odnotowano wyraźne osłabienie wzrostu gospodarczego w Polsce, co bezpośrednio wynikało z i jednocześnie skutkowało obniżonym poziomem konsumpcji indywidualnej. W następstwie swoje odzwierciedlenie znalazło w istotnym zwiększeniu stopy bezrobocia w następnych latach, sięgającego nawet poziomu 20%. Bezpośrednio przełożyło się to z kolei na niższy poziom przyrostu portfela kredytów konsumenckich w Polsce, w tym przede wszystkim kredytów konsumpcyjnych, jako że portfel kredytów zabezpieczonych hipoteką był nadal relatywnie niewielki w całym rynku. Z jednej strony, konsumenci nie byli tak chętni do zaciągania zobowiązań kredytowych jako że perspektywy rozwoju gospodarczego nie były postrzegane jako dobre, z drugiej jednak banki znacznie zastrzyły swoje polityki kredytowe i dużo ostrożniej podchodziły do dalszego rozwijania akcji kredytowej.

Lata 2004 – 2008 cechował konsekwentny i ekspansywny wzrost akcji kredytowej banków. Najistotniejszym trendem wydaje się wspomniany bardzo intensywny rozwój portfeli kredytów hipotecznych przy jednoczesnym utrzymaniu nadal wysokiego, choć zmniejszającego się udziału segmentu kredytów kon-

sumpcyjnych w całym zadłużeniu klientów indywidualnych. To moment, kiedy Polska gospodarka weszła w etap silnego rozwoju rynku kredytów konsumenckich, który to naturalnie cechuje się znacznie wyższą dynamiką wzrostu aniżeli w gospodarkach rozwiniętych, wyższym ryzykiem związanym z udzieleniem kredytu oraz strukturą udziału poszczególnych produktów kredytowych w całym saldzie zadłużenia.

Duże zmiany przyniósł jednak kryzys finansowy, który rozpoczął się pod koniec 2008 roku. Polsce – jako jedynej gospodarce w Unii Europejskiej – udało się utrzymać dodatni wskaźnik wzrostu gospodarczego na poziomie 1,7%. Wtedy to właśnie utrzymanie dość wysokiej dynamiki spożycia indywidualnego – na poziomie 2,3% w porównaniu do roku poprzedniego – odegrało kluczową rolę i pozwoliło na zanotowanie „zielonych liczb” w odniesieniu do przyrostu PKB na koniec roku. Jednocześnie jednak banki znacznie zastrzyły swoje polityki kredytowe i ograniczyły akcję kredytową. Nie tylko niemalże zatrzymały dalszy rozwój portfeli kredytów hipotecznych, ale i o wiele ostrożniej podchodziły do oceny zdolności kredytowej swoich klientów. Awersja do kredytowania długoterminowego, szczególnie denominowanego w walutach obcych, sprawiła, że banki znacznie bardziej intensywnie, choć jednocześnie bardzo ostrożnie, rozwijały swoje portfele kredytów konsumpcyjnych. Co ciekawe, konsumenci wraz z poprawiającymi się perspektywami gospodarki polskiej skłonni byli zaciągać coraz więcej kredytów na finansowanie bieżące.

Jednocześnie, należy jeszcze wskazać, że rynek kredytów konsumenckich nie działa w próżni, więc znaczące zmiany podaży kredytów dla klientów indywidualnych mając wpływ na decyzje konsumenckie i w dużej mierze określają także potencjał dla innych sektorów gospodarki. W dalszej części analizy omówiony zostanie wpływ nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim na popyt na kredyty konsumenckie, ergo na popyt na dobra i usługi, na których finansowanie klienci decydowali się na zaciąganie kredytu.

Na koniec 2009 roku kredyty denominowane w walutach obcych stanowiły ok. 65% całkowitego portfela kredytów mieszkaniowych.

5.2. REGULACJE RYNKU KREDYTOWEGO

Rynek kredytów konsumenckich – bądź szerzej rynek usług finansowych - jest rynkiem wysoce regulowanym przez przepisy prawa o charakterze zarówno krajowym, jak i międzynarodowym, w tym przepisy europejskie. Równie istotne jak przepisy ogólnie obowiązującego prawa, są rekomendacje i zalecenia Komisji Nadzoru Finansowego, które pomimo iż nie mają charakteru wiążącego, są przestrzegane przez banki w równie restrykcyjny sposób. Zarówno strategie rozwojowe, jak i polityki i procedury kredytowe poszczególnych graczy na tym rynku muszą być w pełni dostosowane do obowiązujących przepisów prawa, dlatego też tak istotne – szczególnie dla banków – stały się departamenty monitoringu zgodności, aby odpowiednio wcześniej dostosowywać swoje strategie do zmieniającego się środowiska regulacyjnego.

Na kształt rynku kredytów konsumenckich w Polsce w 2010 roku zasadniczy wpływ wywrą nowe bądź znowelizowane regulacje, w tym: Rekomendacja T, nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim oraz – w mniejszym stopniu – ustawa o upadłości konsumenckiej.

Następny paragraf niniejszej analizy będzie traktował w szczególności o najnowszych zmianach regulacyjnych, w tym z wyjątkowym uwzględnieniem zmian ustawy o kredycie konsumenckim, ilustrując konsekwencje prawne implementacji nowych regulacji.

5.3. NIEZALEŻNE POLITYKI KREDYTOWE BANKÓW

Niezależne polityki kredytowe banków są trzecim czynnikiem decydującym o kształcie i rozmiarze rynku kredytów konsumenckich. Oczywiście, są one bezpośrednio związane z sytuacją makroekonomiczną w kraju, choćby ze względu na dostępność finansowania dla akcji kredytowej, ceny pieniądza czy też wyceny ryzyka kredytowego, jak również muszą zawierać się

w ramach wyznaczonych przez środowisko regulacyjne. Jednocześnie, są najistotniejszym czynnikiem decydującym o rozmiarze i strukturze tego rynku.

Banki i inne instytucje kredytowe dysponują narzędziami, przy wykorzystaniu których bezpośrednio wpływają na rozmiar analizowanego rynku. Jednym z nich są procesy oceny zdolności kredytowej klientów jako istotny fragment polityki kredytowej banków. I tak, o ile kredyty hipoteczne, także denominowane w walutach obcych, były raczej powszechnie dostępne w początku 2008 roku, o tyle w początkach 2009 roku okazały się dobrem niemalże luksusowym. Obok oceny zdolności kredytowej, polityka cenowa jest drugim narzędziem, z którego korzystają instytucje kredytowe kształtując poziom podaży kredytów konsumenckich. W okresie spowolnienia gospodarczego w latach 2001 – 2002, cena kredytu gotówkowego wzrosła o kilkadziesiąt procent w bardzo krótkim czasie, co skutecznie ograniczyło zainteresowanie kredytem konsumpcyjnym, a tym samym zahamowało przyrosty sald.

Ponadto, należy wspomnieć o akcjach marketingowych i reklamowych, które mimo iż mają nieco mniejsze znaczenie także wpływają na poziom zainteresowania kredytem konsumenckim w społeczeństwie.

Podsumowując, polityki kredytowe, czy też szerzej – strategie kredytowe banków i instytucji kredytowych są pochodną otoczenia makroekonomicznego, środowiska regulacyjnego i przyjętych strategii rozwojowych. W okresie przyśpieszenia gospodarczego zawsze udzielanych jest więcej kredytów dla klientów indywidualnych, zaś w okresach spowolnienia, kiedy to działalność kredytową banków cechuje awersja do finansowania długoterminowego a priorytetem jest utrzymanie jakości portfela, banki koncentrują się na udzielaniu kredytów konsumpcyjnych, charakteryzujących się wysoką dochodowością, ale mniej bezpiecznym profilem ryzyka. I tak, rzeczywiście w 2009 roku większość banków skupiła swoją działalność na kredytach konsumpcyjnych, charakteryzujących się wysokimi cenami, jednocześnie zabezpieczając profil ryzyka poprzez kierowanie akcji kredytowej do istniejącej bazy klientów bądź też poprzez konieczność przeniesienia przez klienta przelewów wynagrodzenia do banku kredytującego czy też wykupienia pakietu dodatkowych ubezpieczeń, np. ubezpieczenia od utraty pracy.

Polityki kredytowe są także pochodną pozycjonowania strategicznego i wypracowanego modelu biznesowego poszczególnych graczy. W Polsce wśród

banków i instytucji kredytowych wyraźnie zarysowała się grupa banków koncentrujących się wokół kredytów hipotecznych (np. Millenium, Polbank), banków skupiających swoją działalność na kredytach konsumpcyjnych finansowanych depozytami klientów (np. Getin Bank, Lukas), jak również grupa banków uniwersalnych o zrównoważonym portfelu produktów kredytowych (PKO BB, BZ WBK).

W dalszej części analizy przedstawiony zostanie wpływ nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim na polityki kredytowe banków, gdzie bardziej szczegółowo omówione zostaną uwarunkowania strategii kredytowych i biznesowych poszczególnych instytucji.

Struktura produktowa rynku kredytów konsumenckich

Struktura rynku kredytów konsumenckich jest odzwierciedleniem poziomu rozwoju tego rynku. W Polsce w ostatnich dziesięciu latach struktura tego rynku uległa znaczącym zmianom, w szczególności w konsekwencji:

- Dynamicznego budowania przez banki portfeli kredytów hipotecznych;
- Intensywnego rozwoju kredytów gotówkowych i kart kredytowych;
- Ograniczenia kredytowania ratalnego.

Struktura polskiego rynku kredytów konsumenckich nadal różni się od innych państw członkowskich Unii Europejskiej. Prawie 40%-owy udział kredytów konsumpcyjnych w całkowitym saldzie zadłużenia ludności na koniec 2009 roku jest bowiem wyjątkowo wysoki w porównaniu do gospodarek rozwiniętych UE. We Francji, Niemczech czy Wielkiej Brytanii udział ten nie przekracza 20%. Kluczowym segmentem zadłużenia społeczeństw krajów rozwiniętych jest bowiem segment kredytów mieszkaniowych, które w Polsce dopiero od kilku lat intensywnie się rozwijają.

O ile w 1999 roku kredyty hipoteczne stanowiły niewiele ponad 10% całkowitego salda kredytów konsumenckich, o tyle na koniec 2009 roku odpowiedzialne już były za prawie 60%. Tym samym, udział kredytów konsumpcyjnych konsekwentnie się zmniejszał, jednakże w okresie do 2008 roku nadal odnotowywał dodatnie roczne poziomy wzrostu.

Od „nowych członków UE” rynek w Polsce odróżnia z kolei struktura produktowa zadłużenia konsumpcyjnego ludności. Podczas gdy w Rumunii czy Bułgarii nadal znaczącą rolę odgrywają kredyty ratalne, w Polsce obserwujemy już trend spadkowy tego typu zadłużenia na rzecz innych, bardziej złożonych produktów kredytowych.

W odróżnieniu od dojrzałych już rynków „starej” UE polski rynek kredytów konsumenckich nadal pre-

zentuje relatywnie wysoki potencjał wzrostu i w najbliższych latach banki konsekwentnie będą rozwijały swoją akcję kredytową skierowaną do klientów indywidualnych opierając swoje strategie rozwojowe o dobre i stabilne perspektywy wzrostu polskiej gospodarki. Wydaje się jednak, że banki po 2009 roku kiedy to w znacznym stopniu ograniczyły finansowanie długoterminowe, czyt. udzielanie kredytów hipotecznych, na nowo wrócą do rozwijania akcji kredytowej właśnie tego rodzaju kredytów.

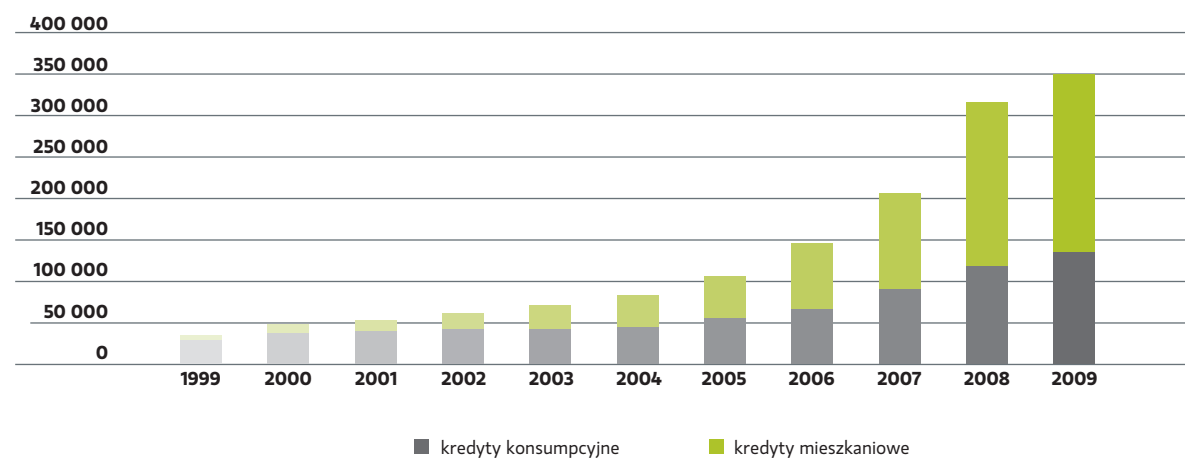
Rynek kredytów hipotecznych

Segment kredytów hipotecznych w Polsce nadal pozostaje w początkowej fazie rozwoju a poziom zadłużenia z tytułu tych kredytów mimo intensywnej akcji kredytowej banków w ostatnich latach jest nadal poniżej średniej dla krajów rozwiniętych Unii Europejskiej. Wartość kredytów hipotecznych w Polsce w 2009 roku nie przekroczył 1% całkowitego zadłużenia z tytułu kredytów hipotecznych w Unii Europejskiej podczas gdy polskie społeczeństwo stanowiło ok. 8% społeczeństwa Wspólnoty. Udzielone w 2009 roku kredyty hipoteczne osiągnęły poziom ok. 16% PKB podczas gdy w gospodarkach krajów rozwiniętych wskaźnik ten wyniósł ok. 40-50%, osiągając najwyższe wielkości w Danii, Wielkiej Brytanii, Niemczech i Francji. Wreszcie, w gospodarkach krajów wysoko rozwiniętych całkowita wartość kredy-

tów konsumpcyjnych jest prawie 4-krotnie niższa aniżeli suma udzielonych kredytów mieszkaniowych i hipotecznych, podczas gdy w Polsce na koniec 2009 roku saldo kredytów konsumpcyjnych było jedynie ok. 40% niższe od salda kredytów hipotecznych.

Ponadto, nadal zauważalny w Polsce jest niedobór mieszkań. Ich liczba bowiem w 2009 roku nadal była niższa od liczby gospodarstw domowych, co przy uwzględnieniu konieczności wyburzania części nieruchomości w najbliższych latach nadal będzie decydowało o wysokim popycie na mieszkania a tym samym na kredyty mieszkaniowe. Jednocześnie, warty podkreślenia jest fakt, że większość kredytów mieszkaniowych służy zabezpieczeniu podstawowych potrzeb bytowych (tj. potrzeb lokalowych), nie jest zaś traktowana jako produkt inwestycyjny. To w konsekwencji pozytywnie wpływa na jakość portfela tych kredytów, który to w okresie kryzysu finansowego uległ jedynie nieznacznemu pogorszeniu, dając tym samym dobrą perspektywę dla dalszego rozwoju tego segmentu rynku.

Nietypowa na rynku europejskim jest także struktura portfela kredytów hipotecznych w Polsce. Ze względu na niższe ceny, w ostatnich latach w Polsce bardzo popularne były kredyty mieszkaniowe denominowane w walutach obcych, szczególnie we frankach szwajcarskich. Na koniec 2009 roku kredyty denominowane w walutach obcych stanowiły ok. 65% całkowitego portfela kredytów mieszkaniowych. Pod koniec 2008 roku, tj. już w początku kryzysu finansowego, banki w zasadzie wstrzymały udzielanie kredytów hipotecznych denominowanych w walutach obcych, próbując aktywnie promować bezpieczniejsze kredyty mieszkaniowe w PLN. Ze względu na ich znacznie wyższą cenę w porównaniu z udzielanymi wcześniej kredytami w CHF, nie spotkały się jednak z dużym zainteresowaniem wśród konsumentów i dlatego też wraz z powracającą stabilizacją rynków finansowych, banki powróciły do udzielania kredytów mieszkaniowych w walutach obcych, jednakże denominowanych przede wszystkim



5.3. Struktura całkowitego salda kredytów konsumenckich w Polsce w latach 1999 - 2009

Źródło: dane NBP

Prawie 40%-owy udział kredytów konsumpcyjnych w całkowitym saldzie zadłużenia ludności na koniec 2009 roku jest bowiem **wyjątkowo wysoki w porównaniu do gospodarek rozwiniętych UE.**

16%

PKB to poziom udzielonych w 2009 roku **kredytów hipotecznych**, podczas gdy w gospodarkach krajów rozwiniętych wskaźnik ten wyniósł ok. 40-50%.

w EUR. Wydaje się, że to właśnie kredyty mieszkaniowe w EUR będą – obok tych w PLN – stanowiły podstawowy produkt kredytowania długoterminowego udzielanego konsumentom na polskim rynku.

Rynek kredytów konsumpcyjnych

W ramach segmentu kredytów konsumpcyjnych analizowane są kredyty samochodowe, kredyty gotówkowe, kredyty w kartach kredytowych, kredyty w rachunkach bieżących oraz kredyty ratalne.

Poziom zadłużenia z tytułu tak zdefiniowanych kredytów konsumpcyjnych do PKB w 2009 roku przekroczył 10%, co jest poziomem relatywnie wysokim w porównaniu z rozwiniętymi gospodarkami europejskimi. Tylko niektóre kraje, a pośród nich Wielka Brytania, Hiszpania czy Grecja cechuje poziom wyższy od poziomu zanotowanego przez Polskę. Można zatem postawić tezę, że rozwój rynku kredytów konsumpcyjnych będzie w najbliższej przyszłości ograniczony i zasadniczo powinien nieznacznie przekraczać poziomy wzrostu gospodarczego.

Jednocześnie, należy zauważyć, że polski rynek kredytów konsumpcyjnych jest na etapie rozwoju, charakteryzującym się nadal z natury rzeczy wyższymi dynamikami wzrostu aniżeli w krajach wysoko rozwiniętych, relatywnie wysokim poziomem ryzyka związanym z udzieleniem kredytu a przez to wyższą jego ceną, jak również naturalnie następującym przesunięciem struktury produktowej – od kredytów ratalnych, przez gotówkowe po karty kredytowe na etapie rynku dojrzałego. W świetle zarysowanego schematu rozwoju tego rynku, Polska w 2009 roku była na etapie dynamicznego budowania portfela kredytów gotówkowych przy jednoczesnym ograniczaniu kredytów ratalnych. Zauważalny był także przyrost kredytów w kartach kredytowych.

Poniższy schemat pokazuje udział sald poszczególnych rodzajów kredytów konsumpcyjnych w całkowitym saldzie kredytów konsumpcyjnych w Polsce w 2009 roku.

Kredyty w kartach kredytowych są produktem relatywnie młodym na polskim rynku, niemniej jednak zanotowały wysokie wskaźniki wzrostu już od lat 90tych, włączając okres kryzysu gospodarczego w 2009 roku. Powszechnie uważa się, że rozwój tego właśnie segmentu kredytów konsumpcyjnych jest ilustracją rozwoju całego rynku bankowego kraju, bowiem musi on iść w parze z rozwojem terminali płatniczych i sieci bankomatów. Co ważne, w całym tym okresie rosła nie tylko liczba wydanych kart kredytowych, ale także zadłużenie na tych kartach.

Łatwo zauważyć zatem, że tempo wzrostu zadłużenia ludności z tytułu konsumpcji bieżącej jest jednym z najwyższych w Europie. Niemniej, należy się spodziewać, że w konsekwencji dalszego rozwoju tego rynku paralelnego ze zjawiskiem bogacenia się polskiego społeczeństwa, tempo przyrostów salda kredytów konsumpcyjnych będzie już spadać. Jednocześnie, należy podkreślić, że poziom średniej wysokości kredytu konsumpcyjnego jest relatywnie niski w porównaniu z tym poziomem w innych krajach Unii Europejskiej. UOKiK w toku przygotowań założeń do ustawy w 2009 roku przeprowadził badanie wysokości tego rodzaju kredytów w Polsce w celu oszacowania średniej jego wartości. Rzeczywiście, okazało się, że polski rynek charakteryzuje relatywnie duże rozdrobnienie kredytów, niemniej jednocześnie udział tzw. „kredytów małych” (tj. do 200 Euro) jest także nieznaczny, bo sięgający kilkunastu procent.

6. Regulacje rynku kredytów konsumenckich w Polsce

Środowisko regulacyjne jest dla działalności banków bardzo istotne. Jak zostało już wspomniane stanowi ono bardzo ważny czynnik bezpośrednio wpływający na poziom podaży kredytów na rynku. Wraz z początkiem kryzysu finansowego, banki muszą liczyć się z podwyższonym ryzykiem prawnym związanym z wielością nowych rozwiązań, które właśnie weszły w życie bądź są przygotowywane przez prawodawców.

Na kształt rynku kredytów konsumenckich, w tym polityki i strategii banków na tym rynku wpływ mają: Prawo bankowe, Rekomendacje i zalecenia Komisji Nadzoru Finansowego, w tym przede wszystkim Rekomendacja S (II), Rekomendacja M, Rekomendacja T, przygotowywana właśnie ustawa o upadłości konsumenckiej czy też nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim. To bardzo szeroki wachlarz przepisów bezpośrednio wpływających na działalność banku na tym rynku. Jednocześnie należy podkreślić, że kredytodawcy nie będący bankami podlegają jedynie regulacją na szczeblu ustawy, czyt. nie są zobowiązani do wypełniania obowiązków nałożonych przez KNF na banki. Rekomendacje i zalecenia KNF nie mają bowiem charakteru wiążącego, niemniej są bardzo restrykcyjnie przestrzegane przez banki, dla których działalność kluczowe są dobre relacje z lokalnym regulatorem rynku finansowego.

Szczegółowej analizie poddany zostanie teraz przekazany do konsultacji w maju 2010 roku znowelizowany projekt ustawy o kredycie konsumenckim.

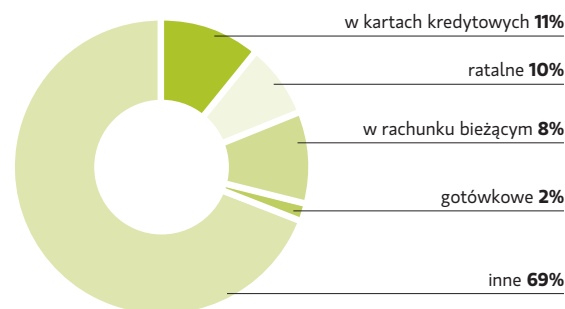
Projekt nowej ustawy o kredycie konsumenckim stanowi implementację dyrektywy europejskiej nr 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 roku. Zastąpiła ona dotychczasowo obowiązującą regulację – dyrektywę 87/102/EWG z 22 grudnia 1986 roku. Nowa ustawa zastąpi natomiast obecnie obowiązujące w Polsce przepisy w tym zakresie, czyli ustawę z dnia 21 lipca 2001 roku.

Jednym z podstawowych powodów wdrożenia nowej dyrektywy stała się potrzeba ujednoczenia przepisów wszystkich krajów członkowskich Unii Europejskiej w zakresie ochrony konsumentów na rynku kredytów konsumenckich. Zasada minimalnej harmonizacji wyrażona w starej dyrektywie EWG z 1986 roku zaowocowała w poszczególnych krajach wspólnoty wieloma odmiennymi mechanizmami i regulacjami co obecnie w znacznym stopniu utrudnia swobodny przepływ kapitału w ramach Unii Europejskiej. W zależności od kraju członkowskiego różny jest również poziom ochrony konsumentów, którzy ponadto nie mają łatwej i przejrzystej możliwości porównania ofert ani na rynku krajowym, ani międzynarodowym.

Najważniejsze kwestie, które zostały uregulowane w projekcie nowej ustawy to nałożenie na kredytodawcę i pośrednika obowiązków informacyjnych na tzw. etapie przedkontraktowym. Dla większej przejrzystości informacji, która pozwoli na łatwe porównywanie zarówno ofert krajowych, jak i tych dostępnych na całym rynku unijnym, wprowadzono obowiązek przekazywania informacji na Standardowym Europejskim Arkuszu Informacyjnym. Określone przez regulatora standardowe informacje pojawią się również w reklamach, czyli jeszcze na etapie, gdy klienci są zachęceni do podpisania umowy kredytowej. Prawodawcy zależy na tym, aby klienci przed podjęciem decyzji o zakupie kredytu konsumenckiego mogli zorientować się, jakie produkty są dostępne na rynku, jakie produkty są dla nich najlepsze, czy też jakie ryzyka wiążą się z decyzją o konkretnym kredycie konsumenckim.

Uregulowana zostanie również kwestia obowiązku oceny zdolności kredytowej konsumentów. Obecnie w Polsce banki oceniają zdolność kredytową swoich klientów, więc taki przepis nie będzie dla nich niczym nowym. Natomiast dla instytucji nieban-

Kredyty w kartach kredytowych są produktem relatywnie młodym na polskim rynku, niemniej jednak zanotowały **wysokie wskaźniki wzrostu już od lat 90-tych**, włączając okres kryzysu gospodarczego w 2009 roku.



14. Struktura sald kredytów konsumpcyjnych w Polsce (grudzień 2009)
Źródło: szacunki autora

Dolny próg, przy którym mają obowiązywać regulacje dotyczące kredytu konsumenckiego dyrektywa 2008/48/WE określa **na kwotę 200 Euro**.

Klient musi mieć możliwość prawidłowej oceny, czy oferowany produkt jest **dopasowany do jego potrzeb** i warunków finansowych.

kowych i ich klientów obowiązek oceny zdolności kredytowej jest nową regulacją, która będzie wiązała się z istotnymi zmianami przy zawieraniu kredytów konsumenckich.

Nowa ustawa o kredycie konsumenckim oznacza również nowe obowiązki dla pośredników kredytowych, przede wszystkim w zakresie zapewnienia klientom informacji na temat kredytu konsumenckiego, jak i relacji łączącej pośrednika kredytowego z kredytodawcą.

Wreszcie ustawa wprowadza zmiany do regulacji już obowiązujących. Termin, w jakim klient może odstąpić od umowy kredytu konsumenckiego bez podania przyczyny został wydłużony z obecnych 10 do 14 dni. Jednoznacznie zostało zdefiniowane prawo klienta do częściowej lub całkowitej przedterminowej spłaty kredytu.

Zwiększenie swobody przepływu kapitału w ramach krajów wspólnoty europejskiej ma zapewnić kredytodawcom z innych państw członkowskich dostęp do baz danych wykorzystywanych do oceny ryzyka kredytowego na zasadach niedyskryminujących.

Dolny próg, przy którym mają obowiązywać regulacje dotyczące kredytu konsumenckiego dyrektywa 2008/48/WE określa na kwotę 200 Euro. Natomiast górny próg został określony na poziomie 75 000 Euro. Projekt polskiej ustawy rozszerza ten zakres i swoimi przepisami obejmuje również kredyty poniżej 200 Euro. Jako że istotna część kredytów konsumenckich w Polsce to kredyty do 1 000 złotych, ustawodawca w projekcie ustawy zwraca uwagę na potrzebę objęcia ochroną również tej części rynku. W przypadku górnej granicy została ona określona na poziomie 255 550 złotych, co stanowi równowartość 75 000 Euro po kursie wymiany z dnia przyjęcia dyrektywy, czyli 23 kwietnia 2008 roku. W porównaniu z obecnie obowiązującą ustawą o kredycie konsumenckim oznacza to podniesienie górnego progu, który obecnie wynosi 80 000 złotych.

W projekcie ustawy o kredycie konsumenckim założono sześciomiesięczny *vacatio legis*, czyli okres od publikacji danego aktu prawnego a jego wejściem w życie. Ma to zarówno pozwolić kredytodawcom i pośrednikom kredytowym dostosować swoje systemy informatyczne i procedury do wymogów zawartych w projekcie ustawy, jak i przeprowadzić szkolenia dla pracowników w celu właściwej implementacji przepisów.

6.1. ETAP PRZEDKONTRAKTOWY – OBOWIĄZKI INFORMACYJNE

6.1.1. Przekaz reklamowy

Dyrektywa w sprawie umów o kredyt konsumencki nakłada na kredytodawcę oraz pośredników kredytowych obowiązek zawierania w przekazach reklamowych tzw. katalogu standardowych informacji. Zgodnie z art. 7 projektu nowej ustawy o kredycie konsumenckim mają one zawierać:

- stopę oprocentowania kredytu,
- całkowitą kwotę kredytu,
- rzeczywistą roczną stopę oprocentowania, wraz ze wskazaniem, czy jest ona stała, zmienna, czy mieszana oraz koszty po stronie konsumenta, które mają być uiszczane przy podpisaniu umowy,
- okres obowiązywania umowy o kredyt, jeśli jest ona warunkiem zawarcia umowy kredytowej,
- w stosownych przypadkach cenę gotówkową i kwoty wszystkich zaliczek (kredyt w formie odroczonej płatności) oraz jeśli to możliwe całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta oraz wysokość wszystkich rat.

Zgodnie z projektem ustawy powyższe informacje mają zostać przedstawione przez kredytodawcę lub pośrednika w sposób jednoznaczny, zrozumiały i widoczny. Nałożenie obowiązków informacyjnych w reklamach nie będzie nowym zjawiskiem dla polskich kredytodawców i pośredników, którzy już dzisiaj, na podstawie art. 16 obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim są zobligowani do podawania w reklamach rzeczywistej rocznej stopy oprocentowania (RRSO). Niewątpliwie jednak szerszy katalog standardowych informacji zawartych w przekazie reklamowym przyczyni się do większej dostępności podstawowych faktów dotyczących oferty kredytu konsumenckiego i zapewni klientom większą przejrzystość przy porównywaniu i wyborze ofert rynkowych.

Należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że zawieranie w przekazach reklamowych dodatkowych informacji wskazanych w katalogu standardowych informacji może wpłynąć na koszty marketingowe kredytodawców. Zwiększeniu mogą ulec wielkości reklam prasowych i internetowych oraz czas emisji reklam telewizyjnych i radiowych, tak aby zapewnić prawidłowy i czytelny przekaz, do którego reklamodawca będzie zobligowany przez regulatora.

Nowa ustawa o kredycie konsumenckim przyczyni się do większej przejrzystości ofert rynkowych oraz zawartych w nich informacji. Obowiązek podawania standardowych informacji został objęty przez ustawodawcę wspólnotowego maksymalną harmonizacją, więc w sposób niezmienny powinien zostać zastosowany w polskim prawodawstwie.

6.1.2. Standardowy Europejski Arkusz Informacyjny

Bardziej przejrzysty i usystematyzowany dostęp do informacji dotyczących ofert kredytu konsumenckiego, a co za tym idzie łatwość w porównywaniu ofert rynkowych ma zapewnić zawarty w Dyrektywie 2008/48/WE i zaimplementowany do art. 13 projektu nowej ustawy obowiązek przekazywania informacji za pomocą Standardowego Europejskiego Arkusza Informacyjnego (SEAI) „w stosownym czasie przed związaniem się konsumenta umową o kredyt lub ofertą”.

Przekazanie konsumentowi prawidłowo wypełnionego formularza SEAI zawierającego pełne informacje o kredycie nie będzie jednocześnie odbierać klientowi prawa do otrzymania projektu umowy o kredyt. Obecne regulacje precyzują katalog informacji, które muszą znaleźć się w ramach umowy kredytu konsumenckiego, jednak nie ma obowiązku przedstawiania ich jeszcze na etapie przedkontraktowym.

Należy jednocześnie pamiętać, że Standardowy Europejski Arkusz Informacyjny pozwoli klientom na wygodne i przejrzyste porównywanie ofert nie tylko na rynku krajowym, ale i wspólnotowym. Chociaż stanowi to istotny krok Wspólnoty w stronę pełnej swobody przepływu kapitału pomiędzy krajami członkowskimi, badania Komisji Europejskiej wskazują na inne bariery ograniczające ten przepływ, takie jak trudności językowe, znaczące odległości między klientem a dostawcą, czy wreszcie brak zaufania konsumentów. Dlatego trudno spodziewać się, że samo wprowadzenie SEAI w krajach członkowskich wpłynie w istotny sposób na wzrost liczby umów kredytu konsumenckiego zawieranych za granicą.

6.1.3. Asysta Przedkontraktowa

Poza Standardowym Europejskim Arkuszem Informacyjnym zarówno pośrednicy, jak i kredytodawcy będą zobligowani do zapewnienia tzw. asysty przedkontraktowej, czyli objaśnienia klientowi informacji zawartych w arkuszu, wskazując na skutki, jakie dla konsumenta może pociągnąć zawarcie umowy. Klient musi mieć możliwość prawidłowej oceny, czy oferowany produkt jest dopasowany do jego potrzeb i warunków finansowych.

Ta forma edukacji finansowej pomoże w podniesieniu świadomości konsumentów przy zawieraniu umowy kredytu konsumenckiego i pomoże zmniejszyć asymetrię pomiędzy poziomem wiedzy klientów i instytucji finansowej. Asysta przedkontraktowa będzie nowym rozwiązaniem na polskim rynku finansowym, jako że obecnie obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim nie narzuca na kredytodawcę i pośrednika podobnych obowiązków.

Obowiązek nałożony w Dyrektywie na kredytodawcę nie dotyczy jednak doradztwa w zakresie optymalnego dostosowania kredytu konsumenckiego do potrzeb klienta, a jedynie objaśnienia cech i skutków proponowanej umowy. Zmniejsza to zatem ryzyko utraty klientów przez firmy doradztwa finansowego, które pośrednio z uwagi na proces asysty przedkontraktowej mogłyby część klientów stracić.

SEAI i asysta przedkontraktowa dają klientowi informacje, na podstawie których będzie on w stanie podejmować bardziej świadome decyzje finansowe. Jednocześnie, bezpośrednio wpłyną na polepszenie wiedzy z zakresu finansów wśród społeczeństwa i tym samym mogą doprowadzić do poszerzenia rynku kredytowego. Zjawisko to omówione zostanie w późniejszej części raportu.

Omówione korzyści, jakie w wyniku nowelizacji ustawy otrzyma konsument muszą wiązać się z podniesieniem kosztów kredytodawców i pośredników finansowych udzielenia kredytu. Dla kredytodawcy i pośredników będzie to oznaczało konieczność przeszkolenia pracowników w zakresie udzielania asysty oraz wydłużenie czasu obsługi pojedynczego klienta. Sam fakt przekazania arkusza i udzielenia asysty przedkontraktowej nie jest dla kredytodawcy gwarancją sprzedaży kredytu konsumenckiego. Dodatkowe koszty, z jakimi muszą liczyć się kredytodawcy, to udokumentowanie prawidłowego przeprowadzenia procedury asysty przedkontraktowej, dla zabezpieczenia się przed potencjalnymi roszczeniami ze strony klientów.

6.1.4. Obowiązki informacyjne pośredników kredytowych

Na etapie przedkontraktowym dyrektywa precyzuje również szczególne obowiązki informacyjne nałożone na pośredników kredytowych. Odnoszący się do tych obowiązków art. 21 dyrektywy został zaimplementowany w art. 7 projektu ustawy. Obecnie polskie prawo nie przewiduje regulacji dotyczących pośredników finansowych, za wyjątkiem określenia zasad pośrednictwa w zakresie ubezpieczeń majątkowych i osobowych. Wprowadzenie dyrektywy nałoży obowiązki na pośredników kredytowych, którzy będą zobligowani do:

- określenia w materiałach reklamowych oraz informacyjnych, czy dany pośrednik finansowy współpracuje tylko z jednym, czy z kilkoma kredytodawcami, czy też działa jako niezależny broker,
- przedstawienia klientowi wysokości ewentualnych należnych opłat na rzecz pośrednika kredytowego, uzgodnienie ich wysokości z klientem oraz udokumentowanie ich jeszcze przed zawarciem umowy o kredyt. Jeśli na etapie informowania klienta wysokość opłat nie może zostać jednoznacznie określona, pośrednik jest zobligowany do poinformowania klienta o maksymalnej kwocie potencjalnych opłat. Opłaty na rzecz pośrednika muszą zostać przedstawione w sposób przejrzysty oraz szczegółowy, tak żeby klient miał możliwość oceny realnych kosztów pośrednictwa kredytowego.
- poinformowania kredytodawcy o ewentualnych opłatach ponoszonych przez klienta na rzecz pośrednika kredytowego w celu prawidłowego wyliczenia stopy oprocentowania przez Kredytobiorcę.

Pośrednik kredytowy będzie również zobligowany do poinformowania klienta, czy za pośrednictwem otrzymuje opłatę od kredytodawcy. Z punktu widzenia klienta otrzymanie takiej informacji jest bardzo użyteczne, ponieważ pozwala sprawdzić, czy pośrednik faktycznie działa niezależnie.

Ponadto na pośredników kredytowych zostały nałożone analogiczne co kredytodawców obowiązki informacyjne na etapie przedkontraktowym, czyli zawarciu standardowych informacji w przekazie reklamowym, jeśli dotyczy ona kredytu konsumenckiego, obowiązek udostępnienia klientowi standardowego europejskiego arkusza informacyjnego, czy zapewnienie asysty przedkontraktowej.

Nałożenie przez dyrektywę obowiązków informacyjnych na pośredników kredytowych będzie wiązało

się z kosztami dostosowania się pośredników do nowych obowiązków informacyjnych. Potencjalne koszty mogą wpłynąć na wzrost cen usług pośredników finansowych, którymi zostanie obciążony konsument oraz kredytodawca. Regulacje te powinny jednak przyczynić się do większej przejrzystości funkcjonowania pośredników kredytowych, co powinno przełożyć się na wzrost zaufania klientów do pośredników kredytowych oraz kredytów konsumenckich.

Z drugiej strony informacje, jakie zobowiązany będzie przedstawić pośrednik kredytowy, takie jak to, czy za pośrednictwem otrzymuje wynagrodzenie również od kredytodawcy, może wpłynąć na spadek wiarygodności i utratę pozycji obiektywnego i niezależnego doradcy finansowego. Z punktu widzenia klientów takie zapisy należy jednak ocenić jako korzystne – dają one klientom przejrzyste informacje na temat relacji wiążących pośredników i kredytodawców oraz wysokości wszystkich opłat, co na etapie przedkontraktowym przyczyni się do podjęcia w pełni świadomej decyzji.

6.1.5. Obowiązek przeprowadzenia zdolności kredytowej

Obowiązek przeprowadzenia oceny zdolności kredytowej klienta przed udzieleniem kredytu konsumenckiego jest obecnie uregulowany w prawie bankowym, którym objęte są działające w Polsce banki. Obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim, która obejmuje swoim reżimem wszystkich kredytodawców, nie wymaga natomiast jednoznacznie oceny zdolności kredytowej klientów, zatem można się spodziewać, że część kredytodawców nie przeprowadzała pełnej oceny.

Rynek kredytów konsumenckich w Polsce jest obok banków konstytuowany przez inne instytucje kredytowe, które to – jak zostało wykazane - nie podlegają obowiązkowi przeprowadzenia oceny zdolności kredytowej, określonej prawem bankowym. Dyrektywa 2008/48/WE nakłada obowiązek przeprowadzenia oceny zdolności kredytowej klienta zarówno w przypadku, gdy zawiera on nową umowę kredytu konsumenckiego, jak i przed znaczącym podwyższeniem ogólnej kwoty kredytu, który został już udzielony. Przepis ten został zaimplementowany w art. 40 projektu ustawy.

Dyrektywa dopuszcza określenie zdolności kredytowej klienta zarówno na podstawie uzyskanych od konsumenta informacji, które opisują jego sytuację finansową, jak i w oparciu o dostępne bazy danych,

15%

wielkości zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce wynoszą kredyty do **wysokości 1000 złotych** (badania przeprowadzone przez KPF-IRG, Warszawa 2007).

a także rozwiązanie pośrednie oparte na obu powyższych. Ten zapis w dyrektywie został zaimplementowany w art. 9 projektu nowej ustawy.

Obowiązek przeprowadzenia oceny zdolności kredytowej może jednocześnie wpłynąć na zmniejszenie rynku, na którym operują niebankowe instytucje kredytowe, których klientami są w dużej mierze osoby nie posiadające zdolności kredytowej wystarczającej do uzyskania kredytu konsumenckiego w banku.

Biorąc pod uwagę fakt, że blisko 15 proc. wielkości zadłużenia gospodarstw domowych w Polsce wynoszą kredyty do wysokości 1000 złotych (badania przeprowadzone przez KPF-IRG, Warszawa 2007), należy liczyć się z tym, że w przypadku gdyby dolna granica wysokości kwoty kredytu nie objęła kredytów poniżej kwoty 200 Euro (jak jest to wskazane w omawianej Dyrektywie), 15 proc. rynku pozostałoby poza ochroną wynikającą z obowiązku oceny zdolności kredytowej przez kredytodawcę. Rozszerzenie przedmiotowego zakresu ustawy w Polsce wydaje się niezbędne, gdyż klienci korzystający z kredytów konsumenckich na niskie kwoty są szczególnie narażeni na potencjalne nadmierne zadłużanie się i wpadanie w pułapkę kredytową. Zaciąganie kolejnych kredytów konsumenckich dla spłaty zobowiązań z tytułu innych kredytów wydaje się być potencjalnie ważnym problemem społecznym, a proponowane rozwiązania mogą pomóc ograniczyć skalę tego zjawiska. Dlatego w nowym projekcie ustawy o kredycie konsumenckim nie są zakładane zmiany w stosunku do ustawy z dnia 20 lipca 2001 roku, która nie zakłada dolnego progu dla obowiązujących regulacji, więc kredyty poniżej kwoty 200 Euro również zostaną objęte przepisami nowej ustawy.

Zgodnie z art. 10 projektu ustawy w przypadku odmowy udzielenia kredytu konsumenckiego w związku z negatywną weryfikacją przy procedurze oceny zdolności kredytowej klienta kredytodawca będzie zobligowany do przedstawienia klientowi informacji, na podstawie których została podjęta odmowna decyzja przy udzieleniu kredytu. Przygotowanie odpo-

wiednich procedur w tym zakresie będzie wiązało się z dodatkowymi kosztami dla kredytodawcy, tak samo jak zabezpieczenie się przed ewentualnymi roszczeniami klientów, którzy otrzymali kredyt konsumencki w wyniku błędnej oceny zdolności kredytowej i nie są w stanie regulować należności z nim związanych. Dodatkowe koszty po stronie kredytodawcy będą również dotyczyły dostosowania procedur oraz systemów informatycznych do potrzeb przeprowadzania oceny zdolności kredytowej klientów, a także kosztów szkolenia personelu i wydłużonego średniego czasu obsługi klienta. Niezależnie od tego bezpieczeństwo klientów znacznie się poprawi w stosunku do obecnej sytuacji, w której obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim nie obliguje kredytodawców do tego typu czynności.

6.2. ETAP WYKONYWANIA UMOWY

6.2.1. Odstąpienie od umowy

Implementacja Dyrektywy 2008/48/WE wpłynie na poszerzenie określonych praw konsumentów na etapie wykonywania umowy o kredyt konsumencki, które obowiązują już w polskim prawodawstwie (art. 51 ust.1 projektu ustawy). Obecnie obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim w art. 11 zapewnia klientom prawo do odstąpienia od umowy o kredyt bez podawania przyczyny w terminie 10 dni od jej zawarcia. Okres ten pozwala klientom na dokładne przemyślenie decyzji i ocenę, czy nie została podjęta nazbyt pochopnie (tzw. *cooling off period*). Dyrektywa wydłuża ten termin do 14 dni i precyzuje moment, od którego rozpoczyna się naliczanie tego okresu, czyli od dnia zawarcia umowy o kredyt, lub dnia, w którym konsument otrzymał informacje precyzujące warunki umowy, które powinna ona zawierać, jeśli wystąpiło to już po dniu zawarcia umowy.

Jednocześnie kredytodawca będzie zobowiązany zwrócić klientowi opłatę przygotowawczą oraz opłaty związane z ustanowieniem zabezpieczenia. Klient natomiast będzie musiał ponieść koszty odsetek od kapitału od dnia wypłaty kredytu do dnia jego spłaty.

Dzięki uregulowaniu kwestii wcześniejszej spłaty kredytu klienci otrzymają klarownie wyartykułowane prawo do **wcześniejszej spłaty kredytu konsumenckiego**, zarówno w całości jak i w części.

Jednocześnie będzie musiał pokryć bezzwrotne koszty na rzecz administracji publicznej związane z kredytem. Proponowany zapis poza oczywistymi korzyściami dla klientów niesie ze sobą korzyści ekonomiczne również dla kredytodawcy, jako że rozwiązanie to nakłada na klientów obowiązek zapłaty odsetek od kapitału za okres, w którym kredyt był uruchomiony oraz obowiązek pokrycia zewnętrznych kosztów na rzecz administracji publicznej.

6.2.2. Możliwość przedterminowej spłaty kredytu

Zgodnie z art. 46 projektu ustawy klient ma prawo do całkowitej bądź częściowej spłaty kredytu w całym okresie jego trwania, przed terminem określonym w umowie. Również obecnie obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim stanowi, że klient ma prawo do wcześniejszego niż określony w umowie terminu spłaty kredytu.

W przypadku spłaty przed terminem kredytu oprocentowanego, klient nie jest zobowiązany do zapłaty oprocentowania za okres przypadający już po spłacie kredytu. W przypadku spłaty kredytu nieoprocentowanego, klient ma prawo do zmniejszenia przez kredytodawcę prowizji i opłat proporcjonalnie do okresu, o który skrócił czas korzystania z kredytu. W obecnej ustawie o kredycie konsumenckim nie było jednak jednoznacznie określone, czy w oparciu o obowiązujące regulacje klient ma prawo do częściowej przedterminowej spłaty kredytu, czy jedynie – co nie budzi wątpliwości – do spłaty kredytu w całości.

Pomimo iż w praktyce w większości przypadków klientom przysługuje prawo zarówno do całkowitej jak i częściowej spłaty kredytu przed terminem, przyjęcie Dyrektywy 2008/48/WE jednoznacznie określi to prawo jednoznacznie.

W myśl nowych przepisów kredytodawca może jednocześnie żądać zrekompensowania kosztów

związanych z przedterminową spłatą kredytu przez klienta. Wysokość rekompensaty została w ramach dyrektywy określona i ograniczona. Nie może ona przekroczyć 1 proc. kwoty spłacanej przed terminem w przypadku, gdy okres pomiędzy dokonaniem spłaty a wygaśnięciem umowy o kredycie konsumenckim przekracza rok oraz 0,5 proc., jeśli okres ten nie przekracza jednego roku.

Niezależnie od okresu czasu, jaki pozostaje od momentu przedterminowej spłaty kredytu do wygaśnięcia umowy o kredycie konsumenckim, kredytodawca może żądać rekompensaty z tytułu przedterminowej spłaty kredytu w przypadku, gdy w momencie tej spłaty oprocentowanie kredytu jest stałe. Jeśli oprocentowanie kredytu jest zmienne w okresie, na który przypada przedterminowa spłata kredytu kredytodawca nie ma podstaw do żądania rekompensaty.

Żądanie rekompensaty przez kredytodawcę nie będzie również możliwe w przypadku, gdy spłacana przed terminem część kwoty kredytu nie przekroczy określonej wartości. Dyrektywa 2008/48/WE określa tę wartość na poziomie 10 000 euro w okresie jednego roku. Wyrażenie prognozy w postaci nominalnej mogłoby doprowadzić do jego stosunkowo szybkiej dezaktualizacji, dlatego też w projekcie ustawy (art. 48 ust. 1) opowiedziano się za ustaleniem prognozy na poziomie trzykrotnego przeciętnego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw ogłaszanego przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego w Dzienniku Urzędowym „Monitor Polski” z grudnia roku poprzedzającego rok, w którym następuje spłata kredytu.

Dzięki uregulowaniu kwestii wcześniejszej spłaty kredytu klienci otrzymają klarownie wyartykułowane prawo do wcześniejszej spłaty kredytu konsumenckiego, zarówno w całości jak i w części. Kredytodawcy natomiast uzyskają możliwość sprawiedliwej i obiektywnej rekompensaty z tytułu poniesionych kosztów związanych z wcześniejszą spłatą kredytu. Pomimo iż żądanie rekompensaty jest w dyrektywie mocno ograniczone stanowi ono niewątpliwą korzyść dla kredytobiorców, którzy w ramach obecnie obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim nie mają prawa do zastrzeżenia prowizji z tytułu wcześniejszej całkowitej spłaty kredytu konsumenckiego. W praktyce wprowadzenie zapisów o rekompensacie nie będzie jednak oznaczało znacznych kosztów, jakimi potencjalnie mogą zostać obciążeni konsumenci, w związku z tym całościowo rozwiązanie to będzie korzystne również z punktu widzenia klientów.

6.2.3. Regulacje dotyczące kredytu hipotecznego

Zapewnienie odpowiedniego poziomu ochrony klienta decydującego się na kredyt zabezpieczony hipoteką obok prawa bankowego jest dzisiaj uregulowane w postanowieniach Rekomendacji M oraz Rekomendacji S(II) opracowanych przez Komisję Nadzoru Finansowego. Z uwagi na przepisy prawa bankowego w przypadku naruszenia postanowień rekomendacji możliwość występowania przez KNF przeciwko niezgodnym z tymi przepisami działaniom banków jest ograniczone w związku z tym, że rekomendacje te mają charakter niewiążący.

Zakres informacji, do przekazania których zobligowany będzie kredytodawca przed udzieleniem kredytu zabezpieczonego hipoteką został określony w art. 22 projektu ustawy o kredycie konsumenckim. Informacje te mają pomóc klientom w zorientowaniu się w faktycznych kosztach kredytu, który może przekroczyć wartość przedmiotu kredytu – nieruchomości, na zakup której umowa jest zawierana. Pomoże to klientom w podejmowaniu decyzji w sposób bardziej świadomy i przemyślany. Kredytodawca i pośrednik będą zobligowani do przedstawienia klientom na etapie przedkontraktowym informacji zawartych w formularzu wzorowanym na Standardowym Europejskim Arkuszu Informacyjnym. Projekt ustawy implementujący przepisy dyrektywy precyzuje listę informacji, jakie muszą zostać zawarte w umowach o kredyt hipoteczny.

Formularz informacyjny, jaki zgodnie z projektem ustawy będzie udostępniany klientom przyczyni się do podniesienia ich świadomości oraz wygodniejszej i bardziej przejrzystej formy porównywania ofert. Przełoży się to na bardziej świadome podejmowanie przez klientów decyzji o zawarciu umowy kredytowej.

6.3. DOSTĘP DO BAZ DANYCH

Zagwarantowanie dostępu do baz danych pozwoli na większą ekspansję krajowych kredytodawców na rynku wspólnotowym, a także przyczyni się do swobodnego przepływu kapitału w ramach krajów Unii Europejskiej.

Obecnie w polskim prawodawstwie kwestia swobodnego dostępu do baz danych w innych państwach członkowskich nie jest uregulowana ani w ustawie o kredycie konsumenckim ani w prawie bankowym. Należy jednak pamiętać, że niski odsetek kredytów transgranicznych w ramach wspólnoty wynika z szeregu barier, takich jak duża odległość konsumenta

od kredytodawcy, brak zaufania do zagranicznego podmiotu, czy nieznanomość języka. Zatem samo ułatwienie dostępu do baz danych może jedynie pośrednio wpłynąć na ekspansję oferty po stronie kredytodawców.

Dodatkowo duża część zagranicznych instytucji finansowych jest już obecna na polskim rynku za pośrednictwem swoich spółek córek. Trudno jest więc sobie wyobrazić, żeby taka instytucja finansowa zdecydowała się na „kanibalizację” swojej oferty poprzez intensywne wychodzenie spółek-córek na inne rynki wspólnotowe, na których jest ona obecna za pośrednictwem innego podmiotu, na przykład spółki-matki, lub w której zagraniczny podmiot poprzez kredyty transgraniczne konkuruje z polską instytucją finansową, będącą jego spółką-córką.

Wdrożenie przepisów projektowanej ustawy będzie wymagało od właścicieli baz danych podpisania szeregu umów określających zasady i koszty wymiany danych. Dostosowanie się do nowych przepisów będzie skutkowało kosztami, jakie będą musiały zostać poniesione jednorazowo przy wdrożeniu zapisów proponowanej ustawy.

7. Wpływ nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim na politykę kredytową banków

Jak zostało już wskazane we wcześniejszej części badania, niezależne strategie biznesowe banków, w tym ich polityki i strategie kredytowe, są pochodną czynników o charakterze rynkowym, a mianowicie sytuacji makroekonomicznej oraz regulacji tego rynku. Sytuacja makroekonomiczna bezpośrednio wpływa bowiem nie tylko na poziom popytu na kredyt wśród konsumentów, ale z drugiej strony kształtuje także apetyt na ryzyko wśród banków i innych instytucji kredytowych. Jednocześnie, znacząca część decyzji banków odnośnie ich polityki kredytowej jest bezpośrednią pochodną założeń o charakterze biznesowym, w szczególności decyzji dotyczących modelu biznesowego, pozycjonowa-

nia rynkowego, docelowych grup klientów czy też przyjętej polityki ryzyka.

Omówiona powyżej nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim, obok wspomnianych Rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego, będzie musiała być uwzględniona przez banki i instytucje kredytowe w opracowywanych strategiach biznesowych i tym samym bezpośrednio oznaczać będzie jakościową i ilościową zmianę na tym rynku. Istotne jest jednak spostrzeżenie, że skala zmian nie wydaje się jednak być znacząca, szczególnie jeżeli porównujemy ten akt z innymi regulacjami, które niedawno były implementowane na rynku kredytowym.

Główną przesłanką zmian wynikających z nowelizacji ustawy jest wzmocnienie ochrony konsumenta na rynku kredytów konsumenckich poprzez wprowadzenie szeregu rozwiązań, szczególnie w zakresie obowiązków informacyjnych. Ustawa wprowadzi tym samym swoiste standardy zachowań, bądź standardy obsługi i tym samym nie tylko zabezpieczy konsumentów na omawianym rynku, ale i zasadniczo zmniejszy pole do interpretacji obowiązujących przepisów prawa, tym samym zabezpieczając kredytodawców przed potencjalnymi skargami i postępowaniami z tytułu niedopełnienia obowiązków informacyjnych bądź kontraktowych. To szczególnie istotne w perspektywie postępowań sądowych konsumentów, jakie miały miejsce na skutek podwyższenia kosztów kredytów w okresie kryzysu finansowego.

W opublikowanych założeniach do ustawy o kredycie konsumenckim oraz projekcie rzeczonyj ustawy wskazuje się także na fakt, że poprzez ujednoczenie rozwiązań prawnych w krajach Unii Europejskiej, możliwe stanie się zaciąganie kredytu w walutach wymienialnych w innych krajach członkowskich Unii Europejskiej. Poprzez zbliżenie warunków udzielania kredytów konsumenckich, standaryzację umów o kredyt konsumencki oraz intensywny rozwój sys-

temu wymiany informacji kredytowej i współpracy baz danych, wydaje się, że zaciąganie kredytu transgranicznego będzie nie tylko możliwe, ale konsument – mając do czynienia w każdym z krajów z podobnym zakresem informacji i dokumentacji – będzie się czuł dość swobodnie przy zaciąganiu zobowiązania poza krajem zamieszkania.

Z praktycznego punktu widzenia jednak, szczególnie w bliskiej przyszłości – nie wydaje się, ażeby umożliwienie zaciągania kredytu transgranicznego było realną konkurencją dla banków i innych instytucji kredytowych działających w Polsce. Mając na uwadze obecny kształt tego rynku, relatywnie niską średnią kwotę kredytu konsumpcyjnego w Polsce w porównaniu do poziomów w innych krajach UE, jak również cechy tego kredytu z perspektywy zachowań klienta, nie wydaje się możliwe, iż możliwość zaciągania kredytów transgranicznych jakościowo zmieni obraz tego rynku w Polsce. Oczywiście, można się spodziewać, że w niektórych segmentach klientów – szczególnie wśród klientów zamożnych – kredyty transgraniczne mogą spotkać się z zainteresowaniem, niemniej wydaje się, że zainteresowanie to będzie raczej ograniczone.

Jednocześnie, nie wydaje się także, aby polskie banki były gotowe do dynamicznej ekspansji kredytowej na innych niż polski rynkach w ramach Unii Europejskiej. Obok najbardziej podstawowej bariery językowej, istotna wydaje się także kwestia zbudowania zaufania do kredytodawcy pośród kredytobiorcami.

Analiza wpływu nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim przedstawiona zostanie w kilku punktach, odnoszących się do zachowań banków oraz cech kredytów konsumenckich, które mogą ulec zmianie w konsekwencji implementacji znowelizowanej ustawy. W finalnej części badania przedstawione zostaną także przewidywane konsekwencje nowelizacji tej ustawy dla całego rynku kredytowego, jak również innych sektorów gospodarki.

7.1. KIERUNKI POLITYKI KREDYTOWEJ BANKÓW

Jak zostało już powiedziane, w okresie przyspieszenia gospodarczego, jakie charakteryzowało polską gospodarkę przed kryzysem finansowym, rozpoczętym jesienią 2008 roku, banki bardzo intensywnie ze sobą konkurowały w zakresie pozyskania i utrzymania klientów. Ze względu na wysokie poziomy popytu na kredyty konsumenckie w Polsce w latach 2006-2008 banki nie tylko znacząco zwiększyły swoje zasoby, aby sprostać zapotrzebowaniu na rynku, ale i starały się budować przewagę konkurencyjną w oparciu o poziom i szybkość obsługi. W omawianym tu okresie kredyt konsumencki, w tym zarówno kredyt zabezpieczony hipoteką, jak i kredyt konsumpcyjny, stały się produktami powszechnie dostępnymi. Banki nie tylko „ścigały” się w odniesieniu do szybkości procesowania wniosków kredytowych, nie tylko bardzo mocno konkurowały ze sobą pod względem oferowanej ceny korzystając z taniego finansowania, ale także w wyraźny sposób obniżyły oczekiwania w zakresie zdolności kredytowej klientów. Kryzys finansowy w 2008/2009 roku przyniósł niemalże rewolucję w zakresie zachowań banków na rynku kredytów konsumenckich. Kredyty hipoteczne stały się niemalże nieosiągalne, podczas gdy kredyty konsumpcyjne banki kierowały przede wszystkim do własnych klientów, których historia kredytowa była im znana, przez co zdolność do spłaty zaciągniętego zobowiązania była dość łatwa do oszacowania. Wtedy to banki charakteryzowała bardzo zachowawcza i ostrożnościowa polityka kredytowa, w której centrum leżała konieczność zminimalizowania procesu pogarszania się zbudowanego portfela kredytowego. W okresie kryzysu finansowego, obserwowaliśmy także wzmożone działania o charakterze regulacyjnym, które z jednej strony miały pomóc bankom w trudnej sytuacji, z drugiej jednak nakładały na nie ograniczenia, mające zapobiec tak ryzykownym kro-

kom jak intensywne budowanie portfeli kredytowych przy jednoczesnym wyraźnym obniżaniu profilu ryzyka klienta kredytowego.

Niepokojącym było bowiem zjawisko, kiedy to pomimo istniejących i dobrze zorganizowanych metod badania zdolności kredytowej klientów przez banki nadal część nieświadomych klientów zadłużała się ponad swoje możliwości. W momencie, kiedy klient miał wrażenie, że nie jest już w stanie obsługiwać zobowiązań zaciągniętych w bankach zapożyczał się w innych instytucjach kredytowych, które nie prowadziły całościowej oceny zdolności kredytowej klienta oferującym tym samym kredyty znacznie droższe.

Jak zostało już wspomniane wcześniej, podmiotowo nowa ustawa o kredycie konsumenckim obejmie nie tylko banki, ale wszystkich kredytodawców obecnych na polskim rynku. Art. 9 projektu ustawy nakłada na kredytobiorcę przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki obowiązek oceny ryzyka kredytowego. Weryfikacja zdolności kredytowej ma się opierać o informacje dostarczone przez klienta oraz – jeżeli te nie są wystarczające – o informacje z baz danych.

Zapis ten z perspektywy banków pozostaje zupełnie neutralny dla ich polityk kredytowych. Wszystkie banki bowiem bez względu na strategię w zakresie akceptowanego ryzyka i w efekcie – jakości budowanego portfela kredytowego mają obowiązek weryfikacji zdolności kredytowej klienta przed udzieleniem kredytu konsumenckiego. Dla SKOK-ów i innych kredytodawców jednak to rewolucyjna zmiana, która w efekcie powinna przede wszystkim ograniczyć zjawisko nadmiernego zapożyczania się społeczeństwa, co z kolei pozytywnie wpłynie na jakość portfeli kredytowych na rynku. Jednocześnie, kredyt może stać się mniej dostępny jeżeli rzeczywiście wszyscy kredytodawcy będą zobligowani do oceny ryzyka związanego z kredytem konsumenckim, w szczególności kredytem konsumpcyjnym.

Naturalnie mogłoby się zatem wydawać, że zmniejszona podaż kredytów na rynku dostarczanych przez innych niż banki kredytodawców zwiększy konkurencję pomiędzy poszczególnymi graczami. Teza ta jednak wydaje się złudna przez to, że w bardzo dużej mierze dotyczy to segmentu klientów, którzy nie mają wystarczająco dobrej zdolności kredytowej by o kredyt konsumencki się starać w banku i właśnie dlatego są skłonni ponosić znacznie wyższe opłaty z tytułu zadłużenia w innych instytucjach.

Ograniczanie zjawiska **nadmiernego zadłużania się ludności** poprzez pozytywny wpływ na jakość portfeli kredytowych banków może nieco złagodzić obecnie bardzo konserwatywne podejście banków do oceny ryzyka, czyt. zwiększyć ich apetyt na ryzyko.

Nowelizacja ustawy w zasadniczy sposób **nie zmieni polityk kredytowych** banków w zakresie udzielania kredytów hipotecznych.

Jednocześnie, ograniczanie zjawiska nadmiernego zadłużania się ludności poprzez pozytywny wpływ na jakość portfeli kredytowych banków może nieco złagodzić obecnie bardzo konserwatywne podejście banków do oceny ryzyka, czyt. zwiększyć ich apetyt na ryzyko. Z jednej strony należy się spodziewać, iż taki właśnie trend będzie towarzyszył poprawiającym się perspektywom polskiej gospodarki, z drugiej natomiast dzięki mechanizmom wprowadzanym przez nowelizację do ustawy, pozycja konkurencyjna banków nie tylko będzie bardziej wyrównana w odniesieniu do innych graczy, ale także na nowo będą one musiały ze sobą konkurować próbując zaspokoić rosnące potrzeby kredytowe klientów.

Konkludując, nie przewiduje się, aby nowelizacja ustawy w materialny sposób wpłynęła na fundamenty polityk kredytowych banków. Te nadal w największym stopniu będą pochodną czynników o charakterze makroekonomicznym, które to poprzez dostępność płynności i finansowania oraz bezpośredniego przełożenia na apetyt na ryzyko, będą decydowały z jednej strony o wolumenie kredytów dostępnych na rynku, a z drugiej natomiast – o jego cenie. Spójrzmy zatem jaki wpływ nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim wywrze na podaż i cenę kredytu konsumenckiego.

7.2. PODAŻ KREDYTÓW KONSUMENCKICH

Wpływ nowelizacji ustawy na podstawowe siły rynku kredytów konsumenckich, tj. popyt i podaż zostaną przeanalizowane poniżej z perspektywy polityk kredytowych banków, ale także komentarzem objęte zostaną polityki kredytowe kredytodawców nie będących bankami.

Jak zostało już na wstępie powiedziane, polski rynek kredytów konsumenckich nadal prezentuje relatywnie duży potencjał wzrostu w perspektywie średniookresowej i należy zakładać, że nadal będzie stanowił ważny element strategii biznesowych podmiotów działających na tym rynku. Podkreślone zostało także, że perspektywy rozwoju polskiej gospodarki są dobre i stanowią stabilną bazę do dalszego intensywnego wzrostu.

Wydaje się, że nowelizacja omawianej tu ustawy nie wpłynie zasadniczo zarówno na popyt, jak i na podaż kredytów na rynku. Popyt nadal będzie pochodną rozwoju gospodarczego kraju, podczas gdy podaż – jak już wspomniano – wynikać będzie z uwarunkowań rynkowych i niezależnych decyzji banków. Rozwój

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim w największym stopniu zmieni obraz właśnie segmentu kredytów konsumpcyjnych i przez to **jakościowo wpłynie na politykę kredytową** banków w tym zakresie.

Nowelizacja ustawy może finalnie wiązać się z **podniesieniem ceny kredytu** ze względu na podwyższone koszty jego udzielenia.

ryнку nie ulegnie zatem zniekształceniu i polski rynek kredytów konsumenckich nadal będzie podążał ścieżką rozwoju utartą przez gospodarki wysoko rozwinięte.

Strategie kredytowe banków we wspomnianych uprzednio dwóch podstawowych segmentach rynku wymagają jednak szczegółowej i odrębnie przygotowanej analizy jako że znowelizowana ustawa wprowadza różne mechanizmy w odniesieniu do tych produktów.

7.2.1. Kredyt hipoteczny

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim swoim przedmiotem częściowo obejmie kredyty hipoteczne. Ustawa w swoim zakresie odnosi się do kredytów hipotecznych w odniesieniu do przedkontraktowych obowiązków informacyjnych, jakie będą spoczywały na banku bądź innej instytucji kredytowej podczas udzielania kredytu zabezpieczonego hipoteką. Ze względu na fakt, że kredyt hipoteczny jest z reguły kredytem o długiej zapadalności i opiewa zazwyczaj na duże kwoty, konsumenci znacznie ostrożniej podchodzą do zaciągania tego typu zobowiązań. Co więcej, wydaje się, że pomimo relatywnie niskiego poziomu edukacji finansowej społeczeństwa, najwięcej pracy banki i instytucje sektorowe poświęciły właśnie na edukację społeczeństwa w zakresie poznania specyfiki kredytu hipotecznego i bardzo skrupulatnie podchodziły do polityki informacyjnej w zakresie oferty kredytów hipotecznych. Z uwagi na fakt, że



14. Szacunkowy przyrost portfela kredytów hipotecznych w Polsce w latach 2007 -2012
Źródło: dane historyczne – KNF, prognoza – szacunki autora

znaczna część tego typu kredytów sprzedawana była za pośrednictwem doradców kredytowych, konsumenci z reguły dostawali pełną wiedzę na temat ofert dostępnych na rynku, włączając informacje dotyczące kosztu udzielenia kredytu, oprocentowania kredytu, terminów spłaty, obowiązkowych ubezpieczeń, wreszcie ryzyka związanego z zaciąganiem kredytów walutowych. Wydaje się zatem, że wprowadzenie jednolitego arkusza informacyjnego i określenie ustawowo zakresu informacji, jakie muszą być dostarczone klientowi przed podpisaniem umowy kredytu jedynie w nieznacznym stopniu wpłynie na transparentność w segmencie rynku, w którym ta transparentność w zasadzie już istnieje. Jako że jedynie banki udzielają dziś kredyty zabezpieczone hipoteką, są one jednocześnie zobligowane do przestrzegania rekomendacji i zaleceń Komisji Nadzoru Finansowego oraz zestawu dobrych praktyk bankowych, także – znacznie wcześniej - odnoszących się do obowiązków informacyjnych banków w procesie udzielania kredytów hipotecznych.

Na obecnym etapie rozwoju rynku kredytów konsumenckich w Polsce banki nadal będą koncentrowały się na budowaniu portfeli kredytów hipotecznych. Te z kolei nadal będą się cieszyły dużym zainteresowaniem. Co więcej, w momencie odbicia się rynku przy poprawionych wskaźnikach makroekonomicznych, w tym przede wszystkim obniżonym poziomie bezrobocia, banki nadal będzie charakteryzował znacznie wyższy apetyt na ryzyko w zakresie udzielania kre-

dytów hipotecznych, które dla banków w ostatnich latach stały się jednym z podstawowych, najbardziej dochodowych i bezpiecznych produktów. Co więcej, kredyty hipoteczne w Polsce w dalszym ciągu charakteryzuje bardzo niska szkodowość portfela. Nawet w okresie kryzysu finansowego ilość niespłaconych kredytów hipotecznych nieznacznie wzrosła. Dobry profil ryzyka polskich kredytów zabezpieczonych hipoteką wynika z kilku czynników. Przede wszystkim należy podkreślić, że portfel kredytów hipotecznych w Polsce jest dość młody, który z natury charakteryzuje niska szkodowość. Ponadto, Polacy zaciągają kredyty zabezpieczone hipoteką przede wszystkim w celu zabezpieczenia podstawowych potrzeb mieszkaniowych i niewspółmiernie rzadko w porównaniu do społeczeństw Europy Zachodniej traktują zakup nieruchomości jako działalność o charakterze inwestycyjnym.

Konkludując, można stwierdzić, że nowelizacja ustawy w zasadniczy sposób nie zmieni polityk kredytowych banków w zakresie udzielania kredytów hipotecznych. Banki nadal będą dość restrykcyjnie podchodzić do oceny zdolności kredytowej konsumentów chcących zaciągnąć kredyt hipoteczny. W dalszym ciągu kredyt hipoteczny będzie dla banków jednym z kluczowych produktów i co więcej – w momencie powracającego ożywienia gospodarczego banki na nowo będą bardzo skłonne ekspansywnie walczyć o ten segment rynku. Można się jednak spodziewać zmiany w zakresie polityki dystrybucyjnej,

w ramach której w perspektywie krótko- i średniookresowej banki będą w dużej mierze koncentrować swoją sprzedaż kredytów hipotecznych na własnej sieci sprzedaży i dopiero w momencie wyczerpania własnych zasobów będą skłonne powrócić do bliskiej współpracy z pośrednikami finansowymi.

Doskonałą ilustracją do postawionej tezy, że nowelizacja ustawy nie wpłynie na politykę banków w zakresie sprzedaży kredytów hipotecznych może stanowić poniższy schemat pokazujący przewidywany przyrost całkowitego salda kredytów hipotecznych w Polsce w najbliższych latach. Należy jednak mieć na uwadze efekt walutowy oraz fakt, że średnia cena mieszkania a tym samym średnia wartość kredytu hipotecznego, będzie z upływem czasu rosła. I tak, o ile w 2008 roku wynosiła ona ok. 240 000 złotych, o tyle już w 2012 powinna przekroczyć próg 300 000. Przewiduje się, że średnioroczny wzrost w latach 2007-2012 będzie się kształtował na poziomie ok. 20%, zaś w okresie 2009 – 2012 wzrost średnioroczny utrzyma się na poziomie ok. 13%.

7.2.2. Kredyt konsumpcyjny

Polityki kredytowe banków w zakresie udzielania kredytów konsumpcyjnych w dalszym ciągu koncentrowały się będą na poprawie jakości zbudowanych podczas okresu przyspieszenia gospodarczego portfeli. Wtedy to banki „z lekką ręką” udzielały kredytów konsumentom korzystając z bardzo uproszczonych procedur analizy ich zdolności kredytowej. Popularne były bowiem „kredyty w pięć minut” czy też „kredyty na dowód”. Wnioski kredytowe rzeczywiście procesowane były w kilkanaście minut, co w efekcie nie pozwalało na właściwą analizę i potwierdzenie wszystkich niezbędnych danych. Nic więc dziwnego, że w okresie spowolnienia gospodarczego, w chwili kiedy znacznie podniósł się wskaźnik bezrobocia, to właśnie jakość portfela kredytów konsumpcyjnych pogorszyła się w największym stopniu. Banki stanęły przed wyzwaniem jeżeli nie poprawy to przynajmniej zahamowania pogarszania się portfela kredytów konsumpcyjnych, co z kolei w wielu przypadkach oznaczało w ogóle utrzymanie jego dochodowości. Z tego też względu w 2009 roku banki bardzo ostrożnie podchodziły do dalszego rozwoju portfela kredytów konsumpcyjnych kierując ofertę przede wszystkim do swoich klientów zaś w odniesieniu do nowych klientów zaciągnięcie kredytu konsumpcyjnego mogło wiązać się z koniecznością dokonywania przelewu wyna-

godzenia na nowootwierany rachunek. Jednocześnie banki bardzo starannie analizowały wnioski kredytowe i z dużą ostrożnością badały zdolność kredytową konsumentów. To z kolei wiązało się ze znacznym wydłużeniem procesów w banku, niemniej jednak relatywnie wysoki poziom popytu na kredyty konsumpcyjne utrzymał się pomimo znacznie pogorszonych perspektyw polskiej gospodarki. Z napływającymi coraz lepszymi informacjami odnośnie spodziewanego przyrostu gospodarczego, z jednej strony konsumenci byli znacznie bardziej skłonni zaciągać kredyty, z drugiej natomiast banki znacznie chętniej tych kredytów udzielały. Zjawisko to w efekcie pozwoliło na utrzymanie wysokiego poziomu spożycia indywidualnego i tym samym zanotowania dodatniego poziomu wzrostu gospodarczego w Polsce w 2009 roku.

Kredyty konsumpcyjne są dla banków produktem bardzo dochodowym. Przewiduje się, że wraz z rozwojem rynku kredytów konsumenckich oraz w wyniku skupienia strategii rozwojowych banków na dalszym budowaniu kredytów hipotecznych, udział kredytów konsumpcyjnych w całkowitym rynku będzie malał. Jednocześnie jednak przewiduje się, że wartość nowo udzielonych kredytów konsumpcyjnych nadal będzie z roku na rok rosła. Nie dziwi zatem, że w strategiach rozwojowych banków kredyty konsumpcyjne nadal stanowią bardzo istotny fragment rozwoju bankowości detalicznej. Wraz z poprawą sytuacji gospodarczej banki z pewnością zweryfikują swoją politykę w zakresie kredytów konsumpcyjnych i powrócą do ekspansji w tym bardzo dochodowym segmencie rynku.

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim w największym stopniu zmieni obraz właśnie segmentu kredytów konsumpcyjnych i przez to jakościowo wpłynie na politykę kredytową banków w tym zakresie.

Należy się spodziewać, że obowiązki w zakresie przedkontraktowej obsługi klienta (konieczność dostarczenia jednolitego arkusza informacyjnego, asysta przedkontraktowa) wpłyną na podniesienie kosztów udzielenia kredytu, którymi częściowo może być obciążony klient poprzez podnoszenie przez banki ceny kredytu konsumpcyjnego. Banki przede wszystkim będą musiały dostosować swoje procesy kredytowe, które z pewnością znacząco się wydłużą. Z jednej strony klient zostanie wyposażony w komplet informacji do podjęcia w pełni świadomej decyzji odnośnie zaciągnięcia kredytu, z drugiej jednak będzie musiał się liczyć z wydłużonym procesem jego udzielenia i być może poniesioną jego ceną. Rodzi się za-

tem pytanie, co dla klienta jest istotniejsze przy zaciąganiu kredytu konsumpcyjnego o mniejszej wartości i z krótkim terminem zapadalności – uzyskanie kompletu bardzo szczegółowych informacji dotyczących niemalże wszystkich parametrów kredytu, czy też szybkość procesowania wniosku kredytowego i ostateczna cena tego kredytu. Mając na uwadze specyfikę produktową kredytu konsumpcyjnego można jednoznacznie stwierdzić, że raczej ten drugi aspekt obsługi jest z perspektywy konsumenta istotniejszy i należy wskazać, że właśnie wokół sprawności obsługi banki będą budowały teraz swoją przewagę konkurencyjną. To z kolei będzie wymagało od kredytodawców poniesienia określonych kosztów, szczególnie w zakresie przeszkolenia zespołów sprzedażowych i zespołów ds. analiz ryzyka kredytowego, bądź też ich poszerzenia, aby odpowiednio szybko i sprawnie procesować wnioski kredytowe jednocześnie podejmując wszystkie kroki wymagane w ustawie.

Co warto jeszcze podkreślić i o czym będzie mowa w dalszej części analizy, nowelizacja ustawy może finalnie wiązać się z podniesieniem ceny kredytu ze względu na podwyższone koszty jego udzielenia. Z drugiej jednakże strony, rynek kredytów konsumpcyjnych jest rynkiem bardzo konkurencyjnym i dotychczas to właśnie cena była podstawowym czynnikiem odróżniającym poszczególne oferty. Ponadto, mając na uwadze fakt, że polski konsument jest raczej wrażliwy na cenę kredytu, nie należy się spodziewać znacznego podwyższenia cen, a banki będą ze sobą rywalizowały o klienta budując swoją ofertę raczej wokół jakości i sprawności obsługi aniżeli niską cenę. W efekcie, z perspektywy banków kredyt konsumpcyjny stanie się jednak mniej dochodowym, ale jednocześnie bardziej bezpiecznym produktem.

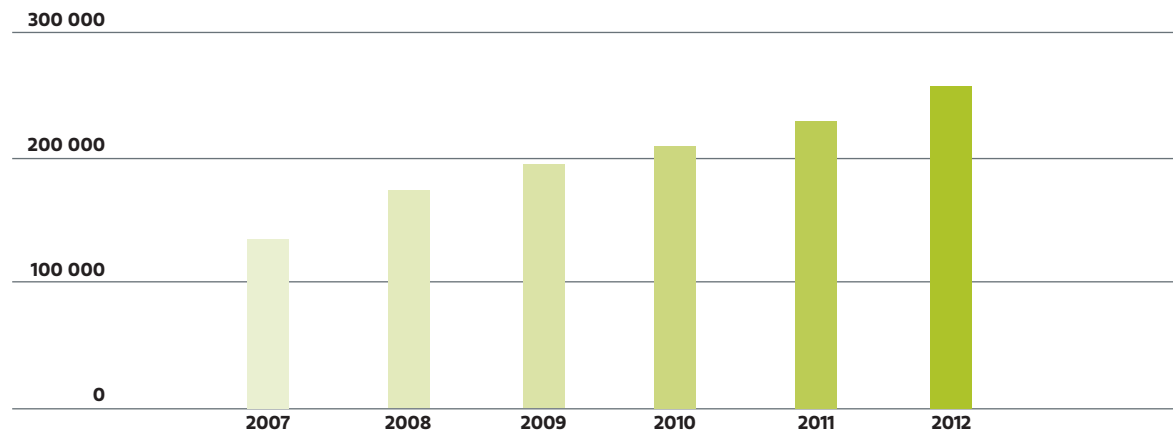
Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim o ile może mieć wpływ na całkowitą podaż kredytów konsumpcyjnych na rynku, o tyle nie powinna wpłynąć na jego strukturę produktową. Polski rynek kredytów konsumpcyjnych nadal będzie rozwijał się zgodnie z trendami wyznaczonymi przez gospodarkę wysoko rozwiniętą. Co prawda, projekt ustawy wprowadza delikatnie łagodniejsze rozwiązania w odniesieniu do kredytu w rachunku bieżącym, niemniej produkt ten nie jest ani szczególnie istotny z perspektywy całego rynku, ani też nie wydaje się, aby banki były w skłonności inwestować w ten produkt jako że skierowany jest przede wszystkim do własnych klientów (ta część rynku już wyeksploatowana w okresie spowolnienia

gospodarczego). Kredyt odnawialny jest ponadto zazwyczaj jest mniej dochodowy aniżeli kredyty gotówkowe czy kredyty w kartach kredytowych. Konkludując, nie przewiduje się zmian w zakresie struktury produktowej w politykach kredytowych banków na skutek nowelizacji omawianej ustawy.

Ostatecznie, z perspektywy zarówno klienta jak i banku istotna jest kwestia przekazu reklamowego. Należy podkreślić, że w odniesieniu do kredytu konsumpcyjnego reklama jest bardzo ważnym narzędziem wspierającym sprzedaż i z tego też względu większość reklam banków ma dziś charakter produktowy. Projekt ustawy o kredycie konsumenckim dostarcza katalogu informacji, jakie winny być zawarte w reklamie. Jej zakres jest bardzo szeroki, co może bezpośrednio zdecydować o tym, że część banków będzie wycofywała się z reklam produktowych na rzecz reklam wizerunkowych. To konsekwencji może wpłynąć na mix produktowy w zakresie kredytów konsumpcyjnych w poszczególnych bankach i tym samym na całym rynku w długim okresie.

Omówione właśnie implikacje dla strategii kredytowych banków i całego rynku wynikające bezpośrednio bądź pośrednio z nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim o ile są bardzo istotne dla kredytodawców w perspektywie krótkookresowej, nie zachwieją dalszym rozwojem segmentu rynku kredytów konsumpcyjnych, zarówno w odniesieniu do prognozowanych wzrostów wolumenów na tym rynku, jak i w odniesieniu do zmiany struktury tego rynku będącej z kolei konsekwencją jego rozwoju. Bazując bowiem na doświadczeniach gospodarek wysoko rozwiniętych należy się spodziewać intensywnego rozwoju kredytów w kartach kredytowych i w mniejszym już stopniu kredytów gotówkowych przy jednoczesnym ograniczaniu bądź wręcz „wymieraniu” kredytów ratalnych.

Ilustracją dla postawionych tez może być poniższy diagram prezentujący oczekiwany rozwój kredytów konsumpcyjnych w Polsce.



15. Całkowity wzrost sald kredytów konsumpcyjnych w Polsce
Źródło: dane historyczne – KNF; prognoza – szacunki autora

7.3. CENA KREDYTU

Rynek kredytów konsumenckich w Polsce jest rynkiem w fazie intensywnego rozwoju. Typową cechą tego etapu rozwoju rynku jest silna konkurencja pomiędzy poszczególnymi kredytodawcami zarówno pod względem cech produktu, dostarczanej z nim obsługi, jak również ceny. Jak na każdym wolnym rynku, cena wyznaczana jest na styku popytu generowanego przez konsumentów oraz podaży zależnej od banków. Jednocześnie, należy podkreślić, że także za pomocą ceny banki regulują całkowity rozmiar rynku kredytów konsumenckich.

Polski rynek kredytów konsumenckich przeszedł już przez etap budowania, charakteryzujący się nie tylko inną od rynków dojrzałych strukturą produktową, ale także przede wszystkim ceną. O ile na „budujących się” rynkach niemalże nieobecne są kredyty hipoteczne i dominują kredyty ratalne, o tyle rynki rozwijające się charakteryzują szybki przyrost portfela kredytów hipotecznych oraz intensywna dywersyfikacja kredytów konsumpcyjnych. Na rynkach dojrzałych zaś dominuje zadłużenie z tytułu kredytów hipotecznych, często traktowanych jako produkty inwestycyjne, przy jednocześnie spadającym, choć silnie zdywersyfikowanym udziale segmentu kredytów konsumpcyjnych. Obecnie rynkiem na etapie budowania się w Unii Europejskiej są rynki nowych członków Wspólnoty, tj. Rumunii czy Bułgarii. Rynek polski, czeski czy węgierski są rynkami rozwijającymi się, zaś Niemcy, Wielka Brytania czy Szwecja to rynki wysoko rozwinięte.

Ciekawa wydaje się także zmiana cen na rynkach będąca pochodną ich rozwoju. Zmiana ceny obserwowana jest przede wszystkim w zakresie kredytów konsumpcyjnych. I tak, na rynkach budujących się, czyt. w społeczeństwach wkraczających w erę konsumpcjonizmu, kredyt konsumpcyjny jest najdroższy i średnie roczne oprocentowanie kredytu konsumpcyjnego zazwyczaj oscyluje w granicach 20-25%. Na rynkach rozwijających się, których społeczeństwo jest na etapie bogacenia się, popyt na kredyt konsumpcyjny jest nadal relatywnie wysoki przez co ceny w dalszym ciągu są podwyższone i sięgają poziomu ok. 15%. Społeczeństwa na rynkach rozwiniętych natomiast nie wykazują już tak dużego zainteresowania kredytami konsumpcyjnymi, co skutkuje niższymi cenami, szacowanymi na ok. 10% średniego rocznego oprocentowania. Należy zatem stwierdzić, że cena kredytu konsumpcyjnego w Polsce jest relatywnie wysoka i należy się spodziewać, że wraz z dalszym dynamicznym rozwojem tego rynku, zachowa ona tendencje spadkową.

Jak zostało już powiedziane, nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim zasadniczo nie zmieni poziomu popytu i podaży na kredyt konsumpcyjny na polskim rynku. Tym samym nie zachwieje tym segmentem rynku i – co istotne – nie ograniczy dalszego jego rozwoju. Może mieć jednak wpływ na koszt tego kredytu. Ze względu na fakt, że w krótkiej perspektywie banki będą musiały ponieść nakłady z tytułu zmian systemów informatycznych, aby sprawnie

i szybko przygotowywać arkusze informacyjne. Nie należy się jednak spodziewać, aby kosztem rozwoju systemów informatycznych w znaczącym stopniu obciążony został klient, szczególnie, że ma to charakter jednorazowy i będzie traktowane jako wydatek konieczny. Sytuacja ta jest zatem zbieżna z innymi zmianami regulacji, w efekcie wymagającymi zmian w procedurach bądź systemach informatycznych instytucji kredytowych.

Jednocześnie, należy zastanowić się nad efektywnością sił sprzedaży instytucji kredytowych. W myśl założeń znowelizowanej ustawy, doradca kredytowy będzie musiał spędzić więcej czasu na przedstawianiu oferty klientowi i co więcej, weryfikacji, że dostarczane przez niego informacje są w pełni zrozumiałe i czytelne. Co więcej, banki i instytucje kredytowe będą musiały w krótkim okresie przeszkolić swoje siły sprzedażowe, aby upewnić się, że odpowiednie informacje są klientowi przekazywane i w odpowiedni sposób są one następnie weryfikowane. Jednocześnie, mając na uwadze, że jednym z priorytetów działalności banków w okresie kryzysu gospodarczego obok utrzymania jakości portfela kredytowego było podniesienie efektywności działania, w tym sił sprzedaży, można wnioskować, iż będą one kontynuować podwyższanie efektywności operacyjnej, niemniej jednak już w nowych warunkach regulacyjnych. Wydłużenie procesowania z wnioskiem kredytowym i procesem sprzedażowym może w efekcie oznaczać konieczność rozbudowania zespołów sprzedażowych banków.

Innym aspektem, o którym należy wspomnieć omawiając podwyższone koszty udzielenia kredytu są działania marketingowe i reklamowe. Zakres informacji, jaki będzie musiał być zawarty w reklamie jest bowiem znacznie szerszy aniżeli powszechnie przy-

jęta na rynku praktyka. Można zatem powiedzieć, że czas reklamowy, jaki będzie konieczny do przedstawienia promowanej oferty ulegnie wydłużeniu, przez co wydatki na reklamę także efektywnie wzrosną. Jako że omawiany rynek jest bardzo konkurencyjny i szczególnie w odniesieniu do kredytów konsumpcyjnych (będących produktem typu „push”) reklama jest istotnym narzędziem sprzedażowym, nie wydaje się, że instytucje kredytowe będą w stanie ograniczyć wydatki na reklamę i promocję, które pomimo kryzysu w 2009 roku nadal pozostały wysokie. Co ciekawe, w pierwszym kwartale 2010 roku zaobserwowano niemalże „walkę” pomiędzy instytucjami kredytowymi, w tym szczególnie bankami o powierzchnię reklamową/czas antenowy, co z kolei podniosło ceny tego nośnika informacji.

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim znosi jednocześnie ustanowiony obecnie obowiązującą ustawą 5%-owy próg całkowitych opłat, jakie ponosi konsument z tytułu zaciągnięcia kredytu (definicyjnie: konsumpcyjnego, bowiem wg. Obecnie obowiązującej ustawy, o maksymalnej wartości 80 000 złotych). Wydaje się, że może to stanowić wytrych ku podwyższaniu kosztów z tytułu zaciągnięcia kredytu przez konsumenta. Najważniejszym jest jednak pytanie, jaką podwyżkę ceny klient będzie w stanie zaabsorbować. Bankom będzie bowiem nadal zależeć na rozwoju wolumenów sprzedaży, co także jest typowe dla rynku w fazie rozwoju. W tej perspektywie warto, najbardziej realnym jawi się scenariusz, w którym koszty udzielenia kredytu konsumpcyjnego wzrosną i częścią tych kosztów obciążony zostanie konsument poprzez podnoszenie cen kredytów a jednocześnie polityka cenowa banków będzie musiała uwzględnić poziom wzrostu jaki klient będzie w stanie zaabsorbować, co nie wydaje się być bardzo ograniczone.

Ostatecznie, najbardziej prawdopodobne wydaje się mocno postępujący – i już dziś bardzo wyraźny – podział pomiędzy bankami, których polityka cenowa kredytów konsumpcyjnych jest utrzymana w średnich rynkowych a innymi instytucjami czy agencjami kredytowymi, które przez podwyższone koszty ryzyka związanego z udzieleniem kredytu jeszcze bardziej podniosą jego cenę.

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim nie powinna wnieść niczego nowego do praktyki banków w zakresie wyceny ryzyka i badania zdolności kredytowej swoich klientów.

7.4. POLITYKA BANKÓW W ZAKRESIE OCENY RYZYKA

Jak zostało już powiedziane wcześniej, banki po kryzysie gospodarczym są bardzo zachowawcze w odniesieniu do oceny ryzyka i badania zdolności kredytowej klientów. Jednocześnie należy podkreślić, że najważniejszą cechą strategii rozwojowych poszczególnych instytucji kredytowych jest akceptowalny przez nich poziom ryzyka. Im wyższy poziom ryzyka związanego z udzieleniem kredytu akceptuje bank, tym wyższy dochód z takiego kredytu. Każda strategia biznesowa banków musi zatem wyważyć z jednej strony potencjał dochodowy związany z bardziej ryzykownymi ekspozycjami, z drugiej natomiast odpowiednią jakość swojego portfela a tym samym bezpieczeństwo swoich operacji kredytowych.

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim nie powinna wnieść niczego nowego do praktyki banków w zakresie wyceny ryzyka i badania zdolności kredytowej swoich klientów. W odniesieniu do akceptowalnego poziomu ryzyka, banki będą nadal kontynuowały działania w zakresie wypracowanych modeli biznesowych. Z jednej strony będziemy obserwowali podmioty skupiające swoje działania na segmencie kredytu konsumpcyjnego, z natury charakteryzującego się wyższym ryzykiem. Wspomniani kredytodawcy w perspektywie krótkookresowej będą kontynuowali działania skupione na poprawie jakości zbudowanych portfeli, także przez ostrożne rozwijanie tych portfeli. Działanie to jednak jest zasadniczą reakcją na skokowe pogorszenie portfela wynikające z gorszego otoczenia gospodarczego. Ze względu jednak na relatywnie niskie kwoty kredytów udzielanych przez tych graczy rynkowych oraz dość krótkie okresy zapadalności, banki specjalizujące się w kredytach konsumpcyjnych muszą jak najszybciej poradzić sobie z efektami spowolnienia i należy się spodziewać, że wraz z poprawiającymi się perspektywami polskiej gospodarki, banki te powrócą do agresywnej ekspansji w tym segmencie rynku.

Banki uniwersalne w okresie spowolnienia gospodarczego cechowała duża awersja do ekspozycji długoterminowych i swoje strategie kredytowe skupiły na sprzedaży kredytów konsumpcyjnych do swoich klientów minimalizując tym samym ryzyko związane z udzielanym kredytem. Nie jest to jednak działanie długoterminowe i należy się spodziewać, że w perspektywie średniookresowej banki powrócą do normalnej akwizycji klientów sprzedając także atrakcyjne cenowo kredyty konsumpcyjne.

W odniesieniu do opisanych powyżej graczy nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim zasadniczo nie powinna wnieść zmian w zakresie polityki ryzyka, która to nadal będzie podążała wyznaczoną wcześniej trajektorią będąc immanentną częścią modeli biznesowych.

Znowelizowana ustawa wprowadzi jednak obowiązek dokonywania oceny zdolności kredytowej przez kredytodawców. I tak, w odniesieniu do banków ustawa niczego nie zmieni w ich procedurach kredytowych, bez względu na to czy są one bardziej czy mniej restrykcyjne. Wskazując jednak na dwustopniową weryfikację oceny zdolności kredytowej rynek upewnia się, że procedura badania zdolności kredytowej jest za każdym razem właściwie przeprowadzona.

Dużą, jakościową zmianę znowelizowana ustawa niesie jednak dla modeli biznesowych kredytodawców innych aniżeli banki. Ustawa nakłada bowiem obowiązek badania zdolności kredytowej przy udzieleniu kredytu konsumpcyjnego. Wiadomo jest jednak, że znaczna część tych podmiotów rzetelnej analizy kredytowej nie przeprowadzała i teraz będzie musiała w krótkim okresie zbudować kompetencje w tym zakresie oraz dostosować procesy, aby upewnić się, że procedura udzielania kredytów odpowiada zapisom znowelizowanej ustawy. Można wnioskować, że badanie zdolności kredytowej przy każdym udzielanym kredycie nie tylko podniesie jakość ekspozycji kredytów konsumpcyjnych, ale i niestety doprowadzi do wykluczenia z rynku konsumentów już nadmiernie zadłużonych bądź tych z negatywną historią kredytową. W konsekwencji może to zawęzić całkowity rynek, ale z pewnością poprawi jego jakość.

Konkludując, należy stwierdzić, że nowelizacja ustawy nie wprowadzi zmian w zakresie profilu ryzyka w strategiach biznesowych banków ani też nie powinno nieść za sobą rewolucyjnych zmian w zakresie procesów oceny zdolności kredytowej klientów przeprowadzanej przez banki.

7.5. POLITYKI INFORMACYJNE BANKÓW

Podstawowym narzędziem zapewnienia ochrony konsumentom na rynku kredytów konsumenckich wprowadzonym przez znowelizowaną ustawę jest zapewnienie dostarczenia pełnej i rzetelnej informacji przed podpisaniem umowy. Dla rynku to duża zmiana, bowiem konsument będzie w stanie porównywać w łatwy sposób oferty poszczególnych banków, by spośród nich wybrać najbardziej dla siebie odpowied-

W konsekwencji nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim, pozycja banków zasadniczo **nie ulegnie zmianie**.

Pozycja instytucji kredytowych nie będących bankami w krótkim okresie ulegnie znacznemu osłabieniu.

nią. Jednocześnie, należy podkreślić, że w zakresie kredytów zabezpieczonych hipoteką jest to już standard i nic poza wprowadzeniem SEAI nie powinno się zmienić. W zakresie kredytów konsumenckich zaś klient podejmuje decyzje impulsywne i nie wydaje się, że zachowania konsumenckie zmienią się na skutek zmienionego środowiska regulacyjnego.

Poszerzenie rynku kredytów konsumenckich na skutek ujednoczonych standardów w zakresie dostarczanej klientowi informacji wydaje się być dziś najważniejszą konsekwencją omawianych zmian. W 2008 roku ponad 30% społeczeństwa ze względu na brak zaufania w stosunku do banków, nie korzystała z ich usług. Co więcej, ponad połowa Polaków uważa swoją wiedzę w zakresie finansów i usług bankowych za niewystarczającą i tym samym nie pozwalającą im swobodnie wybierać pomiędzy ofertami poszczególnych banków. Należy się zatem spodziewać, że wprowadzenie jednolitych standardów w zakresie informacji dostarczanej klientom połączone ze wzmożoną edukacją społeczną powinno doprowadzić do poszerzenia omawianego tutaj rynku. Nowy fragment rynku wydaje się ciekawym i dochodowym segmentem dla kredytodawców.

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim bezpośrednio wpłynie na polityki informacyjne i marketingowe banków. Wydaje się, że zarówno z perspektywy rynku, konsumenta, jak i banków będzie to jakościowo dobra zmiana. Zarówno w zakresie wystandardyzowania informacji dostarczanych klientom przed podpisaniem umowy kredytowej, jak i w zakresie przekazu reklamowego.

Informacje dostarczane klientowi przed podpisaniem umowy pozwolą mu na spokojne zapoznanie się z ofertą, dobranie kredytu z jego perspektywy najbardziej konkurencyjnego i tym samym podjęcie bardziej przemyślanej decyzji. Warto jednak pamiętać, że w odniesieniu do kredytów konsumpcyjnych, charakteryzujących się relatywnie niedużą wartością klient nie przebiega za bardzo w ofertach i bardzo często podejmuje decyzje impulsywnie. Z perspektywy

banku, poprzez dopełnienie obowiązku dostarczenia informacji klientowi ogranicza ryzyko prawne po swojej stronie związane z możliwością pomówienia o niedoinformowanie klienta o warunkach umowy. Materialnie nie wpłynie to jednak na polityki kredytowe banków.

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim będzie jednak stanowiła bardzo duże wyzwanie dla banków internetowych. Pomimo tego, że Standardowy Europejski Arkusz Informacyjny (SEAI) będzie mógł być udostępniony przez Internet, to już omówiona w projekcie ustawy asysta przedkontraktowa powinna być osobista. Projekt ustawy nie precyzuje także, czy klient w zakresie asysty przedkontraktowej będzie musiał być obsługiwany przez jednego doradcę, co będzie wiązało się z reorganizacją telefonicznych infolinii, szczególnie w zakresie sprzedażowym.

7.6. OBRAZ RYNKU PO NOWELIZACJI USTAWY O KREDYCIE KONSUMENCKIM

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim z pewnością wpłynie na całkowity rynek kredytów konsumenckich w Polsce, niemniej – jak zostało już wykazane powyżej – w niespecjalnie bardzo materialnym zakresie. W różnym zakresie wpłynie jednak na pozycję wspomnianych we wstępie trzech podstawowych grup podmiotów obecnych na tym rynku, a mianowicie: (1) banków; (2) niebankowych instytucji kredytowych oraz (3) pośredników kredytowych.

W konsekwencji nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim, pozycja banków zasadniczo nie ulegnie zmianie. Co więcej, można oczekiwać, że nie tylko pozycja konkurencyjna banków nie tylko nie osłabnie, ale wręcz wzrośnie w perspektywie krótkoterminowej. Przez wzgląd na fakt, że ustawa wykluczy klientów bez zdolności kredytowej, tym samym zabezpieczając także banki, z drugiej strony to właśnie banki będą w stanie prowadzić działania w zakresie edukacji społecznej tym samym rynek rozszerzając.

Pozycja instytucji kredytowych nie będących bankami w krótkim okresie ulegnie znacznemu osłabieniu. Rozwiązania znowelizowanej ustawy bowiem w największym stopniu wpłyną na procesy w tych instytucjach nakładając na nie nowe rozwiązania, którymi banki były obciążone podlegając reżimowi prawa bankowego i licznym rekomendacjom Komisji Nadzoru Finansowego. Obowiązek badania zdolności kredytowej klientów szczególnie w krótkim okresie może także okazać się dużym wyzwaniem dla kredytodawców niebankowych, którzy szybko będą musieli zbudować zasoby i efektywne procesy, aby dopełnić obowiązki nałożone na nie przez znowelizowaną ustawę.

Wreszcie, pozycja pośredników finansowych, która uległa znacznemu pogorszeniu w okresie kryzysu gospodarczego w 2009 roku. Nowe obowiązki, jakie znowelizowana ustawa nałoży na pośredników finansowych zasadniczo nie powinna wpłynąć na ich pozycję na rynku. Konieczność dostarczenia jednak konsumentowi informacji odnośnie współpracy z kredytodawcami mająca na celu zbudować większe zaufanie do pośredników, będzie w wielu wypadkach wymagało poszerzenia współpracy tychże z większą ilością kredytodawców, aby upewnić się, że dostarczane konsumentowi rady są w pełni obiektywne.

Jak zostało zatem wskazane, nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim wpłynie na całkowity rynek, nie zmieni jednak wyznaczonej trendami gospodarczymi trajektorii jego wzrostu. Nie wpłynie także materialnie na zmianę pozycji poszczególnych kredytodawców.

7.7. WPŁYW NOWELIZACJI USTAWY O KREDYCIE KONSUMENCKIM NA NIEFINANSOWE SEKTORY GOSPODARKI: PERSPEKTYWA WYDATKÓW KONSUMENCKICH I KOSZTÓW DZIAŁANIA BANKÓW

Kilukrotnie w niniejszej analizie wykazano bezpośrednią zależność pomiędzy poziomem wzrostu gospodarczego a rozwojem rynku kredytów konsumenckich. Zastanawiając się nad wpływem nowelizacji ustawy o kredycie konsumenckim na polityki kredytowe banków, a przez to na podaż kredytu na rynku i jego dostępność, warto się zastanowić czy rzeczona nowelizacja wpłynie tym samym na inne dziedziny gospodarki.

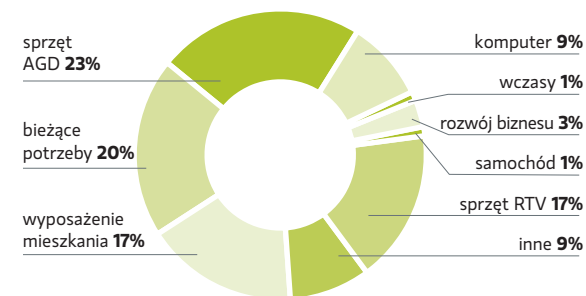
Gdyby banki w konsekwencji wprowadzonej regulacji ograniczyły kredytowanie konsumenckie, na-

leżałoby się spodziewać negatywnych implikacji dla innych sektorów gospodarki. Wykazaliśmy jednak, że nowe środowisko regulacyjne nie powinno mieć wpływu zarówno na podaż kredytu konsumenckiego, jak i jego dostępność. W perspektywie średniookresowej banki utrzymają bowiem raczej konserwatywne podejście w politykach ryzyka, niemniej należy się spodziewać, że w długim okresie banki na nowo wrócą na ścieżkę ekspansji kredytowej.

Przesunięciu ulegnie jednak podmiot tego rynku w zakresie konsumentów. Z jednej strony, ze względu na fakt, że na wszystkich kredytobiorcach ciążyć będzie obowiązek badania zdolności kredytowej klientów, może nastąpić wykluczenie części społeczeństwa z całkowitego rynku. Z drugiej jednak strony, należy się spodziewać, że dostarczanie klientowi znacznie bardziej kompleksowych informacji w odniesieniu do produktu, poprzez konsekwentne budowanie zaufania społecznego do banków, sukcesywnie ten rynek poszerzy właśnie o konsumentów, którzy dziś mają zdolność kredytową, ale ze względu na ograniczone zaufanie, nie korzystają z produktów kredytowych. Szacuje się, że w 2008 roku stanowili oni ponad 30% całkowitego potencjału dla rozwoju rynku kredytów konsumenckich.

Wracając jednak do ewentualnego wpływu zmian rynku kredytów konsumpcyjnych na inne sektory gospodarki, warto zastanowić się na jakie cele konsumenci się zadłużają. Jak już wskazaliśmy, kryzys gospodarczy w 2009 roku nie zahamował rynku kredytów konsumpcyjnych w bardzo dużym stopniu. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego sprzedaż detaliczna w 2009 roku rosła na poziomie kilkuprocentowym. Coraz mniej Polaków deklaroowało jednak konieczność pożyczania pieniędzy na finansowanie konsumpcji bieżącej, mamy jednak na uwadze obniżkę podatków dochodowych, co miało jednorazowy efekt na poziom dostępnych na konsumpcję środków.

Poniższy diagram pokazujący wyniki badań przeprowadzonych przez Pentor w 2007 roku doskonale ilustruje także tezę o etapie bogacenia się polskiego społeczeństwa. Bardzo dynamicznie rosną bowiem wydatki związane z zakupem dóbr trwałych. Co istotne, wysokie wydatki związane z urządzeniem domu są bezpośrednio skorelowane z obserwowanym przyspieszeniem na rynku nieruchomości a tym samym rynku kredytów hipotecznych. Należy się zatem spodziewać przesunięcia w stronę kredytów związa-



Źródło: Pentor, 2007

nych z zakupem samochodów, jak również związanych z wycieczkami i wczasami kosztem sprzętu AGD i RTV. Jednocześnie, współgra to z obecną polityką większości banków, w ramach której te intensywnie promują np. kredyty samochodowe.

Nowelizacja ustawy o kredycie konsumenckim może mieć realne przełożenie na rynek mediowy w Polsce. Konieczność wydłużenia czasów ante-

nowych czy zwiększonej powierzchni reklamowej niezbędne do dostarczenia wszelkich niezbędnych informacji konsumentowi, może znacznie podwyższyć koszty reklamy po stronie banku a tym samym podnieść dochody po stronie podmiotów będących właścicielami nośników reklam. Mało prawdopodobna wydaje się jednocześnie rezygnacja przez banki z reklam produktowych, które wydają się jednym z najistotniejszych narzędzi sprzedażowych na tym rynku.

Konkludując, należy stwierdzić, że zmiany w ustawie o kredycie konsumenckim nie będą miały realnego przełożenia na większość sektorów gospodarki. Jak wspomniano wcześniej, nowelizacja może podnieść nieznacznie cenę kredytu, co czysto hipotetycznie może wpłynąć na ograniczenie popytu na kredyt a tym samym na ograniczenie popytu na dobra, na które konsumenci zaciągali kredyt konsumencki. Jak zostało powiedziane jednak, to teza bardzo hipotetyczna jako że ze względu na intensywną konkurencję na tym rynku, podwyżka cen kredytu będzie raczej marginalna.

Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych

Lewiatan zabiega o konkurencyjność polskiej gospodarki i sukces polskich przedsiębiorstw. Skupia 59 branżowych i regionalnych związków pracodawców oraz 23 członków indywidualnych – łącznie reprezentuje ponad 3500 firm.

Lewiatan reprezentuje pracodawców w Trójstronnej Komisji ds. Społeczno-Gospodarczych. Stawia na wysoką jakość ekspertyzy prawnej i ekonomicznej. Od momentu powstania eksperci PKPP Lewiatan zaopiniowali ponad 2000 projektów ustaw i rozporządzeń dotyczących różnych sfer gospodarki, zabiegając o uwzględnienie postulatów przedsiębiorców w procesach legislacyjnych.

Lewiatan jako jedyna polska organizacja pracodawców ma swoje biuro w Brukseli i jest członkiem BUSINESSEUROPE, największej organizacji pracodawców w Unii Europejskiej.

Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan realizuje projekt „Wdrożenie strategii rozwoju PKPP Lewiatan” (UDA-POKL.05.05.02-00-042/09-00) w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

W ramach projektu realizowanych jest wiele zadań, w tym rozwój dialogu branżowego i europejskiego, wdrożenie komunikacji on-line z członkami grup docelowych, wdrożenie systemu zarządzania relacjami z członkami, system zarządzania zasobami ludzkimi i plan rozwoju kompetencji.

Celem projektu jest wdrożenie trzech głównych filarów strategii rozwoju organizacji:

- wzmocnienie konsultacji poprzez efektywne pozyskiwanie, organizację i prezentację stanowisk w dwóch wymiarach dialogu społecznego: branżowym i europejskim,
- poprawę jakości i właściwe ukierunkowanie informacji poprzez wprowadzenie nowych i modernizację dotychczasowych narzędzi komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej,
- profesjonalizację działań HR organizacji poprzez wdrożenie systemu zarządzania zasobami ludzkimi oraz programu rozwoju kompetencji.

Nasze działania ukierunkowane są na zwiększenie liczby pracodawców uczestniczących w konsultacjach oraz poprawienie przydatności informacji udostępnianych przez Lewiatana.

W zadaniu zaplanowano zbudowanie, opracowanie i wdrożenie narzędzi wspierających skuteczną reprezentację branż (Energetyka, Media i Telekomunikacja, Banki i Instytucje Finansowe).

Projekt graficzny i skład: rzeczyobrazkowe.pl

Polska Konfederacja Pracodawców Prywatnych Lewiatan
ul. Klonowa 6, 00-591 Warszawa
tel. (+48 22) 845 95 50, fax (+48 22) 845 95 51
e-mail: lewiatan@pkpplewiatan.pl
www.pkpplewiatan.pl

www.pkpplewiatan.pl