

Katarzyna Barczuk

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ANALIZA ROZWOJU RYNKU CONSUMER FINANCE W POLSCE

Streszczenie: Artykuł poświęcony jest wyjaśnieniu pojęcia i genezy rynku, celowości jego powstania, przybliżeniu jego zakresu, opisaniu zasad funkcjonowania oraz podmiotów (stroiny popytowej i podaży) na nim działających. Czytelnik znajdzie w nim informacje dotyczące stosowanych regulacji prawnych, tego, jak przyczyniają się do sprawnego funkcjonowania rynku consumer finance. Oprócz tego zwrócona zostanie uwaga na wpływ warunków ogólnogospodarczych jako determinantów dalszego, zrównoważonego rozwoju tego rynku w Polsce. Analiza stanu rynku ma na celu pokazanie jego dotychczasowego rozwoju jako formy finansowania potrzeb konsumpcyjnych i mieszkaniowych ludności z uwzględnieniem najbardziej znaczących jego segmentów.

Słowa kluczowe: consumer finance, kredyty konsumenckie, kredyty mieszkaniowe.

1. Wstęp

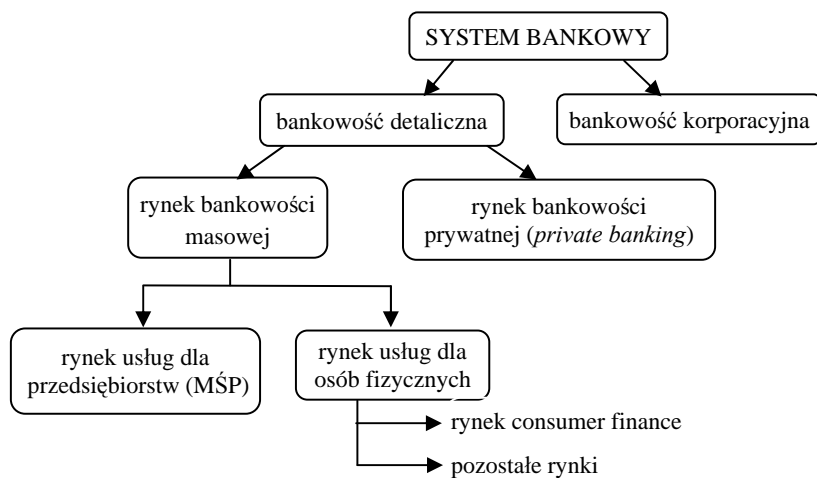
Rynek consumer finance niezwykle dynamicznie się rozwija i jest interesujący z poznawczego i praktycznego punktu widzenia. Wnosi on nowe wartości zarówno do krajowego sektora bankowości, jak i do całej gospodarki. Jego zakres i rozwój uzależniony jest od wielu czynników, a do najważniejszych z nich zaliczyć należy: otoczenie makroekonomiczne, uwarunkowania prawne, innowacje produktowe i usługowe, rozwiązania stosowane przez kraje wysoko rozwinięte. Rynek consumer finance w Polsce (dalej krócej określony jako: consumer finance) jest stosunkowo młodym rynkiem kredytowym, gwałtownie przybierającym na sile i niezwykle konkurencyjnym z obiecującymi perspektywami na przyszłość. Zmieniająca się sytuacja gospodarcza uwydatnia wszelkie niedoskonałości consumer finance, pokazuje, w którym kierunku może ewoluować i jednocześnie nakłania do nieustannego monitorowania jego stanu.

2. Pojęcie i geneza rynku consumer finance

Consumer finance w najbardziej podstawowym znaczeniu tego słowa odnosi się do wszelkiego rodzaju kredytów dla konsumentów. Idea consumer finance dotyczy procesu pożyczania, który występuje między konsumentem a kredytodawcą. W niektó-

rych przypadkach pożyczkodawcą może być bank lub instytucja finansowa. Kiedy indziej rolę pożyczkodawcy może odgrywać przedsiębiorstwo, które w swojej placówce oferuje kredyty w zamian za interes klienta. Consumer finance obejmuje jakąkolwiek działalność kredytową, która skutkuje rozszerzonym dostępem konsumenta do kredytu. Powyżej przytoczona definicja stanowi jedynie przybliżenie zakresu pojęcia rynku consumer finance. Jest ona niejednoznaczna ze względu na brak uregulowań prawnych dotyczących tego rynku, jak również podmiotów mogących oferować produkty z jego zakresu.

Z rysunku 1 wynika, że rynek consumer finance jest integralną częścią bankowości detalicznej i należy do rynku bankowości masowej. Stanowi on ważne źródło pożyczek niezabezpieczonych (kredyty gotówkowe) i zabezpieczonych (kredyty mieszkaniowe) dla osób fizycznych. Nie dotyczy on usług dla małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) należących również do rynku bankowości masowej, jak również usług dla dużych przedsiębiorstw w ramach bankowości korporacyjnej (rys. 1).



Rys. 1. Lokalizacja rynku consumer finance w systemie bankowym

Źródło: opracowanie własne.

Geneza rynku consumer finance sięga połowy XX wieku. Jego powstanie było odpowiedzią na potrzeby finansowe ludności w Stanach Zjednoczonych i zawierał on usługi finansujące potrzeby konsumpcyjne społeczeństwa. W odróżnieniu od Stanów Zjednoczonych w Polsce consumer finance jest młodym rynkiem usług kredytowych dla ludności, który rozwinął się w latach 90. XX wieku. Obejmuje on kredyty: gotówkowe, mieszkaniowe, w rachunku bieżącym, ratalne, samochodowe i karty kredytowe. Coraz częściej do segmentu tego rynku zalicza się kredyty hipoteczne. Wraz z rozwojem innowacyjnych usług i produktów bankowych rynek consumer finance będzie się poszerzał.

3. Podstawy prawne i regulacyjne funkcjonowania consumer finance

Niewątpliwie najsłabszym ogniwem rynku consumer finance jest konsument. Wynika to z wielu czynników, wśród których na uwagę zasługuje relatywnie gorszy dostęp do informacji, ich niższa jakość, niezrozumiałość usług finansowych, a także niższy poziom wiedzy merytorycznej i świadomości na temat przysługujących mu praw [Bednarz 2007, s. 26]. Z drugiej strony instytucje finansowe działające na tym rynku powinny budować trwałe relacje z klientami oparte na: zaufaniu, doświadczeniu, rzetelności i prawdzie, czyli wartościach ważnych z punktu widzenia konsumenta. Istotne dla konsumentów są z pewnością: pełna i prawdziwa informacja na temat skutków wykorzystania produktów finansowych, pokazanie i oszacowanie rzeczywistego ryzyka transakcji, poinformowanie o ocenie standingu finansowego, przedstawienie pozytywnych i negatywnych stron operacji finansowych, ale też przedstawienie rzetelnych gwarancji, że instytucje finansowe nie narażą klienta na straty wynikające z zastosowania instrumentów [Bąk, Kulawczuk 2009, s. 5]. Ochrona konsumenta jest więc nieodzownym elementem rynku usług finansowych.

Członkostwo Polski w Unii Europejskiej wymusza stosowanie się do dyrektyw, rozporządzeń i decyzji uchwalanych przez Parlament Europejski i Radę UE. Polskie prawo konsumenckie regulowane jest po części przez prawo europejskie, a po części przez prawo naszego kraju. Na gruncie polskim istnieje wiele aktów prawnych normalizujących kredyty konsumenckie. Regulują one stosunki osób fizycznych z instytucjami finansowymi świadczącymi usługi z zakresu consumer finance i są to m.in.: ustawa o kredycie konsumenckim, prawo bankowe, ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, ustawa o nadzorze nad rynkiem finansowym, ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów, ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym¹. Ponadto Polska wciąż zwleka z implementacją nowej dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki. Wprowadza ona wiele korzystnych zmian z punktu widzenia konsumentów. Warto zwrócić uwagę na rekomendacje wydawane przez Komisję Nadzoru Finansowego, dotyczące produktów oferowanych na rynku consumer finance. Szczególnie chodzi o Rekomendację T [*Rekomendacja T...* 2010], która uszczelnia i dopełnia zalecenia Rekomendacji S (dotyczącej zakresu ekspozycji kredytowych zabezpieczonych hipotecznie). Rekomendacja T jest zbiorem dobrych praktyk w zakresie udzielania kredytów detalicznych, bazujących na zasadzie rzetelnego badania zdolności kredytowej klienta. Potrzeba jej wprowadzenia wynikła z pogarszającej się jakości kredytów dla gospodarstw domowych (szczególnie konsumpcyjnych), jak również ze zjawiska przekredytowania. Ma ona na celu ograniczenie konkuro-

¹ Część z wyżej wymienionych ustaw funkcjonujących w Polsce jest implementacją dyrektyw Parlamentu Europejskiego.

wania banków bezpieczeństwem kredytowania i wyznaczenie standardów rzetelnej oceny zdolności kredytowej przez wszystkie banki.

Obok unijnych uregulowań rynku kredytów konsumenckich są też akty prawne dotyczące rynku kredytów mieszkaniowych mających coraz większe znaczenie dla consumer finance. Rynki hipotecznych kredytów mieszkaniowych w UE stanowią jeden z zasadniczych aspektów gospodarki wszystkich państw członkowskich. Zaliczają się do najbardziej złożonych z udziałem konsumentów. Interwencji na tym rynku podjęła się Komisja Europejska, publikując Zieloną Księgę, w głównej mierze w celu jego integracji. Regulacje prawne wykazują dużą zmienność, ale też nieprzejrzystość. Duże kontrowersje wzbudza niedawno przyjęta Rekomendacja T, wiele nieścisłości jest w istniejących uregulowaniach, które skrzętnie wykorzystują klienci. Na osobną wzmiankę w tym kontekście zasługuje świadomość konsumentów swoich praw. Coraz więcej skarg na instytucje finansowe trafia do Komisji Nadzoru Finansowego, rzeczników praw konsumentów czy Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego.

4. Uwarunkowania makroekonomiczne rozwoju consumer finance

Wnikliwa analiza historii systemu finansowego w Polsce pokazuje, jak istotny wpływ na jej rozwój wywierają czynniki zewnętrzne. Warunki ogólnogospodarcze (koniunktura, stan gospodarki) mają znaczenie z jednej strony dla rozwoju, z drugiej – dla prawidłowego funkcjonowania rynku consumer finance.

Jednym z determinantów rozwoju rynku usług kredytowych dla ludności jest koniunktura. Następujące po sobie fazy cyklu oddziałują na całą gospodarkę, w tym też na rynki finansowe czy system bankowy. Recesja wpływa przede wszystkim na podaż kredytów, ponieważ banki decydują się zaostrzać politykę kredytową ze względu na ograniczone przychody, rosnące koszty: finansowe i ryzyka kredytowego (tak było podczas kryzysu finansowego). Wzrost kosztów ryzyka kredytowego to konsekwencja pogarszania się sytuacji finansowej kredytobiorców, jak również wzrostu wartości kredytów niespłacanych terminowo [*Raport...* 2009, s. 9]. Okres wzrostu gospodarczego oznacza optymistyczny symptom dla polskiej gospodarki. Banki i inne instytucje finansowe świadczące usługi z zakresu consumer finance łagodzą politykę kredytową (również w przypadku kredytów mieszkaniowych, kiedy następuje wzrost cen na rynku mieszkaniowym). Wspomnieć należy również o indeksie Pengab, publikowanym przez firmę badawczą Pentor, obrazującym koniunkturę bankową w kraju, który od marca 2009 r. wzrasta.

Tempo wzrostu gospodarczego ma wpływ na bezrobocie – kolejny czynnik rozwoju rynku kredytów dla ludności. Sytuacja na rynku pracy jest niezwykle ważna z punktu widzenia zarówno konsumenta, jak i instytucji finansowych. Dla konsumenta zatrudnienie to źródło dochodów, utrzymania, miernik zamożności, dla instytucji stałe zatrudnienie klienta oznacza bezpieczeństwo w spłacie zobowiązań. Poziom bezrobocia mierzy stopa bezrobocia, określająca procentowy udział liczby bezrobotnych w liczbie ludności aktywnej zawodowo.

Kształtowanie się stóp procentowych jest ważne z gospodarczego i ekonomicznego punktu widzenia. Stopa procentowa w odniesieniu do produktów i usług oferowanych na rynku consumer finance jest ceną dysponowania pożyczonym kapitałem finansowym instytucji finansowych [Kaźmierczak 2008, s. 44]. Poziom stóp procentowych wyznaczanych przez Narodowy Bank Polski ma odzwierciedlenie w systemie bankowym, m.in. hamując bądź stymulując aktywność kredytową banków. Poza tym przy wyborze oferty kredytowej jednym z najważniejszych parametrów jest właśnie stopa procentowa.

Miara wzrostu gospodarczego jest produkt krajowy brutto (PKB). PKB to wartość rynkowa dóbr wytworzonych w danym kraju w określonym roku. Jest on wskaźnikiem zadłużenia gospodarki, wprost proporcjonalnym do wzrostu gospodarczego – przyspieszenie jego dynamiki oznacza poprawę globalnej koniunktury.

Innym istotnym elementem mającym wpływ na sytuację na rynku consumer finance są oszczędności ludności. Poziom oszczędności w gospodarce w znacznym stopniu wyznacza stopa procentowa. Wielkość dochodu jednostki decyduje o tym, jaka część przeznaczana jest na konsumpcję. Jedynie powstanie nadwyżki dochodu ponad potrzeby bieżącej konsumpcji powoduje rozpoczęcie procesu oszczędzania.

W kontekście uwarunkowań ogólnogospodarczych mających wpływ na kształt rynku consumer finance na osobną uwagę zasługują ekonomiczne nastroje konsumentów. Agencja badawcza Pentor RI stworzyła barometr nastrojów ekonomicznych, który obejmuje trzy wskaźniki (PESK, OGD, PENKON) mierzące kondycję ekonomiczną kraju, kondycję finansową gospodarstw domowych, a także klimat konsumencki. Mogą przybierać wartości z przedziału od –100 do +100 punktów, a im są wyższe, tym bardziej pozytywne są oceny respondentów odnośnie do sytuacji ekonomicznej.

Niewątpliwie czynniki makroekonomiczne wpływają w znacznym stopniu na rozwój polskiego rynku consumer finance. Na potrzeby niniejszego artykułu zostały one omówione w sposób ogólny, aby zasygnalizować ich dotychczasowe oddziaływanie na stan tego rynku.

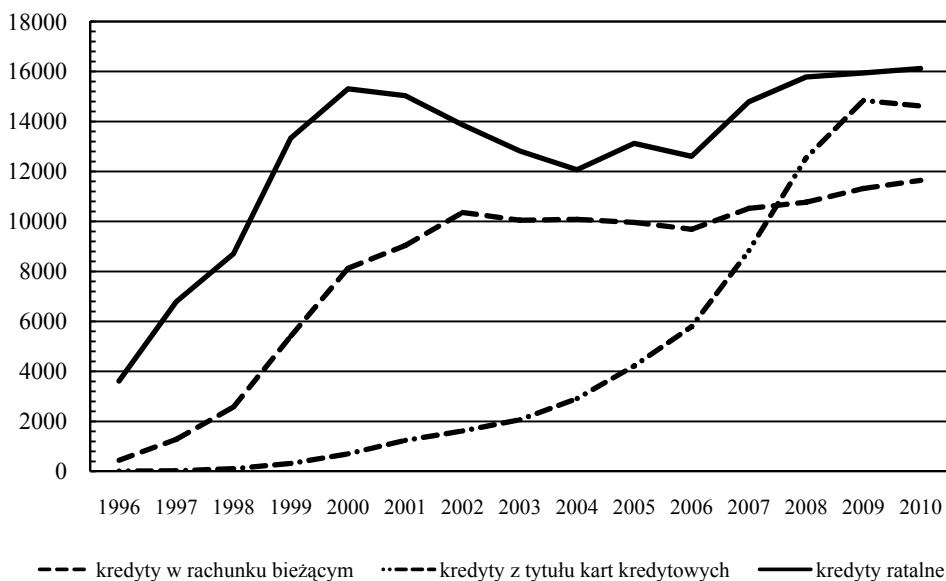
5. Sytuacja na rynku kredytów konsumenckich i mieszkaniowych

Wśród form finansowania potrzeb konsumpcyjnych ludności przez polski sektor bankowy należy wyróżnić: pożyczki gotówkowe, kredyty w rachunku bieżącym, ratalne, z tytułu kart kredytowych czy samochodowe. Są one zaciągane przez konsumentów zazwyczaj na krótki okres, najczęściej są to małe kwoty, po to, by sfinansować bieżące potrzeby.

W ostatnich latach rynek kredytów konsumenckich rozwijał się niezwykle prężnie. Jednak od ubiegłego roku obserwuje się jego obniżoną dynamikę. Wartość udzielonych kredytów konsumpcyjnych osobom prywatnym na koniec 2010 r. wyniosła ponad 140 mld zł i była wyższa o ok. 2% w porównaniu z rokiem poprzednim. Dla przykładu w latach 2008-2009 notowany był wzrost na poziomie 14%, a rok wcześniej 30-procentowy wzrost. Jeśli przypatrzymy się zmianom poszczególnych

rodzajów kredytów (rys. 2), to zdecydowanie największą dynamiką w analizowanym okresie cechują się kredyty z tytułu kart kredytowych. Na koniec 2004 r. wartość kredytów z tytułu kart kredytowych powiększyła się o ok. 45% w porównaniu z rokiem poprzednim, zaś na koniec roku 2007 o 52,5%, osiągając wartość 8,8 mld zł. W listopadzie 2010 r. zadłużenie osób prywatnych z tytułu kart kredytowych wyniosło prawie 15 mld zł i był to jedyny rok, w którym ten segment kredytów konsumpcyjnych odnotował spadek. Równocześnie obserwuje się zmniejszoną liczbę kart kredytowych w obrocie, spowodowaną zwiększonym zadłużeniem konsumentów z tytułu ich posiadania, a także wprowadzeniem w życie Rekomendacji T zaostřejającej politykę kredytową instytucji finansowych. Z danych NBP wynika, że wskaźnik udziału kredytów zagrożonych w stosunku do całości kredytów zaciągniętych z tytułu kart kredytowych od 2007 r. wzrósł ponaddwukrotnie – do poziomu 14,7% w marcu 2010 r., a we wrześniu 2010 r. wyniósł 17,5% [Informacja o kartach płatniczych... 2010, s. 8]. Karty kredytowe są więc najgorzej spłacanym produktem z zakresu consumer finance w Polsce.

Wartość kredytów w rachunku bieżącym od 2002 r. ustabilizowała się w granicach 10,2 mld zł (rys. 2) i wykazuje niewielki wzrost. Na koniec 2009 r. osiągnęła wartość 11,3 mld zł, rok później 11,6 mld zł. Wysoka atrakcyjność wynika z ich dostępności, niskie zaś oprocentowanie i komfort obsługi sprawiają, że jest on chętnie wybierany przez osoby prywatne.

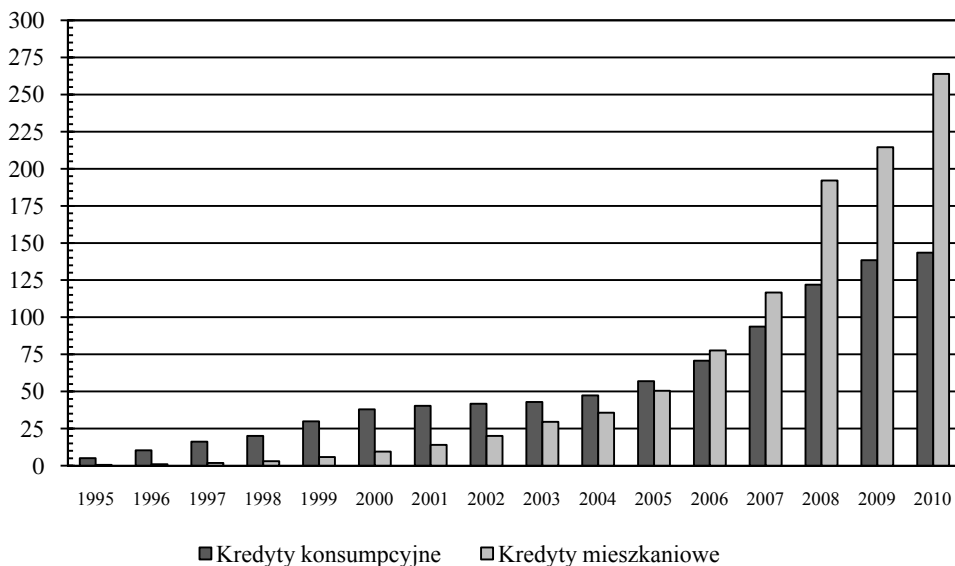


Rys. 2. Wartość kredytów dla osób prywatnych w Polsce w latach 1996-2010 (stan na koniec okresu w mln zł)

Źródło: opracowanie własne na podst. statystyk NBP [Należności... 2010].

Z kolei wartość kredytów ratalnych od 1996 do 2000 r. systematycznie zwiększała się średnio o 30% rocznie, osiągając na koniec 2000 r. poziom 15,3 mld zł. W kolejnych czterech latach zaznaczył się wyraźny spadek (o 27%) tego rodzaju kredytów konsumpcyjnych. Na przełomie lat 2009/2010 kredyty ratalne cieszyły się mniejszą popularnością wśród osób prywatnych, ponieważ odnotowano ich niewielki wzrost do wartości oscylującej wokół 15,8 mld zł. Należy spodziewać się dalszej atrakcyjności kredytów ratalnych wśród produktów consumer finance, co jest związane ze zwiększonymi potrzebami związanymi z bieżącymi wydatkami (szczególnie w okresie świątecznym).

Podstawowe trendy i dynamika rynku kredytów mieszkaniowych będą rozpatrywane w porównaniu z rozwojem kredytów konsumpcyjnych. Od początku istnienia wartość kredytów mieszkaniowych zmieniała się w innym tempie niż kredyty konsumpcyjne (rys. 3), które od 1995 r. wykazywały większą dynamikę wzrostu (w 1996 r. o 106% w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego). Jednak od 2006 r. zaobserwować można wyraźny wzrost zainteresowania kredytami mieszkaniowymi. Ta forma finansowania potrzeb ludności osiągnęła wartość 77,6 mld zł i była wyższa o prawie 7 mld od wartości kredytów konsumpcyjnych. Tempo wzrostu wolumenu kredytów mieszkaniowych jest nadal imponujące i systematycznie rośnie. Na koniec 2010 r. wolumen kredytów mieszkaniowych osiągnął wartość 264 mld zł, zaś różnica wartości między kredytami mieszkaniowymi i konsumpcyjnymi wyniosła 120,5 mld zł (w roku



Rys. 3. Kredyty i pożyczki udzielone osobom prywatnym w Polsce w latach 1995-2010 (w mld zł)

Źródło: opracowanie własne na podst. statystyk NBP [*Należności...* 2010].

poprzednim było to 76 mld zł). Wygląda na to, że rynek kredytów mieszkaniowych znalazł się w obiecującej fazie rozwoju i w przyszłości będzie odgrywał znaczną rolę w rozwoju polskiego rynku consumer finance, podobnie jak w krajach wysoko rozwiniętych.

W strukturze nowo udzielonych kredytów mieszkaniowych prym wiodą kredyty w złotych (ok. 70%). Dynamika kredytów mieszkaniowych denominowanych w walutach obcych w I półroczu 2010 r. ożywiła się (tab. 1). Wartość kredytów mieszkaniowych dla gospodarstw domowych wyniosła 164 mld zł i była o 12% wyższa niż w roku poprzednim. Aktualnie kredyty denominowane w euro cieszą się niezwykle popularnością. W grudniu 2009 r. odnotowały 82-procentowy wzrost (w porównaniu z czerwcem 2009 r.), a w czerwcu 2010 r. osiągnęły wartość 13,5 mld zł. Mamy więc do czynienia z wypieraniem kredytów denominowanych we frankach szwajcarskich na rzecz waluty europejskiej. Popularność walutowych kredytów mieszkaniowych wynika z mniejszego zagrożenia dla banków ze względu na ograniczoną dostępność (która wyraża się posiadaniem wyższej zdolności kredytowej).

Tabela 1. Wartość kredytów mieszkaniowych w walutach obcych udzielonych dla gospodarstw domowych przez sektor bankowy w mld zł

	2009-06	2009-12	2010-06
łącznie	146,88	142,12	164,08
w CHF	141,02	132,89	148,46
w EUR	4,16	7,56	13,50
w innych walutach	1,70	1,67	2,11

Źródło: opracowanie własne na podst. danych KNF [*Informacja o sytuacji...* 2010].

Obserwowany rosnący popyt na kredyty mieszkaniowe był następstwem oddziaływania kilku czynników, wśród których dominującą rolę odgrywa niski poziom zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych Polaków, a także wyż demograficzny lat 80. Jakość portfela zawierającego kredyty mieszkaniowe nie pogorszyła się tak drastycznie w ciągu ostatnich kilku lat, jak ma to miejsce w przypadku kredytów konsumenckich.

6. Podsumowanie

Stan polskiego rynku consumer finance na podstawie przeprowadzonych analiz jest wynikiem kombinacji wielu czynników, wśród których największe znaczenie mają uwarunkowania makroekonomiczne i prawne. Wszystkie determinanty wzrostu gospodarczego, tj. koniunktura, stopy procentowe, nastroje ekonomiczne, oszczędności czy bezrobocie, mają niewątpliwie wpływ na dynamikę rynku i na stopień rozwoju poszczególnych jego segmentów. Otoczenie regulacyjne, czyli wszystkie obowiązujące dyrektywy, ustawy i zasady, jest wyznacznikiem sprawnego funkcjonowania rynku consumer finance. Analiza stanu rynku daje pewność dalszego roz-

woju rynku kredytów dla ludności, ponieważ drzemie w nim niewykorzystany potencjał. Aktualnie obserwowaną niższą dynamikę rozwoju rynku kredytowego dla ludności wywołują takie niekorzystne zjawiska, jak: pogorszenie jakości portfela kredytowego konsumentów, zjawisko nadmiernego zadłużenia, wysokiego poziomu „złych kredytów”.

Analiza dostarczyła informacji o najbardziej atrakcyjnych i obiecujących segmentach tego rynku – kredytach mieszkaniowych, gotówkowych, ratalnych. Daje to pewność dalszego rozwoju consumer finance, poszerzania się tego rynku o innowacyjne produkty i usługi finansowe, co w perspektywie ma nas przybliżyć do rynków wysoko rozwiniętych.

Literatura

- Bąk M., Kulawczuk P., *Spoleczna odpowiedzialność instytucji finansowych*, Warszawa 2009.
- Bednarz J., *Marketing relacji*, „Gazeta Bankowa” 23.04-6.05.2007.
- Informacja o kartach płatniczych, III kwartał 2010 r.*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2010.
- Informacja o sytuacji krajowych banków komercyjnych, banków spółdzielczych i oddziałów instytucji kredytowych*, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2010.
- Każmierczak A., *Polityka pieniężna w gospodarce otwartej*, PWN, Warszawa 2008.
- Należności i zobowiązania monetarnych instytucji finansowych*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2010.
- Raport o stabilności systemu finansowego*, Narodowy Bank Polski, Warszawa 2009.
- Rekomendacja T*, Komisja Nadzoru Finansowego, Warszawa 2010.

ANALYSIS OF CONSUMER FINANCE MARKET DEVELOPMENT IN POLAND

Summary: In this paper the author presents issues concerning: clarifying the idea and origin of the consumer finance market, purposefulness of its creation, approximation of its range, describing operating principles of this market as well as demand and supply side which make up this market. A reader will find information about applicable regulations and how they contribute to the effective functioning of the consumer finance market. In addition, attention is paid to the impact of economic conditions as determinants of continued, sustainable development of this market in Poland. The analysis of the household lending market aims to show its development so far as a form of financing consumer and housing needs of the population, including its major segments.