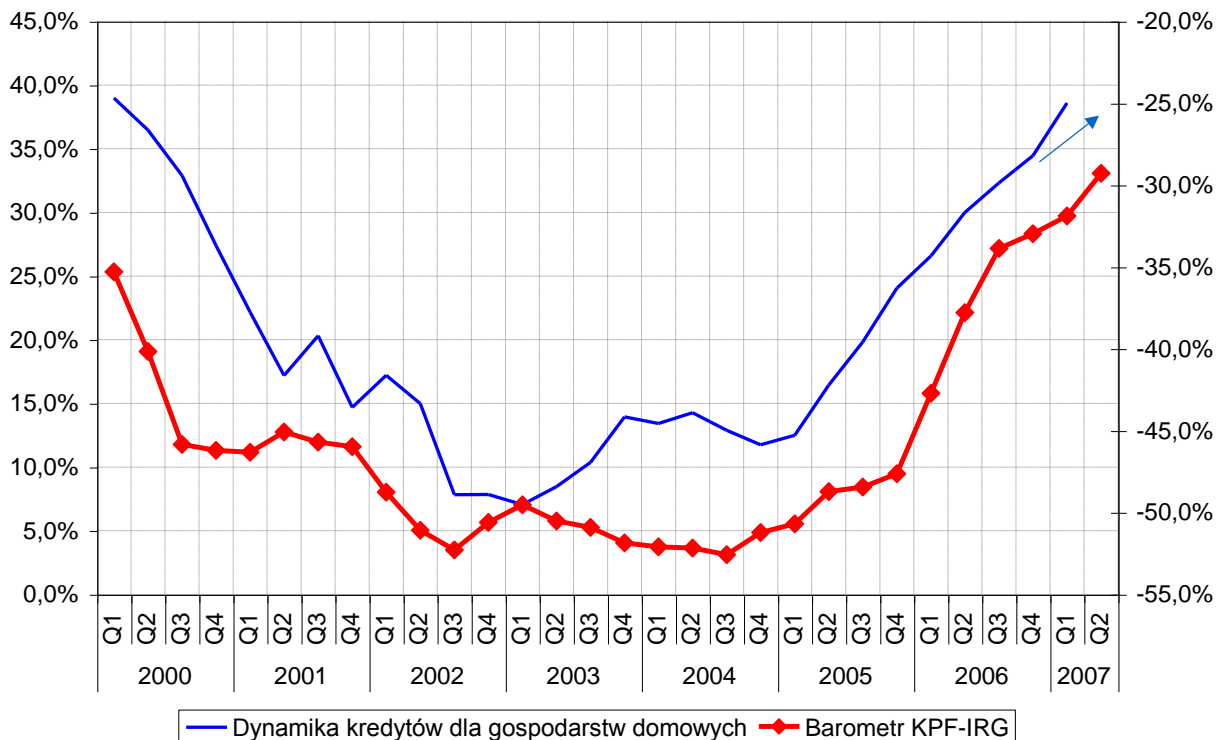


## BAROMETR RYNKU CONSUMER FINANCE

BAROMETR KPF-IRG

W II KWARTALE 2007 ROKU (- 29,3%)

OPRACOWANIE: PIOTR BIAŁOWOLSKI, DR SŁAWOMIR DUDEK



W II kwartale 2007 r. Barometr Rynku Consumer Finance wzrósł po raz 11-ty z rzędu. Jego dynamika wciąż wyprzedza dynamikę kredytów dla gospodarstw domowych, które biją kolejne rekordy. Zadłużenie gospodarstw domowych z tytułu kredytów zbliżyło się do wielkości 200 mld złotych, a całkowite zadłużenie przekroczyło tę wielkość w pierwszym kwartale 2007r.

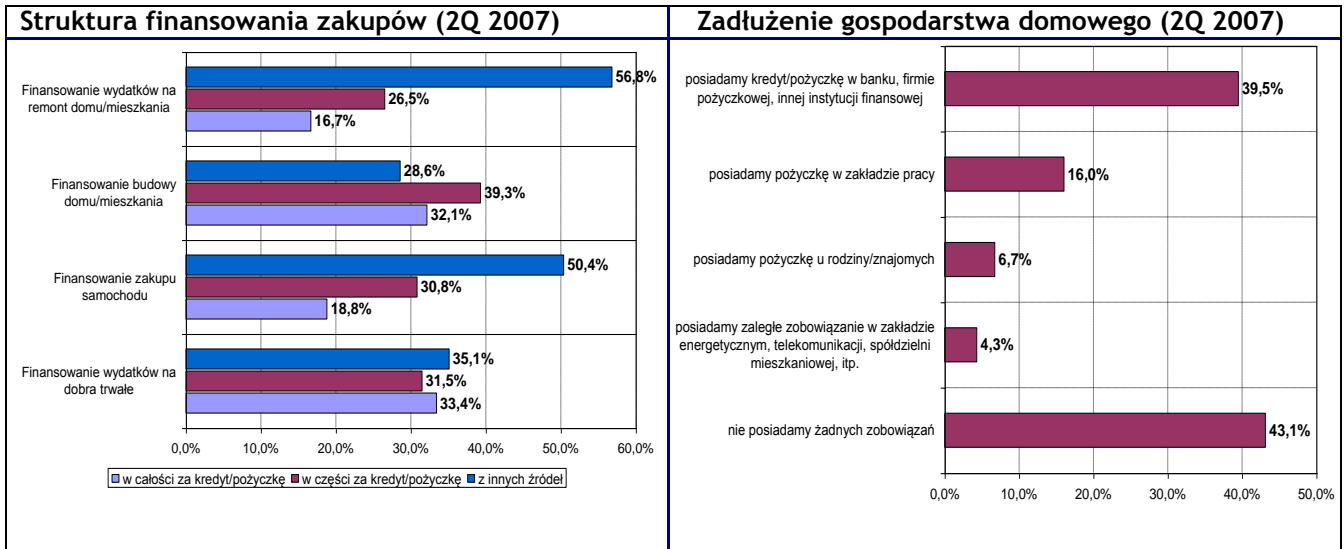
Barometr Rynku Consumer Finance wskazuje jednak, że możliwy jest dalej bardzo dynamiczny wzrost zadłużenia gospodarstw domowych z tytułu kredytów. Potwierdzają to wszystkie składowe barometru, których zadaniem jest przewidywanie potencjalnego popytu na kredyty gospodarstw domowych.

Poprawia się sytuacja w zakresie prognozowanej sytuacji finansowej. Gospodarstwa domowe oczekują, że bardzo dynamiczny wzrost produktu przełoży się na wzrost wynagrodzeń i dane GUS odnośnie wzrostu płac wskazują, że taka sytuacja już ma miejsce. Poprawia się również saldo odpowiedzi na pytania o prognozowany zakup dóbr trwałego

użytkowania. Osiągnęło ono w bieżącym badaniu najwyższą wartość od 1999r. Powoli i systematycznie poprawia się klimat do oszczędzania w gospodarstwach domowych, wskazując na poprawę zdolności kredytowej Polaków. Saldo w odpowiedzi na to pytanie wynosi -33% i jest na najwyższym od 1997r. poziomie. Również prognoza oszczędności rośnie. Oszczędności są zabezpieczeniem dla zaciąganych zobowiązań lub stanowią wkład własny gospodarstwa domowego w większą inwestycję. Dzięki temu ich wzrost należy odbierać jako potencjalny sygnał wzrostu kredytów. Trzeba również pamiętać, że oszczędności są konieczne do finansowania inwestycji. Przy dobrej zaś kondycji budżetu centralnego, wzrost oszczędności przyczynia się do większej podaży kredytu i tym samym do zwiększenia jego dostępności.

**Prognoza dla rynku Consumer Finance jest wciąż bardzo optymistyczna. Jakkolwiek tempo wzrostu kredytu na poziomie prawie 40% może być trudne do utrzymania, to dalszy bardzo dynamiczny wzrost rynku jest nieunikniony.**

## RYNEK CONSUMER FINANCE

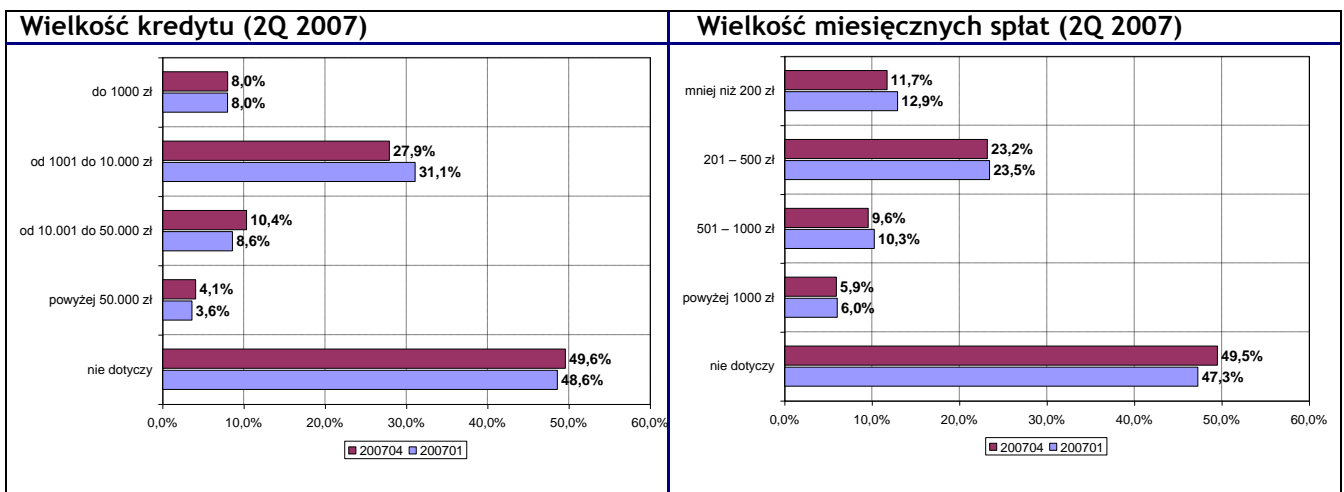


Gospodarstwa domowe pomimo znaczącej poprawy własnej sytuacji finansowej wciąż deklarują bardzo wysokie wykorzystanie kredytu przy finansowaniu zakupu dóbr trwałych. W odniesieniu do poprzedniego badania jedynie finansowanie zakupu samochodu w zdecydowanie większym stopniu odbywać będzie się ze środków własnych gospodarstw domowych. Zmieniła się także nieznacznie struktura finansowania dla zakupu mieszkania. W bieżącym badaniu zdecydowanie więcej gospodarstw domowych deklaruje chęć sfinansowania takiego zakupu w całości za kredyt. Może to być wynikiem bardzo wysokich cen mieszkań. Chęć do korzystania z kredytu na dokonywanie poważnych zakupów jest relatywnie stabilna, maleje jednak sam popyt na te dobra, co w konsekwencji może doprowadzić do spadku popytu na poważne

zakupy i spowolnić dynamikę kredytów w segmencie kredytu hipotecznego i samochodowego.

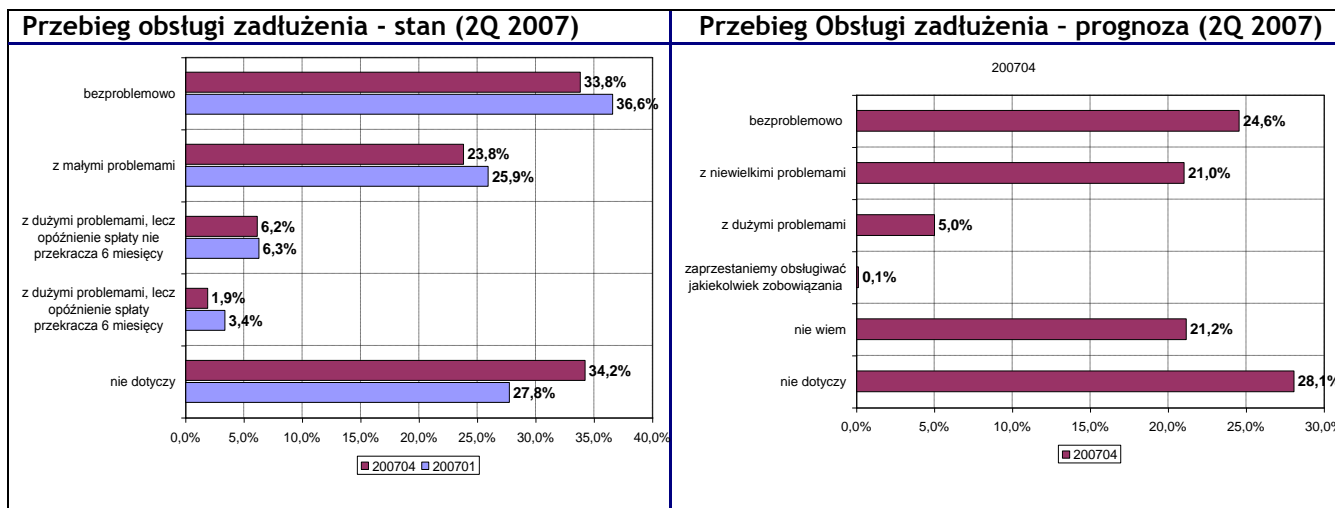
40% polskich gospodarstw domowych deklaruje posiadanie zobowiązania w instytucji finansowej. Stabilny i około 5-procentowy jest odsetek gospodarstw domowych posiadających zaległe zobowiązanie.

Rozwój rynku kredytowego wciąż jest w Polsce na bardzo wczesnym stadium, o czym świadczy zaledwie 4-procentowy udział gospodarstw domowych mających kredyt powyżej 50.000 zł oraz 50-procentowy udział gospodarstw domowych nie posiadających żadnych zobowiązań i nie dokonujących żadnych spłat.



/ INFORMACJA SYGNALNA /

## OBSŁUGA ZOBOWIĄZAŃ



W bieżącym badaniu prawie 34% gospodarstw domowych zadeklarowało bezproblemową obsługę swoich zobowiązań w ostatnim okresie. Spadł odsetek gospodarstw domowych obsługujących swoje zobowiązania z niewielkimi problemami do niespełna 23%. Najbardziej istotny jest jednak odsetek gospodarstw domowych mających duże problemy z obsługą zobowiązań. Odsetek takich gospodarstw wyniósł w bieżącym badaniu 8,1%. Zmniejszyła się odsetek gospodarstw domowych, w których opóźnienie spłaty przekracza 6 miesięcy. Względem poprzedniego badania zmniejszył się on o 1,5% osiągając poziom 1,9% ogółu badanych. Najczęściej duże problemy i brak spłat od ponad 6-ciu miesięcy deklarują gospodarstwa domowe, w których wielkość miesięcznych spłat jest w przedziale 10.000 - 50.000 zł. Problem tak znacznego przeterminowania spłaty nie występuje praktycznie w gospodarstwach domowych mających zobowiązanie powyżej 50.000 zł.

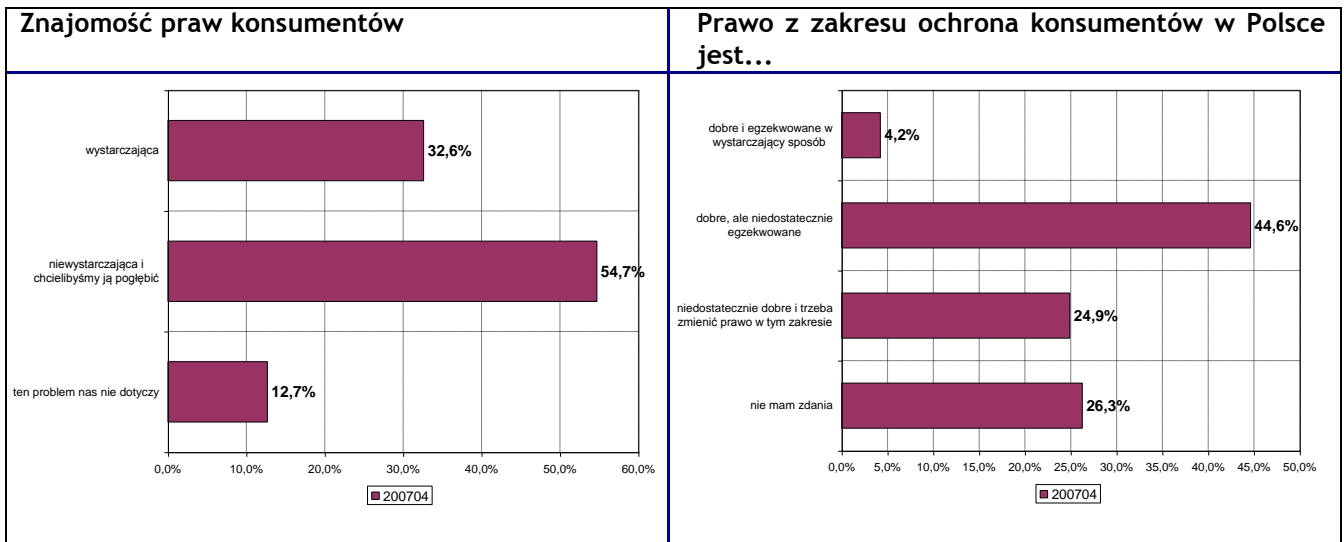
Poprawiająca się sytuacja ekonomiczna zarówno w gospodarstwach domowych, jak i ogólnie w kraju, powoduje, że deklarowana obsługa zobowiązań w nadchodzących 12 miesiącach jest na dość dobrym poziomie. Po odrzuceniu odpowiedzi „nie wiem” okazuje się, że duże problemy z obsługą zobowiązań przewiduje mniejszy odsetek gospodarstw domowych niż zgłaszających takie problemy

obecnie. Niepokojące jest jednak, że gospodarstwa przewidujące problemy z obsługą to głównie gospodarstwa domowe najwięcej wydające na obsługę zobowiązań tzn. powyżej 500 zł miesięcznie. W grupie gospodarstw spłacających miesięcznie 501 - 1.000 zł takie obawy deklaruje 9,5% badanych, a w grupie spłacających powyżej 1.000 zł już 11,8%. Mniej niepokojąco przedstawia się sytuacja, gdy weźmiemy pod uwagę wielkość zadłużenia. Wprawdzie gospodarstwa domowe zadłużone na 10.000 zł i więcej deklarują potencjalne duże problemy z obsługą zobowiązań w ok. 7% to nie jest to znacząco więcej niż średnia we wszystkich grupach zadłużenia.

Optymizmem napawa jednak, że znaczne zobowiązania (powyżej 10.000 zł) są zwykle dobrze zabezpieczone i udzielane gospodarstwom o dobrej kondycji finansowej i stąd zagrożenie tych zobowiązań jest na poziomie średniej, a analiza prognozy co do przebiegu spłaty zobowiązań nie zawiera wniosków o przewidywaniach pogorszenia się ocen co do ich spłacalności.

Tym samym nie tworzy to także zwiększonego ryzyka dla podmiotów działających w branży consumer finance pogorszenia się warunków rynkowych i w konsekwencji konieczności dostosowania do nich cen produktów kredytowych.

## PYTANIA SPECJALNE: ZNAJOMOŚĆ PRAW KONSUMENTA, OCHRONA PRAWNA KONSUMENTA



W kwietniowej edycji badania zadaliśmy respondentom pytania o znajomość praw konsumentów, a także o to jak przepisy prawa z tego zakresu są w ich odczuciu przestrzegane. Prawie 1/3 badanych uznało swoją znajomość prawa z zakresu prawa konsumenckiego jako wystarczającą. Ponad połowa badanych (54,7%) uznało jednak, że ich znajomość praw konsumenckich jest niewystarczająca i potrzebna jest im dodatkowa edukacja z tego zakresu. Zadziwiające jest, że co ósmy badany uznał, że ten problem jego nie dotyczy.

Najbardziej świadomi swoich praw są respondenci wywodzący się z gospodarstw domowych o najwyższym poziomie dochodu na osobę. W takich gospodarstwach, aż 37% deklaruje znajomość praw konsumenta. Również na podobnym poziomie są odpowiedzi wśród respondentów w wielkich miastach. Najgorzej ze znajomością praw konsumenta jest na wsi, gdzie zaledwie ¼ badanych ją deklaruje. Świadomość prawa jest również bardzo silnie powiązana z wykształceniem. W grupie z wykształceniem wyższym aż 42% wskazuje na znajomość prawa z zakresu ochrony konsumenta, a jedynie 8% uważa, że ten problem ich nie dotyczy. W grupie z wykształceniem podstawowym odsetki te wynoszą odpowiednio 24% i 27%.

Zadaliśmy również respondentom pytanie o względne postrzeganie jakości polskiego prawa z zakresu ochrony konsumentów. Jedynie 4,2% badanych odpowiedziało, że polskie prawo z tego zakresu jest dobre i dostatecznie egzekwowane. 44,6% jest zdania, że jest ono dobre, ale niedostatecznie egzekwowane. 24,9% uważa, że prawo z tego zakresu powinno zostać zmienione. 26,3% nie wyraziło zdecydowanej opinii.

Wyniki wskazują jednoznacznie, że problem nie tkwi w jakości prawa konsumenckiego, a jedynie w braku instrumentów jego dostatecznego egzekwowania. Zdecydowanie lepsze efekty można zapewne osiągnąć w zakresie poprawy samopoczucia Polaków odnośnie respektowania praw przez zwiększenie ich świadomości o nieuchronności kary dla potencjalnie naruszającego prawo sprzedawcy, niż przez zmiany legislacyjne.

Praktycznie we wszystkich podziałach (ze względu na wiek, miejsce zamieszkania, wykształcenie, zarobki) struktura odpowiedzi jest bardzo podobna, co wskazuje na brak jakiegokolwiek uprzywilejowanej lub pokrzywdzonej przez prawo konsumenckie grupy respondentów.