

Baza to podstawa

Analizując, w jaki sposób był tworzony BIK, zauważymy, że historia lubi się powtarzać.

Działalność instytucji pożyczkowych z sektora pozabankowego w dużej mierze opiera się na wymianie, przetwarzaniu i zarządzaniu informacją. Coraz powszechniejsze jest korzystanie z technologii Big data, która w praktyce stanowi w pełni automatyczny proces decyzyjny, bez udziału analityka kredytowego. Efektem jest błyskawiczne przyznanie pożyczki, co stanowi obecnie ważne kryterium przy wyborze pożyczkodawcy. Wymieniając dane z innymi podmiotami, wyeliminujemy osoby, które nie będą w stanie spłacić pożyczonej kwoty, szybciej też zareagujemy na próby wyłudzeń.

Walka z wyłudzeniami

Mało popularne jest dziś korzystanie przez instytucje pożyczkowe z zapytań do bazy dokumentów zastrzeżonych. A szkoda, gdyż znacznie ograniczyłyby to posługiwanie się pozyskanymi danymi osób trzecich i wyłudzaniem na tej podstawie pożyczek, dzięki czemu zmniejszyłyby się także ryzyko ponoszone przez instytucje pożyczkowe. Niestety, niewiele osób wie, w jaki sposób zastrzec dowód osobisty i na ile zabezpiecza to przed potencjalnymi problemami. Instytucje zrzeszone w Związku Firm Pożyczkowych powinny podjąć wspólny wysiłek, aby budować świadomość finansową u swoich klientów, także w zakresie właściwego zabezpieczenia ich danych osobowych.

Podstawowym zadaniem pozostaje weryfikacja zdolności kredytowej wnioskodawcy. Sama automatyzacja procesu decyzyjnego, bazująca na jego historii kredytowej oraz zachowaniach w Internecie, staje się standardem, jednak nadal brakuje ogólnej bazy, do której trafiałyby informacje o wszystkich pożyczkach udzielonych w sektorze pozabankowym. Włączenie zapytań do tej bazy na etapie wnioskowania o pożyczkę byłoby dodatkowym czynnikiem ograniczającym ryzyko.

Trzeba wypełnić lukę

Z perspektywy firmy windykacyjnej obsługującej kilkanaście serwisów pożyczkowych widać najlepiej, jak pilna jest

potrzeba powstania takiej bazy. Jan Kowalski, który zaciągnął kilka pożyczek w kilku instytucjach pożyczkowych, w rozmowie windykacyjnej zaczyna się gubić, bo o której pożyczce właściwie jest mowa? Spirala zadłużenia jest dla samego dłużnika niebezpieczna, a przecież mówimy także o zagrożeniu, jakie powstaje dla całego rynku finansowego, w tym także systemu bankowego. Ze względu na ograniczanie ryzyka coraz więcej firm decyduje się na pełną współpracę z BIK-iem (na zasadzie wzajemnej wymiany danych), zatem planowane zmiany w prawie tylko uregulują tę współpracę.

Pamiętajmy jednak, że ostateczne decyzje będą podejmowane przez instytucje pożyczkowe w zależności od wewnętrznej polityki kredytowej. Stworzenie samych podstaw prawnych dla wymiany informacji w zakresie kredytów konsumenckich, udzielanych w sektorze pozabankowym, pozwoli na pełniejszą ocenę zdolności kredytowej konsumenta, jednak nie sprawi – tak jak to funkcjonuje obecnie w sektorze bankowym – że wszystkie firmy pożyczkowe będą przekazywały dane do BIK-u. Ustawodawca nie przewiduje bowiem

„ Baza danych o pożyczkach nie powstanie w kilka dni i nie obejmie od razu wszystkich firm „

obowiązkowego przekazywania danych do rejestrów kredytowych, zachowując tym samym spójność z rozwiązaniami dyrektywy 2008/48/WE oraz implementującej ją ustawy o kredycie konsumenckim. Wprawdzie w raportach BIK-u od pewnego czasu pojawiają się dane z sektora niebankowego, jednak dziś, przy niskim udziale firm pożyczkowych w pełnej wymianie danych, wiedza banków zdobyta na podstawie takiego raportu jest niewystarczająca. Analogicznie, firmy pożyczkowe, pomimo czasem znakomitych technologii opartych na Big data i korzystaniu z pełnej



Bogusław Gębarowski
dyrektor
Departamentu Windykacji
Creditreform Polska

wymiany danych z BIK-iem, nie mają całkowitej wiedzy na temat zadłużenia wnioskodawcy.

Wspomnień czar

Na rynku nadal będzie brakowało jednej bazy, która zawierałaby dane ze wszystkich instytucji pożyczkowych. Zadaniem równie ważnym, jak powstanie centralnego rejestru instytucji pożyczkowych, jest więc rozpoczęcie budowy jednolitej ba-

zy, do której trafiałyby dane o wszystkich udzielanych w sektorze pożyczkach.

Polski system bankowy taki okres ograniczonej wiedzy na temat swoich klientów przeżył w latach 90. XX wieku. Skutki tego niedoinformowania były bardzo groźne. W wielu bankach tworzono specjalne departamenty do spraw trudnych kredytów, gdyż poziom zagrożonych należności często znacznie przekraczał 25%. Inspektorzy kredytowi udzielający kredytów konsumenckich w latach 90. – jeszcze przed powstaniem Biura Informacji Kredytowej – weryfikowali zadłużenie wnioskodawcy w kilku bankach. Znacznie

wydłużało to proces podejmowania decyzji kredytowej, gdyż nie wszystkie banki udzielały takiej informacji na telefon. Na odpowiedź pisemną czekało się czasem kilka dni, a w cierpliwość musiał się uzbroić również klient.

W 1997 roku, kiedy powstało Biuro Informacji Kredytowej, tylko część banków – z różnych powodów – przystąpiła do projektu wspólnej wymiany informacji. Jedną z ostatnich instytucji, która zdecydowała się na pełną wymianę danych, był ówczesny Lukas Bank. Dopiero po kilku latach jego decydenci uznali, że wymiana danych pomiędzy konkurencją przynosi jednak wymierne korzyści. Podobnie będzie z bazą danych o pożyczkach z naszego sektora: nie powstanie w kilka dni i nie

obejmie od razu wszystkich firm. Będzie tak samo, jak było z BIK-iem. Dziś z usług Biura korzysta 100% banków i między innymi dlatego poziom ryzyka w sektorze bankowym tak bardzo się obniżył.

Wspólnie znaczy lepiej

Porównując lata 90. minionego wieku, gdy kształtowała się bankowość komercyjna, i czasy obecne, można dostrzec analogię. Od 2011 roku, po Rekomendacji T oraz zmianach w ustawie o kredycie konsumenckim, obserwujemy intensywny rozwój i kształtowanie się pozabankowego sektora pożyczkowego. Wtedy powstał BIK, dziś potrzebna jest podobna baza skupiająca dane z sektora poza-

bankowego. Warto jednak budowanie wspólnej bazy pożyczkowej zacząć jak najwcześniej.

Wprowadzenie bazy o wszystkich udzielanych pożyczkach niekoniecznie rozwiąże problemy związane z tym segmentem rynku. Ale w modelu docelowym, zakładając przepływ informacji między rynkiem bankowym a pozabankowym, byłoby to rozwiązanie optymalne. Istnieją też dodatkowe walory i funkcje takiej bazy, jak ocena punktowa, czyli indeks zdolności płatniczej powstały wspólnie dla sektora. Warto, aby proces „cywilizowania” instytucji pożyczkowych zakończyło się powstaniem „centralnej bazy pożyczkobiorców”. Zwiększy to bezpieczeństwo i ochronę obrotu pieniężnego. □

Jak UOKiK sprawdza reklamy

Rozmowa z Ewelina Makowską, radcą prawnym w Vivus Finance.

– Z czego wynikają kontrowersje dotyczące reklam produktów finansowych?

– W moim przekonaniu obowiązujące dzisiaj przepisy, które dotyczą reklam produktów finansowych, są bardzo lakoniczne. Brakuje szczegółowych regulacji – nakreślone są tylko pewne ramy i ogólne obowiązki informacyjne. To z kolei powoduje, że braki w przepisach są „uzupełniane” decyzjami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Skutek jest jeden: trudno w sposób niebudzący wątpliwości dostosować się do nieprecyzyjnej regulacji prawnej. Ustawa nakłada obowiązek podawania reprezentatywnego przykładu w reklamie mówiącej o koszcie kredytu. Nie ma natomiast regulacji podającej sposób prezentacji takich informacji i wygląda na to, iż nie wiedzą tego ani instytucje finansowe, ani Komisja Nadzoru Finansowego, ani UOKiK. Przekaz ma być czytelny i jednoznaczny, jednak co to oznacza w praktyce, należy domyślić się samemu. Bo nie ma jasnego przepisu czy wytycznych, ile ma trwać taka informacja, jaką czcionką i w jaki sposób ma być przekazana.

– Przecież to, co nie jest zabronione, staje się dozwolone?

– Teoretycznie. Jednak w ostatnich dwóch latach UOKiK wszczął kilka spraw dotyczących właśnie kwestii informacyjnych i sposobu ich prezentacji w rekla-

mach. Nie byłoby tych wątpliwości, gdyby opracowano bardziej szczegółowe przepisy. Dla nas najlepsze byłoby stworzenie pewnego katalogu dobrych praktyk, jednoznacznie określającego zakres i sposób prezentowania obowiązkowych informacji. Choć mamy swobodę działalności gospodarczej, to jesteśmy zdania, że mniej byłoby kontrowersji, gdyby przepisy były bardziej szczegółowe i jednoznaczne.

– W reklamach aut też nie ma szczegółowych parametrów technicznych...

– Istotnie, przepisy dotyczące reklamowania różnych produktów nie są jednakowe. Prawdopodobnie założono, że osoba kupująca nowe auto ma pewną wiedzę, a o szczegóły techniczne może zapytać sprzedawcę. W przypadku reklamowania produktów finansowych możemy domniemywać, że z powodu łatwiejszego dostępu do kredytów czy pożyczek intencją ustawodawcy było zwiększenie świadomości przyszłego klienta na temat konsekwencji kosztów.

– Czy jest zatem jakieś rozwiązanie łączące promocję produktów finansowych z informacją o wszystkich kosztach?

– Moim zdaniem należy jeszcze mocniej zachęcać konsumenta do szczegółowego zapoznawania się z umowami przed ich podpisaniem. Bez względu na charakter podawanych w reklamie informacji nie da się przytoczyć wszystkich możliwo-



ści i opcji, a tym bardziej podać przykładu dotyczącego każdej oferty – tak różne są kwoty i okresy obowiązywania umów. Uważam, że idea przykładu reprezentatywnego może wzbudzać wątpliwości samego konsumenta, nie dotyczy ona bowiem warunków jego konkretnej umowy. Wracając do reklam samochodów: o ile zwykle liczba dostępnych modeli jest ograniczona, o tyle różnorodne opcje drogiego wyposażenia są indywidualnie dopasowywane do danego klienta. Zatem klient dopytujący się o szczegóły techniczne kupowanego auta powinien z równym, o ile nie większym zaangażowaniem poznać informacje przed podpisaniem umowy kredytowej. □