



BANK JEST TAK SILNY, JAK SILNI SĄ JEGO KLIENCI

Z Agnieszką Domaradzką,
Wiceprezes Zarządu ds. Kredytowych Nordea Bank Polska S.A.,
rozmawia Bożenna Chlabicz

Jaki jest Pani stosunek do finansowania nieruchomości?

Finansowanie nieruchomości to wdzięczny rodzaj kredytowania: łatwo uchwycić strumień pieniądza potrzebny na realizację inwestycji i spłatę kredytu. Dysponujemy też zabezpieczeniem materialnym.

To skąd obawy banków przed angażowaniem się w tego typu transakcje?

To są inwestycje długoterminowe, kierowane na rynek cykliczny, wrażliwy na zmianę koniunktury. Finansując projekty nieruchomościowe, mierzymy się z ryzykiem związanym z samą budową – czy zgodnie z zasadami sztuki, czy w ramach przewidzianego budżetu kosztowego i czasowego – trzeba ocenić lokalizację i wreszcie racjonalnie ocenić przychody generowane przez obiekt w dłuższym okresie, a to nie jest proste, biorąc pod uwagę rozwój rynku lokalnego i globalnego. Mamy do czynienia z wieloma zmiennymi, np. wzrostem kosztów, spadkiem stawek najmu, wzrostem powierzchni niewynajętej czy stopy procentowej. To wszystko wpływa na zdolność kredytobiorcy do obsługi zadłużenia.

Czy to nie jest pesymistyczne myślenie? Przecież możemy spodziewać się też wzrostu stawek najmu, spadku kosztów?

Oczywiście, tak też może się zdarzyć. I wtedy cieszy się i inwestor, i bank. Jednakże inwestując pieniądze długoterminowo, powinniśmy być przygotowani na różne scenariusze i ustawiać parametry transakcji w taki sposób, aby nie popadać w zbyt stres w okresie dekonunktury. W okresie wzrostu gospodarczego uczestnicy rynku mają tendencję do popadania w nadmierny optymizm. Niby wiedzą, że rynek może się odwrócić, ale wierzą, że jeszcze nie teraz. Stąd spowolnienie z reguły zaskakuje. Zdarza się też, że wtedy inwestorzy stosujący zbyt agresywną strukturę finansowania inwestycji, zaczynają mieć problemy.

Czy można temu zapobiec?

Ktoś powiedział, że życie w 10 proc. składa się z tego, co się przydarza i w 90 proc. z naszej reakcji na to, co się zdarzyło. Banki powinny tak strukturyzować transakcje, aby istniały bufor bezpieczeństwa, bo wtedy można kształtować rzeczywistość, ze spokojem reagować na niekorzystne zmiany, zwłaszcza te przewidywalne, wynikające z natury biznesu i przejściowe.

My współpracujemy z doświadczonymi i silnymi kapitałowo firmami i w ten sposób minimalizujemy ryzyko. To nasz sposób na kształtowanie zdrowego portfela kredytowego.

Jakie lekcje wyciągnął Państwa Bank z kryzysu roku 2009?

Konserwatywna polityka kredytowa opłaca się. Rozwój udziału w rynku i dbałość o jakość portfela są równoważne. Konsekwentne przestrzeganie zasad ma sens. Pozwala bowiem na wybór najlepszych transakcji w bardzo dobrych czasach i konsekwentne kredytowanie dobrych projektów w okresie dekonunktury. W 2009 roku Nordea Bank Polska SA była aktywnie działającą instytucją, kredytującą zarówno firmy, jak i osoby fizyczne. Można więc powiedzieć, że nasz bank z sukcesem zdał stress test. Wskaźnik kredytów nieregularnych wynosi poniżej 1 proc. i jest kilkakrotnie niższy niż średnia w sektorze. Nie obciążamy wyniku banku znaczącymi rezerwami. To wyjątkowy powód do zadowolenia, ale też odpowiedzialność. Nie byłoby to możliwe bez naszych klientów, **bo bank jest tak silny, jak silni są jego klienci.**

Czy Nordea Bank Polska nie miała problemów z finansowaniem projektów deweloperskich?

Nie. Nasi klienci potrafili szybko dostosować się do nowej sytuacji rynkowej, poprzez np. etapowanie inwestycji. My, oczywiście, także śledzimy i rozumiemy rynek. Stąd naturalną reakcją było – tam, gdzie trzeba – dostosowanie harmonogramu spłaty do tempa sprzedaży. Nie wiązało się to jednak ze wzrostem ryzyka, zwłaszcza, że z reguły stosujemy model finansowania zamkniętego i nie opieraliśmy finansowania projektów w dominującej części na przedpłatach klientów. Nie groziło nam więc ryzyko niedokończenia inwestycji z powodu braku środków na jej finansowanie. Z zadowoleniem też odnotowaliśmy spadek cen materiałów budowlanych i robocizny, co miało wpływ na obniżenie kosztów inwestycji.

Polityka Nordea w stosunku do finansowania deweloperów jest konserwatywna: wymagamy udziału własnego w kosztach budowy, oczekujemy, że klient będzie w stanie sfinansować zakup gruntu, stąd też nie każdego zapraszamy do współpracy. Jednak ci klienci, których pozyskamy, są zadowoleni z naszej oferty oraz współpracy. Cenią nas za przewidywalność, za dotrzymywanie danych obietnic oraz za to, że działamy szybko i rozsądnie. Wyrazem uznania dla stosowanej przez nas polityki kredytowej



była m.in. nagroda przyznana przez Polski Związek Firm Deweloperskich w VI Edycji Rankingu Banków Kredytujących Deweloperskie Projekty Mieszaniowe w 2010 r. Zajęliśmy drugie miejsce w rankingu.

Jesteście też aktywni na rynku kredytów hipotecznych...

Tak. Nasz portfel kredytów hipotecznych wynosi ponad 10,0 mld PLN i osiągnęliśmy 4-proc. udział w rynku. Wg „Rzeczpospolitej”, po pięciu miesiącach 2010 r. zajęliśmy trzecie miejsce na rynku pod względem wolumenu sprzedaży. Do klientów hipotecznych kierujemy taką ofertę, aby zadowolenie nie trwało jedynie w momencie udzielenia kredytu. Nie chcemy, aby bieżąca obsługa kredytu konsumowała za wysoką część dochodów netto kredytobiorcy, bo to rodzi niepotrzebne napięcia i problemy w dłuższym okresie. Stąd wymogi nadzoru bankowego zawarte w rekomendacji T nie są dla nas nowością. Podobne zasady stosujemy już od kilku lat w stosunku do naszych klientów indywidualnych.

I najwyraźniej to się opłaca. Właściwie żartobliwie można by powiedzieć, że dla sprawnie działających banków dodatkowe czy nowe wymogi ostrożnościowe, np. nadzoru bankowego, nie są potrzebne, bo zawsze pamiętają o badaniu ryzyka.

Jak wspomniałam, w konserwatywną politykę kredytową wpisane są „bufory bezpieczeństwa”, które umożliwiają reakcję na niekorzystne okoliczności. To pozostaje w interesie i klienta, i banku. Zachęcam klientów, aby o tym pamiętali na etapie wyboru banku finansującego. Bank konserwatywny akceptuje takie parametry transakcji, które są bezpieczne dla klientów i portfela kredytowego banku w dłuższym okresie. Stąd weryfikacja wiarygodności kredytowej przez taki bank stanowi dobry test dla kredytobiorcy, czy finansowanie długoterminowe pozwoli zrealizować mu zamierzenia bez nadmiernego ekspozowania się na ryzyko kredytowe.

Z racjonalnego punktu widzenia, to bardzo korzystne działanie także dla klientów. Jednak zapewne wielu z nich nie może spełnić stawianych przez Państwa wymagań i nie ma szans na kredyt?

Pod względem dostępności kredytów hipotecznych w rankingach jesteśmy w środku tabeli. Nie należymy do banków agresywnych, trzymamy się swoich zasad. Konkurujemy jakością i warunkami. Warto jednak pamiętać, że nikogo nie stać na wszystko. To gorzka prawda, ale czasem dobrze ją sobie uświadomić, by nie wpaść w spiralę niebezpiecznego zadłużenia.

A jakich, Pani zdaniem, instrumentów czy regulacji, chociażby prawnych, jeszcze brakuje?

To pytanie o kapitał. Instrument taki, jak rachunek powierniczy, jest świetnym narzędziem dla banku finansującego i zabezpiecza interes symbolicznego „Kowalskiego”, ale oznacza też konieczność pozyskiwania „droższego pieniądza” przez dewelopera. Trzeba więc znaleźć równowagę w podziale ryzyka. Myślmy bardzo pragmatycznie. Proponujemy struktury, które przy obecnym stanie prawnym zapewniają bezpieczeństwo „Kowalskiego”, i banku, i dewelopera.

Jednym z ważnych elementów procesu kredytowego jest sposób badania i analizowania ryzyka. Czy w przypadku np. udzielanych na wiele lat kredytów hipotecznych w ogóle można przewidzieć konsekwencje zmiany sytuacji i zabezpieczyć zarówno interes banku, jak i klienta?

Ryzyka nie da się wyeliminować. Można je jednak minimalizować poprzez oferowanie kredytów na przemyślanych parametrach. Jakość naszego portfela hipotecznego jest bardzo dobra. Ale nie jest to portfel kilkunasto-, tylko zasadniczo 5-, 6-letni. Pamiętamy, że zmienia się sytuacja życiowa i zawodowa klientów, do tego dochodzi jeszcze element przemian globalnych. Trzeba być pokornym, nieustannie śledzić ryzyko, reagować i współpracować z klientem, jeśli jest taka potrzeba. Dobrze jest, jeśli w sytuacji skrajnej klient może podjąć decyzję o sprzedaży nieruchomości i spłacie kredytu. Ważne, aby wtedy kwota ze sprzedaży nieruchomości pozwoliła mu na spłatę zadłużenia. W tym kontekście buforem bezpieczeństwa jest udział własny klienta w finansowaniu zakupu nieruchomości. My zalecamy minimum 20-procentowy udział własny, a dla klientów o wysokich dochodach – 10 proc.

Czy planując strategię kredytową, analizując różne sytuacje związane z przeszłością i przyszłością, pozwala sobie Pani na „włączanie” emocji?

Posługujemy się polityką kredytową, która jest spójna z polityką Grupy Nordea – to jak Konstytucja czy Dekalog. Do tego dostosowujemy nasze działania. Polityka określa kierunki rozwoju i apetyt na ryzyko. Kierując się nią, poszukujemy klientów, którzy sprostają naszym wymaganiom. To powoduje, że jesteśmy przewidywalni. Ale dla osoby zajmującej się ryzykiem każdy dzień to nowe wyzwanie. To bardzo ciekawa praca.

Dziękuję za rozmowę.





Z Patrycjuszem Rozpiątkowskim
z Biura Informacji Kredytowej SA
rozmawia Grażyna Garlińska

PRZEDĘ WSZYSTKIM EDUKACJA

Jak wygląda edukacja finansowa w Polsce na tle innych krajów i jaką rolę odgrywa w tym procesie BIK?

W porównaniu z innymi, szczególnie wysoko rozwiniętymi krajami, mamy w tej dziedzinie jeszcze dużo do zrobienia. W krajach tych rynek finansowy i wymiana informacji finansowej rozwijają się od dziesiątek, a nawet setek lat. W Polsce dopiero w 1997 r., wraz z nowelizacją art. 105 ust. 4 *Prawa bankowego*, możliwe było utworzenie przez Związek Banków Polskich i banki takiej instytucji, jak Biuro Informacji Kredytowej.

Od początku swojego istnienia BIK, poprzez działania edukacyjno-informacyjne, pokazuje jak ważne dla bezpieczeństwa całej gospodarki jest funkcjonowanie systemów wymiany informacji oraz jakie korzyści mogą uzyskać osoby fizyczne ze współpracy z nami. Służymy więc nie tylko instytucjom finansowym, ale także konsumentom.

Coraz więcej klientów banków rozumie, że warto dbać o swoją pozytywną historię kredytową. Jest to w dużym stopniu efektem prowadzonej przez nas edukacji finansowej, w ramach której staramy się także przekazywać klientom wiedzę m.in. na temat funkcjonowania instytucji finansowych, przebiegu procesu kredytowania, zawierania umów finansowych itp. Z naszego sondażu wynika, że około 60 proc. klientów banków ma wiedzę na temat Biura Informacji Kredytowej.

Chociaż edukację finansową prowadzi w Polsce wiele instytucji, to z badań Fundacji Kronenberga wynika, że 6 na 10 Polaków krytycznie ocenia swoją wiedzę na temat zagadnień finansowych...

Jak już wcześniej powiedziałem, w dziedzinie edukacji finansowej polskiego społeczeństwa wiele jest jeszcze do zrobienia. My, w miarę

swoich możliwości, staramy się docierać do jak najszerzego kręgu odbiorców.

Zależy nam na tym, aby klienci banków rozumieli istotę funkcjonowania Biura Informacji Kredytowej. Chcemy, żeby wiedzieli, czemu służy gromadzenie, przechowywanie i udostępnianie informacji o kredytobiorcach, dlaczego warto budować swoją pozytywną historię kredytową i udzielać zgody na przetwarzanie swoich danych w BIK. Chodzi nam także o to, żeby wreszcie do wszystkich dotarła prawda, że Biuro nie jest „autorem” żadnej czarnej listy, a, niestety, taki mit jeszcze funkcjonuje w społeczeństwie.

Tym bardziej, że 95 proc. informacji o klientach, które są w bazie BIK, to dane pozytywne, a tylko 5 proc. – to informacje o zaległościach w spłacie kredytu.

No właśnie, to nie jest dużo, biorąc pod uwagę, że baza BIK zawiera obecnie informacje o 71 mln rachunków należących do 23 mln Polaków. Tak, jak pani wspomniała, 95 proc. informacji znajdujących się w bazie BIK, to informacje pozytywne, informacje, że Jan Kowalski ma, albo miał, kredyt i rzetelnie go spłaca, albo spłacał i dzięki temu uwiarygodnia się on w oczach banków i innych instytucji, buduje sobie pozytywną historię kredytową

Błędne jest więc myślenie, że obecność w bazie BIK jest czymś negatywnym. Są w niej bowiem wszyscy, którzy mają jakiegokolwiek zobowiązania w bankach, a jak wiadomo, większość z nas ma zazwyczaj na swoim koncie jakiś kredyt.

Staramy się więc na każdym kroku informować o tym, jakie korzyści można odnieść, wyrażając zgodę na przetwarzanie danych osobowych po wygaśnięciu zobowiązania i posiadanie pozytywnej historii kredytowej. Legitymowanie się taką historią

to przede wszystkim większa wiarygodność klienta w kontaktach z bankiem przy ubieganiu się o kredyt.

Wierzę też w to, że w niedalekiej przyszłości taki certyfikat wiarygodności i solidności klienta honorować będą także inne instytucje, a klient odnosić będzie z tego korzyści, tak jak to jest w innych krajach.

Dlatego prowadzimy szeroko zakrojoną akcję edukacyjną i to na wielu płaszczyznach, aby naszymi działaniami objąć różne grupy społeczne, stosując rozmaite formy przekazu informacji. Inne w bankach czy na konferencjach przygotowywanych dla organizacji konsumenckich, takich jak Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Stowarzyszenie Edukacji Finansowej, inne dla uczniów szkół średnich, a jeszcze inne dla studentów i pracowników wyższych uczelni. Są to, z jednej strony, miliony broszur i ulotek kierowanych np. do pracowników banków i ich klientów, z drugiej – plakaty, obecność na znanych portalach bankowych oraz kampanie prasowe i radiowe, które, co zrozumiale, docierają do największej liczby odbiorców.

Które ze stosowanych przez Was metod edukacji finansowej są, według Pana, najskuteczniejsze?

Moim zdaniem te, które wiążą się z bezpośrednim kontaktem z odbiorcą, a więc konferencje, seminaria, wykłady, w czasie których dochodzi do wymiany zdań, gdy istnieje możliwość zadania pytania i uzyskania odpowiedzi, wyjaśnienia od razu wątpliwości. Wychodzący z tych spotkań, np. rzecznicy konsumentów są w stanie w kompetentny sposób wykorzystać swoją wiedzę na temat BIK w codziennych kontaktach z osobami zgłaszającymi się do nich po poradę.



Podobny bezpośredni charakter mają także konferencje z udziałem uczelni ekonomicznych. Współpraca BIK ze szkołami wyższymi zaowocuje nawet wydaniem skryptu na temat rynku wymiany informacji finansowej w Polsce. Kiedy to się stanie?

Sądzę, że skrypt trafi do rąk studentów już na początku nowego roku akademickiego. Podpisaliśmy umowy z kilkunastoma uczelniami, które postanowiły wziąć udział w tym przedsięwzięciu, a kilkanaście kolejnych jest w trakcie podpisywania porozumienia o współpracy.

Chcę zaznaczyć, że we współpracy z uczelniami zaangażowali się także partnerzy BIK, a mianowicie Związek Banków Polskich, Krajowa Izba Rozliczeniowa, Biuro Informacji Gospodarczej InfoMonitor oraz Centrum Prawa Bankowego i Informacji.

Wprowadzenie do programów uczelni podręcznika opisującego rynek wymiany informacji finansowej w Polsce z pewnością okaże się bardzo atrakcyjnym tematem dla odbiorców.

A jak ocenia Pan wiedzę studentów uczelni ekonomicznych na temat rynku wymiany informacji finansowej?

Z naszych badań wynika, że poziom ich wiedzy w tej dziedzinie jest nieznacznie wyższy niż w innych badanych przez nas grupach społecznych. Stąd pomysł, aby przygotować skrypt, który uporządkuje i wzbogaci wiedzę studentów na temat zasad i mechanizmów funkcjonowania rynku wymiany informacji finansowej.

Dbacie także o edukację finansową uczniów szkół średnich, wspierając wydanie podręcznika „Żyj finansowo, czyli jak zarządzać finansami w życiu osobistym” czy też Konkurs Wiedzy o Bankach...

Wydanie podręcznika poprzedziło przeprowadzenie ankiet badających świadomość finansową uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Pomysłodawcą projektu było Stowarzyszenie Krzewienia Edukacji Finansowej.

Oprócz podręcznika dla uczniów, wydany został także „Przewodnik dla nauczycieli”, zawierający scenariusze lekcji, testy i prezentacje. Niewątpliwie ułatwi im to przekazywanie uczniom wiedzy na

temat rynku finansowego i jego instytucji. Pozwoli ich przygotować do podejmowania racjonalnych decyzji finansowych i świadomego zarządzania swoimi finansami.

Dobrze byłoby, aby edukacją finansową uczniów i studentów w większym stopniu zainteresowały się także ministerstwa: edukacji oraz nauki i szkolnictwa wyższego. Wtedy edukacja finansowa byłaby obecna we wszystkich szkołach, a nie tylko w wybranych.

Wiemy również, że młodzież interesuje się tematyką finansową. Świadczy o tym m.in. ogromne zainteresowanie Konkursem Wiedzy o Bankach, którego współorganizatorem jest Stowarzyszenie Edukacji Ekonomicznej i Obywatelskiej S z Poznania. W tym roku w konkursie wzięło udział ponad 14 tys. uczniów ze szkół ponadgimnazjalnych z całej Polski. Ponadto Biuro Informacji Kredytowej zaangażowane jest już od wielu lat w patronowanie Mistrzostwom Polski Młodych Ekonomistów, czyli gimnazjalistów z całego kraju.

Cenną „pomocą naukową” dla wszystkich zainteresowanych tematyką finansową, a w szczególności rynkiem wymiany informacji kredytowej w Polsce, będzie przygotowywana przez nas Encyklopedia BIK czy, jak kto woli, „Vademecum BIK”.

Jakie znaczenie w procesie edukacji finansowej mają funkcjonujące w kilkunastu miastach w Polsce Centra Informacji Gospodarczej, powołane przez BIK, Związek Banków Polskich i BIG InfoMonitor?

Centra Informacji Gospodarczej to bardzo cenna inicjatywa. Umożliwiają one dostęp do największych zasobów informacji w Polsce zgromadzonych w bazie Biura Informacji Kredytowej, Związku Banków Polskich (Bankowy Rejestr, Dokumenty Zastrzeżone, AMRON) oraz Rejestru Dłużników Biura Informacji Gospodarczej InfoMonitor SA.

Dzięki CIG możliwa jest szeroka edukacja w dziedzinie rynku wymiany informacji kredytowej, gospodarczej, a dzięki produktom i usługom, które CIG-i oferują, możliwe jest odzyskiwanie zaległych płatności. Nasze centra promują rzetelność w obrocie gospodarczym, doradzają w dziedzinie zarządzania ryzykiem.

Za ich pośrednictwem docieramy z informacją o BIK, o zasadach jego funkcjonowania i korzyściach płynących z obecności w jego

bazie do szerokich kręgów społecznych i różnych instytucji.

W zeszłym roku, przede wszystkim dzięki wysiłkom ludzi pracujących w CIG, do bazy BIK udało się pozyskać ponad 400 banków spółdzielczych. To był duży sukces. Teraz jest czas na edukację tego sektora rynku. Obejmujemy nią zarówno pracowników banków, jak i ich klientów.

Centra Informacji Gospodarczej współpracują także na co dzień ze stowarzyszeniami i organizacjami gospodarczymi oraz konsumenckimi, z samorządami lokalnymi, a także z wyższymi uczelniami. Bierzemy udział w konferencjach organizowanych przez te uczelnie. Ostatnio byliśmy obecni na konferencji zorganizowanej przez Katedrę Finansów Szkoły Głównej Handlowej „Nowe wyzwania w zakresie ekonomii i polityki gospodarczej po kryzysie subprime” i na konferencji przygotowanej przez Wyższą Szkołę Ekonomii i Prawa w Kielcach, gdzie tematem przewodnim było funkcjonowanie spółdzielczości finansowej na przełomie XX i XXI wieku. To tylko nieliczne przykłady.

W zeszłym roku przedstawiciele CIG wzięli udział w ponad 400 konferencjach w całej Polsce. Podobnie jest i w tym roku.

Efekty naszej działalności edukacyjnej są już widoczne. Dzięki niej coraz więcej klientów banków rozumie, jak ważne jest udzielenie zgody na przetwarzanie danych osobowych. W zeszłym roku liczba osób, które się na to zgodziły, wzrosła o 40 proc. W tym okresie przekazaliśmy bankom 28,5 mln raportów, czyli o ponad 45 proc. więcej niż w 2008 r. Biuro Obsługi Klienta BIK udostępniło natomiast ponad 57 tys. raportów konsumenckich, czyli tzw. raportów „o samym sobie”, pobieranych przez kredytobiorców, którzy chcą poznać swoją historię kredytową odnotowaną w bazach BIK na podstawie informacji przekazywanych przez banki. Od początku tego roku wydaliśmy już ponad 26 tys. takich raportów.

Jak Pani widzi, dużą wagę przywiązujemy do działań związanych z edukacją finansową, pracujemy na wielu płaszczyznach, edukując i informując nasze społeczeństwo, a jednocześnie zdajemy sobie też sprawę, jak dużo pracy jest jeszcze przed nami w tym zakresie.

Dziękuję za rozmowę.



