

Wojciech Zatoń^{*}

WYDAJNOŚĆ RYNKU USŁUG FINANSOWYCH W POLSCE I UNII EUROPEJSKIEJ W ŚWIECIE TABLIC WYNIKÓW DLA RYNKÓW KONSUMENCKICH

1. WSTĘP

Rynek usług finansowych w Polsce rozwija się dynamicznie. Oferowane są nowe produkty finansowe, powstają nowe instytucje finansowe. Integralnym elementem tego procesu jest monitorowanie rynku w celu ochrony konsumenta i dbanie o przejrzystość rynku ze strony organów nadzorujących. Od początku 2012 r. do końca listopada 2012 r. do UOKiK wpłynęło 655 skarg konsumenciekich dotyczących przedsiębiorców funkcjonujących na rynku usług finansowych. W tym samym okresie UOKiK wszczął 187 postępowań i skierował 7 zawiadomień do organów ścigania związanych z podejrzeniem naruszenia prawa w kontaktach konsumentów z instytucjami finansowymi¹. Przepisy prawa polskiego i unijnego, decyzje i działania Komisji Nadzoru Finansowego i UOKiK to elementy wzmacniające i harmonizujące rynek usług finansowych oraz zapewniające wyższy poziom jego przejrzystości.

W celu stanowienia właściwego prawa i podejmowania pożądanych decyzji należy najpierw dokonać właściwej oceny zjawiska. W przypadku rynku usług finansowych diagnoza ma szczególne znaczenie, gdyż praktycznie każde przedsiębiorstwo i większość gospodarstw domowych korzysta z usług finansowych. Niejednokrotnie podmioty gospodarcze i gospodarstwa domowe są ekonomicznie uzależnione od instytucji finansowych. Z pewnością zatem jednym z ważnych wymiarów prawidłowego funkcjonowania rynku usług finansowych jest zaufanie klientów do instytucji finansowych. Analiza tego aspektu jest m. in. jednym z celów badań prowadzonych w ramach *Diagnozy Społecznej* [Czapiński, Panek, 2011]. W tab. 1 przedstawiono kształtowanie się zaufania Polaków do wybranych instytucji finansowych w latach 2003–2011.

^{*} Dr, Zakład Bankowości Centralnej i Pośrednictwa Finansowego, Uniwersytet Łódzki.

¹ Por. Usługi finansowe – działania UOKiK: http://www.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=10115 [dostęp: 14.12.2012].

Tabela 1

Zaufanie Polaków do wybranych instytucji finansowych w latach 2003–2011
(odsetek pozytywnych odpowiedzi pośród respondentów mających zdanie)

Instytucja	2003	2005	2007	2009	2011
Banki	68	70	77	63	40,9
OFE	30	30	35	18	21,7
Giełda	15	19	22	bd	19,5

Źródło: Czapiński, Panek, 2011, s. 188.

Wyniki zawarte w tab. 1 potwierdzają powszechną opinię o niskim stopniu zaufania Polaków do instytucji finansowych. Niepokojący jest zwłaszcza spadek zaufania w ostatnich latach do banków komercyjnych, czyli podstawowych instytucji finansowych². Podobne spostrzeżenia wynikają z raportów Fundacji Kronenberga *Postawy Polaków wobec oszczędzania* przygotowywanych regularnie przez TNS Pentor od roku 2008. Wskazują one m. in., że w latach 2008–2012 przeciętny poziom zaufania Polaków w oszczędzaniu i inwestowaniu do pracowników banków/instytucji finansowej wynosił zaledwie 13% [Fundacja Kronenberga, 2012].

Zaufanie do instytucji to ważny, do pewnego stopnia syntetyczny, ale mimo wszystko nie jedyny miernik wydajnego funkcjonowania rynku usług finansowych. Istotne są również inne, takie jak: łatwość porównywania usług, swoboda wyboru, zadowolenie konsumenta z oferowanych usług, skala występowania problemów. Szerokie i interesujące badania w tym zakresie są prowadzone przez Komisję Europejską. Wstępne prace w ramach tego projektu prowadzącego do wyznaczania tzw. tablicy wyników dla rynków konsumenckich zostały rozpoczęte w roku 2008, pierwsze wyniki zostały opublikowane w roku 2009, zaś pełne dane odnośnie kilkudziesięciu rynków konsumenckich są prezentowane począwszy od roku 2010³.

Celem artykułu jest charakterystyka rynku usług finansowych pod kątem jego wydajności w świetle tablicy wyników dla rynków konsumenckich. W pierwszej części artykułu przedstawiono skrótowo zasady i metodologię badania. Druga część artykułu zawiera analizę wyników dla kilku sektorów rynku usług finansowych uwzględnionych w badaniu, w porównaniu do innych rynków konsumenckich w Polsce i w Unii Europejskiej.

² Dla ścisłości należy zaznaczyć, że w latach 2003–2007 pytanie sformułowane w *Diagnozie Społecznej* dotyczyło zaufania do banków, w roku 2011 pytano o zaufanie do banków komercyjnych.

³ Por. dokumenty na stronie KE:

http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/cms1_en.htm,

część z nich dostępna również na stronie UOKiK:

http://www.uokik.gov.pl/tablice_wynikow_na_rynkach_konsumentenckich.php [dostęp: 14.12.2012].

2. ZASADY I METODOLOGIA WYZNACZANIA TABLIC WYNIKÓW DLA RYNKÓW KONSUMENCKICH

Tablica wyników dla rynków konsumenckich jest głównym narzędziem Komisji Europejskiej służącym do ustalenia, które z sektorów jednolitego rynku, potencjalnie, z punktu widzenia konsumentów, funkcjonują nieprawidłowo. Rynki, które nie spełniają oczekiwań konsumentów są następnie poddawane dalszej analizie w celu lepszego zrozumienia problemu i określenia sposobów jego rozwiązania⁴.

Tablica wyników dla rynków konsumenckich jest publikowana jesienią każdego roku⁵. Analizowanych jest 21 rynków dóbr oraz 30 rynków usług konsumenckich odpowiadających około 60% wydatków konsumenckich. Badaniem objętych jest 27 państw Unii Europejskiej oraz Norwegia i Islandia.

W trakcie przeprowadzania sondaży⁶, respondentom zadawanych jest kilka pytań dotyczących czterech podstawowych aspektów funkcjonowania każdego rynku [GFK, 2012; European Comission, 2012b]:

A1 – łatwości porównywania oferowanych towarów i usług („Jak trudno lub łatwo jest, w skali od 0 do 10, porównać produkty/usługi na danym rynku?”),

A2 – przekonania, że sprzedawcy detaliczni/dostawy usług przestrzegają prawa w zakresie ochrony konsumentów („W jakim stopniu, w skali od 0 do 10, wierzy Pani/Pan, że różni sprzedawcy na danym rynku respektują regulacje dotyczące ochrony konsumentów?”),

A3 – występowania problemów na rynku i zgłaszania w związku z nimi skarg⁷,

A4 – ogólnego zadowolenia i spełnienia oczekiwań konsumentów („W jakim stopniu, w skali od 0 do 10, oferowane produkty (usługi) spełniają Pani/Pana oczekiwania?”).

Maksymalna liczba punktów dla pozytywnej oceny każdego z aspektów funkcjonowania rynku wynosi 10. Na podstawie ocen czterech składników obliczany jest podstawowy Wskaźnik Wydajności Rynku *MPI* (*Market Performance Indicator*), przy założeniu, że maksymalna wartość wskaźnika wynosi 100. Wagi dla każdego z czterech składników są jednakowe. Dodatkowo dla czternastu bardzo konkurencyjnych rynków usług, uwzględniany jest jeszcze piąty aspekt

⁴ *Ibidem*.

⁵ Wiosną każdego roku publikowana jest *Tablica wyników sytuacji konsumentów*, w której analizowany jest postęp integracji unijnego rynku detalicznego z punktu widzenia konsumentów oraz trendy sytuacji konsumentów w poszczególnych krajach.

⁶ Opinie wybieranych losowo konsumentów w wieku powyżej 18 lat zbierane są drogą sondażu telefonicznego. Próba obejmuje 500 respondentów w każdym kraju (250 osób na Cyprze i Malcie, w Luksemburgu i Islandii).

⁷ Dla badania tego aspektu, zadawane są dwa sekwencyjne pytania, związane z napotkaniem problemu przy(po) zakupie danego produktu(usługi) i ewentualnego złożenia reklamacji lub formalnej skargi do sprzedawcy, producenta lub urzędu nadzorującego rynek (ochrony konsumenta).

(A5), dotyczący łatwości zmiany usługodawców. W ten sposób powstają wskaźniki *MPIs*, w których pięć składników ma jednakową wagę. Ponadto dla 48 rynków obliczany jest wskaźnik *MPIc*, uwzględniający jako dodatkowy aspekt (A6), ocenę konkurencyjności (szerokiego wyboru) sprzedawcy (dostawcy) na danym rynku. Ostatecznie, dla grupy kilkunastu rynków, są też obliczane wskaźniki *MPIsc* uwzględniające oprócz czterech podstawowych aspektów (A1–A4) również łatwość zmiany dostawcy usługi i możliwość szerokiego wyboru (A5–A6).

Publikowane wskaźniki *MPI* dla danych rynków łącznie we wszystkich badanych krajach są ważone liczbą ludności danego kraju. W celu łatwiejszego porównania wydajności danego rynku względem pozostałych w całej próbie łącznie lub w ramach danego państwa, wskaźniki *MPI* są normalizowane według następującego wzoru [GFK, 2012]⁸:

$$nMPI^m = MPI^m - MPI^a + 100$$

gdzie:

$nMPI^m$ – znormalizowany wskaźnik *MPI* dla rynku *m* (w danym kraju lub łącznie we wszystkich krajach objętych badaniem),

MPI^m – wskaźnik *MPI* (w danym kraju lub łącznie we wszystkich krajach objętych badaniem),

MPI^a – średnia wartość wskaźnika *MPI* dla wszystkich rynków we wszystkich badanych krajach (dla porównań rynków łącznie w całej badanej próbie) lub średnia wartość wskaźnika *MPI* dla wszystkich rynków w danym kraju (dla porównań rynków w ramach danego kraju).

Wartość wskaźnika *nMPI* dla danego rynku powyżej 100 oznacza, że wydajność tego rynku, zgodnie z przyjętą metodologią, jest oceniana powyżej przeciętnej wydajności wszystkich badanych rynków.

Wśród 30 badanych rynków konsumenckich znajduje się kilka stanowiących sektory szeroko rozumianego rynku usług finansowych⁹. Są to następujące sektory:

R1 – ubezpieczeń środków transportu (pojazdów, statków i samolotów),

R2 – ubezpieczeń domów i mieszkań,

R3 – ubezpieczeń indywidualnych na życie,

R4 – kredytów (pożyczek i kredytów konsumpcyjnych) i kart kredytowych,

R5 – bieżących rachunków bankowych,

⁸ Analogicznie według powyższego wzoru mogą być obliczane znormalizowane wskaźniki *nMPIs*, *nMPIc* oraz *nMPIsc*.

⁹ Na potrzeby artykułu przyjęto stosowanie następującego nazewnictwa (od najwęższego do najszerszego pojęcia): sektor rynku finansowego, segment rynku finansowego (usług bankowych lub ubezpieczeniowych), rynek finansowy.

R6 – kredytów hipotecznych,

R7 – inwestycji, emerytur, papierów wartościowych¹⁰.

Dla potrzeb bardziej syntetycznych analiz, trzy pierwsze sektory zostały połączone razem w segment usług ubezpieczeniowych, zaś cztery następne w segment usług bankowych¹¹.

3. ANALIZA WYBRANYCH WYNIKÓW

Wyniki badań prowadzonych w celu stworzenia tablicy dla rynków konsumenckich są obszerne, podane w różnych wymiarach i przekrojach. Wybrane z nich, zwłaszcza dotyczące Polski, zostaną zaprezentowane i omówione w tej części artykułu.

Tabela 2 przedstawia pełen przegląd wartości wskaźników *nMPI* wszystkich rynków usług dla 27 krajów UE łącznie oraz dla Polski oraz ich pozycje w rankingach wydajności w roku 2012.

Tabela 2

Wartości wskaźników *nMPI* dla rynków usług w UE i Polsce w roku 2012

Rynek	EU–27 (łącznie 27 krajów)		Polska	
Rynek usług	<i>nMPI</i>	ranking	<i>nMPI</i>	ranking
1	2	3	4	5
Pielęgnacja ciała	107,7	1	110,0	1
Kultura i rozrywka	106,6	2	106,3	4
Sport i wypoczynek	105,4	3	107,0	2
Zakwaterowanie wakacyjne	105,0	4	105,0	5
Przewozy lotnicze	104,2	5	107,0	3
Kawiarnie, bary, restauracje	103,8	6	101,7	10
Wyjazdy i wycieczki zorganizowane	103,6	7	103,6	7
Loterie i gry losowe	102,9	8	101,5	12
Ubezpieczenia środków transportu	102,1	9	104,1	6
Wynajem pojazdów	101,8	10	101,4	13
Ubezpieczenia domów	101,2	11	102,9	8
Usługi pocztowe	100,6	12	101,6	11
Przewóz tramwajem, autobusem, metrem	99,9	13	101,9	9

¹⁰ Oszczędności w bankach, inwestowanie bezpośrednio na giełdzie i poprzez fundusze, zarządzanie portfelem papierów wartościowych, prywatne oszczędzanie na emeryturę.

¹¹ Podobnego grupowania dokonano w ramach innych rynków. Analiza na wyższym poziomie agregacji jest przedstawiona w dalszej części artykułu.

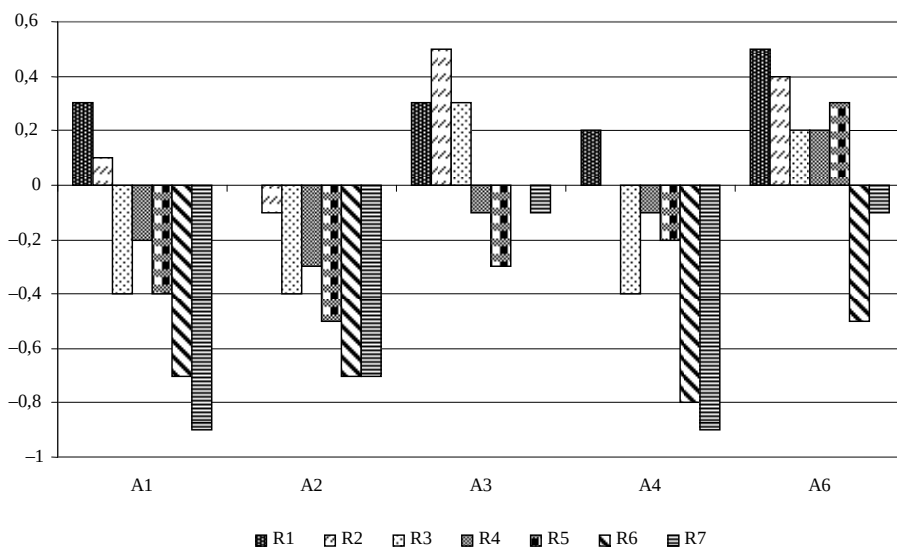
Tabela 2 (cd.)

1	2	3	4	5
Przegląd i naprawa pojazdów	99,4	14	96,3	24
Telefonia stacjonarna	99,1	15	101,3	14
Usługi prawne i księgowe	99,0	16	99,2	20
Dostawa wody	98,8	17	100,1	18
Utrzymanie domu i ogrodu	98,4	18	95,4	25
Kredyty i karty kredytowe	98,4	19	100,7	15
Telewizja	98,4	20	100,1	17
Dostawa gazu	98,4	21	99,0	21
Ubezpieczenia indywidualne na życie	97,8	22	98,3	22
Usługi internetowe	97,6	23	99,7	19
Usługi telefonii komórkowej	97,1	24	100,7	16
Bieżące rachunki bankowe	96,8	25	97,2	23
Dostawa energii elektrycznej	96,3	26	93,1	26
Przewozy kolejną	95,7	27	89,6	30
Zarządzanie i obrót nieruchomościami	94,7	28	91,4	29
Kredyty hipoteczne	94,6	29	92,0	28
Inwestycje, emerytury, papiery wart.	93,6	30	92,0	27

Źródło: GFK, 2012.

Z zestawienia zaprezentowanego w tab. 2 wynika, że oceny wydajności wszystkich sektorów segmentu usług bankowych w UE kształtują się poniżej przeciętnej dla wszystkich rynków wynoszącej 100. Lepsze oceny mają sektory segmentu ubezpieczeniowego. Podobnie jest w Polsce, choć warto zauważyć, że wszystkie sektory, zarówno segmentu usług bankowych, jak i ubezpieczeniowego mają relatywnie nieco lepsze oceny i pozycje w rankingu niż w całej Unii Europejskiej (rynek kredytów jest oceniany nawet nieco powyżej średniej, pozycja sektora ubezpieczeń życiowych jest taka sama, ale ocena jest wyższa). Generalnie usytuowanie w rankingu rynku usług finansowych w Polsce jest nieco wyższe niż tego rynku w całej UE.

Na rys. 1 przedstawione zostały odchylenia średnich ocen dla siedmiu wybranych sektorów rynku usług finansowych od średnich ocen dla wszystkich rynków usług w ramach poszczególnych aspektów oceny wydajności w badaniu łącznym wszystkich krajów UE.



Rys. 1. Odchylenia średnich ocen dla sektorów rynku usług finansowych od średnich dla wszystkich rynków usług (EU–27) w ramach poszczególnych aspektów oceny wydajności w roku 2012¹²

Źródło: opracowanie własne na podstawie raportu GFK, 2012.

Z rys. 1 wynika, że większość z sektorów rynku usług finansowych uzyskiwała dla poszczególnych aspektów oceny niższe od średniej. Wyjątkiem jest sektor ubezpieczeń środków transportu (**R1**). Warto też zwrócić uwagę na relatywnie niską częstość zgłaszania problemów w sektorze usług ubezpieczeniowych. Wyraźnie zarysowany jest też kontrast między relatywnie wysoką oceną szerokiego wyboru w większości sektorów rynku usług finansowych¹³ (aspekt A6), a niską oceną dla łatwości porównywania ofert na tym rynku. Wzmacnia to argumenty na rzecz tezy o dużej nieprzejrzystości oferowanych usług zwłaszcza w segmencie usług bankowych.

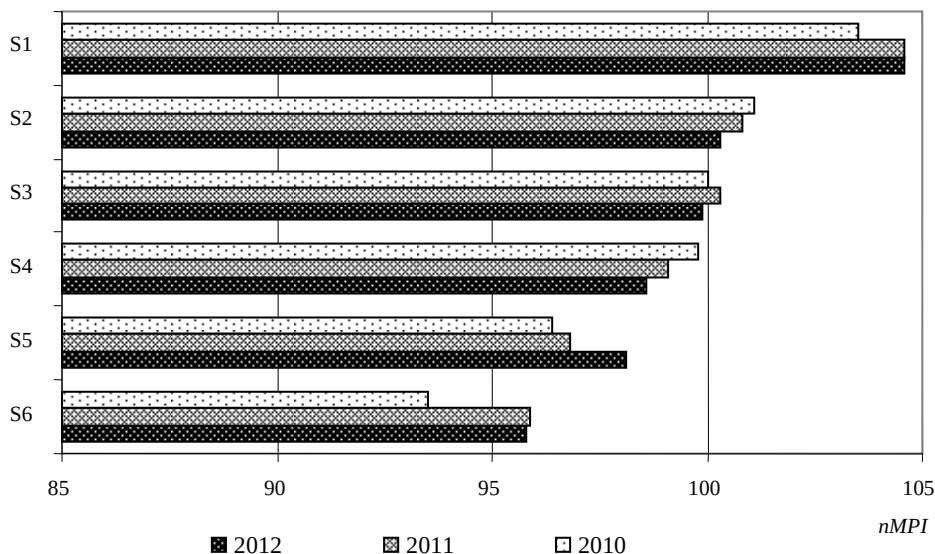
W celu dokonania oceny wydajności badanych rynków konsumenckich na wyższym poziomie agregacji, wszystkie z nich, w ramach rynków usług, zostały zgrupowane w siedem segmentów usług:

¹² Oznaczenia na rysunku zgodne z przyjętymi na s. 235–237. Odchylenia w pkt. Średnie oceny oscylowały w granicach 7 pkt. Dodatkowo odchylenie wskazuje na wydajność danego rynku lepszą od średniej w danym aspekcie. Brak odchylenia dla A5 (łatwości zmiany usługodawcy) wynika z braku średniej dla wszystkich usług (A5 był uwzględniany tylko dla 14 rynków).

¹³ Wyraźnym wyjątkiem jest sektor kredytów hipotecznych R6, co można wiązać z dużymi trudnościami (opłatami) w przypadku próby zmiany kredytodawcy (przeniesienia kredytu) do innego banku.

S1 rozrywkowych i rekreacyjnych
S2 ubezpieczeniowych (R1–R3)
 S3 transportowych
 S4 użyteczności publicznej
 S5 telekomunikacyjny i internetowych
S6 bankowych (R4–R7)

Na rys. 2 przedstawione zostało kształtowanie się wartości wskaźników *nMPI* dla segmentów usług w UE w latach 2010–2012.



Rys. 2. Wartości wskaźników *nMPI* dla segmentów usług w UE w latach 2010–2012

Źródło: GFK, 2012.

Zdecydowanie najbardziej wydajnym segmentem są usługi rozrywkowe i rekreacyjne, natomiast najmniej wydajny jest segment usług bankowych, mimo dość istotnej poprawy w stosunku do roku 2010. Segment ten jest najgorzej ocenianym segmentem usług w każdym roku badanego okresu. Zdecydowanie lepiej prezentuje się segment usług ubezpieczeniowych, ale warto zauważyć niewielkie, ale systematyczne pogarszanie się wydajności w tym obszarze w latach 2010–2012.

Bardziej szczegółową analizę wydajności poszczególnych sektorów rynku finansowego w Polsce na tle pozostałych krajów UE zawiera tab. 3.

Tabela 3

Wskaźniki *nMPI* rynków usług finansowych dla Polski oraz maksymalne i minimalne dla krajów UE w roku 2012 (średnia = 100). Pozycja Polski w rankingach 2010–2012

Rynek	<i>nMPI</i> Polska	<i>nMPI</i> min EU27	<i>nMPI</i> max EU27	Pozycja 2012	Pozycja 2011	Pozycja 2010
Ubezpieczenia środków transportu	100,6	94,3 Włochy	108,3 Estonia	14	20	9
Ubezpieczenia domów	100,4	95,5 Włochy	104,8 Estonia	16	12	6
Kredyty i karty kredytowe	101,0	89,3 Hiszpania	108,8 Malta	11	17	–
Ubezpieczenia indywidualne na życie	99,2	95,1 Szwecja	107,6 Estonia	13	16	–
Bieżące rachunki bankowe	99,1	88,0 Hiszpania	113,1 Estonia	20	17	16
Kredyty hipoteczne	96,1	84,5 Węgry	111,1 Finlandia	21	21	–
Inwestycje, emerytury, papiery wartościowe	97,1	92,2 Słowenia	109,5 Luksemburg	19	20	10

Źródło: opracowanie własne na podstawie: European Comission, 2012b.

Wyniki zawarte w tab. 3 wskazują na to, że wydajność polskiego rynku usług finansowych mierzona zarówno wielkością wskaźnika *nMPI* oraz pozycją w rankingu, jest bliska średniej unijnej wynoszącej 100. Generalnie wyżej plasuje się segment ubezpieczeniowy. Warto jednak zwrócić uwagę na wysokie (najwyższe dla wszystkich rynków) miejsce polskiego sektora kredytów i kart kredytowych (także istotny awans z miejsca 17 w roku 2011 na 11 w roku 2012). Najbardziej wydajny rynek usług finansowych w Europie posiada Estonia, która przodkuje na czterech rynkach, a najgorsza jej pozycja w Europie to 8 w przypadku rynku inwestycji, emerytur i papierów wartościowych. Estonia bardzo szybko zaabsorbowała obcy kapitał, głównie skandynawski i z kraju rolniczego stała się krajem z wysoko rozwiniętym sektorem usług. Relatywnie niskie stawki podatkowe, przejrzystość oraz przewidywalność przepisów podatkowych to dodatkowe atuty Estonii.

4. PODSUMOWANIE

Wyniki zawarte w tablicy dla rynków konsumenckich są dobrym źródłem dla oceny wydajności funkcjonowania rynków konsumenckich. Ocena dla rynku usług finansowych na tle innych rynków konsumenckich w Unii Europejskiej jest poniżej średniej dla wszystkich badanych rynków, ale należy wskazać na

istotne zróżnicowanie między segmentem usług ubezpieczeniowych (wysoka ocena), a segmentem usług bankowych, który okazał się najgorszym segmentem wszystkich usług w Unii Europejskiej. Polski rynek usług finansowych jest oceniany nieco lepiej niż przeciętnie w całej UE.

Celem budowy tablicy wyników dla rynków konsumenckich jest ustalenie, które z sektorów jednolitego rynku funkcjonują nieprawidłowo z punktu widzenia konsumentów. Rynki uzyskujące najgorsze oceny są poddawane dalszej analizie w celu określenia działań zmierzających do podniesienia wydajności tych rynków. W roku 2010 dokładnej analizie poddany został rynek inwestycji detalicznych. Ciekawe i obszerne badanie [European Comission, 2010] przeprowadzone z wykorzystaniem metod behawioralnych wykazało, że jedynie 2 konsumentów na 100 było w stanie trafnie wybrać odpowiednie dla siebie opcje inwestycyjne, a ponadto klienci polegali w dużym stopniu na doradztwie, pomimo potencjalnego konfliktu interesów. Wnioski z tego badania zostały uwzględnione w pracach Komisji w zakresie PRIPS (detalicznych produktów inwestycyjnych w pakietach) [European Comission, 2012a]. Z kolei badanie, którego ostateczne wyniki opublikowano w roku 2012 [Van Dijk Management Consultants, 2012] wykazało m. in. że 8 na 10 klientów banku ma trudności ze zmianą bieżących rachunków bankowych ze względu na nieprzejrzystość opłat za ich prowadzenie. Sformułowane w tym zakresie wnioski są jednym z działań deklarowanych w *Akcie o jednolitym rynku II* [Komisja Europejska, 2012].

Zapewnienie wszystkim obywatelom Unii dostępu do podstawowego rachunku płatniczego, zapewnienie przejrzystości i możliwości porównywania opłat za prowadzenie rachunku bankowego oraz ułatwienie przenoszenia rachunków bankowych między bankami.

BIBLIOGRAFIA

- Czapiński J., Panek T. (red.), 2011, *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*. Raport, http://www.diagnoza.com/pliki/raporty/Diagnoza_raport_2011.pdf [dostęp: 14.12.2012].
- European Comission, 2010, *Consumer Decision-making in Retail Investment Services: A Behavioural Economics Perspective. Final Report*, November 2010, http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/final_report_en.pdf [dostęp: 14.12.2012].
- European Comission, 2012a, *Proposal for a regulation of the European Parliament and of the Council on key information documents for investment products*, COM(2012), http://ec.europa.eu/internal_market/finances-retail/docs/investment_products/20120703-proposal_en.pdf [dostęp: 14.12.2012].
- European Comission, 2012b, *The Consumer Markets Scoreboard. Making markets work for consumers. 8th edition*, SWD(2012) 432, December 2012, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/docs/8th_edition_scoreboard_en.pdf [dostęp: 14.12.2012].
- Fundacja Kronenberga, 2012, *Postawy Polaków wobec oszczędzania*, Raport Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, TNS Polska, wrzesień 2012, http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/fk_oszcz_2012.pdf [dostęp: 14.12.2012].

- GFK, 2012, *Monitoring consumer markets in the European Union Final report*, November 2012, http://ec.europa.eu/consumers/consumer_research/editions/docs/monitoring_consumer_markets_eu_2012_en.pdf [dostęp: 14.12.2012].
- Komisja Europejska, 2012, *Akt o jednolitym rynku II. Razem na rzecz nowego wzrostu gospodarczego*, COM(2012) 573, http://ec.europa.eu/internal_market/smact/docs/single-market-act2_pl.pdf [dostęp: 14.12.2012].
- Van Dijk Management Consultants, 2012, *Market study of the current state of play in Member States regarding initiatives in bank fee transparency and comparability in personal current bank accounts*, Contract N°17.020200/10/584015, Final Report, January 19, 2012. http://ec.europa.eu/consumers/rights/docs/1912012_market_study_en.pdf [dostęp: 14.12.2012].

Wojciech Zatoń

FINANCIAL SERVICES MARKET PERFORMANCE IN POLAND AND EU IN THE LIGHT OF CONSUMER MARKETS SCOREBOARD

Financial services market in Poland is developing dynamically. New financial products are offered and more new financial institutions emerge. An integral part of this process is monitoring the market in order to protect consumers and to ensure market transparency on the part of regulators. The aim of this paper is to characterize the financial services market in terms of its performance in the light of the study of consumer markets in Europe, the so-called consumer markets scoreboard prepared by the European Commission. In the first part of the article the principles and methodology of the study are summarized. The second part of the article contains the analysis of the results for several sectors of the financial services market included in the study, as compared to other consumer markets in Poland and the European Union.

Evaluation of performance of the financial services market as a whole is below average, but it should be pointed out that significant differences exist between the segment of insurance services (high grade), and the banking services segment, which turned out to be the worst segment of all services in the European Union. Polish financial services market is estimated slightly better than the average in the EU.