

CSR W FINANSACH



Pożyczanie pieniędzy musi być odpowiedzialne i transparentne

Koncepcja odpowiedzialnego pożyczania nakłada pewne obowiązki zarówno na przyszłego pożyczkobiorcę, jak i na instytucję pozabankową. Rzetelna ocena wiarygodności kredytowej klienta i wysokie standardy postępowania firm pożyczkowych, to jedno z najistotniejszych wyzwań stojących przed branżą finansową.



Piotr Siwiec

Chief Executive Officer, SuperGrosz

Jak wynika z Raportu BIK, liczba osób finansujących swoje potrzeby dzięki pożyczkom, rośnie bardzo powoli, o wiele szybciej w firmach pożyczkowych niż w bankach. W czerwcu 2018 roku w bazie BIK figurowało ponad 15 tys. klientów mających aktywne zobowiązania zarówno w bankach, jak i w instytucjach pozabankowych.

Banki i firmy pożyczkowe: komplementarność, a nie konkurencja

Zadłużenie gospodarstw domowych szacowane jest na 608,5 mld złotych i wzrosło w ciągu roku o prawie 30 mld złotych. Zadłużenie osób prywatnych rośnie szybciej niż liczba kredytobiorców. Większość klientów korzystających z usług firm pożyczkowych ma jednocześnie aktywny kredyt w banku. W ostatnich miesią-

cach takich klientów jest jednak coraz mniej. W I półroczu 2018 roku podmiotom pozabankowym przybyło 77,4 tys. klientów. Widoczne jest tu przyspieszenie wzrostu, co wynika zarówno z rozwoju działalności firm pożyczkowych, jak i z tego, że coraz większa ich liczba współpracuje z BIKiem. Zdecydowana większość kredytobiorców (85 proc.) obsługuje nie więcej niż trzy kredyty i pożyczki jednocześnie, ale liczba osób mających więcej aktywnych zobowiązań również jest znacząca.

Najważniejsze jest dobro klienta

Firmom pożyczkowym ufa już 17 proc. konsumentów. Jednocześnie o 7 proc. spadł odsetek respondentów, którzy nie darzyli zaufaniem instytucji pozabankowych. Poziom reputacji firm pożyczkowych charakteryzuje silna dynamika wzrostu zaufania przy jednoczesnym równie silnym spadku odsetka tych, którzy wcześniej deklarowali zupełny brak zaufania. Wspomniany już wzrost zaufania spowodowany jest m.in. tym, że firmy pozabankowe w swojej działalności kierują się zasadami odpowiedzialnego pożyczania. Responsible lending to udzielanie finansowego wsparcia zgodnie z obowiązującymi

przepisami i po wcześniejszym oszacowaniu zdolności kredytowej potencjalnego klienta. Odpowiedzialne pożyczanie nakłada na pożyczkodawcę wymóg pełnej transparentności, co oznacza, że klient od początku powinien zostać poinformowany o wszystkich kosztach zobowiązania. Te muszą również znaleźć się we wszystkich materiałach reklamowych. Działania zmierzające do udzielenia klientowi wszystkich informacji niezbędnych do podjęcia właściwej decyzji pożyczkowej może realizować zarówno państwo, jak i banki czy firmy pożyczkowe. Pożyczkodawca realizujący koncepcję społecznej odpowiedzialności biznesu uwzględni interesy klienta i stawia go w centrum swojego zainteresowania. Troska o dobro przyszłego pożyczkobiorcy może przejawiać się zarówno w formie samoregulacji jak i w wewnętrznej polityce firmy np. poprzez stworzenie kodeksu dobrych praktyk albo korzystanie z już istniejącego, np. przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce.

Nic nie zastąpi edukacji

Chociaż obecne regulacje prawne (m.in. znowelizowana ustawa o kredycie konsumenckim) dotyczące rynku pożyczkowego są przez ekspertów oceniane jako wystarczające, a konsument jest prawnie chroniony, to jednocześnie brakuje mu wiedzy i edukacji ekonomicznej. Tych braków nie zastąpią ani przepisy, ani coraz wyższe standardy etyczne, które wdrażają instytucje pożyczkowe.

Jak wynika z raportu OECD poziom kompetencji finansowych konsumentów nie jest zadowalający. Domowym budżetem nie potrafi zarządzać aż 21 proc. respondentów, dla porównania w Niemczech wskaźnik ten wynosi jedynie 4 proc. Z cytowanego już raportu wynika również, że aż 68 proc. konsumentów decyduje o skorzystaniu z produktu finansowego podejmując pochopnie i nie porównuje wcześniej dostępnych na rynku ofert. Konsekwencją takiego zachowania może być to, że wybrany produkt okaże się finalnie zbyt kosztowny. Zadaniem branży finansowej jest edukowanie klienta w kwestii odpowiedzialnego pożyczania, informowanie go o konsekwencjach opóźnień w spłacie i traktowanie go w tej dyskusji jako równorzędnego partnera. Edukacja może stanowić panaceum na obawy klienta związane z zadłużaniem się i zwiększy jego poczucie bezpieczeństwa. Paradoksalnie wzrost świadomości ekonomicznej konsumentów dobrze wpłynie również na rynek usług pozabankowych, gdyż klient, który rozumie produkt z którego korzysta, to klient, który najpewniej spłaci swoje zobowiązanie w terminie. Jednocześnie jednak potrzebne jest edukowanie konsumenta i zwiększanie standardów etycznych związanych z obsługą tych, którzy przychodzą po pożyczkę.

Różne obowiązki i wspólna odpowiedzialność

Idea odpowiedzialnego pożyczania zakłada, że w kształtowaniu kom-

petencji finansowych powinny uczestniczyć wszystkie zaangażowane w ten proces podmioty. Zadaniem państwa jest edukowanie konsumenta w zakresie finansów osobistych i organizowanie kampanii społecznych zwiększających jego wiedzę. Obowiązkiem instytucji pożyczkowej jest natomiast rzetelne doradztwo, wyjaśnianie klientom tego, co jest dla nich niezrozumiałe i udostępnienie im wszystkich dokumentów jeszcze przed zaciągnięciem zobowiązania. Dla firmy z sektora pozabankowego odpowiedzialne pożyczanie jest tożsame z budowaniem zaufania, wiarygodności, a co za tym idzie – stabilnej pozycji na rynku. Istotne jest także właściwe oszacowanie ryzyka kredytowego, ponieważ odpowiedzialne pożyczanie to odpowiedzialność za portfel klienta i za jego wypłacalność oraz troska o to, by zaciągnięta pożyczka nie okazała się zbyt dużym obciążeniem dla jego budżetu.

Z kolei klient musi po pierwsze uświadomić sobie konieczność edukacji ekonomicznej, po drugie pożyczać tylko tyle, ile będzie mógł zwrócić, a po trzecie, wspomnianego zwrotu dokonać w terminie przewidzianym w umowie. Decyzje pożyczkowe podejmowane dziś przez konsumentów wpływają nie tylko na przyszłość ich samych, lecz również na kondycję całej branży finansowej. Odpowiedzialność zarówno pożyczkodawcy, jak i klienta, to najlepszy przepis na owocną dla obu stron współpracę.

CSR W FINANSACH

NAJCIEKAWSZE PROJEKTY CSR

Instytucje finansowe mają istotny wpływ na nasz portfel i stan naszego konta. Aby i jedne i drugie były jak najbardziej zasobne, konieczne jest edukowanie społeczeństwa w zakresie odpowiedzialnego oszczędzania, pożyczania i inwestowania. Zadanie to jest jednym z najczęściej podkreślanych w ramach aktywności CSR-owych instytucji finansowych, choć nie jedynym. Zapraszamy do analizy

projektów, które w ocenie redakcji Biznes Raportu „Gazety Finansowej” zasługują na miano najbardziej interesujących. Poświęćcie też Państwo swoją uwagę materiałom przygotowanym przez głównych zainteresowanych tematem – przedstawicieli branży finansowej. Zapewne zainteresuje Państwa, jak postrzegają swoją rolę w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Nazwa instytucji

ALLIANZ POLSKA

Nazwa projektu/inicjatywy

Pewny Start w przyszłość

Allianz Polska od lat współpracuje ze Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce na poziomie globalnym i lokalnym. W ubiegłym roku firma zainicjowała program „Pewny start w przyszłość”, którego celem jest wyrównanie szans zdrowotnych i edukacyjnych wśród podopiecznych Programów Umacniania Rodziny SOS Wiosek Dziecięcych. Wzrok, podobnie jak inne zmysły, jest kluczowy dla prawidłowego rozwoju poznawczego u dziecka. Trudności z czytaniem, koncentracją i pogarszającymi się wynikami w nauce – choć niewinne – mogą być pierwszymi symptomami wskazującymi na dysfunkcje wzroku. Znając wyzwania, z którymi, na co dzień zmagają się podopieczni SOS, Allianz Polska postanowił zatroszczyć się o ich profilaktykę. W tym celu marka zaprosiła do współpracy Grupę Essilor, światowego lidera w produkcji soczewek kontaktowych, która przeprowadziła badania wzroku wśród podopiecznych SOS. Wśród 135 przebadanych, nawet u co trzeciego dziecka (ponad 70 proc.) wykryto wadę wzroku, a 54 z nich otrzymało okulary korekcyjne.

Nazwa instytucji

CREDIT AGRICOLE BANK POLSKA

Nazwa projektu/inicjatywy

Lokata z elementem społecznym

W ramach Tygodnia Oszczędzania od każdej Lokaty Specjalnej Mobile, którą klienci banku założyli od 31 października do 8 listopada, bank przekazał po 5 złotych dla fundacji Zacztyani.org na rzecz edukacji finansowej dzieci z najuboższych rodzin. Łącznie bank zgromadził 10 tys. zł. Z tych środków kupione zostały książki m.in. z kanonem literatury polskiej oraz otwarto Zacztyaną Bibliotekę. Zacztyana Biblioteka to półka książek, dzięki której dzieci z ośrodków typu: centra opieki, domy dziecka, szpitale, etc., mają cały czas dostęp do pięknych opowieści. Jednocześnie, wraz z Fundacją Zacztyani.org, bank przeprowadził warsztaty z bajkoterapii dla wychowawców Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania przy ul. Lekcyjnej, a pracownicy banku przeprowadzili warsztaty o finansach i oszczędzaniu dla najmłodszych. Przedstawiciele banku wierzą w to, że świadome gospodarowanie pieniędzmi od najmłodszych lat, podobnie jak czytanie, jest umiejętnością, która ułatwia start w dorosłe życie.

Nazwa instytucji

ERGO HESTIA

Nazwa projektu/inicjatywy

Artystyczna Podróż Hestii

Zaczęło się w Gdańsku. Konkurs dla studentów gdańskiej ASP, po kilku latach rozbudowany do wymiaru ogólnopolskiego, przyniósł nową jakość mecenatu artystycznego w Polsce. Nawiązując do tradycji „grand tours” sprzed wieków, wprowadził ciekawą formułę nagradzania młodych talentów. Inspirujące rezydencje artystyczne w Nowym Jorku, Walencji i innych ośrodkach kultury to znak firmowy Artystycznej Podróży Hestii. Rokrocznie na konkurs APH napływa kilkaset zgłoszeń studentów uczelni artystycznych z całej Polski. W gronie dotychczasowych laureatów są artyści rozpoznawalni i doceniani nie tylko w kraju. Fundacja, powołana z inicjatywy Piotra M. Śliwickiego, prezesa Grupy ERGO Hestia, organizuje również wystawy promujące obiecujących polskich twórców oraz poświęcone sztukom pięknym imprezy artystyczne w Polsce i za granicą. Dorobek tego projektu to już 17 edycji konkursu APH, 29 rezydencji artystycznych, 46 wystaw indywidualnych i zbiorowych, a także rozwój kolekcji młodej sztuki składającej się z ponad 50 dzieł.

Nazwa instytucji

PROVIDENT POLSKA

Nazwa projektu/inicjatywy

One Level Up

Od 11 lat Provident organizuje płatne, wakacyjne praktyki studenckie. Zainteresowanie projektem jest bardzo duże. Do 11. edycji programu zgłosiło się ponad 800 osób. Najwięcej, bo aż 113 chętnych na jedno miejsce ubiegało się o praktykę w Departamencie Sprawozdawczości Finansowej. Praktyki One level odbywają się w biurze głównym i w wybranych oddziałach. Są płatne i trwają dwa miesiące – lipiec i sierpień. Praktykanci, prócz poznania firmy i realizacji samodzielnych projektów, uczestniczą w wielu szkoleniach. Na początku praktyki, tak jak każdy nowy pracownik, kandydaci biorą udział w szkoleniu „Witamy w Provident”. Praktykanci otrzymują także telefony służbowe i prywatną opiekę medyczną. Blisko 30 proc. praktykantów zostaje w firmie na dłużej.

Nazwa instytucji

RAIFFEISEN BANK POLSKA

Nazwa projektu/inicjatywy

Program stypendialny – Moja Przyszłość

Bank kontynuował długoletnią współpracę z Towarzystwem Nasz Dom, wspierając całoroczny program stypendialny „Moja Przyszłość”, którego celem jest pokrycie kosztów re-edukacji, zajęć dodatkowych i wyrównawczych oraz rozwijających wiedzę podopiecznych domów dziecka na terenie całej Polski, a także wsparcie młodzieży z domów dziecka starającej się wejść w następny etap edukacji (nauka w liceum, studia itd.) lub rozwijających swoje przygotowanie do zawodu.

Pozytywnie wpływać na otoczenie

CSR jest modny, ale często mylony z zaangażowaniem społecznym czy filantropią oraz traktowany wyłączenie w kategoriach wizerunkowych. W sektorze finansowym jest najwięcej fundacji korporacyjnych – czy to oznacza, że jest to najbardziej odpowiedzialna branża? Bynajmniej.



Magdalena Mitraszewska

CSR Manager, ANG Spółdzielnia

Podstawową cechą autentycznie odpowiedzialnego biznesu jest myślenie w kategoriach wpływu na otoczenie i dbania o to, aby był on maksymal-

nie pozytywny. W sektorze finansowym oznacza to przede wszystkim odpowiedzialną sprzedaż oraz odpowiedzialne finansowanie. Czym jest odpowiedzialna sprzedaż? W ANG Spółdzielni definiujemy ją jako dostarczanie usług i produktów finansowych, których ludzie potrzebują, które rozumieją, za godziwą cenę i na które ich stać. Branża finansowa powinna mieć w społeczeństwie rolę służebną i to jest główny cel jej istnienia – nie jest nim zysk. Nie ma w gospodarce innej branży, która miałaby

równie duży wpływ na los swoich klientów – wszyscy jesteśmy od niej zależni i dlatego to na niej, na nas, ciąży tak duża odpowiedzialność.

Odpowiedzialność przynosi owoce Władysław Bartoszewski powiedział – „warto być uczciwym, choć nie zawsze się to opłaca. Opłaca się być nieuczciwym, ale nie warto”. Wydaje mi się, że w biznesie jest to tylko częściowo prawda. Uczciwość, odpowiedzialność czy przyzwoitość może nie opłacać się na krótką metę, ale w dłuższym okresie zawsze przynosi owoce. Jeśli zamiast skupiać się na targetach, skupimy się na budowaniu relacji z klientem, okaże się, że wmanewrowanie klienta w produkt drogi czy zbędny po prostu się nie opłaca. Jeśli naszym celem będzie to, aby klient do nas wrócił, aby nas pole-

cił, aby otrzymał produkt czy usługę, którą rozumie i której potrzebuje, uczciwość i odpowiedzialność będą po prostu najbardziej racjonalnym rozwiązaniem.

Znaczenie edukacji

Kolejnym zagadnieniem, niezwykle istotnym w kontekście odpowiedzialności branży finansowej jest edukacja. Z badań przeprowadzonych w ramach projektu Nienieodpowiedzialni w 2017 roku wynika, że aż 47 proc. osób ma problem z rozumieniem dokumentów finansowych, które podpisuje. Tylko 33 proc. Polaków deklaruje dokładne czytanie umów, a 48 proc. ogranicza się do sprawdzenia poprawności danych osobowych oraz przeczytania najważniejszych zapisów umowy. 11 proc. sprawdza wyłącznie dane osobowe,

a 8 proc. podpisuje umowy bez czytania. Tym większa odpowiedzialność ciąży na biznesie – pod kątem precyzyjnego i jasnego formułowania umów, odpowiedzialnej sprzedaży i dbałości o dobro klienta, ale także edukacji finansowej. Wszystkim nam powinno zależeć, aby społeczeństwo lepiej rozumiało i mądrzej korzystało z produktów finansowych. W tym kontekście niezwykle wartościowe są wszelkie inicjatywy związane właśnie z edukacją finansową – zarówno dla dzieci i młodzieży, jak i dorosłych. Podsumowując, kluczowe jest traktowanie społecznej odpowiedzialności biznesu jako elementu strategii biznesowej tak, aby myślenie w kategoriach wpływu na otoczenie społeczne i środowiskowe nie było tylko domeną „działów CSR”, ale sposobem na biznes.

„Współpraca podmiotów biznesowych i organizacji pozarządowych: aspekty prawno-podatkowe”

Aby ułatwić współpracę biznesu z organizacjami pozarządowymi eksperci podatkowi i prawni Deloitte, partner Forum Odpowiedzialnego Biznesu, wraz z Forum Darczyńców w Polsce przygotowali opracowanie „Współpraca podmiotów biznesowych i organizacji pozarządowych: aspekty prawno-podatkowe”.

Publikacja ma pomóc w rozwoju współpracy między firmami i organizacjami pozarządowymi, aby firmy i organizacje społeczne łączyły siły i realizowały wspólnie coraz więcej przedsięwzięć na rzecz dobra publicznego, m.in. w obszarze kultury, edukacji, ochrony środowiska czy rozwoju lokalnych społeczności. Celem autorów podręcznika było pokazanie firmom i organizacjom społecznym, jak poruszać się po przepisach podatkowych oraz regulacjach prawnych, aby dzięki publikacji obie strony tej współpracy poczuły się pewniej, a nabyta wiedza pozwoliła im realnie szacować ryzyka prawne oraz podejmować świadome decyzje. – Wspieranie inicjatyw społecznych pracowników Deloitte czy współpraca firmy z fundacjami i stowarzyszeniami to ważna część naszej działalności. Wierzymy, że rozwój zależy nie tylko od osiąganych wyników finansowych, ale również od zaangażowania społecznego. Współpracę z Forum Darczyńców nad projektem przygotowania tego podręcznika podjęliśmy w ramach działań pro bono, realizując jeden z globalnych i strategicznych celów Deloitte „Making an impact that matters”, czyli wywierania pozytywnego wpływu na społeczeństwo i otoczenie – mówi Krzysztof Moczulski, partner zarządzający działem Doradztwa Podatkowego i Prawnego w Polsce i Europie Środkowej. Z kolei Forum Darczyńców w Polsce od kilkunastu lat rozwija i promuje filantropię korporacyjną. – Strategiczna filantropia korporacyjna opiera się na partnerstwie z organizacjami społecznymi: fundacjami i stowarzyszeniami. Dzięki temu powstaje synergia firmowych zasobów finansowych, rzeczowych i ludzkich oraz wiedzy, umiejętności i doświadczeń fundacji i stowarzyszeń. Wspólnie możemy skuteczniej odpowiadać na potrzeby społeczne – mówi Magdalena Pękacka – dyrektorka Forum Darczyńców.

CSR pozytywnie wpływa na otoczenie

Według badań Aon Hewitt, tylko 50 proc. pracowników w Polsce jest zaangażowanych w swoją codzienną pracę. To jeden z najniższych wyników w Europie. W tej sytuacji jednym z ciekawszych narzędzi budowy zaangażowania zespołu stał się... CSR. Działania prospołeczne biznesu docenia zwłaszcza Pokolenie Y. Jak wskazał Deloitte, 75 proc. Millenialsów wierzy, że biznes może mieć pozytywny wpływ na otoczenie, ale nie wykorzystuje swojego potencjału. Pozytywnych przykładów jednak nie brakuje, a pracownicy coraz częściej wykorzystują do CSR swoją wiedzę zdobywaną w firmach.

Start zgłoszeń do największego w Polsce przeglądu odpowiedzialnego biznesu

Forum Odpowiedzialnego Biznesu rozpoczęło nabór praktyk do największego w Polsce przeglądu CSR – Raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”. Zgłoszenia działań realizowanych przez firmy w 2018 roku odbywać się będą do 9 stycznia 2019 roku poprzez formularz dostępny na stronie <http://odpowiedzialnybiznes.pl/>

raport2018/. Raport „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki” ukaże się po raz 17. Na główną część publikacji składają się działania i inicjatywy firm z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i zrównoważonego rozwoju. W poprzedniej edycji w raporcie znalazło się ponad 1000 przykładów dobrych praktyk. – Rozpoczęliśmy bar-

dzo ważny i wyczekiwany przez wiele firm proces naboru działań CSR do jedynej w Polsce tak kompleksowej publikacji, podsumowującej odpowiedzialne społecznie działania biznesu. Serdecznie zapraszamy do zgłaszania aktywności CSR-owych. – zachęca Marzena Strzelczak, dyrektorka generalna Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

Czy trzeba jeszcze przekonywać firmy do działań CSR?

Firmy z branży finansowej mogą jawić się jako te skoncentrowane jedynie na liczbach i wartościach ekonomicznych. Żadne duże przedsiębiorstwo nie działa jednak w oderwaniu od otoczenia. Ma wpływ na nie przynajmniej w kilku wymiarach: jako partner dla klientów, pracodawca, uczestnik rynku i lokalnej społeczności. Dzięki strategii CSR te obszary mogą być wobec siebie komplementarne. Jak wypracować tę synergię?



Agnieszka Krajnik

koordynator ds. społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w Provident Polska

Jeszcze do niedawna mówiło się, że minimum społecznego obowiązku firm to sumienne przestrzeganie prawa. Później, gdy pomysły działań CSR-owych kielkowały w korporacjach, mylnie były identyfikowane jedynie z inicjatywami charytatywnymi. Dziś, świadome wpływu na otoczenie przedsiębiorstwa, stawiają na długotrwałe relacje z klientem, etyczne i uczciwe działanie wobec nich i partnerów biznesowych, na angażowanie pracowników czy zarządzanie środowiskowe.

Zadbaj o klienta

Działalność oparta na takich wartościach jest szczególnie ważna w sektorze finansowym. Rynek firm pożyczkowych przeszedł w ostatnich latach szereg pozytywnych zmian, m.in. dzięki rosnącej konkurencji, czy większym wymogom stawianym firmom, zarówno przez klientów, jak i prawo. Zmiany te wpłynęły na ograniczenie patologii na rynku, które ciążyły nad wizerunkiem całej branży. Zaangażowanie w działania z zakresu CSR wzmacnia tę rewolucję, a wdrożenie koncepcji przynosi wielostronne korzyści. Odpowiedzialne i etyczne pożyczanie czy edukacja finansowa – to wspólny interes, zarówno konsumenta, jak i firmy. Wiedza o tym, jak zarządzać domowym budżetem, znajomość podstawowych praw konsumentów i zasad rozsądnego zaciągania zobowiązań to gwarancja spłaty zaciągniętych pożyczek, a co za tym idzie, ograniczenia skali tzw. złych długów.

Provident działa na rynku od ponad 20 lat, obsłużyliśmy w tym czasie 4 mln klientów i, co warto podkreślić, również bardzo się przez ten czas zmieniliśmy. Poznaliśmy lepiej oczekiwania klientów i wyciągaliśmy

wnioski z różnych sytuacji, z jakimi mieliśmy do czynienia. Przede wszystkim położyliśmy duży nacisk na to, by klient miał dostęp do jak najszerzej informacji dotyczącej pożyczki, zasad jej obsługi, spłaty czy też rozwiązań w przypadku problemów z regulowaniem rat. Dodatkowo narzuciliśmy sobie rygorystyczne wytyczne w komunikacji marketingowej – od lat współpracujemy z Radą Etyki w Reklamie, współtworzyliśmy także branżowy Kodeks dobrych praktyk.

Etyczny biznes

Skala działalności firm pożyczkowych, choć dużo mniejsza niż sektora bankowego, nie pozostaje bez wpływu na gospodarkę. Dobrą praktyką jest korzystanie z usług partnerów, którzy także reprezentują etyczne standardy działania czy płacenie podatków w kraju prowadzenia biznesu. Jako największa firma pożyczkowa w Polsce jesteśmy też znaczącym pracodawcą. O tym, że Provident zapewnia dogodne warunki świadczy średni czas współpracy z nami (nasi pracownicy są z nami średnio 8 lat, a doradcy klienta – 5,5 roku).

Zaangażowanie społeczne

Poza odpowiedzialnością stricte biznesową, warto wspierać tych, którzy tego potrzebują. Wyrazem tego może być np. program wolontariatu pracowniczego. W Provident Polska jest nim inicjatywa Tak! Pomagam. W jej ramach pracownicy i doradcy realizują własne inicjatywy na rzecz społeczności lokalnych, finansowane z przyznawanych przez firmę grantów. W tym roku odbyła się 25. edycja Programu, w której wybrano 30 projektów. Wolontariusze na realizację zwycięskich inicjatyw przeznaczają 1083 godzin i pomogą 2311 beneficjentom – dzieciom, osobom niepełnosprawnym i seniorom. Wyremontują i uporządkują place zabaw i tereny zielone oraz zorganizują zajęcia pozalekcyjne. Ponadto jesteśmy inicjatorem charytatywnego biegu Provident RUN, z którego dochód w całości przeznaczamy dla Fundacji Gajusz, prowadzącej hospicjum dla dzieci. Do biegu zaprosiliśmy znanych sportowców, topowych biegaczy, biegaczy amatorów oraz naszych pracowników

– każdy z nich biegnie by pomóc dzieciom, którzy przebywają pod opieką Fundacji. Z kolei w ramach współpracy z Fundacją Zacztyani.org uruchamiamy szpitalne biblioteki w całej Polsce, dostarczamy do nich książki i odwiedzamy małych pacjentów, żeby razem z nimi wkraczać w świat bajek dzięki bajkoterapii przeprowadzanej przez naszych wyspecjalizowanych wolontariuszy

Długofalowa strategia, a nie doraźne akcje

Niezależnie od rodzaju działalności wolontariackiej, jakiej w ramach działań CSR podejmie się firma, najważniejsze jest, by nie była sporadyczna. Podobnie jest ze strategią CSR – tylko wdrożenie kompleksowej koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu przynosi przedsiębiorstwu wymierne korzyści. Przekłada się na zaangażowanie pracowników i zaufanie klientów, a co za tym idzie realizację celów biznesowych i lepszy wizerunek. O tym, jak ważne są to działania, świadczy rosnąca liczba instytucji publikujących raporty CSR, które opisują podejmowane przez nich inicjatywy. Provident Polska, jako jedyna firma pożyczkowa, co dwa lata przygotowuje taki dokument. Ostatni „O etyce i zaangażowaniu” obejmuje lata 2016-2017.



Niezależnie od rodzaju działalności wolontariackiej, jakiej w ramach działań CSR podejmie się firma, najważniejsze jest, by nie była sporadyczna. Podobnie jest ze strategią CSR – tylko wdrożenie kompleksowej koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu przynosi przedsiębiorstwu wymierne korzyści. Przekłada się na zaangażowanie pracowników i zaufanie klientów, a co za tym idzie realizację celów biznesowych i lepszy wizerunek.

CSR W FINANSACH

Odpowiedzialnie pożyczać i terminowo spłacać zobowiązanie

W sytuacji, w której co piąta osoba zadłużona jest multidłużnikiem, czyli posiada więcej niż jedno zobowiązanie w danej firmie zarządzającej wierzytelnościami, pytanie o społeczną odpowiedzialność biznesu nasuwa się samo.



Katarzyna Płusa

ekspert, Vindex

Coraz chętniej bierzemy kredyty i teoretycznie nie ma w tym niczego niewłaściwego. Płatność rozłożona na raty pozwala przecież na zaplanowanie wydatków i nie obciąża tak bardzo domowego budżetu. Problem zaczyna się w momencie, gdy przestajemy spłacać zobowiązania w wyznaczonym terminie lub gdy zaciągamy kolejne na spłatę dotychczasowych.

Świadomy konsument i uczciwy przedsiębiorca

Edukacja powinna odbywać się już na etapie wnioskowania o kredyt. Rolą doradców finansowych w bankach i firmach pożyczkowych jest, by jasno przedstawić warunki związane z oprocentowaniem, okresem spłaty i wszystkimi ewentualnymi dodatkowymi kosztami wynikającymi np. z prowizji za jego przyznanie. Świadomość obowiązków wynikających z umowy dotyczy zresztą wszystkich zaciąganych zobowiązań, nie tylko kredytów. Dłużnikiem może przecież stać się osoba nie płacąca abonamentu telefonicznego lub niespłacająca na czas rat za nowy telewizor. W każdym z tych przypadków ważne jest, by być świadomym

konsumentem, który nie boi się zapytać o każdy element umowy, jeśli wzbudza on nasze choćby najmniejsze wątpliwości.

W okresie przedświątecznym jesteśmy szczególnie podatni na wszelkiego rodzaju promocje – drugi telefon za złotówkę, nieoprowcentowane raty kuszą w reklamach i galeriach handlowych. Zadaniem przedsiębiorców, konstruujących ofertę, powinno być jasne i przejrzyste przedstawienie zasad, na których ona funkcjonuje, a nasze podejrzenia powinny wzbudzić wszelkie ustalenia dopisane małym druczkiem.

Odpowiedzialność leży po obydwu stronach

Zarówno bank, który udziela kredytu, jak i osoba, która zaciąga zobowiązanie powinna pomyśleć o tym jak zabezpieczyć transakcję. W sytuacji, gdy okres związany ze spłatą rat jest długi, warto pomyśleć przyszłościowo. Zanim zaciągniemy jakiegokolwiek zobowiązanie – rozważmy wszystkie opcje. Bardzo istotna jest tutaj rola doradcy finansowego, który jeśli działa w myśl zasad wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu, nie powinien ograniczać się do sprzedaży produktu bankowego i wzięcia prowizji, lecz całą swoją wiedzę wykorzystać, by znaleźć takie rozwiązanie, które zabezpieczy obydwie strony transakcji. Dobrym rozwiązaniem jest ubezpieczenie, które pokryje kolejne raty w przypadku np. utraty pracy kredytobiorcy. Równie ważne jest skonstruowanie takiego harmonogramu spłat, który

będzie dostosowany do sytuacji finansowej danej osoby, a terminy w nim wyznaczone będą np. następowały bezpośrednio po otrzymaniu od przez niego wynagrodzenia, a nie np. w połowie miesiąca.

Rozmowa z doradcą na etapie zapytania o możliwość kredytowania to również doskonała okazja, by przyjrzeć się swoim finansom i zrobić podsumowanie miesięcznych wydatków. Zawarcie umowy, w wyniku której będziemy zobowiązani do spłat rat przez określony czas to sytuacja, która powinna skłonić nas do refleksji nad kondycją naszego budżetu domowego. Podsumujmy dochody i wydatki w podziale na opłaty stałe (czynsz, rachunki za media, telefon) i takie, które możemy modyfikować (jedzenie, ubrania, wyjazdy wakacyjne itd.). W czasach, gdy coraz rzadziej posługujemy się gotówką, a płatności dokonujemy kartami debetowymi lub kredytowymi, zaś

przelewy dokonujemy online, mamy coraz mniejszą świadomość faktycznych miesięcznych wydatków. A co za tym idzie, brak nam refleksji jak możemy je ograniczyć. To od doradcy, który doskonale zna ofertę instrumentów finansowych, mamy prawo oczekiwać wsparcia i realnej oceny sytuacji. Być może zamiast oferować klientowi, który już miał w przeszłości problemy ze spłatą, kolejny kredyt gotówkowy, powinien zaproponować mu kredyt konsolidacyjny z jedną z ratą dostosowaną do możliwości spłaty danej osoby.

Ludzka twarz branży finansowej

Przyczyn zalegania z płatnościami jest wiele. I choć często wynikają one z naszego niedbalstwa i zapominalstwa to jednak noga może podwinąć się każdemu z nas. Wyobraźmy sobie sytuację, że dzwoni do nas klient, który zalega ze spłatą zobowiązania. Bez względu na to,

czy chodzi o jedno opóźnienie w zapłacie, czy sprawa znajduje się już na etapie windykacji w zewnętrznej firmie – powinniśmy docenić odwagę i szczerość. Nikt nie lubi rozmawiać o problemach, a problemy finansowe to temat tabu dla wielu z nas. Dlatego bardzo ważne jest, by okazać zrozumienie i pamiętać, że po drugiej stronie jest człowiek, który szuka pomocy. Potraktujmy go po partnersku. Zastanówmy się, co możemy dla niego zrobić – może należy zaproponować wakacje kredytowe lub rozłożyć zadłużenie na korzystne raty. Mówmy szczerze o karnych odsetkach i wszystkich dodatkowych opłatach wynikających ze zwłoki. Ważne jest aby druga strona poznała konsekwencje związane z zaleganiem w płatnościach. Uczmy, lecz nie straszmy sankcjami. I przede wszystkim pamiętajmy, że porozumienie leży w interesie obydwu stron.



Zwiększyć finansową świadomość klientów

Spółeczna odpowiedzialność biznesu to istotny element działalności korporacyjnej. Przedsiębiorstwa działające zgodnie z zasadą CSR, osiągną równowagę pomiędzy skutecznością działania, pomnażaniem kapitału a interesem społecznym. Istotne jest to, aby wdrażać i realizować działania wpisujące się w ramy odpowiedzialnego biznesu od podstaw i opierać je na silnych fundamentach.



Przemysław Kamiński

Country Manager, IPF Polska

Przeprowadzone na zlecenie happy pożyczek badanie „Jak Polacy planują swoje wydatki oraz jak za-

ciągają i spłacają swoje zobowiązania finansowe?” diagnozuje poziom świadomości Polaków na temat regulowania rachunków, opłat oraz planowania wydatków z budżetu rodzinnego. Raport prezentuje 5 strategicznych obszarów, które odpowiadają na pytania dotyczące zachowań pożyczkobiorców:

1. Planowanie budżetu – na co jesteśmy gotowi wziąć pożyczkę, a jakie wydatki finansujemy z oszczędności? 2. Spłacanie – w jaki sposób priorytetujemy wydatki?

3. Problemy finansowe – do kogo udajemy się po konieczny zastrzyk finansowy?

4. Zadłużenie – dlaczego potrzebujemy przypomnienia o zaległościach i czy zdajemy sobie sprawę z konsekwencji z nieterminowych spłat rat?

5. Świadomość – czego najbardziej boimy się przy zaciąganiu pożyczek?

Podejmować działania edukacyjne

Uważamy, że firmy z branży pożyczkowej powinny podejmować działania edukacyjne, które mają na celu zwiększenie finansowej świadomości klientów. Tylko wyedukowani finansowo klienci są w stanie świadomie korzystać z możliwości, jakie daje współczesny rynek finansowy i wybierać dla siebie odpowiednie produkty.

Przez ostatnie lata stosunek do instytucji pożyczkowych wyraźnie się poprawił. Małe, działające na granicy legalności firmy zaczęły powoli zniknąć z rynku, a w ich miejsce pojawiają się podmioty charakteryzujące się wysokimi standardami organizacji przedsiębiorstwa. Efekty widać już dziś – poziom zaufania do firm z sektora pozabankowego wzrasta, a one same stają się coraz ważniejszą alternatywą dla banków. Bez wątpienia wpływ na pozytywny wizerunek firm pożyczkowych miało wprowadzenie w marcu 2016 roku odpowiednich przepisów prawnych, które ograniczyły maksymalne koszty pożyczki, a także wprowadziły nowe wymagania organizacyjne dla firm pożyczkowych. Coraz większa liczba instytucji finansowych zwraca uwagę

na budowanie bezpośrednich relacji z klientami, oferując im jasne zasady pożyczania, przejrzyste umowy czy wysoką jakość obsługi.

Trafnie i racjonalnie

Jednym z filarów naszej długofalowej strategii biznesowej jest edukacja z odpowiedzialnego zarządzania finansami. Bardzo istotne dla nas jest wsparcie klientów i uświadamianie im możliwości i zasad jak z nich korzystać, ponieważ zaciągają zobowiązania na kilka lat. Zależy nam, żeby na każdym etapie taka osoba miała możliwość podejmowania swobodnych decyzji i realizacji swoich planów. Wierzymy, że nasze działania edukacyjne przyczynią się do tego, że nasi klienci zaciągając zobowiązania będą robili to w sposób trafny i racjonalny.