RYNEK POŻYCZEK GOTÓWKOWYCH

Szybko, sprawnie i bezpiecznie – rynek chwilówek rośnie w siłę

Firmy pożyczkowe przeżywają swój złoty okres. Rynek tzw. chwilówek wciąż dynamicznie się rozwija dzięki wykorzystaniu Internetu – dziś wystarczy wypełnić formularz na stronie jednej z instytucji oferujących pożyczki, by już po 15 minutach otrzymać na konto przelew ze wskazaną kwotą. Sytuację starają się wykorzystać liczne firmy, które wciąż ochoczo wchodzą na polski rynek pożyczkowy.

Co roku ponad milion Polaków pożycza pieniądze na bieżące wydatki, wakacje czy prezenty świąteczne. Nawet 25 proc. tych pożyczek udzielanych jest przez Internet lub telefon. W przypadku finansowania o wartości poniżej 1 000 zł udział firm pożyczkowych w rynku jest jeszcze większy i sięga 40 proc. Jak wynika z badań Ratka.pl ok. 59 proc. pożyczkobiorców po 40. roku życia korzysta z usług internetowych firm pożyczkowych.

Miejsce dla nowych podmiotów

Między innymi takie liczby zachęcają nowe podmioty do wejścia na polski rynek, tworząc alternatywę dla instytucji bankowych. Obecne trendy wpływają również na większą konkurencję między firmami pożyczkowymi, co będzie przekładało się bezpośrednio na lepsze warunki dla klientów.

Wyróżnić się

Nowi gracze starają się wyróżnić na tle dojrzałej konkurencji zarówno ciekawie skomponowanym przekazem mediowym, jak i atrakcyjną ofertą. Przykładem „świeżaka", szturmem zdobywającego rynek pożyczek, jest Miloan Polska (obecny na rynku od 2016 roku), który w czerwcu tego roku zajął pierwsze miejsce w rankingu firm pożyczkowych opublikowanym na łamach „Gazety Finansowej" i „Bez Cenzury". Firma okazała się liderem pod względem kosztów rozliczenia długu w okresie 1 miesiąca. Z najniższymi miesięcznymi kosztami obsługi, Miloan wyprzedził m.in. NetCredit oraz Vivus (największego pożyczkodawcę online w Polsce).

Dobry wizerunek

Dziś firmy pożyczkowe kojarzone są jako solidne instytucje finansowe, pozwalające na bezpieczne zaciągnięcie kredytu krótkoterminowego. To pokłosie tzw. ustawy antylichwiarskiej przyjętej w marcu zeszłego roku, która wyeliminowała z rynku firmy udzielające pożyczek na horrendalnie wysoki procent.
Obecnie koszty chwilówek są dokładnie określone przez prawo – maksymalne oprocentowanie wynosi dwukrotność odsetek ustawowych, czyli dwukrotność stopy referencyjnej NBP powiększonej o 3,5 pkt proc (w sumie 10 proc. w skali roku), zaś tzw. pozaodsetkowe koszty nie mogą przekraczać 100 proc. wartości pożyczki.

Szybciej

Oczywiście pożyczki krótkoterminowe są droższe niż produkty stricte bankowe, m.in. z powodu modelu biznesowego, a także z powodu większego ryzyka finansowego. W wywiadzie dla Polskiego Radia sprawę wyjaśniła prof. Elżbieta Mączyńska, prezes Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego – Pożyczkobiorca (chwilówek – przyp. red.) potrzebuje szybko pieniędzy. Nie ma mowy o jakichś długich procedurach, które charakteryzują banki. Te długie procedury w banku dają mu szansę, żeby dokładnie sprawdzić kredytobiorcę i ryzyko jest tu mniejsze. (…) wyższe ryzyko ponosi udzielający pożyczki i w związku z tym kwota oprocentowania musi być większa.

Dla młodych

Jak wynika z raportów BIK, klientami firm pożyczkowych są głównie osoby młode, które otrzymują nawet czterokrotnie więcej pożyczek niż seniorzy. Z danych wynika również, że blisko 80 proc. wszystkich klientów firm pożyczkowych posiada również kredyt bankowy. Dla części z nich chwilówki są jedynym sposobem na sfinansowanie niespodziewanych wydatków rodzinnych.

TEKST PROMOCYJNY

GAZETA FINANSOWA
23 – 29 czerwca 2017 r.

BIZNES RAPORT

Sezonowość na rynku kredytów konsumpcyjnych

Jak niemal w każdej branży, również na rynku kredytów konsumenckich obserwujemy cykle ożywienia i zastoju. Powtarzalność okresów, w których klienci chętniej zaciągają kredyty gotówkowe stała się na tyle czytelna, że zaczęto nazywać ją sezonowością kredytów konsumenckich.

Anna **Szadurska**
doradca finansowy
z biura Alex T. Great

Pieniądze z kredytów gotówkowych najczęściej przeznaczone są na bieżące potrzeby klienta oraz te związane z remontem lub wyposażeniem mieszkania.
W grudniu największy odsetek konsumentów zaciąga kredyty z myślą o świętach. W maju cel stanowią komunie, a w okresie letnim są nim wakacje oraz sfinansowanie uroczystości weselnych.
Zazwyczaj kredyty sezonowe zamykają się w kwotach od 5000 do 20 000 zł. Przeprowadzane podczas wnioskowania o kredyt badania potrzeb klienta tylko potwierdzają regułę sezonowości. Wiosną ożywienie zaczyna się wraz ze Świętami Wielkanocnymi. Później przechodzi w okres remontów, co również powoduje wzrost potrzeb kredytowych. Latem chęć wyjazdu na urlop sprzyja zaciąganiu kredytów, kończą zaś tę sezonowość Święta Bożego Narodzenia.
Naprzeciw sezonowym tendencjom wychodzą też banki, które dostosowują oferty kredytów do zmieniających się tendencji i potrzeb klientów. W okresach wzmożonej aktywności kredytobiorców wprowadzają uproszczone procedury. Dzięki nim mogą oni zaciągnąć kredyt konsumencki bez potrzeby dokumentowania dochodów.
„Gorący okres" sprzyja również promocjom w oprocentowaniu oraz chwytliwym hasłom reklamowym nawiązującym do sezonowych aktywności. Slogany mają nie tylko zachęcać, ale i przypominać klientom, że urlop, remont czy kupno prezentów świątecznych może być jeszcze łatwiejsze z przyjazną ratą kredytu konsumpcyjnego.

Skoro online kupujemy już wszystko, dlaczego nie mamy w ten sam sposób pożyczać pieniędzy

Coraz częściej sektor finansowy poszerza usługi realizowane tradycyjnymi kanałami jak punkt obsługi klienta lub placówka, o obsługę online. Doskonale widać to w przypadku oferty pożyczek gotówkowych. Dotyczy to zarówno banków, jak i dynamicznie rozwijających się firm pożyczkowych.

Krzysztof **Przybysz**
country coordinator Ferratum Bank

Polski rynek pożyczek gotówkowych to coraz częściej nie tylko usługi banków, ale również firm pożyczkowych. 80 proc. polskich pożyczkobiorców ma jednocześnie co najmniej jedno czynne zobowiązania w sektorze bankowym i w firmie pożyczkowej. Te ostatnie już dawno zdominowały sektor pożyczek niskokwotowych do 4 tys. zł, a obecnie coraz częściej proponują również pożyczki na wyższe kwoty. Warto podkreślić, że 78 proc. klientów firm pożyczkowych to osoby młode, które nie ukończyły 35. roku życia. Nie powinno to dziwić, skoro dla 39 proc. z nich główną motywacją do pożyczania pieniędzy na rynku pozabankowym jest natychmiastowy dostęp do pieniędzy *(źródło: https://media.bik.pl/informacje-prasowe/342 381/consumer-finance-w-polsce-struktura-portfela-w-roku-2016)*.

Szybkość i wygoda pożyczania doceniane

Coraz więcej Polaków, szczególnie młodych korzysta z internetu. Skoro online kupują już właściwie wszystko, od żywności po sprzęt elektroniczny, nie powinno dziwić, że również chcą w ten sam sposób pożyczać pieniądze. Natychmiastowy dostęp do pieniędzy zapewnia właśnie internet i serwisy firm pożyczkowych. Nawet przy pożyczaniu wyższych kwot nie ma tam tak skomplikowanych formalności, jak w bankach, do tego można wszystko załatwić w kilka minut bez wychodzenia z domu.
Internet staje się coraz ważniejszym kanałem, w którym działają firmy pożyczkowe. Sukces ofert online wynika również z zaufania Polaków do rynku pozabankowego. Z najnowszego badania Kantar TNS wynika, że firmom pożyczkowym ufa już 17 proc. naszych rodaków. Warto podkreślić, że to zaufanie wzrosło w ciągu ostatniego roku o 54 proc., gdy na przykład wzrost zaufania do banków wyniósł tylko 1,6 proc. w ujęciu rocznym *(źródło: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:RGGOrbo7uc8 J:biznes.pap.pl/pl/news/all/info/2 120 125,kredyt-zaufania-do-firm-pozyczkowych-juz-na-17--(centrum-prasowe)+&cd=1&hl=pl&ct=clnk&gl=pl)*.
Skoro Polacy ufają jakiejś instytucji, chętniej korzystają z jej usług. Tak właśnie jest w przypadku firm pożyczkowych, a coraz większa popularność oferty online jest także konsekwencją zmiany nawyków i przyzwyczajeń Polaków.

Polacy a pożyczki przez internet

Polacy coraz chętniej korzystają z usług finansowych przez internet. Jak wynika z danych Związku Banków Polskich, na koniec 2016 roku ponad 15,3 mln klientów indywidualnych aktywnie używało bankowości online, co oznacza wzrost o 5,63 proc. (818 tys. osób) w stosunku do 2015 roku. Jednak w przypadku banków klienci dokonują przede wszystkim przelewów online (średnio 6 miesięcznie) *(źródło: https://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/images/kwiecien_2017/konferencja/Netbank_Q4_2016_20170421T14.45.pdf)*.
Natomiast, gdy szukają pożyczek gotówkowych przez internet, często korzystają z oferty firm pożyczkowych. Należy zauważyć, że sieć jest obecnie najdynamiczniej rozwijającym się kanałem pośrednictwa finansowego. Boom na pożyczki pozabankowe rozpoczął się już w 2010 roku, ale tak naprawdę przełomowy był dopiero 2013 rok, gdy przyrost tych pożyczek osiągnął wartość 900 mln zł. Już rok później wartość rynku pożyczek pozabankowych wynosiła ponad 4,1 mld zł, z czego połowę zobowiązań zaciągnięto za pośrednictwem internetu i od tego czasu ilość takich pożyczek gwałtownie wzrasta co roku. Obecnie kanał online notuje najbardziej dynamiczny przyrost klientów ze wszystkich sposobów dotarcia z ofertą pożyczkową. Badania pokazują, że nieznacznie częściej korzystają z pożyczek online kobiety niż mężczyźni. Większość, bo 72 proc., klientów używa do tego komputera, ale przybywa również coraz szybciej osób zaciągających pożyczki za pomocą smartfonu i tabletu (28 proc.). Najczęściej to osoby w wieku 21-25 lat, a w dalszej kolejności – od 41 do 50 lat *(źródło: https://issuu.com/zfp_/docs/promeritum_5_2016)*. Tak dynamiczny rozwój kanału internetowych pożyczek nie oznacza jednak, że w najbliższym czasie zniknie zupełnie tradycyjna obsługa klienta.

W jakim kierunku podąża rynek pożyczek gotówkowych?

Z internetu korzysta w Polsce 25,71 mln osób, spędzając średnio 6 godzin w sieci dziennie. Liczba Polaków jest jednak szacowana obecnie na 38,4 mln osób (*źródło: http://www.wirtualnemedia.pl/artykul/ilu-polakow-korzysta-z-internetu-6-godzin-dziennie-w-sieci)*. To oznacza, że jeśli nawet odliczymy dzieci, pozostanie jeszcze wielu dorosłych Polaków, którzy nie są internautami. Rynek finansowy nie może o nich zapomnieć. Dlatego ciągle jeszcze, obok kanału online, wiele firm pożyczkowych zapewnia także tradycyjną obsługę klienta. Jest to również zgodne z coraz silniejszym ostatnio trendem omnichannel, który zyskuje na popularności w wielu branżach, także w sektorze finansowym. To kolejny krok po wielokanałowości. W tej ostatniej skupiano się tylko na zapewnieniu klientowi dostępu do usług w więcej niż jednej formie kontaktu (np. obsługa w placówce, aplikacja mobilna, strona internetowa). W omnichannel dochodzi jeszcze kwestia jednolitego dostępu w tych wszystkich kanałach. Omnichannel to zapewnienie spójności we wszystkich formach obsługi. Chodzi więc z jednej strony o jednolitość w warstwie graficznej i funkcjonalnej serwisów oraz aplikacji, a z drugiej o taki sam przekaz we wszystkich kanałach dostępu do oferty, dostosowanie jej do danego klienta, do jego preferencji. Taka kompleksowość może w przyszłości przesądzić o sukcesie na rynku pożyczek pozabankowych. Wymaga to jednak zapewnienia wysokiej jakości obsługi zarówno w bezpośrednim kontakcie z klientem, przez telefon, jak i w kanale online. We wszystkich tych przypadkach firmy pożyczkowe coraz częściej wspomagają się również innowacyjną technologią i rozwiązaniami Big Data, przyspieszającymi analizę wiarygodności klienta.

Rynek pożyczek gotówkowych podlega nieustannym zmianom. Dotyczy to nie tylko banków, ale również firm pożyczkowych, które przodują w naszym kraju w innowacyjnych rozwiązaniach technologicznych. Nie oznacza to jednak, że zapomniano o tradycyjnej obsłudze klienta twarzą w twarz lub przez telefon. Wielokanałowość i spójność oferty to przyszłość branży finansowej, dlatego, że takie są oczekiwania klientów. To przecież właśnie ich przyzwyczajenia wyznaczają ostateczny kierunek zmian w sektorze finansowym.

BIZNES RAPORT
GAZETA FINANSOWA
23 – 29 czerwca 2017 r.

Kierunki rozwoju ofert pożyczkowych

Szybka ekspansja pozabankowych firm pożyczkowych, jakiej świadkami byliśmy w ostatnich latach była w pewnym stopniu wynikiem kolejnych ograniczeń regulacyjnych nakładanych na działalność banków w obszarze kredytów konsumenckich. Rekomendacja T, podatek bankowy, zwiększone wymogi kapitałowe ograniczyły atrakcyjność tego segmentu dla banków.

Krzysztof **Opaliński**
przewodniczący Rady Nadzorczej Fines

Równie istotnym czynnikiem powodującym zwiększenie znaczenia sektora pozabankowego w consumer finance były decyzje strategiczne banków, dla których bardziej opłacalne od udzielania nowych kredytów o niskiej wartości jednostkowej było refinansowanie lub konsolidowanie istniejących ekspozycji kredytowych klientów nie tylko u siebie, ale także w innych bankach. Sprzyjał temu spadek stóp procentowych, a także niższy koszt dystrybucji kredytów o wyższych jednostkowych kwotach oraz rosnących okresach kredytowania.

W odpowiedzi na potrzeby

Zbieg tych dwóch czynników doprowadził do utworzenia luki rynkowej, otwierającej możliwości stworzenia nowej oferty produktowej w obszarze, który wydawał się już trwale podzielony pomiędzy banki i firmy pozabankowe działające w modelu obsługi domowej klientów. Skorzystali z tego nowi gracze, którzy stworzyli produkty odpowiadające na potrzeby i oczekiwania klientów. A może bardziej adekwatnym byłoby stwierdzenie, że nowi gracze – odpowiadając na podstawową potrzebę klientów, jaką jest zapewnienie dostępnych form finansowania konsumpcji – wykreowali, a co najmniej zmodyfikowali, oczekiwania tych klientów.

W efekcie stworzyli produkty, które charakteryzują się szybkim, prostym i zrozumiałym dla klienta procesem przygotowania i zawierania umów o pożyczkę. Proces, do którego realizacji wystarczy przedstawienie minimalnej liczby dokumentów, a który może być realizowany – w zależności od preferencji klienta – w trybie tradycyjnym (w placówkach agencyjnych), internetowym bądź mobilnym.

Prostota i szybkość procesów

W początkowym okresie ekspansji prostota i szybkość procesów osiągane były przez zastosowanie rozwiązań, których prostota była wynikiem ograniczania działań związanych z zarządzaniem ryzykiem. Skutkowało to wysokimi stratami z tytułu niespłacalności, które były rekompensowane jeszcze wyższym poziomem cen. Praktyki takie zostały ograniczone w 2016 roku przez tzw. ustawę antylichwiarską, która doprowadziła do uporządkowania rynku, eliminując z niego nieefektywnie zarządzane podmioty. Obecnie wyznacznikiem sukcesu w branży pożyczkowej jest sprawność operacyjna, wsparta najnowszymi technologiami w obszarze analizy ryzyka, pozyskiwania klientów i budowa relacji z nimi oraz budowy i utrzymania wielokanałowego modelu dystrybucji.

Zmiany w strukturze rynku

Wynikiem powyższych procesów są istotne zmiany w strukturze rynku consumer finance. W sektorze bankowym nastąpiło ponadczterdziestoprocentowe zmniejszenie liczby zawieranych umów kredytowych (bankowych) z 5,2 mln szt. w 2010 roku do 3,7 mln szt. w 2016 roku przy umiarkowanym, dwudziestoprocentowym wzroście ich wartości (z 50,6 mld zł w 2010 roku do 63,1 mld zł w 2017 roku). Odzwierciedleniem wzrostu znaczenia sektora pozabankowego jest dramatyczny spadek (z 2,8 mln szt. do 1,2 mln szt.) liczby udzielanych kredytów o wartości poniżej 4 tys. zł przy równoczesnym wzroście liczby kredytów o wartości powyżej 15 tys. zł z 0,9 mln szt. do 1,3 mln szt. Takie zmiany oznaczają, że średnia wartość kredytu gotówkowego wzrosła z poniżej 10 tys. zł w 2010 roku do 17 tys. zł w 2016 roku, czemu towarzyszyło wydłużenie okresu zawieranych umów z 24,3 miesięcy do 46,9 miesięcy.

Miarą równoczesnego szybkiego wzrostu liczby i wartości umów pożyczek gotówkowych zawieranych przez pozabankowe firmy pożyczkowe jest przekroczenie przez nie w 2016 roku 20 proc. udziału w ogólnej liczbie zawartych umów finansowania gotówkowego. Przekłada się to, przy łącznej wartości nowego finansowania w kwocie ok. 80 mld zł, na 4 proc. udział w rynku ogółem, ale już w segmencie kwot finansowania do 1 tys. zł, co oznacza 45 proc. udział.

Personalizacja oferty

Zakładając, że regulacje sektora consumer finance nie ulegną radykalnym zmianom, szczególnie w zakresie obniżenia obowiązujących limitów kosztów kredytów i pożyczek, można przyjąć, że utrwaleniu ulegnie ustalony już podział rynku pomiędzy bankami a firmami pożyczkowymi, w którym banki finansują kredyty o wyższej wartości, na dłuższe okresy (powyżej 15 tys. zł na 4 lata i dłużej), zaś firmy pozabankowe – o niższej wartości i krótszej zapadalności (poniżej 10 tys. zł i na okres do 4 lat). Taką możliwość podziału rynku może potwierdzać zainteresowanie banków współpracą, a także budową relacji właścicielskich, z firmami z sektora pozabankowego, szczególnie tymi, które stały się liderami technologicznymi branży.

Tego typu współpraca ułatwi adaptację nowych technologii, takich jak e-ID, big data czy sztuczna inteligencja oraz ich wykorzystanie do stworzenia i zaspokojenia nowych oczekiwań klientów. Personalizacja oferty, jej prostota i zrozumiałość, dostępność w każdym miejscu i o każdej porze – to zapewne niektóre z atrybutów, które staną się przedmiotem walki konkurencyjnej. Miejmy nadzieję, że z korzyścią dla klienta…

Połączenie tradycyjnej obsługi klienta z ofertą online przyszłością rynku pożyczek gotówkowych

Od kilku lat prężnie rozwija się w Polsce rynek pożyczek udzielanych przez internet.W związku z tym każda firma pożyczkowa, która chce być poważnym graczem na rynku, powinna rozważyć obecność także w tym kanale. Provident działa na polskim rynku już od 20 lat i jest największą instytucją pożyczkową z ok. 40-procentowym udziałem w rynku. Specjalizuje się w udzielaniu pożyczek z obsługą domową, ale od półtora roku z powodzeniem pożycza pieniądze także przez internet.

Artur **Zabielski**
dyrektor departamentu rozwoju produktu i segmentów klienta w Provident Polska

Pożyczka Samoobsługowa to nowoczesny produkt, z którego można skorzystać w 100 proc. online, bez konieczności kontaktu z doradcą. Klienci mogą uzyskać pożyczkę na dowolną kwotę między 300 zł a 15 000 zł na okres od 3 miesięcy do 2 lat. Pierwsza pożyczka może być udzielona za darmo, jeśli klient spłaci ją w ciągu pierwszego miesiąca.

Kompleksowa oferta

Provident jest obecnie jedyną firmą na polskim rynku, posiadającą tak kompleksową ofertę, a więc zarówno pożyczki udzielane od początku do końca przez internet, jak i pożyczki z obsługą domową. Pomimo rosnącej roli obsługi online zarówno w sektorze finansowym, jak i innych branżach, firma nie zamierza rezygnować z udzielania pożyczek za pośrednictwem doradców. Wiele osób ceni bowiem – zwłaszcza w kwestiach finansowych – osobisty kontakt z przedstawicielem firmy, możliwość zadania dodatkowych pytań, czy otrzymania gotówki do ręki.

Przełamywać obawy

Z badań przeprowadzonych przez PBS na zlecenie Provident Polska wynika, że spośród osób korzystających z produktów finansowych, takich jak pożyczki czy ubezpieczenia, aż dwie trzecie obawia się kupować je przez internet. To grupa licząca kilka milionów osób, której potrzeby z pewnością nie mogą być ignorowane. Poczucie bezpieczeństwa i komfortu przy korzystaniu z produktów finansowych powinny być dla firm pożyczkowych absolutnym priorytetem – to do klienta należy decyzja, czy poczucie to osiąga, korzystając z pożyczki przez internet, czy u doradcy. Warto bowiem podkreślić, że rośnie też grono osób, które w świecie internetowych finansów czują się całkowicie swobodnie. Z naszych badań wynika bowiem, że już 12 proc. kupuje produkty finansowe w sieci, a kolejne 20 proc., choć jeszcze tego nie robi, nie wyklucza, że w przyszłości zacznie korzystać z tej możliwości.

Ważna rola doradcy

Rola doradcy z pewnością jednak jeszcze przez długi czas pozostanie bardzo ważna dla klientów rynku finansowego i systemy internetowe nie będą w stanie jej całkowicie zastąpić. Warto podkreślić, że dzięki osobistemu kontaktowi przedstawiciela firmy z klientem dużo więcej osób ma dostęp do pożyczek. Doradca, spotykając się z klientem w jego miejscu zamieszkania, może w bardziej wiarygodny sposób ocenić jego indywidualną sytuację oraz wiarygodność. To narzędzie weryfikacji oceniamy jako bardzo skuteczne, dlatego znacznie większy odsetek wniosków pożyczkowych jest akceptowanych przez doradców niż przez internet. Bezpośredni kontakt doradcy z klientem pozwala zwiększyć grupę osób, które mogą otrzymać pożyczkę, a tym samym zmniejszyć skalę zjawiska wykluczenia społecznego z systemu finansowania. To pokazuje wyraźnie, że łączenie oferty online i offline jest przyszłością rynku pożyczek gotówkowych.

TEKST PROMOCYJNY

GAZETA FINANSOWA
23 – 29 czerwca 2017 r.

BIZNES RAPORT

Preferencje kredytowe Polaków

Jak wynika z obserwacji Akredo.pl, preferencje kredytowe Polaków uzależnione są od czasów, w jakich dorastali. Zupełnie odmienne podejście do kredytów bankowych ma pokolenie X, Y, Z oraz nowozdefiniowana generacja młodych ludzi – pokolenie HENRY. Obecnie największą grupę konsolidującą kredyty (aż 60 proc.) stanowią klienci w wieku od 30 do 50 lat, a najmniejszą (10 proc.) osoby w wieku od 51 lat wzwyż. Największy problem z terminową spłatą zobowiązań ma najmłodsze pokolenie Z, co może znacząco przyczynić się do wzrostu popularności kredytów konsolidacyjnych w najbliższych latach.

Kiedy Polacy sięgają po konsolidację kredytów? Czy pokolenie, w którym dorastali, wpłynęło na ich podejście do pożyczek bankowych? Jak Polacy spłacają kredyty w zależności od pokolenia X, Y, Z i kim jest statystyczny Henryk?

Kredyty pokolenia X

Ostrożne i zachowawcze podejście do jakichkolwiek pożyczek i zobowiązań finansowych w bankach, ma pokolenie X, czyli osoby dorastające w czasach PRL-u. To generacja ludzi urodzonych po '61 roku, naocznych świadków hiperinflacji i błyskawicznego spadku wartości pieniądza w czasie. Pokolenie X niechętnie korzysta z kredytów, a jeśli już to tylko z silnym przekonaniem, że jest on z pewnego źródła (rzetelnie i dokładnie sprawdzają umowy), realny do spłaty (mierzą siły na zamiary) i dobrze ubezpieczony.

Kredyty pokolenia Y

Pokolenie Y (tzw. milenialsi) znacznie odważniej korzysta z szerokiej palety produktów bankowych. Bankowość online, karty kredytowe, konta internetowe i płatności mobilne nie mają przed nimi tajemnic. Właściwie stały się ich codziennością. Urodzonemu po roku '80 (a przed '94) pokoleniu Y technologia i nowoczesne rozwiązania służą jako narzędzia ułatwiające codzienne funkcjonowanie. Co więcej, osoby z tego pokolenia stawiają na samorealizację i rozwój – stąd i kredyty bankowe traktują jak inwestycję w siebie. Jak pokazują badania GfK Polonia i Clue PR (2017), spora część przedstawicieli pokolenia Y bardzo często pożyczają na studia, dodatkowy fakultet, MBA, doskonalenie zawodowe, kursy, certyfikaty czy też na szkoły języków obcych. Wiedzą, że taka inwestycja im się opłaci – zaprocentuje wyższymi kwalifikacjami, co zwiększy ich wartość na rynku pracy. Wierzą, że poniesione koszty inwestycji szybko się zwrócą i to z nawiązką – wyższe zarobki i prestiż zawodowy, pozwolą szybko spłacić zaciągniętą pożyczkę. W dodatku wierzą, że dzięki kredytom, szybciej osiągną pożądany poziom życia, niż odkładając co miesiąc niewielkie kwoty z równie przeciętnych zarobków.

Kredyty pokolenia Z

Następujące po millenialsach pokolenie Z (czyli transformersi) jest generacją urodzoną w drugiej połowie lat '90. To osoby dorastające w czasach ze znacznie większymi możliwościami wyborów konsumenckich – od produktów FMCG, przez dostęp do wszelkiego rodzaju gadżetów technologicznych, profilowanych szkół i uczelni, po kosztowne pielęgnowanie najbardziej wymyślnego hobby lub pasji. Pokolenie Z dopiero sonduje rynki pracy. Najnowsze technologie, social media oraz znajomość co najmniej kilku języków obcych, to wręcz standardowe atrybuty osób tej generacji. Ich umiejętności skracają globalną odległość między rówieśnikami, rozbudzają chęć podróżowania, poszerzania kręgu inspiracji i zainteresowań. Według najnowszych danych Biura Informacji Kredytowej, w pierwszym kwartale 2017 roku grupa blisko 600 tys. osób z pokolenia Z (18-24 lat) posiada łącznie aż 1 mln aktywnych kredytów. Podsumowując statystyki, obecni maturzyści, absolwenci liceów, szkół technicznych i zawodowych oraz studenci, mają łącznie do spłaty 6,81 mld złotych. W 70 proc. są to kredyty konsumpcyjne, a coraz popularniejszym sposobem na pożyczanie pieniędzy, staje się karta kredytowa.

Nowe pokolenie HENRYK (High Earned Not Reach Yet)

Pomiędzy pokoleniem X a pokoleniem Z, wyodrębniła się zupełnie nowa grupa – pokolenie HENRY-'ków (z ang. High Earned Not Rich Yet) – na Zachodzie znana od lat, w Polsce po raz pierwszy zbadana przez GfK Polonia i Clue PR na początku 2017 roku. Wyodrębnioną grupę charakteryzuje konsumpcja życia w tzw. wersji wygodnej. Lubią wysoki standard usług. Wolą zapłacić więcej, ale za to mieć pewność jakości wykonania. Posiadają karnety sportowe i pakiet prywatnej opieki medycznej. Zarabiają nieźle, ale też sporo wydają. Raczej nie praktykują oszczędzania. Wolą inwestować w siebie, niż w dom czy mieszkanie. Stale się rozwijają. Nie boją się zaciągnąć kredytu na dodatkowe szkolenie jeśli są przekonani, że to podniesie ich kwalifikacje, a w efekcie – wpłynie na zarobki lub lepszą jakość życia. Są też zdecydowanie bardziej pewni siebie i swoich możliwości (aż 59 proc.). Nie stronią od drogich podróży czy wysokiej klasy sprzętu grającego. Mają niestandardowe zainteresowania, np. sporty ekstremalne, na które wydają sporą część zarobków. Rozwijają w sobie talenty, odważnie otwierają własne firmy. Pieniądze w życiu uważają za ważne (45 proc.), choć same w sobie nie są dla nich synonimem szczęścia. Ponad połowa Henryków (61 proc.) potrafi znaleźć środki na wymarzony przedmiot czy cel. Są obrotni i przedsiębiorczy. Raczej szukają rozwiązań, a nie mnożą problemy. Boją się nieco o przyszłość i bezpieczeństwo finansowe w dalszym horyzoncie czasowym, ale wyżej cenią sobie własną niezależność niż sztywny pręgierz etatu i życia w zgodzie z szeroko pojętym porządkiem społecznym. Mają przyjaciół zróżnicowanych pod względem kulturowym i językowym. Myślą więc i żyją globalnie.

Jak Polacy spłacają kredyty konsolidacyjne w danym pokoleniu?

Większość konsolidujących kredyty (aż 60 proc.) stanowią klienci w wieku od 30 do 50 lat. Jest to więc dość szeroka grupa milenialsów z pokolenia Y i późne pokolenie X. Daleko za nimi (15 proc.) są klienci dwudziestoparoletni (maksymalnie do 30 lat), czyli późni milenialsi i pierwsi transformersi z pokolenia Z. Najmniej liczną procentowo grupę konsolidujących liczne zobowiązania finansowe (10 proc.) stanowią klienci w wieku od 51 lat i powyżej 60-tego roku życia, czyli mocne pokolenie X. Dane statystyczne wskazują również, że średnia wnioskowana kwota konsolidacji to 46 tysięcy złotych, a średni okres kredytowania wynosi 7 lat. – Różnice międzypokoleniowe dotyczące podejścia do kredytów bankowych, wynikają głownie z realiów i możliwości, jakie kredyty oferowały (lub zabierały) danym pokoleniom w przeszłości. Przykładowo, wahania wartości pieniądza w okresie PRL nauczyły, że zebrany pieniądz na książeczce oszczędnościowej z dnia na dzień może być nic nie wart. Słabsze zaufanie do banków wśród pokolenia X nie może zatem dziwić. Pomimo spektakularnej metamorfozy polskiego sektora bankowego w czasach kapitalizmu, obawy przedstawicieli pokolenia X nadal są zauważalne. – ocenia **Paweł Weber, współzałożyciel platformy finansowej Akredo.pl** – Co innego pokolenie współczesnych HENRY'ków, które widziało jak oszczędzający latami rodzice nadal nie mają wystarczającej ilości pieniędzy na życie o jakim marzyli. HENRY'cy nie lubią czekać, wolą pożyczyć kwotę niezbędną do osiągnięcia wymarzonego celu i od razu cieszyć się jego realizacją – dodaje Paweł Weber.

Kto ma trudności ze spłatą kredytów?

Z uwagi na niż demograficzny, osoby z pokolenia Z są obecnie mniejszą od milenialsów grupą zaciągającą kredyty. Choć według najnowszych badań BIK, statystycznie pożyczają więcej. Dodatkowo, popularna wśród transformersów bardziej niż gdziekolwiek indziej karta kredytowa, jest najaktywniej wykorzystywanym produktem bankowym tej grupy. Blisko 70 proc. młodych ludzi posiadających kartę kredytową, regularnie z niej korzysta (stałe zadłużenie powyżej 200 zł jest już standardem). Jest to zatem o 30 proc. częściej niż w przypadku milenialsów. Wśród młodzieży gorzej jednak z terminową spłatą zobowiązań, względem starszych kolegów. Odsetek zalegających ze spłatą należności bankowych powyżej krytycznych 90 dni, wynosi w grupie pokolenia Z aż 12,1 proc. Dla porównania w poprzedzającym ją pokoleniu millenialsów, wynosił zaledwie 5,3 proc.

– Młodzi Polacy widząc i doświadczając tego, jak żyją rówieśnicy z krajów Europy Zachodniej, chcą żyć na podobnym poziomie. Obecna młodzież, podatna na wpływy, ma wysoki próg konsumpcjonizmu, a dzięki social mediom dysponuje globalnym zasięgiem inspiracji. Przy braku dyscypliny w pożyczaniu i spłacaniu wielu kredytów, można się jednak zapętlić w ilości wysokich rat. Dlatego też naszym zdaniem, obecne trendy na rynku kredytowym wpłyną na to, iż kredyty konsolidacyjne staną się wręcz naturalnym wyborem młodych ludzi. Będą ich głównym narzędziem porządkującymi finanse osobiste oraz pozwolą na skuteczną optymalizację domowego budżetu – dodaje Paweł Weber, ekspert Akredo.

BIZNES RAPORT

GAZETA FINANSOWA
23 – 29 czerwca 2017 r.

Rynek pożyczek dla przedsiębiorcy jak osiedlowy bazar

Więcej „osiedlowych bazarów finansowych", oczywiście w przenośni, to jest sposób na udoskonalenie oferty dla przedsiębiorców na rynku pożyczek gotówkowych i pozyskiwania finansowania.

Rafał **Lorek**

partner w Lorek Pawlak Family Office

Jakie są obecnie podstawowe miejsca pozyskania kapitału? Na pewno jest to giełda papierów wartościowych, gdzie pozyskuje się kapitał własny. Można pójść po kredyt do banku. Ale można też wyemitować własne obligacje albo pożyczyć środki pieniężne od osoby prywatnej, bądź innego przedsiębiorcy lub instytucji. Wszystkie te instytucje jak giełda czy bank, a także instrumenty finansowe takie jak obligacje, kredyt możemy porównać do supermarketu lub dużego sklepu osiedlowego. W zależności od skali naszych potrzeb i możliwości wybieramy jedno z tych miejsc na zakupy finansowe czyli pożyczkę lub kredyt.

Spotkanie popytu z podażą

To czego brakuje dziś przedsiębiorcom dla sprawnego robienia szybkich zakupów to właśnie taki „finansowy osiedlowy bazar". Miejsce w którym bez zbytnich ceregieli i regulacji spotyka się w sposób płynny, zmienny popyt z podażą. Wyobraźmy sobie, że jeden przedsiębiorca ma nieruchomość wartą 5 mln zł i chciałby pożyczyć szybko 1 mln zł na jakieś zakupy biznesowe. Na pierwszy rzut oka wydaje się to duża kwota ale jednocześnie w wielu przypadkach mała dla instytucji pożyczkowych. Z drugiej strony jego kolega posiada znaczne zasoby wolnych środków finansowych. Aż prosi się pożyczyć od niego 1 mln zł, dając w zastaw nieruchomość wartą 5 mln zł. Czysty interes dla obu stron. Liczy się szybkość transakcji – to kwestia tylko kilku dni na zbadanie stanu prawnego nieruchomości. Potem wizyta u notariusza i mamy sprawę załatwioną. Dokładnie tak jak na bazarze. Jeden ma jabłka, drugi kupuje. Kupujący bierze spore ryzyko na siebie, jak kupi zgniłe jabłka to nie wróci z nimi za jakiś czas, bo jak udowodni, że kilka dni temu były już zgniłe. Ale za to kupuje szybciej i taniej.

Taniej i szybciej

Tak samo jest w przypadku pożyczki prywatnej, oczywiście właśnie pod warunkiem, że byłoby taniej i szybciej. Ale tu zaczynają się schody związane bardzo często z formalnościami prawnymi, podatkiem od czynności cywilno-prawnych czy niektórymi podatkami od kosztów odsetkowych itd. Potem, w sytuacji kryzysowej, pozostaje kwestia egzekucji nieruchomości itp. W niektórych przypadkach oczywiście można te koszty i podatki zredukować do minimum ale ten proces trwa długo.

To jest olbrzymi i niezagospodarowany dotąd rynek. Trochę szkoda, że dość przeregulowany i drogi. Dla każdego indywidualnego przedsiębiorcy, a zatem w skali makro dla całej gospodarki mógłby być potężnym miejscem kojarzenia się kapitału. Na rynku jest mnóstwo wolnych środków finansowych, ten kapitał jest na tyle odważny aby udzielać pożyczek ale też oczekuje wyższych stóp zwrotu niż lokata bankowa. Ta część rynku byłaby bardzo poważnym konkurentem dla kredytów bankowych, a jednocześnie zapełniałby lukę w której banki nie są zbyt aktywne czyli w segmencie pożyczek mniejszych, przeznaczonych często na projekty, które nie generują od razu przychodów i są objęte znacznym ryzykiem biznesowym.

Oczywiście rynek nie znosi próżni. Jednym z rozwiązań tego ograniczenia już są platformy internetowe kojarzące tych co potrzebują kapitału z tymi, którzy ten kapitał posiadają. Jednak warto o tym pomyśleć w dłuższej perspektywie tak aby dopasować rozwiązania legislacyjne do potrzeb rynkowych, które w dzisiejszych czasach zmieniają się bardzo dynamicznie.

> **To jest olbrzymi i niezagospodarowany dotąd rynek. Trochę szkoda, że dość przeregulowany i drogi. Dla każdego indywidualnego przedsiębiorcy, a zatem w skali makro dla całego gospodarki mógłby być potężnym miejscem kojarzenia się kapitału.**

REKLAMA