

# RYNEK POŻYCZEK GOTÓWKOWYCH



## Pożyczanie a rynek e-commerce

**Niewielu klientów sektora usług finansowych zdaje sobie sprawę, że w momencie zaciągania zobowiązania finansowego za pośrednictwem Internetu, korzysta z usług e-commerce. Panuje przeświadczenie, że e-handel to jedynie sklepy z odzieżą, dodatkami do domu czy sprzętem elektronicznym. Tymczasem sektor pożyczkowy coraz śmielej zaznacza swą pozycję na polskim rynku e-handlu, będąc jego aktywnym uczestnikiem. Wraz z nieustającym rozwojem technologii oraz znaczącą zmianą profilu klientów sektora fintech, modele biznesowe i sposoby funkcjonowania usługodawców pożyczkowych również ulegają transformacji. Jaki udział w rynku e-commerce mają pożyczkodawcy?**

**Tymon Zastrzeżyński**

Co-founder&CEO w Grupie Loando

Firmy z sektora fintech bez wątpienia mają znaczny udział w kształtowaniu się rynku e-commerce. Firma doradcza Deloitte w swym raporcie „CEE FinTech Report” już teraz ocenia wartość polskich fintechów na ponad 860 mln euro. Z rozwiązań tego typu korzysta na co dzień co piąty Polak. Prognozy wskazują, że za niespełna dwa lata po fintechowe usługi będzie sięgać co drugi z nas.

**E-commerce i fintechy?**

Czy mamy jednak tego świadomość? Ciężko jest mówić o sektorze pożyczkowym w ujęciu e-commerce i naszej wiedzy na ten temat, gdy wciąż pod wątpliwość można poddać znajomość Polaków samego pojęcia „fintech”. Pomimo, że konsumenci korzystają z nich na każdym kroku – chociażby wykonując płatności mobilne i zbliżeniowe, sięgając po ofertę internetowych ubezpieczycieli lub zaciągając pożyczkę online, nadal nie są świadomi, że mają do czynienia z fintechami. Co więcej – płacąc za zakupy online BLIKIEM lub przelewem on-

line, wciąż nie mają świadomości, że korzystają właśnie z fintechów. Szacunkowo ponad 85 proc. Polaków deklaruje nieznaną tego pojęcia. Z badania banku Millenium: „pokolenie Millenium w świecie finansów i nowych technologii, na tle generacji X i Z” wynika także, iż najwięcej nieświadomych tego pojęcia Polaków jest w grupie wiekowej 16-40 lat, którzy stanowią przecież główną grupę docelową usług fintechowych.

Jak zatem wygląda nasza świadomość na temat rynku e-commerce w powiązaniu z sektorem usług pożyczkowych? Przyglądając się licznym, internetowym definicjom tego pojęcia, możemy odnieść błędne wrażenie na temat podmiotów tworzących e-handel.

Wciąż bardzo niewiele mówi się o sektorze pożyczkowym jako o aktywnym uczestniku rynku e-commerce w Polsce. Mówiąc „e-commerce”, bardzo często błędnie rozumiemy myśląc, że zaliczają się do niego jedynie wszelkiego rodzaju sklepy oferujące nam produkty materialne – odzież, sprzęt elektroniczny, AGD. A przecież usługi finansowe, w tym głównie pożyczki, to także

produkty, które podlegają sprzedaży w sieci, stanowiąc tym samym podmiot rynku e-commerce.

Prognozy na dalszy, dynamiczny rozwój sektora fintech i aktywny udział w rynku e-commerce dają nadzieję na to, że z czasem świadomość wśród konsumentów i umiejętność definiowania takich pojęć jak „fintech” i „e-commerce” znacznie wzrosnie. My, jako podmiot rynku finansowego, dokładamy wszelkich starań by tę wiedzę szerzyć i budować wśród Polaków przekonanie, że usługi finansowe to produkt rynku e-handlu jak każdy inny. – dodaje Maciej Suwik, Co-Founder&CTO w Grupie Loando.

**Kupujemy głównie online**

Faktem jest, że znaczna część z nas zdecydowanie częściej sięga po oferty internetowych sklepów aniżeli zakupy w placówkach stacjonarnych (54 proc. polskich konsumentów), a liczba osób kupujących w sieci podwoiła niemalże swoją liczbę w przeciągu ostatnich 10 lat. Rynek e-handlu wart jest już ponad 40 mld zł. Znaczny kawałek tortu e-commerce stanowi sektor pożyczek online,

z którego usług skorzystały już ponad 2 miliony Polaków. Z danych Loando.pl wynika, że pożyczanie to coraz częściej domena młodych osób – ponad 37 proc. polskich pożyczkobiorców online stanowią osoby młode, w wieku 20-30 lat, a 40 proc. pożyczek to te zaciągane za pomocą smartfona. Liczba klientów stale rośnie, podobnie jak wartość sektora, która wynosi już ponad 3,2 mld złotych, co stanowi dobre prognozy na dalszy rozwój finansowego kawałka e-commerce. Nie da się ukryć, że przez Internet kupujemy wszystko – narzędzia, opony, sprzęt AGD, ubrania itd. Wszelkie nieprzemysłane kroki mogą doprowadzić do tego, że skończymy z pustym portfelem. Dlatego rozwiązania pożyczkowe są idealnym rozwiązaniem w e-commerce, nie jest tajemnicą że e-handel i pożyczki online są komplementarne, a rynek ten będzie rósł. Dzięki pożyczkom online możemy zrealizować specjalną okazję zakupową, na którą w danej chwili nie mamy budżetu. – mówi Patrycja Sass-Staniszevska, prezes Izby Gospodarki Elektronicznej.



## RYNEK POŻYCZEK GOTÓWKOWYCH

## Siła polskich FinTechów pożyczkowych

Eksperci wskazują, że po pożyczki w ramach social lending najczęściej sięgają osoby, które szybko potrzebują niewielkich kwot, a jednocześnie nie mają odpowiedniej zdolności kredytowej. W Polsce pożyczanie peer-to-peer nie znalazło zbyt wielu entuzjastów. Powodem jest mocna alternatywa w postaci nowoczesnych firm pożyczkowych online. Jak pokazuje raport „Mapa Polskiego Fintechu 2018”, w polskim sektorze FinTechowym aż 51 proc. firm specjalizuje się w płatnościach, a kolejne 31 proc. w obszarze kredytów oraz pożyczek. – Priorytetem dla pożyczkobiorców jest szybkie zdobycie pieniędzy. Pożyczanie online w FinTechu charakteryzuje się takim samym tempem, jak w przypadku platform społecznościowych, a jednocześnie jest transparentne i bezpieczne. Ocena zdolności kredytowej następuje w czasie rzeczywistym, przy minimum formalności. Pożyczkobiorcy mogą zapoznać się z dokładnymi kosztami zobowiązania oraz kwotą, która pozostaje do spłacenia – komentuje Dominik Ciula. Na kondycję krajowego rynku pożyczek społecznościowych wpływa również brak odpowiednich regulacji prawnych. Ustawa dotycząca pozabankowych kredytów konsumenckich jasno określa, że pożyczek mogą udzielać tylko instytucje wpisane do rejestru Komisji Nadzoru Finansowego. Zanim taki wpis nastąpi, firmy muszą spełnić szereg wymogów, m.in. posiadać minimum 200 000 złotych kapitału własnego. Jeśli nie powstaną przepisy regulujące rynek social lending, a branża FinTech nadal będzie się tak dynamicznie rozwijać, sytuacja pożyczania społecznościowego w Polsce raczej nie ulegnie zmianie w najbliższym czasie.

## Gorsze wskazania Barometru Rynku Consumer Finance

W IV kwartale 2018 roku, po prawie 3 latach utrzymywania się powyżej wartości referencyjnej 50 punktów, znaczącemu pogorszeniu uległ Barometr Rynku Consumer Finance. Jego wartość spadła do poziomu 48,9 punktu – to prawie o 8 pp. mniej w porównaniu z odczytem z ubiegłego kwartału, w którym również odnotowano tendencję spadkową. Według ekspertów KPF i IRG SGH może to zapowiadać spadek koniunktury na rynku kredytowym w przyszłym roku. – Gdyby aktualna wartość barometru, na poziomie poniżej 50 punktów, utrzymała się również w kolejnej edycji badania, mogłoby to wskazywać na wyraźne osłabianie się koniunktury na rynku kredytowym w przyszłym roku – wyjaśnia Profesor Elżbieta Adamowicz, Dyrektorka Instytutu Rozwoju Gospodarczego SGH. – Należy jednak mieć na uwadze, że ta korekta może mieć charakter jednorazowy i wymaga potwierdzenia w kolejnych danych. W świetle ogólnych nastrojów ekonomicznych, zarówno gospodarstw domowych jak i przedsiębiorstw, można jednak oczekiwać, że nastąpi spowolnienie aktywności gospodarczej, co negatywnie wpłynie na dynamikę kredytu w okresie najbliższych 12 miesięcy.

## Które produkty bankowe Polacy uznają za bezpieczne, a których się obawiają?

Najbardziej bezpiecznymi produktami bankowymi zdaniem Polaków są rachunki płatnicze i konta oszczędnościowe. W przypadku tych dwóch produktów jedynie 4 proc. badanych stwierdziło, że mogą być niebezpieczne dla portfela. Za niemal tak samo bezpieczne uważamy lokaty oraz ubezpieczenia. Stawkę zamykają kredyty – aż 35 proc. badanych uważa je za produkt

niebezpieczny. – Kredyt czy pożyczka budzą w nas skrajne emocje. Z jednej strony możemy dzięki nim realizować marzenia czy wyjść z trudnej sytuacji. Z drugiej strony sam proces zadłużania niesie ze sobą lęki i obawy: Czy dam radę spłacić pożyczkę? Czy nie zmieni się moja sytuacja osobista, zawodowa, finansowa? – mówi Bartłomiej Babicz, dyrektor Zarządzający Ob-

szarem Bankowości Detalicznej w Nest Banku – Wszystkie te obawy sprawiają, że tracimy poczucie bezpieczeństwa i rodzi się w nas niepokój o stabilność finansową. I tutaj istotną staje się rola banków, których zadaniem powinno być dostarczenie produktów kredytowych wspierających poczucie bezpieczeństwa – dodaje Bartłomiej Babicz.

## Cyfrowe finanse a potrzeby klientów

**Coraz większa popularność cyfrowych produktów finansowych stymuluje branżę do tworzenia zaawansowanych technologicznie rozwiązań, spełniających potrzeby młodych i dynamicznych klientów. W pogoni za innowacyjnością nie można zapominać jednak o konsumentach, którzy cenią znane sobie produkty i kontakt z doradcą.**



Artur Zabielski

dyrektor ds. marketingu w Provident Polska

Rozwój nowych technologii i sektora fintech stwarza wiele nowych szans dla firm pożyczkowych, pozwalając im w bardziej efektywny sposób uzupełniać ofertę bankową. Partnerstwo z firmami specjalizującymi się w finansowych usługach cyfrowych skutkuje nie tylko powstawaniem nowych produktów, lecz także wprowadzeniem bardziej zaawansowanych systemów przetwarzania danych. Firmy sektora pożyczkowego mogą osiągnąć z fintechami efekt synergii, dzięki połączeniu wieloletniego doświadczenia na rynku finansowym z innowacyjnością. Dla Provident Polska rozwijanie nowoczesnych kanałów sprzedaży jest niezwykle ważne. Jako lider rynku pożyczkowego firma bacznie śledzi trendy w sektorze finansów, nowe regulacje oraz zmiany w preferencjach klientów, dzięki czemu może rozszerzać swoją ofertę produktową zgodnie z zapotrzebowaniem zgłaszanym na rynku. Jak pokazuje doświadczenie firmy, to właśnie dywersyfikacja oferowanych produktów i kanałów jest najbardziej skuteczną strategią w docieraniu do szerokiej grupy klientów.

**Nie tylko online**

Polacy bardzo chętnie korzystają z cyfrowych usług finansowych, o czym świadczyć może również dynamiczny przyrost biznesu online zanotowany przez Provident Polska. Z drugiej strony należy pamiętać o dużym segmencie klientów, którzy z dystansem podchodzą do nowinek technologicznych. Ma to szczególne znaczenie w przypadku produktów finansowych, przez konsumentów postrzeganych jako skomplikowane i ryzykowne. Jak wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Providenta zaledwie 7 proc. respondentów zadeklarowało, że kupuje

przez internet szeroko rozumiane usługi finansowe, do których zaliczono nie tylko pożyczki, ale np. ubezpieczenia. Kolejne 12 proc. nie kupuje ich online, ale nie wyklucza zmiany swoich nawyków w przyszłości. Natomiast 40 proc. przyznaje, że obawia się zakupu produktów finansowych w internecie (pozostałe 40 proc. w ogóle z takich produktów nie korzysta). To pokazuje, że w świecie finansów wciąż wiele osób nie czuje się pewnie i woli podjąć decyzję po kontakcie z doradcą.

**Tradycyjny kanał nadal ważny**

Patrzenie na cały rynek przez pryzmat dużych ośrodków miejskich i młodych, otwartych na innowacje konsumentów jest dość złudne. Choć kompetencje cyfrowe Polaków ciągle rosną, to wciąż duży segment klientów nie radzi sobie z zakupami internetowymi. Instytucje finansowe przygotowując swoją ofertę, nie powinny zapominać o grupie preferującej tradycyjne kanały sprzedaży. Dlatego Provident Polska, pomimo dynamicznego wzrostu sprzedaży on-line, wciąż rozwija obsługę domową, dzięki której zbudował pozycję lidera rynku pożyczkowego.

Dla klientów, szczególnie tych starszych, ważna jest możliwość skonsultowania umowy z doradcą i wyjaśnienia wszystkich wątpliwości. Jak szacuje Provident Polska około 30% klientów firmy preferuje właśnie tradycyjny kanał sprzedaży i ceni obecność osoby, która omówi z nimi zapisy umowy krok po kroku.

**Znalezione w sieci, kupione w realu**

Co ważne zakup w tradycyjnych kanałach sprzedaży też nie zawsze musi wiązać się z niskimi kompetencjami cyfrowymi. Często osoby, które świetnie radzą sobie z wyszukiwaniem informacji w sieci, ostateczne decyzje zakupowe podejmują po bezpośrednim kontakcie ze sprzedawcą. Tę tendencję pokazuje trend ROPO (trend research online – purchase offline), zgodnie z którym konsument traktuje internet jako główne źródło informacji o produkcie, jednak samego zakupu dokonuje offline, czyli w punkcie stacjonarnym np. w oddziale banku lub w ramach sprzedaży bezpośredniej.

Dla osób sprawnie poruszających się w sieci, internet jest nieocenionym narzędziem w procesie podejmowania decyzji zakupowych. Możliwość sprawdzenia ofert konkurencyjnych firm w tym sa-

mym czasie pomaga konsumentom w racjonalnym wyborze kilku najciekawszych produktów, które najlepiej spełniają ich potrzeby. Natomiast konsultacja ze sprzedawcą pozwala nie tylko na wyjaśnienie niejasności, ale także na negocjację zapisów umowy i personalizację usługi. Nie może zatem dziwić, że klienci coraz częściej chcą równocześnie skorzystać z zalet obu kanałów sprzedaży.

**Produkt dla każdego segmentu**

Transformacja cyfrowa i będący jej konsekwencją rozwój internetowych kanałów sprzedaży jest olbrzymią szansą dla sektora finansowego. Kluczem do jej wykorzystania jest jednak odpowiednia segmentacja klientów, dobre zrozumienie ich zwyczajów i preferencji zakupowych oraz dostosowanie do nich odpowiednich kanałów sprzedaży. Tworząc kolejne innowacyjne produkty finansowe, branża nie może zapominać o tradycyjnych klientach. Tylko dywersyfikacja – zarówno produktowa jak i kanałowa – zapewni dotarcie do różnych segmentów i budowany na tym zrównoważony wzrost sprzedaży.



**Transformacja cyfrowa i będący jej konsekwencją rozwój internetowych kanałów sprzedaży jest olbrzymią szansą dla sektora finansowego. Kluczem do jej wykorzystania jest jednak odpowiednia segmentacja klientów, dobre zrozumienie ich zwyczajów i preferencji zakupowych oraz dostosowanie do nich odpowiednich kanałów sprzedaży.**



## RYNEK POŻYCZEK GOTÓWKOWYCH

## Co decyduje o koniunkturze na rynku kredytów i pożyczek?

Z dobrej koniunktury, wspieranej przede wszystkim solidnym wzrostem spożycia przez gospodarstwa domowe, korzystają banki i instytucje pożyczkowe. Kontrybucja wzrostu spożycia do stopy wzrostu PKB jest wyższa od eksportu i inwestycji, co oznacza, że konsumpcja gospodarstw domowych decyduje o wzroście gospodarczym Polski.



dr Mirosław A. Bieszki  
doradca ekonomiczny KPF

W takiej sytuacji pojawia się pytanie o źródła siły konsumenta oraz o to, na ile są trwałe, ponieważ to będzie decydować – przy obecnej strukturze stopy wzrostu PKB – o tempie rozwoju „na jutro”. Jest to tym bardziej istotne, że od pewnego czasu można zaobserwować ogólnoeuropejskie spowolnienie sprzedaży detalicznej. Polska na tym tle znowu wydaje się pojawiać jako „zielona wyspa konsumpcji”, na której wskaźniki dynamiki sprzedaży detalicznej dopiero zbliżają się do cyklicznego szczytu. Pewnych wskazówek możemy upatrywać w zmianach bieżącego wskaźnika ufności konsumentów, który syntetycznie opisuje tendencje konsumpcji indywidualnej. A ta ma decydujące znaczenie dla rynku kredytów konsumenckich oraz pożyczek niebankowych.

**Wskaźnik ufności konsumentów**  
Publikowany przez GUS bieżący wskaźnik ufności konsumentów opiera się na badaniu ocen zmian sytuacji finansowej gospodarstwa domowego, ogólnej sytuacji ekonomicznej kraju oraz obecnie dokonywanych zakupów. W opublikowanym ostatnio raporcie GUS<sup>[1]</sup> wartość tego wskaźnika wyniosła 6,9 i, w porównaniu do analogicznego okresu z roku ubiegłego, wzrosła o 1,9 p.p.. Optymizm widać również we wskaźniku wyprzedzającym, bowiem w perspektywie najbliższych kilku miesięcy konsumenci pozytywnie oceniają przyszłą sytuację ekonomiczną oraz możliwość wygosparowania nadwyżki ponad bieżące wydatki z przeznaczeniem na oszczędności. W porównaniu do tego samego okresu w roku 2017, wskaźnik wyprzedzający z września br. wzrósł aż o 2,3 p.p., zatem nawet więcej od oceny bieżącej. Reasumując, można stwierdzić, że konsument w Polsce jest optymistą nie tylko na dziś, ale i na jutro. To jest dobrym prognozą dla banków i instytucji pożyczkowych, które muszą zadać sobie pytanie, na jak trwałych podstawach opiera się dobre samopoczucie gospodarstwa domowego w Polsce.

### Sytuacja na rynku pracy

Bez wątplenia dla konsumenta kluczowe są dwa czynniki – sytuacja na rynku pracy oraz związana z tym jego pozycja przetargowa wobec pracodawcy. Ujmując rzecz lapidarnie: zadowolony pracownik = zadowolony konsument. Na ten moment abstrahujemy od wskaźnika wzrostu cen i związanej z tym polityki stóp procentowych. Sytuacja na rynku pracy nigdy nie była tak dobra dla pracownika. Stopa bezrobocia spadła do 5,8 proc., co jest najniższym poziomem w historii. Wg raportu firmy Workforce, jedynie 8,7 proc. respondentów obawia się utraty miejsca pracy, a 10-krotnie więcej na pytanie: „Czy obawia się Pan/Pani utraty miejsca pracy?” odpowiada negatywnie. W wielu branżach, np. budownictwie, pozyskiwanie pracowników z zagranicy stało się kołem ratunkowym. W takich warunkach narasta presja płacowa, co znajduje wyraz we wskaźniku dynamiki wzrostu płac nominalnych, który zbliża się do granicy 7 proc. rocznie. Rośnie również siła nabywczą gospodarstw domowych, bowiem wskaźnik inflacji utrzymuje się ciągle na niskim poziomie. Brak obaw co do przyszłości zatrudnienia, rosnące płace i siła nabywczą zachęcają do finansowania konsumpcji „na zapas”, czyli na kredyty.

Wykres 1. Prognoza ważnych zakupów i rzeczywiste oprocentowanie kredytów konsumpcyjnych



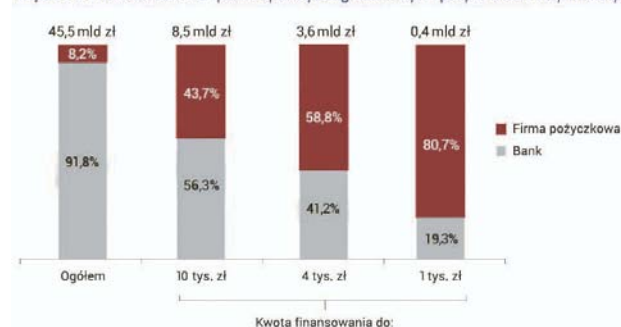
Źródło: Makroekonomiczne otoczenie sektora pośrednictwa finansowego, Credit Agricole Bank Polska.

### Sprzyjające warunki

Dodatkowym czynnikiem są niskie, bieżące i deklarowane stopy procentowe. RPP kontynuuje „gołąbią politykę” monetarną, co znajduje odzwierciedlenie w ostatniej wypowiedzi prezesa NBP, że „stopy procentowe do końca 2019 roku »z olbrzymim prawdopodobieństwem« pozostaną stabilne”<sup>[2]</sup>. Ta deklaracja jest istotna zarówno dla rynku kredytowego, jak i pożyczkowego. W tak sprzyjających warunkach kredyty konsumpcyjne i pożyczki niebankowe rosną dynamicznie. W porównaniu do I połowy roku ubiegłego kredyty konsumpcyjne wzrosły w ujęciu wartościowym

o 5,15 proc.<sup>[3]</sup>. Ugruntowała się tendencja, o której pisaliśmy w poprzednich Raportach, a mianowicie wzrost średniej kwoty kredytu i wydłużanie się terminów umownych. W mocy pozostaje również wniosek z poprzedniej edycji Raportu o dominacji instytucji pożyczkowych na rynku finansowania gospodarstw domowych w segmencie niskokwotowym, co doskonale obrazuje poniższy wykres.

Wykres 2. Struktura wartości sprzedaży kredytów gotówkowych i pożyczek udzielonych od stycznia do lipca 2018 r.



Źródło: Wykres dnia BIK 13.09.2018, www.bik.pl.

Łączna wartość finansowania udostępnionego przez banki, SKOK-i i instytucje pożyczkowe w okresie od stycznia do lipca 2018 r. to 45,5 mld zł., z czego 91,8 proc. pochodziło z banków i SKOK-ów, a 8,2 proc. z instytucji pożyczkowych. Wraz jednak ze spadkiem przeciętnej kwoty udzielonego finansowania, zdecydowanie rośnie udział instytucji pożyczkowych. W tej części rynku, gdzie dominują kwoty poniżej 1000 zł., instytucje pożyczkowe pokrywały aż blisko 81 proc. z 400 mln zł. finansowania dla gospodarstw domowych. Przeciętna wartość udzielonego kredytu gotówkowego wyniosła 18,2 tys. zł.

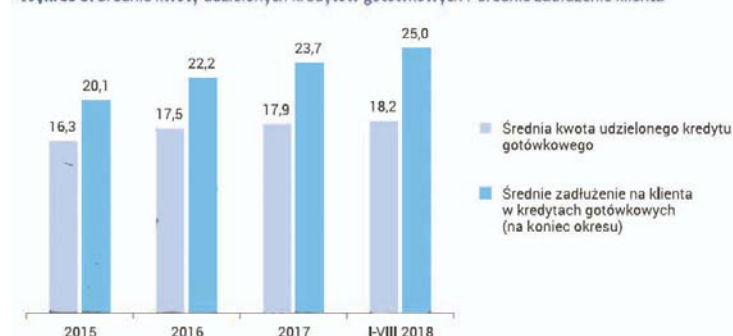
Trzeba zwrócić uwagę na niepokojące zjawisko tzw. przeciągania okresu umownego dla zmniejszenia obciążenia ratami do spłaty. Od 2016 roku średni okres umowny zwiększył się o 15 proc. – z 40 do 46 miesięcy<sup>[4]</sup>. W tym samym okresie średnia kwota udzielonego kredytu gotówkowego zwiększyła się o 4 proc. – z 17,5 do 18,2 tys. zł. Na skutek tego, na okres powyżej 5 lat

udziela się 27 proc. ogólnej liczby kredytów gotówkowych, ale stanowią one już blisko 60 proc. ogólnej ich wartości. Na wskazane przeciąganie okresu umownego trzeba spojrzeć w kontekście stóp procentowych. Perspektywa wzrostu stóp to koniec roku przyszłego, zatem spłata największej części dziś zaciągniętego kredytu gotówkowego, przypadnie na okres ich wzrostu. Wprawdzie znaczenie wzrostu stóp w kredycie gotówkowym jest dalece mniej istotne niż w przypadku kredytu hipotecznego, ale warto mieć to na uwadze. Zławsza w sytuacji, gdy prognozy wzrostu gospodarczego wskazują na spowolnienie.

### Istotną częścią finansowania potrzeb konsumentów

Udział instytucji pożyczkowych na rynku kredytów i pożyczek gotówkowych zbliża się do 10 proc. i staje się istotną częścią finansowania potrzeb konsumentów. Jedną z konsekwencji jest wzrost liczby klientów posiadających zarówno produkt bankowy, jak i pożyczkowy. Ze względu na to, że rynek bankowy podlega regulacjom w zakresie określania wiarygodności kredytowej (rekomendacje KNF), wraz ze wzrostem liczby czynnych zobowiązań rośnie udział pożyczek. Na ile jest to groźne dla rynku, trudno jest ocenić bez zbadania przyczyn, ale doświadczenia z innych ryn-

Wykres 3. Średnie kwoty udzielonych kredytów gotówkowych i średnie zadłużenie klienta



ków wskazują, że dobieranie niskich kwot wynika z problemów z płynnością regulowania zobowiązań przez gospodarstwa domowe. Biorąc pod uwagę sytuację na rynku pracy, spadająca stopa bezrobocia będzie przybliżać rynek do stanu równowagi, co przy utrzymującym się mocnym popycie na pracę będzie zwiększać presję na podwyżki wynagrodzeń. Jednak taka sytuacja będzie jeszcze silniej oddziaływać na poziom kosztów pracy.

### Zmiany w sposobie zakupów

Dla rynku kredytów konsumpcyjnych i pożyczek od instytucji pożyczkowych duże znaczenie ma również sposób zakupów. W dobie laptopów i smartfonów konsument jest aktywny 24 godziny na dobę i jest coraz bardziej wyrafinowany pod względem sposobu zakupów. Opublikowany ostatnio raport E-Commerce w Polsce. Gemius dla e-Commerce Polska<sup>[5]</sup> dostarcza wielu ciekawych danych i wniosków. Penetracja internetu w Polsce to już 83,6 proc., co oznacza, że mamy blisko 28 mln internautów. Spośród ankietowanych e-konsumentów już ponad połowa (56 proc.) zadeklarowała dokonywanie zakupów online. Najaktywniejsi pod tym względem są internauci w przedziałach wiekowych 15–24 i 25–34 lat, stanowiący łącznie blisko 2/3 aktywnych „e-kupujących”. Z kolei statystyki w przekroju wg kryterium wykształcenia pokazują, że najbardziej aktywnymi kupującymi w sieci są nie ci z wykształceniem wyższym (31 proc.), ale średnim – 44 proc. Wreszcie, kryterium bardzo istotne dla banków i instytucji pożyczkowych, czyli sytuacja materialna gospodarstwa domowego „e-kupującego”, pokazuje, że 94 proc. to sytuowani dobrze i średnio. Kupujący online mają generalnie bardzo dobrą opinię o zakupach przez Internet i opinia ta ulega polepszeniu. Są one przede wszystkim postrzegane jako nieskomplikowane i wygodne, ale także tańsze i zajmujące mniej czasu niż kupowanie w sklepach tradycyjnych. Nic dziwnego, że w takich warunkach bankowość internetowa przyspiesza, a instytucje pożyczkowe muszą szybko reagować na zmiany zachowań konsumenta.

[1] Koniunktura konsumentów – wrzesień 2018 r., GUS, <https://stat.gov.pl>.

[2] Stopy proc. bez zmian do końca '19, RPP obserwuje ceny energii, PAP, 03.10.2018, <http://biznes.pap.pl>.

[3] Newsletter Kredytowy 06/2018, BIK, <https://www.bik.pl>.

[4] Tendencje na rynku kredytowym i pożyczkowym oraz ich kontekst dla perspektywy rozwoju rynku pośrednictwa finansowego, S. Grzelczak, prezentacja z IV Kongresu Pośrednictwa Finansowego.

[5] E-commerce w Polsce 2018. Gemius dla e-Commerce Polska, Raport Gemius Polska, <https://www.gemius.pl>.



## RYNEK POŻYCZEK GOTÓWKOWYCH

# Niekoniecznie kredyt

Sięgając po dofinansowanie z zewnątrz, stykamy się z ogromną ilością produktów finansowych zarówno ze strony banków, jak i instytucji pozabankowych. Choć często wydaje się nam, że ich udzielanie odbywa się na podobnych zasadach, to na pewne cele możemy nie otrzymać finansowania – nawet, jeżeli wykazujemy się odpowiednio wysoką zdolnością kredytową. Kiedy zatem nie otrzymamy kredytu w banku, ale za to uzyskamy pożyczkę online?



Artur Więckowski

ekspert serwisu Chwilowo.pl

Choć kredyt i pożyczka są potocznie często terminami używanymi zamiennie, to ich udzielanie odbywa się na nieco innych zasadach. Podstawową różnicą pomiędzy kredytem bankowym a pożyczką pozabankową jest nie tylko instytucja udzielająca dofinansowania, ale także obowiązujące regulacje prawne. Procedury dotyczące określenia minimalnej zdolności kredytowej są odmienne – pożyczkodawcy pozabankowi mogą ją ustalić na dowolnym poziomie, a bank musi podążać za wyżej ustalonymi wytycznymi. Zauważalny jest również inny czas potrzebny na otrzymanie pieniędzy oraz poziom wymaganych formalności. Co więcej banki już ogłaszają, że będą podnosić wymagania wobec kredytobiorców. Oczywiście istnieją także inne cechy szczególne, które odróżniają jedną i drugą formę finansowania. Dzięki nim na pewne cele nie będziemy w stanie uzyskać kredytu bankowego – nawet jeżeli posiadamy wystarczająco wysoką

zdolnością kredytową. Na jakie cele dostaniemy zatem pożądane przez nas finansowanie?

### Kredyt i jego cel

Kredyt konsumencki to rodzaj finansowania, który udzielany jest na cele prywatne, niezwiązane z prowadzoną działalnością gospodarczą oraz zawodową. Do tej grupy zaliczana jest większość pozabankowych pożyczek online. Tego typu kredyt udzielany jest konsumentom, z czego wynikają ukształtowane i wyszczególnione w ustawie cechy tego zobowiązania. W przypadku kredytu konsumpcyjnego, jest on udzielany konsumentom

w celu nabywania dóbr. Choć takie finansowanie jest rodzajem kredytu konsumenckiego, to różni się od niego przede wszystkim dowolnością celu przeznaczenia i brakiem pytania we wniosku pożyczkowym czy kredytowym o cel spożytkowania pożyczonych pieniędzy. Kredyt konsumencki może być natomiast kredytem zaciąganym celowo. Jeśli by to ująć w proste słowa, należałoby stwierdzić, że każdy kredyt konsumpcyjny jest kredytem konsumenckim, ale nie każdy kredyt konsumencki jest kredytem konsumpcyjnym.

Kredyt konsumpcyjny rzadko pojawia się w ofercie bankowej, gdyż we wnioskach kredytowych zawsze pojawia się pytanie o cel. Potwierdza to również ustawa o prawie bankowym, a dokładniej art. 69: „Przez umowę kredytu bank zobowiązuje się oddać do dyspozycji kredytobiorcy na czas oznaczony w umowie kwotę środków pieniężnych z przeznaczeniem na ustalony cel, a kredytobiorca zobowiązuje się do

korzystania z niej na warunkach określonych w umowie, zwrotu kwoty wykorzystanego kredytu wraz z odsetkami w oznaczonych terminach spłaty oraz zapłaty prowizji od udzielonego kredytu”. W związku z tym, banki mogą ustalić hierarchię celów i decydować, który z nich będzie wyżej punktowany, a który niżej. Oczywiście może być tak, że na niektóre cele nie ma możliwości zaciągnięcia kredytu.

### Banki nieprzychylnie inwestycjom

Banki bardzo niechętnie przyznają kredyty konsumenckie na inwestycje. Nie powinniśmy więc liczyć na pieniądze, za które chcielibyśmy zakupić akcje, obligacje, czy inne papiery wartościowe. Rynek inwestycyjny jest zbyt obszerny i skomplikowany, aby przeciętny konsument bez bardzo rozległej wiedzy i doświadczenia mógł sobie na nim poradzić. Rynek inwestycyjny jest bardzo niestabilny i podatny na wpływy zewnętrzne, czyli sytuację gospodarczą,

wydarzenia na arenie międzynarodowej czy kształt prawny i ustrojowy otoczenia rynku inwestycyjnego. Co więcej bank, znając realia inwestycyjne, może uznać, że kredytobiorca nie poradzi sobie z tym zadaniem. Z tego powodu nie udzieli finansowania, gdyż jest to nie tylko zbyt duże ryzyko utraty pieniędzy kredytowych, ale także własnych środków. Konsekwencją takiego postępowania byłaby niemożność oddania pożyczonych pieniędzy przez kredytobiorcę, co wygenerowałoby stratę dla banku. Ryzykowną inwestycją w oczach instytucji bankowych będzie również obracanie walutami i kruszcami. Co prawda ryzyko jest w tym wypadku mniejsze niż przy rynku akcyjnym, ale wciąż zbyt duże, aby móc spokojnie pożyczyć pieniądze. Oprócz tego, banki nieprzychylnie patrzą na obrót innymi środkami płatniczymi i różnego rodzaju niecodzienne rozwiązania niegotówkowe, takie jak popularny w ostatnich latach BitCoin.

### Pożyczka pozabankowa na dowolny cel

Jeżeli więc bank nie jest w stanie udzielić nam finansowego wsparcia, to rozwiązaniem staje się sięgnięcie po kredyty konsumpcyjne, którymi w głównej mierze są pożyczki pozabankowe. Wypełniając taki wniosek pożyczkowy, rzadko spotkamy się z pytaniem o to, jaki jest cel danego finansowania. Jeżeli jednak tak się stanie, to raczej w celach statystycznych, służących profilowaniu oraz ulepszaniu oferty konkretnej marki. Co więcej, pożyczkodawca pozabankowy absolutnie nie rozliczy nas z tego, na co wydaliśmy pieniądze. Pamiętajmy jedynie o tym, że w takich przypadkach to własny rozsądek i troska o bezpieczeństwo jest najlepszym doradcą.



## Niedziele bez handlu wpłynęły na rynek pożyczek

Od 1 marca 2018 roku mieliśmy już niejedną niedzielę z ograniczeniami w handlu. Z danych uzyskanych przez Polski Związek Instytucji Pożyczkowych wynika, że ma to ujemny wpływ na sprzedaż kredytów i pożyczek w sektorze digital lending (wnioskowanych i udzielanych w całości przez internet). Spadek zapytań o kredyt tego dnia, względem niedziel handlowych, wynosi 15 proc.

Ograniczenie handlu w niedzielę ma wpływ na wiele sektorów gospodarki, w tym na sektor pozabankowego kredytu konsumenckiego. Już po pierwszym kwartale obowiązywania zmian, zauważono, że pojawiają się wyraźne różnice pomiędzy liczbą wniosków o kredyt przesyłanych do instytucji pożyczkowych w niedziele handlowe i niehandlowe – wynika z branżowej bazy informacji pożyczkowej Credit-Check. Jak wliczyli analitycy PZIP, obecnie różnica względem analogicz-

nych dni roku poprzedniego wynosi średnio -15 proc. Obserwację potwierdza CRIF, operator systemu, z którego pochodzą statystyki. – Na bieżąco weryfikujemy aktywność konsumentów na rynku pożyczkowym. Biorąc pod uwagę okres od wprowadzenia zakazu handlu w niedzielę, w stosunku do poprzedniego roku, dostrzegamy trend zmniejszenia popytu na pożyczki w niedziele wolne od handlu. Co więcej, trend zaczyna się pogłębiać i różnice pomiędzy niedzielami handlowymi

i niehandlowymi rosną. Zauważalny jest również spadek udziału zapytań o pożyczkę w niedziele handlowe względem dni powszednich – stwierdza Bartosz Pundyk, pełnomocnik zarządu CRIF Services, operator systemu Credit-Check.

### Pożyczają, ale inaczej

Część klientów instytucji pożyczkowych zaciąga zobowiązania na zakup towarów podczas samych zakupów, na przykład aby skorzystać z zauważonych promocji cenowych lub dzięki pożyczce wybrać produkt lub usługę o wyższym standardzie. Co trzeci wniosek składany jest mobilnie, przez telefon lub tablet, bardzo często poza domem konsumenta. To właśnie ta grupa klientów odpowiedzialna jest za spadek liczby wniosków o kredyty

w niedziele niehandlowe – nie mając okazji do zakupu nie mają potrzeby zaciągnięcia pożyczki, zwłaszcza w sytuacji, gdy ma ona charakter krótkoterminowy i udzielana jest w ciągu kilkunastu minut. – Spadek zainteresowania kredytem w niedziele niehandlowe to naturalna konsekwencja nowych przepisów, która dodatkowo potwierdza tezę, że większość klientów instytucji pożyczkowych zaciąga zobowiązania na konkretny cel, np. naprawę pralki, zakup mebli czy zakończenie remontu mieszkania. Kiedy sklepy są zamknięte zaspokojenie tych potrzeb przez część klientów przekładana jest na później, a z tym także i decyzja o wzięciu kredytu. Wielu naszych klientów deklaruje, że korzysta z kredytu pozabankowego z powodu nagłych wydatków, np.

koniecznej naprawy samochodu. Dla zobowiązań zaciąganych na ten cel zakaz handlu w niedzielę ma neutralny charakter – dodaje Artur Więckowski, ekspert portalu chwilowo.pl i członek PZIP. W ostatnich trzech latach sektor pozabankowego kredytu konsumenckiego, którego digital lending jest częścią, był silnie regulowany. Zmieniają się nie tylko instytucje pożyczkowe, ale także sami klienci. Wyraźna poprawa sytuacji gospodarstw domowych nie pozostała bez wpływu na rynek kredytowy. Dwie kluczowe obserwacje to spadek popytu na produkty o najwyższym ryzyku, m.in. za sprawą uruchomienia programu 500+, druga to zwiększenie zdolności kredytowej klientów, co pozwala na ofertowanie im tańszych i wygodniejszych produktów.