

Outsourcing kredytowy

• ANDRZEJ OKRASIŃSKI

PONAD 30 PROC. PRODUKTÓW KREDYTOWYCH W NIEKTÓRYCH BANKACH JEST SPRZEDAWANYCH PRZEZ POŚREDNIKÓW.

ICH WYNAGRODZENIE TO CZĘŚĆ MARŻY BANKÓW, ALE SAMI BANKOWCY TWIERDZĄ, ŻE NA TYM NIE TRACĄ

Ponad 6 tys. osób (dane GUS) pracuje już dla banków jako niezależni brokerzy lub agenci kredytowi. Działają jako osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą tylko w zakresie pośrednictwa kredytowego oraz jako agencje i biura pośrednictwa kredytowego. Takich biur lub agencji jest w kraju około 400. Do największych należą: Expander.pl, Bankier.pl, Open-Finance, Money Expert, Dom Kredytowy Notus oraz Dom Finansowy QS. Banki korzystają z usług w równym stopniu jednych i drugih. Wyjątkiem jest Lukas Bank, który aż w 99 proc. korzysta z usług osób indywidualnych prowadzących własną działalność jako agencji bankowi.

Są jednak takie banki, które w ogóle nie współpracują z pośredni-

kami lub niechętnie korzystają z ich usług. To m.in. Bank Polskiej Spółdzielczości, Pekao oraz większość banków spółdzielczych.

POŚREDNICY A ZYSKI

Pośrednicy kredytowi za sprzedaż kredytu otrzymują od banku wynagrodzenie w postaci prowizji. Wynoszą one od 1 do 2,5 proc., niekiedy nawet 3 proc. udzielonej kwoty kredytu. I здаwałoby się, że przyczyniają się do obniżki zysków. Tymczasem współpraca jest korzystna dla obu stron.

– Dzięki działalności brokerów kredytowych rośnie wartość zaciąganych kredytów. Bank oszczędza na kosztach prowadzenia swoich oddziałów, nie musi zwiększać ilości zatrudnionych pracowników, nie wydaje pieniędzy na marketing itp. Są banki, które potrafią efektywnie wykorzystać pośredników i odnieść znaczące sukcesy sprzedażowe. Przykładem jest mBank, który mimo niewielkiej własnej sieci jest znaczącym graczem na rynku hipotecznym – informuje Maciej Kossowski z Expandera.pl.

Ponadto, zdaniem Norberta Jeziołowicza, dyrektora Związku Banków Polskich, korzystanie z usług pośredników to dla banków istotne rozszerzenie sieci sprzedaży i zwiększenie możliwości docierania do potencjalnych klientów bez ponoszenia dodat-

kowych nakładów na budowę oddziałów lub innych punktów obsługi klientów. Pośrednicy zaś otrzymują gotowy produkt finansowy do sprzedaży.

Tak więc zdaniem Tamary Kulczyńskiej, menedżera ds. współpracy z partnerami zewnętrznymi i sieciami sprzedaży w Banku Zachodnim WBK,



prowizje płacone biuram i agencjom są adekwatne do kosztów, jakie bank poniósłby pozyskując klienta samodzielnie. Dobra znajomość rynku lokalnego pośredników kredytowych i ich umiejętność docierania do klientów warte są swojej ceny. Zwłaszcza że w wielu przypadkach bank musiałby ponieść znacznie wyższe koszty, aby dotrzeć do tej samej grupy klientów, którą może obsługiwać z pomocą pośrednika np. w mniejszych miejscowościach, gdzie bank nie planuje otwierać oddziału, a z powodzeniem funkcjonuje biuro pośrednika.

– Jednocześnie z punktu widzenia dodatkowych kosztów to pośrednik jest tańszy od naszych kanałów dystrybucji i w ten sposób nie wpływa na zmniejszenie przychodów – dodaje Paweł Zegarowicz, dyrektor biura prasowego Citibanku Handlowego.

Rynek pośrednictwa kredytowego to przede wszystkim sprzedaż kredy-

Michał Macierzyński, Bankier.pl:



– Patrząc na dotychczasową współpracę banków z pośrednikami można założyć, że współpraca koncentrowała się przede wszystkim na sprzedaży walutowych kredytów mieszkaniowych – a te wciąż mają znacznie większe prowizje i marże. A zatem w przypadku kredytów złotych można mówić o tym, że teoretycznie obniżyłyby te zyski. Teoretycznie – bo kredyty te sprzedawane są głównie za pośrednictwem własnej sieci dystrybucji banków. W przypadku kredytów złotych nie opłaca im się raczej współpracować z pośrednikami.

W przypadku pośredników raczej nie można też mówić o dużym obniżeniu zysków banków. Komu się opłaca, ten współpracuje. Wynika to z tego, że doradcy przejmują na siebie część zadań – reklamę, dystrybucję, wstępną analizę i weryfikację danych. Jest to bardzo dobra strategia w przypadku mniejszych banków, z małą liczbą placówek. Mogą się skoncentrować na prawidłowej obsłudze procesu, a potem kredytu – ten model ewoluuje w kierunku tworzenia fabryk kredytów (mBank kredyt samochodowy dla e-Finance). Wielu bankom kredyt mieszkaniowy przynosi niewielkie zyski, większe pochodzą ze sprzedaży wiązanej – kart kredytowych, rachunków, funduszy, lokat etc.

tów mieszkaniowych i hipotecznych, w mniejszym stopniu konsumpcyjnych i gotówkowych (ogólnie consumer finance).

CO SPRZEDAJĄ POŚREDNICY?

Tzw. ustawa antylichwiarska i zmiany na rynku bankowym spowodowały, że samodzielny byt mniejszych pośredników kredytowych jest praktycznie niemożliwy. Ten rynek jest raczej poza zasięgiem agencji pośrednictwa kredytowego.



FOT. INGRAM

– W przypadku kredytów dla firm jest jeszcze trudniej. Brak wyspecjalizowanych podmiotów obsługujących duże firmy. Jeśli już istnieją, to są to bardzo małe firmy, bazujące na współpracy z nielicznymi podmiotami, gdzie dużą rolę odgrywa wzajemne zaufanie. Akurat na rynku kredytowania dużych firm jest ogromna konkurencja, a marże bardzo niskie. Do tego firmy do tej pory niezbyt chętnie ubiegały się o tego rodzaju kredyty. Zmiany na tym rynku najpierw obejmą rynek mikroprzedsiębiorstw – informuje Michał Macierzyński z Bankiera.pl.

Współpraca z pośrednikami ma największe znaczenie dla małych banków, a także tych, które intensywnie zdobywają udział w rynku. Udział kredytów pochodzących od zewnętrznych brokerów to w przypadku niektórych banków nawet powyżej 40 proc. Jednak zazwyczaj jest to około 20-30 proc.

O ile większość kredytów hipotecznych jest sprzedawana przez duże firmy pośrednictwa kredytowego, o tyle w sprzedaży kredytów gotówkowych nastąpiła zgoła inna sytuacja. Nastąpiła integracja z bankiem, szczególnie indywidualnych pośredników działających jako agenci kredytowi. I praktycznie obecnie nie ma już dużych niezależnych pośredników w segmencie kredytów konsumpcyjnych. To jest naturalne, bo w tym segmencie bardziej liczy się sprawne dostarczenie do klienta, sieć sprzedaży, marketing niż różnorodność oferty.

DOKĄD ZMIERZA RYNEK?

Prognozuje się, że w 2010 roku udział branży pośrednictwa kredytowego na rynku kredytów konsumpcyjnych wzrośnie z 30 do około 50 proc. udzielanych kredytów. A w przypadku niektórych banków, szczególnie tych, które nie postawiły na rozbudowę własnych kanałów dystrybucji a na brokerów lub agentów kredytowych, ten udział zapewne wzrośnie do powyżej 60 proc.

Będzie rosło znaczenie internetu przy podejmowaniu decyzji finansowych. Widać to już w USA, gdzie znacznie spada znaczenie tradycyjnych pośredników i doradców. Klienci wolą poszukać w internecie, a potem bezpośrednio zwrócić się do pośrednika o kredyt. Ten zaś z kolei będzie zastępował częściowo bank. Rola banku zaś ograniczy się do ostatecznej weryfikacji wniosku, złożenia podpisu i przyznaniu kredytu.

Rynek powoli dojrzewa do pojawienia się banku wyspecjalizowanego

w sprzedaży kredytów „white label”. Za dystrybucję będzie odpowiadał pośrednik, który w pewnym zakresie będzie mógł samodzielnie ustawiać parametry kredytu, a przede wszystkim wartość dodaną. Takimi produktami mogą być zainteresowani za jakiś czas deweloperzy czy firmy doradcze.

Nastąpi też fala konsolidacji, zwłaszcza najmniejszych pośredników. Wynika to z coraz większej konkurencji na tym rynku. Masa i efekt skali pozwoli skutecznie takim pośrednikom współpracować, jednak większość firm będzie własnością dużych grup finansowych. Konkurencja może więc doprowadzić za kilka lat do zjawiska znikania małych jednoosobowych lub kilkuosobowych mikroprzedsiębiorstw, zajmujących się pośrednictwem.

W najbliższym czasie oferta będzie się rozszerzać. Poza kredytami konsumpcyjnymi i hipotecznymi, dystrybuowane będą produkty lokacyjne, będzie też oferowana pomoc w zakresie zarządzania finansami konsumentów. Nastąpi specjalizacja pośredników w zależności od możliwości potencjalnych klientów. Zdaniem Anny Woźniak PR manager z Lukas Banku, zapewne rozwiną się nowe formy pośrednictwa, jak np. aukcje kredytowe.

Jest pewne, że rynek pośrednictwa kredytowego ma olbrzymi potencjał rozwojowy. Nawet banki, które pierwotnie sprzedawały swoje produkty wyłącznie przez własne sieci dystrybucyjne (np. oddziały, Call Center) obecnie dynamicznie rozwijają sprzedaż przez niezależnych pośredników. •

Tomasz Gryń, dyrektor departamentu zarządzania rynkiem kredytów hipotecznych w ING Banku Śląskim:



– W przypadku sprzedaży przez pośredników koszty pozyskania kredytu są oczywiście dla banku wyższe. Warto jednak zwrócić uwagę na prostą zależność – nie ponosząc tych kosztów, bank nie miałby tu żadnych przychodów. Zgodnie z przyjętym modelem współpracy rolą pośrednika jest pozyskanie klienta i ewentualnie skompletowanie dokumentacji. Wszystkie analizy i decyzje są po stronie banku.

Rynek pośrednictwa kredytowego zaczął się dynamicznie rozwijać od dwu lat i dzisiaj jego udział w sprzedaży kredytów hipotecznych wynosi około 30 proc. Prognozuję, że wartość sprzedaży tych kredytów przez pośredników będzie rosła w najbliższych latach i osiągnie poziom od 40 do 50 proc. całości sprzedaży. Punktem odniesienia są tu inne kraje europejskie, gdzie na porównywalnych konkurencyjnych rynkach udział pośrednictwa wynosi nawet do 60 proc.