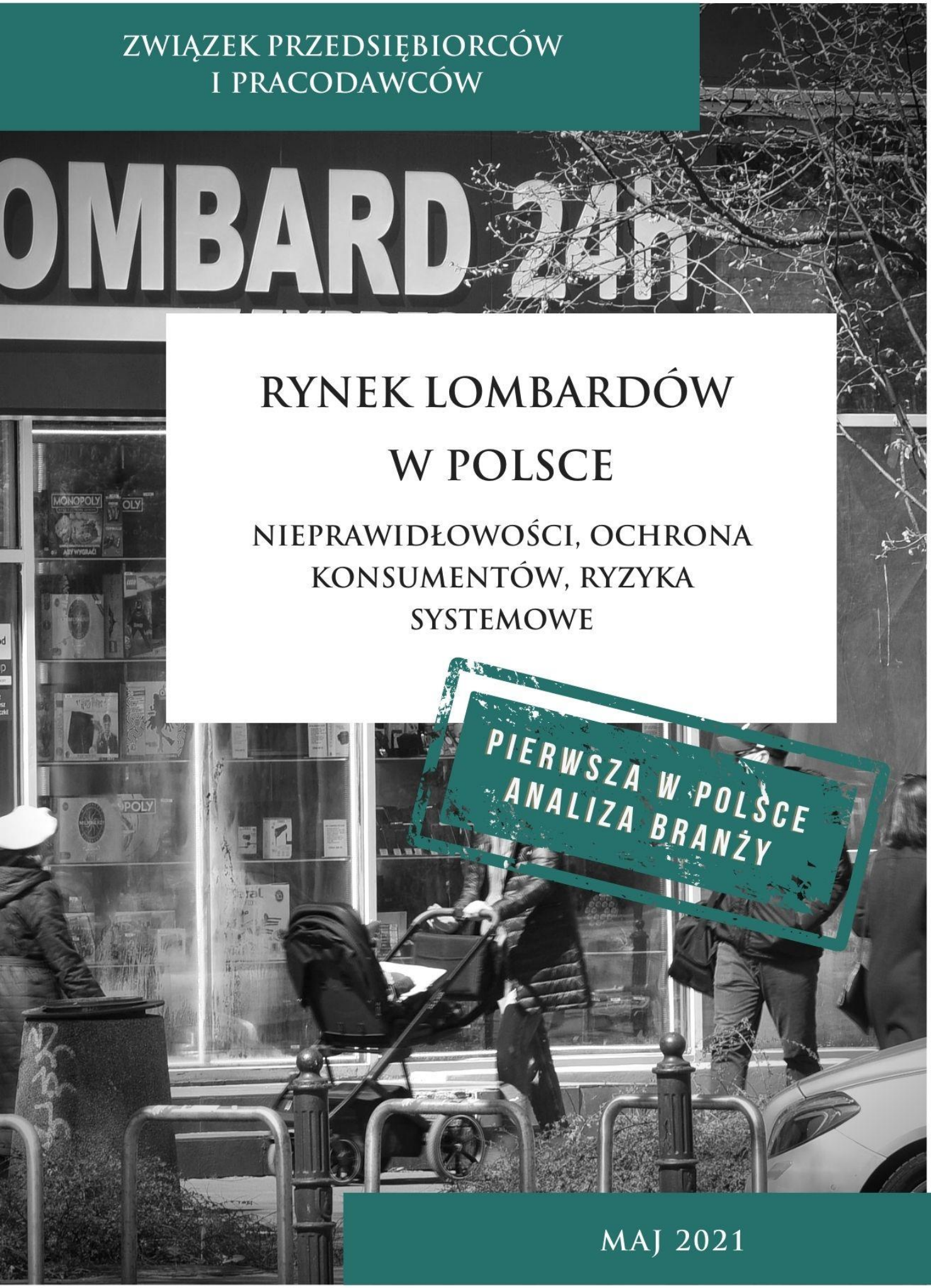
ZWIĄZEK PRZEDSIĘBIORCÓW
I PRACODAWCÓW



RYNEK LOMBARDÓW W POLSCE

NIEPRAWIDŁOWOŚCI, OCHRONA KONSUMENTÓW, RYZYKA SYSTEMOWE

PIERWSZA W POLSCE
ANALIZA BRANŻY

MAJ 2021

RYNEK LOMBARDÓW W POLSCE

Nieprawidłowości, ochrona konsumentów, ryzyka systemowe.

Raport opracowany przez
Związek Przedsiębiorców i Pracodawców

MAJ 2021

SPIS TREŚCI

1. EXECUTIVE SUMMARY 4

2. FINANSE POLAKÓW W OKRESIE EPIDEMII 8

Obawy Polaków o ich sytuację finansową 8

Sposoby pozyskiwania pieniędzy w okresie COVID 19 10

Rynek pożyczek gotówkowych w Polsce 12

3. RYNEK LOMBARDÓW W POLSCE - CHARAKTERYSTYKA 14

Co to jest lombard? 14

Funkcje lombardu 15

Uregulowanie rynku lombardów w Polsce 16

4. ROZMIAR RYNKU LOMBARDÓW W POLSCE 18

Analiza danych zastanych 18

Próba oszacowania rozmiarów rynku poprzez ankietę telefoniczną 20

Wizyty w lombardach 22

5. LOMBARDY NA ULICACH POLSKICH MIAST 24

6. KIM SĄ KLIENCI LOMBARDÓW W POLSCE 26

7. DOŚWIADCZENIA POLAKÓW Z KORZYSTANIA Z LOMBARDÓW 35

Wizerunek lombardów 35

Doświadczenia i opinie Polaków, którzy korzystają z lombardów – zastaw 39

Doświadczenia i opinie Polaków, którzy korzystają z lombardów – wykupywanie przedmiotów ... 47

Doświadczenia i opinie Polaków, którzy korzystają z lombardów – kupowanie 49

8. NASZE ODCZUCIA Z WIZYT W LOMBARDACH 51

Jak przeprowadziliśmy badanie 51

Poziom obsługi w lombardach 52

Czy rzeczywiście w lombardzie można zastawić wszystko? 53

9. LOMBARDY JAKO PODMIOTY RYNKU FINANSOWEGO 55

Prawdziwe warunki realizowanych transakcji w lombardach 55

Umowy w lombardach 58

Prawdziwe koszty pożyczek pod zastaw 64

Kwestie ryzyka systemowego 65

10. LOMBARDY INTERNETOWE 67

11. ŹRÓDŁA - NOTY METODOLOGICZNE PRZEPROWADZONYCH BADAŃ .. 69

1. EXECUTIVE SUMMARY

Już od ponad roku mierzymy się z pandemią COVID-19. To bezprecedensowe kilkanaście miesięcy dla konsumentów, przedsiębiorców oraz rządu. To czas, w którym nadzieja na szybki powrót do normalności nieustannie mieszała się z obawami dotyczącymi wpływu pandemii na finanse osobiste, firmowe czy budżet państwa. W sferze gospodarczej obawy te spowodowały działania wyprzedzające ze strony rządu w postaci regulacji ograniczających koszty kredytów konsumenckich. Z kolei ze strony instytucji finansowych nastąpiło zaostrzenie kryteriów kredytowych. W konsekwencji podaż kredytów mocno się obniżyła. Dzisiaj widzimy, że kryzys nie odbił się znacząco w realnej gospodarce w skali makro, a wiele rozwiązań mających chronić konsumenta na rynku usług finansowych, m.in. przed nadmiernym zapożyczaniem, okazało się być skrojone na wyrost. Niemniej jednak zjawiska te spowodowały zmiany w zachowaniu konsumentów.

W tym niepewnym otoczeniu nie jesteśmy skłonni do zmniejszania swoich wydatków, dlatego **chętnie sięgamy po inne formy pozyskania środków finansowych aniżeli dochód z pracy. Znaczna grupa konsumentów na rynku finansowym straciła bowiem dostęp do uregulowanych i nadzorowanych źródeł pozyskania pieniędzy. Powód – osoby te przestały spełniać kryteria udzielania pożyczek gotówkowych i w efekcie zostały zmuszone do poszukiwania alternatywnych metod pozyskania środków finansowych.**

Stąd wziął się pomysł zbadania rynku lombardów, które – jak przeczuwaliśmy jesienią 2020 r. – zaczynają odgrywać coraz większą rolę w finansach osobistych Polaków. Z drugiej strony chcieliśmy zweryfikować, jak w praktyce funkcjonują przepisy znowelizowanej w 2016 r. ustawy o kredycie konsumenckim, która swoim zakresem objąć miała również lombardy. Przede wszystkim w kontekście kontroli kosztów pozaodsetkowych i praw konsumenta.

Lombardy zaczynają odgrywać coraz większą rolę w finansach osobistych Polaków.

Postanowiliśmy stworzyć **pierwszy kompleksowy raport o rynku lombardów w Polsce** z wykorzystaniem całego zestawu narzędzi służących do badań ilościowych i jakościowych, takich jak analiza danych zastanych, czyli *desk research*, badania telefoniczne CATI, ankiety elektroniczne CAWI czy wreszcie tzw. tajemniczy klient, czyli *mystery client.*

Efekty opisujemy bardzo szeroko w raporcie, ale główny wniosek jest następujący – **rośnie popularność tzw. pożyczek pod zastaw w lombardach.** Jak pokazały badania Maison &Partners na zlecenie ZPP, 14 proc. Polaków ma doświadczenie ze sprzedażą produktu w lombardzie, a 5 proc. skorzystała z tej metody od marca 2020.

W innym ujęciu o rosnącej popularności pożyczek lombardowych świadczy fakt, że o ile przed pandemią z tej formy pozyskania środków korzystało o cztery punkty procentowe mniej osób aniżeli z pożyczek z firm pożyczkowych, tak od marca 2020 roku różnica ta stopniała do jednego punktu procentowego. Innymi słowy, **lombard odwiedza prawie 4,5 mln Polaków. 1,5 mln osób skorzystało z usług punktów lombardowych od marca 2020.**

Liczne opinie ekspertów, jak i artykuły prasowe, potwierdzają to zjawisko. **Pożyczki lombardowe pod zastaw są już dziś niemal tak samo popularne jak te z uregulowanych firm pożyczkowych**.

Lombardy mają wśród Polaków dobre opinie, jednak badania przeprowadzone przez współpracowników ZPP pokazały, że **podmioty prowadzące lombardy obchodzą ramy ustawy o kredycie konsumenckim,** a tym samym obowiązki przestrzegania limitów kosztów pozaodsetkowych.

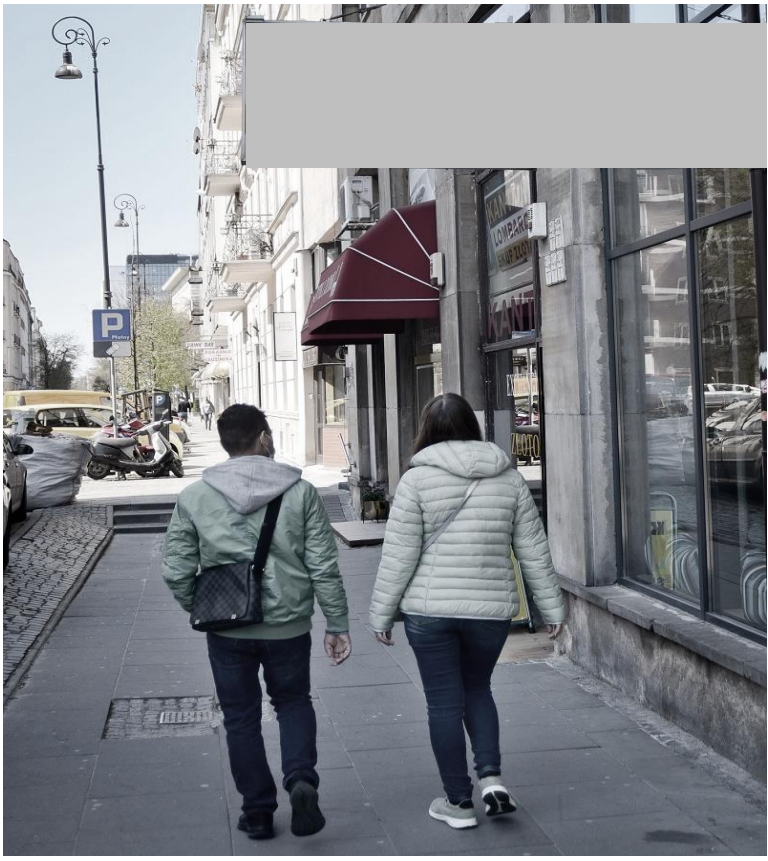
Eksperci i współpracownicy ZPP dokonali także kilkumiesięcznych starań, aby określić wielkość rynku lombardów w Polsce. Wnikliwie przejrzeliśmy dane zastane, rejestry publiczne, przeprowadziliśmy wywiady telefoniczne w punktach prowadzących działalność lombardową, a ostatecznie odwiedziliśmy losowo wybrane lokalizacje. Wniosek: **praktycznie niemożliwe jest oszacowanie rzeczywistej liczby lombardów w Polsce.** Prawdziwa ich liczba może wynosić od 3 tys. (tyle ma odpowiednie PKD) do nawet 40 tys.

Lombard odwiedza prawie 4,5 mln Polaków. 1,5 mln osób skorzystało z usług punktów lombardowych od marca 2020.

Pomimo że w Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) funkcjonuje kod 64.92.Z, który jest dedykowany m.in. udzielaniu pożyczek pod zastaw, okazuje się, że podmioty działające na rynku lombardów unikają rejestracji pod tym kodem. **Lombardy unikają zatem formalnego funkcjonowania jako lombardy.** Odwiedziliśmy m.in. lombard, który był zarejestrowany jako… sklep mięsny.

Lombardy są łatwo dostępne. Łatwo je zauważyć, wejść do nich i zrealizować transakcje. Powyższe czynniki sprawiają, że punkty te szybko zdobywają uwagę klientów. Polacy w ostatnim roku dostrzegają w swoim otoczeniu więcej osób korzystających z lombardów.

Badania pokazały, że **konsumenci kierują się do lombardów bez głębszej analizy kosztów planowanej i zawieranej transakcji**. Nie porównują ze sobą możliwych opcji pozyskania gotówki. **Działają spontanicznie.**



Współpracownicy ZPP odwiedzili kilkanaście lombardów na terenie Polski. Generalne spostrzeżenia z przeprowadzonych wizyt skłaniają do wniosku, że w lombardach brak jest jednolitych zasad informowania o warunkach transakcji czy ujednoliconych standardów obsługi klienta. Rynek nie cechuje się spójnym prokonsumenckim podejściem. Często można odnieść wrażenie, że to lombard i jego pracownicy są w pozycji dominującej względem konsumenta.

Podmioty prowadzące lombardy obchodzą ramy ustawy o kredycie konsumenckim.

Raport pokazuje, że standardy obsługi i ochrony konsumenta odbiegają od praktyk stosowanych na uregulowanym rynku finansowym.

Pożyczki lombardowe cechują bardzo wysokie koszty. Odsetki z jakimi spotkano się w badaniu ZPP wahały się w bardzo szerokim zakresie i wynosiły od 0,66 proc. do ponad 1,5 proc. dziennie.

Poza kosztami odsetek, realnym kosztem transakcji jest różnica między wartością rynkową a wyceną przedmiotów, która oferowana jest w lombardzie. Klienci deklarują, że otrzymują średnio 224 zł mniej niż zakładają na początku. Nie negocjują jednak tych cen. W przeprowadzonych przez współpracowników ZPP badaniach okazało się, że **wycena przedmiotu oddawanego do lombardu wynosi ok. 35 proc. jego rynkowej wartości.**

ZDIAGNOZOWANO SZEREG NIEPRAWIDŁOWOŚCI I PROBLEMÓW NA RYNKU LOMBARDÓW Z PUNKTU WIDZENIA OCHRONY KONSUMENTA. SĄ NIMI:

- nieudostępnianie wzorów umowy do wglądu klienta przed podpisaniem dokumentu,
- znaczące rozbieżności w wycenach zastawianych przedmiotów,
- brak jasnych zasad kalkulacji kosztów,
- ustne i rozbieżne informacje o rzeczywistych kosztach pożyczki pod zastaw,
- brak klauzul o przetwarzaniu danych osobowych klientów,
- nieprawidłowości w zakresie dokumentowania transakcji.

Wspomniane powyżej kwestie wskazują na wysokie ryzyko możliwości naruszeń praw konsumentów.

Wizyta w lombardzie może wiązać się nie tylko z możliwością utraty stosunkowo niewielkich kwot i przedmiotów codziennego użytku. Wiele punktów oferuje zastawianie ruchomości i nieruchomości o dużej wartości. W lombardach można zastawić wartościowe i często zaskakujące przedmioty oraz obiekty, jak np. garaż samochodowy, miejsce parkingowe, przyczepę chłodniczą czy ciągnik rolniczy. Współpracownicy ZPP byli w stanie zastawić w badaniu nawet luksusowy samochód osobowy.

Podsumowując: choć konsumenci korzystający z lombardów są narażeni na ryzyko, to punkty te, mimo wszystko, cieszą się zaskakująco dobrym postrzeganiem. Znacznie lepszym niż wynikałoby to ze stosowanych praktyk i jakości obsługi klienta.

Z badań empirycznych wynika, że branża lombardowa wciąż funkcjonuje poza rejestrami publicznymi, dochodzi w niej do nieprawidłowości w zakresie szeregu kwestii administracyjnych, prawnych, fiskalnych czy ochrony konsumentów, a pożyczki w lombardach są znacznie droższe niż na regulowanym rynku finansowym.

Lombardy, ze względu na charakter prowadzonej działalności, wydają się wypełniać definicję instytucji finansowej. Jednak pomimo szerokiego uregulowania rynku finansowego w Polsce, sektor lombardów pozostaje w przepisach pomijany, a samym lombardom daleko jest do miana instytucji. Temat ten był pomijany także w ekspertyzach rynkowych i naukowych.

Niniejszy raport ZPP jest pierwszym tak kompleksowym badaniem i opisem tego rynku w Polsce.

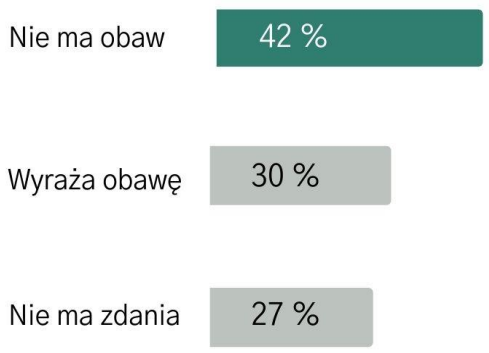
2. FINANSE POLAKÓW W OKRESIE EPIDEMII

OBAWY POLAKÓW O ICH SYTUACJĘ FINANSOWĄ

Pandemia COVID-19 wpłynęła na wszystkie obszary aktywności społecznej, gospodarczej i technologicznej współczesnego świata, w tym także Polski. Zmienił się nie tylko sposób pracy i codzienne aktywności Polaków, ale także nawyki milionów konsumentów. Pierwsze tygodnie pandemii w marcu 2020 roku były okresem największej niepewności i lęku przed tym, co przyniesie przyszłość. Rząd w obawie o kondycję finansową Polaków wprowadził regulacje ograniczające podaż kredytów konsumenckich udzielanych przez instytucje finansowe, takie jak banki, spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe i instytucje pożyczkowe, gdy w jednej z pierwszych specustaw covidowych drastycznie ograniczył limit maksymalnych pozaodsetkowych kosztów kredytów konsumenckich. Bezprecedensowa sytuacja i niejasna przyszłość sprawiły także, że instytucje te dodatkowo zaostrzyły warunki kredytowania.

Jeszcze w październiku 2020 roku, gdy na skutek jesiennej fali koronawirusa rząd wprowadzał sektorowy lockdown, czyli stopniowo wprowadzane kolejne obostrzenia zamrażające gospodarkę i życie społeczne, co trzeci Polak deklarował, że obawia się o stabilność swoich przychodów. Niespełna dwa miesiące później, na podobne pytanie już niemal połowa z nas odpowiadała, że obawia się o stan swoich finansów. Można wnioskować, że każdy kolejny tydzień, nawet częściowego lockdown-u, zwiększał nasze obawy o finansową przyszłość.

Wykres 1. Obawa o stabilność przychodów w kolejnych miesiącach (październik 2020)



Źródło: Federacja Konsumentów, Fundacja Rozwoju Rynku Finansowego, Finanse Polaków w czasie COVID-19. Jak pandemia wpłynęła na portfele i zwyczaje finansowe Polaków?, Warszawa, październik 2020.

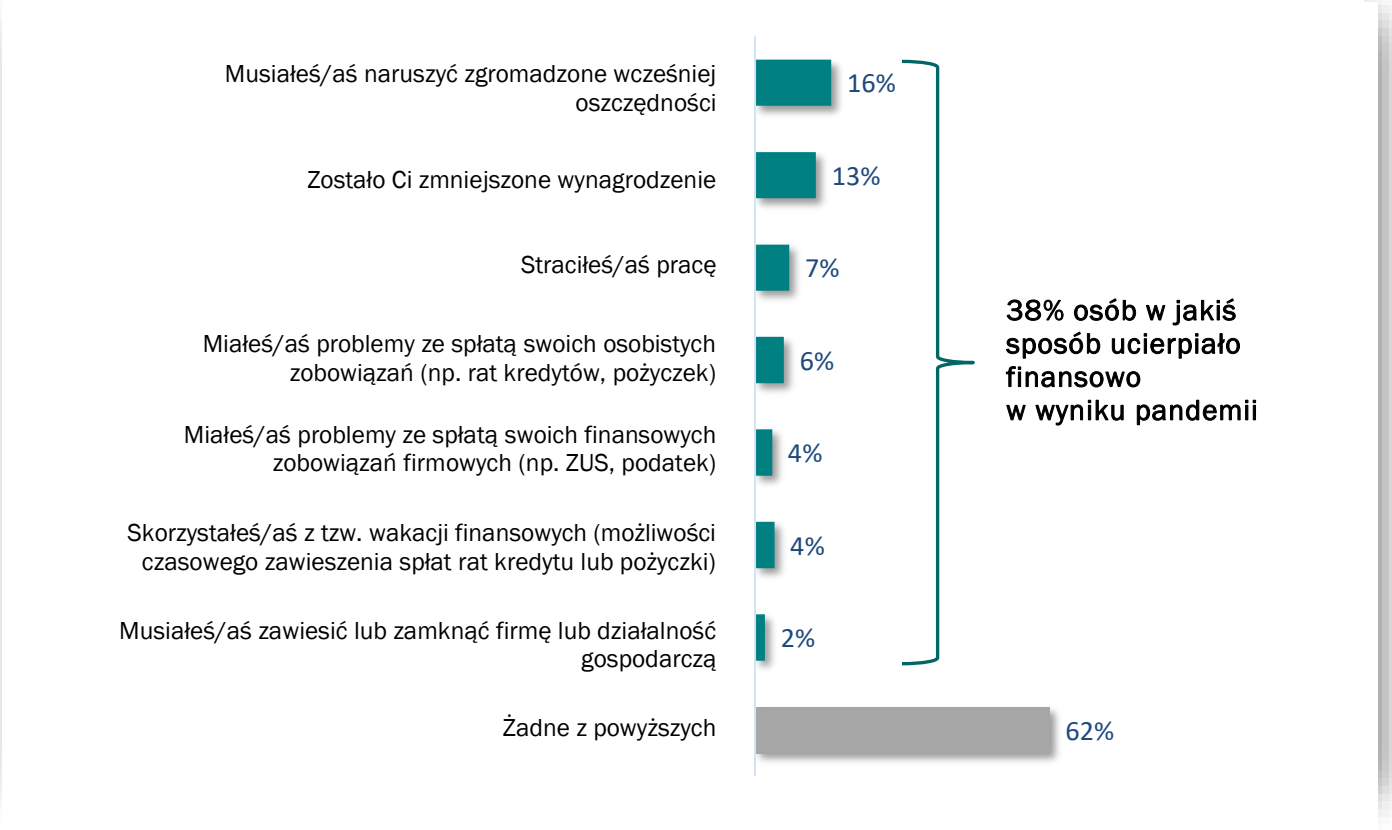
Wykres 2. Czy masz obawy o swoje finanse w związku z pandemią COVID-19 (grudzień 2020)

Źródło: (1)

Rosnący niepokój nie miał swoich źródeł w realnej gospodarce, ani nie przekładał się wprost na nią. W skali makro nie widać było masowego zjawiska obniżania pensji czy wzrostu bezrobocia, także dzięki rządowym tarczom ochronnym.

O ile wielu pracowników, szczególnie w branżach objętych twardym lockdownem, nie mogło pracować, to aż 62 proc. gospodarstw domowych deklarowało, że nie odczuwa kryzysu w swoich budżetach.

Wykres 3. Czy w wyniku epidemii koronawirusa (COVID-19)...?



Źródło: (1)

Wyniki powyższego badania, przeprowadzonego przez firmę badawczą Maison&Partners w grudniu 2020 roku były spójne z wcześniej przytoczonym raportem Federacji Konsumentów oraz Fundacji Rozwoju Rynku Finansowego, w którym 61 proc. gospodarstw domowych twierdziło, że nie odczuwa negatywnych ekonomicznych skutków pandemii[1].

Podsumowując, pandemia koronawirusa wywołała obawy konsumentów, przedsiębiorców czy rządu w kwestii finansów osobistych, firmowych oraz budżetu Państwa. W sferze gospodarczej obawy te spowodowały działania wyprzedzające w postaci regulacji rządowych ograniczających koszty kredytów konsumenckich oraz zaostrzenia kryteriów kredytowych ze strony instytucji finansowych.

Obecnie widzimy, że kryzys pandemiczny nie odbił się znacząco w realnej gospodarce w skali makro, a wiele rozwiązań mających chronić konsumenta na rynku finansowym okazało się być skrojone na wyrost. Niemniej jednak zjawiska te spowodowały zmiany w zachowaniu konsumentów na rynku finansowym.

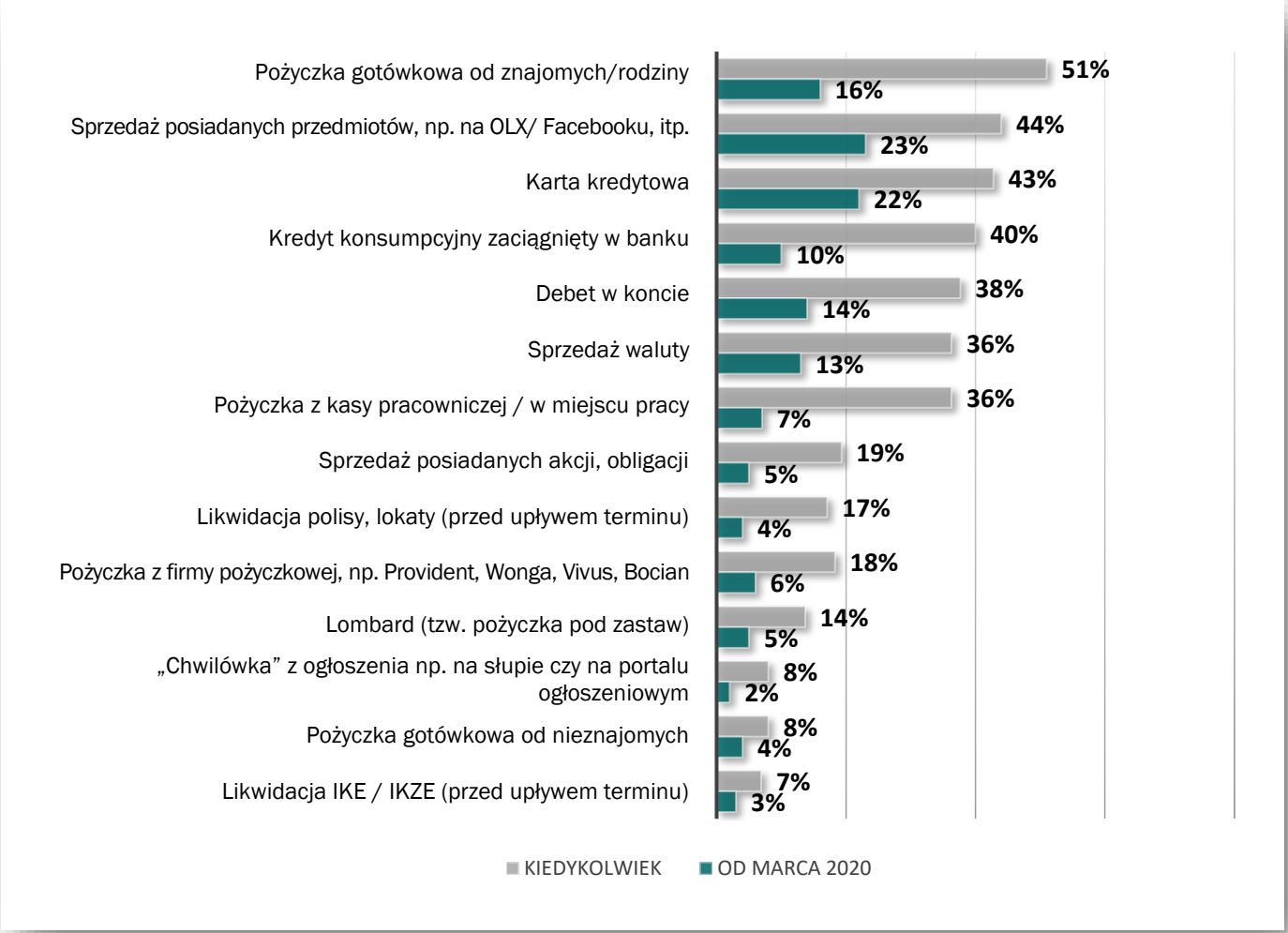
1 *FK s. 3.*

SPOSOBY POZYSKIWANIA PIENIĘDZY W OKRESIE COVID 19

Polacy w niepewnym otoczeniu pandemicznym nie byli bardzo skłonni do zmniejszania skali swoich wydatków. W październiku ubiegłego roku 56 proc. z nas deklarowało, że wydaje tyle samo, a u 59 proc. zobowiązania pozostały na tym samym poziomie[2]. Zjawisko to można interpretować jako chęć utrzymania dotychczasowego stylu życia z nadzieją, że zamrożenie gospodarki i pandemia szybko miną. Z drugiej strony 38 proc. Polaków deklaruje, że odczuwa negatywne skutki pandemii, jeśli chodzi o finanse domowe.

Polacy, starając się więc utrzymać stopę życia na porównywalnym poziomie jak przed pandemią lub próbując łatać domowe budżety, chętniej zaczęli sięgać po nowe formy pozyskiwania środków finansowych. Z uwagi na regulacyjne ograniczenia rynku kredytowego oraz niższą skłonność instytucji bankowych i pożyczkowych do pożyczania, zmieniła się mapa miejsc, w których Polacy zdobywają pieniądze.

Wykres 4. Czy kiedykolwiek od marca 2020 roku skorzystałeś/aś z poniższych sposobów pozyskania pieniędzy? (możliwość wielokrotnego wyboru)



Źródło: (1)

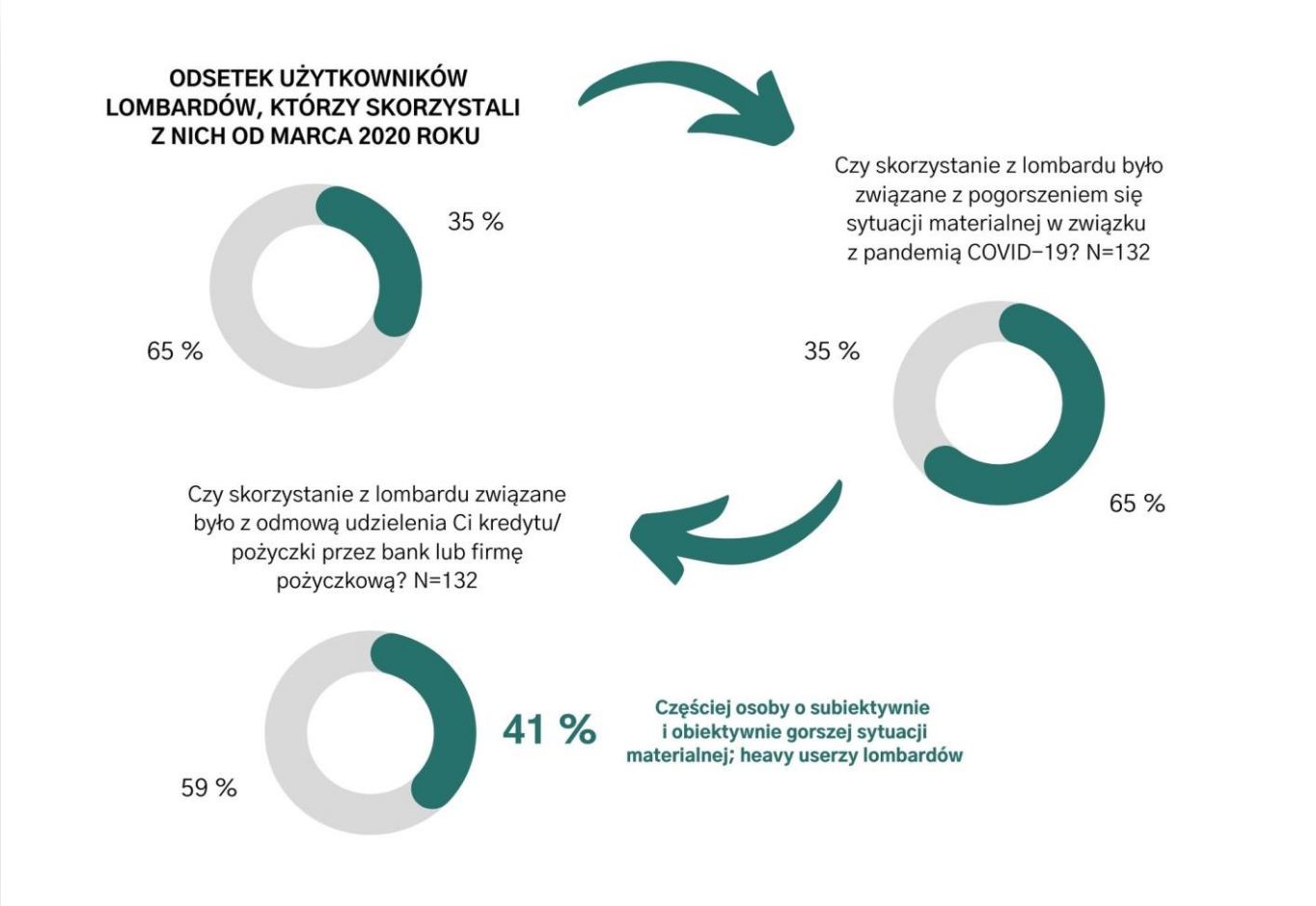
[2] *Federacja Konsumentów, Fundacja Rozwoju Rynku Finansowego, Finanse Polaków w czasie COVID-19. Jak pandemia wpłynęła na portfele i zwyczaje finansowe Polaków?, Warszawa, październik 2020, s. 6.*

Najwięcej Polaków w tym czasie sprzedawało posiadane przedmioty na portalach internetowych i w mediach społecznościowych, korzystało z karty kredytowej lub pożyczało od znajomych i rodziny. Uwagę zwraca dynamicznie rosnąca popularność tzw. pożyczek pod zastaw w lombardach. 14 proc. Polaków deklaruje doświadczenia z zastawieniem przedmiotu w lombardzie, ale aż 5 proc. skorzystało z tej metody od marca 2020 roku. Lepiej widać to w porównaniu z klientami firm pożyczkowych, których rocznie jest ponad 3 miliony. Podczas gdy jeszcze przed pandemią z pozyskiwania gotówki w lombardach korzystało aż o cztery punkty procentowe mniej osób aniżeli z pożyczek z legalnych firm pożyczkowych, to już wiosną i latem 2020 roku różnica ta stopniała do zaledwie jednego punktu procentowego.

Pożyczki lombardowe pod zastaw stały się niemal tak samo popularne jak te z uregulowanych i legalnych firm pożyczkowych.

Około 1/3 użytkowników lombardów, którzy skorzystali z ich usług od marca 2020 r., przyznaje, że było to związane z pogorszeniem się ich sytuacji materialnej w związku z pandemią COVID-19. Jak pokazują wyniki w tej grupie, pandemia negatywnie odbiła się na ich finansach. Jednocześnie aż 41 proc. deklaruje, że skorzystanie z lombardu wymusiła na nich odmowa udzielenia kredytu lub pożyczki.

Wykres 5. Odsetek użytkowników lombardów, którzy skorzystali z nich od marca 2020 roku



Źródło: (1)

RYNEK POŻYCZEK GOTÓWKOWYCH W POLSCE

Wraz z wybuchem pandemii na rynku kredytowym nastąpiło wiele zmian. Rząd w obawie o nagły wzrost zapotrzebowania na kredyty i pożyczki drastycznie, bo o ponad 60 proc., obniżył limit kosztów pozaodsetkowych kredytu konsumenckiego oraz wprowadził dla konsumentów prawo do skorzystania z wakacji kredytowych. Rada Polityki Pieniężnej trzykrotnie obniżyła stopy procentowe, ścinając je niemal do zera. Jak wspomniano wcześniej, banki i firmy pożyczkowe również zaostrzyły kryteria i ograniczyły akcję kredytową. Dodatkowo w przypadku branży pożyczkowej, czynnik regulacyjny zadecydował o wycofaniu się z rynku wielu podmiotów. Finalnie wpłynęło to na gwałtowne obniżenie dostępności kredytów i pożyczek.

Utrudnienia w dostępie do finansowania szybko odczuli Polacy. Jesienią 2020 roku aż 41 proc. respondentów było zdania, że aktualnie trudniej jest uzyskać pożyczkę, niż przed wybuchem pandemii.

Dane 1. Ocena dostępności kredytów i pożyczek

41 %	zdaniem tylu respondentów obecnie trudniej jest uzyskać kredyt niż przed pandemią

Źródło: Federacja Konsumentów, Fundacja Rozwoju Rynku Finansowego, Finanse Polaków w czasie COVID-19. Jak pandemia wpłynęła na portfele i zwyczaje finansowe Polaków?, Warszawa, październik 2020

Jak zauważyła Federacja Konsumentów oraz Fundacja Rozwoju Rynku Finansowego w raporcie pt. Finanse Polaków w czasie COVID-19: „niemal połowa Polaków jest zdania, że w sytuacji, gdy klienci nie otrzymają kredytu w banku, a przy tym nie będą mogli zaciągnąć zobowiązania w firmie pożyczkowej, powstanie luka w finansowaniu potrzeb konsumentów, którzy będąc w potrzebie, mogą szukać finansowania poza legalnym rynkiem. Z takim stwierdzeniem zgadza się aż 46 proc. ankietowanych”[3].

Rynek kredytu konsumenckiego dla gospodarstw domowych w Polsce jest ukształtowany tak, by klienci którzy nie uzyskali pożyczki gotówkowej w banku, mogli skorzystać z oferty legalnych firm pożyczkowych. Regulacje drastycznie ograniczające koszty, jakie może pobierać kredytodawca sprawiły, że dostępność pożyczek zarówno w bankach, jak i w sektorze instytucji pożyczkowych znacznie się obniżyła, przez co znacząca część klientów poszukujących dodatkowego finansowania została wypchnięta z legalnego rynku kredytowego.

Rynek legalnych pożyczek w minionych latach był przedmiotem licznych regulacji. Jeszcze kilkanaście lat temu poziom regulacji tej branży nie nadążał za jej dynamicznym rozwojem i była ona traktowana jako element równoległego do banków sektora „parabankowego”. Nie był prowadzony żaden publiczny rejestr instytucji pożyczkowych, a rynek nie podlegał kontroli ze strony państwa. W miarę rozwoju rynku dojrzewała koncepcja wprowadzenia regulacji dla zapewnienia bezpieczeństwa finansowego konsumentów, jako nieprofesjonalnych uczestników obrotu gospodarczego[4]. Od 2015 roku regulacje, głównie o charakterze prokonsumenckim, zostały mocno ugruntowane w przepisach prawa, przede wszystkim w ustawie o kredycie

[3] *Ibidem, s. 10.*

[4] *Waliszewski K., "Determinanty recesji na rynku pożyczek pozabankowych w Polsce" [w] Finanse i Prawo Finansowe, nr. 1 (25), Poznań, 2020, s. 105-121.*

konsumenckim. Dziś, aby firma pożyczkowa mogła legalnie działać, musi spełnić szereg warunków, a wśród nich m.in. takie:

- legalna firma pożyczkowa musi spełniać minimalne wymogi kapitałowe w wysokości 200 tys. zł i formę kapitału zakładowego w postaci wkładu pieniężnego;
- środki na pokrycie tego kapitału nie mogą pochodzić z kredytu, pożyczki, emisji obligacji lub ze źródeł nieudokumentowanych;
- legalna firma pożyczkowa musi działać jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością lub spółka akcyjna;
- legalna firma pożyczkowa musi spełniać wymogi wobec członków zarządu, rady nadzorczej czy swoich prokurentów. Mogą być nimi wyłącznie osoby, które nie były prawomocnie skazane za przestępstwo przeciwko wiarygodności dokumentów, mieniu, obrotowi gospodarczemu, obrotowi pieniędzmi i papierami wartościowymi lub przestępstwo skarbowe;
- legalna firma pożyczkowa ma prawny obowiązek udostępniania informacji Biuru Informacji Kredytowej w zakresie niezbędnym do oceny zdolności kredytowej konsumenta i analizy ryzyka kredytowego przy zachowaniu tajemnicy bankowej;
- legalna firma pożyczkowa musi uzyskać wpis do rejestru prowadzonego przez KNF;
- legalna firma pożyczkowa jest związana limitem maksymalnych pozaodsetkowych kosztów kredytu konsumenckiego (MPKK);
- legalną firmę pożyczkową obligują maksymalne opłaty windykacyjne za opóźnienie;
- klient zaciągając pożyczkę w legalnej firmie pożyczkowej, musi być jasno poinformowany o całkowitej kwocie do spłaty, może odstąpić od umowy w ciągu 14 dni, musi mieć podany całkowity koszt kredytu, jaki zaciąga, a wzór umowy, jaką zamierza zawrzeć z firmą musi zostać mu okazany na jego wezwanie[5].

Dalsze zmiany, które wpłynęły na rynek pożyczek gotówkowych w Polsce miały miejsce w marcu 2020 roku. W ramach tzw. Tarcz Antykryzysowych rząd ograniczył bankom, SKOK-om i firmom pożyczkowym możliwość udzielania pożyczek. Osoby, które dzięki nim realizowały swoje wydatki, zostały odcięte od tego źródła finansowania. Zwiększenie restrykcji regulacyjnych spowodowało zmniejszenie dostępności kredytów, w tym kredytów konsumenckich, dla Polaków.

- **W całym 2020 r. akcja kredytowa osiągnęła 140,8 mld zł, tj. mniej o 29,3 mld zł (18 proc.) w porównaniu z 2019 rokiem.**
- **W całym 2020 r. wartość udzielonych kredytów gotówkowych spadła o 30 proc.**
- **W 2020 r. firmy pożyczkowe udzieliły o 25 proc. mniej pożyczek na kwotę o 33 proc. niższą niż rok wcześniej. Rekordowe spadki odnotowano w kwietniu 2020 r., gdy sprzedaż pożyczek pod względem wartości spadła aż o 66,4 proc. rok do roku.**

W licznych opiniach i komentarzach prasowych przebija się pogląd, że Polacy skierowali się do lombardów, ponieważ nie zostały dotknięte pandemiczną ofensywą regulacyjną. I to pomimo tego, że projektodawca ustawy o kredycie konsumenckim z 2015 roku wyraźnie wskazywał, że definicja „instytucji pożyczkowej" obejmuje również „przedsiębiorców prowadzących działalność lombardową, w zakresie, w jakim udzielają kredytów konsumenckich".

5 *Zgodnie z Ustawą z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym i niektórych innych ustaw Dz.U. 2015, poz. 1357] wprowadzającą zmiany do ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim przepisy dotyczące instytucji pożyczkowych.*

3. RYNEK LOMBARDÓW W POLSCE - CHARAKTERYSTYKA

CO TO JEST LOMBARD?

W polskim systemie prawnym nie funkcjonuje definicja działalności lombardowej. Mówiąc o lombardach, mamy więc na myśli działalność zdefiniowaną przez pryzmat praktyki niż regulacji prawnych. Na potrzeby tego raportu przyjmujemy definicję praktyczną, polegającą na tym, że lombard to podmiot zajmujący się udzielaniem pożyczek osobom fizycznym pod zastaw ruchomości, np. biżuterii, dzieł sztuki, sprzętu RTV, elektroniki, zabawek, ale także samochodów, itp.

Pożyczki lombardowe mają najczęściej charakter konsumpcyjny i krótkoterminowy. Po zwrocie pożyczki wraz z należnymi odsetkami pożyczkobiorca odzyskuje zastawiony przedmiot. W przeciwnym razie przedmiot zastawu staje się własnością lombardu i następnie zostaje wystawiony do otwartej sprzedaży.

Lombardy mają swoją wielowiekową tradycję. Sama ich nazwa wywodzi się od nazwy włoskiego regionu Lombardia, w którym u schyłku średniowiecza ówcześni bankierzy udzielali pożyczek pod zastaw.

W Polsce lombardy działały w okresie międzywojennym; zostały zlikwidowane po II wojnie światowej, a wznowiły działalność po 1989[6].

Jak jednak zostanie wykazane w tym raporcie, sprzedaż w lombardzie często jest charakteryzowana jako mało korzystna z perspektywy klienta. Oferowana przez lombard wycena jest często zdecydowanie niższa od faktycznej rynkowej wartości zastawianego przedmiotu.

TYPOWY MECHANIZM DZIAŁANIA LOMBARDU JEST Z ZAŁOŻENIA PROSTY:

- Klient lombardu zaciąga krótkoterminową pożyczkę (zazwyczaj na okres kilkunastu dni).
- Pożyczka jest zabezpieczona zastawem (najczęściej przyniesioną do punktu ruchomością), a do upłynięcia okresu spłaty pożyczki przedmiot ten objęty jest ograniczonym prawem rzeczowym i lombard nie może go wystawić na sprzedaż.
- Lombard jest zobligowany do przechowywania przedmiotu zastawu w sposób zabezpieczający go przed utratą wartości.
- Jeżeli klient lombardu spłaci w określonym terminie pożyczkę, otrzyma zastawiany przedmiot z powrotem. Klient może także za opłatą wydłużyć termin wykupu.
- Jeżeli tego nie zrobi, lombard uzyska prawa do pełnego dysponowania przedmiotem i wystawi go na sprzedaż.

6 *Encyklopedia PWN, https://encyklopedia.pwn.pl/haslo/lombard; 3933651.html , (dostęp 2.02.2021).*

FUNKCJE LOMBARDU

Oprócz działalności lombardowej, czyli udzielania pożyczek pod zastaw, punkty te łączą w sobie jeszcze inne dwie podstawowe funkcje: miejsca sprzedaży przedmiotów i miejsca zakupu przedmiotów.

Obszar działania	Pożyczka pod zastaw	Miejsce sprzedaży przedmiotów	Miejsce zakupu przedmiotów	Miejsce dodatkowych usług
Charakterystyka	Najbardziej klasyczny obszar funkcjonowania lombardu.	„Nowa" funkcja lombardu. Szczególnie przydatna, gdy ma się niepotrzebne, ale wartościowe przedmioty.	Lombardy są punktami, w których można kupić przedmioty w atrakcyjnej cenie.	Lombardy oferują wachlarz dodatkowych usług jak kantor, skup złota, czy odbiór przesyłek.
Konkurencja	Najbliższą konkurencją są instytucje udzielające kredytów konsumenckich, czyli pożyczek gotówkowych.	• OLX • Grupy na FB, Gumtree • Allegro	• Sklepy tradycyjne i on-line • Internet (Allegro), ogłoszenia w sieci	• Kantory • Skup złota • Poczta i paczkomaty

Źródło: Opracowanie własne na podst. Maison&Partners, Badanie jakościowe FGI, IDI – Użytkownicy lombardów, grudzień 2020

Lombard jest zatem specyficznym miejscem szybkiego pozyskiwania gotówki, z którego można korzystać także w związku z jego pozostałymi funkcjami. Czasami wręcz pomysł skorzystania z lombardu jest skutkiem wcześniejszego kontaktu z tym miejscem przy okazji korzystania z innych, dosyć powszechnych, usług, jak np. odbiór przesyłek. Potwierdzają to relacje osób biorących udział w badaniu zleconym przez ZPP.

Rozszerzona funkcjonalność oferty lombardu zmniejsza obawy potencjalnych klientów przed skorzystaniem z jego standardowej usługi w chwili, gdy pojawi się potrzeba dodatkowej gotówki. Także umiejscowienie lombardów w często uczęszczanych punktach miast i miasteczek oraz reklamowanie ich w mediach obniżają barierę strachu przed wejściem do takiego punktu, oswajają z lombardem i eliminują poczucie wstydu czy obawy o bycie „przyłapanym" podczas wizyty w „takim miejscu".

Dla niektórych jednoczesne sprzedawanie, zastawianie i kupowanie przedmiotów w jednym miejscu daje poczucie wyrównania kosztów poniesionych podczas brania pożyczki czy sprzedania przedmiotu po cenie niższej niż rynkowej.

Obecnie lombardy w coraz większym stopniu rozszerzają swoją działalność na Internet. Dotychczas dotyczyło to w szczególności sprzedaży zastawianych przedmiotów. Obecnie można zauważyć trend w postaci oferowania możliwości zbycia towarów. Lombardy często posiadają swoje konta w serwisach sprzedażowych jak Allegro. Sprzedawane są tam towary pozyskane od osoby zastawiającej, a ponadto osoby uczestniczące w sieciach lombardów (dotyczy to m.in. lombardów sieciowych) mogą wystawiać poszczególne produkty na stronie internetowej „sklepu". Co więcej sama strona internetowa danego lombardu często przygotowana jest przede wszystkim pod sprzedaż, a nie promocję np. przystąpienia do sieci czy lokalizacji konkretnego lombardu. Już ten fakt udowadnia, jak ważnym kanałem sprzedaży jest obecnie Internet. Dodatkowo należy wspomnieć, że największa sieć lombardów w Polsce wprowadziła do swojej oferty drobne, nowe akcesoria (takie jak słuchawki czy ładowarki) obrandowane własną marką.

Czy wiesz, że...

Na stronie jednej z sieci lombardowych znajduje się prawie pół miliona przedmiotów na sprzedaż (dane na dzień 27 kwietnia 2021 r.). Wśród nich jest zarówno drobna biżuteria, gry video czy tzw. małe AGD, jak również dzieła sztuki (np. obrazy wycenione na kilka tysięcy złotych).

UREGULOWANIE RYNKU LOMBARDÓW W POLSCE

Lombardy, ze względu na charakter prowadzonej działalności, wydają się być instytucjami finansowymi. Jednak pomimo coraz silniejszego uregulowania rynku finansowego w Polsce, branża lombardowa z jakichś powodów jest w przepisach pomijana. Działalność ta do tej pory nie została odrębnie uregulowana, nawet szczątkowo. Z kolei analiza sposobu zakładania i prowadzenia działalności przez właścicieli lombardów dowodzi, że powszechne jest „przykrywanie" finansowego charakteru tych firm inną działalnością. Kontrowersje wzbudzają też praktyki lombardów w relacjach z klientami.

Zakładając lombard wystarczy zarejestrować działalność gospodarczą. Nie jest wymagane przedstawienie zaświadczenia o niekaralności. Nie istnieją obowiązki uzyskiwania koncesji, zezwoleń lub wpisu do urzędowych rejestrów. Teoretyczny wyjątek stanowią lombardy, które udzielają pożyczek konsumenckich z zabezpieczeniem w postaci zastawu na rzeczy ruchomej. Taka działalność wpisuje się w cechy instytucji pożyczkowych

w rozumieniu ustawy o kredycie konsumenckim. Oznacza to konieczność uzyskania wpisu do rejestru instytucji pożyczkowych prowadzonego przez KNF, prowadzenia działalności w formie spółki kapitałowej (spółki z ograniczoną odpowiedzialnością lub spółki akcyjnej), a także wymóg posiadania odpowiedniego kapitału zakładowego. Lombardy bez trudu omijają jednak te wymogi poprzez podpisywanie umów sprzedaży z prawem odkupu rzeczy przez ich wcześniejszego właściciela czy umów na odpłatne przechowywanie przedmiotu (zamiast umów o kredyt konsumencki). Umowy takie nie są klasyfikowane jako pożyczki konsumenckie, co zwalnia te podmioty z wcześniej opisanych wymogów.

Skorzystanie z usług lombardu nie wymaga ponadto przedstawienia zaświadczeń o dochodach. Nie jest sprawdzana historia kredytowa klienta. Zabezpieczenie przyznawanej pożyczki stanowi przedmiot zastawiany w lombardzie.

Rynek finansowy w Polsce można uznać za przeregulowany. Z pozoru korzystnie można oceniać zatem liberalne wymagania wobec podmiotów chcących wejść do danego sektora usług finansowych. Należy jednak dążyć do równych szans i wymagań dla działających przedsiębiorstw. Ustawodawca tymczasem punktowo wybiera grupy podmiotów działających na rynku finansowym, które doregulowuje. W efekcie takich działań banki czy firmy pożyczkowe „cieszą się" nadmiernymi i nader często zmienianymi ograniczeniami.

Lombardy natomiast działają w niczym nieskrępowanym otoczeniu prawnym. Ma to przełożenie nie tylko na brak równych szans dla przedsiębiorstw, ale także na nierówną ochronę konsumenta na rynku finansowym.

Obchodzenie przez podmioty prowadzące lombardy ustawy o kredycie konsumenckim oznacza brak obowiązku przestrzegania limitów kosztów pozaodsetkowych.

Kwestia roztoczenia parasola ochronnego nad konsumentami jest podnoszona każdorazowo przy pracach nad kolejnymi regulacjami rynku. Rodzi się więc pytanie, czy zaniechanie regulacji rynku lombardów jest intencją prawodawcy czy sektor lombardów jest po prostu niewidoczny z punktu widzenia prawa i ochrony konsumenta. Z pewnością rynek lombardów w Polsce jest ciężko uchwytny z punktu widzenia statystyki. O tym mówi kolejny podrozdział niniejszego raportu.

4. ROZMIAR RYNKU LOMBARDÓW W POLSCE

Na potrzeby niniejszego opracowania eksperci Związku Przedsiębiorców i Pracodawców, oraz konsultanci zewnętrzni, przez ponad 3 miesiące prowadzili badania mające na celu oszacowanie liczby podmiotów prowadzących w Polsce działalność lombardową. Zastosowano zróżnicowane podejście do tego zagadnienia. Wnikliwie przejrzeliśmy dane zastane, rejestry publiczne, przeprowadziliśmy wywiady telefoniczne w punktach prowadzących działalność lombardową i ostatecznie odwiedziliśmy losowo wybrane lokalizacje. Wnioski?

Praktycznie niemożliwe jest oszacowanie rzeczywistej liczby lombardów w Polsce. Prawdziwa ich liczba może wynosić od 3 tys. (tyle podmiotów ma odpowiednie PKD) do nawet 40 tysięcy punktów, czyli pojedynczych lombardów.

Pomimo że w Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD) funkcjonuje kod 64.92.Z, który jest przeznaczony m.in. udzielaniu pożyczek pod zastaw, okazuje się, że podmioty działające na rynku lombardów unikają rejestracji pod tym kodem.

Innymi słowy:
Lombardy nie chcą przyznać się do bycia lombardami, mimo że udzielają pożyczek pod zastaw.

Kulisy pracy: Jak eksperci ZPP próbowali oszacować wielkość rynku?

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH

Podstawowym zbiorem przedstawiającym dane na temat prowadzonych w Polsce działalności gospodarczych jest Centralna Ewidencja i Informacja o Działalności Gospodarczej (CEIDG), w której istnieje możliwość wyszukiwania działalności gospodarczych po numerach PKD definiujących rodzaj i profil tych działalności.

W ramach prowadzonej analizy wytypowano trzy kody PKD, jakie mogą odpowiadać prowadzeniu przez dany podmiot lombardu, są to:

- PKD 64.92.Z - Pozostała finansowa działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych (Pozostałe formy udzielania kredytów)
  - Działalność związana z usługami finansowymi dotyczącymi przede wszystkim udzielania kredytów przez instytucje nieobjęte pośrednictwem pieniężnym:
    - Udzielanie kredytów konsumpcyjnych,
    - Finansowanie handlu zagranicznego,
    - Zapewnienie długoterminowego finansowania działalności przemysłowej,
    - Pożyczki pieniężne poza systemem bankowym,
    - Udzielanie kredytów mieszkaniowych przez specjalistyczne instytucje nieprzyjmujące depozytów,
    - Udzielanie pożyczek pod zastaw (np. działalności lombardów).
- PKD 47.79.Z – Sprzedaż detaliczna artykułów używanych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach
  - Podklasa ta obejmuje sprzedaż:
    - Używanych książek,
    - Pozostałych artykułów używanych,
    - Antyków,
    - Sprzedaż w domach aukcyjnych.
  - Podklasa nie obejmuje:
    - (...) działalności lombardów.

- **PKD 64.99.Z** – Pozostała działalność finansowa, gdzie indziej niesklasyfikowana, z wyłączeniem ubezpieczeń i funduszy emerytalnych:
  - Pozostałe pośrednictwo finansowe związane głównie z dystrybucją środków finansowych, w inny sposób niż udzielanie pożyczek;
  - Faktoring;
  - Wystawianie swapów, dokonywanie opcji oraz zawieranie transakcji zabezpieczających;
  - Działalność inwestycyjną na własny rachunek dokonywaną poprzez lokatę kapitału za pośrednictwem przedsiębiorstw wysokiego ryzyka, klubów inwestycyjnych, itd.

W tym miejscu konieczne jest wytłumaczenie, z jakiego powodu do próby oszacowania wielkości rynku lombardów wytypowano PKD 47.79.Z, w ramach którego znajduje się zapis, iż PKD to nie ma zastosowania w przypadku lombardów. Otóż pierwsze rozeznanie branży – np. opinie na branżowych forach internetowych – pokazuje, że lombardy często działają pod szyldem np. „komisu", do którego można już stosować wspomniane PKD.

Mając na uwadze rozbieżność w PKD, pod jakimi funkcjonują lombardy, celem badania nie było więc określenie liczby podmiotów z danym PKD, a możliwie precyzyjne oszacowanie, jaka liczba lombardów faktycznie działa w Polsce.

Przeprowadzona analiza wybranych przedsiębiorstw posiadających wspomniane PKD jednoznacznie udowodniła, że samo posiadanie któregokolwiek z wytypowanych kodów PKD nie jest wystarczającym dowodem na to, że dany podmiot jest lombardem, albo że chociaż działa w branży pokrewnej. Otóż bardzo wiele firm wykorzystujących np. PKD 47.79.Z, odpowiadające sprzedaży artykułów używanych, w rzeczywistości było firmami usługowymi, np. firmami przewozowymi, zakładami fryzjerskimi, gabinetami dentystycznymi czy warsztatami mechanicznymi. PKD wytypowane dla lombardów, bądź działalności pokrewnej lub podobnej, najwyraźniej zostały albo dopisane na tak zwany „wszelki wypadek" i w myśl zasady „może kiedyś się przyda" albo po to, by móc wytłumaczyć sprzedaż używanych narzędzi i sprzętu wykorzystywanego w codziennej działalności.

Samo opracowanie danych z bazy REGON również jest niewystarczające do określenia, ile spośród przedsiębiorstw wytypowanych jako lombardy, bądź z działalnością pokrewną, w rzeczywistości ją prowadzi. Poza tym istotnym problemem pozostaje rzeczywiste określenie liczby lokalizacji, w których działa lombard. Jeden podmiot jako właściciel może bowiem prowadzić kilka albo nawet kilkanaście punktów.

Jednocześnie nadal brakuje jakichkolwiek, rzetelnych badań na temat branży lombardowej w Polsce. Można trafić na artykuły prasowe, w których podawana jest liczba lombardów, jednak autorzy tych publikacji nie odnoszą się do żadnej metodologii ani sposobów sporządzenia tych szacunków. Na przykład jeszcze w 2013 r. Gazeta Wyborcza informowała, że w Polsce w 2010 r. było 10 tys. lombardów, a w 2013 już 15 tys.

Osoby faktycznie prowadzące działalność lombardową często robią to „pod przykrywką" innej, najczęściej pokrewnej działalności gospodarczej. Uzasadniałoby to uwzględnienie innych PKD, nawet jeśli nie odzwierciedlają one w pełni prowadzonej działalności.

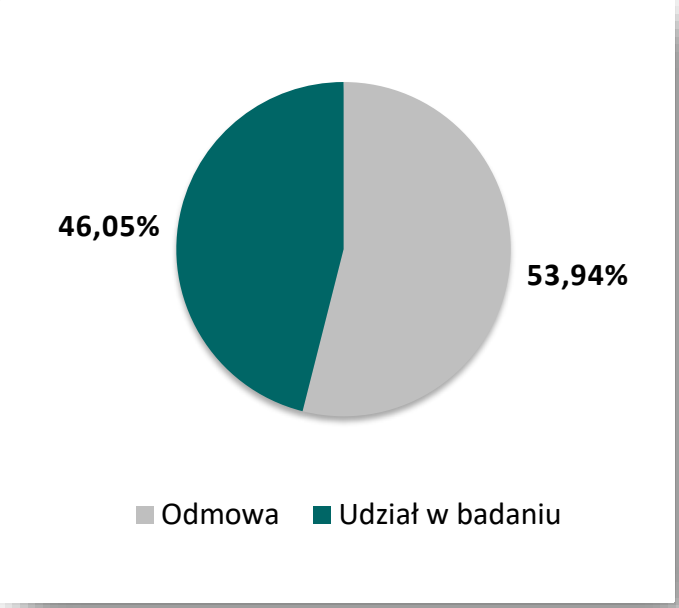
Skala niespójności kodów PKD z realnie prowadzoną działalnością jest w ocenie ZPP niespotykana w innych sektorach gospodarki.

Kolejne próby określenia rozmiarów rynku mogą w powyższym przekonaniu utwierdzić.

PRÓBA OSZACOWANIA ROZMIARÓW RYNKU POPRZEZ ANKIETĘ TELEFONICZNĄ

Współpracownicy ZPP z uwagi na trudności z oszacowaniem rynku na podstawie danych zastanych w publicznych rejestrach, zastosowali w kolejnym kroku badanie CATI (wywiad telefoniczny wspierany komputerowo), odpytując same lombardy. Warto również zaznaczyć, że samo badanie bardzo wydłużało się w czasie. Wpływ na taki stan rzeczy miały bardzo liczne odmowy udziału w badaniu. Ankieterzy bardzo często odczuwali niechęć respondentów do udzielania odpowiedzi, a nawet sygnalizowali oni im strach. Respondenci tłumaczyli się często niewiedzą lub tym, że to nie jest ich firma lub są tylko jej pracownikami, a także brakiem upoważnienia do prowadzenia takich rozmów, itp. W sumie ankieterzy wykonali 823 połączenia telefoniczne, z czego aż 53,94 proc. rozmów stanowiły odmowy wzięcia udział w badaniu bądź udzielenia informacji.

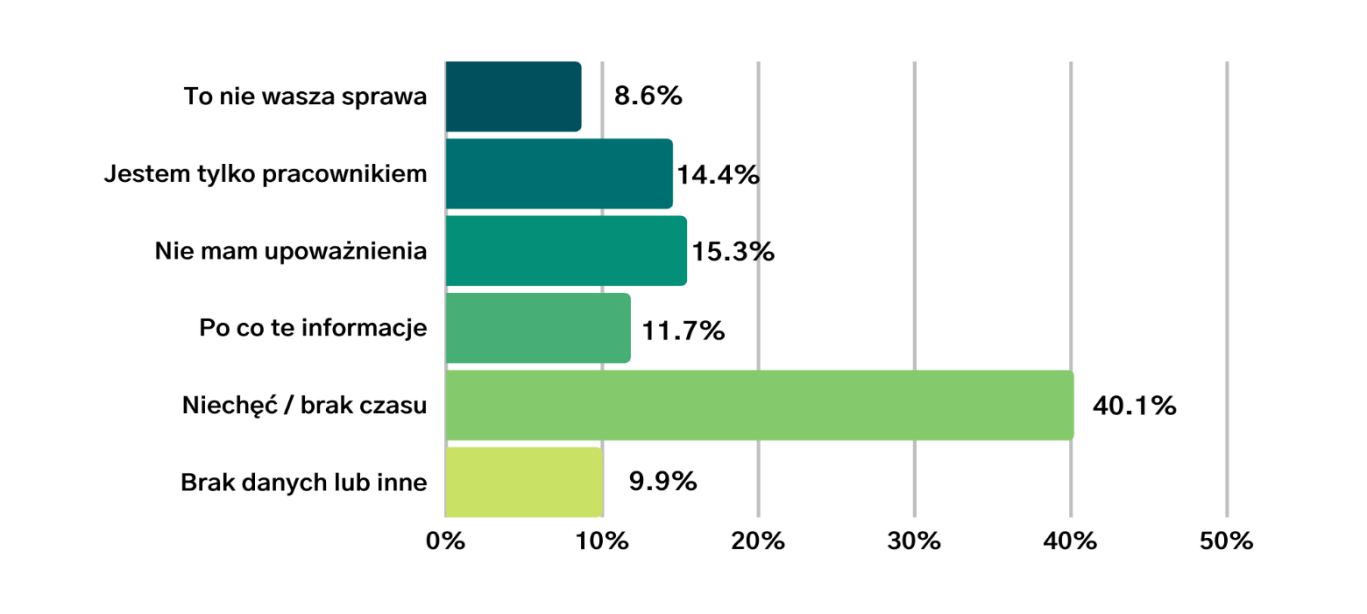
Wykres 6. Zgoda na udział w badaniu



Źródło: (5)

Ankieterzy niejednokrotnie wskazywali, że już sama rozmowa wprowadzała rozmówców w stan zakłopotania. 11,71 proc. odmów stanowiły, niejednokrotnie agresywne w formie, odpowiedzi negujące sam fakt zbierania danych o lombardach bądź strach np. przed kontrolą. Rozmówcy dopytywali, kto się nimi interesuje i w jakim celu. 8,55 proc. stanowiły odmowy, w których rozmówcy stwierdzili, że informacje o tym jaka firma jest prowadzona pod danym adresem, o kondycji branży itd. nie powinno w ogóle interesować ankieterów lub kogokolwiek innego. Strukturę powodów odmów rozmowy przedstawia kolejny wykres.

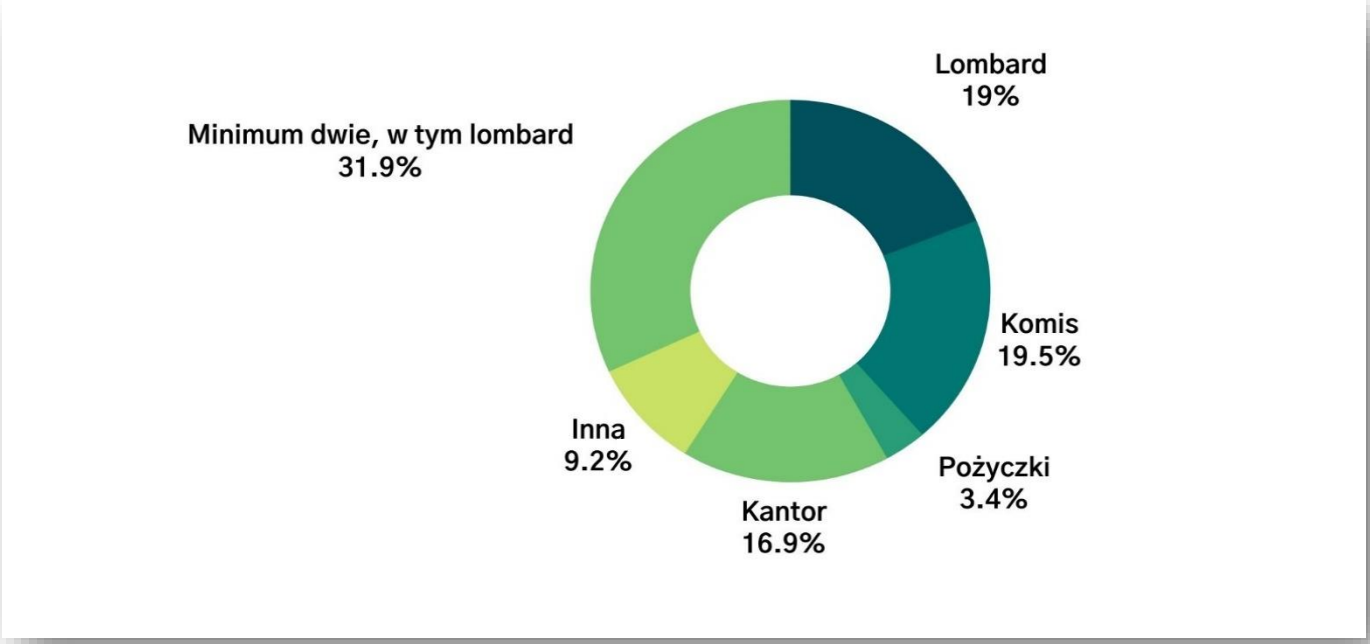
Wykres 7. Powody odmowy udziału w badaniu



Źródło: (5)

Zapytano także respondentów o typ działalności gospodarczej prowadzonej w ramach przedsiębiorstwa. Niemal 1/3 badanych podmiotów – 32 proc. – prowadzi działalność minimum dwóch typów, z czego jedna to lombard. 20 proc. podmiotów to komisy, a tylko 19 proc. to wyłącznie lombardy. Oznacza to, że ponad połowa badanych podmiotów z formalnego punktu widzenia nie jest lombardami.

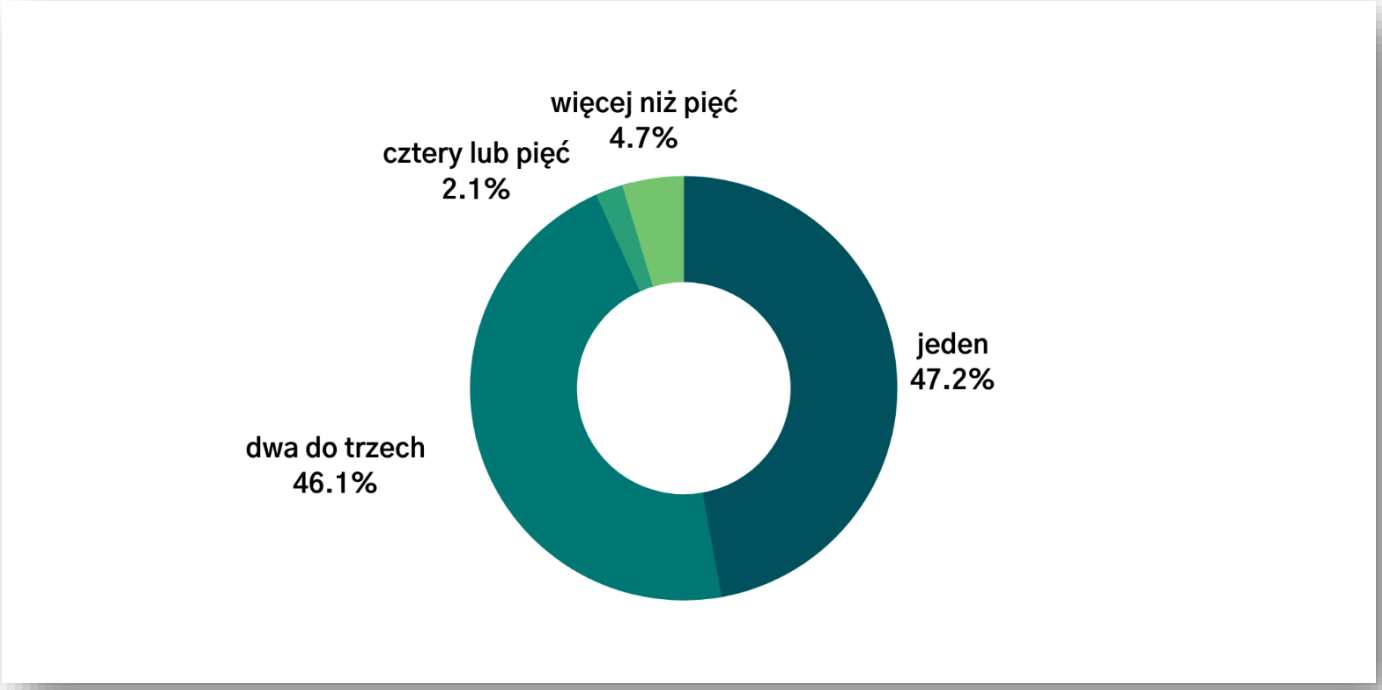
Wykres 8. Typ prowadzonej działalności



Źródło: (5)

Odpowiedzi na pytanie o liczbę fizycznych punktów prowadzenia działalności w ramach jednej firmy przedstawia poniższy wykres.

Wykres 9. Liczba punktów prowadzenia działalności lombardowej w ramach sieci



Źródło: (5)

Najczęstszą odpowiedzią na pytanie o liczbę punktów była informacja, że w ramach firmy funkcjonuje jeden punkt lombardowy – 47,15 proc. Jednak niewiele mniej, bo 46,11 proc. podmiotów gospodarczych prowadzi od 2 do 3 takich punktów. Firmy posiadające 4 do 5 punktów stanowią 2 proc. badanych, a powyżej pięciu – 4 proc. To oznacza, że prawdziwy obraz rynku jest jeszcze trudniejszy do uchwycenia, gdyż ponad połowa z przedsiębiorstw działających jako lombardy prowadzi więcej niż jeden punkt, a niemal co dwudzieste ma ich ponad pięć.

WIZYTY W LOMBARDACH

W ramach badania współpracownicy ZPP udali się do 10 lombardów stacjonarnych. W pierwszych dwóch tygodniach stycznia 2021 roku odwiedziliśmy punkty zlokalizowane w jednym dużym mieście (Warszawie) oraz w mniejszych miastach (Mińsk Mazowiecki, Pułtusk i Nowy Dwór Mazowiecki)[7].

Większość z odwiedzanych przez nas lombardów nie miała wpisanej w CEIDG działalności lombardowej. Wyrywkowe analizy wpisanych PKD i ich zmian w ostatnich latach w przypadku niektórych odwiedzanych punktów pokazały, że jeżeli nawet niektóre firmy miały kiedyś w PKD działalność

[7] *Z uwagi na epidemię koronawirusa i wynikające z tego ograniczenia w podróżowaniu, a także względy bezpieczeństwa ankieterów, badanie ograniczono do Województwa Mazowieckiego.*

lombardową, to obecnie jest ona wykreślona. Większość wpisów PKD łączy sprzedaż detaliczną szeroko rozumianą: sprzedaż w sieci, usługi magazynowania, obrót nieruchomościami itp. Tylko wyjątki mają zgłoszoną „pozabankową" formę udzielania kredytów.

W PKD niektórych lombardów pojawiają się zaskakujące działalności wiodące, takie jak sprzedaż mięsa czy obrót materiałami budowlanymi.

Pomimo że lombard jest praktycznie instytucją finansową i to właśnie działalność udzielania pożyczek pod zastaw powinna być zgłaszana jako wiodąca do publicznych rejestrów, to większość odwiedzanych lombardów w ogóle nie podaje działalności lombardowej, jako tą którą prowadzi lub łączy ją z inną działalnością o charakterze niefinansowym, taką jak:

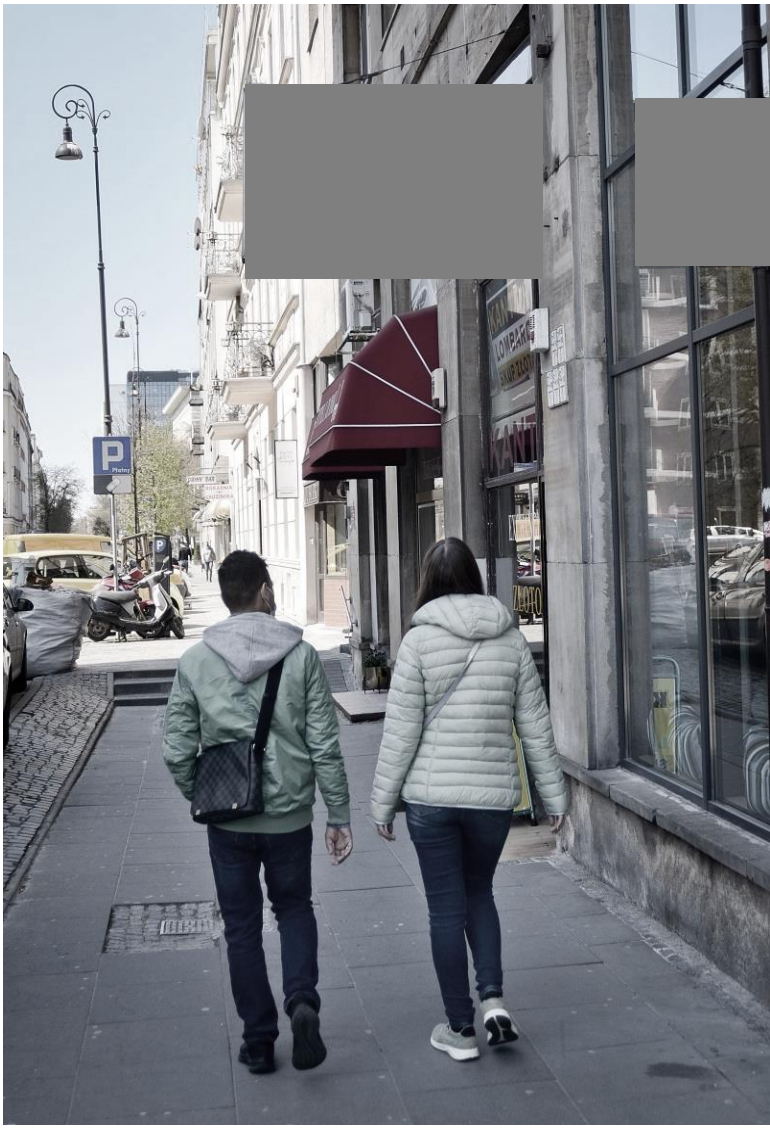
- punkt nadawania i odbioru paczek (najczęściej, gdy lombard działa w Internecie),
- kantory wymiany walut,
- komisy,
- jubilerstwo,
- obrót nieruchomościami,
- serwisy elektroniki, sprzedaż telefonów czy akcesoriów, punkt sprzedaży starterów GSM,
- punkt sprzedaży e-papierosów i liquidów.

W niektórych przypadkach szyldy sugerują tę drugą działalność, a informacja o lombardzie jest mniej wyeksponowana. Może to wynikać z dwóch powodów. Próby ukrycia prawdziwej działalności oraz – w wymiarze psychologicznym – obniżenia u klienta poczucia dyskomfortu i obaw przed stygmatyzowaniem, gdy wchodzi do komisu bądź serwisu, zamiast do lombardu.

Przeprowadzone dodatkowo analizy PKD lombardów, w których były realizowane wizyty sugerują, że tym co łączy większość lombardów są trzy współwystępujące rodzaje działalności:

- 47.79.Z (sprzedaż detaliczna w sklepach),
- 47.91.Z (sprzedaż w sieci),
- 52.10.B (przechowywanie).

Często lombardy mają też w swojej działalności skup/sprzedaż aut i nieruchomości 45.11.Z. Pomimo podjętych kilkumiesięcznych prób, wszelkie narzędzia badawcze wykorzystywane do określenia rozmiarów rynku i służące zidentyfikowaniu podmiotów lombardowych nie spełniły swojej roli. Jest to sytuacja niespotykana w innych branżach.



5. LOMBARDY NA ULICACH POLSKICH MIAST

Opisując rynek lombardów uznaliśmy, że warto także przyjrzeć się ich rozmieszczeniu na ulicach polskich miast. Dostrzegliśmy, że ich lokalizacje często skupiają się w centrach miast i miasteczek. W większych ośrodkach lombardy znajdują się także w dzielnicach peryferyjnych, mieszkalnych oraz na przedmieściach.

Istnieją miasta, w których zagęszczenie lombardów jest większe. Przykładem może być tutaj Łódź, gdzie lombardy rozsiane są praktycznie po całym mieście. Może to wynikać z różnych przesłanek, wśród których koniecznie należy odnieść się do zapotrzebowania lokalnego rynku.

Przyjrzeliśmy się lokalizacji punktów jednej z sieci lombardowej. Sieć ta lokuje swoje lombardy zawsze obok lub w centrach handlowych. Już taka polityka firmy może świadczyć o tym, że:

- Lombardy tej marki mają kojarzyć się klientom z dobrze znanymi i dobrze ocenianymi lokalizacjami;
- Klienci mają możliwość zarówno szybkiego zbycia, jak i zakupu towaru, np. gdy chcą porównać ceny używanych przedmiotów lub zdobyć gotówkę na zakupy w galerii.

LOMBARDY NA ZEWNĄTRZ I W ŚRODKU

Otoczenie. Lombardy ulokowane są w bardzo różnych okolicach, zarówno w dobrych dzielnicach i reprezentacyjnych miejscach (np. w Warszawie na Powiślu, wzdłuż ul. Marszałkowskiej i Al. Jerozolimskich), jak i w okolicach budzących mniejsze zaufanie, ale za to tłocznych (np. okolice dworców kolejowych i przejścia podziemne).

Źródło: lento.pl

Identyfikacja wizualna. Lombardy bardzo różnią się estetyką oznakowania. Istnieją placówki estetycznie oznaczone, spójnie wizualnie lombardy sieciowe z kolorowymi i nowoczesnymi neonami, a także starannie zagospodarowanymi i wyraźnie oświetlonymi witrynami, ale na rynku funkcjonują też punkty oznaczone bez większej staranności, ze sloganami reklamowymi umieszczonymi w chaotyczny sposób na witrynie, a nawet instalacjami jak np. zardzewiały rower przypięty łańcuchem do latarni (w Warszawie przy ul. Marszałkowskiej).

Wnętrze. Lombardy różnią się nie tylko lokalizacją i oznakowaniem, ale też wnętrzem. W większości lombardów odwiedzonych przez współpracowników ZPP w czasie badania przestrzeń dla klienta była bardzo mała (czasami na 1-2 osoby). Klienci byli obsługiwani na stojąco, odgrodzeni od pracownika szybą z małym otworem (prawdopodobnie było tak również przed pandemią i jest to podyktowane względami bezpieczeństwa). Co ciekawe, nawet transakcje o bardzo dużej wartości (jak zastaw drogiego samochodu) były omawiane w warunkach, które trudno uznać za komfortowe dla konsumenta[8].

WNIOSKI

- Lokalizacja i wygląd lombardów (najczęściej centrum miasta albo uczęszczane miejsca, jasno oświetlona witryna, kolorowe neony) mogą mieć wpływ na budowanie zaufania wśród klientów. Otoczenie, oznakowanie i wnętrze lombardów nakierowane są na budzenie zaufania, renomy czy prestiżu miejsca.
- Liczba lombardów i ich rozmieszczenie jest zależne od ekonomicznego poziomu rozwoju danego miasta/miejscowości.
- Lombardy są dostępne. Łatwo je zauważyć, wejść do nich i zrealizować transakcję.
- Powyższe czynniki sprawiają, że punkty te szybko zdobywają popularność i nowych klientów.

8 (4)

6. KIM SĄ KLIENCI LOMBARDÓW W POLSCE

Mając już wiedzę na temat braku możliwości uchwycenia skali działalności lombardów w Polsce, niejednoznaczności lokalizacji i wyglądu wewnątrz i na zewnątrz, przyjrzyjmy się, jak tę usługę widzą konsumenci.

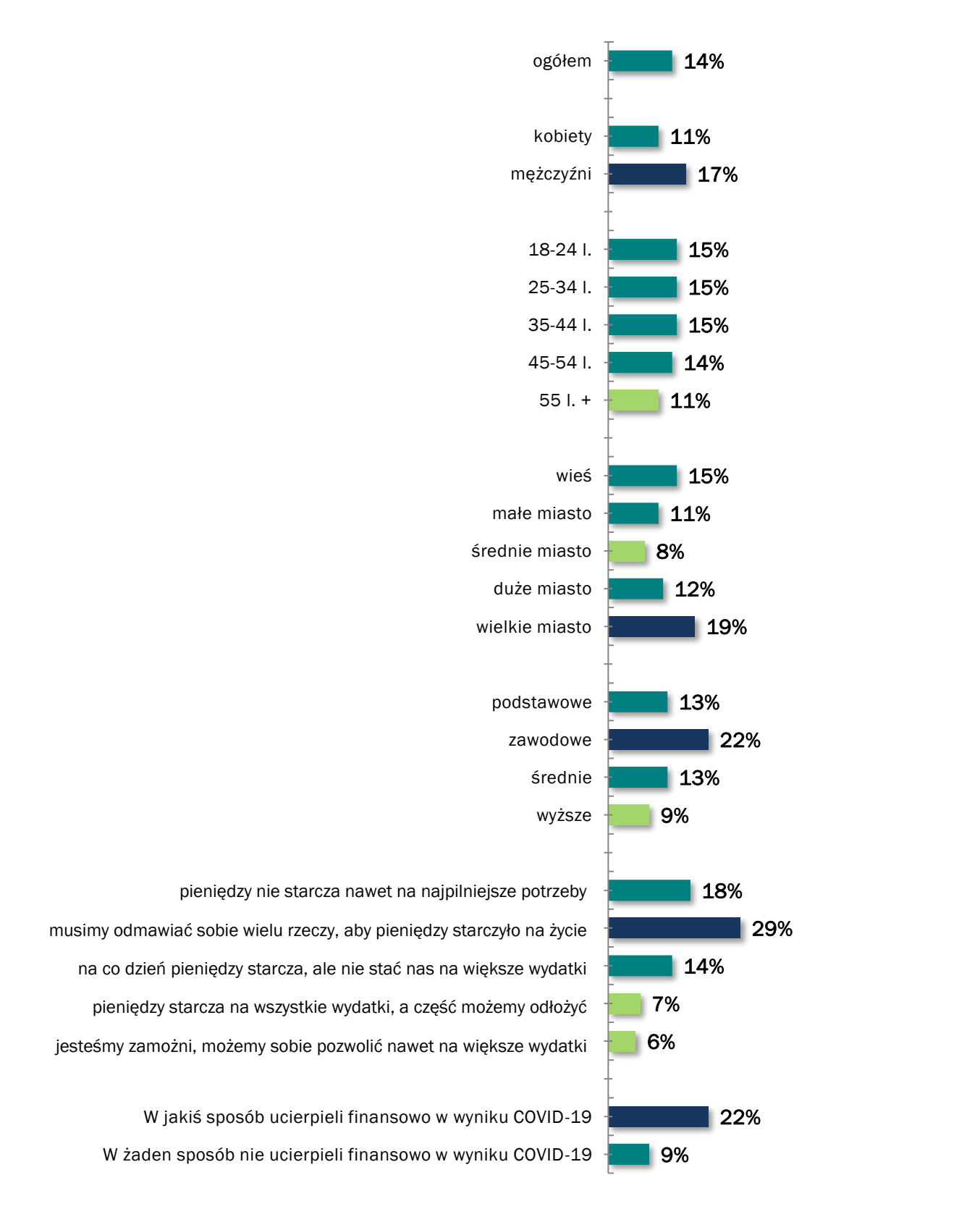
KTO KORZYSTA Z LOMBARDÓW?

Jak wspomniano wcześniej, 14 proc. Polaków ma doświadczenie ze sprzedażą przedmiotu w lombardzie. Innymi słowy, można powiedzieć, że z lombardu skorzystało prawie 4,5 mln Polaków, w tym 1,5 miliona po marcu 2020 r. i wybuchu pandemii. Większe doświadczenia z lombardami mają mężczyźni niż kobiety, mieszkańcy wielkich miast (powyżej 500 tys.), osoby z wykształceniem zawodowym, oceniające swoją sytuację materialną jako słabą, a także osoby, które przyznają, że w jakimś stopniu ucierpiały finansowo w wyniku pandemii COVID-19.

Mniej doświadczeń z lombardami deklarują osoby w wieku 55+, zamieszkujące miejscowości do 100 tys. mieszkańców, posiadające wyższe wykształcenie i pozytywnie oceniające swoje finanse.

Lombardy odwiedziło już prawie 4,5 mln Polaków, a aż 1,5 mln z nich skorzystało z tego rodzaju usług po wybuchu pandemii COVID-19.

Wykres 10. Charakterystyka demograficzna osób, które kiedykolwiek skorzystały z lombardu

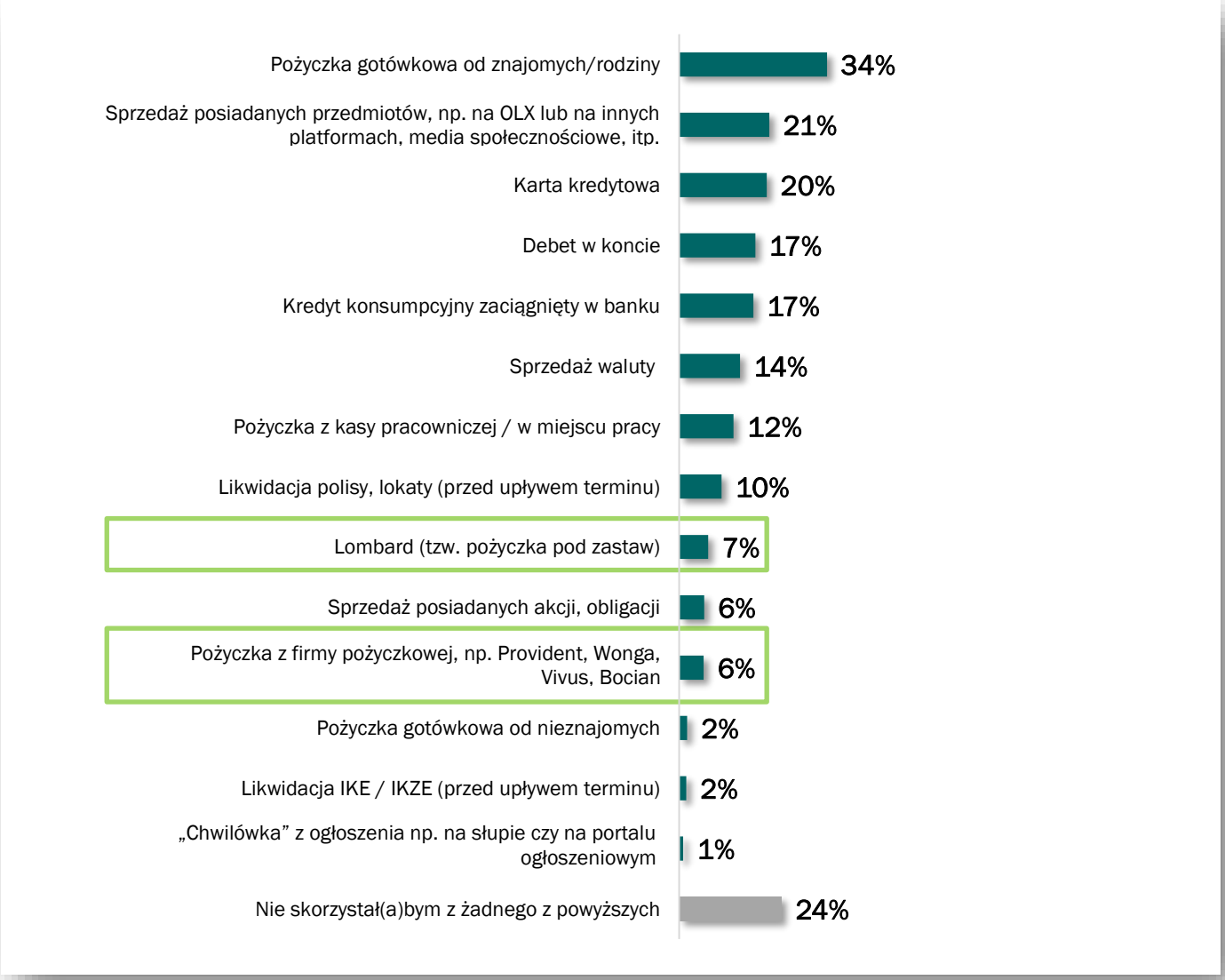


Źródło: (1)

GOTOWOŚĆ DO POZYSKIWANIA PIENIĘDZY POSZCZEGÓLNYMI METODAMI

Aż 7 proc. respondentów deklaruje, że byliby skłonni skorzystać z lombardu, gdyby potrzebowali gotówki. Jednocześnie warto zwrócić uwagę, o czym już pisaliśmy wcześniej, że jest to bardzo zbliżony odsetek osób do tych, deklarujących chęć skorzystania z pożyczki w legalnej instytucji pożyczkowej (6 proc.).

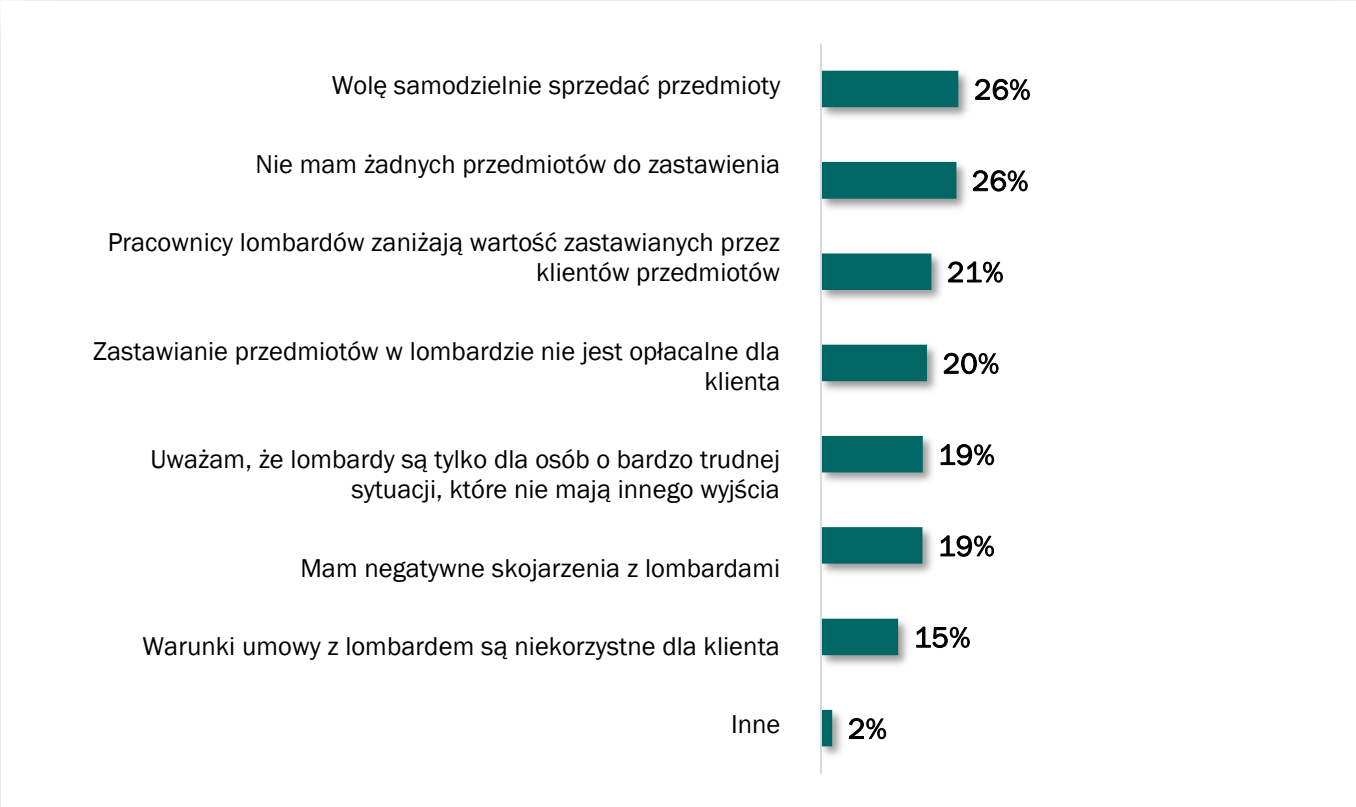
Wykres 11. Proszę sobie wyobrazić, że potrzebował(a)byś pilnie pieniędzy. Czy skorzystał(a)byś z poniższych sposobów pozyskania pieniędzy?



Źródło: (1)

Z drugiej strony niemal co czwarty Polak deklaruje, że nigdy nie skorzystałaby z lombardów. Zazwyczaj dlatego, że w ich ocenie pracownicy lombardów zaniżają wartość przedmiotów, a warunki przez nie oferowane są niekorzystne dla klientów.

Wykres 12. Dlaczego NIGDY NIE zdecydowałeś/aś się iść do lombardu i w ten sposób pozyskać pieniądze? (możliwość podania maksymalnie dwóch najważniejszych powodów)
N=954 (osoby, które nigdy nie sprzedały nic w lombardzie)

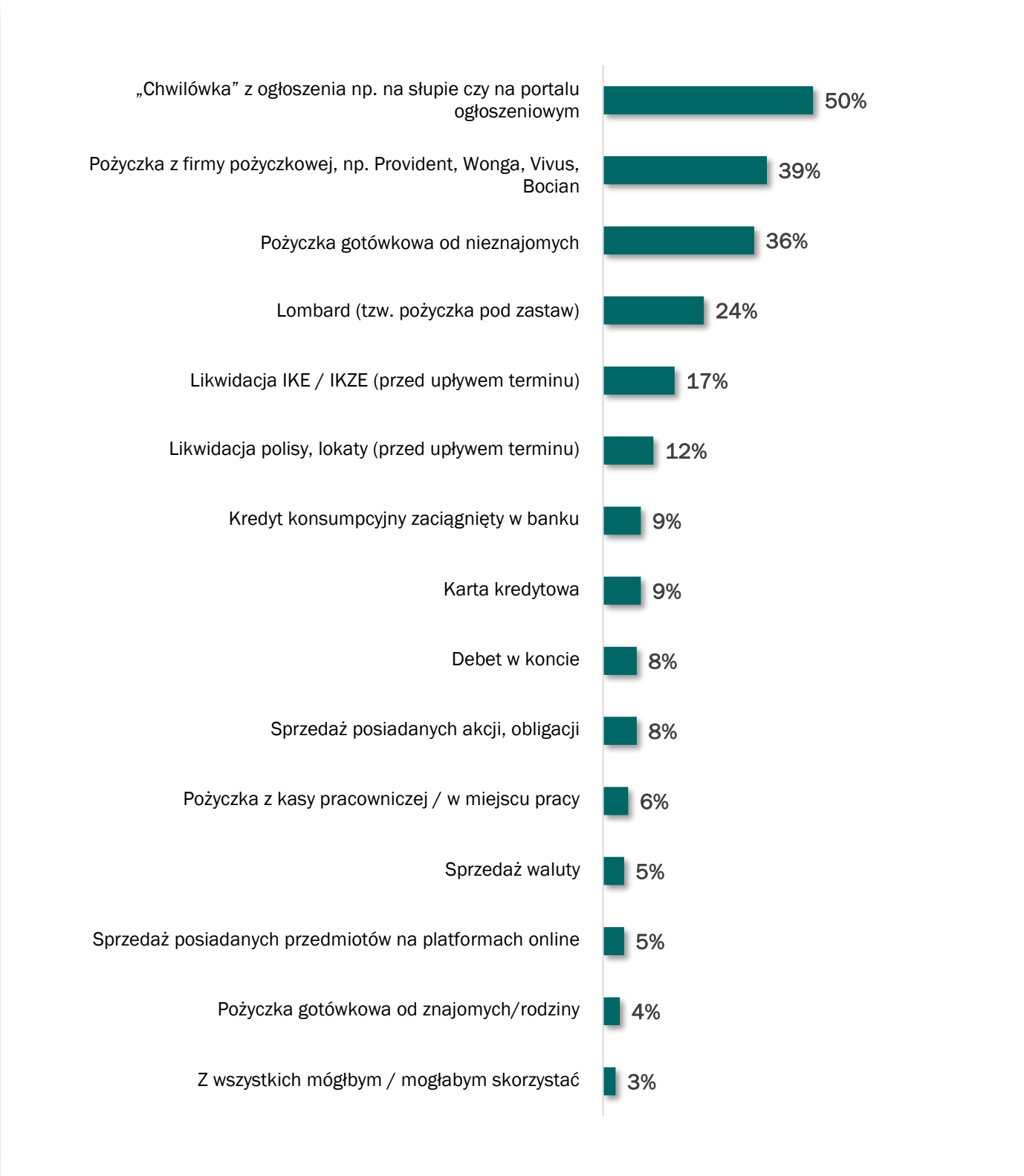


Źródło: (1)

Jak wygląda porównanie umiarkowanego poziomu niechęci do korzystania z lombardów z innymi źródłami pozyskania dodatkowego finansowania? Największą awersję konsumentów budzą tzw. „chwilówki" z ogłoszeń na słupie czy na portalu ogłoszeniowym – połowa badanych twierdzi, że nigdy by nie pozyskała pieniędzy w ten sposób. Drugie miejsce w tym zestawieniu zajmują pożyczki z firm pożyczkowych. Fakt ten budzi zdziwienie, ale może być też konsekwencją historii, opisywanych w mediach, które dotyczą kontaktów konsumentów z firmami pożyczkowymi działającymi na początku XXI wieku, na wiele lat przed uregulowaniem tej branży i profesjonalizacją rynku. Co ciekawe – wielu klientów nie zdaje sobie sprawy, że część przypisywanych instytucjom pożyczkowym wad to skutek działalności podmiotów z pogranicza sektora lombardowo-pożyczkowego, bo takie właśnie najczęściej stosują charakterystyczne reklamy zrywkowe ze słupa o „pożyczce bez BIK".

Większe obawy Polaków wzbudzają uregulowane i nadzorowane formy pozyskania gotówki, aniżeli sektor funkcjonujący poza wszelkimi regulacjami rynku finansowego i ochrony praw konsumenta.

Wykres 13. A z którego z poniższych sposobów pozyskania pieniędzy NIGDY byś nie skorzystał/a?

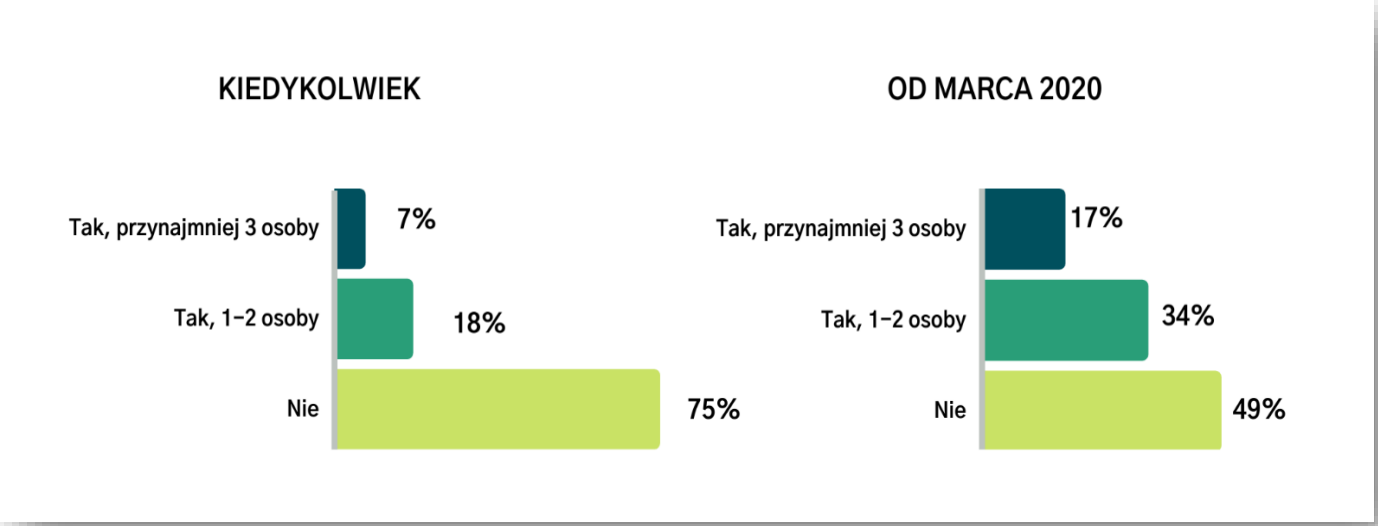


Źródło: (1)

Korzystanie z lombardów przez osoby z bezpośredniego otoczenia respondenta

W tego typu badaniach zdarza się, że respondenci ukrywają fakt korzystania ze źródeł finansowania spoza banków, uznając to za coś wstydliwego. Dlatego pyta się ich, czy znają osoby korzystające z takiego sposobu zdobycia dodatkowej gotówki. Znajomość osób korzystających z lombardów częściej deklarują mężczyźni. To osoby w wieku 25-34 lat najgorzej oceniające swoją sytuację materialną, o najniższych dochodach. Wśród osób nieposiadających w swoim otoczeniu znajomych korzystających z lombardów występują najczęściej kobiety, osoby w wieku 55+ i dobrze oceniające swoją sytuację materialną.

Wykres 14. Czy ktoś z Twojego najbliższego otoczenia zastawił przedmiot w lombardzie?



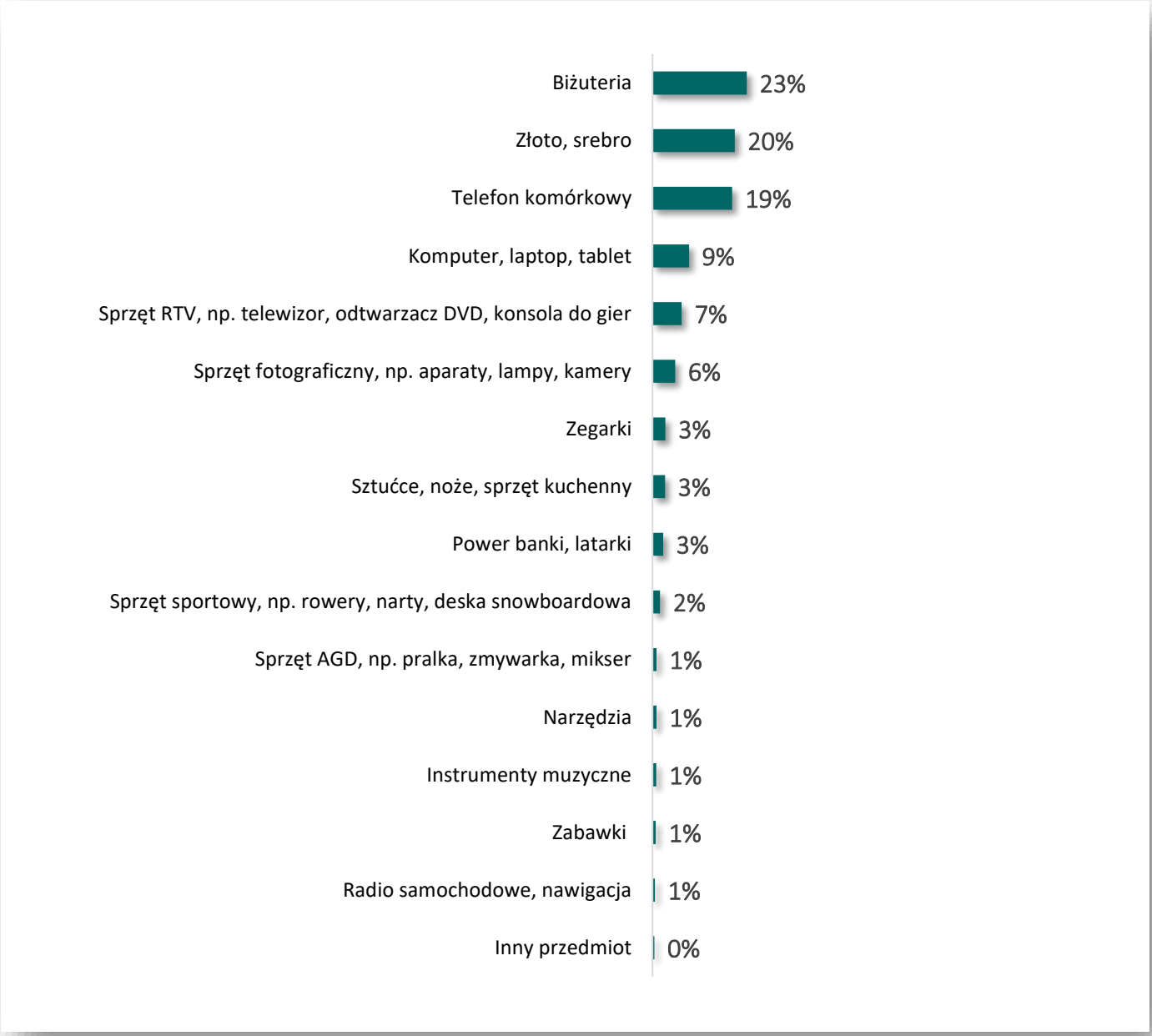
Źródło: (1)

CO POLACY ZASTAWIAJĄ W LOMBARDZIE?

Przedmioty najczęściej zastawiane w lombardach to: biżuteria, złoto lub srebro oraz telefony komórkowe. Biżuterie zastawiają częściej kobiety niż mężczyźni. Złoto i srebro oddają do lombardów osoby w wieku powyżej 55 lat, a telefony komórkowe Polacy w wieku 35-44 lat.

Polacy w ostatnim roku dostrzegają w swoim otoczeniu rosnącą popularność korzystania z lombardów.

Wykres 15. **Jaki przedmiot ostatnio zastawiłeś/aś w lombardzie? Jeśli jednorazowo zastawiłeś więcej niż jeden przedmiot, pomyśl proszę o głównym, najcenniejszym.**

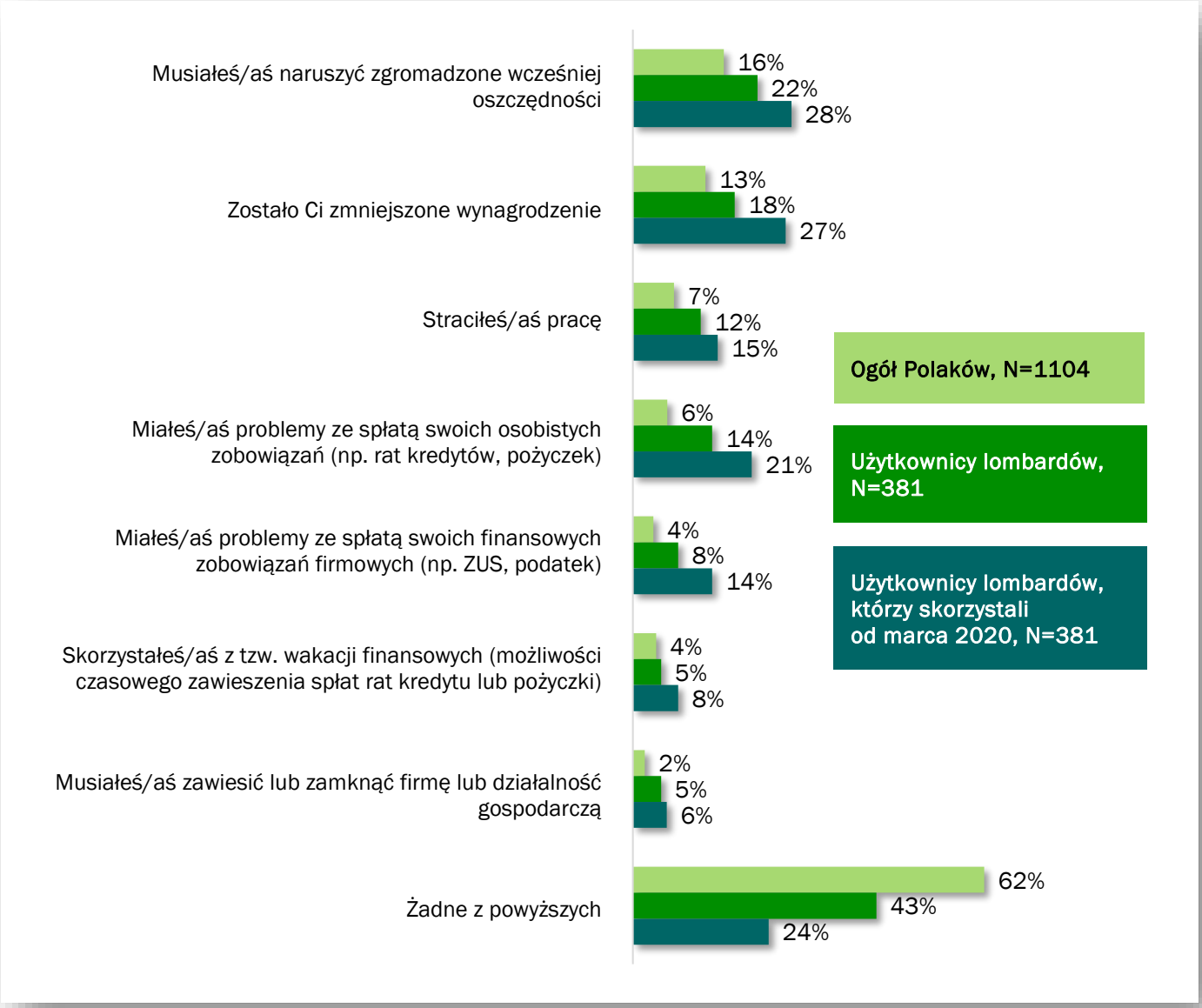


Źródło: (1)

JAK EPIDEMIA WPŁYNĘŁA NA FINANSE KLIENTÓW LOMBARDÓW?

Użytkownicy lombardów, a w szczególności osoby, które skorzystały z nich w trakcie pandemii, istotnie częściej deklarują, że w jakimś stopniu ucierpieli finansowo w związku z pandemią koronawirusa – 57 proc. osób z tej grupy wskazuje przynajmniej jeden problem finansowy spowodowany pandemią (wśród użytkowników od marca 2020 roku – już 76 proc.). Klienci lombardów bardziej też obawiają się o swoją sytuacją finansową w kontekście problemów wywołanych pandemią COVID-19. 15 proc. osób, które w czasie pandemii zastawiły jakiś przedmiot w lombardzie to osoby, które straciły pracę. Niemal co czwarta osoba wskazuje, że wcześniej musiała naruszyć oszczędności lub zostało jej zmniejszone wynagrodzenie. To oznacza, że Polacy korzystają z usług lombardów w sytuacji, gdy zmusza ich do tego sytuacja finansowa.

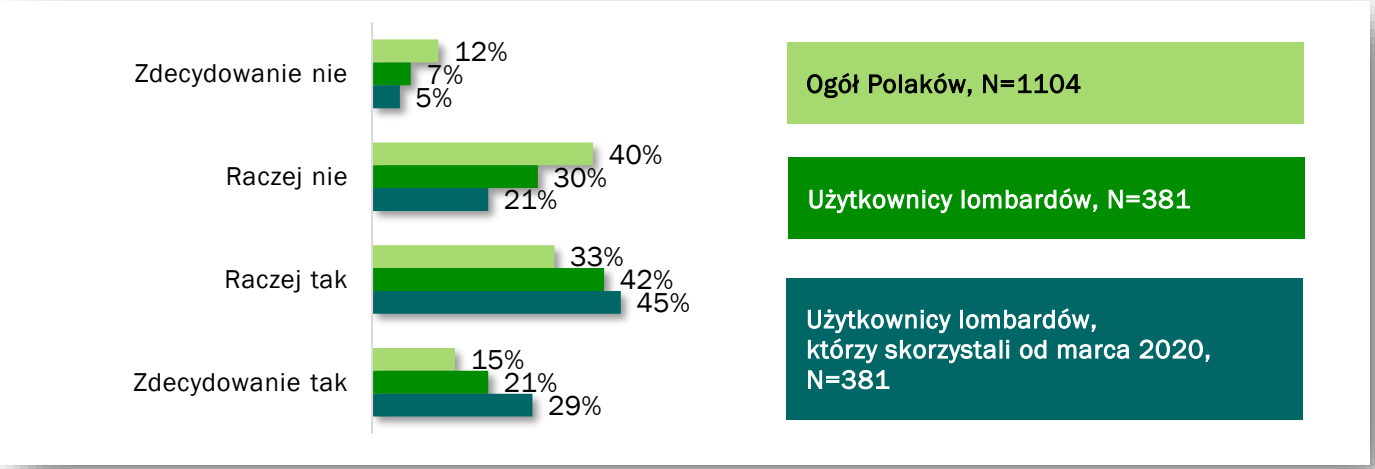
Wykres 16. Czy w wyniku epidemii koronawirusa (COVID-19)...?



Źródło: (1)

Badanie pokazało, że 48 proc. Polaków obawia się pogorszenia stanu swoich finansów w związku z pandemią COVID-19. Natomiast w grupie osób korzystających z lombardów ten odsetek jest wyraźnie większy (68 proc.), a w przypadku osób korzystających z lombardów w czasie pandemii aż 74 proc.

Wykres 17. Czy masz obawy o swoje finanse w związku z pandemią COVID-19?



Źródło: (1)

WNIOSKI, CZYLI ODPOWIEDŹ NA PYTANIE KIM JEST UŻYTKOWNIK LOMBARDÓW?

CZĘŚCIEJ MĘŻCZYZNA NIŻ KOBIETA, MIESZKANIEC DUŻEGO MIASTA Z WYKSZTAŁCENIEM ZAWODOWYM
Większe doświadczenia z lombardami mają mężczyźni niż kobiety (17 proc. vs 11 proc.), mieszkańcy miast powyżej 500 tys., mający wykształcenie zawodowe. Z drugiej strony aż 26 proc. użytkowników lombardów to mieszkańcy wsi i miast do 19 tys.

JEST SKŁONNY POZBYĆ SIĘ ZA GOTÓWKĘ PRZEDMIOTÓW MAJĄCYCH JAKĄŚ WARTOŚĆ
Osoby korzystające z lombardów gotowe są zastawić na kiepskich warunkach biżuterię, złoto oraz srebro, a także telefony komórkowe. Do lombardu trafiają również komputery, tablety, zegarki, sprzęt ADG, narzędzia, sztućce czy zabawki jak klocki LEGO.

MOCNO UCIERPIAŁ FINANSOWO Z POWODU PANDEMII COVID-19
Aż 76 proc. użytkowników lombardów po marcu 2020 roku wskazuje przynajmniej jeden problem finansowy związany z koronawirusem w Polsce, w stosunku do 38 proc. wskazań ogółu Polaków.

BARDZIEJ OBAWIA SIĘ SPADKU STOPY ŻYCIOWEJ
W grupie osób korzystających z lombardów odsetek osób obawiających się o swoją przyszłość finansową wynosi 68 proc., a wśród tych, którzy skorzystali z lombardów od marca 2020 roku są aż trzy na cztery takie osoby (74 proc.).

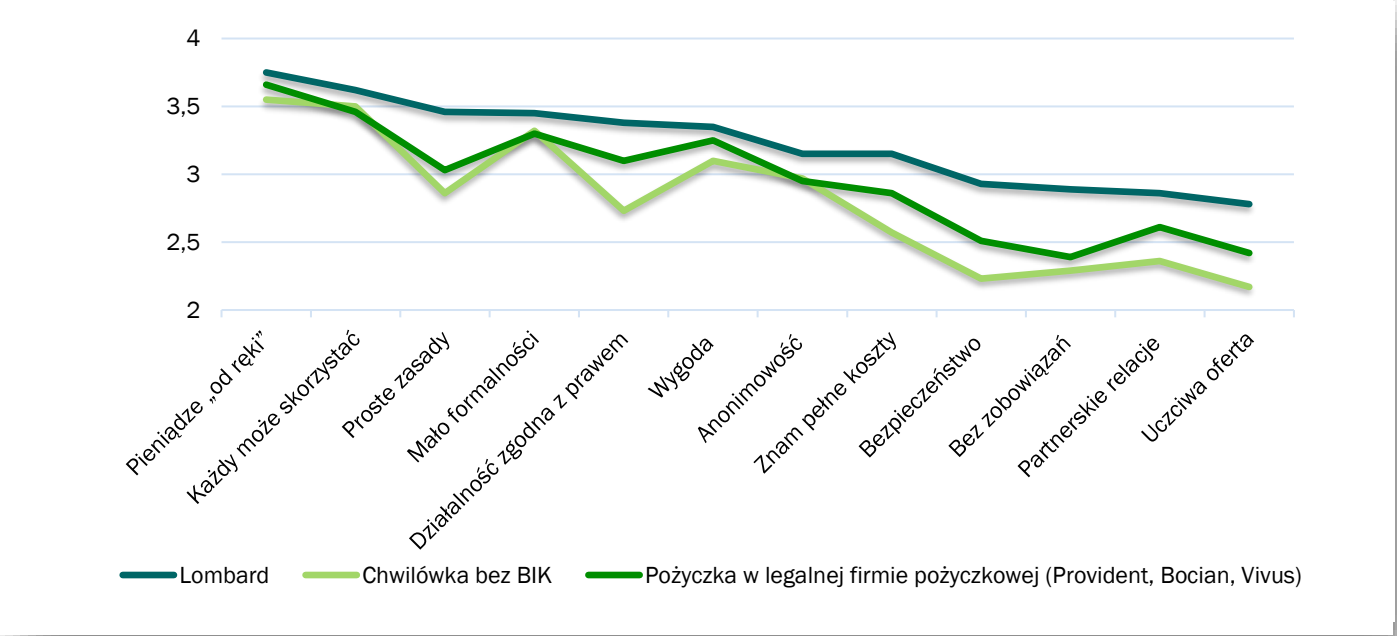
7. DOŚWIADCZENIA POLAKÓW Z KORZYSTANIA Z LOMBARDÓW

WIZERUNEK LOMBARDÓW

Przeprowadzone na zlecenie ZPP badania pokazują, że lombardy cieszą się względnie dobrymi opiniami w społeczeństwie. Ten pozytywny obraz, malowany również opiniami użytkowników lombardów, nie znajduje jednak odzwierciedlenia w badaniach o charakterze *mystery client*. Skąd bierze się ten rozdźwięk?

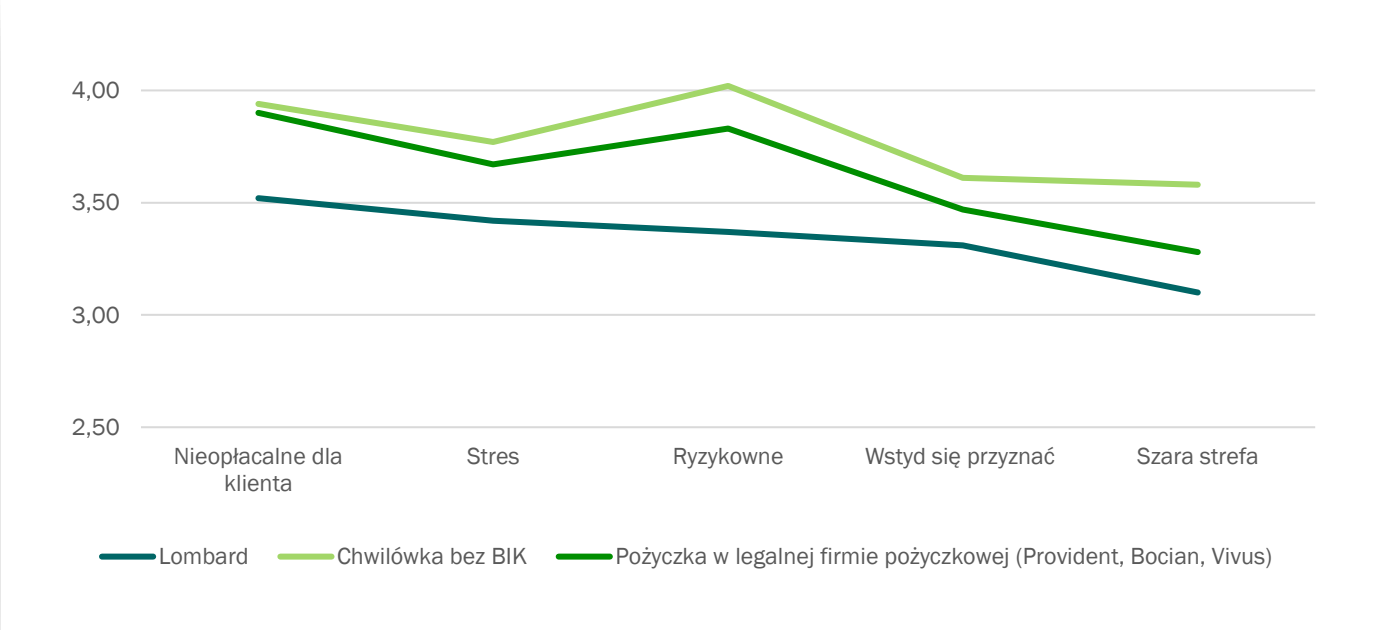
Prawdopodobnie konsumenci nie są świadomi rzeczywistych warunków realizowanych transakcji w lombardach. Respondenci mogą również w dużej mierze wypierać swoje negatywne doświadczenia związane z finansową stratą. O tym będziemy szeroko pisać w rozdziale 7. Wróćmy teraz do kwestii powszechnych opinii o lombardach wśród Polaków. Pokazujemy je na tle dwóch innych sposobów pozyskiwania dodatkowego finansowania – z jednej strony pożyczek w legalnych firmach pożyczkowych (np. Provident, Bocian, Wonga, Vivus) a z drugiej tzw. „chwilówek bez BIK", czyli pożyczek reklamowanych na słupach ogłoszeniowych czy w internecie, dostępnych nawet dla tych, którzy nie mają historii kredytowej i być może żadnej zdolności do zaciągnięcia legalnych pożyczek w banku czy firmie pożyczkowej.

Wykres 18. Na ile poniższe określenia pasują Twoim zdaniem do każdego z tych SPOSOBÓW/MIEJSC, skąd można pozyskać pieniądze?



Wykres przedstawia średnie na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie pasuje", a 5 – „zdecydowanie pasuje"
Źródło: (1)

Wykres 19. Na ile poniższe określenia pasują Twoim zdaniem do każdego z tych SPOSOBÓW/MIEJSC, skąd można pozyskać pieniądze?



Wykres przedstawia średnie na skali 1-5, gdzie 1 oznacza „zdecydowanie nie pasuje", a 5 – „zdecydowanie pasuje"
Źródło: (1)

Na powyższych wykresach widać, że lombardom istotnie rzadziej niż legalnym pożyczkom czy „chwilówkom" ze słupa przypisywane są skojarzenia negatywne.

A jak respondenci oceniają osoby, które korzystają z tych trzech źródeł dodatkowego finansowania?

Aby zbadać postrzeganie użytkownika danej metody pozyskiwania gotówki przeprowadzono mini eksperyment:

1) Respondenci zostali losowo podzieleni na 3 grupy (trzy warunki badania), której przedstawiona została jedna z wersji opisu osoby (zaprezentowane poniżej).
2) Respondentom wyświetlony został krótki opis osoby wraz ze zdjęciem.
3) Następnie każdy badany został poproszony o wyobrażenie sobie, jaka może być ta osoba i o odpowiedź na kilka pytań dotyczących tej osoby.
4) Każdy z respondentów oceniał tylko jedną osobę.

A. LOMBARD

To jest Tomasz. Ma rodzinę – żonę i dwójkę dzieci. Pracuje – jest nauczycielem, hobbistycznie zajmuje się też fotografią. Potrzebował pieniędzy na naprawę samochodu, którym codziennie dojeżdża do pracy. Nie planował tego wydatku w tym miesiącu, więc **postanowił zastawić swój aparat fotograficzny w lombardzie.**

B. „CHWILÓWKA"

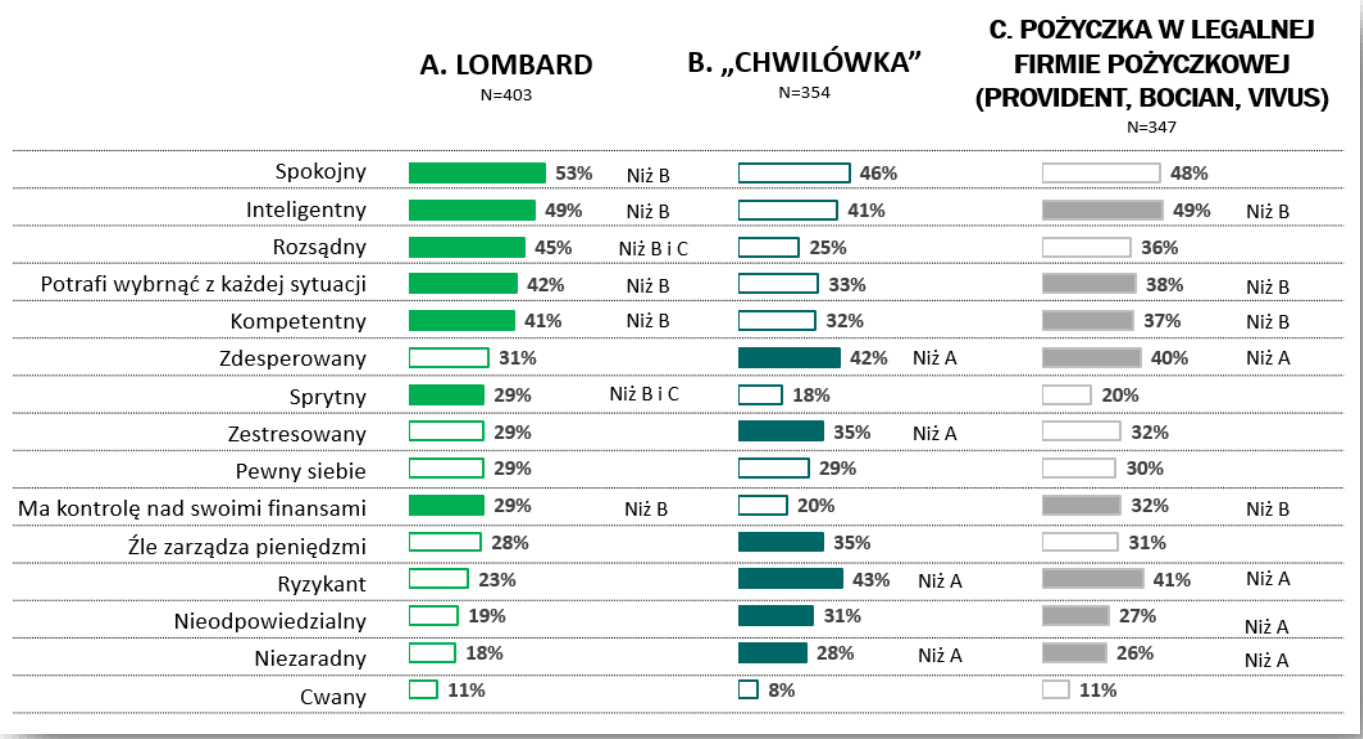
To jest Tomasz. Ma rodzinę – żonę i dwójkę dzieci. Pracuje – jest nauczycielem, hobbistycznie zajmuje się też fotografią. Potrzebował pieniędzy na naprawę samochodu, którym codziennie dojeżdża do pracy. Nie planował tego wydatku w tym miesiącu, więc **postanowił skorzystać z „chwilówki", której ofertę zobaczył na ulicy.**

C. POŻYCZKA W LEGALNEJ FIRMIE POŻYCZKOWEJ (PROVIDENT, BOCIAN, VIVUS)

To jest Tomasz. Ma rodzinę – żonę i dwójkę dzieci. Pracuje – jest nauczycielem, hobbistycznie zajmuje się też fotografią. Potrzebował pieniędzy na naprawę samochodu, którym codziennie dojeżdża do pracy. Nie planował tego wydatku w tym miesiącu, więc postanowił skorzystać z szybkiej pożyczki w jednej z **sieci legalnych firm pożyczkowych (typu Provident, Wonga, Vivus, Bocian).**

Następnie zadano respondentom pytanie:

Wykres 20. Jak Ci wydaje, na ile poniższe cechy pasują do Tomasza?

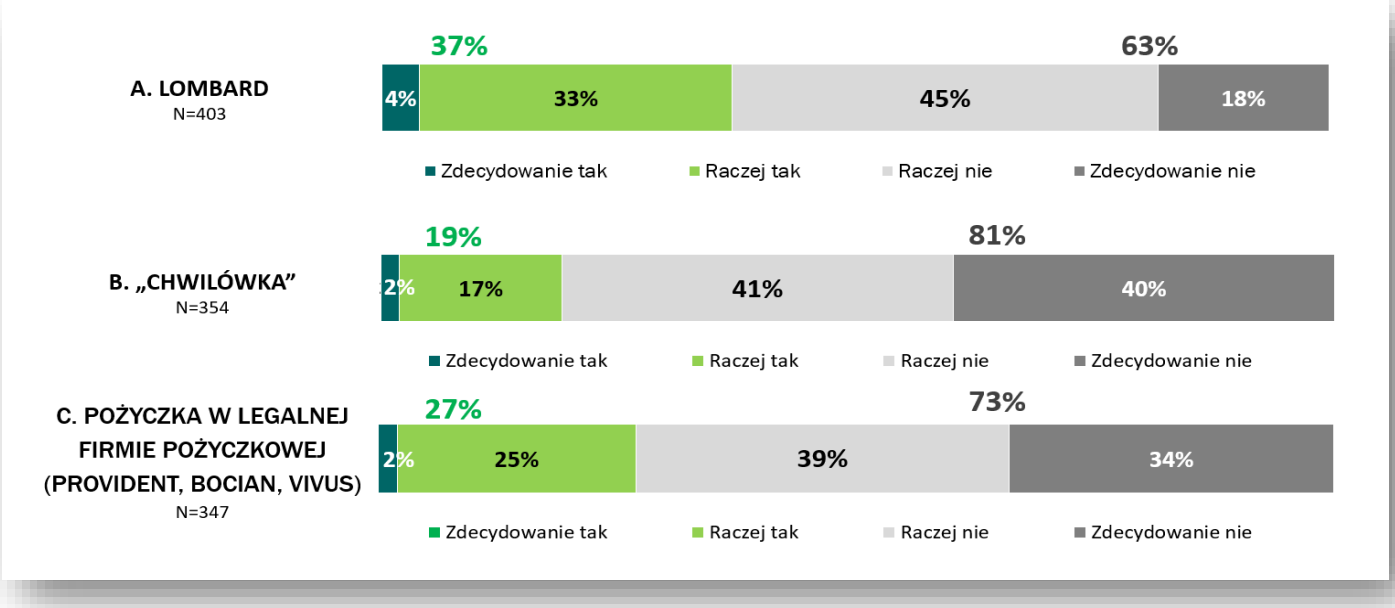


Źródło: (1) Wykresy przedstawiają odpowiedzi top2boxes (suma: zdecydowanie pasuje + raczej pasuje)

Osoba korzystająca z lombardu sprawiała dla respondentów wrażenie bardziej rozsądnej i sprytnej, a przy tym mniej: zdesperowanej, ryzykującej, nieodpowiedzialnej i niezaradnej, niż ta sama osoba, ale decydująca się na wzięcie „chwilówki" ze słupa lub pożyczki w firmie pożyczkowej

Zapytaliśmy kolejno:

Wykres 21. Jak Ci się wydaje, czy postąpił(a)byś w tej sytuacji tak samo, jak Tomasz?

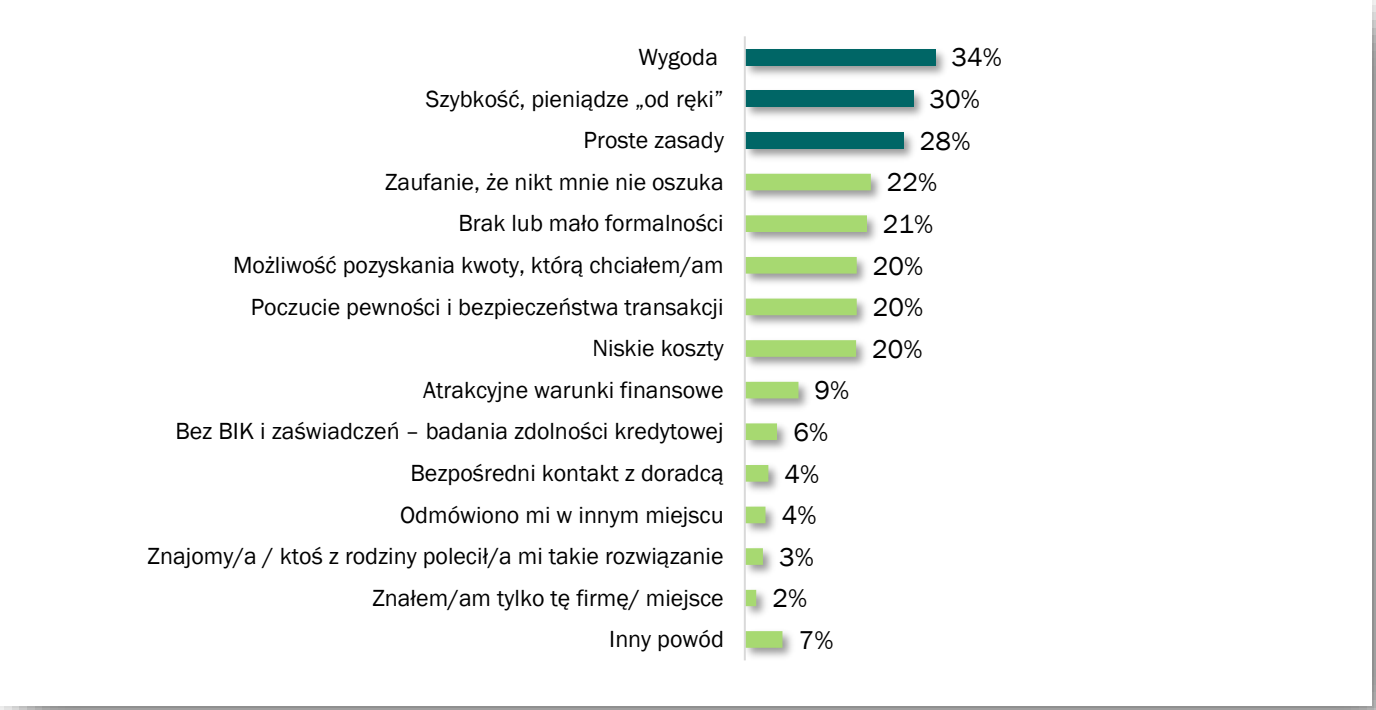


Źródło: (1)

Najwięcej osób przyznaje, że postąpiłoby tak, jak osoba, która zdecydowała się zastawić przedmiot w lombardzie. Zapytaliśmy respondentów także jakie czynniki są dla nich najważniejsze przy wyborze sposobu pozyskania dodatkowych pieniędzy.

Niezależnie od wybranego sposobu pozyskania pieniędzy najważniejsze dla konsumentów są: wygoda, szybkość i proste zasady.

Wykres 22. **Dlaczego zdecydowałeś/aś się właśnie na ten sposób pozyskania pieniędzy? (możliwość wyboru maksymalnie trzech najważniejszych powodów) N=965**



Źródło: (1)

Powyższe wnioski są spójne z deklaracjami klientów lombardów. Wygoda, szybkość i proste zasady zdobycia środków finansowych są deklarowane przez nich jako cechy, które sprawiają, że po przeprowadzeniu transakcji konsumenci deklarują zadowolenie.

Na zaskakująco pozytywny wizerunek lombardów może mieć wpływ wiele czynników:

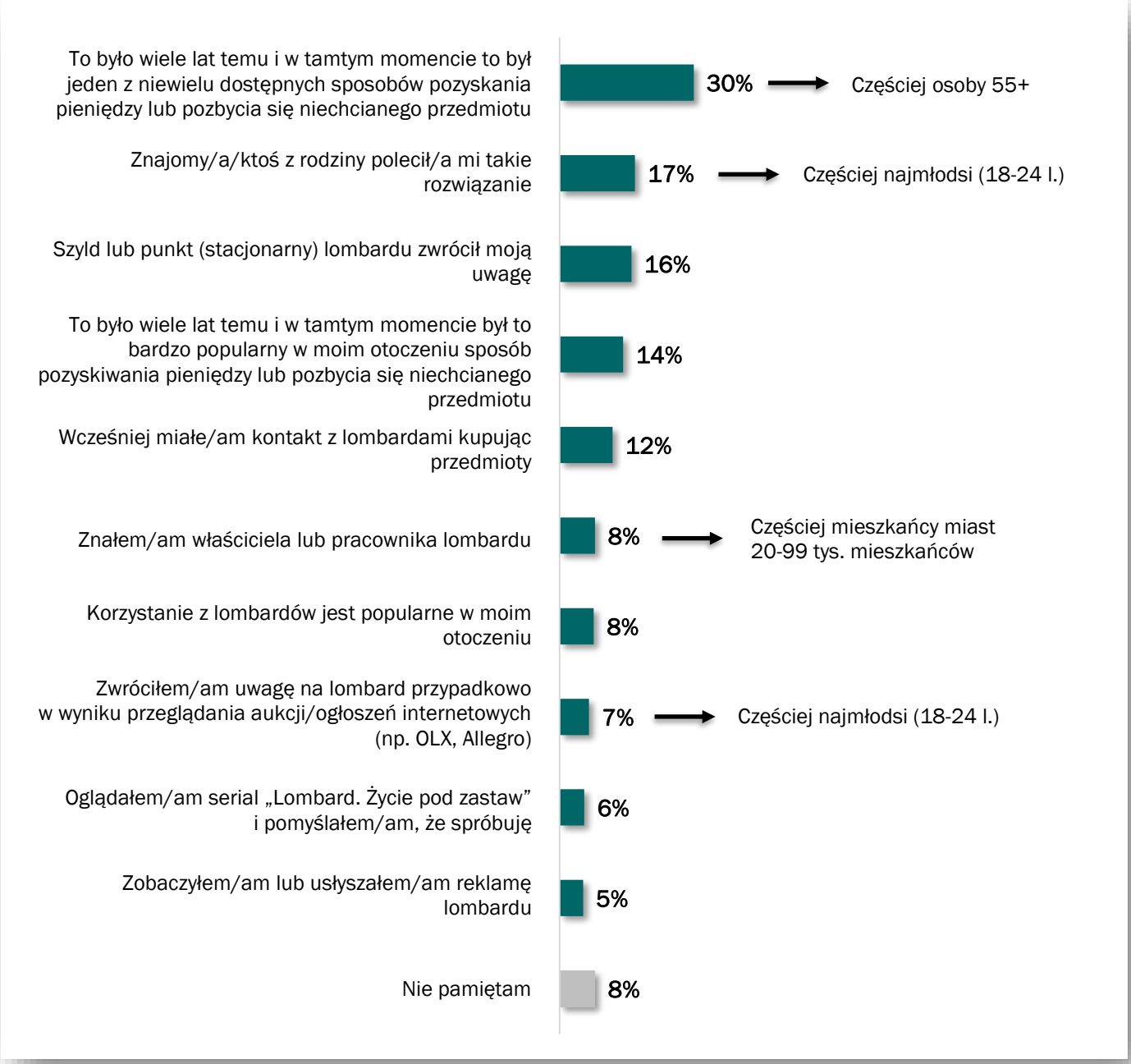
- coraz powszechniejsze korzystanie z lombardów, (albo osoba korzystała, albo zna kogoś kto korzystał i poleca), które zazwyczaj poprawia wizerunek lombardu;
- coraz więcej lombardów dba o estetykę wizualną (logo, kolorystyka, witryny, lokalizacje); zwiększona zauważalność punktów w mieście; przyjęcie formy sklepów przez lombardy sieciowe;
- intensywna obecność w Internecie (sklepy online i aukcje) i komunikacja w mediach społecznościowych, strony www, reklamy, także w telewizji;
- negatywne działania komunikacyjne i regulacyjne wymierzone w legalny, uregulowany sektor pożyczek gotówkowych;
- tabu – Polacy niechętnie rozmawiają o swoich doświadczeniach z lombardami;
- błędne utożsamianie różnych praktyk pożyczkowych, w tym tzw. pożyczek bez BIK „ze słupa” czy pożyczek prywatnych z działalnością legalnych instytucji pożyczkowych;
- wpływ serialu telewizyjnego pt. „Lombard. Życie pod zastaw” przedstawiającego lombard w jednostronny sposób, wyłącznie w pozytywnym świetle, a jego właściciela i pracowników niemalże jako działaczy społecznych, którzy pomagają ludziom rozwiązywać problemy życiowe.

DOŚWIADCZENIA I OPINIE POLAKÓW, KTÓRZY KORZYSTAJĄ Z LOMBARDÓW - ZASTAW

Dotychczas przedstawione wyniki badań pokazują, że lombardy są dobrze postrzegane przez większość Polaków. W kolejnej części postanowiliśmy przyjrzeć się bliżej tym, którzy faktycznie korzystają z ich usług.

Poprosiliśmy respondentów o wskazanie z jakich przyczyn korzystali z lombardów w ostatnich latach.

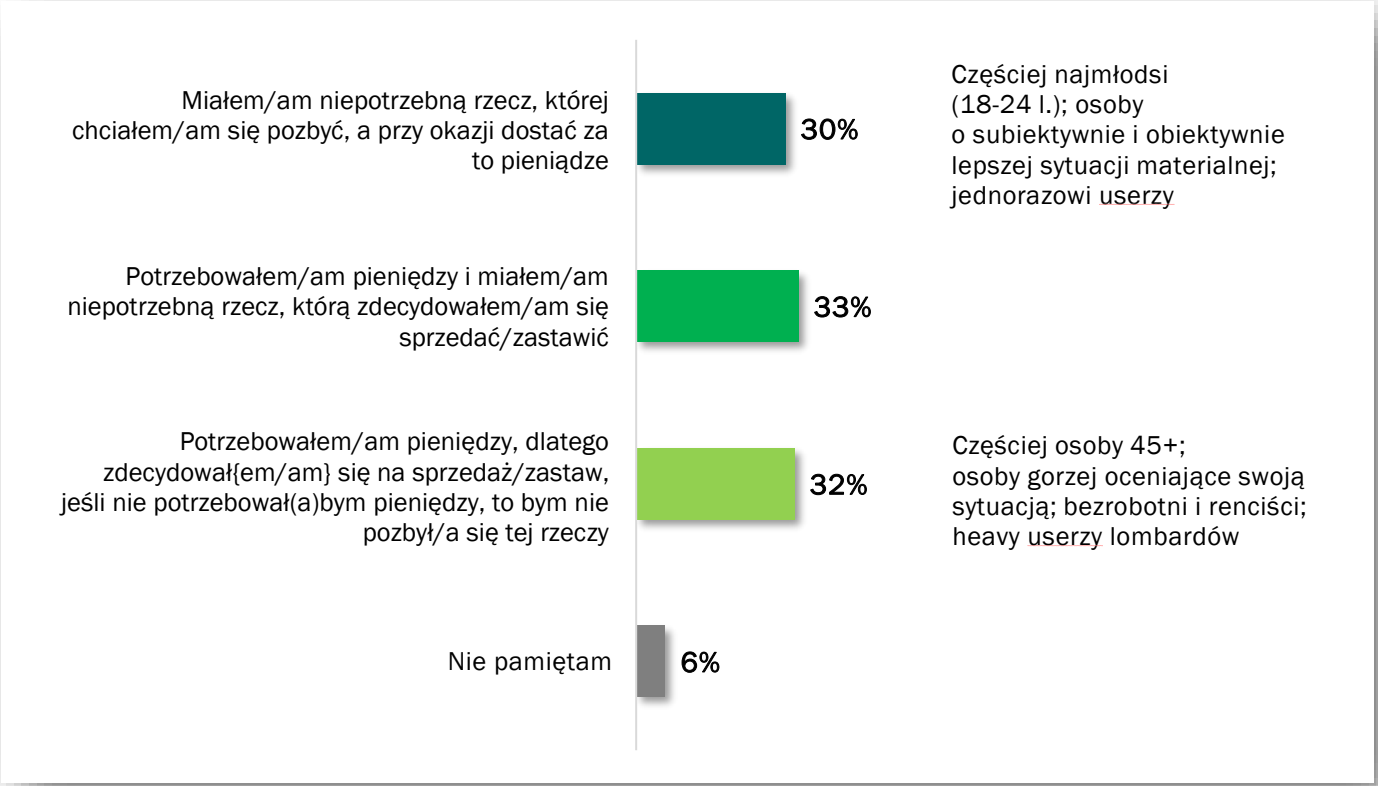
Wykres 23. Proszę sobie przypomnieć moment, w którym po raz pierwszy sprzedałeś/aś lub zastawiłeś/aś przedmiot w lombardzie. Jak to się stało?



Źródło: (1)

Najmłodsi respondenci (18-24 lat) korzystają z lombardów głównie dzięki rekomendacji znajomych lub dzięki temu, że lombard jest w kanale online i natrafili na niego podczas przeglądania aukcji na jednym z popularnych portali.

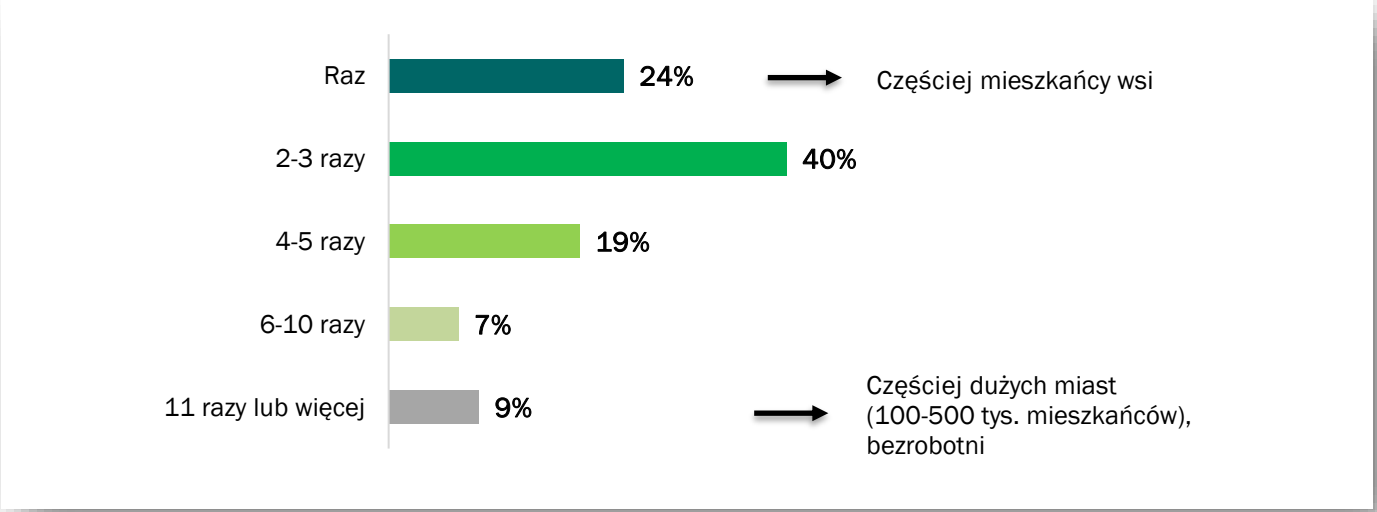
Wykres 24. Który z poniższych opisów lepiej oddaje Twoje nastawienie przed PIERWSZYM skorzystaniem z lombardu?



Źródło: (1)

Dla najmłodszych lombard jest miejscem łatwego pozbycia się niepotrzebnych przedmiotów mających jakąś wartość. To jednak najczęściej jednorazowe sytuacje, jak np. pozbycie się nieużywanego telefonu. Dla osób w wieku powyżej 45 lat, stałych bywalców i potrzebujących gotówki na codzienne wydatki, to oddanie w zastaw rzeczy, której nie pozbywaliby się, gdyby nie potrzeba finansowa.

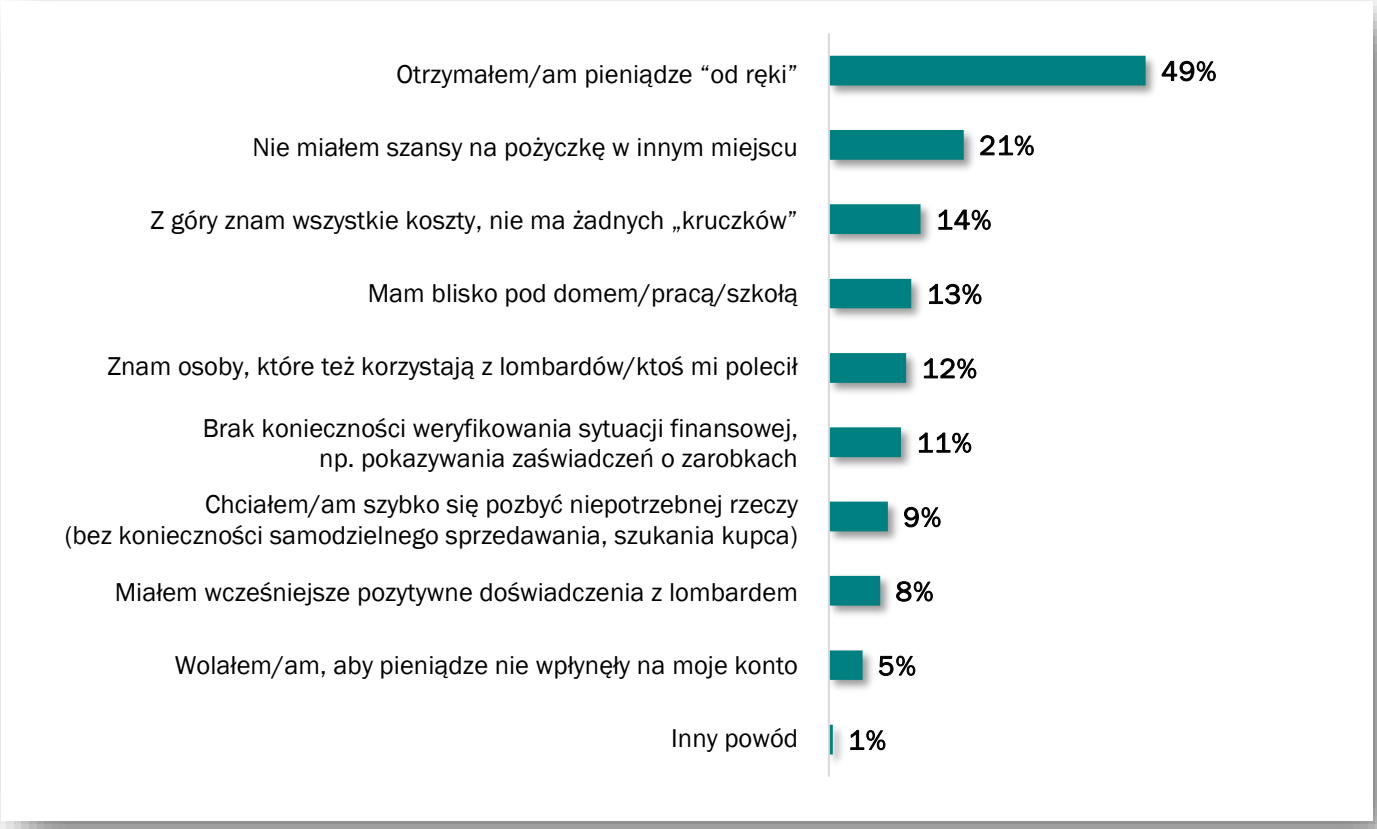
Wykres 25. Ile razy zdarzyło Ci się zastawić przedmiot w lombardzie?



Źródło: (1)

Większość użytkowników lombardów to niemal stali klienci. Jedynie co czwarty z respondentów deklaruje, że skorzystał z lombardu zaledwie raz.

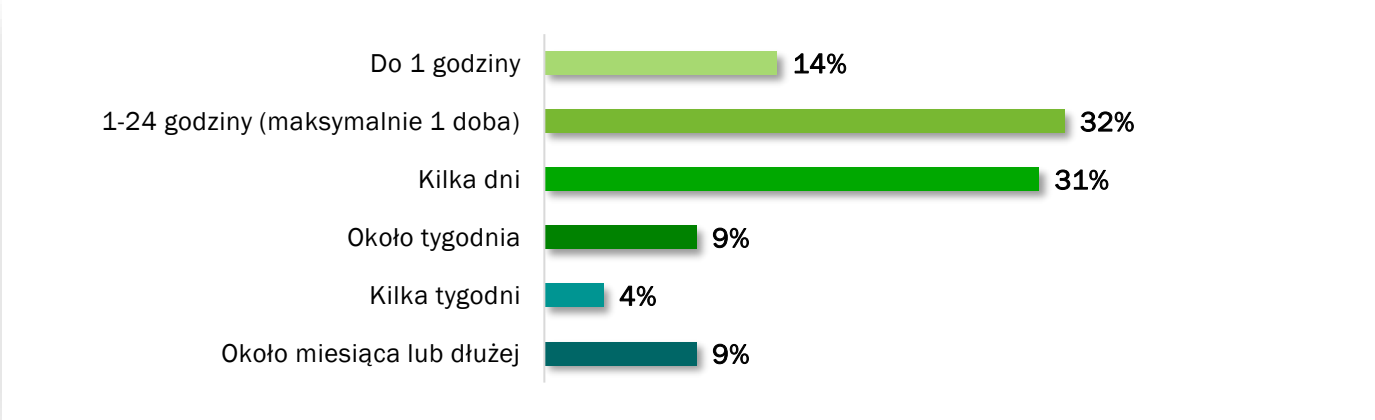
Wykres 26. Dlaczego zdecydowałeś/aś się iść do lombardu i w ten sposób pozyskać pieniądze? (możliwość zaznaczenia maksymalnie dwóch) N=150



Źródło: (1)

Głównym motywem, którym kierują się użytkownicy lombardów jest możliwość uzyskania gotówki „od ręki". Jednak aż 21 proc. przyznaje, że poszło do lombardu, bo nie mieli szans na pożyczkę w innym miejscu.

Wykres 27. Ile czasu minęło od momentu, kiedy po raz pierwszy pomyślałeś/aś o sprzedaży/zastawieniu tego produktu w lombardzie do dokonania ostatecznej transakcji?

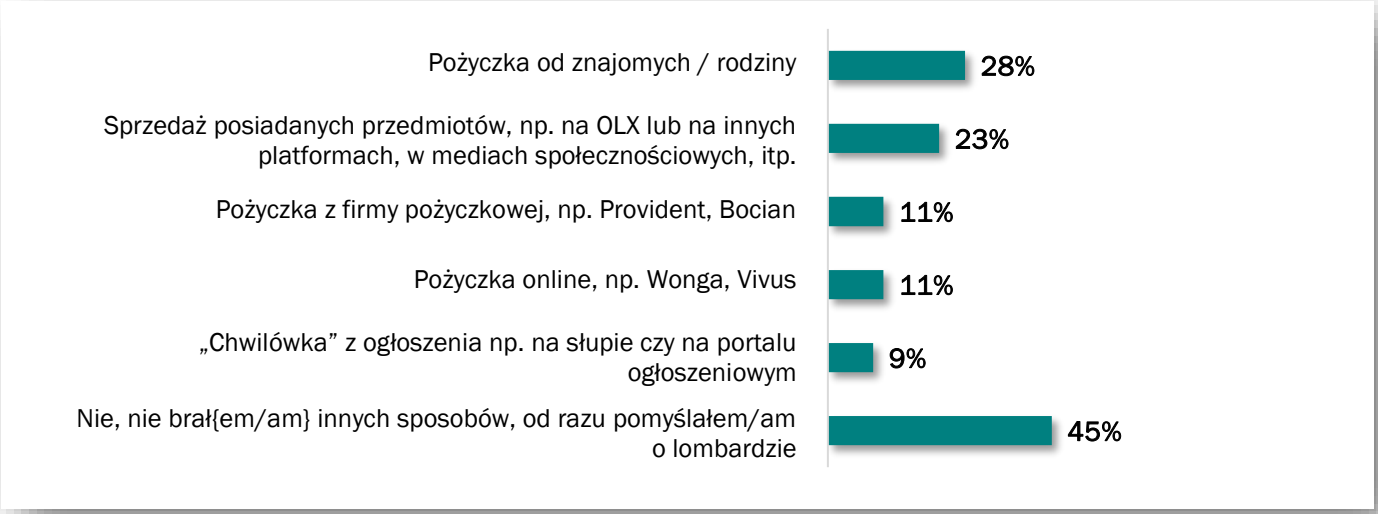


Źródło: (1)

Jak bardzo przemyślane są decyzje Polaków o odwiedzeniu lombardu? Badanie wskazuje, że najczęściej są to decyzje spontaniczne. 3 na 4 badanych przyznaje, że cały proces nie trwał dłużej niż kilka dni, w tym w niemal połowie przypadków poniżej 1 doby.

Polacy kierują się do lombardów bez większej analizy kosztów planowanej i zawieranej transakcji. Nie porównują ze sobą możliwych opcji pozyskania gotówki. Działają spontanicznie.

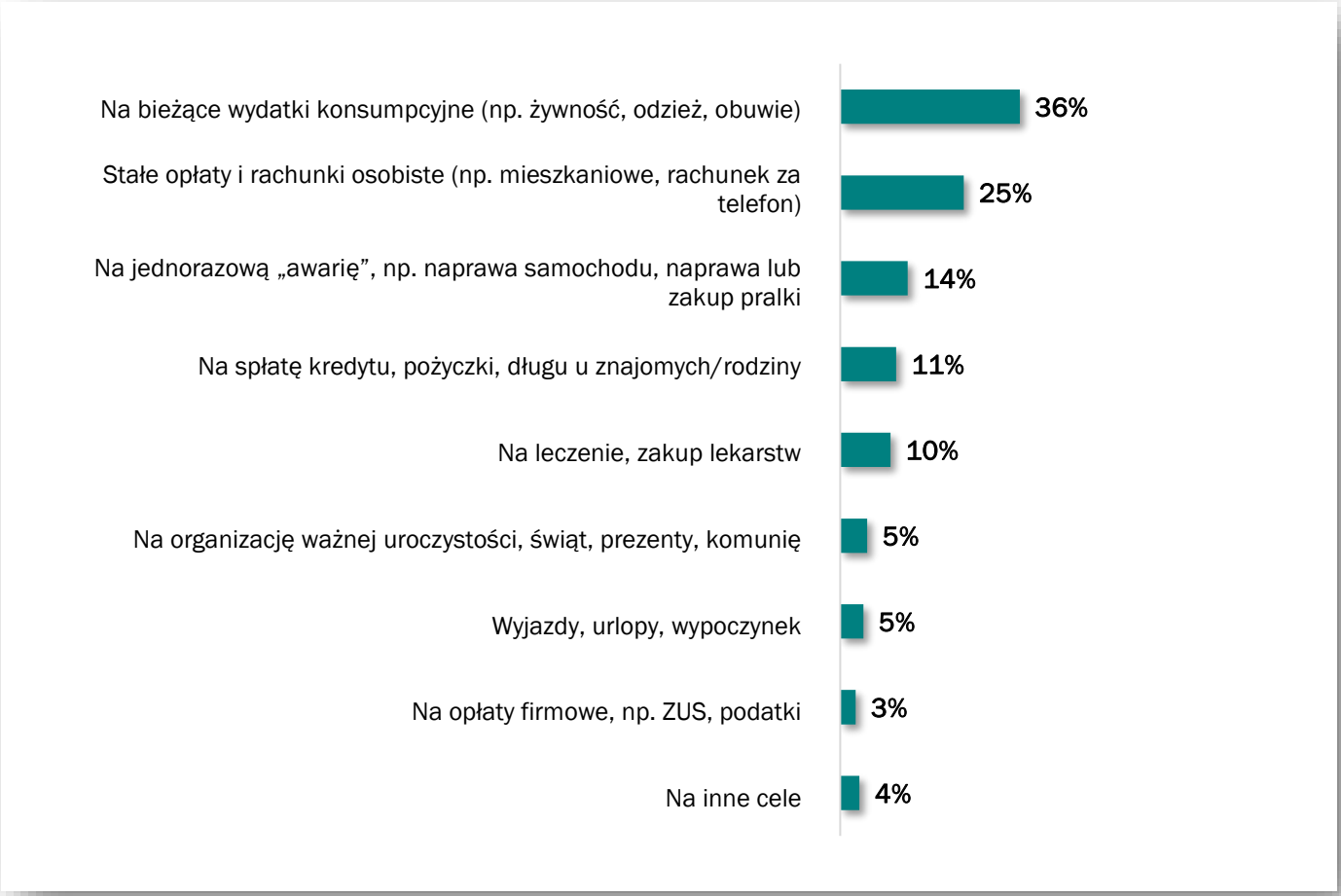
Wykres 28. Myśląc o ostatniej sytuacji sprzedaży/zastawienia przedmiotu w lombardzie, czy brałeś/aś pod uwagę poniższe sposoby pozyskania pieniędzy lub pozbycia się niepotrzebnej rzeczy?



Źródło: (1)

Do najczęściej wskazywanych przez klientów lombardów rozważanych alternatyw zdobycia dodatkowego finansowania należy pożyczka od rodziny lub znajomych, sprzedaż posiadanych produktów na platformach internetowych czy sięgnięcie po gotówkę z firm pożyczkowych. Jak jednak wskazują, pożyczanie od bliskich wiąże się ze wstydem i niechęcią do przyznania się bliskim, że jest się w potrzebie. Samodzielna sprzedaż przedmiotów online nie daje z kolei gwarancji szybkiego pozyskania pieniędzy (nie wiadomo, ile potrwa cały proces i czy kupujący nie będzie robił problemów albo nie rozmyśli się). Wreszcie wzięcie pożyczki gotówkowej wiąże się z obawami klientów, czy podołają ze spłatą rat.

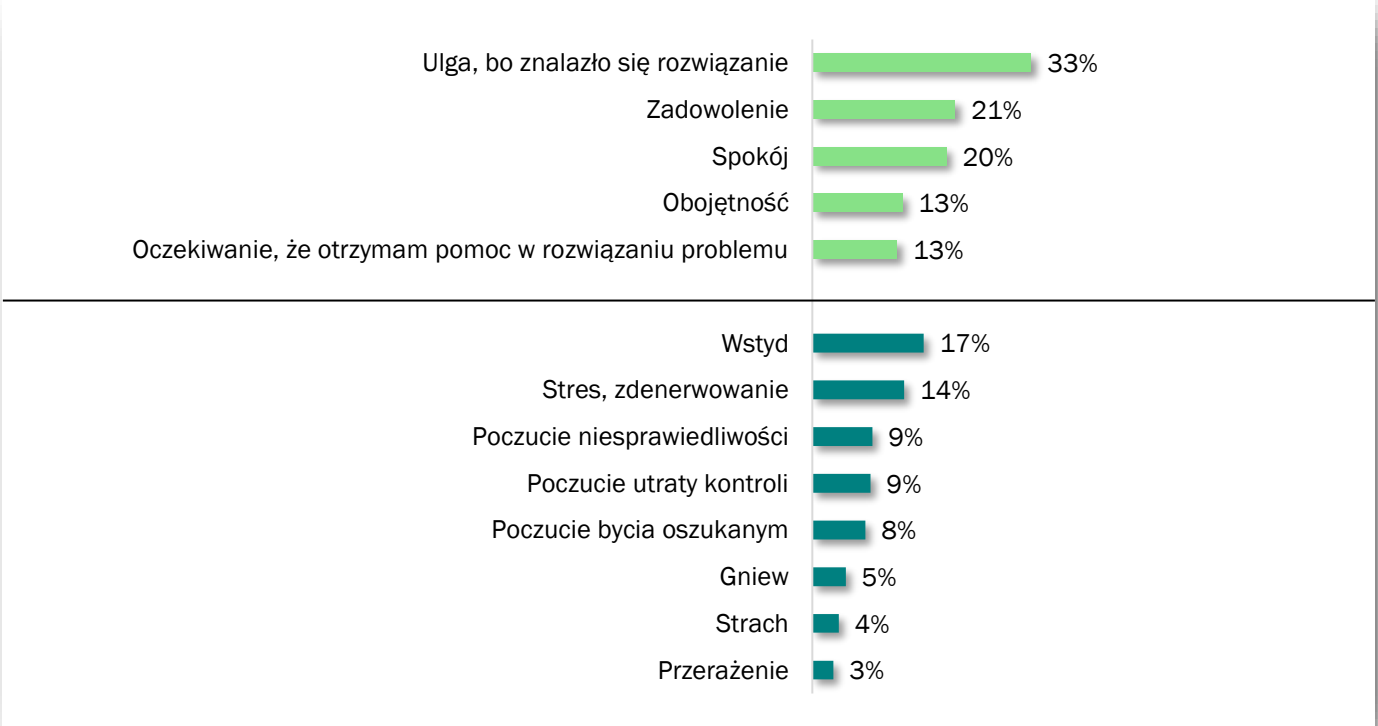
Wykres 29. Na jaki cel były Ci potrzebne pieniądze, gdy ostatni raz korzystałeś z lombardu?



Źródło: (1)

Polacy najczęściej kierują się do lombardów, by zdobyć środki na wydatki konsumpcyjne, stałe opłaty i rachunki. Często pokrywają też w ten sposób koszty np. jednorazowej awarii samochodu, czy sprzętów gospodarstwa domowego. Wysoko na liście celów, dla których korzystają z lombardów, znajduje się także leczenie lub zakup lekarstw.

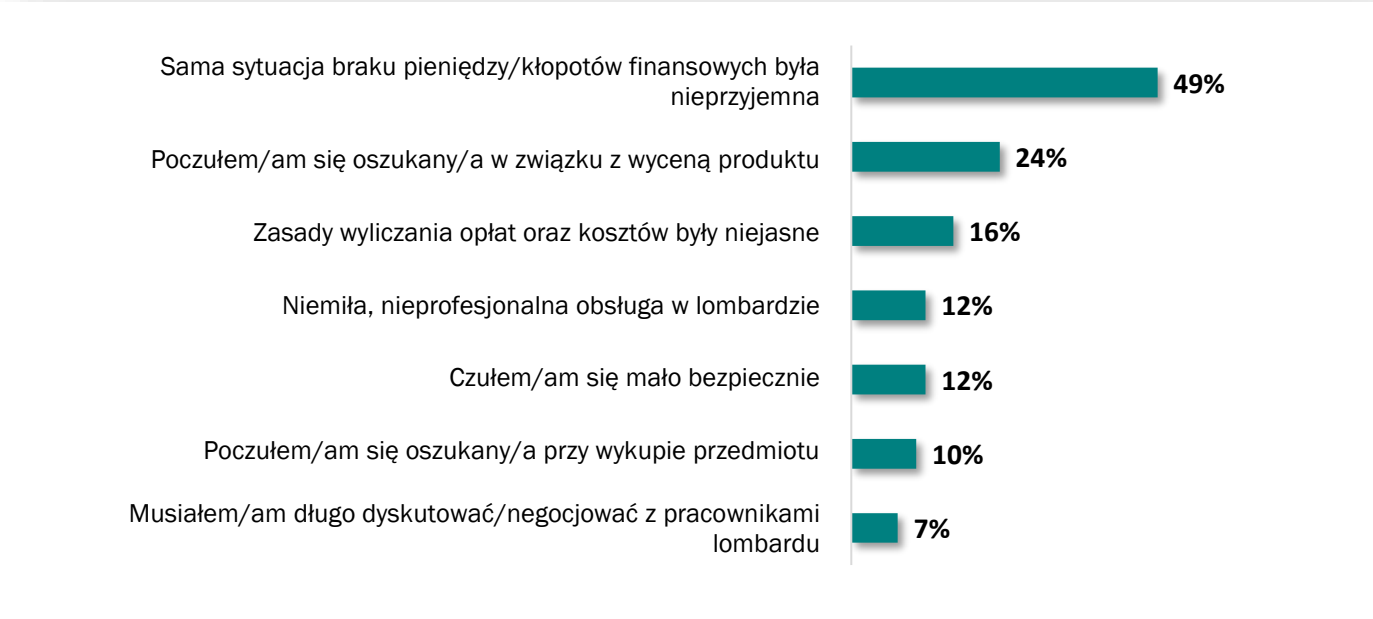
Wykres 30. Jakie emocje towarzyszyły Twojej ostatniej sytuacji skorzystania z lombardu?



Źródło: (1)

Użytkownicy lombardów opisują emocje towarzyszące samej transakcji bardzo pozytywnie. Z socjologicznego punktu widzenia można odnieść wrażenie, że w badaniu jakościowym respondenci mogą mieć tendencję do bardziej pozytywnego wspominania sytuacji z przeszłości niż faktycznie miało to miejsce.

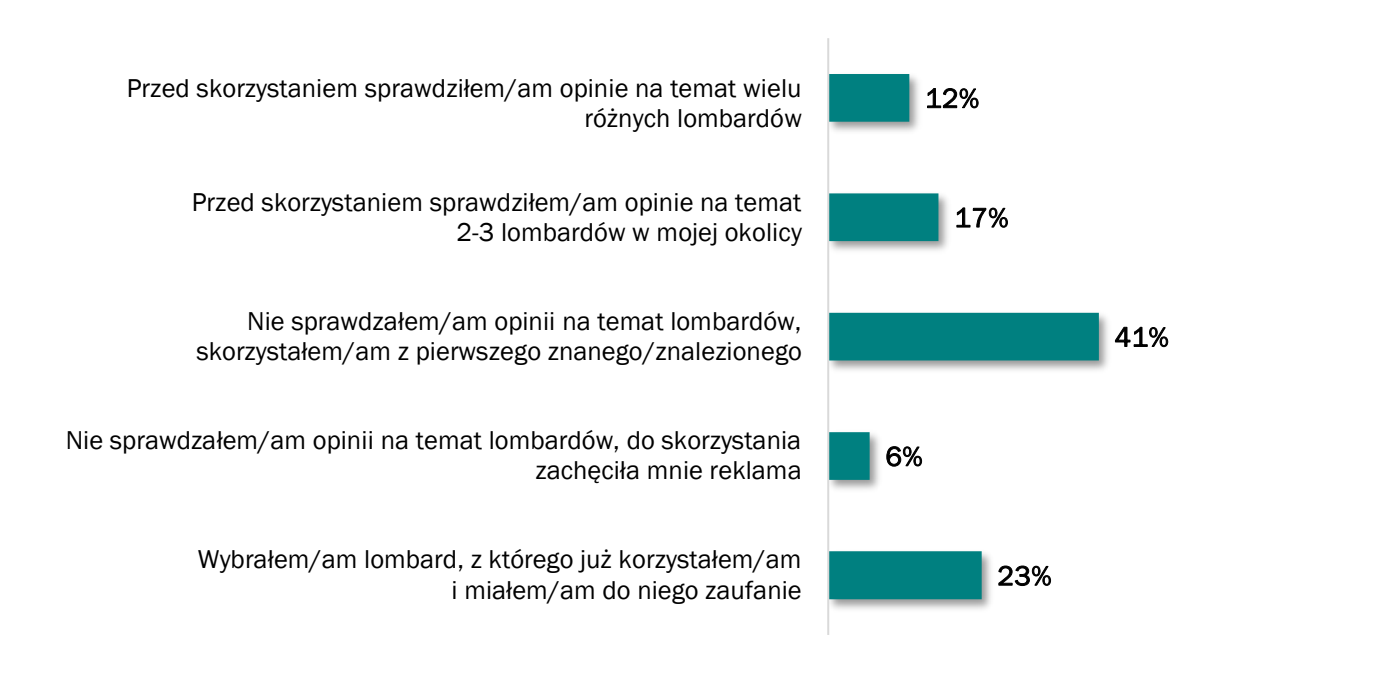
Wykres 31. Dlaczego negatywnie oceniasz swoje ostatnie doświadczenie z korzystania z lombardu?



Źródło: (1)

Te dane pokazują, że niemal co piąta osoba (18 proc.) korzystająca z lombardów ocenia swoją ostatnią wizytę w tym punkcie zdecydowanie negatywnie lub raczej negatywnie. Negatywna ocena doświadczenia sprzedaży lub zastawu przedmiotu w lombardzie najczęściej związana jest jednak z samym pojawieniem się problemu finansowego i próby zmierzenia się z nim a nie tym, jak respondent został potraktowany w lombardzie. Mimo to jednak co piąty klient lombardów poczuł się oszukany w związku z wyceną produktu, a 16 proc. deklaruje, że zasady wyliczenia opłat oraz kosztów były niejasne.

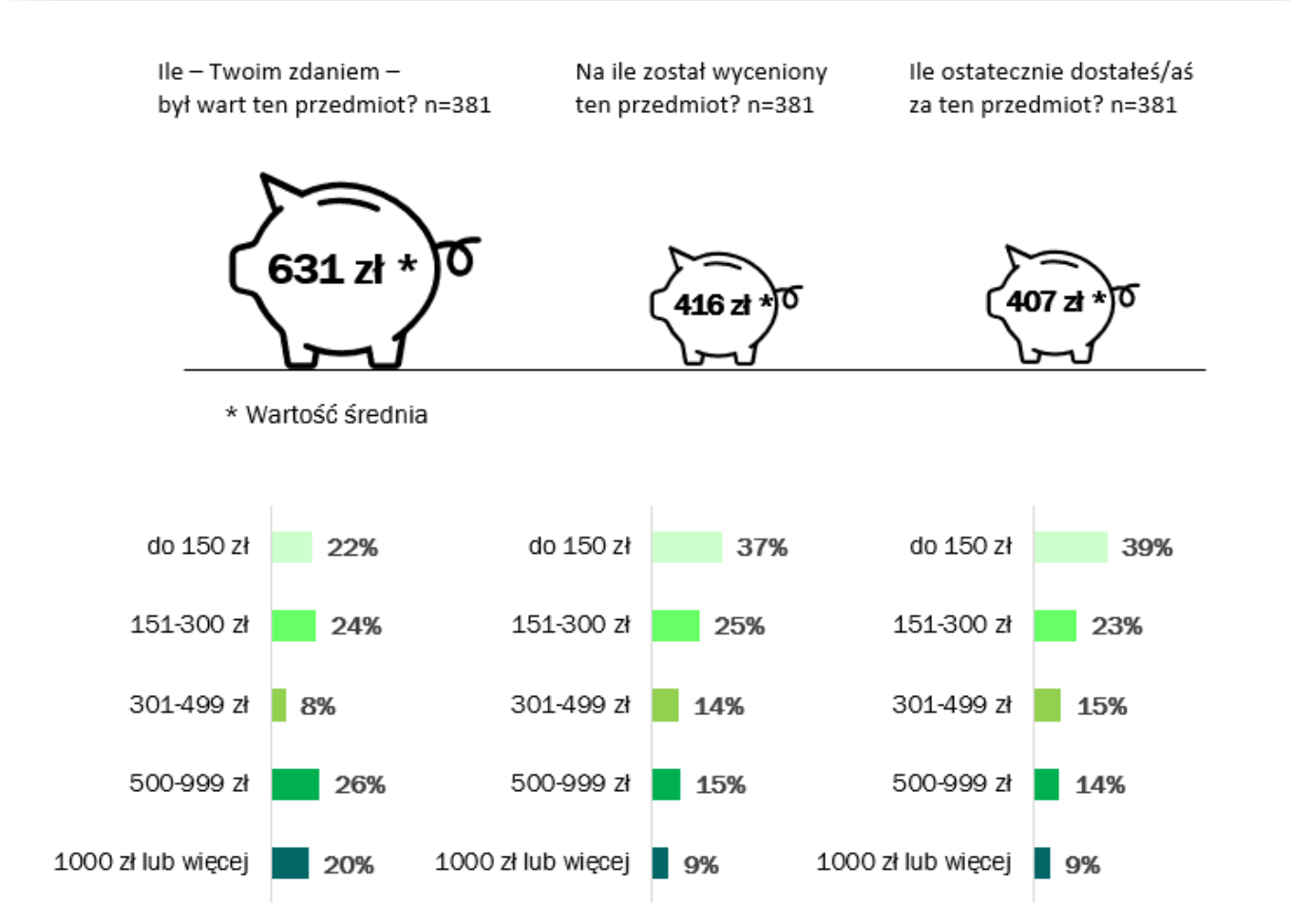
Wykres 32. Które określenie najlepiej oddaje sposób, w jaki wybrałeś/aś lombard, z którego ostatnio skorzystałeś/aś?



Źródło: (1)

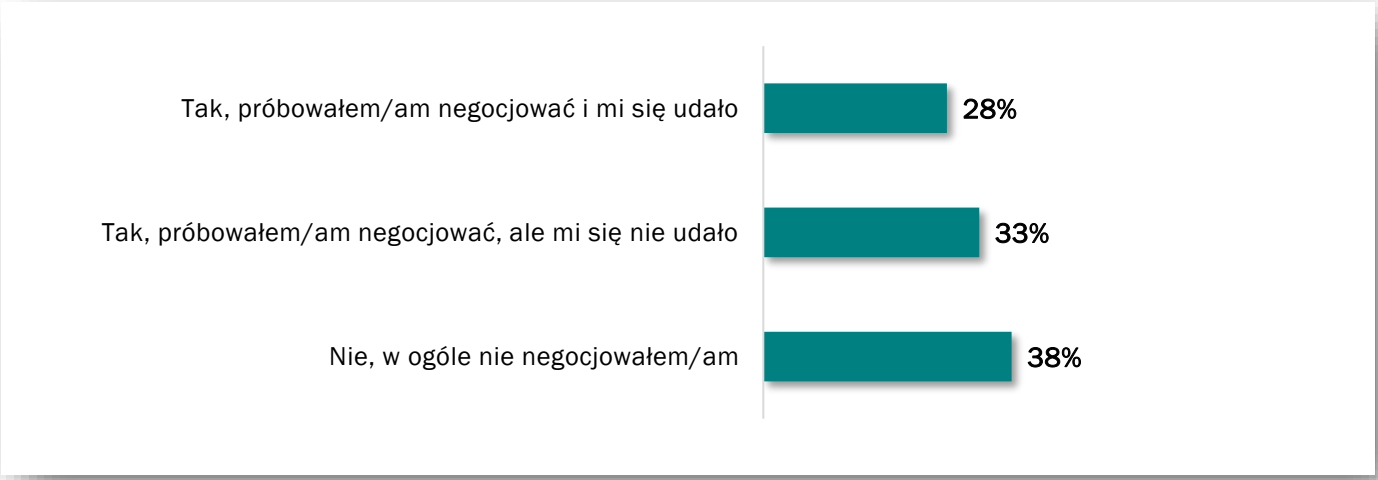
Zaledwie co piąty użytkownik lombardu sprawdzał opinie na temat punktu, z którego skorzystał. Aż 64 proc. skorzystało z pierwszego punktu, który znali lub znaleźli, albo wybrali ten z którym mieli już wcześniejsze doświadczenia.

Wykres 33. Czy dostałeś/aś za przedmiot tyle, ile się spodziewałeś/aś?



Źródło: (1)

Wykres 34. Czy negocjowałeś/aś z właścicielem/pracownikiem lombardu wycenę tego przedmiotu?



Źródło: (1)

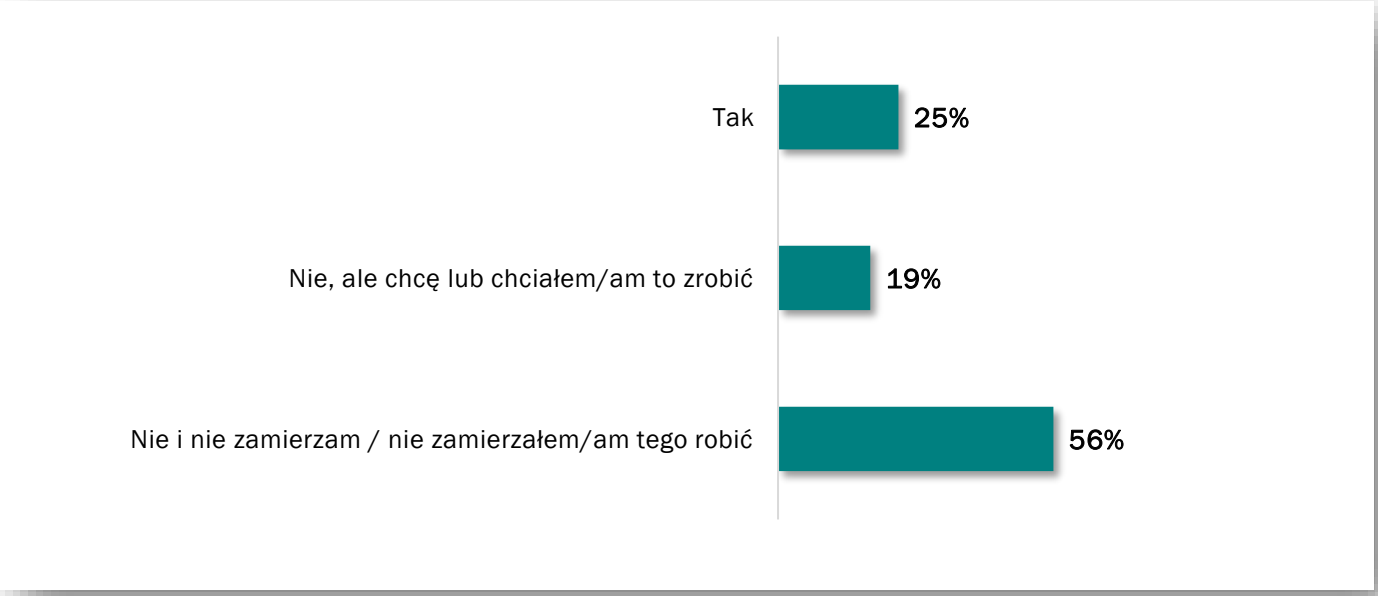
Czynniki wygody, szybkości i pozornie prostych zasad transakcji pozostają w pamięci klientów na dłużej i przysłaniają im prawdziwe warunki finansowe i pozafinansowe realizowanych w przeszłości transakcji. Użytkownicy lombardów najbardziej są zadowoleni z szybkości transakcji oraz przejrzystości zasad w rozumieniu „szybka gotówka do ręki w zamian za przyniesiony przedmiot i określony czas na wykup". Najmniej pozytywnie odbierają aspekt finansowy transakcji – sumę otrzymaną za przedmiot, choć większość nie negocjuje otrzymanych warunków lub robi to nieskutecznie. Istotnie bardziej zadowolone z transakcji są także osoby, które po prostu chciały pozbyć się niepotrzebnego przedmiotu niż te, które potrzebowały pieniędzy.

Klienci deklarują, że otrzymują średnio o 34 proc. mniej niż zakładali na początku. Nie negocjują także cen.

DOŚWIADCZENIA I OPINIE POLAKÓW, KTÓRZY KORZYSTAJĄ Z LOMBARDÓW – WYKUPYWANIE PRZEDMIOTÓW

Zasady działania lombardu wydają się być proste. Oddaje się w zastaw przedmiot na określony czas. Gdy po jego upływie przedmiot nie zostanie wykupiony za wskazaną w umowie kwotę, staje się własnością lombardu i jest wystawiany na sprzedaż. Patrząc na bogate w różne przedmioty witryny lombardów, można uznać, że jest to dość częste zjawisko.

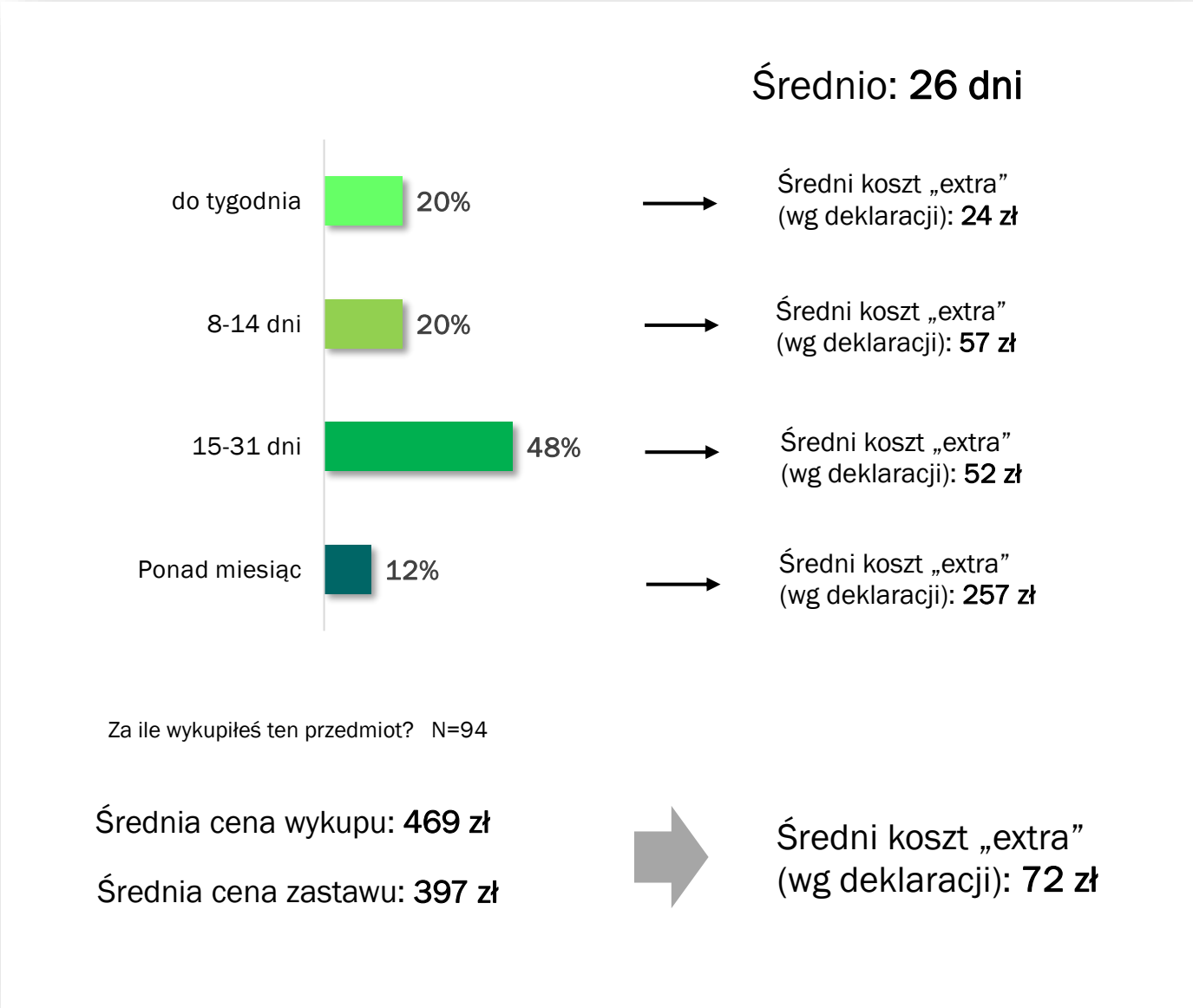
Wykres 35. Czy odkupiłeś/aś zastawiony w lombardzie ten przedmiot?



Źródło: (1)

Jedynie co czwarty użytkownik lombardów przyznaje, że odkupił zastawiony przedmiot, a niemal 1/5 chce wykupić przedmiot, ale tego nie robi. Z tych odpowiedzi wynika, że aż ponad połowa respondentów nie potraktowała lombardu jako miejsca do pożyczania pieniędzy, a jako okazję do zbycia cennego przedmiotu.

Wykres 36. Po jakim czasie odkupiłeś/aś ten przedmiot? N=94



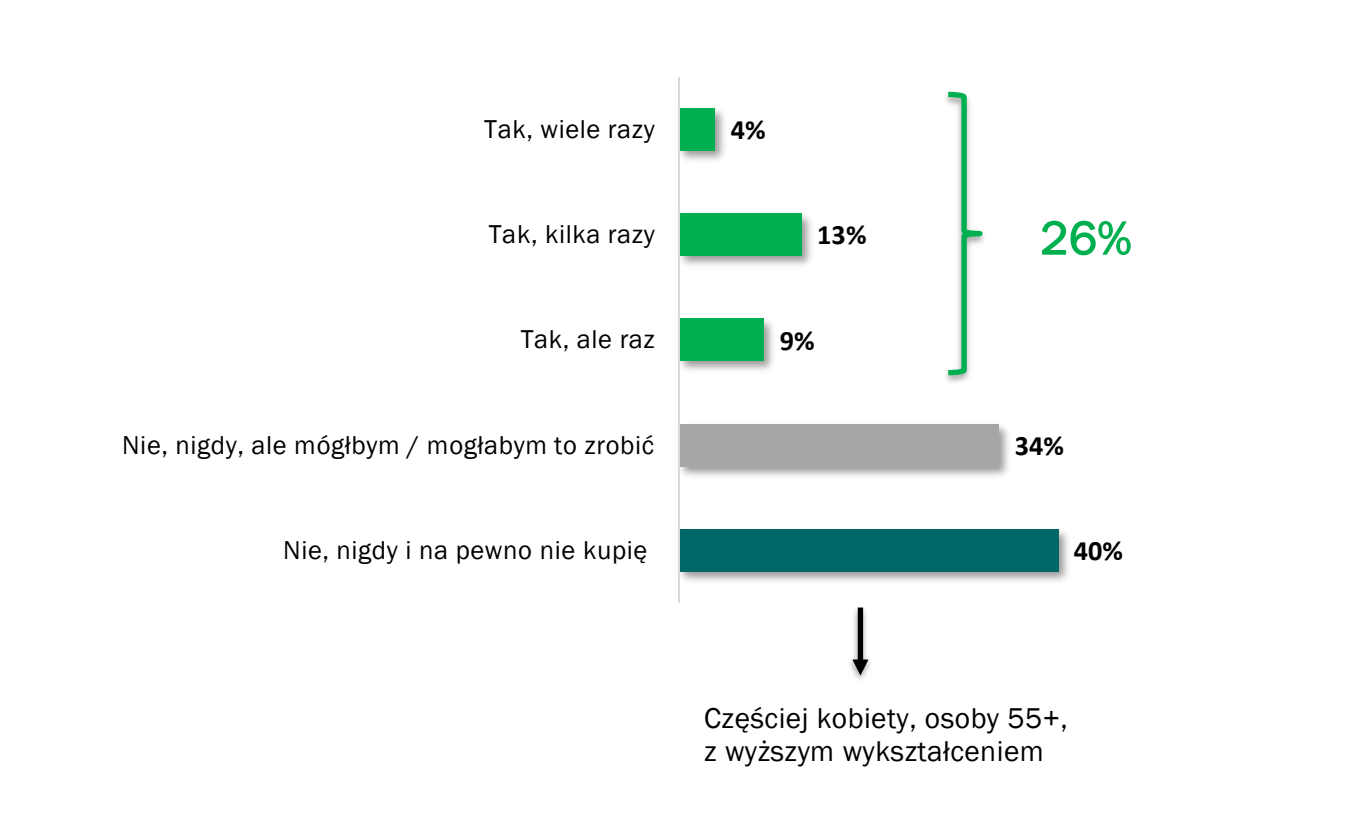
Źródło: (1)

Na podstawie badania osób, które wykupiły zastawiony przedmiot, dowiadujemy się, że transakcja odkupu nastąpiła po średnio 26 dniach i kosztowała dodatkowo średnio 72 zł przy średniej cenie przedmiotu ok. 400 zł.

DOŚWIADCZENIA I OPINIE POLAKÓW, KTÓRZY KORZYSTAJĄ Z LOMBARDÓW – KUPOWANIE

Skoro jest tak wiele przedmiotów wystawionych na sprzedaż w witrynie lombardu to znaczy, że ktoś je kupuje. Właściciele lombardów właśnie dzięki temu rozwijają biznes.

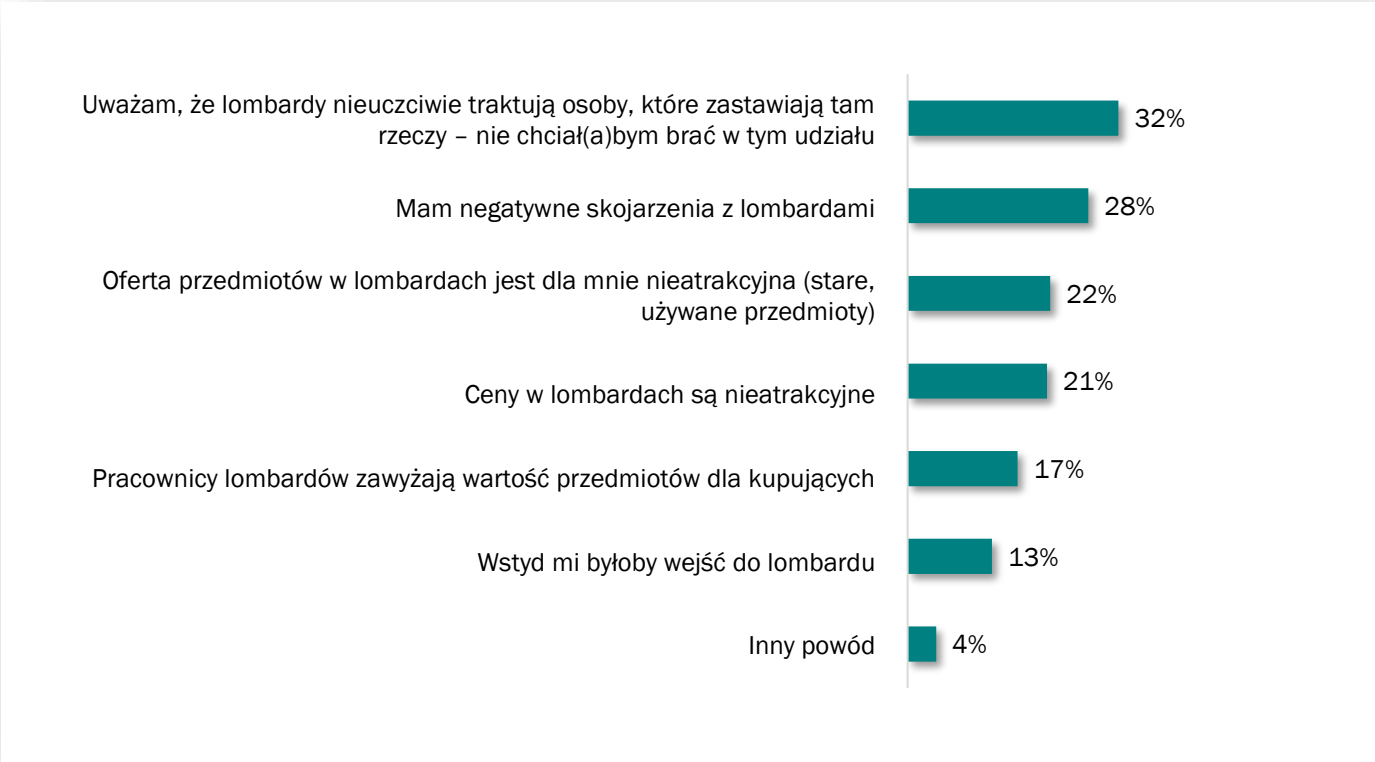
Wykres 37. Czy kiedykolwiek zdarzyło się Panu/i KUPIĆ przedmiot w lombardzie? N=1104



Źródło: (1)

Co czwarta badana osoba przyznaje, że zdarzyło jej się coś kupić w lombardzie, a co trzecia – choć nie ma takich doświadczeń, to nie wyklucza tego w przyszłości. Ilu z nas deklaruje, że nigdy nie kupiło i nie zamierza kupić niczego w lombardzie? To 4 na 10 osób.

Wykres 38. Dlaczego NIGDY NIE kupił(a)byś przedmiotu w lombardzie? (możliwość wskazania maksymalnie dwóch powodów) N=432



Źródło: (1)

Spośród tych, którzy wykluczają kupowanie czegokolwiek w lombardzie najczęstszym powodem takiej postawy jest poczucie, że lombardy nieuczciwie traktują osoby, które zastawiają tam swoje przedmioty.

Warto zwrócić uwagę, że częściej niechętne wobec kupowania w lombardach są osoby, które tylko raz tam sprzedały lub zastawiły – prawdopodobnie osoby te miały negatywne doświadczenia, dlatego nie wróciły już do lombardów i nie zamierzają tego robić nawet jako kupujący.

8. NASZE ODCZUCIA Z WIZYT W LOMBARDACH

Dotychczas przedstawione wyniki badań zleconych przez ZPP w większości przypadków pokazywały perspektywę rynku na podstawie danych zastanych oraz opinii Polaków, w tym klientów lombardów.

Z jednej więc strony:

- dane zastane pokazały, że rynek lombardów „wymyka się" wszelkim publicznym rejestrom;
- nie byliśmy w stanie ocenić rozmiarów rynku;
- właściciele i pracownicy lombardów nie chcieli rozmawiać z naszymi współpracownikami.

Z drugiej strony otrzymaliśmy zaskakująco pozytywne opinie Polaków o lombardach.

Aby poznać prawdę o rynku lombardów, współpracownicy ZPP przystąpili do badania o charakterze *mystery client*. Głównym jego celem było zebranie doświadczeń z kontaktów z lombardami oczami potencjalnego klienta oraz poznanie faktycznych warunków finansowych transakcji i sposobu traktowania konsumentów.

JAK PRZEPROWADZILIŚMY BADANIE

Podczas badania zbierano następujące informacje:

- Wygląd lombardu – lokalizacja, otoczenie, pomieszczenie, w którym dokonuje się transakcji, witryna, itp.
- Komunikowane informacje na temat działalności (PKD, informacja w sieci, informacja w lombardzie, umowa, itp.).
- Informacje w sieci: czy jest strona www, co oferuje, jak lombard się komunikuje?
- Przebieg transakcji:
  - wycena produktu,
  - rzeczywista cena transakcji zastawu,
  - zachowanie pracownika lombardu.
- Umowa – jakie są zapisy w umowie, na ile zgadza się z ofertą przedstawioną ustnie i na ile odpowiada rzeczywistej transakcji.

Badanie *mystery client* objęło 10 lombardów stacjonarnych, w których przeprowadzano transakcje zastawiania i wykupywania przedmiotów (w większości sytuacji od 1 do 2 rzeczy). W przypadku ośmiu sytuacji, mechanizm MC składał się z dwóch lub trzech etapów:

1. Transakcja zastawienia produktów i podpisania umowy;
2. Transakcja odebrania produktów (czasami w dwóch turach – oddzielnie dla każdego przedmiotu).

Dwie kolejne sytuacje obejmowały jedynie wstępną rozmowę o możliwości zastawienia samochodu marki Lexus LX 450H, ale nie zostały zakończone transakcją.

POZIOM OBSŁUGI W LOMBARDACH

Zróżnicowanie poziomu obsługi

Poziom obsługi, zaangażowanie i kontaktowość pracowników był bardzo różny, a bezpośrednie relacje z obsługą lombardów można określić jako rzeczowe, bez emocji. Tak zwany „chłodny profesjonalizm", przeradzający się z czasem w automatyzm, powodował drobne niedociągnięcia i pomyłki, jak np. brak zmiany numeru umowy na zastawianym przedmiocie po dokonaniu wykupu częściowego lub prośba o podanie telefonu i brak jego zapisania. W trakcie badania spotkaliśmy się również ze skrajnościami. Z jednej strony właściciel rodzinnego lombardu chętnie i wyczerpująco opowiadał o opcjach zastawu i sposobie działania lombardu, ale już pracownik lombardo-kantoru momentami tracił zupełnie zainteresowanie i kontakt z klientem, a na koniec wręczył umowę i pieniądze bez żadnego komentarza. Warto zaznaczyć, że w tym akapicie nie oceniamy finansowego wymiaru transakcji, a wyłącznie czysto ludzkie relacje na linii konsument - obsługa.

Firma a pracownik lombardu

Ocena obsługi w lombardach bardzo różni się w zależności od osoby, na którą akurat trafimy i firmy, z której korzystamy. Jeżeli już klient nawiąże relację z konkretnym lombardem, chętnie wraca do tego samego punktu, bez sprawdzania innych możliwości.

Z drugiej strony badanie dobitnie wykazało, że aby transakcja w lombardzie była korzystna dla klienta, konieczne jest czytanie umów przed podpisaniem, negocjowanie warunków w oparciu o wiedzę o prawach konsumenckich, zasięganie opinii i nawet sprawdzenie oraz porównywanie ofert w kilku okolicznych lombardach.

Pracownik lombardu – „chłodny profesjonalista" vs. „współczujący przyjaciel"

Nie ma jednego typu pracownika lombardu ani standardu obsługi. Pracownicy lombardów obsługujący klientów bardzo różnili się miedzy sobą nastawieniem do klienta (zainteresowanie klientem) czy poziomem kompetencji (na ile znali się na cenach zastawianych przedmiotów). Nie ma również żadnych reguł co do cech demograficznych pracowników lombardów. Osoby te były również w bardzo różnym wieku, od ok. 20 lat do osób w wieku 60+. Osoby te różniły się również stylem wyglądu i mówienia.

Jeśli natomiast chodzi o podejście do klientów, to można wyróżnić dwa główne typy:
„Chłodny profesjonalista" – osoba niemalże bez żadnych emocji przedstawiająca w bardzo konkretny sposób ofertę i odpowiadająca na wszystkie pytania klienta, choć nie zawsze zgodnie z prawdą i rzetelnie.
„Współczujący przyjaciel" – osoba, która od samego początku rozmawia z pozycji kogoś, kto chce pomóc klientowi, gra zatroskanego o los klienta przyjaciela, sygnalizująca zrozumienie dla jego trudnej sytuacji („co Pana ratuje"), zwracająca uwagę na to, co klientowi może się opłacać, a co nie.

Niestety drugi sposób zachowania może często obniżyć czujność klienta – czasami właśnie w tych lombardach na koniec okazywało się, że ostatecznie (niezgodnie z wcześniejszymi deklaracjami) koszt pożyczki był bardzo wysoki (np. z powodu kosztów wcześniejszego wykupu).

Sieciowy vs. pozasieciowy

Z obserwacji wynika, że lombardy sieciowe cechują się obsługą i ofertą na relatywnie średnim, zasadniczo akceptowalnym i przewidywalnym poziomie.

O lombardach pozasieciowych brak jednoznacznych wniosków. Występowała zarówno miła obsługa i bezstresowa transakcja, jak i podejście odmienne oraz wysoce zaniżone wyceny przy jednocześnie zawyżonych kosztach transakcji, łącznie z nieprzejrzystymi zasadami i kosztami, które nie zostały przedstawione lub różniły się na niekorzyść klienta w stosunku do tego, co zostało zapisane w umowie.

W lombardach pozasieciowych zwykle widać specjalizację oraz można się liczyć w większej mierze z niemożliwością zastawienia posiadanego przedmiotu lub bardzo niskiej wyceny, ale można też wynegocjować dobrą cenę za coś, co jest zgodne z profilem lombardu.

Generalne spostrzeżenia z przeprowadzonych wizyt skłaniają do wniosku, że w lombardach brak jest spójnych zasad informowania o warunkach transakcji czy ujednoliconych standardów obsługi klienta. Rynek nie cechuje się spójnym prokonsumenckim podejściem. Najczęściej można odnieść wrażenie, że to lombard i jego pracownicy są w pozycji dominującej względem konsumenta.

CZY RZECZYWIŚCIE W LOMBARDZIE MOŻNA ZASTAWIĆ WSZYSTKO?

Nie wszystko można zastawić w lombardzie

Wbrew informacjom widocznym w sieci czy na samych lombardach, nie wszystko da się tam zastawić, nawet gdy są to przedmioty pełnowartościowe, obiektywnie kosztowne, widniejące na aukcjach czy w witrynach lombardów. Na przykład markowe słuchawki nauszne wi-fi, które próbowaliśmy zastawić, warte w sklepie ok. 1000 zł, zupełnie nie budziły zainteresowania w odwiedzanych lombardach. Co ciekawe, również droższy telefon komórkowy (o wartości 1299 zł) nie został przyjęty w zastaw przez jeden lombard, będący jednocześnie sklepem i serwisem telefonów komórkowych. Najchętniej przyjmowano natomiast w zastaw złoto i wyroby jubilerskie.

Negocjowanie cen – to głównie teoria

Również w przypadku cen obietnice ze stron internetowych lub witryn lombardów zazwyczaj nie znajdują pokrycia w wycenach. Paradoksalnie najlepsze warunki transakcji w badaniu dawał lombard niekomunikujący wyjątkowych warunków oraz jeden z lombardów sieciowych.

Dodatkowo warto wspomnieć, że złoto i telefony nie były jednakowo wyceniane. Powodem może być ich wąska specjalizacja. Wyraźnie widać, że pewne lombardy lepiej czują się na rynku złota, a inne elektroniki.

Złoto jest bardzo chętnie przyjmowanym towarem w lombardzie. Przy wycenie nie ma znaczenia wartość artystyczna czy sentymentalna wyrobu, a jedynie brana jest pod uwagę próba złota i cena za gram (aczkolwiek lombardy różnią się przyjmowaną ceną za gram). W przypadku biżuterii, tak nowej z metkami, jak i używanej nikt nie pytał o dowody zakupu czy własności.

Weryfikacja prawa własności i dowodu zakupu miała miejsce jedynie w przypadku telefonów komórkowych.

Można więc przyjąć, że bez dokładnego sprawdzenia wycen w kilku, nawet okolicznych lombardach z ogromnym prawdopodobieństwem nie uzyska się „najlepszych cen w mieście", jak zapewniają nas banery i hasła reklamowe na lombardach.

UWAGA: Z konsumenckiego punktu widzenia należy podkreślić, że w badaniu jakościowym respondenci często mówili, że przed wizytą w lombardzie nie sprawdzali wycen w różnych punktach, a te – co pokazało badanie – potrafią się diametralnie różnić. Respondenci w większości przypadków nie mieli również świadomości, że lombardy wyceniają w tak różny sposób produkty, a przede wszystkim, że mają one różne zasady naliczania kosztów.

Badanie pokazało, że w lombardach można zastawić bardzo różne i często zaskakujące przedmioty i obiekty, pod warunkiem, że w opinii pracownika lub właściciela lombardu przedstawiają one wartość rynkową i mają dokumenty własności i uregulowany status prawny, np. garaż samochodowy, przyczepę chłodniczą czy nawet ciągnik rolniczy.

Jak już wspomnieliśmy, współpracownicy ZPP dwukrotnie próbowali zastawić samochód marki Lexus RX 450H (rocznik 2016). Szczegółowy opis negocjacji i ofert z warunkami finansowymi znajduje się w dalszej części niniejszego raportu.

9. LOMBARDY JAKO PODMIOTY RYNKU FINANSOWEGO

PRAWDZIWE WARUNKI REALIZOWANYCH TRANSAKCJI W LOMBARDACH

Polacy pytani o lombardy wypowiadają się pozytywnie. Jednakże przekonania te weryfikuje bliższe przyjrzenie się rzeczywistym transakcjom, które zostały zrealizowane w lombardach przez współpracowników ZPP.

Problemem pozostają wspominane wcześniej trudności z określeniem branży, podmiotów w niej funkcjonujących a także... realne przyjrzenie się warunkom finansowym, jakie są oferowane w tych punktach. Wiele wątpliwości pozostawiają też formalne kwestie dotyczące udzielenia pożyczki pod zastaw, jak i inne kwestie związane z ochroną konsumenta na tym rynku. Finansowym i formalnym kwestiom udzielania pożyczek pod zastaw poświęcony jest niniejszy rozdział. Opisywane poniżej doświadczenia pochodzą z przeprowadzonych badań o charakterze *mystery client*.

Jak jest ustalana wycena produktów pod zastaw i kwota pożyczki?

Szeroko reklamowane na stronach internetowych, profilach i szyldach lombardów indywidualne wyceny i negocjacje w większości przypadków są fikcją. W praktyce lombard narzuca warunki cenowe i niewiele da się wynegocjować. Pole do negocjacji wyceny pozostaje najczęściej przy przedmiotach drogich, ale negocjacjom nie podlega już oprocentowanie i zasady spłacania zobowiązania finansowego. Wyjątek stanowi zastawianie przedmiotów o bardzo dużej wartości jak np. samochód. Tutaj odsetki podlegały negocjacji w stosunku do standardowych, choć i tak były wysoce odbiegające od tych oferowanych w uregulowanych instytucjach pożyczkowych.

Można próbować negocjować wyższą wycenę produktu, powołując się na znajomość ceny przedmiotów już wcześniej zastawianych, ale i to nie zawsze jest skuteczne. Lombardy zaniżają wycenę, argumentując to tym, że transakcja w ogóle im się nie opłaca w sytuacji braku wykupu przedmiotu przez właściciela. Przy przedmiotach niskiej wartości istnieją duże rozbieżności w wycenie między lombardami.

Reguła wyceniania

Przedmioty są wyceniane na zasadzie wypłaty klientowi między 30 a 60 proc. wartości rynkowej przedmiotu. Jednak często wyjściowa wycena jest zaniżana i nie odpowiada kwocie, za którą przedmiot został kupiony (np. w telefonach odwoływano się do najniższej ceny na portalu olx). Występuje także duża dowolność w ustalaniu oprocentowania.

Rozbieżności w wycenach zastawianych przedmiotów:

- telefon Xiaomi kupiony za 1299 zł wyceniano od 500 do 750 zł (padał np. argument o braku numeru IMEI na fakturze), ale i też w innym miejscu odmówiono przyjęcia go jako zastaw, „bo drogich nie bierzemy",
- telefon Samsung M11 kupiony za 699 zł (w trakcie badania przeceniony na 599 zł) wyceniano na 200 do 350 zł,
- złoty łańcuszek z zawieszką, próba 585, waga 0,93 g, cena zakupu u jubilera 490 zł wyceniano na 90 – 120 zł, czyli poniżej ceny skupu złota,
- pierścionek o wysokiej próbie i ładnym wzorze, waga 4,8 g (bez dowodu zakupu i informacji o cenie zakupu) wyceniano od 400 do ponad 500 zł, czyli również w okolicy wartości ceny skupu złota.

Case study: wizyta w lombardzie w Pułtusku

Do zastawu nasi współpracownicy wybrali wisiorek na łańcuszku oraz pierścionek. Ostatecznie zastawiono wyłącznie pierścionek, który dawał większą satysfakcjonującą kwotę oraz był łatwiejszy do wyceny.

Obsługa chwilami traciła zainteresowanie klientem, gdzieś odchodziła, pisała sms-y, szukała informacji w sieci i oglądała z wieloma wątpliwościami próby na złocie czy wzory prób w sieci. Wydaje się, że ostatecznie nie była pewna klasy złota.

Ostatecznie zaproponowano 400 zł za zastaw pierścionka o wadze 4,8 g. Daje to bardzo niską cenę złota – zaledwie 83,33 zł za gram. Za ten sam pierścionek uzyskano wyceny rzędu 500-600 zł w innym lombardzie, ale to wciąż okolice wartości samego kruszcu.

Umowa sprzedaży z zastrzeżeniem prawa odkupu została sporządzona bez poinformowania o oprocentowaniu i kwocie wykupu, nie podano zasad naliczania procentów oraz minimalnej kwoty wykupu. Umowa opiewała na: sprzedaż za 400 zł, podatek PPC 2 proc. z datą przysługującego prawa odkupu przedmiotu za 31 dni na kwotę 524 zł.

Kwota zastawu została przedstawiona dopiero po wręczeniu umowy do podpisu, a to oznacza, że klient nie został poinformowany, że za pożyczenie 400 zł na jeden miesiąc będzie musiał zapłacić 124 zł. Zgodnie z obowiązującymi w pandemii przepisami, pożyczka na okres 31 dni, nie może być obarczona kosztem wyższym niż 15,5 proc. proc. plus odsetki. Zatem w przypadku pożyczki o wysokości 400 zł maksymalny koszt może wynieść 64,48 zł. To oznacza, że lombard dwukrotnie przekroczył dozwolone prawem koszty.

Główne zastrzeżenia dotyczące umów i kosztów pożyczki pod zastaw

Problem 1: Brak dostępnych umów do wglądu.

Na stronach lombardów on-line oraz stacjonarnych nie ma do wglądu wzorów umów ani zasad oprocentowania i wykupu. Co więcej, w umowach nie znajdziemy też samych odsetek czy opłat za przechowanie (widnieje tam jedynie kwota „sprzedaży" i „rezygnacji ze sprzedaży"). Bez wpisania przez pracownika wycen i dat nie da się odczytać i wyliczyć kosztów pożyczki. Zwykle nie praktykuje się wcześniejszego przekazania do przeczytania warunków finansowych na piśmie, przesłania komuś do konsultacji, zrobienia zdjęcia czy porównania z innymi lombardami. Jest to o tyle znamienne, że pracownicy ustnie informują o poziomie oprocentowania, które jest standardowe, ale już nie jest zapisane w umowie.

Problem 2: Brak jasnych zasad kalkulacji kosztów.

Powszechnie obowiązującą zasadą w lombardach jest ustalenie z klientem kwot i terminów zastawu i wstawienie ich do zawierającej formuły kalkulacyjne umowy. Umowa jest następnie drukowana i dawana do podpisu klientowi. Gdy klient nie dopyta wcześniej lub w momencie wręczania umowy o koszty i zasady, pozna je dopiero, czytając zapisy umowy. Zależnie od podejścia lombardu i konkretnego pracownika, klient dowie się lub nie o poziomie odsetek, sposobie ich naliczania czy wysokości wykupu minimalnego.

Przykład z odwiedzonego lombardu:
Praktyka stosowana w jednej z sieci lombardowej polega na wydrukowaniu umowy dopiero po złożeniu w sposób „elektroniczny" podpisu na padzie leżącym na ladzie! Gdy trafi się na pracownika rutynowo działającego i nie informującego spontanicznie o kosztach w przyjętych przedziałach czasowych zastawu, klient podpisuje umowę w ciemno i dowiaduje się o oprocentowaniu dopiero po dokonaniu transakcji.

Problem 3: Klauzule o przetwarzaniu danych

Podejście do ochrony danych osobowych bywa różne. Na jednych umowach znajdują się klauzule wpisane jako paragrafy umowy, przy innych umieszczane są jako całostronicowy załącznik, na jeszcze innych widnieje wzmianka o przetwarzaniu danych osobowych, ale na podstawie starych ustaw. W niektórych punktach na temat ochrony danych osobowych nie zostało nam nic powiedziane i nie przekazano nam żadnych dokumentów do podpisu. W różnym stopniu eksponowane są też informacje o przetwarzaniu danych i ich administratorze w samych pomieszczeniach lombardów.

Przykład z odwiedzonego lombardu:
Kuriozalną sytuacją było wydrukowanie w jednym lombardzie umowy dla klienta i kartki ze zgodami RODO na odwrocie starych faktur i dokumentacji przesyłki z widniejącymi danymi osobowymi i księgowymi innego podmiotu!

Problem 4: Paragony, potwierdzenia, pokwitowania

Podczas wykupu zastawionego przedmiotu w lombardzie należy pokazać umowę i czasem dowód osobisty. Kopia klienta jest zabierana, a pokwitowanie oddania pieniędzy wraz z opłatami ma miejsce na kopii, którą posiada lombard lub na specjalnie drukowanych dowodach wpłaty, a w badanym lombardzie sieciowym na czytniku elektronicznym.

Z reguły klient odbierający zastaw nie otrzymuje żadnego pokwitowania, chociaż zdarzyło się, że spontanicznie podano wydruk z kasy fiskalnej na kwotę odstępnego dla konkretnego numeru umowy. W innym przypadku wydrukowano na prośbę pokwitowanie sprzedaży. Gdy klient poprosi, istnieje możliwość sfotografowania podpisanej umowy, która zostaje w lombardzie.

Przykłady dwóch różnych paragonów otrzymanych przy wykupie:

1. ***Logiczny i prosty paragon pokazujący faktycznie zapłaconą lombardowi kwotę za odstąpienie od umowy sprzedaży (realny, całkowity koszt pożyczki).***

PARAGON FISKALNY
odstępne 6042/21 1 x20,00 20,00C
SPRZEDAŻ OPODATK. C 20,00
PTU C 5,00 % 0,95
SUMA PTU 0,95
SUMA PLN 20,00
GOTÓWKA 20,00 PLN

Źródło: (4)

2. ***Niezrozumiały co do formy ewentualnego księgowania i opodatkowania paragon otrzymany po zwrocie pożyczki 600 zł, powiększonej o „koszty przechowania" w wysokości 63 zł, które zarobił lombard na pożyczce. Innymi słowy zaksięgowano przychód w wysokości 663 zł, przy realnym przychodzie 63 zł.***

W010313
PARAGON FISKALNY
Odbior zastawu. 1 szt.*663.00 663.00A
SP.OP.A: 663.00 PTU 23% 123.98
Suma PTU: 123.98
Suma: PLN 663.00
4YZ7dHQ2JCnoB1j7EeLs+ksOBLc= 9E
CAP 1501420620
Gotowka: 663.00
Nr Sys.:

Źródło: (4)

Problem 5: Umowa do zwrotu po wykupie

Klient dostaje podstemplowaną i podpisaną umowę zastawu, co ma wywoływać poczucie uczciwości i pewności. Umowa ta zostaje jednak zabrana podczas wykupu. Problem z umowami wymaga szerszego omówienia w następnym podrozdziale.

UMOWY W LOMBARDACH

Umowy w legalnych instytucjach pożyczkowych podlegają wysokim standardom prawnym oraz przepisom o ochronie praw konsumenta. Przed zawarciem umowy konsument powinien otrzymać formularz informacyjny, w którym zawarte będą informacje dotyczące kosztów związanych np. z kredytem. Ponadto klient ma prawo otrzymać bezpłatnie projekt umowy (jeśli w ocenie kredytodawcy spełnia warunki udzielenia kredytu). Konsument powinien otrzymać wszelkie wyjaśnienia w przypadku wątpliwości co do treści umowy, powinien również otrzymać wzór odstąpienia od umowy. Praktyka na rynku lombardów odbiega jednak od powyższych standardów.

Umowy na pożyczki pod zastaw zwykle mają formy:

- Przedwstępnej sprzedaży przyrzeczonej (z terminem i wskazanymi kosztami odstępnego).
- Przedwstępnej sprzedaży (z terminem i wskazanymi kosztami odstępnego).
- Sprzedaży z zagwarantowanym prawem odkupu (w ustalonym terminie za wskazane koszty).
- Umowy na przechowanie przedmiotu na okres ustalony (z minimalną kwotą odstępnego).

Na większości umów pojawia się jako umówiona cena sprzedaży w kwocie o 1 proc. lub kilka złotych większej niż wypłacona zaliczka, a opłaty, czyli odsetki liczone są od kwoty zaliczki.

Case study: wizyta w lombardzie w Mińsku Mazowieckim

Warunki umowy:

Nasi współpracownicy udali się do lombardu w Mińsku Mazowieckim, aby zastawić nietypową i posiadającą dużą wartość estetyczną biżuterię: złoty pierścionek o wadze 13,9 gramów.

Umowa przedstawiona w lombardzie dotyczyła przechowania dwóch złotych przedmiotów. Zaproponowano opcję umowy na przechowanie przedmiotów przez 7, 14 dni i na 1 miesiąc. Ustnie podano informację, że odsetki wynoszą 1,5 proc. dziennie i liczone są od każdego dnia. Mniejsze odsetki przy dłuższym zastawie wynoszą 1,2 proc., jednak wyższa jest kwota wykupu.

Poinformowano, że kwota wykupu wyniesie 663 zł dla pożyczki o wartości 600 zł udzielonej na tydzień.

- *Pracownik lombardu przekazał, że jest to minimalny okres i koszt zastawu, pomimo że w umowie pisemnej sformułowany został inny zapis.*
- *Pracownik nie wspomniał o stałej kwocie minimalnej wykupu, podczas gdy na umowie jest taka i wynosi 20 zł.*
- *Umowę zobaczyliśmy dopiero po jej wypełnieniu przez lombard.*
- *Ostatecznie nie do końca było dla nas jasne na jakich warunkach podpisaliśmy umowę pożyczki 600 zł.*
- *Umowa spisana i podana do podpisu bez omówienia z klientem, jeśli chodzi o zasady wykupu i wyliczenia dotyczące* kosztów.

Język i forma umowy

Nie wszystkie umowy są jednakowo proste i czytelne, tak pod względem ich języka, paragrafów, jak i samego formatowania czy wielkości druku. Umowy są zwykle w formacie A5 i powstają przez przecięcie standardowej kartki i podzielenie na kopię klienta i lombardu.

Dodatkowe informacje

Nie na wszystkich umowach są umieszczane godziny działania lombardu i rubryki dotyczące kontaktu oraz telefonu do klienta. Nie zawsze pracownik zaznacza i omawia kluczowe daty i kwoty, tylko w połowie przypadków się o to postarano.

Wydarzeniem szczególnym było wręczenie w jednym z lombardów klientowi umowy pisemnej z warunkami innymi niż zostały przedstawione w ofercie ustnej. Na piśmie minimalny wykup zastawionych przedmiotów wynosił 20 zł, a opłata dzienna za przechowanie została ustalona na 9 zł. Kilka chwil wcześniej pracownik lombardu ustnie poinformował o stałej opłacie w wysokości 63 zł za tydzień, niezależnie od dnia wykupu, bez opcji zmniejszenia tej kwoty przy wykupie np. po dwóch czy trzech dniach. Przy wcześniejszym wykupie zażądano kwoty podanej ustnie, a nie zapisanej w umowie, która była korzystniejsza dla klienta.

Przykładowe umowy

1. *Przykład przedwstępnej umowy sprzedaży. Prosta umowa będąca jednocześnie pokwitowaniem, napisana jasnym językiem. Brak jednak zapisów RODO.*

Przedwstępna umowa sprzedaży

zawarta dnia:
pomiędzy Kupującym

a klientem firmy zwanym dalej Sprzedającym:

1. Sprzedający zobowiązuje się sprzedać a Kupujący zobowiązuje się kupić następujący towar używany:
xiaomi mi 10t lite komplet
2. Kupujący wypłaca Sprzedającemu tytułem zaliczki kwotę:
500,00 zł *pięćset*
Podpis Sprzedającego pod umową jest jednocześnie pokwitowaniem odbioru zaliczki, a podpis Kupującego pokwitowaniem przyjęcia przedmiotu sprzedaży.
3. Zaliczka zostanie zaliczona na poczet ceny sprzedaży. W przypadku nie zawarcia umowy przyrzeczonej z winy którejkolwiek ze stron zaliczka podlega zwrotowi.
4. Termin zawarcia umowy przyrzeczonej:
5.1. Całkowita cena sprzedaży wynosi: 505,00 zł

5.2. Miejscem zawarcia umowy przyrzeczonej jest lokal kupującego. 5.3. W czasie trwania umowy Kupujący będzie przechowywał przedmiot sprzedaży w lokalu Kupującego i ponosił za niego pełną odpowiedzialność. Kupujący nie będzie korzystał z przedmiotu sprzedaży. 5.4. Najpóźniej do dnia zawarcia umowy przyrzeczonej każda ze stron ma prawo odstąpić od umowy bez podania przyczyny. W przypadku gdy stroną odstępującą jest Sprzedający, zobowiązany jest on do zapłaty na rzecz Kupującego odstępnego w wysokości zależnej od terminu odstąpienia. Minimalne odstępne wynosi: 5,00 zł
Łączna kwota należna Kupującemu w przypadku odstąpienia Sprzedającego od umowy w terminie zawarcia umowy przyrzeczonej wynosi wraz z kwotą zwróconej zaliczki:
549,00 zł *pięćset czterdzieści dziewięć*
6. Strony uzgadniają, iż podatek od czynności cywilnoprawnych związany z zawarciem umowy przyrzeczonej spoczywa na sprzedającym a jego odprowadzeniem zajmie się Kupujący. Kwota podatku PCC w wysokości 2 % ceny sprzedaży zostanie potrącona z całkowitej ceny sprzedaży wypłaconej Sprzedającemu.
7. W celu zapewnienia Kupującemu możliwości zawarcia umowy przyrzeczonej na wypadek niewykonania tego obowiązku przez Sprzedającego w wyznaczonym terminie Sprzedający udziela Kupującemu nieodwołalnej zgody do zawarcia umowy przyrzeczonej, przy czym Kupujący jako pełnomocnik będzie również drugą strona transakcji. Kupujący w takim wypadku przejmuje własność przedmiotu sprzedaży w cenie wypłaconej zaliczki.
8. Zmiana terminu zawarcia umowy przyrzeczonej wymaga pisemnego aneksu pod rygorem nieważności.
9. Sprzedający oświadcza, że przedmiot sprzedaży jest wyłącznie jego własnością, nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie. Kupujący nie odpowiada za dane pozostawione na nośnikach pamieci.
10. W sprawach nieuregulowanych niniejszą umową zastosowanie mają przepisy Kodeksu Cywilnego.

.....

Oświadczam, że z dniem..... odstępuję od niniejszej umowy za zapłatą odstępnego

w kwocie..... oraz potwierdzam odbiór przedmiotu sprzedaży w stanie nie pogorszonym.

Źródło: (4)

2. *Przykład umowy na przechowanie. Opłata dzienna (opisane w pkt. 5 umowy) za przechowanie i kwota minimalnego wykupu nie są w praktyce respektowane. Lombard żąda pełnej kwoty za 7-dniowy zastaw niezależnie od daty wykupu przedmiotu.*

Umowa przechowania [redacted]

wraz z przewłaszczeniem na zabezpieczenie oraz zastrzeżeniem prawa odkupu.

zawarta dnia: 08 01 2021

pomiędzy przechowującym: [redacted]

A klientem firmy Lombard [redacted] wanym dalej Oddającym:

[redacted]

1. Przedmiotem umowy jest przechowanie następującego towaru używanego Złota branzoletka. Złoty pierścionek 13,9g
2. Przechowujący wypłaca oddającemu kwotę w wysokości 600 zł Tytułem zabezpieczenia ewentualnych roszczeń Oddającego wynikających z niniejszej umowy
3. Oddający na przechowanie podpisuje przedmiotową umowę kwituje odbiór kwoty określonej w pkt 2.
4. Termin umowy wygasa dnia: [redacted]
5. Oddający w celu zabezpieczenia zwrotu zabezpieczenia pieniężnego określonego w pkt 2 i roszczeń z niniejszej umowy, przenosi na firmę [redacted] posiadanie oraz prawo własności rzeczy ruchomych wymienionych w pkt 1 pod warunkiem zawieszającym, iż jeżeli zabezpieczenie pieniężne określone w pkt 2 wraz z wynagrodzeniem za usługę nie zostanie spłacone w terminie określonym w umowie, własność w/w rzeczy automatycznie przejdzie na firmę [redacted] Firma [redacted] ma prawo w/w przedmiot przewłaszczenia sprzedać i zaspokoić się z uzyskanej kwoty sprzedaży, a zobowiązanie Oddającego ulega umorzeniu w części niespłaconej, natomiast Przechowujący zrzeka się wszelkich roszczeń z tym związanych. Za każdy dzień przechowywania będzie naliczana opłata w wysokość 9 . zł Minimalna opłata za cały termin przechowania wynosi 20zł. Łączna suma należna wraz ze zwrotem zabezpieczenia pieniężnego i opłaty za przechowanie na dzień określony w pkt 4 wynosi .663zł
6. Miejscem przechowania będzie adres firmy.
7. Oddający ma prawo w czasie trwania niniejszej umowy żądać zwrotu rzeczy oddanej na przechowanie. Przedmiot przechowania zostanie wydany Oddającemu po dokonaniu przez niego zwrotu kwoty wskazanej w pkt 2 oraz uiszczeniu wynagrodzenia za przechowanie.
8. Przechowujący zobowiązuje się do przechowania przedmiotu umowy w stanie nie pogorszonym.
9. W przypadku przyczyny niezależnych od przechowującego (i udowodnionych) utraty lub zniszczenia towaru wymienionego w pkt 1, cena wypłacona Oddającemu wykazana w pkt 2 w pełni wyczerpuje wszelkie roszczenia materialne Oddającego.
10. Oddający oświadcza, że towar wymieniony w pkt 1 nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie.
11. Oddający oświadcza, iż wyraża zgodę na przetwarzanie swoich danych osobowych dla potrzeb niezbędnych do realizacji niniejszej umowy zgodnie z ustawą z dnia 29.08.1997r. „O ochronie danych osobowych" (Dz.U. z 2002 r. Nr 101, poz. 926, z późn. zm.).
12. Do umowy stosuje się przepisy zawarte w Art. 835-844 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. nr 16, poz. 93 z późn. zm.)
13. Przechowujący nie odpowiada za dane pozostawione na nośnikach pamięci. [redacted]

.....

(podpis Oddającego)

Nr.tel:

Źródło: (4)

3. *Przykład umowy sprzedaży z zastrzeżeniem prawa wykupu. W umowie nie jest nic wspomniane o sposobie naliczania kosztów i kwocie minimalnego wykupu. Oddzielnie podpisywana była zgoda RODO.*

Umowa sprzedaży
z zastrzeżeniem prawa odkupu
zawarta dnia:
pomiędzy Kupującym

a klientem firmy zwanym dalej Sprzedającym:

1. Przedmiotem umowy jest sprzedaż następującego towaru używanego:
wyrób jubilerski używany - pierścionek waga g: 4,8
2. Cena sprzedaży ustalona zostaje na:
400,00 zł *czterysta*
podatek pcc 2% 0,00 zł, do wypłaty 400,00 zł
3. Sprzedający przenosi na rzecz kupującego własność rzeczy określonej w ust. 1 niniejszej umowy za kwotę określoną w pkt 2, której otrzymanie Sprzedający kwituje podpisując przedmiotową umowę.
4. Cena wskazana w pkt 2 została zapłacona w całości przez Kupującego na ręce Sprzedającego. Sprzedający poprzez podpisanie niniejszej umowy potwierdza fakt odbioru i przeliczenia kwoty wskazanej w pkt 2, oraz oświadcza, że przenosi na rzecz Kupującego własność oraz posiadanie towaru z pkt 1.
5. W terminie do:
od dnia zawarcia niniejszej umowy Sprzedającemu przysługuje prawo odkupu przedmiotu sprzedaży za zwrotem ceny i oraz za zwrotem nakładów i podatku od towarów i usług, za umówiona cenę:
524,00 zł *pięćset dwadzieścia cztery*
6. Prawo odkupu Sprzedający wykonuje poprzez złożenie pisemnego oświadczenia woli o skorzystaniu z prawa odkupu z jednoczesnym uiszczeniem na rzecz Kupującego umówionej ceny określonej w pkt 5.
7. Z chwilą wykonania prawa odkupu Kupujący jest zoobowiązany przenieść na Sprzedającego własność rzeczy będącej przedmiotem niniejszej umowy. Wydanie Sprzedającemu przedmiotu umowy nastąpi niezwłocznie.
8. Kupujący zobowiązuje się do przechowania przedmiotu umowy w stanie nie pogorszonym.
9. W przypadku przyczyn niezależnych od Kupującego(i udowodnionych) utraty lub zniszczenia towaru wymienionego w pkt 1, zastrzeżone prawo odkupu wygasa a cena wypłacona Sprzedającemu wykazana w pkt 2 w pełni wyczerpuje wszelkie roszczenia materialne Sprzedającego.
10. Sprzedający oświadcza, że towar wymieniony w pkt 1 nie pochodzi z przestępstwa, nie ma innych wad prawnych i nie mają do niego praw osoby trzecie.
12. Kupujący nie odpowiada za dane pozostawione na nośnikach pamięci.

....

tel.

Źródło:((4)

4. *Przykład przedwstępnej umowy sprzedaży. Najdokładniej ze wszystkich umów rozpisane koszty, jednak klient nie jest z nimi zapoznany przed podpisaniem umowy. Umowa jest podpisywana na terminalu elektronicznym przed jej wydrukowaniem, tak więc klient nie ma szans na zapoznanie się z treścią umowy przed podpisaniem.*

PRZEDWSTĘPNA UMOWA SPRZEDAŻY zawarta dnia **2021-01-07**

Sprzedający:
adres zamiesz

Warunki umowy: Sprzedający zobowiązuje się sprzedać a Kupujący zobowiązuje się kupić następującą rzecz (Przedmiot Sprzedaży): **(1) SMARTFON SAMSUNG GALAXY M11 +PARAGON - 1,00 szt.** . Termin i miejsce zawarcia umowy przyrzeczonej: **2021-01-21**, w w lokalu Kupującego. Całkowita cena sprzedaży: 368,00 zł. Termin i sposób zapłaty: Gotówka wypłacona w dniu **2021-01-21** w lokalu Kupującego. Termin i sposób wydania rzeczy: w dniu 2021-01-07 w lokalu Kupującego. W chwili zawarcia Umowy Sprzedający otrzymuje zaliczkę w kwocie **350,00** zł. Zaliczka zostanie zaliczona na poczet ceny sprzedaży w przyrzeczonej umowie sprzedaży. W przypadku niezawarcia umowy przyrzeczonej oraz w przypadku odstąpienia od umowy przez Kupującego, zaliczka podlega zwrotowi. Podpis Sprzedającego pod umową jest jednocześnie pokwitowaniem odbioru zaliczki. **Warunki zawarcia umowy przyrzeczonej:** 1) Kupujący zawierając Umowę nie zbadał rzeczy - Kupujący dokona zbadania rzeczy, w tym szczególności w zakresie weryfikacji oświadczeń i zapewnień Sprzedającego złożonych w Umowie oraz w zakresie wpływu ewentualnych niezgodności na wartość Przedmiotu Sprzedaży, do dnia zawarcia umowy przyrzeczonej 2) Kupujący przedstawi Sprzedającemu wynik (pozytywny lub negatywny) tej oceny w dniu zawarcia umowy przyrzeczonej 3) w przypadku negatywnego wyniku badania rzeczy: a) Kupujący nie jest zobowiązany do zawarcia umowy przyrzeczonej; b) Sprzedający jest zobowiązany do zwrotu otrzymanej zaliczki; c) Kupujący może zaoferować Sprzedającemu kupno Przedmiotu Sprzedaży za inną cenę, odpowiadającą zweryfikowanej wartości Przedmiotu Sprzedaży - w takim wypadku zawarcie umowy przyrzeczonej nastąpi po zaakceptowaniu nowej ceny sprzedaży przez Sprzedającego. **Umowa przyrzeczona zostanie zawarta we wskazanym powyżej dniu zawarcia umowy przyrzeczonej, nie później niż do chwili zamknięcia lokalu Kupującego w tym dniu.** W celu zapewnienia Kupującemu możliwości zawarcia umowy przyrzeczonej na wypadek niewykonania tego obowiązku przez Sprzedającego w wyznaczonym terminie, Sprzedający udziela Kupującemu nieodwołalnego pełnomocnictwa, z prawem do udzielania dalszych pełnomocnictw pracownikom kupującego, do przyjęcia zawiadomienia o pozytywnym wyniku oceny Przedmiotu Sprzedaży oraz do zawarcia umowy przyrzeczonej - umowy sprzedaży, przy czym 1) Kupujący, jako pełnomocnik będzie także drugą stroną transakcji 2) Kupujący może skorzystać z pełnomocnictwa wyłącznie po łącznym spełnieniu się następujących warunków: a) w przypadku pozytywnego wyniku oceny Przedmiotu Sprzedaży przez Kupującego b) nie wcześniej niż po upływie terminu do zawarcia umowy przyrzeczonej, tj. po zamknięciu lokalu Kupującego w dniu zawarcia umowy przyrzeczonej c) za cenę równą kwocie wypłaconej zaliczki. Zmiana terminu zawarcia umowy przyrzeczonej wymaga pisemnego aneksu, pod rygorem nieważności. W czasie trwania Umowy Kupujący będzie posiadał rzecz i ponosił za nią odpowiedzialność; Kupujący nie będzie korzystał z rzeczy.
Odstąpienie od umowy za zapłatą odstępnego: najpóźniej do dnia zawarcia umowy przyrzeczonej, każda ze Stron ma prawo odstąpić od Umowy, bez podania przyczyny, za zapłatą odstępnego. Oświadczenie o odstąpieniu od umowy wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności. W celu skutecznego odstąpienia od Umowy Strona składająca oświadczenie, jest zobowiązana zapłacić drugiej stronie, kwotę odstępnego w wysokości:

- **24.50 zł**, gdy prawo odstąpienia od umowy zostanie wykonane najpóźniej w terminie **7 dni** od dnia zawarcia umowy;
- **42.00 zł**, gdy prawo odstąpienia od umowy zostanie wykonane najpóźniej w terminie między **8 a 14 dniem** od dnia zawarcia umowy;
- **63.00 zł**, gdy prawo odstąpienia od umowy zostanie wykonane najpóźniej w terminie między **15 a 21 dniem** od dnia zawarcia umowy;
- **84.00 zł**, gdy prawo odstąpienia od umowy zostanie wykonane po upływie **21 dni** od dnia zawarcia umowy;

Odstąpienie od umowy bez zapłaty odstępnego: 1) w przypadkach i na zasadach określonych przepisami powszechnie obowiązującymi, 2) w przypadku złożenia przez Sprzedającego w umowie nieprawdziwych zapewnień lub oświadczeń, w tym w szczególności co do przysługującego mu prawa własności Przedmiotu Sprzedaży - najpóźniej do chwili zamknięcia lokalu Kupującego w dniu zawarcia umowy przyrzeczonej.
Ograniczenie odpowiedzialności: Kupujący nie ponosi żadnej odpowiedzialności za pliki osobiste Sprzedającego zawierające zdjęcia, nagrania, kontakty, korespondencję, muzykę itp. znajdujące się na rzeczach elektronicznych pozostawionych w lokalu Kupującego. W pozostałych przypadkach odpowiedzialność Kupującego z tytułu niniejszej umowy jest ograniczona do wysokości całkowitej ceny sprzedaży.
Oświadczenia i zapewnienia Sprzedającego: 1) Przedmiot Sprzedaży jest wolny od wad prawnych, w tym stanowi jego własność, nie pochodzi z przestępstwa, nie jest objęty postępowaniem egzekucyjnym, nie jest przedmiotem zastawu, ani przewłaszczenia i rozporządzanie nim przez Sprzedającego nie podlega żadnym innym ograniczeniom wynikającym z obowiązujących przepisów lub czynności prawnych Sprzedającego 2) Przedmiot Sprzedaży jest używany, lecz sprawny i wolny od wad fizycznych oraz posiada cechy opisane w Umowie 3) Sprzedający nie będzie dokonywał sprzedaży rzeczy w ramach prowadzonej działalności gospodarczej. **Powyższe oświadczenia Sprzedający składa pod rygorem odpowiedzialności prawnej.**
Oświadczenia Kupującego: 1) Kupujący dokona nabycia własności rzeczy w ramach prowadzonej działalności gospodarczej z zamiarem dalszej odsprzedaży rzeczy; 2) Kupujący zawierając Umowę działa w zaufaniu do oświadczeń i zapewnień Sprzedającego; 3) Zaoferowana cena została ustalona na podstawie informacji o ofertach sprzedaży podobnych rzeczy dostępnych w sieci Internet;
Postanowienia końcowe: Zgodnie z art. 13 ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r. (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016) informuję, ogólnego rozporządzenia o ochronie danych osobowych z dnia 27 kwietnia 2016 r., 4) Pani/Pana dane osobowe przechowywane będą przez okres 6 lat. Natomiast Państwa dane osobowe utrwalone w dokumentacji księgowej będą przechowywane przez okres wskazany w obowiązujących przepisach prawa, w tym przepisach podatkowych. 5) posiada Pani/Pan prawo do żądania od administratora dostępu do danych osobowych, ich sprostowania, usunięcia lub ograniczenia przetwarzania, 6) ma Pani/Pan prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego, 7) podanie danych osobowych jest dobrowolne, jednakże odmowa podania danych może skutkować odmową zawarcia umowy. Umowa nie przewiduje prawa korzystania z pozasądowego rozstrzygania sporów. W celu mediacji przed wdaniem się w spór przed sądem, strona zgłaszająca roszczenia zobowiązana jest wezwać drugą stronę na piśmie do dobrowolnego spełnienia świadczenia oraz odpowiedzieć na piśmie na zarzuty lub propozycje ugodowe wzywanego. Strona wezwana zobowiązana jest odpowiedzieć na piśmie na wezwanie i przedstawić wzywającemu zarzuty wobec zgłoszonych roszczeń lub propozycje ugodowe, nie później niż w terminie 7 (siedmiu) dni od dnia otrzymania wezwania. Organem nadzoru w sprawach ochrony konsumentów jest Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Do umowy stosuje się prawo polskie. Umowę sporządzono w języku polskim, po jednym egzemplarzu dla każdej ze stron.

Oświadczenia i zapewnienia Sprzedającego: 1) Przedmiot Sprzedaży jest wolny od wad prawnych, w tym stanowi jego własność, nie pochodzi z przestępstwa, nie jest objęty

Podpis Sprzedającego

Za Kupującego Firma/Pracownik

Sprzedający udziela Panu/ni _____, PESEL _____ pełnomocnictwa, z prawem do udzielania dalszych pełnomocnictw, do dokonywania wszelkich czynności faktycznych i prawnych związanych z dysponowaniem i rozporządzaniem Przedmiotem Sprzedaży, w tym składania oświadczeń dotyczących niniejszej Umowy oraz umowy przyrzeczonej - umowy sprzedaży, przy czym pełnomocnik, po upływie terminu do zawarcia umowy przyrzeczonej, tj. po zamknięciu lokalu Kupującego w dniu zawarcia umowy przyrzeczonej, nie może skorzystać z pełnomocnictwa w sposób mający wpływ na treść lub skuteczność oświadczeń pełnomocnika będącego pracownikiem Kupującego.

Podpis Sprzedającego:

Źródło: (4)

PRAWDZIWE KOSZTY POŻYCZEK POD ZASTAW

Koszty wykupu i inne koszty pożyczek

- Koszty wykupu w umowach nazywane są kosztami odstępnego (zależnymi lub nie od każdego dnia od zawarcia umowy do wykupu).
- Pojawia się też opłata za przechowanie.
- W niektórych umowach wspomina się o opłatach za rekompensatę nakładów czy podatki od towarów i usług.

Ustna komunikacja odsetek

Odsetki komunikowane są ustnie i gdy klient dopytuje się o ich wysokość, podawane są w skali dziennej, tygodniowej, miesięcznej lub po prostu za okres, na jaki podpisana jest umowa.

W żadnej z umów nie pojawiły się dosłownie opisane „odsetki".

„Odsetki" zwykle są:

- proporcjonalne i liniowe,
- zależą od czasu zastawu i liczone są od maksymalnego czasu umowy, wynoszącego miesiąc (istnieje możliwość łatwego przedłużenia tego okresu),
- zdarza się, że opłaty są naliczane skokowo zależnie od przedziału czasu, po jakim następuje wykup, a niekiedy są stałe niezależnie od momentu wykupu.

Dwa systemy liczenia odsetek

Odsetki w zależności od lombardu mogą być też określane na rożnym poziomie zależnie od czasu trwania umowy lub też mogą być dopuszczone tylko pewne ramy czasowe, np. jeden, dwa tygodnie i miesiąc. Wtedy opłata za przechowanie zależy od wybranej opcji długości zastawu i przekłada się na różną wysokość oprocentowania. Im dłuższy okres zastawu, tym opłata za każdy dzień jest niższa.

Wysokość odsetek

Odsetki z jakimi spotkano się w badaniu wahały się w bardzo szerokim zakresie i wynosiły od 0,66 proc. do ponad 1,5 proc. dziennie!

Dodatkowo realne koszty dzienne zaciągnięcia pożyczki pod zastaw mogą być inne, gdy przy krótkim okresie i niskiej wartości zastawianego przedmiotu trafi się na lombard stosujący wysokie minimalne koszty odstępnego lub stosuje zasadę, że zawsze - niezależnie od tego na jak krótko zastawiło się przedmiot - należy spłacić cenę podaną przy dacie wykupu w ostatnim dniu umowy. Wtedy odsetki dzienne mogą wynosić nawet kilkadziesiąt procent.

Case study: wizyta w lombardzie w centrum Warszawy

Nasi współpracownicy udali się do lombardu w centrum Warszawy.

Zastawiliśmy **złoty łańcuszek z zawieszką o wadze 0,93 grama**. Nie okazał się on dobrym produktem pod zastaw. Przy cenie zakupu 490 zł udokumentowanej paragonem zaoferowano po negocjacjach i wielu prośbach... 100 zł. Dodatkowo pracownik oburzył się na nieuczciwość jubilerów, żądających zbyt wiele za gram złota!

Koszt zakupu łańcuszka 490 zł - wycena w lombardzie 100 zł

W przypadku **nowego telefonu Samsung**, wycena nastąpiła szybko na podstawie wiedzy, po ile telefony „chodzą" na rynku. Telefon został zakupiony przez nas w za kwotę 699 zł. Opakowanie nie było otwierane, telefon nie był przypisany do żadnego operatora, nie było na nim aktywnego m.in. konta Knox.

Koszt zakupu telefonu 699 zł - wycena w lombardzie 350 zł.

W opisywanym lombardzie udało się wynegocjować pożyczkę w wysokości 450 zł za przedmioty zakupione za 1 189 zł. Otrzymaliśmy za nie ok 38 proc. ich wartości.

Poza kosztami odsetek pożyczki pod zastaw, realnym kosztem transakcji jest różnica między realną wartością rynkową, a wyceną przedmiotów w lombardzie.

Minimalna cena wykupu

W zdecydowanej większości umów wspomniano, że jest ustalona minimalna kwota wykupu, wynosząca 5, 10 lub 20 zł zależnie od lombardu. Zdarzyło się też, że umowa nie zakładała minimalnej opcji wykupu i trzeba zapłacić kwotę zapisaną na umowie za podany okres NIEZALEŻNIE od rzeczywistego terminu wykupu, nawet gdyby to było minutę po podpisaniu umowy.

Inny przypadek to podanie ustnie, że opłata za czas zastawu jest niezależna od terminu realnego wykupu, pomimo że w umowie napisano inaczej, podając opłatę dzienną.

KWESTIE RYZYKA SYSTEMOWEGO

- *Wymienione powyżej praktyki wystawiają klienta na wysokie ryzyko w zakresie ochrony swoich praw konsumenckich oraz ekonomicznych.*
- *Konsumenci są narażeni na ryzyko tym bardziej z uwagi na uśpioną czujność w stosunku do instytucji lombardów. Lombardy cieszą się zaskakująco dobrym postrzeganiem wśród Polaków. Jak pokazały jednak empiryczne badania przeprowadzone przez współpracowników ZPP, branża dalej funkcjonuje poza rejestrami publicznymi, dochodzi w niej do nieprawidłowości w zakresie szeregu kwestii administracyjnych, prawnych czy wspomnianej ochrony praw konsumentów.*
- *Klienci ponoszą także wysokie koszty finansowe udzielanych pożyczek. Ryzyko to ma tym bardziej wysoki poziom z uwagi na fakt, że osoby będące klientami lombardów cechują się niższym*

poziomem wykształcenia, często gorzej radzą sobie finansowo, a w dodatku szczególnie ucierpiały finansowo na skutek epidemii COVID-19.

- ***Kolejne ryzyko to możliwość nie tylko strat finansowych konsumentów na małe kwoty. Wiele punktów oferuje zastawianie ruchomości i nieruchomości o dużej wartości. W lombardach można zastawić wartościowe i często zaskakujące przedmioty i obiekty, pod warunkiem, że mają wartość rynkową, dokumenty własności i uregulowany status prawny. Wśród takich nietypowych obiektów są np. garaż samochodowy, przyczepa chłodnicza czy ciągnik rolniczy.***

Studium przypadku: Spróbowaliśmy zastawić w lombardzie... samochód

Współpracownicy ZPP dwukrotnie próbowali zastawić używany samochód marki Lexus RX 450H (rocznik 2016).

W przypadku dużego zastawu (samochód) standard obsługi dwóch odwiedzonych lombardów i oferta finansowa były bardzo różne. Co więcej, zarówno standard obsługi, jak i oferta cenowa były zaskoczeniem w stosunku do wrażenia, jakie oba lombardy i ich pracownicy robili.

Pierwszą próbę transakcji *zrealizowano w lombardzie na warszawskim Mokotowie. Punkt komunikuje się jako specjalizujący się w samochodach, nieruchomościach, sprzęcie budowlanym czy... jachtach.*

- *Pracownik lombardu nie wzbudzał zaufania, jednak był bardzo pomocny w wycenie produktu i zaproponowaniu pożyczki (zachowywał się proaktywnie), spotkanie przeciągnęło się poza godziny otwarcia lombardu.*
- *Pracownik pomógł znaleźć w internecie aktualną cenę sprzedaży zastawianego samochodu (100 000 - 120 000 zł).*
- *Nasz egzemplarz wycenił na 70 tys. zł i uznał, że to wystarczające zabezpieczenie dla kwoty. Zaakceptowano bez problemu kwotę „potrzebnej" pożyczki w wysokości 50 000 zł i zaproponowano oprocentowanie wyjściowe dla tej pożyczki na 15 proc. miesięcznie (co oznaczałoby 7,5 tys. zł odsetek za każdy miesiąc zastawu). Pracownik zaproponował możliwość negocjowania tej stawki do 10 proc. miesięcznie (czyli 5 tys. zł miesięcznych kosztów obsługi pożyczki). Zapewniono o możliwości przedłużania terminu wykupu (poprzez podpisywanie kolejnych umów).*
- *Transakcja polega na podjechaniu samochodem na parking obok lombardu. Po oględzinach oraz akceptacji samochodu przez pracownika lombardu jest podpisywana umowa, samochód zostaje w lombardzie, a my dostajemy gotówkę. Warunkiem dokonania transakcji jest udokumentowane prawo posiadania samochodu, brak obciążenia (cesje, kredyty), posiadanie karty pojazdu, ważny przegląd techniczny oraz ubezpieczenie OC.*
- *Samochód jest następnie odprowadzany na parking strzeżony.*
- *Transakcja może być dokonana nawet następnego dnia.*

Drugą próbę transakcji *zrealizowano ponownie w Warszawie.*

- *Pracownica lombardu zakłopotana sytuacją udzieliła informacji, że istnieje możliwość zastawienia samochodu, ale wymaga to konsultacji z właścicielem lombardu.*
- *Po konsultacji z właścicielem udzielona została informacja o warunkach pożyczki w wysokości 50 000 zł, oprocentowaniem miesięcznym 16 proc. z możliwością negocjowania do 13 proc. Dodatkowo klient pokrywa koszty wskazanego przez lombard parkingu, na który jest odprowadzane auto.*

Zastawiając samochód, podpisuje się standardową umowę kupna-sprzedaży, która jest dla lombardu gwarancją przejęcia własności w chwili, gdy właściciel go nie wykupi.

10. LOMBARDY INTERNETOWE

Branża lombardów on-line jest na wczesnym etapie rozwoju. Z jednej strony pojawiają się obecnie na rynku lombardy „internetowe", z drugiej strony wiele lombardów bardzo mocno stawia zarówno na sprzedaż we własnych sklepach on-line, jak i na oferowanie wyceny czy wstępnych kontaktów z klientem poprzez Internet z wykorzystaniem czatów, formularzy kontaktowych czy proponowanie rozmowy z doradcą w zaledwie kilka minut po zgłoszeniu takiej prośby. Taka formuła działania lombardu jest więc raczej działalnością bardziej hybrydową niż stricte on-line.

Różnica między korzystaniem z lombardu on-line a instytucją udzielającą kredytu konsumenckiego polega na tym, że w lombardzie istnieje dodatkowy element do przekazywania, jakim jest przedmiot pod zastaw i jego wykup. Drugi problem polega na tym, że klienci lombardu często są zainteresowani przekazaniem pieniędzy w gotówce, poza kontem bankowym, co w sytuacji lombardu on-line wydaje się przeczyć idei biznesu on-line.

Wstępna analiza informacji ze stron internetowych lombardów wybranych do badania pokazuje, że są trzy możliwości skorzystania z lombardu internetowego:

- Wycena jest robiona online, natomiast przekazanie przedmiotu i otrzymanie gotówki odbywa się podczas wizyty pracownika lombardu;
- Wycena online, przekazanie przedmiotu kurierem i dopiero po dotarciu przedmiotu do magazynu następuje wycena i przekazanie pieniędzy na konto;
- Gotówka jest dostarczana do domu przez pracownika lombardu, przedmiot może być dalej używany przez klienta, ale następuje czasowe przeniesienie jego własności na lombard.

Już na etapie opisu na stronie wygląda na to, że procedura korzystania z lombardu internetowego jest dosyć skomplikowana i wymaga więcej zaangażowania, wiedzy i konkretnych umiejętności ze strony klienta niż w lombardzie stacjonarnym:

- Często wymaga się założenia konta przed rozpoczęciem transakcji (nawet dla wstępnej wyceny) oraz zrobienia dobrych zdjęć przedmiotów oraz ich opisu (problemem mogą być kwestie manualno-techniczne).
- Spotkanie z przedstawicielem lombardu wymaga znalezienia miejsca na takie spotkanie. Nie wszyscy są skłonni do wpuszczania pracownika lombardu do domu lub firmy z obawy o własne bezpieczeństwo i zachowanie dyskrecji i prywatności (obawy zdiagnozowane w badaniu jakościowym i ilościowym). Natomiast w czasach COVID-19 spotkanie w neutralnym miejscu może być trudne.

Próba zastawienia produktów: telefon Xiaomi oraz złotego łańcuszka

Lombard nr 1

- Próba przeprowadzenia transakcji nie została zakończona powodzeniem
- Podjęte próby kontaktu nie spotkały się z żadnym odzewem:
  - nikt nie odebrał telefonu podanego na stronie internetowej i dopiero po jakimś czasie przyszła wiadomość tekstowa o treści: „Witamy, nie możemy w tej chwili odebrać telefonu, prosimy o kontakt na (adres mail) lub poprzez wiadomość SMS".
  - Prośba o wycenę została wysłana przez SMS wraz ze zdjęciami telefonu i łańcuszka, jednak odzewu nie było.
  - Druga prośba o wycenę została wysłana mailem wraz z załączonymi zdjęciami telefonu i łańcuszka. Bezskutecznie.

Lombard nr 2

- Po wejściu na stronę, poprzez kliknięcie w odpowiednią ikonę, została zamówiona rozmowa z doradcą. Zgodnie z deklaracją kontakt nastąpił po 20 sekundach. Zadzwoniła osoba, która odpowiedziała na nasze pytania.
- Doradca poinformował o konieczności wykonania następujących czynności przed przejściem do kolejnych etapów transakcji:
  1. Założenie konta na stronie internetowej.
  2. Zrobienie dokładnego opisu przedmiotów, które chce się zastawić (przy opisie biżuterii należało podać długość łańcuszka, gramaturę, próbę złota oraz określić rodzaj kamieni).
  3. Dodania minimum 3 zdjęć każdego przedmiotu.
- Wniosek o wycenę musiał być przygotowany oddzielnie dla każdej zastawianej rzeczy i zawierać deklarację oczekiwanej ceny przez klienta (zaproponowaliśmy 1000 zł za telefon i 300 zł za łańcuszek). Ostatecznie produkty zostały wycenione przez lombard na odpowiednio 800 zł i 100 zł (wycena przyszła po 10 minutach). Zadzwonił również doradca informując, że konieczny będzie dowód zakupu telefonu.
- Przedstawione w rozmowie telefonicznej z doradcą warunki umowy: umowa jest podpisywana na 30 dni z możliwością przedłużenia o kolejne 30 dni i kolejne, nie ma różnicy między wykupem danego przedmiotu po 2 lub po 30 dniach - kwota jest stała. Jej wysokość nie została jednak przedstawiona telefonicznie, gdyż jest ustalana bezpośrednio podczas wizyty przedstawiciela lombardu, który przyjeżdża po przedmioty i przekazuje gotówkę oraz przywozi umowę.
- Niestety transakcja nie doszła do skutku, ponieważ firma nie ma przedstawiciela w Warszawie, który mógłby przyjechać i dokonać transakcji. Firma jest dopiero w trakcie budowania swoich struktur.

Próby dokonania transakcji w dwóch wybranych lombardach internetowych zakończyły się niepowodzeniem.

Nieudane podejścia pozwoliły zdiagnozować następujące problemy wynikające z korzystania z lombardów internetowych:

- konieczność założenia konta i samodzielnego dokonania opisu produktów oraz zdjęć,
- brak umowy i informacji o kosztach transakcji do momentu spotkania z przedstawicielem firmy (nie jest jasne, czy ewentualny brak zgody na podpisanie umowy będzie generował koszty, np. za dojazd),
- brak możliwości innego załatwienia sprawy niż proponuje lombard (np. zamówienie własnego kuriera lub przelanie pieniędzy na konto).

Bazując na powyższych doświadczeniach, można odnieść wrażenie, że działalność lombardów w internecie jest w początkowej fazie rozwoju. Ewentualne wejście w ten kanał działalności zapewne wiązać się będzie z dalszym rozwojem całego sektora.

11. ŹRÓDŁA - NOTY METODOLOGICZNE PRZEPROWADZONYCH BADAŃ

(1) **Badanie klientów punktów udzielających pożyczek pod zastaw – CAWI**

Badanie przeprowadzone przez Maison & Partners na zlecenie ZPP. Badanie zostało zrealizowane metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) na panelu badawczym Ariadna. Badanie zostało przeprowadzone na ogólnopolskiej, reprezentatywnej pod względem płci, wieku oraz wielkości miejsca zamieszkania próbie Polaków 18+. W tej części badania wzięło udział N=1104 osoby. Badanie zostało przeprowadzone w grudniu 2020 r.

Raport uwzględnia badania: klientów punktów udzielających pożyczek pod zastaw – CAWI – użytkownicy lombardów; jakościowe FGI, IDI – użytkownicy lombardów; Mystery Client w lombardach.

(2) **Badanie klientów punktów udzielających pożyczek pod zastaw – CAWI – Użytkownicy lombardów**

Badanie przeprowadzone przez Maison & Partners na zlecenie ZPP. Badanie zostało zrealizowane metodą CAWI (Computer Assisted Web Interview) na panelu badawczym Ariadna. Badanie zostało przeprowadzone na ogólnopolskiej, reprezentatywnej pod względem płci, wieku oraz wielkości miejsca zamieszkania (kwoty dobrane postawie wyników uzyskanych w module 1) próbie użytkowników lombardów 18+. W tej części badania wzięło udział N=381 osób. Badanie zostało przeprowadzone w styczniu 2021 r.

(3) **Badanie jakościowe FGI, IDI – Użytkownicy lombardów**

Badanie przeprowadzone przez Maison & Partners na zlecenie ZPP. Badanie składało się wywiadów jakościowych przeprowadzonych online: 2 zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI), 16 pogłębionych wywiadów indywidualnych (IDI). W badaniu wzięły udział osoby, które w ciągu poprzedzających datę badania 6 miesięcy (w okresie pandemii) skorzystały z formy pozyskania brakującej gotówki poprzez zastawienie przedmiotu w lombardzie, wzięcie pożyczki lub tzw. chwilówki ze słupa. Korzystający z lombardów mogli korzystać z innych form pozyskania gotówki, natomiast osoby nie mające doświadczeń z lombardami nie mogły odrzucać tej formy pozyskania gotówki. Wiek: zróżnicowany Płeć: mieszana, z dopuszczoną przewagą mężczyzn. Lokalizacja: mieszkańcy dużych aglomeracji i ich skomunikowanych okolic; mieszkańcy średnich miast (100-200 tys.); mieszkańcy małych miast (20-25 tys.) i ich okolic. Badanie zostało przeprowadzone w dniach 14-22.12.2020.

(4) **Badanie Mystery Client w lombardach**

Badanie przeprowadzone przez Maison & Partners na zlecenie ZPP. Badanie Mystery Client (MC) obejmowało 10 lombardów stacjonarnych, w których przeprowadzano transakcje zastawiania i wykupywania produktów (w większości sytuacji 1-2 przedmioty). W przypadku 8 sytuacji MC składały się z dwóch lub trzech etapów: (1) Transakcja zastawienia produktów i podpisania umowy; (2) Transakcja odebrania produktów (czasami w dwóch turach – oddzielnie dla każdego przedmiotu).

Dwie kolejne sytuacje obejmowały jedynie wstępną rozmowę o możliwości zastawienia samochodu (próba zastawienia samochodu marki Lexus LX 450H). Sytuacje te nie zostały zakończone transakcją.

Dodatkowe dwie transakcje obejmowały lombardy internetowe. Lombardy, w których było realizowane badanie, były dobrane na zasadzie celowej, tak aby reprezentowały zróżnicowane typy lombardów: sieciowe vs. nie sieciowe, różnorodne lokalizacje, różne opinie w internecie, różne specjalizacje. Przedmioty pod zastaw zostały dobrane tak, aby były wśród nich przedmioty droższe (wartość powyżej 1000 zł.) i tańsze (wartość ok. 500 zł) oraz z trzech kategorii: elektronika (telefony komórkowe), biżuteria (złoto) i samochód. Badanie zostało przeprowadzone w dniach 4-25.01.2021. Wywiady były zrealizowane w: Warszawie, Mińsku, Pułtusku i Nowym Dworze Mazowieckim.

(5) **Badanie Desk Research pogłębione badaniem CATI**

Badanie przeprowadzone przez Pracownie Diagnoz Społecznych na zlecenie ZPP. Do badania desk resarch wykorzystano zbiory przedstawiające dane na temat prowadzonych w Polsce działalności gospodarczych w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), w której istnieje możliwość wyszukiwania działalności gospodarczych po numerach PKD definiujących rodzaj i profil tych działalności. Badanie uzupełniono badaniem punktów lombardowych na Google Mapach. Badanie zostało przeprowadzone pomiędzy listopadem 2020 a styczniem 2021 roku.

Badanie CATI (ankieta telefoniczna wspierana komputerowo) zostało przeprowadzone pomiędzy listopadem 2020 a styczniem 2021 roku. W związku z brakiem możliwości wiarygodnego oszacowania próby reprezentatywnej, a tym bardziej jednoznacznego ustalenia liczby podmiotów stanowiących populację badania, badania ilościowego nie należy traktować jako grupę reprezentatywną. Ostatecznie przyjęto liczebność grupy badanej na poziomie 379 podmiotów. Liczba ta stanowi sumę podmiotów posługujących się w swojej działalności jako PKD wiodącym jednym z kodów PKD 64.92.Z, PKD 47.79.Z oraz PKD 64.99.Z.

51 900
zrzeszonych firm

580 000
pracowników
w firmach
członkowskich

15
organizacji
regionalnych

20
organizacji
branżowych

ZPP

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI

WWW. ZPP.NET.PL

13 500
cytowań w mediach
rocznie

80 000
followers – profile na
Twitter

128 000
fanów
na Facebook

740 000
minimalny zasięg
miesięczny
na Facebook

ZPP®

WWW.ZPP.NET.PL

ZWIĄZEK PRZEDSIĘBIORCÓW I PRACODAWCÓW