**Konec klasických kreditek je začátkem nových. Raketový růst odložených plateb je skvělou ilustrací změn v bankovnictví**

**Autor komentáře:** [Adam Kolesa, CEO MALL Pay](linkedin.com/in/adam-kolesa-97083925)

**Foto**: foto.fyi.cz/adam-kolesa

Tisková zpráva, Praha, 20. dubna 2021

**Běžné kreditní karty netáhnou. V Česku jejich počet v rukou běžných klientů bank klesl za poslední roky z řádu milionů na několik stovek tisíc. A pokud bude tento trend pokračovat, může do dvou až tří let klesnout pod deset miliard i objem zůstatků. A přestože “viníků” tohoto trendu je samozřejmě jako vždy víc, jeden z nich se vyplatí nespouštět z očí – disruptivní model odložených plateb, které roli klasických kreditek úspěšně nahrazují. Úplný konec kreditek to tedy neznamená – jen ty staré postupně nahradí „nové“.**

Ihned na úvod je třeba zmínit, že se rozhodně nejedná o trend lokální. Kreditní karty, respektive alespoň některé z jejich parametrů, jako je počet vydaných nových karet nebo průměrná výše transakce, padají v posledních letech v podstatě po celém světě. Česko tak následuje přinejmenším euroamerickou stopu. A nejde jen o covid a opatrnost v hospodaření. Aktuální nechuť utrácet je totiž pouze tím menším z akcelerátorů propadu.

Kreditní karta totiž byla dlouho synonymem nejjednodušší cesty, jak zvýšit nezávislost svého hospodaření na výplatě a aktuálnímu stavu konta. Jenže doba se změnila a tuto roli přebírají BNPL platby. Tedy platební metody, které oddělí placení od nákupu a umožní kompletní hospodaření zkonsolidovat do jednoho kanálu. Ústup běžných kreditních karet tedy není ničím jiným, než důsledkem celosvětové technologické disrupce celého modelu ze strany fintechů jako je například švédská Klarna nebo australský Afterpay.

I díky tomu se právě Švédsko a Austrálie se řadí mezi země s největším podílem BNPL plateb. A ukazují, že pokles obliby kreditek a nárůstu zájmu o odložené platby spolu mohou souviset. Ve Švédsku byl loni počet vydaných kreditních karet nejnižší od roku 2006, přičemž historické maximum jich bylo vydáno ještě v roce 2015.  V Austrálii počet aktivních kreditních karet rostl do roku 2018, od té doby dokázal klesnout na úroveň roku 2007. A shodou okolností se právě v Austrálii od roku 2018 zisk z BNPL plateb více než zdvojnásobil.

Data v Česku se chovají podobně. Je nutno dodat, že zatím neexistuje relevantní výzkum, který by jasně dokazoval, že Češi dají přednost odložené platbě před „mínusem“ na kreditce, ale čísla hovoří jasně. Zatímco zůstatek na kartách klesl meziročně o 17 %, počet realizovaných BNPL plateb v roce 2020 rostl zhruba trojnásobným tempem. Staré kreditky tedy budou klesat do doby, dokud jejich pád nezastaví a nový růst nenastartuje jejich nová generace, založená právě na odložených platbách. Tentokrát již často mimo hlavní režii bank.

Někdejší konkurenční výhody bank se v případě kreditních karet vytrácí. Tu největší – tedy dobrou znalost vlastního klienta, díky kterému mu banka dokáže půjčit - nahradila práce s bankovní identitou a PSD2. Bankovní vizitku jsme nasadili jako první fintech na sklonku loňského roku a po pár měsících se nám touto cestou daří ověřit dvě třetiny nových zájemců. Ve spolupráci s Budget Bakers jsme zase schopni na pár kliknutí získat informace o hospodaření zájemce o ověřený účet a v pár minutách rozhodnout, zda mu ho můžeme otevřít.

Určitou záchranou pro kreditkový byznys by také mohl být technologicky orientovaný přístup bank. Jenže challenger banky volí raději efektivnější cesty než kreditky – třeba právě odloženou platbu - a ty běžné nedokáží technologický dluh dohnat. A mohou to být i „detaily“, jako například moderní a ergonomická aplikace pro online správu kreditní karty s dobrým zákaznickým servisem. I díky tomu mají tak mají kreditky i nadále reputaci málo transparentního prostředku, u kterého není složité zbytečně nasekat penále.

Ta tam je zároveň “devadesátková” prestiž kreditních karet. Ještě před dekádou by byla symbolem “zlatá” kreditka u některé z bank. A nezmění to ani postupný odklon od totální monetizace běžných kreditek a rušení nepřehledných a vysokých poplatků nebo úročení výběru z bankomatu. V kurzu je to kovová Revolutka nebo Apple Card, která umí přinést nové benefity párkrát do roka. A doufejme, že brzy se tak stane i s naší skipovací kartou MALL Pay.

S rozvojem e-commerce se se totiž posunula jak cílová skupina uživatelů BNPL plateb, tak i benefity, které od placení očekávají. Což je také jeden z důvodů, proč jsou pro mladší ročníky kreditky zcela mimo. Namísto cestovního pojištění vstupuje do popředí zájem o dopravu zdarma, připojištění produktů nebo VIP přístup na partnerských e-shopech. A samozřejmě co nejsnadnější správa pomocí aplikace.

Co z toho všeho vyplývá? Že způsob, jakým platíme, nastoupil další cestu ve své transformaci. Celý systém BNPL plateb je totiž stále na svém začátku a jaký je jeho celkový potenciál se stále ještě můžeme pouze dohadovat. Propad zájmu o běžné kreditky jasně ohlašuje konec jedné éry a je mimo jiné důkazem, že technologická disrupce v bankovnictví naplno zasáhla i Česko.

Z této přeměny by však ve výsledku mohli profitovat v podstatě všichni – zákazníci, e-commerce, fintechy, ale i banky, pro které může být ve výsledku BNPL segment profitabilnější, než vyčerpaný koncept tradičních kreditních karet. Stačí jen vsadit na správné koně a posílit své online a e-commerce kompetence.

**O MALL Pay**

**MALL Pay** (MallPay s.r.o.) je společný e-commerce fintech skupiny **MALL Group** (MALL Group a. s.) a **ČSOB** (Československá obchodní banka, a. s). Jeho misí je vytvořit komplexní ekosystém služeb spojených s internetovými platbami. Je jedním z předních poskytovatelů takzvaných BNPL plateb (buy now – pay later), které jsou podle studie Global Payment Report nejrychleji rostoucí platební metodou v regionu. V současnosti je s MALL Pay možné nakupovat ve zhruba 160 českých e-shopech nebo online služeb, jako je MALL.cz, Vivantis, CZC.cz, Košík.cz, LeoExpress.cz nebo Patro.cz, se skipovací platební kartou, kterou MALL Pay nabízí jako alternativu kreditní karty, pak zcela kdekoli. V rámci doplňkových B2B služeb pak majitelům e-shopů nabízí například možnost prodeje nebo prodloužené záruky nebo připojištění produktů.

**Pro více informací**

**Za MALL Pay**

František Brož

FYI Prague

608 972 715

[frantisek.broz@fyi.cz](mailto:frantisek.broz@fyi.cz)