



Agnieszka Butor-Keler

Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach
Wydział Zarządzania
butor.agnieszka@gmail.com

MISSELLING A OCHRONA KONSUMENTA NA RYNKU USŁUG FINANSOWYCH

Streszczenie: Głównym przedmiotem niniejszej publikacji jest przybliżenie pojęcia missellingu, rozumianego jako nieetyczna i wzbudzająca wątpliwości pod względem prawnym praktyka związana z oferowaniem i sprzedażą konsumentom usług finansowych. Przedstawiono sposoby przeciwdziałania temu zjawisku przez organy państwa i inne podmioty oraz tworzenie mechanizmów wzmożonej ochrony konsumenta. Celem artykułu jest przedstawienie przyczyn, dla których misselling jest zjawiskiem niepożądanym z punktu widzenia ochrony konsumenta oraz sposobów zwalczania go. Rozwiązania dotyczące zwalczania missellingu w Polsce zostaną przedstawione na tle porównawczym w innych państwach. Metody badawcze zastosowane w artykule obejmują analizę literatury i analizę komparatywną. Wykorzystano także analizę danych wtórnych mających źródło w dokumentach oficjalnych.

Słowa kluczowe: misselling, konsument, ochrona, nieuczciwe praktyki.

JEL Classification: D18.

Wprowadzenie

Misselling jako nieetyczna i wzbudzająca wątpliwości pod względem prawnym praktyka polegająca na oferowaniu i sprzedaży usług finansowych jest problemem ogólnoswiatowym. Wiąże się on z wprowadzaniem konsumentów w błąd i nieinformowaniem o istotnych cechach produktu, jak wysokość opłat i ryzyko transakcji [Franke, Mosk i Schnebel, 2016]. Konsekwencją tego rodzaju zachowań są straty finansowe, jak choćby oszczędności życiowych konsumentów i podważenie zaufania do instytucji finansowych.

W artykule opisano sposoby i próby wyeliminowania niewłaściwych praktyk, zarówno w Polsce, jak i w innych państwach. Celem wprowadzonych mechanizmów jest wyeliminowanie praktyki *missellingu* oraz wzmocnienia ochrony i pozycji konsumenta.

1. Istota pojęcia oraz zakres występowania *missellingu*

Sam termin *misselling* ma swoje źródło w Wielkiej Brytanii, gdzie został stworzony w związku ze skandalem ubezpieczeniowym, a jego definicja to: „[...] rodzajowa nazwa charakteryzująca typ praktyk naruszających interesy konsumentów, polegających na sprzedaży produktów (usług) niedopasowanych do potrzeb konsumentów” [Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2015, s. 3]. Inny pogląd stanowi, że *misselling* jest określanym mianem wątpliwej praktyki sprzedaży, niedopasowanej do potrzeb konsumenta [Inderst i Ottaviani, 2008].

Ważnym dla zauważenia problemu była sprzedaż (a raczej dodawanie) w szczególności do kredytów bankowych – polis PPI (ang. *Payment Protection Insurance*) [Clarke i Pearson, 2016]. Tylko od roku 2001 przez okres następnego dziesięciu lat sprzedano 34 miliony PPI, co oznaczało, że około 70% Brytyjczyków [www 3] było jej posiadaczami, jednak w wielu przypadkach nieświadomymi tego faktu.

Wartym zaznaczenia jest fakt, iż sam rozwój produktów w Wielkiej Brytanii o charakterze analogicznym do ubezpieczeń na życie z UFK nastąpił wcześniej, bo w latach 1980-1990 [Kościelniak, 2016]. W ramach umowy kredytu hipotecznego (*mortgage endowment policy*) [Kościelniak, 2016] konsument stawał się jednocześnie stroną umowy ubezpieczenia na życie i dożycie, stanowiącego zabezpieczenie kredytu hipotecznego. Obecnie jednak ze względu na aspekty podatkowe, jak również niskie stopy zwrotu, produkty te nie cieszą się tak wielkim zainteresowaniem.

Polisy miały stanowić zabezpieczenie niemal w każdym aspekcie, a sam konsument nie musiał się martwić ewentualnymi konsekwencjami zaprzestania spłat rat pożyczki, ponieważ chroniono go od utraty pracy, zachorowania czy wypadku. Jednakże realnej weryfikacji PPI dokonał w roku 2009 sam kryzys, który odsłonił, że w rzeczywistości nie chronią one prawie w żadnym przypadku. Skandal doprowadził do licznych roszczeń konsumentów, sprawa trafiła również do brytyjskiego rzecznika praw obywatelskich do spraw usług finansowych.

Chcąc odzwierciedlić brytyjski rozmiar liczby skarg i reklamacji warto odwołać się do analizy P. Pisarewicza [2014], w której zwrócono uwagę na lata 2006-2013. W okresie tym zarejestrowano aż 33,1 mln skarg i reklamacji. Należy jednak nadmienić, że skargi dotyczyły wszystkich rodzajów produktów finansowych.

Warto dodatkowo powołać się na dane Financial Conduct Authority – brytyjskiego organu nadzoru finansowego, z których wynika, że wartość wypłaconych odszkodowań za sprzedaż polis, w których oszukano konsumentów, wynosiła 10 mld funtów brytyjskich [www 7]. Konsumenti w Wielkiej Brytanii dochodzili roszczeń również w zakresie polis przy kredycie hipotecznym, za które wypłacono odszkodowania w wysokości 3 mld funtów brytyjskich; zadośćuczynienia za produkty emerytalne – 11.8 mld oraz 195 mln funtów brytyjskich za inwestycyjne w fundusze powiernicze. Szacuje się, że łączne koszty instytucji finansowych związane ze skutkami zjawiska missellingu przekroczyły już 15 mld funtów brytyjskich [Pastor Monsálvez, de Guevara Radoselovics (red.), 2012].

Nieuczciwe praktyki dotknęły również inne państwa europejskie, jak chociażby Holandię, Włochy, Irlandię, Portugalię, Węgry czy Francję. Głównym przedmiotem missellingu była tam sprzedaż PPI nieuwzględniająca potrzeb konsumenta, sprzedaż wiązana – uzależnienie udzielenia kredytu hipotecznego od przymusu posiadania drugiego produktu [Gadomska-Orłowska i in., 2012] czy też wysokie prowizje.

Dostrzegając problem w skali Europy na szczelbu Unii Europejskiej uchwalono Zalecenie Komisji z dnia 11 czerwca 2013 r. w sprawie wspólnych zasad dotyczących mechanizmów zbiorowego dochodzenia roszczeń o zaprzestanie bezprawnych praktyk oraz roszczeń odszkodowawczych w państwach członkowskich, dotyczących naruszeń praw przyznanych na mocy prawa Unii.

W ramach Zalecenia [z dnia 11 czerwca 2013 r.] państwa członkowskie winny m.in.: posiadać mechanizmy dochodzenia roszczeń zbiorowych, tj. roszczeń o zaprzestanie bezprawnych praktyk, jak również roszczeń odszkodowawczych. Ponadto winny posiadać gwarancję, iż procedury te będą uczciwe, sprawiedliwe, przeprowadzane bez zbędnej zwłoki, dostępne także w zakresie finansowym dla każdego konsumenta [Piszcz, 2013].

Jednocześnie pozostając w obszarze Unii, warto zwrócić uwagę na sformułowane w: *Consumer Protection Aspects od Financial Services* dziewięć rekomendacji mających na celu: wzmoczoną ochronę konsumenta w relacji z instytucjami finansowymi, minimalizowanie asymetrii informacji, monitorowanie oferowanych usług, zwłaszcza w zakresie cen, prowizji oraz sankcji i kar za niewłaściwe praktyki. Rekomendacje stawiają na zachowania otwartości i szczerości w kontakcie z konsumentami [Muller i in., 2014].

Zjawisko missellingu rozprzestrzeniło się również poza granice Europy, czego przykładem może być sytuacja w USA, Hong Kongu czy Singapurze [Carty i in., 2013]. Aby oddać skalę następstw missellingu warto ukazać, że to właśnie on był jedną z przyczyn wybuchu kryzysu w Stanach Zjednoczonych [Carty i in., 2013]. Przedmiotem missellingu w tym wypadku było oferowanie produktów kredytowych, zwłaszcza hipotecznych; w tym wprowadzanie konsumentów w błąd.

2. Zjawisko missellingu w Polsce

W Polsce zjawisko missellingu występuje również pod nazwą *chybionej sprzedaży* lub *złej sprzedaży* [Czarnecka i Skoczny (red.), 2016], a niepokojącą tendencję jego rozkwitu dostrzeżono w roku 2012 wraz ze zwiększeniem się liczby skarg do Rzecznika Ubezpieczonych (obecnie Rzecznik Finansowy) [Gadomska-Orłowska i in., 2012]. Skargi dotyczyły proponowania w miejsce tradycyjnej lokaty produktów inwestycyjnych. Konsumentów niejednokrotnie nie zdawali sobie sprawy z faktu, iż ulokowane środki (w wielu przypadkach życiowe oszczędności) zostawały „zamrożone” na kilka, kilkanaście lat, ponieważ ich wcześniejszy wykup wiązałby się z poniesieniem całkowitej lub znaczącej utraty zainwestowanego kapitału.

Istotnym jest, że wielkość zjawiska w Polsce była zdecydowanie mniejsza niż w Wielkiej Brytanii, czego najlepszym przykładem jest ilość odnotowanych skarg zgłoszonych do KNF – w 2013 r. było ich 10 696 (liczba ta była największą w historii Urzędu) [www 1], zaś w 2012 r. złożone zostały 8342 skargi [www 1].

Głównym przedmiotem podnoszonym w skargach były ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym, ich długoterminowość oraz brak wcześniejszej możliwości wypłaty środków (wiązałoby się to z wysokimi opłatami) [Gadomska-Orłowska i in., 2012].

Należy wspomnieć, iż licznym przedmiotem skarg w Polsce było także stosowanie niedozwolonych praktyk. Miały one najczęściej związek z polisolokami, ale również z kredytami hipotecznymi denominowanymi w walutach obcych, w szczególności we frankach szwajcarskich. Ponadto w zakresie kredytów konsumenckich kwestionowano oferowane przez firmy pożyczkowe – pożyczki gotówkowe tzw. chwilówki.

Odwołując się do problematyki ubezpieczeń na życie z Ubezpieczeniowym Funduszem Kapitałowym jako głównego przedmiotu skarg, wskazać należy, iż oferując je wprowadzano konsumentów w błąd co do bezpieczeństwa produktu

i utożsamiania go z lokatą, jak również zwodzono większymi korzyściami podatkowymi i finansowymi. Zachęcenie gwarancją bezpieczeństwa i możliwością wysokich zysków najczęściej kończyło się przystąpieniem do produktu, jednak bez świadomości całkowitej skali kosztów.

W odpowiedzi na pojawiające się skargi powstał Raport Rzecznika Ubezpieczonych [Gadomska-Orłowska i in., 2012]. W jego treści szczegółowo wyjaśniono samo pojęcie ubezpieczenia na życie z UFK jako specyficznego rozwiązania dla ubezpieczeń, gdyż to właśnie ono najczęściej było przedmiotem skarg. Wykazano również powtarzający się schemat nieprawidłowych procedur i praktyk związanych z oferowaniem ubezpieczenia jako bezpiecznej lokaty (korzyścią miał tu być wyższy zysk), brakami informacyjnymi w zakresie wysokich opłat w przypadku rozwiązania umowy czy opłat administracyjnych i za zarządzanie. Nie informowano również o fakcie, iż umowa jest zawierana na okres długoterminowy ze składką regularną. Błędnie komunikowano o gwarancji zysków, nie uwzględniając możliwości utraty środków.

Warto przytoczyć kilka przykładów podanych w raporcie, jak chociażby: wpłata przez konsumenta kwoty 14 000 zł, po 8 miesiącach inwestycja przyniosła stratę prawie 60%, zaś wartość rachunku wyniosła 5725 zł. Kolejnym przykładem jest wpłata przez konsumenta sumy 190 000 zł, po okresie 6 miesięcy wartość rachunku wyniosła 116 000 zł (Sprawa o sygn. RU/WSI/G/8560/MAR/12 [Gadomska-Orłowska i in., 2012]).

Zgodnie z opracowaniem UOKIK-u [Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2015], na koniec trzeciego kwartału 2014 r. ponad 20 zakładów ubezpieczeniowych proponowało ubezpieczenia z UFK (w mediach często występuje również nazwa polisolokaty). Istotnym jest, że liczba polis tego rodzaju „[...] przekroczyła w 2013 r. 2,9 mln., a w okresie od 2012 r. do III kwartału 2014 r. składka przypisana brutto z tytułu polis z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym wyniosła łącznie ponad 34 mld zł. Szacuje się, że w przypadku missellingu ubezpieczeń na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym straty indywidualnych konsumentów wynoszą od kilku do kilkuset tysięcy złotych” [Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2015, s. 51].

Interesującym w zakresie powyższej problematyki może być artykuł M. Gawrychowskiego, opublikowany w „Pulsie Biznesu” [www 4], gdzie zwraca uwagę na stosowane w Polsce praktyki missellingu. Gawrychowski powołuje się na badania Polskiej Izby Pośredników Ubezpieczeniowych i Finansowych, a z nich wynika, że aż 20% agentów ubezpieczeniowych, którzy w Polsce sprzedają lub oferują konsumentom produkty, robi to wbrew ich oczekiwaniom lub potrzebom. Większość pośredników nakierowana jest na wynik oraz wysokie

pro wizje, jakie towarzyszą tego rodzaju produktom. Interesującym okazuje się fakt, że misselling najbardziej rozwinął się u agentów posiadających własne agencje, nie zaś jak powszechnie sądzono w multiagencjach. Okazuje się, że wraz z wiekiem agenta maleje skala zjawiska.

3. Okoliczności sprzyjające powstaniu missellingu

Zapewne ciężko jest przejść obojętnie wobec ogólnoświatowej skali missellingu oraz jego skutków dla gospodarki. Należy dociekać więc przyczyn, które spowodowały rozwój zjawiska. Istotne wnioski przedstawił P. Pisarewicz [2014] na podstawie opinii Biura Doradztwa Obywatelskiego (Citizens Advice Bureau), przekazanej do Parlamentarnej Komisji ds. Standardów Bankowych (Parliamentary Commission on Banking Standards), gdzie stwierdzono, że istotą problemów w sprawie PPI były premie i zachęty dla pracowników instytucji finansowych. Motorem do tworzenia takiej praktyki były więc plany sprzedażowe oraz nacisk na produkt PPI. Nie ulega również wątpliwości, że nastawienie na wysokie cele i normy sprzedaży, jakie z całą pewnością sformułowano, odbiły się wprost na praktyce oferowania produktów i jakości obsługi konsumenta.

Tożsamo stanowisko w powyższej kwestii objęto w raporcie Financial Services Authority z 2005 r., gdzie jako jedną z przyczyn rozwoju missellingu podano rozbudowanie systemu prowizyjnego zachęcającego do sprzedaży PPI.

Należy przejść również do kwestii braku rzetelności doradców i jakości przekazywanych przez nich informacji, a w niektórych przypadkach również niekompetencji.

To jak powyższe aspekty są istotne dla funkcjonowania całego systemu usług finansowych wykazano w badaniu z 2016 r. – *Czy i w jaki sposób trzeba zmienić polski system bankowy?* [www 6]. Jako słabe strony rozwoju bankowości wymieniono brak orientacji na trwałe, partnerskie relacje z klientami (27%) oraz – w drugiej kolejności – nadmierne zorientowanie na zysk, wyniki krótkookresowe, sprzedaż (26%). Dowodzi to, że dostrzega się deficyt w relacjach z konsumentami. Brak dbałości o relacje wpływa na jakość obsługi i niedostawianie produktu do potrzeb konsumenta.

Proponowanie usług w sposób nieadekwatny [www 2], nieetyczny, jak chociażby poprzez wręczanie konsumentowi pliku dokumentów, bez ich objaśnienia, jest rozwinięciem powyższego zagadnienia. Przy innowacyjności złożonego produktu oraz poziomie skomplikowania dokumentów osłabiano pozycję konsumenta, który po prostu owy dokument podpisywał. Nie dostawał on żadnych informacji od doradcy o wysokości odsetek pobieranych od składki ubezpiecze-

niowej, opłatach związanych z produktem, całkowitym kosztem, a jedynie zapewnienie zysku. Można dodać, że oferując ubezpieczenia na życie z UFK, doradcy często porównywali produkt do lokaty. Dodatkową korzyścią miał być brak podatku od dochodów kapitałowych (potocznie nazywany podatkiem Belki). Porównując produkt do standardowej lokaty, gdzie w razie niewypłacalności banku pieniądze są gwarantowane przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny do kwoty 100 000 euro, klient nie zdawał sobie sprawy, że umowy ubezpieczania na życie z UFK w razie niewypłacalności zakładu ubezpieczeń gwarantuje już Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny, który rządzi się innymi prawami. Z jednej strony bowiem ograniczona jest gwarancja wypłaty do 50% wierzytelności, zaś kwota nie może przekroczyć kwoty stanowiącej równowartość 30 000 euro.

Można tu również dodać zagadnienie zupełnego niedopasowania produktu i nieprzydatności dla określonej grupy konsumentów, czego przykładem może być sprzedaż polis osobom w podeszłym wieku, zważywszy na ich długoterminowy charakter.

Odwołując się ponownie do badania *Czy i w jaki sposób trzeba zmienić polski system bankowy?* [www 6]. Jako odpowiedź na pytanie: W jakich obszarach polski system bankowy wymaga zmian? – najczęściej udzielonych odpowiedzi wskazywało na edukację finansową. Można wskazać nieznaną przez konsumentów produktów bankowych, a co za tym idzie opieranie się wyłącznie na doświadczeniu doradcy. Jak słusznie zauważa Knehans-Olejnik [2014, s. 263], „[...] niezadowolający jest też poziom zrozumienia zjawisk zachodzących na rynkach finansowych, co hamuje proces podejmowania odpowiedzialnych i racjonalnych decyzji”. Brak wiedzy finansowej uniemożliwia sprawne funkcjonowanie na rynku usług finansowych przez konsumenta [Knehans-Olejnik, 2014].

Zagadnienie wiedzy jest niezwykle istotne dla samej kwestii świadomości i odpowiedzialności konsumenta. Braki edukacyjne mogą stanowić przeszkodę i uniemożliwić swobodne korzystanie z usług finansowych, zaś edukacja, poznanie i zorientowanie pozwalają na sprawne i zrozumiałe korzystanie z rynku finansowego. Ważnym jest również fakt, że konsument opierający się na własnej wiedzy nie da się tak łatwo wprowadzić w błąd.

4. Mechanizmy chroniące polskich konsumentów przed negatywnymi konsekwencjami zjawiska missellingu

Wobec czujności w materii zwiększającej się liczby skarg i interwencji w Polsce Rzecznika Ubezpieczonych (obecnie Rzecznika Finansowego), Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Komisji Nadzoru Finansowego oraz me-

diów ujawniających liczne przypadki stosowania niewłaściwych praktyk i wprowadzania konsumentów w błąd i innych podmiotów, powszechnie zaczęto w Polsce zwalczać zjawisko missellingu.

Od roku 2012 zwiększająca się fala skarg w materii umów ubezpieczeń na życie związanych z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym doprowadziła do wpisu na rejestr klauzul niedozwolonych prowadzonego przez prezesa UOKIK-u szeregu klauzul abuzywnych. Wykazano choćby na przykładzie Klauzuli nr 2161 [Orłowski, 2013], odwołującej się do opłaty likwidacyjnej, że powodowała ona niekorzystną sytuację prawną ubezpieczonego w samej konstrukcji umowy ubezpieczenia, czyli ubezpieczenia grupowego. Dodatkowo konstrukcja umowy sprzeczna była z dobrymi obyczajami, naruszając uczciwość w obrocie i godząc w interesy konsumenta.

Nawiązując do powyższego, w samym tylko 2014 r. do rejestru klauzul niedozwolonych wpłynęło 320 wzorów umowy ubezpieczeń z UFK [Wierzbicka, 2016].

Dostrzegając problem, Polska Izba Ubezpieczeń oraz Związek Banków Polskich rozpoczęły współpracę, której efektem było stworzenie zaleceń i dobrych praktyk w zakresie ubezpieczeń ochronnych powiązanych z produktami bankowymi. Na podstawie tej współpracy powstały trzy rekomendacje Bancassurance [www 5]. Ich charakter nie był oczywiście wiążący instytucje, stanowił on jednak postulat oraz wskazanie zasad i kierunku optymalnych relacji dla banku i konsumentów na polskim rynku bancassurance.

Dodatkowo na podstawie opinii EIOPA przedstawiającej zestawienia zidentyfikowanych problemów i podjętych środków zaradczych w zakresie PPI [Komisja Nadzoru Finansowego, 2013], KNF również podjęła się działania, mającego zapobiec niedozwolonym praktykom. W dniu 24 czerwca 2014 r. wydano rekomendację U, która miała stanowić opracowanie jednolitego standardu rynkowego, dotyczącego bancassurance.

Należy również nadmienić wkład UOKIK-u w prace nad znowelizowaną ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów [ustawa z dnia 16 lutego 2007 r.]. Najważniejszą w materii missellingu było wejście w życie 17 kwietnia 2016 r. znowelizowanej ustawy. Wskazuje się, że przyjęte tam rozwiązania pozwolą na skuteczniejszą ochroną klientów i konsumentów. Na kanwie ustawy odniesiono się również do nieuczciwej sprzedaży [www 8] czy uznawania postanowień wzorców za niedozwolone (to właśnie prezes UOKIK-u będzie miał uprawnienie w drodze decyzji administracyjnej rozstrzygnięcia o niedozwolonym charakterze postanowień wzorca umowy, prezes będzie miał również uprawnienia do zakazu jego dalszego wykorzystania).

Określono również możliwości weryfikacji działalności na rynku usług finansowych poprzez działalność instytucji tajemniczego klienta. To właśnie dzięki tej instytucji znacznie obowiązywać możliwość bezpośredniej możliwości zaobserwowania i skontrolowania stosowanych praktyk oraz dostosowania się do obowiązujących wzorców.

Dość ważkie znaczenie zdobędzie również model dopasowania usług do potrzeb konsumenta, niedozwolonym będzie proponowanie usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru. Istotnym będzie branie pod uwagę także czynnika wieku, wiedzy konsumenta, dotychczasowego doświadczenia, czy możliwego do poniesienia ryzyka. Zaznaczenia wymaga fakt, iż brak udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji traktowany jest jako praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów.

Jak wspomniano powyżej dodano również nowe uprawnienie dla prezesa UOKIK-u, a mianowicie możliwość wydania decyzji tymczasowej „[...] w toku postępowania prowadzonego w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Zobowiązuje ona przedsiębiorcę do zaniechania działań, które mogą spowodować **poważne i trudne do usunięcia zagrożenia** dla zbiorowych interesów konsumentów” [Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 2016, s. 3] To rozwiązanie ma umożliwić szybką i sprawną reakcję na praktyki zagrażające zbiorowym interesom. Istotna jest tutaj jednak waga danego zachowania przedsiębiorcy – należy bowiem wykazać, że praktyka stosowana przez przedsiębiorcę jest trudna do usunięcia i jednocześnie poważanie zagraża interesom konsumenta oraz spełnia pozostałe określone w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów przesłanki, uprawdopodobnione przez prezesa UOKIK-u. Należy wskazać, iż wydanie takiej decyzji jest procesem złożonym, a owe uprawdopodobnienie przesłanek jest możliwe, gdy podmiot ewidentnie narusza zbiorowe interesy konsumentów. Taka decyzja wydawana jest na czas określony i nie nakłada się w niej kary.

Być może mające jedno z największych uprawnień, gdyż na jego podstawie dociera się do najszerzego grona odbiorców jest możliwość publikowania w publicznej radiofonii i telewizji komunikatów, dotyczących zachowań lub zjawisk mogących stanowić istotne zagrożenie dla interesów konsumentów, jak również informacji, co do których zostało wydane uzasadnione podejrzenie, że przedsiębiorca dopuszcza się praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Należy postawić jednak pytanie, czy czerpiąc doświadczenia z sytuacji w innych krajach instytucje chroniące konsumentów nie powinny były dostrzec problem wcześniej? Czy nie należało doprowadzić do umocnienia pozycji kon-

sumenta na rynku? Pytań pojawia się sporo, zwłaszcza że Najwyższa Izba Kontroli w raporcie: *Funkcjonowanie systemu ochrony praw klientów podmiotów rynku finansowego* [2014] zarzucała barierę w skutecznym dochodzeniu praw przez konsumentów. Należy jednak stanąć na stanowisku, że obecna regulacja normatywna pozwoli na ograniczenie problemu i należytą ochronę konsumentów, a rynek usług finansowych wykaże się dojrzałość i ich zastosowaniem.

Podsumowanie

Misselling stał się zjawiskiem powszechnym, zauważonym w krajach z rozwiniętym rynkiem finansowym. Do walki z nim zaangażowano instytucje nadzorcze państw, organy instytucji międzynarodowych, specjalnie powoływane komisje oraz liczne mechanizmy, stojące na straży przestrzegania praw. Kluczową rolę odegrały same media nagłaśniające liczne przypadki nadużyć, jak i sami konsumenci, którzy skutecznie dochodzili swoich praw.

Należy zauważyć, że problem ten rozwinął się przede wszystkim w zakresie produktów PPI, w Polsce zaś zauważony został przy polisłokatach czy umowach ubezpieczenia z UFK.

Schemat oferowania produktów opierał się na błędnym informowaniu (bądź w ogóle jego braku) co do cech produktu, jego ryzyka, opłat i przedmiotu ochrony ubezpieczenia. Zdarzały się przypadki niedopasowania produktu do profilu i potrzeb klienta.

Wobec powyższego zagwarantowano szereg mechanizmów stojących na straży ochrony konsumentów, będąc jednocześnie kierowaniem rynku usług finansowych w stronę dbania o relację z konsumentem i zapewniając mu uprzywilejowaną pozycję. Zwrócono również uwagę na jakość usług, obowiązki informacyjne i zaufanie do instytucji, które winny przyświecać oferowaniu usług finansowych.

Literatura

- Carty H. i in. (2013), *Misselling: A Global Perspective*, Clifford Chance, London.
- Clarke K., Parsons R. (2009), *Sixty Minute Debt Buster: An Hour to Transform Your Finances*, Lion Books, Chicago.
- Czarnecka M., Skoczny T., red. (2016), *Prawo konsumenckie w praktyce*, C.H. Beck, Warszawa.
- Franke G., Mosk T., Schnebel E. (2016), *Fair Retail Banking: How to Prevent Misselling by Banks*, White Paper No. 39, Research Center SAFE – Sustainable Architecture for Finance in Europe, Goethe University, Frankfurt.

- Funkcjonowanie systemu ochrony praw klientów podmiotów rynku finansowego* (2014), Informacja o wynikach kontroli, Najwyższa Izba Kontroli, Warszawa.
- Gadomska-Orłowska A., Kamieński W., Orłowski C., Więcko M. (2012), *Ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*, Raport Rzecznika Ubezpieczonych, Warszawa.
- Inderst R., Ottaviani M. (2008), *Misselling through Agents*, London Business School, London, <http://faculty.london.edu/mottaviani/misselling.pdf> (dostęp: 25.05.2017).
- Knehans-Olejnik A. (2014), *Rola edukacji finansowej w racjonalizowaniu zachowań konsumentów*, „Handel Wewnętrzny”, nr 3(350), s. 255-273.
- Komisja Nadzoru Finansowego (2013), *Zestawienie zidentyfikowanych problemów i podjętych środków zaradczych w zakresie PPI na podstawie opinii EIOPA*, Warszawa.
- Kościelniak M. (2016), *Ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym – doświadczenia wybranych państw europejskich*, „Rozprawy Ubezpieczeniowe”, nr 1(20), s. 33-52.
- Muller P., Devnani S., Heys R., Suter J. (2014), *Customer Protection Aspects of Financial Services*, European Union, Brussels.
- Orłowski C. (2013), *Klauzule abuzywne występujące w warunkach umów ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym*, „Monitor Ubezpieczeniowy”, nr 52, s. 40-45.
- Pastor Monsálvez J.M., Guevara Radoselovics J.F. de, red. (2012), *Modern Bank Behaviour*, Palgrave Macmillan Studies in Banking and Financial Institutions, Palgrave Macmillan, London.
- Pisarewicz P. (2014), *Analiza złych praktyk brytyjskich instytucji finansowych – wnioski dla rynku polskiego*, „Zarządzanie i Finanse. Journal of Management and Finance”, Vol. 12, No. 3/2, s. 25-38.
- Piszczyński A. (2013), „Pakiet” Komisji Europejskiej dotyczący powództw o odszkodowania z tytułu naruszenia unijnych reguł konkurencji oraz zbiorowego dochodzenia roszczeń, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny”, nr 5(2), <https://ikar.wz.uw.edu.pl/numery/11/pdf/52.pdf> (dostęp: 19.02.2017).
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (2015), *Polityka ochrony konkurencji i konsumentów*, Warszawa.
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (2016), *Nowe uprawnienia UOKiK w obszarze ochrony konsumentów po 17 kwietnia*, Warszawa.
- Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, tj. Dz.U. 2017, poz. 229 z późn. zm.
- Wierzbicka E. (2016), *Misselling barierą rozwoju ubezpieczeń w Polsce*, „Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas. Zarządzanie”, nr 2, s. 315-327.
- Zalecenie Komisji z dnia 11 czerwca 2013 r. w sprawie wspólnych zasad dotyczących mechanizmów zbiorowego dochodzenia roszczeń o zaprzestanie bezprawnych praktyk oraz roszczeń odszkodowawczych w państwach członkowskich, dotyczących naruszeń praw przyznanych na mocy prawa Unii, Dz.U.U.E.L.2013.201.60 z późn. zm.

- [www 1] <https://www.knf.gov.pl/> (dostęp: 20.02.2017).
- [www 2] <https://www.legislacja.rcl.gov.pl> (dostęp: 23.02.2017).
- [www 3] <https://www.pb.pl/brytyjskie-banki-slono-placa-za-misselling-721423> (dostęp: 23.02.2017).
- [www 4] <https://www.pb.pl/co-piaty-agent-oszukuje-715474> (dostęp: 23.02.2017).
- [www 5] <https://piu.org.pl/rekomendacje/> (dostęp: 24.02.2017).
- [www 6] http://www.pte.pl/pliki/2/1/Czy_i_w_jaki_sposob_trzeba_zmienic_polski_system_bankowy.pdf (dostęp: 25.02.2017).
- [www 7] <https://rf.gov.pl/> (dostęp: 25.02.2017).
- [www 8] <https://uokik.gov.pl/> (dostęp: 24.02.2017).

MISSELLING AND CONSUMER PROTECTION IN THE FINANCIAL SERVICES MARKET

Summary: The intention of this article is to present *misselling*, considered as unethical and legally questionable practice connected with offering and selling financial services to the consumers. It presents the ways of counteracting this practice by state authorities and other entities as well as creating mechanisms increasing the level of consumer protection. The purpose of this article is to present the reasons why misselling is undesirable practice having in mind consumer protection and what are the ways to counteract it. The solutions aiming to counter misselling in Poland will be compared with the institutions adopted in other countries. The research methods used in this article include analysis of literature and comparative analysis. Secondary data analysis with its source in official documents was also used.

Keywords: misselling, consumer, protection, illegal practices.