

Poziom świadomości konsumenckiej Polaków a poziom zadłużenia polskich gospodarstw domowych

Anna Dąbrowska

Anna Szymańska

Institut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur

annadabrowska1@ibrkk.pl

annaszymanska@ibrkk.pl

Summary

Effects of Excessive Indebtedness of Poles in Relation to Consumer Awareness Levels

The article discusses the level of consumer awareness in the context of growing indebtedness of Polish households. Some claim that low consumer awareness of Poles is one of the reasons for excessive indebtedness. The first part focuses on the definition of consumer awareness, its importance for consumer choice, and – based on authors' own research – its level in Polish society. The second part describes the incomes of Polish households from 2008 to 2010. It also shows consumers' subjective assessment of their financial position and characterises consumer durables used in their households. The third part presents the ten-

dency of Poles to incur debt and their punctuality of repayment. The sources of financing of consumption needs are described along with a scale of excessive indebtedness of Poles. The fourth part of the article focuses on consumer bankruptcy as a solution for the over-indebted consumers and describes current regulations on consumer bankruptcy in Polish law. The scale of their practical application is discussed in reference to Poles' opinion on consumer bankruptcy, again based on authors' own research. This part indicates consumer education as an effective instrument against excessive indebtedness.

Key words: consumer, consumer bankruptcy, indebtedness, income, savings, consumer awareness

Świadomość konsumencka Polaków

Według *Słownika języka polskiego* (2006) świadomość to stan psychiczny, w którym jednostka zdaje sobie sprawę ze zjawisk wewnętrznych, takich jak własne procesy myślowe, oraz zjawisk zachodzących w środowisku zewnętrznym i jest w stanie reagować na nie (somaticznie lub automatycznie).

Świadomość konsumencką zwykle utożsamiamy ze znajomością praw, jakie przysługują konsumentowi. Są to: prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa (*the right to protection of health and safety*); prawo do ochrony interesów ekonomicznych (*the right to protection of economic interest*); prawo do informacji i edukacji (*the right to information and education*); prawo do efektywnego dochodzenia roszczeń (*the right of redress*); prawo do reprezentacji (*the right of representation*) [zob. Dąbrowska, Janoś-Kresło, Ozimek 2006].

Konsument świadomy swoich praw to konsument znający obowiązki usługodawców/handlowców/producentów i gotowy je egzekwować, szczególnie gdy wystąpi spór między nabywcą a oferentem. Ale także znający swoje obowiązki.

Świadomość konsumencka ma jednak szersze konotacje. Świadomy konsument powinien krytycznie podchodzić do zaspokajanych potrzeb. Należy podkreślić, że konsument znajduje się na rynku z uwagi na konieczność zaspokajania potrzeb. Potrzeby mogą być rzeczywiste, otoczkowe i pozorne (zob. Bywalec 2010: 17). Przy tak bogatej ofercie produktów konieczna jest refleksja nad potrzebami, pragnieniami i zasobami, aby podejmować świadome wybory konsumenckie. Konsument ma obecnie możliwość zakupu towarów i usług według własnego uznania, ale ważna jest świadomość konsekwencji zachowań konsumenckich względem środowiska i życia społecznego.

Konsument powinien zdobywać informacje na temat towarów i usług, które chce zakupić/zamówić. Istotne jest, żeby informacje, w tym reklama nie wprowadzały konsumenta w błąd. Porównując ceny towarów i usług, które chce kupić, konsument z jednej strony może wybrać koszyk dający mu największą satysfakcję. Z drugiej strony, przy danym ograniczeniu budżetowym konsument może osiągnąć maksymalny możliwy poziom użyteczności.

W interesie konsumenta leży dokładne zapoznanie się z umowami, które podpisuje, i warunkami odstąpienia od nich. Ważna jest także wiedza na temat składu produktów, terminu ich ważności, przydatności do spożycia itp. W uzasadnionych przypadkach konsument może zmienić zdanie, np. odstąpić od umowy, zwrócić zakupiony towar bądź odstąpić od umowy przy zachowaniu warunków określonych prawem. W kontekście podjętej problematyki należy zauważyć, że 18 grudnia 2011 r. weszła w życie nowa ustawa o kredycie konsumenckim, która wydłużyła okres, w jakim można zrezygnować z kredytu konsumpcyjnego, z 10 do 14 dni kalendarzowych. Według nowych zasad nie będzie można nie płacąc wycofać się z zaciągania kredytu. Klient będzie musiał oddać odsetki za dni, przez które zastanawiał się, czy wykorzystać kredyt czy nie. Duży nacisk położony został na sposób komunikacji z potencjalnym klientem w reklamach¹.

Należy podkreślić, że współczesny konsument ma znacznie większe możliwości pozyskiwania informacji za sprawą nowoczesnych technologii, a szczególnie internetu. Ważne są jednak zrozumienie i refleksja nad wpływem informacji i metod marketingowych na zachowania i wybory konsumenckie.

Konsument powinien także mieć świadomość, że w jego otoczeniu funkcjonują instytucje i organizacje, które zajmują się ochroną i edukacją konsumencką, służą mu pomocą (np. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, powiatowy/miejski Rzecznik Konsumentów, Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich i inne). Jak czytamy w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 r. (art. 76) „Władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi”.

Można zatem powiedzieć, że świadomy konsument ma zdolność dokonywania właściwych wyborów w określonej sytuacji. Potrafi podejmować decyzje z uwzględnieniem kwestii zdrowotnych i ekonomicznych oraz ze świadomością społecznych konsekwencji swoich zachowań.

Z badań Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur² przeprowadzonych w grudniu 2011 r. wynika, że 26% respondentów nie ma wie-

¹ Por. Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, DzU z 2011 r. Nr 126, poz. 715.

² Badanie przeprowadzono wśród 1002 dorosłych Polaków korzystających z usług, mieszkańców Warszawy (11% respondentów), miast 100–499 tys. (28,5%) i miast 500 tys. i więcej (60,5%) przy wykorzystaniu kwestionariusza ankiety. Badania przeprowadziła firma ABM Sp. z o.o.

dzy na temat praw konsumenckich (nie interesuje się tym), 57% coś na ten temat słyszało, a 17% deklaruje, że bardzo się tym interesuje, szuka informacji na ten temat.

Konsumenci prezentowali różne postawy wobec czytania umów. 40% respondentów czyta uważnie całą umowę i dopytuje się, jeśli czegoś nie rozumie, 29% zazwyczaj pobieżnie przegląda umowę, zwracając uwagę na niektóre punkty, 12% czyta uważnie całą umowę, szczególnie to, co jest zapisane drobnym drukiem, 7% czyta uważnie całą umowę, ale nie dopytuje się o szczegóły, 7% podpisuje umowę, nie czytając, bo z reguły nie ma czasu, nie zna się na tym, ma zaufanie do sprzedawcy, 5% przerzuca kartki umowy, nie wczytując się w ich treść. Wprawdzie o świadomości konsumenckiej można mówić tylko w stosunku do tych respondentów, którzy uważnie czytają całą umowę i dopytują się, jeśli czegoś nie rozumieją, ale biorąc pod uwagę wyniki badań prowadzonych w ostatnich latach przez IBRKiK, SGGW, SGH, można powiedzieć, że wzrasta poziom świadomości konsumenckiej, co do konieczności wnikliwego czytania umowy przed jej podpisaniem. Zapewne jedną z przyczyn są konsekwencje, jakich doświadczają konsumenci, którzy nie czytają umów, a chcą z różnych względów dochodzić swoich praw.

W przypadku usług bankowych 36% respondentów czyta umowy zdecydowanie uważnie, 42% raczej uważnie, 12% raczej nieuważnie, 5% zdecydowanie nieuważnie, 6% nie udzieliło jednoznacznej odpowiedzi. Zważywszy, że kwoty zaciąganych zobowiązań finansowych (zwykle wysokie, jak w przypadku kredytu hipotecznego) obciążają nawet na dziesiątki lat budżet domowy, to wielu konsumentów przejawia dość niefrasobliwą postawę.

Prawie 50% respondentów nie zna żadnych instytucji i organizacji zajmujących się ochroną i edukacją konsumentów. 29% wskazało na Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, 26% na Rzecznika Konsumentów, 8% na Inspekcję Handlową, 4% na Federację Konsumentów, po 2% na Europejskie Centrum Konsumenckie, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Rzecznika Ubezpieczonych, po 1% na Arbitra Bankowego, Urząd Komunikacji Elektronicznej.

Zanim odniesiemy się do tezy, że nadmierne zadłużenia się jest m.in. konsekwencją zbyt niskiej świadomości konsumenckiej, warto przybliżyć zmiany, jakie zaszły w sytuacji materialnej polskich gospodarstw domowych w latach 2008–2010.

Sytuacja materialna polskich gospodarstw domowych w latach 2008–2010

Sytuacja dochodowa gospodarstw domowych, determinuje poziom konsumpcji towarów i usług, a stabilność finansowa zwiększa poczucie bezpieczeństwa, możliwość zaspokajania potrzeb bez lub przy „bezpiecznym” zadłużaniu się, a tym samym przyczynia się do zadowolenia z różnych aspektów życia składających się na jakość życia³.

W ostatnich kilku latach polskie gospodarstwa domowe zetknęły się z problemem kryzysu finansowego, a potem gospodarczego o wymiarze światowym, co w mniejszym lub większym stopniu przełożyło się na zmiany warunków funkcjonowania polskich gospodarstw domowych (zob. Bombol [red.] 2011 oraz Słaby [red.] 2009).

Gospodarstwo domowe, zarządzając własnym budżetem, musi podejmować decyzje jak gospodarować środkami finansowymi, jakie ma do dyspozycji w skali miesiąca, aby osiągnąć zakładane cele. Jak słusznie zauważa Cate Lyons-Crew (Financial Inclusion Program Manager) świadomość finansowa jest niezbędną umiejętnością funkcjonowania w nowoczesnym społeczeństwie i staje się coraz ważniejsza w długoterminowej perspektywie godnego życia jednostki i społeczeństwa (za: Iwanicz-Drozdowska i inni 2009).

Sposób gospodarowania budżetem jest uzależniony w znaczący sposób od sytuacji dochodowej gospodarstwa domowego, postrzegania bliższej i dalszej przyszłości, co wiąże się z sytuacją społeczno-gospodarczą kraju, ale także od skłonności do zaciągania zobowiązań finansowych.

Na uwagę zasługuje fakt, że pod koniec 2008 r. ogólną satysfakcję z własnej egzystencji deklarowało ponad 73% Polaków. Niemniej jednak na materialne warunki bytu swoich gospodarstw domowych narzekał co czwarty ankietowany (24,2%), a niezadowolenie ze swoich dochodów wyrażało 43,7% pracujących (*Oszczędności i długi Polaków*, 2008).

Jak podaje Główny Urząd Statystyczny (*Sytuacja gospodarstw domowych...*, 2011), w 2010 r. podobnie jak w 2009 r. ponad połowa badanych

³ Jakość życia to kategoria filozoficzna określająca stopień, w jakim życie dostarcza człowiekowi zadowolenia w długim okresie czasu. T. Słaby wprowadziła pojęcie postrzeganej jakości życia, podkreślającej subiektywny charakter oceny dokonywanej przez każdego człowieka, pozostającej w dość luźnym związku z kryteriami obiektywnymi poziomu jakości życia. Por. Słaby 1994: 74–86.

gospodarstw domowych (ok. 55%) oceniała swoją sytuację materialną jako przeciętną, co czwarte gospodarstwo postrzegało ją jako raczej dobrą i bardzo dobrą i prawie co piąte jako raczej złą i złą. Odsetek gospodarstw domowych, które oceniały swoją sytuację materialną jako bardzo dobrą i dobrą zwiększył się w porównaniu do 2009 r. o 1,5 pkt. proc. Jednocześnie nieznacznie, o 0,4 pkt. proc., zmniejszył się odsetek gospodarstw domowych oceniających swoją sytuację materialną jako raczej złą i złą.

Najlepiej oceniały swoją sytuację materialną (bardzo dobrze lub raczej dobrze) gospodarstwa domowe pracujących na własny rachunek (48,2%) oraz gospodarstwa domowe pracowników (29%), natomiast zdecydowanie najgorzej (raczej źle lub źle) – gospodarstwa rencistów (42,4%). Ponad jednej trzeciej gospodarstw domowych stwierdziła, że nie ma problemu z zaspokojeniem swoich potrzeb materialnych, zaś co dziesiąte gospodarstwo ma wielkie trudności z ich zaspokojeniem.

W tabeli 1 przedstawiono dochody rozporządzalne⁴ gospodarstw domowych na 1 osobę w latach 2008–2010.

Tabela 1. Dochody rozporządzalne gospodarstw domowych na 1 osobę w latach 2007–2010 (w zł, %)

Lata	Dochód rozporządzalny									
	Dynamika zmian rok poprzedni		Gospodarstwa domowe:							
	Ogółem	= 100	pracowników	rolników	pracujących na własny rachunek		emerytów i rencistów			
	zł	%	zł	%	zł	%	zł	%	zł	%
2008	1045,52	112,6	1049,84	114,7	887,35	104,8	1338,51	107,0	1031,94	110,1
2009	1114,49	106,6	1123,30	107,0	884,01	99,6	1396,45	104,3	1116,30	108,2
2010	1192,82	107,0	1199,22	106,8	1024,53	115,9	1468,38	105,1	1180,82	105,8
2010/2008	147,30	114,1	149,38	114,2	137,18	115,5	129,87	109,7	148,88	114,4

Źródło: *Budżety gospodarstw domowych...*, 2009, oraz obliczenia własne.

⁴ Dochód rozporządzalny, według definicji Głównego Urzędu Statystycznego jest sumą bieżących dochodów gospodarstwa domowego z różnych źródeł pomniejszoną o zaliczki na podatek dochodowy od osób fizycznych płacone przez płatnika w imieniu podatnika, a także o podatki od dochodów i własności płacone przez osoby pracujące na własny rachunek, w tym przedstawicieli wolnych zawodów i rolników indywidualnych oraz o składki na ubezpieczenia społeczne. W skład dochodu rozporządzalnego wchodzi dochody pieniężne i niepieniężne. Por. *Budżety gospodarstw domowych...*, 2009.

Analiza zmian w dynamice wzrostu dochodów rozporządzalnych w poszczególnych latach wskazuje na pogarszanie się sytuacji, poza gospodarstwami rolników. Najwyższy spadek rocznej dynamiki dochodów jest widoczny w gospodarstwach emerytów i rencistów oraz gospodarstwach pracowników. Może to wskazywać na jedną z przyczyn zaciągania zewnętrznych zobowiązań finansowych.

Dla oceny zmian w sytuacji dochodowej gospodarstw domowych w kontekście możliwości zaspokajania potrzeb bardziej przydatne są dochody realne, które odzwierciedlają siłę nabywczą konsumentów. Zmiany w dochodach realnych według grup społeczno-ekonomicznych gospodarstw domowych w latach 2008–2010 przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2. Zmiany w dochodach realnych według grup społeczno-ekonomicznych gospodarstw domowych w latach 2008–2010 (rok poprzedni = 100)

Wyszczególnienie	2008	2009	2010	Zmiany 2010/2008
	Rok poprzedni = 100%			
Ogółem gospodarstwa domowe	108,0	103,0	104,3	-3,7 pkt. proc.
Pracowników	110,3	103,6		
Rolników	100,4	96,7	113,2	+12,8 pkt. proc.
Pracujących na własny rachunek	103,4	101,4	102,6	-0,8 pkt. proc.
Emerytów i rencistów	104,9	103,6		

Źródło: jak w tabeli 1.

Wzrost poziomu dochodów realnych w 2010 r. był najwyższy w gospodarstwach rolników (o 13,2%), dla porównania w gospodarstwach pracujących na własny rachunek o 2,6%, przy średniej dla przeciętnego gospodarstwa domowego 4,3%.

Z badania *Jakość życia i spójność społeczna 2011*⁵ przeprowadzonego przez Departament Badań Społecznych i Warunków Życia GUS we współpracy z Urzędem Statystycznym w Łodzi wynika, że na początku 2011 r. ok. 15 % gospodarstw domowych żyło w dostatku, w tym co pięćdziesiąte mogło sobie pozwolić na pewien luksus. Jednak trzydzieści na sto gospodarstw domowych żyło na co dzień raczej skromnie (gospodarstwo musi

⁵ *Jakość życia i spójność społeczna 2011 (wstępna analiza wyników badania ankietowego)*, 23.09.2011 r.

codziennie bardzo oszczędnie gospodarować pieniędzmi), a w 6% gospodarstw domowych pieniędzy nie starczało nawet na podstawowe potrzeby. Z własnej sytuacji finansowej, w tym dochodów, zadowolona była co trzecia osoba (w wieku 16 lat i więcej). Jednak z materialnych warunków życia (poza dochodami) zadowolonych była ponad połowa mieszkańców Polski.

Wyznacznikiem zamożności Polaków są także posiadane dobra trwałego użytku, a także zmiany, jakie dokonują się na przestrzeni lat w wyposażeniu gospodarstw domowych. Analizując stan posiadania w wybrane dobra trwałego użytku w latach 2008–2010 można stwierdzić, że polskie gospodarstwa domowe w istotny sposób zwiększały swoją zamożność (por. tabelę 3).

Tabela 3. Wyposażenie przeciętnego polskiego gospodarstwa domowego w wybrane dobra trwałego użytku w latach 2008–2010 (%) i zmiany (pkt. proc.)

	2008	2009	2010	Zmiany 2010/2008 pkt. proc.
Dobra trwałego użytku		%		
Odbiornik telewizyjny	98,5	98,5	98,4	-0,1
Urządzenie do odbioru TV satelitarnej lub kablowej	55,9	60,3	64,5	+8,6
Zestaw kina domowego	15,5	16,2	17,1	+1,6
Odtwarzacz MP3	27,5	29,4	29,1	+1,6
Odtwarzacz płyt kompaktowych	14,5	13,5	12,9	-1,6
Odtwarzacz DVD	47,7	51,7	54,2	+6,5
Kamera wideo	8,9	9,4	10,4	+1,5
Aparat fotograficzny cyfrowy	38,0	45,6	49,6	+11,6
Komputer osobisty	56,4	60,8	64,9	+8,5
Komputer z dostępem do internetu	45,6	53,4	59,6	+14,0
Drukarka	37,1	40,1	41,4	+4,3
Telefon komórkowy	83,5	86,5	88,8	+5,3
Pralka automatyczna	86,7	89,0	89,8	+3,1
Odkurzacz elektryczny	95,1	95,4	95,0	-0,1
Chłodziarka lub zamrażarka	98,8	98,5	98,9	+0,1
Kuchenka mikrofalowa	46,1	50,1	52,6	+6,5
Robot kuchenny	61,1	61,3	63,2	+2,1
Zmywarka do naczyń	9,6	12,3	15,7	+6,1
Samochód osobowy	54,7	57,4	59,5	+4,8

Źródło: *Budżety gospodarstw domowych...*, 2009; obliczenia własne.

Należy jednak zauważyć, że coraz częściej gospodarstwa odnawiają swoje zasoby, sięgając po nowocześniejsze modele, znane marki, czyli realizują popyt restytucyjny (odnawialny). Skracą się także cykle życia produktów.

Konsumenci, chcąc wyposażyć czy doposażyć swoje gospodarstwo domowe, mogą sięgnąć po oszczędności, ale coraz chętniej sięgają po kredyty bankowe i pożyczki firm parabankowych.

W ciągu 2011 r., jak wynika z badania firmy doradczej PricewaterhouseCoopers (PwC) nastąpił nieoczekiwany, choć niewielki, spadek odsetka osób posiadających kredyty konsumpcyjne (z 40 w 2010 r. do 36 w 2011 r.), jak również ogólnej wartości kredytów konsumpcyjnych (z 135 mld zł na koniec września 2010 r. do 132 mld zł na koniec września 2011 r.). Najczęstszą przyczyną zaciągania przez Polaków zobowiązań kredytowych są – podobnie jak przed rokiem – bieżące wydatki, wskazywane przez 29% respondentów (43% w 2010 r.). Na kolejnych miejscach są: zakup sprzętu RTV/AGD (22% wobec 30%), remont mieszkania (17% wobec 29%) oraz zakup samochodu (12% wobec 15%) [Wrześniak 2011].

Ryzykowna byłaby jednak teza, że malejący popyt na kredyty konsumpcyjne jest wynikiem bardziej racjonalnych, przemyślanych postaw konsumentów, chociażby wobec zmieniających się warunków społeczno-gospodarczych (np. malejącego wzrostu gospodarczego, trudnego rynku pracy, wzrastających cen).

W kontekście dotychczasowych rozważań warto przytoczyć wyniki badania przeprowadzonego przez TNS Pentor na zlecenie Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy. Wśród Polaków najliczniejsza (48%) jest grupa określona mianem „rozsądni”, czyli osoby racjonalnie podchodzące do kwestii gospodarowania pieniędzmi. Jest to segment osób lepiej sytuowanych. Charakteryzuje ich rozsądne gospodarowanie pieniędzmi, choć nie są rygorystyczni w podejściu do zarządzania wydatkami. Część osób (67%) planuje swoje wydatki z przynajmniej miesięcznym wyprzedzeniem, trzy czwarte deklaruje, że kontroluje większe i największe wydatki. Osoby te niekiedy ulegają zakupom impulsywnym, ale głównie planują wydatki (66%). 82% uważa, że warto oszczędzać i w większości oszczędzają (90%). Nie zawsze mają jednak dostateczną wiedzę na temat różnego rodzaju instrumentów finansowych – o ich zaletach i ograniczeniach.

Aż 32% stanowi segment osób gospodarujących pieniędzmi „od pierwszego do pierwszego”. Są to osoby starsze o relatywnie niskim statusie

ekonomicznym. 79% deklaruje, że kontroluje swoje wydatki, nawet te najdrobniejsze, ale ich nie planuje. Postrzegają siebie jako osoby nieulegające impulsom oraz zachciankom zakupowym (74%). Zdecydowana większość (91%) wszystko przeznaczają na bieżące wydatki, ale jednocześnie 60% deklaruje, że warto oszczędzać. Osoby te nie ufają nikomu w kwestiach oszczędzania lub inwestowania.

Kolejny segment (14%) to „beztroszczy”. Są to ludzie młodzi, którzy dopiero wchodzi w dorosłe życie. Większość (77%) nie planuje wydatków ani ich nie kontroluje (75%). W porównaniu do innych segmentów przedstawiciele tej grupy relatywnie częściej opisują siebie jako osoby rozrzutne (39%), a 40% uważa, że oszczędzanie nie ma sensu. Charakteryzuje ich konsumpcyjny styl życia, większość (85%) wszystko przeznaczają na bieżące wydatki (*Postawy Polaków...*, 2011).

Z kolei z badania firmy Millward Brown SMG/KRC wynika, że 55% Polaków planuje budżet, ale 26% czyni to niesystematycznie. W 42% przypadków plany budżetowe sięgają okresu do jednego miesiąca, a w 18% kilku miesięcy, 58% Polaków planuje na kolejny rok. 41% planuje obniżenie wydatków, 27% zwiększenie dochodów, 23% gromadzenie oszczędności⁶.

Jak wspomniano, zaspokajanie potrzeb może być finansowane z własnych środków lub przy wykorzystaniu zewnętrznych źródeł finansowania. Polacy dołączyli do grupy społeczeństw, w których życie na kredyt przestało być wstydlive. Jednakże decyzja o zaciągnięciu zobowiązania finansowego, bez względu na cel, powinna być przemyślana. Kredyt czy pożyczka w momencie zaciągnięcia w istotny sposób zasila budżet domowy, stwarza możliwość zaspokojenia potrzeb, ale spłata zwykle rozłożona jest na wiele miesięcy lub lat i wówczas znacząco wpływa na miesięczne środki finansowe pozostające do dyspozycji gospodarstwa domowego. Nie bez znaczenia jest także sytuacja społeczno-gospodarcza, sytuacja na rynku pracy i prognozy w tym względzie.

W dalszej części artykułu przeanalizujemy skłonność Polaków do zaciągania zobowiązań finansowych i terminowość regulowania zobowiązań finansowych.

⁶ Badania przeprowadziła firma Millward Brown SMG/KRC na zlecenie firmy Provident prowadzącej program edukacyjny Akademia Rodzinnych Finansów, pod koniec lipca 2011 r. na reprezentatywnej grupie 619 osób (337 kobiet i 282 mężczyzn) w wieku powyżej 18 lat, z gospodarstw domowych o średnich i niskich dochodach, które miesięcznie nie przekraczają 3,5 tys. zł netto.

Skłonność gospodarstw domowych do zaciągania zobowiązań finansowych a problemy z regulowaniem zobowiązań finansowych

Wzrastające zasoby materialne są często konsekwencją zaciąganych kredytów konsumpcyjnych, podobnie jak posiadanie własnego M wymaga najczęściej skorzystania z kredytu hipotecznego. Zaciągane zobowiązania finansowe przestały budzić obawę, a życie na kredyt straciło negatywny wydźwięk społeczny. Polacy stali się „społeczeństwem kredytu”.

Tabela 4. Wartość kredytów i pożyczek udzielonych osobom prywatnym w okresie IX 2010 – X 2011 (w mln zł)

Okres	Konsumpcyjne			w tym:		Na nieruchomości		
	złotowe	walutowe	ogółem	w rachunku bieżącym	związane z kartami płatniczymi	złotowe	walutowe	ogółem
IX 2010	133 913,6	9 419,3	143 332,9	11 621,18	14 719,5	96 654,9	157 228,4	253 883,3
X 2010	133 810,7	9 149,6	142 960,3	11 605,8	14 642,1	99 061,8	154 546,9	253 608,6
IX 2011	129 815,0	11 035,8	140 850,8	12 235,6	13 690,6	123 368,6	193 103,7	316 472,3
X 2011	129 611,1	10 792,2	140 430,3	12 311,0	13 594,7	125 405,3	190 495,4	315 900,7
Zmiana X 2011/ IX 2010	96,8%	114,6%	98,0%	105,9%	92,4%	129,7%	121,1%	124,4%

Źródło: dane NBP oraz obliczenia własne.

Według danych NBP za lata 2010 i 2011 wartość kredytów konsumpcyjnych udzielonych osobom prywatnym maleje, ale wzrasta wartość kredytów udzielonych na nieruchomości (por. tabelę 4).

Wyższe wymagania finansowe, jakim od 2012 r. muszą sprostać konsumenci, którzy chcą zaciągnąć kredyt, to w dużym stopniu efekt bardziej restrykcyjnego obliczania zdolności kredytowej. Obecnie, zgodnie ze znowelizowaną Rekomendacją S⁷ banki obliczają możliwość spłaty kredytu przez klienta w ciągu 25 lat, nawet jeśli okres spłaty będzie dłuższy. Jak się szacuje zmiana okresu spłaty z 30 do 25 lat spowoduje podwyższenie

⁷ Rekomendacja S dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi finansującymi nieruchomości oraz zabezpieczonymi hipotecznie, zob. *Rekomendacja S dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi finansującymi nieruchomości oraz zabezpieczonymi hipotecznie*. styczeń 2011.

minimalnych wymagań wobec 7% klientów. Inni eksperci wskazują nawet na 20–25%.

Konsumenci coraz częściej korzystają z usług oferowanych przez instytucje spoza sektora bankowego, np. Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowo-Pożyczkowe (SKOK), Provident, serwisy social lending. Jak ocenia PwC wzrost kredytowania poza sektorem bankowym wykazuje tendencję wzrostową – w SKOK (1,4% deklaracji w 2010 r. wobec 2,2% w 2011 r.) oraz Providencie (0,9% wobec 1,9%) [Wrześniak 2011].

Podstawowym sposobem przyciągnięcia przez klientów przez parabanki są mniej skomplikowane niż w bankach procedury związane z zaciąganiem pożyczki. Niestety, ceną za mniej restrykcyjne warunki przyznawania pożyczek jest ich wyższe oprocentowanie niż kredytów bankowych (nie zawsze konsumenci zdają sobie sprawę z rzeczywistego kosztu pożyczki).

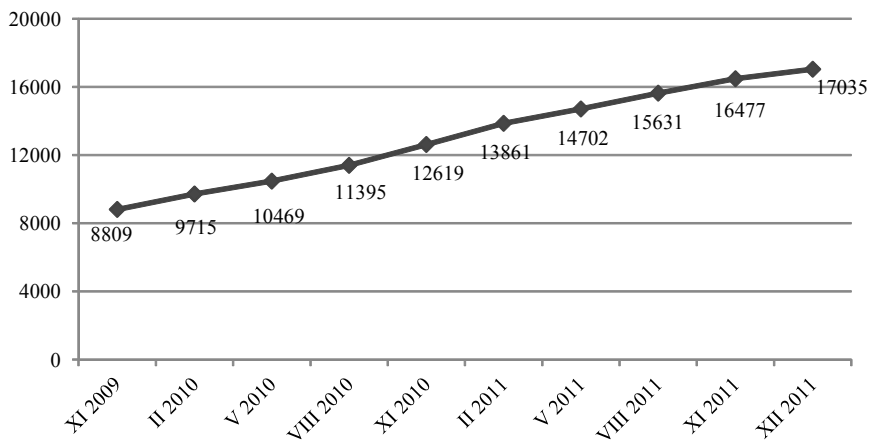
Od 2007 r. rozpoczęły w Polsce działalność serwisy *social lending*, za pośrednictwem których konsumenci mogą zaciągać tzw. pożyczki społecznościowe, czyli pożyczki pomiędzy osobami chcącymi pożyczyć pieniądze a tymi, którzy oferują środki pieniężne (Janczewski, Owczarek, Stelmaszczyk 2008). Obecnie w Polsce działa sześć portali oferujące konsumentom taki sposób zaciągania pożyczek (Ducatto.pl, Finansowo.pl, Kokos.pl, Pożycz.pl, Sekrata.pl i Zakra.pl) [Serwisy P2P lending na świecie 2011]. Ich udział w ogólnej liczbie pożyczek udzielonych przez instytucje niebankowe jest jednak niewielki, m.in. z powodu słabej znajomości tych serwisów, a także braku zaufania do tej formy zaciągania zobowiązań finansowych (Janczewski, Owczarek, Stelmaszczyk 2008: 10, 15).

Instytucją niebankową zajmującą się udzielaniem kredytów i pożyczek są też firmy pośrednictwa kredytowego. Od wymienionych instytucji odróżnia je to, że jako pośrednik między bankiem a klientem mogą oferować temu ostatniemu kredyty, a oprócz tego niektóre z nich udzielają pożyczek ze środków własnych (*Działalność przedsiębiorstw...*, 2010: 1–2).

Według Krajowego Rejestru Dłużników, obecnie co siódmy Polak ponad 55% pensji przeznaczają na spłatę kredytu. Jednakże regulowanie zobowiązań wobec banków nie jest już priorytetem. Dla wielu dłużników ważniejsze jest, aby wskutek niepłacenia nie odcięto prądu, gazu, a nawet telewizji kablowej. Poziom wskaźnika kredytów nieregularnych osiągnął poziom 11–12%. Coraz więcej kredytobiorców ma problemy ze spłatą szybkich kredytów (Szewczak 2009).

Na koniec 2011 r. średnie zaległe zobowiązanie wyniosło 17 035 zł, podczas gdy w listopadzie 2008 r. – 8809 zł, czyli w ciągu 2 lat podwoiło się (rysunek 1).

Rysunek 1. Średnie zadłużenie statystycznego dłużnika



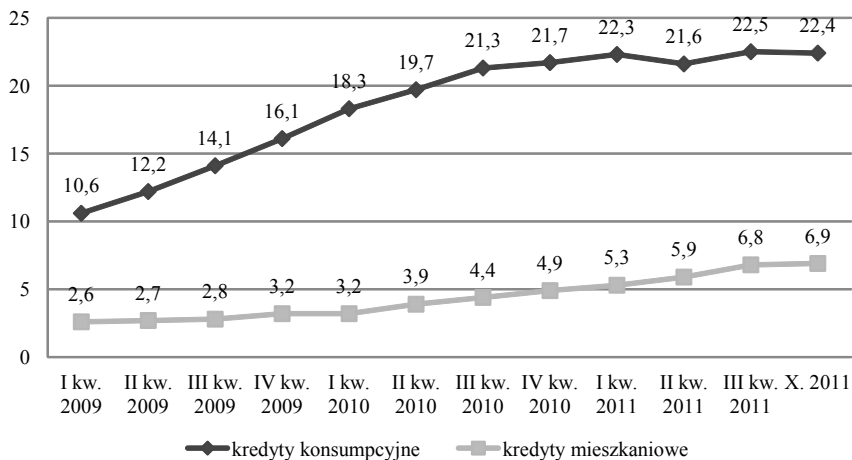
Źródło: *InfoDług...*, 2011.

Łączna kwota zaległych płatności Polaków w grudniu 2011 r. wynosiła 35,48 mld zł, liczba klientów podwyższonego ryzyka 2 082 747 osób. W stosunku do 2009 r. kwota zadłużenia wzrosła o 21,17 mld zł, a liczba klientów o 457 570 osób.

Jak wynika z *InfoDługu* 5,5% Polaków nie reguluje zobowiązań terminowo. Najbardziej zadłużona osoba zalega na kwotę 96,4 mln zł.

W latach 2009–2011 dość istotnie wzrosła wartość kredytów zagrożonych – konsumpcyjnych z 10,6 mld zł w I kwartale 2009 r. do 22,4 mld zł w październiku 2011 r. (co stanowi ponad 35% ogólnego wolumenu), natomiast mieszkaniowych z 2,6 mld zł do 6,9 mld zł (prawie 11% ogólnego wolumenu) – por. rysunek 2. Wskazuje to na pogłębiające się trudności Polaków w regularnym spłaceniu zaciągniętych zobowiązań finansowych.

Rysunek 2. Wartość kredytów zagrożonych konsumpcyjnych i mieszkaniowych w okresie I kw. 2009 – X 2011 (w mld zł)



Źródło: Jak w rysunku 1.

Jeszcze w 2007 r., jak wynika z badań TNS OBOP, Polacy uważali, że należy spłacać swoje długi, zobowiązania. Tak odpowiedziało aż 97% ankietowanych. Niewiele ponad 1% respondentów twierdziło, że ludzie nie powinni spłacać swoich zobowiązań, a niecałe 2% nie miała zdania na ten temat (Lewicka-Strzałecka, Białowolski 2007).

Wobec szybko rosnącej skali kredytów zagrożonych rodzi się pytanie, czy kredytobiorcy, zaciągając zobowiązania, racjonalnie podejmowali decyzje, rzetelnie oceniali swoje możliwości (banki wcześniej cechowała dość liberalna polityka kredytowa), czy właściwie przewidywały sytuację dochodową, rodzinną? A może chęć posiadania własnego „M” o odpowiednim standardzie, samochodu dobrej marki, zrealizowania zagranicznej wycieczki itd. przewyższały racjonalne oceny. A może liczyli, że w razie trudności będą mogli ogłosić upadłość konsumencką.

Konsumenci, którzy zacięgnęli zobowiązania finansowe i mają problemy z nich regulowaniem, mogą skorzystać z upadłości konsumenckiej. W warunkach polskich nie każdy dłużnik może z tego przywileju skorzystać. Trzeba spełnić warunki określone prawem.

Upadłość konsumencka w świetle przepisów prawa i wyników badania własnego

Upadłość konsumencka jest stosowana w wielu krajach Unii Europejskiej, np. w Niemczech, Francji, Belgii, Irlandii, Hiszpanii, Holandii, aczkolwiek przewidziane w tych krajach rozwiązania obejmują zarówno postępowania zmierzające do zawarcia układu z wierzycielami, jak i polegające na likwidacji majątku dłużnika. Prawo unijne nie reguluje krajowego prawa upadłości osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej i ze względu na brak harmonizacyjnych przepisów wspólnotowych trudno jest wskazać na wyraźne tendencje zmierzające do ukształtowania tej instytucji w jeden możliwy sposób⁸.

W dniu 5 grudnia 2008 r. sejm uchwalił nowelizację ustawy z 28 lutego 2003 r. – Prawo upadłościowe i naprawcze⁹. Ustawa weszła w życie 31 marca 2009 r. Nowelizacja ta wprowadziła, do części trzeciej ustawy, tytuł V – „Postępowanie upadłościowe wobec osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej”, powszechnie nazywanej ustawą o upadłości konsumenckiej.

Twórcom ustawy przyświecał podstawowy cel, a mianowicie umożliwienie społecznej i ekonomicznej rehabilitacji dłużnika. Jak podkreślają twórcy tej ustawy (Ministerstwo Sprawiedliwości i Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów) prawo do ogłoszenia upadłości nie może być dostępne dla każdego dłużnika, a oddłużenie powinno się odbywać przy odpowiednim zagwarantowaniu praw wierzycieli. Ci, którzy udzielali pożyczek lub przyznali kredyty powinni mieć należycie zabezpieczone interesy. Ustawa zdaniem jej twórców gwarantuje, że dłużnik odzyska płynność finansową i szansę nowego startu, a jego wierzyciele odzyskają jak największą część należności.

Uprawnienie to powinno służyć wyłącznie osobom uczciwym, których niewypłacalność jest następstwem wydarzeń, takich jak ciężka choroba czy niezdolność do pracy. Należy jednak wyraźnie podkreślić, że możliwość oddłużenia to przywilej dłużnika. Dłużnik może skorzystać z tego przywileju

⁸ Zob. uzasadnienie projektu ustawy.

⁹ Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 października 2009 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy – Prawo upadłościowe i naprawcze, DzU z 2009 r. Nr 175, poz. 1361 ze zm.

tylko raz na 10 lat. Po upływie tego podstawowego terminu przedawniają się roszczenia cywilnoprawne. Przyjęto zatem model szerokiej odpowiedzialności dłużnika, z dopuszczeniem oddłużenia w drodze wyjątku i w ograniczonym zakresie. Uprawnienie to nie powinno obejmować osób, które świadomie, z własnej winy popadły w pętlę zadłużenia, nie dając gwarancji, że w przyszłości będą zaciągały zobowiązania w sposób odpowiedzialny.

Postępowanie upadłościowe polegające głównie na sprzedaży majątku konsumenta w celu zaspokojenia wierzycieli, może być prowadzone tylko wobec osób, które stały się niewypłacalne na skutek szczególnych i niezależnych od okoliczności. Sprzedaż majątku konsumenta oznaczać może ewentualną utratę (sprzedaż) mieszkania lub domu jednorodzinne przez dłużnika. Sędzia-komisarz może zezwolić, by likwidację masy upadłościowej prowadził upadły pod nadzorem syndyka. Ustawa zakłada wydzielenie z likwidowanego majątku kwoty (uwzględniającej status rodziny) pozwalającej na wynajmowanie mieszkania przez 1 rok.

Upadłość, podobnie jak w wyżej wymienionych krajach UE, w których funkcjonuje instytucja upadłości konsumenckiej ogłasza sąd. Sąd również orzeka o planie spłaty wierzycieli.

Ustalone przez sąd wierzycielności nie mogą ulec zmniejszeniu, dopuszcza się jedynie modyfikację planu spłaty wierzycieli w razie przejściowych kłopotów uniemożliwiających dłużnikowi spłatę. Okres spłaty można przedłużyć maksymalnie o 2 lata.

Należy zauważyć, że zakres spłat może ulec zwiększeniu w razie poprawy sytuacji materialnej dłużnika (wskutek darowizny, spadku, wygranej na loterii), ale nie dotyczy to sytuacji, kiedy dłużnik osiągnął większe wynagrodzenie za pracę lub dochody uzyskiwane z osobiście wykonywanej przez niego działalności zarobkowej. W okresie spłat dłużnik nie może zaciągać nowych pożyczek, kredytów czy robić zakupów na raty.

Postępowanie upadłościowe może być umorzone, jeżeli konsument naruszy nałożone na niego obowiązki. Sam dłużnik także może wycofać się w trakcie procesu upadłościowego.

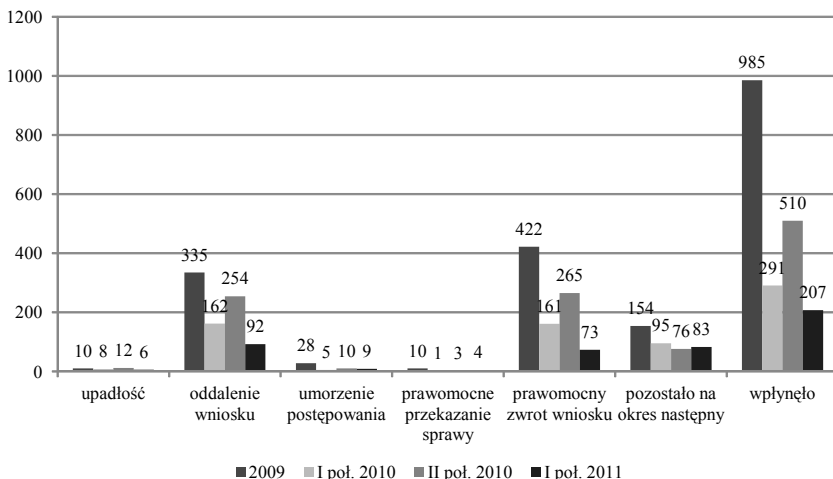
Treść ustawy wzbudza wiele dyskusji i kontrowersji. Pytania dotyczą skali problemu, którą trudno oszacować; czy z upadłości może także skorzystać żyrant (w ustawie nie mówi się wprost o tej sytuacji); dlaczego wierzyciel nie może wystąpić z wnioskiem o upadłość, tak jak to ma miejsce w przypadku upadłości przedsiębiorstw (zasada równego traktowania oby-

wateli); czy rzeczywiście ustawa, która jest dość restrykcyjna stwarza szansę na odzyskanie płynności finansowej i szansę nowego startu itp.

Kolejnym problemem, nieuregulowanym w ustawie jest współwłasność małżeńska lokalu, co oznacza, że ustawa nie dopuszcza możliwości występowania o upadłość konsumencką przez małżeństwa¹⁰.

Od początku obowiązywania ustawy o upadłości konsumenckiej do końca pierwszej połowy 2011 r. do sądów wpłynęło według statystyk Ministerstwa Sprawiedliwości prawie 2 tys. wniosków o jej ogłoszenie. Zdecydowanie najwięcej wniosków złożono w 2009 r. – 985, a najmniej w pierwszej połowie 2011 r. – 207 wniosków. Liczba osób ogłaszających upadłość konsumencką pozostaje jednak na podobnym, niskim poziomie – 6–12 osób w każdym półroczu, co oznacza, że jedynie 1–3% złożonych wniosków zakończyło się ogłoszeniem upadłości. Najwięcej spraw kończy się prawomocnym zwrotem wniosku (głównie z powodu braków formalnych) i oddaleniem wniosku (por. rysunek 3).

Rysunek 3. Ewidencja spraw o ogłoszenie upadłości konsumenckiej

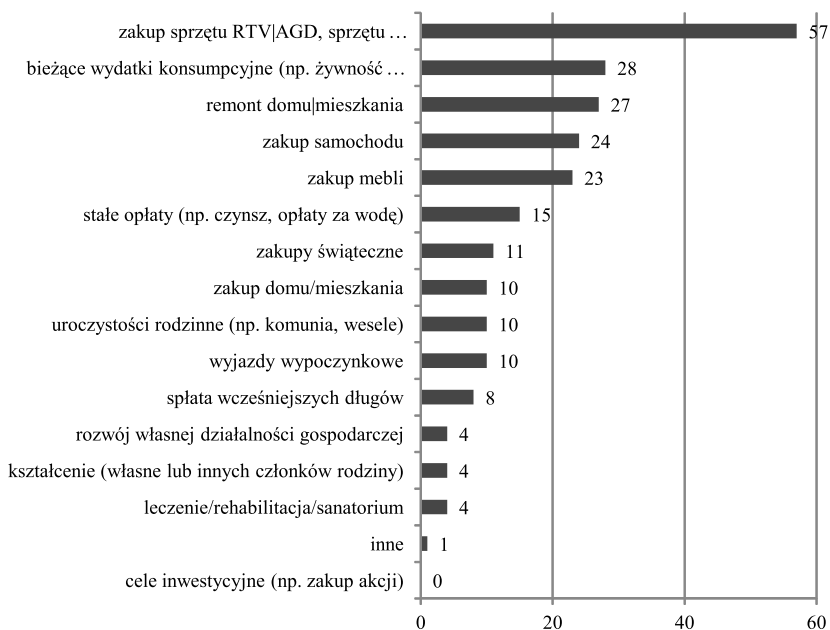


Źródło: Ministerstwo Sprawiedliwości.

¹⁰ Pytania te padły podczas konferencji „Upadłość konsumencka – mity i fakty” zorganizowanej 20 lutego 2009 r. przez „Gazetę Prawną” przy współudziale Szkoły Głównej Handlowej. W konferencji uczestniczyli przedstawiciele wielu instytucji i organizacji zainteresowanych podjętą problematyką. Anna Dąbrowska była moderatorem.

Ustawodawca określił przypadki, które wyłączają możliwość ogłoszenia upadłości konsumenckiej. Po pierwsze, chodzi o sytuację, gdy dłużnik zaciągnął zobowiązanie, będąc już niewypłacalny – taka okoliczność nakazuje powziąć wątpliwości co do rzetelności dłużnika. Po drugie, dotyczy to sytuacji, gdy do rozwiązania stosunku pracy i w rezultacie pozbawienia się dochodów (a nawet było to przyczyną niewypłacalności), doszło z przyczyn leżących po stronie pracownika lub za jego zgodą. Ten drugi przypadek spotyka się z krytyką analityków, ponieważ jest wiele sytuacji, w których określenie przyczyn rozwiązania umowy o pracę jest niejasnych, wina może leżeć po obu stronach (pracodawcy i pracownika). Oznacza to, że sprawa ta podlega interpretacji nie zawsze dając możliwość ostrego rozstrzygnięcia (Głodowski, Hrycaj 2010).

Rysunek 4. Cel, na jaki w ciągu ostatnich 3 lat zaciągali respondenci kredyt/pożyczkę

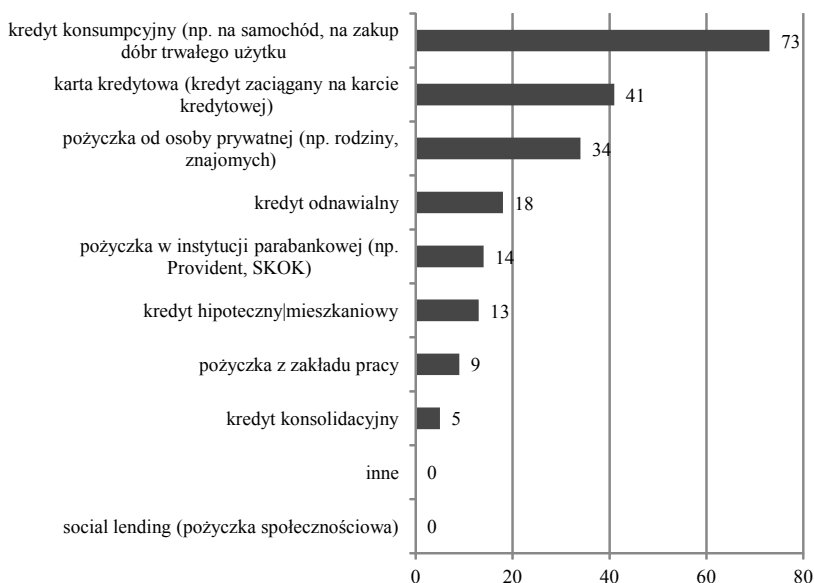


Źródło: badania własne, 2011.

Do kwestii upadłości konsumenckiej odniósł się także Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur podejmując badanie w listopadzie 2011 r. wśród 903 konsumentów¹¹, mieszkańców województwa mazowieckiego i śląskiego (województw, w których jest najwięcej dłużników zalegających ze spłatą swoich zobowiązań), którzy mają zaciągnięte co najmniej dwa kredyty.

W badaniu starano się rozpoznać, na jaki cel w ciągu ostatnich 3 lat zaciągali respondenci kredyt/pożyczkę. Z uzyskanych danych wynika, że najczęściej pozyskiwano obce źródła finansowania na zakup sprzętu RTV/AGD i sprzętu komputerowego, na bieżące wydatki konsumpcyjne (np. żywność, odzież, obuwie), remont domu mieszkania, zakup mebli lub samochodu (rysunek 4).

Rysunek 5. Formy kredytu/pożyczki, z jakich korzystali respondenci



Źródło: badania własne, 2011.

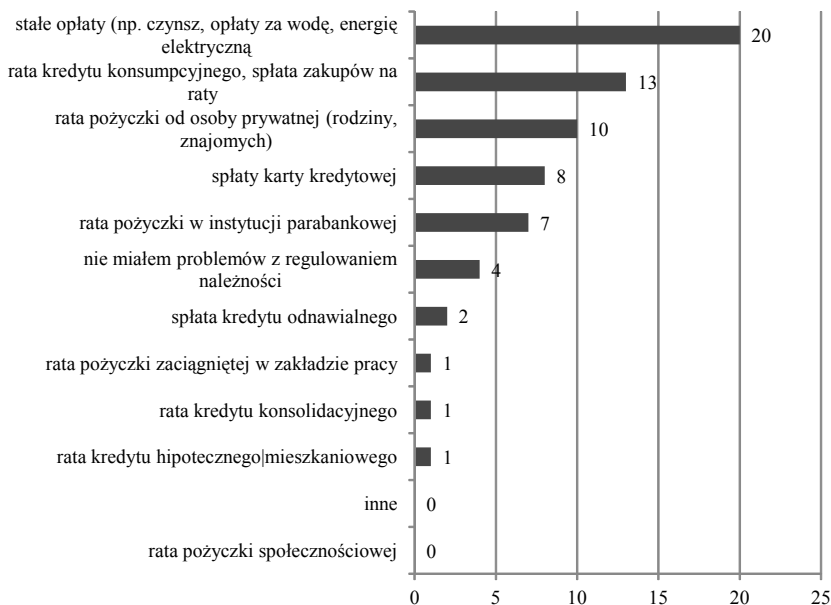
¹¹ Badanie wykonano w ramach projektu badawczego promotorskiego pt. *Upadłość konsumencka w Polsce na tle doświadczeń innych krajów Unii Europejskiej*, NN112 007740, finansowanego w latach 2011–2012 przez Narodowe Centrum Nauki.

W badaniu starano się rozpoznać, z jakich form kredytu/pożyczki w ostatnich 3 latach korzystali respondenci. Zdecydowana większość (73%) respondentów korzystała z kredytu konsumpcyjnego, ponad 40% badanych z karty kredytowej, a około jednej trzeciej z pożyczki od znajomych lub rodziny – por. rysunek 5.

Głównymi powodami korzystania z kredytu były: brak oszczędności, z których można sfinansować zakupy (73%) oraz przeznaczenie oszczędności na inny cel (17%).

Nie znalazło uznania przekonanie, że zaciągnięcie kredytu jest korzystniejsze niż wydawanie oszczędności. Takie postawy mogą przyczynić się do nadmiernego zadłużania się gospodarstwa domowego, ale także wskazywać na brak wiedzy na temat zarządzania budżetem domowym.

Rysunek 6. Problemy z regulowaniem zobowiązań



Źródło: badania własne, 2011.

Wielu respondentów w ciągu ostatnich 3 lat miało problemy z regulowaniem zobowiązań. Najczęściej taka sytuacja dotyczyła stałych opłat (np.

czynszu, opłat za wodę, energię elektryczną) i rat kredytu konsumpcyjnego, spłaty zakupów na raty – por. rysunek 6. Nie odnotowano natomiast problemów z regulowaniem rat kredytu hipotecznego/mieszkaniowego.

Wśród osób, które miały problemy finansowe 9%, podjęło czynność renegotjacji warunków spłaty kredytu/pożyczki, ale 17% nie podjęło takich działań. 52% respondentów stwierdziło, że gdyby mieli problemy finansowe renegotjowałoby warunki spłaty zobowiązań.

Zapytano respondentów, czy słyszeli o upadłości konsumenckiej. Pozytywnej odpowiedzi udzieliło 28% respondentów. 73% badanych pod tym pojęciem rozumiało bankructwo osoby prywatnej/umorzenie zobowiązań finansowych kredytobiorcy/ogłoszenie niewypłacalności kredytobiorcy. O upadłości konsumenckiej respondenci dowiedzieli się głównie z mediów (prasy, radia, telewizji, Internetu) – 26%, od rodziny/znajomych – 7%, a także z informacji udostępnianych przez banki/instytucje parabankowe, z informacji udostępnianych przez organizacje konsumenckie czy przez samorządy.

Zdaniem 21% respondentów konsument powinien mieć możliwość ogłoszenia upadłości konsumenckiej tak często, jak będzie to potrzebne, co piąty respondent wskazał na raz w życiu, co dziesiąty na raz na 10 lat. Po 6% badanych wskazało na raz na 5 lat i nigdy, czyli uważają, że nie powinna istnieć możliwość ogłoszenia upadłości konsumenckiej. 37% respondentów nie miało zdania na ten temat.

Upadłość, jak powiedziano wcześniej, możliwa jest tylko w przypadku niezawinionym np. choroba, niezawiniona utrata pracy. 56% respondentów stwierdziło, że jest to korzystne rozwiązanie, a 14% było odmiennego zdania. 15% respondentów nie udzieliło jednoznacznej odpowiedzi.

39% respondentów uznało, że możliwość ogłoszenia upadłości raz na 10 lat jest najmniej korzystna, przeciwnego zdania było 16% badanych.

Zdecydowanie najwięcej respondentów (62%) nie zgadza się z rozwiązaniem przyjętym w ustawie dotyczącym konieczności sprzedaży mieszkania/domu. 18% respondentów nie miało zdania na ten temat.

Możliwość złożenia wniosku o upadłość tylko przez dłużnika (np. brak możliwości złożenia go ze współmałżonkiem) poparło 39% respondentów, krytyczną postawę przejawiało 21% respondentów. 22% badanych nie miało zdania na ten temat.

Za możliwością ogłoszenia upadłości również w przypadku zawinionym przez dłużnika optowało 54% respondentów.

Na uwagę zasługuje fakt, że 48% respondentów chciałoby obowiązkowych szkoleń i doradztwa w zakresie finansów gospodarstwa domowego.

Wobec wzrastającego problemu nadmiernego zadłużania się gospodarstw domowych, problemów z terminowym regulowaniem zobowiązań finansowych na znaczeniu powinna zyskiwać edukacja konsumentów na temat zarządzania budżetem gospodarstwa domowego, racjonalnego gospodarowania pieniędzmi własnymi i pozyskiwanymi poprzez zaciągane zobowiązania finansowe.

Edukacji wymaga także kwestia upadłości konsumenckiej. Na podstawie przedstawionego materiału faktograficznego można założyć, że chętnych do ogłoszenia niewypłacalności będzie coraz więcej. Przypomnijmy, w pierwszym roku obowiązywania ustawy na 985 złożonych wniosków upadłością zakończonych zostało dziesięć. Jak wynika z danych Ministerstwa Sprawiedliwości wiele wniosków nie spełnia wymogów formalnych. Dłużnicy nie znają przepisów ustawy, liczą na łatwe oddłużenie.

Dla przykładu można podać, że w Szwecji w latach 1994–2001 wskaźnik odrzucenia wniosków wyniósł 40%. Obecnie nadal przeciętnie około jednej trzeciej wniosków nie przechodzi tam przez procedurę kwalifikacyjną. Z kolei zgodnie z dostępnymi badaniami, w Stanach Zjednoczonych osoby, które skorzystały z upadłości konsumenckiej, częściej ponownie popadają w niewypłacalność niż ci, którzy z niej nie korzystali (Roter 2010).

Działaniom podnoszącym świadomość konsumencką sprzyja m.in. interaktywny program edukacyjny Dolceta, który został przygotowywany przez 27 krajów Unii Europejskiej¹².

Na zakończenie może warto przytoczyć słowa R. Cotrugli, który stwierdził, że „Długi należy spłacać – jeśli prawo umożliwia ich niespłacanie jest prawem promującym oszustwo”¹³. Czy po tylu latach, słowa te nadal znalazłyby uznanie wśród konsumentów? Jak wynika z badań autorek tylko 6% respondentów uważało, że nie powinna istnieć możliwość ogłoszenia upadłości konsumenckiej.

¹² Protokół dostępu: www.dolceta.eu/polska Anna Dąbrowska była ekspertem ds. konsumenckich.

¹³ W 1458 r. po raz pierwszy wydano podręcznik, w którym ukazano zasady prowadzenia księgowości kupieckiej. Włoski kupiec Benedetto Cotrugli wydał podręcznik o handlu i kupcu doskonałym. B. Cotrugli zapis podwójnej księgowości, czyli pojęcie konta syntetycznego, przy czym debet oznaczał przychód, a obrót – dług. Cytat za: Michalczyk 2011.

LITERATURA

- Bombol M. (red.) 2011. *Jak żyć w kryzysie? Zachowania polskich konsumentów*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Budżety gospodarstw domowych 2008*. 2009. Warszawa: GUS.
- Bywalec Cz. 2010. *Konsumpcja a rozwój gospodarczy i społeczny*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Dąbrowska A., M. Janoś-Kresto, I. Ozimek. 2011. *Ochrona i edukacja konsumenta we współczesnej gospodarce*. Warszawa: PWE.
- Działalność przedsiębiorstw pośrednictwa kredytowego w 2009 roku*. 2010. Warszawa: GUS.
- Godowski W., A. Hrycaj. 2010. *Zakres podmiotowy i podstawy ogłoszenia „upadłości konsumenckiej*. „Państwo i Prawo”, 2.
- InfoDług. Ogólnopolski raport o zaległym zadłużeniu i klientach podwyższonego ryzyka*. 2011. Raport roczny. Warszawa: Biuro Informacji Gospodarczej InfoMonitor S.A. (BIG Monitor).
- Iwanicz-Drozdowska M. i inni. 2009. *Produkty finansowe i edukacja finansowa w Polsce na tle wybranych krajów wysoko rozwiniętych*. Raport z badań. Badanie statutowe 04/S/0010/08. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Jakość życia i spójność społeczna 2011 (wstępna analiza wyników badania ankietowego)*. Materiał na konferencję prasową w dniu 23.09.2011 r. Warszawa: GUS Departament Badań Społecznych i Warunków Życia we współpracy z Urzędem Statystycznym w Łodzi.
- Janczewski P., B. Owczarek, A. Stelmaszczyk. 2008. *Pożyczki społeczne w Polsce*. Warszawa: Accenture.
- Lewicka-Strzałeczka A., P. Białowski. 2007. *Etyka zobowiązań finansowych i stosunek do upadłości konsumenckiej*, w: *Niewypłacalność, nadmierne zadłużenie i etyka zobowiązań finansowych osób fizycznych*. Wydanie I. Gdańsk–Warszawa: Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce.
- Michalczyk L. 2011. *Prawna upadłość konsumencka (bankructwo) w aspekcie ekonomiczno-socjologicznej „moralności płatniczej” – ustawa bazą do oszustw*. „Handel Wewnętrzny”, 6.
- Obwieszczenie Marszałka Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 października 2009 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu ustawy – Prawo upadłościowe i naprawcze, DzU z 2009 r. Nr 175, poz. 1361 ze zm.
- Oszczędności i długi Polaków*. 2008. Komunikat z badań „Warunki życiowe społeczeństwa polskiego: problemy i strategię”. Warszawa: CBOS.
- Postawy Polaków wobec oszczędzania*. 2011. Raport Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, TNS Pentor.
- Roter A. 2010. *Ocena realizacji ustawy o upadłości konsumenckiej w Polsce*, Gdańsk: Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych.
- Staby T. (red.). 2009. *Reakcje polskich konsumentów na skutki kryzysu gospodarczego*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Rekomendacja S dotycząca dobrych praktyk w zakresie zarządzania ekspozycjami kredytowymi finansującymi nieruchomości oraz zabezpieczonymi hipotecznie*. styczeń 2011. Warszawa: Komisja Nadzoru Finansowego.
- Serwisy P2P lending na świecie*, <http://blog.finnovation.pl/linkownia/p2p-lending/>, opublikowano: 22.02.2011, dostęp: 16.12.2010.
- Staby T. 1994. *Systemy wskaźników społecznych w polskich warunkach transformacji rynkowej*. „Monografie i Opracowania”, 392. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Słownik języka polskiego*. 1981. Warszawa: PWN.
- Szewczak J. 2009. *W 2010 r. kończy się polska jazda na gapę przez kryzys*, „Gazeta Finansowa”, 18 grudnia.

Anna Dąbrowska, Anna Szymańska, Poziom świadomości konsumenckiej Polaków...

Sytuacja gospodarstw domowych w 2010 r. w świetle badania budżetów gospodarstw domowych.

2011. Warszawa: GUS. Departament Warunków Życia.

Ustawa z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, DzU z 2011 r. Nr 126, poz. 715.

Wrześniak M. 2011. *Polacy ostrożniej biorą kredyty*. <http://www.ekonomia24.pl/arttykul/706649,763364->

Mniej-kredytow-konsumenckich.html, opublikowano: 02.12.2011, dostęp: 26.01.2012.

www.dolceta.eu/polska