

*Iwona Dorota Czechowska**

DOSTĘPNOŚĆ KREDYTU KONSUMENCKIEGO W WARUNKACH GLOBALIZACJI GOSPODARKI SPOŁECZNY KONTEKST PRZEMIAN

1. WPROWADZENIE

Celem opracowania jest prezentacja społecznego kontekstu przemian wynikających z procesów globalizacji. Na tym tle pojawia się wiele pytań, których rozstrzygnięcie może mieć istotny wpływ na losy uczestników rynku – konsumentów. Istotny problem, poruszany w tej pracy, dotyczy integracji w dziedzinie ochrony konsumentów na rynku usług bankowych. Struktura będzie obejmować istotę globalizacji, dostępność i wykorzystanie kredytu konsumenckiego, a także ujednoczenie regulacji związanych z kredytem konsumenckim, oddziaływujących na tę możliwość pozyskiwania kapitału. Globalizacja stała się popularnym pojęciem odnoszącym się do działalności: gospodarczej, politycznej, społecznej, czy kulturowej, zatem proponuje się wiele definicji, zróżnicowanych ze względu na jej aspekty, obszary i cechy. W rozważaniach prowadzonych w tym opracowaniu zajmiemy się ekonomicznymi aspektami globalizacji i podejmiemy próbę określenia jej konsekwencji w postaci ujednoczenia dostępności do kredytu konsumenckiego.

2. ISTOTA GLOBALIZACJI

Najbardziej popularne rozumienie globalizacji odnosi się do upodabniania zachowań konsumentów. W tym sensie globalizacja to upodobnienie, umiędzynarodowienie, scalanie, bardziej zaawansowana integracja czy liberalizacja. W skróconej wersji definicji ekonomicznej podkreśla się, że globalizacja jest postępującym umiędzynarodowieniem działalności gospodarczej. Zwraca się ponadto uwagę, że w wyniku procesów globalizacji rynek światowy przestaje

* Dr hab., prof. nadzw. UŁ, Zakład Bankowości Centralnej i Rynku Pieniężnego, Instytut Finansów, Bankowości i Ubezpieczeń, Uniwersytet Łódzki.

być zbiorem rynków narodowych oraz międzynarodowych i staje się globalnym rynkiem poszczególnych produktów². Znacznymi globalizacji, A. Zorska, definiuje ją jako wyższy, bardziej zaawansowany i złożony etap procesu umiędzynarodowienia działalności gospodarczej, polegający na rozszerzaniu działalności krajowych przedsiębiorstw za granicą, rozpoczęty w XIV w. przez kompanie handlowe, w ramach rozwoju zamorskiej działalności³. Natomiast według opinii L. Oręziak, powołującej się na definicję MFW, globalizacja to coraz bardziej zaawansowana integracja gospodarek narodowych, będąca efektem rozwoju handlu oraz zwiększania strumieni finansowych⁴. Zdaniem J. Stiglitz, laureata nagrody Nobla z 2001 r., globalizacja oznacza zniesienie barier krępujących wolny handel i ściślejszą integrację gospodarki oraz ludzi w skali międzynarodowej, towarzyszy jej tworzenie nowych instytucji, prowadzących działalność przekraczającą granice państw⁵. Prezentując definicje globalizacji, badacze wskazują na takie jej charakterystyczne cechy, jak: scalanie gospodarek narodowych, prowadzące do powstania jednolitej gospodarki światowej, rosnącą mobilność kapitału, dóbr i usług, towarzyszący jej postęp techniczny, gwałtownie spadające koszty transakcyjne współpracy z zagranicą, postępującą liberalizację działalności oraz napływ zagranicznych inwestycji bezpośrednich.

Globalizacja jest zjawiskiem kontrowersyjnym, łączącym zalety i wady. Korzyści wynikające z globalizacji to zmniejszenie poczucia izolacji, zapewnienie licznym mieszkańcom dostępu do wiedzy, poprawa poziomu zdrowotności, dostęp do nowych rynków, źródeł finansowania, redukcja kosztów transportu, telekomunikacji, zniesienie sztucznych barier w przepływach dóbr, usług, kapitału i wiedzy. Handel międzynarodowy pomaga w szybszym rozwoju wielu krajów. Chociaż wejście nowych firm zagranicznych było niekorzystne dla chronionych przedsiębiorstw państwowych, przyczyniło się do wprowadzenia nowych technologii i powstania nowych gałęzi gospodarki⁶.

Wady globalizacji to niszczenie środowiska naturalnego, korumpowanie procesów politycznych, kryzysy wywołujące masowe bezrobocie. Otwarcie na import wyrobów konkurencyjnych może mieć negatywne konsekwencje społeczne (moralne – wzrost ubóstwa i nierówności) i gospodarcze, napływ do kraju międzynarodowego kapitału spekulacyjnego, wiążący się z dużym ryzykiem. Powiększa się dystans między biednymi i bogatymi. Zagraniczne firmy niszczą miejscowych konkurentów, małe przedsiębiorstwa. Banki będące własnością

² *Globalizacja od A do Z*, red. E. Czarny, NBP, Warszawa 2004, s. 5–7.

³ A. Z o r s k a, *Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych i gospodarce światowej*, PWN, Warszawa 1998, s. 14.

⁴ *Globalization brings both Promise and challenges to countries on path to development*, "IMF Survey" (International Monetary Fund), Supplement, September 2002. Cyt. za: *Globalizacja od A do Z*, s. 155.

⁵ J. S t i g l i t z, *Globalizacja*, PWN, Warszawa 2007, s. 7.

⁶ *Ibidem*.

obcego kapitału chętnie dostarczają środków finansowych korporacjom międzynarodowym lub dużym miejscowym firmom, gorzej traktując małe i średnie przedsiębiorstwa. Oceniając powyższe wady, J. Stiglitz uważał, że problemy wynikają nie z samej globalizacji, ale ze sposobu jej przeprowadzania⁷. Błędy tkwiące w liberalizacji handlu i rynku kapitałowego oraz w prywatyzacji wynikały z nieprawidłowej kolejności i tempa wprowadzania zalecanych przez MFW rozwiązań, a także z niedostatecznego wyczulenia na szerszy kontekst społeczny i ustalenia systemu zabezpieczeń przed liberalizacją. Wskazany autor wyjaśniał naciski MFW na prowadzenie restrykcyjnej polityki pieniężnej poprzez powiązanie stóp procentowych ze wzrostem atrakcyjności kraju z punktu widzenia napływu kapitału, który miał pomóc w podtrzymaniu kursu walutowego i stabilizowaniu waluty. Tymczasem według jego opinii ważniejsze było badanie zależności między podniesieniem stóp procentowych i spłacalnością należności, ponieważ pogarszająca się kondycja kredytobiorców wpływała na pogorszenie kondycji banków. Wysokie stopy procentowe nie przyciągały kapitału, ale pogłębiały recesję, co powodowało w konsekwencji wyprowadzanie kapitału z danego kraju⁸.

Globalizacja rodzi nowe problemy, ponieważ składają się na nią zachodzące jednocześnie procesy integracji – dążenia do łączenia i scalania odrębnych organizmów i dyferencjacji – różnicowania poziomu rozwoju i rozwarstwienia dochodów różnych grup krajów⁹. Globalizacja może wpłynąć na poprawę sytuacji ludzi na świecie, w szczególności ubogich¹⁰. Aby to było możliwe, wskazane jest powstanie aktywnego, globalnego społeczeństwa obywatelskiego. Oznacza to, że globalizacja stawia przed społecznością międzynarodową nowe wyzwania, a jednym z nich jest potrzeba ochrony konsumentów. Globalizacja jest obecna również w bankowości, np. poprzez wykorzystanie Internetu¹¹ – kanału dostępu do informacji czy kanału dystrybucji. Globalizacja spowodowała zmianę systemu wartości wśród klientów, polegającą na zwiększeniu świadomości w dziedzinie ochrony środowiska, większej mobilności, preferowaniu wolnego czasu¹². Zmianom gospodarczym, na które wpływa globalizacja, towarzyszy bankowość i banki komercyjne, pomagające klientom w zaspokajaniu rosnących i zmieniających się potrzeb.

⁷ *Ibidem*, s. 192.

⁸ *Ibidem*, s.108–109.

⁹ A. Müller, *Globalizacja – mit czy rzeczywistość?*, [w:] *Globalizacja od A do Z*, s. 36–37.

¹⁰ J. Stiglitz, *op. cit.*, s. 7.

¹¹ E-banking poprawia dostępność usług, ale raczej w grupie maistreamowych klientów, którzy już dysponowali produktami bankowymi. W. Springer, *Spółeczna odpowiedzialność banków. Między ochroną konsumenta a osłoną socjalną*, Wolters Kluwer Business, Warszawa 2009, s. 102.

¹² U. C. Swojda, *Bankowość detaliczna. Strategie marketingowe i procesy zarządzania*, CeDeWu, Warszawa 2000, s. 39.

3. DOSTĘPNOŚĆ I WYKORZYSTANIE KREDYTÓW KONSUMENCKICH

Osoba fizyczna, konsument znajduje się w kręgu zainteresowania różnych dziedzin nauki ekonomii, bankowości, marketingu, psychologii ekonomicznej, socjologii czy filozofii¹³. Pojęcie konsumenta odnoszone jest w ekonomii do gospodarstwa domowego, którym, zdaniem S. Flejterskiego, są „rodziny [...] mieszkające pod jednym dachem i korzystające ze wspólnych zasobów ekonomicznych, a także osoby żyjące samotnie”, które podejmują decyzje finansowe dotyczące m.in. konsumpcji i oszczędności, inwestycji oraz zarządzania ryzykiem¹⁴. Zdaniem G. Rytelewskiej, gospodarstwa domowe w naukach ekonomicznych to „jednostki gospodarujące, których celem jest zaspokojenie wspólnych i osobistych potrzeb jego członków, [...] prowadzące gospodarkę finansową”¹⁵. C. Bywalec przyjmuje, że występuje potrzeba funkcjonowania instytucji i instrumentów pomagających gospodarstwom domowym¹⁶. Według metodologii EBC, sektor gospodarstw domowych został podzielony na podsektory, wśród których znajdują się osoby prywatne – osoby fizyczne, nieprowadzące działalności gospodarczej, niebędące przedsiębiorcami indywidualnymi lub rolnikami indywidualnymi¹⁷.

Aby analizować kredyty konsumenckie potrzebne jest wyjaśnienie kategorii konsument. Pojęcie konsumenta definiuje się w różny sposób. Zazwyczaj jednak termin ten jest odnoszony do osoby fizycznej zawierającej umowy w celu osobistym, a nie komercyjnym¹⁸. Również w Polsce konsument jest definiowany zgodnie z art. 22 k.c. jako osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową¹⁹. Konsumenti występują wtedy, gdy jako osoby prywatne wchodzą w relacje prawne z przedsiębiorcami-profesjonalistami, np. usługodawcami. Pozyskane środki są wykorzystywane na zaspokojenie bieżących potrzeb, zakup dóbr trwałego użytku i inwestycyjne. Gospodarstwa domowe korzystają z różnych źródeł finansowania. Na rynku kredytów detalicznych występują różne instytucje finansowe, takie jak: komercyjne banki uniwersalne, banki spółdzielcze, banki specjalistyczne (np. banki samochodowe), banki hipoteczne, Spółdzielcze Kasy

¹³ *Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*, red. M. Lambkin i in., PWN, Warszawa 2001, s. 7–14.

¹⁴ S. Flejterski, *Metodologia finansów. Podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 2007, s. 93–94.

¹⁵ *Bankowość detaliczna. Potrzeby, szanse i zagrożenia*, red. G. Rytelewska, PWE, Warszawa 2005, s. 21.

¹⁶ C. Bywalec, *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, PWN, Warszawa 2009, s. 8.

¹⁷ „Biuletyn Informacyjny NBP” 2010, nr 10, s. 88.

¹⁸ Tak jest definiowany konsument w prawie wspólnotowym i wewnętrznym krajów UE. E. Łętowska, *Europejskie prawo umów konsumenckich*, C. H. Beck, Warszawa 2004, s. 46.

¹⁹ *Kodeks cywilny*, Dz. U. z dnia 27.07.2006, nr 141, poz. 1176.

Oszczędnościowo-Kredytowe, pośrednicy kredytowi, doradcy finansowi czy firmy pożyczkowe. Dominującą pozycję w tym zakresie stanowią banki – patrz tabela 1.

Tabela 1

Struktura podmiotów finansujących gospodarstwa domowe (w %)

Rok	Banki	Inne instytucje finansowe	Osoby prywatne
2000	73	33	14
2003	79	30	11
2005	81	25	13
2007	88	19	6
2009	91	14	5

Źródło: www.diagnozacom.pl, 1.03.2011; *Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków*, red. J. Czapiński, T. Panek, Rada Monitoringu Społecznego, Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie, Warszawa 2009, s. 73.

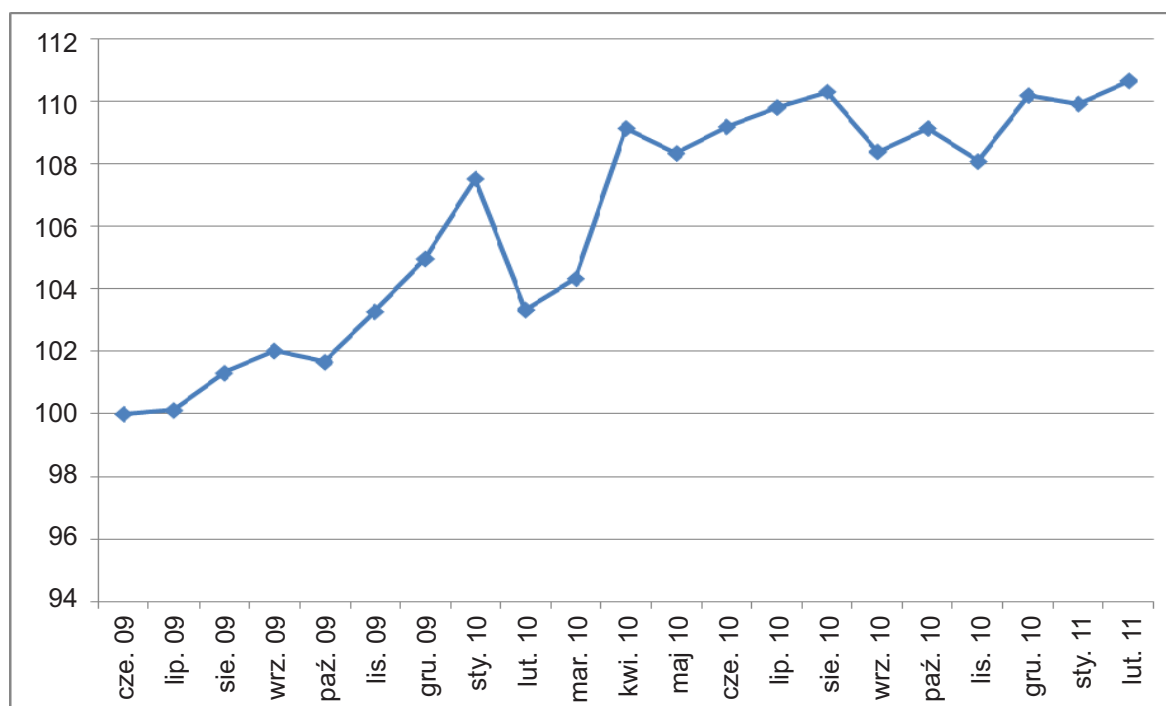
Analizując informacje w niej zawarte, można zauważyć stałą tendencję utrzymywania się sektora bankowego na pozycji lidera, jeżeli chodzi o dostarczanie środków finansowych gospodarstwom domowym. Powyższe zaangażowanie powiększa się nawet z roku na rok, a w 2009 r. banki mają udział w tej strukturze, wynoszący przeszło 90%.

Dostępność kredytów może być rozumiana w różny sposób, np. w podejściu marketingowym oznacza uproszczenie sposobu ich pozyskiwania. Dzięki internetowym kanałom dystrybucji pozyskiwanie kredytu jest łatwiejsze. Jego dostępność to w bankowości *mailability period*, czyli zdefiniowany w umowie kredytowej okres (czasem okres udostępnienia kredytu), w którym kredytobiorca może z niego skorzystać. Okres dostępności rozpoczyna się zawsze postawieniem klientowi środków do dyspozycji, a kończy w momencie ostatniej transzy kredytu lub po upływie terminu przewidzianego w umowie²⁰. Jednak najbardziej popularne wyjaśnienie dostępności kredytu łączy się z polityką kredytową banków. Poprzez instrumenty i procedury działania wyznaczające reguły i mechanizmy udzielania kredytów (formy, rodzaje, stopy oprocentowania, marże, prowizje, okresy spłaty, stosowane formy zabezpieczeń) oraz kryteria oceny kredytobiorców, określające cele i sposoby współpracy w tej dziedzinie banki prowadzą odpowiednią politykę. Wpływ polityki kredytowej będzie odnosił się do sumy udzielonych kredytów, ich struktury ilościowej i jakościowej, kompozycji portfela kredytowego oraz kryteriów przyznawania kredytów. Polityka banków zależy od kondycji gospodarki

²⁰ www.goldfinance.pl/slownik-terminow-finansowych 2011.03.01.

i stanu koniunktury na rynkach finansowych²¹. W warunkach kryzysu banki prowadzą politykę restrykcyjną, ograniczającą dostępność kredytu.

Od połowy 2009 r. Open Finance i TVN CNBC Biznes wyliczają Indeks Dostępności Kredytowej. Jego poziom zależy od trzech zmiennych: maksymalnego możliwego LTV (stosunek kwoty kredytu do wartości nieruchomości), bankowej marży oraz maksymalnej zdolności kredytowej dla rodziny zarabiającej dwukrotnie średniej krajowej (podawanej przez GUS). Podczas wyliczania tego wskaźnika brana jest pod uwagę oferta 11 banków o największym udziale w rynku.



Wykres 1. Indeks Dostępności Kredytowej

Źródło: Open Finance, TVN CNBLC

Rosnąca tendencja charakteryzująca poziom tego wskaźnika ilustruje stopniowe zwiększanie się dostępności kredytu w badanym okresie, tzn. od czerwca 2009 do lutego 2011. Decydują o niej występowanie promocyjnych ofert, ułatwiających pozyskanie pożyczki na dowód, pożyczki dla emerytów, wydłużone okresy spłaty zobowiązań, malejące marże kredytowe, współpraca z firmami doradczymi (dotycząca dystrybucji). Zgodnie z opinią klientów, wpływ na dostępność kredytów mają ich ceny oraz krótki czas pozyskania²². Dostępność kredytów powinna być rzetelnie analizowana, ponieważ łagodna polityka kredytowa banków, tani,

²¹ J. Grzywacz, *Współpraca przedsiębiorstwa z bankiem*, Difin, Warszawa 2006, s. 56.

²² *Gold Finance. Polacy żyją na kredyt*, www.finance.egospodarka.pl [dostęp 1.03.2011].

łatwo dostępny kredyt, udzielany bez większych formalności może spowodować nadmierne zadłużenie konsumentów. Czynniki losowe oraz skutki błędów w planowaniu finansów osobistych, a także prosprzedażowe nastawienie banków mogą prowadzić do ekspozycji kredytów zagrożonych.

4. OCHRONA KONSUMENTA NA RYNKU USŁUG BANKOWYCH

Aby wzmocnić pozycję klienta wobec usługodawcy i zwiększyć zaufanie do transgranicznych usług finansowych, podejmuje się różne działania²³. Główny problem stanowi asymetria dostępu do informacji, pochodzących od instytucji finansowych (klient odczuwa deficyt takich informacji). W tym celu już przed 1999 r. podejmowano szereg inicjatyw prawnych, zawartych w dyrektywach unijnych dotyczących²⁴ reklamy wprowadzającej w błąd, systemów gwarancji depozytów oraz ujednoczenia przepisów kredytu konsumenckiego. Istotnym rozwiązaniem dla ochrony klienta na globalnych rynkach finansowych jest powołanie pozasądowego organu rozstrzygającego sporne kwestie między konsumentem a instytucją finansową FIN-NET, zajmującą się udzielaniem pomocy konsumentom, którzy skorzystali z usług finansowych poza granicami swojego kraju²⁵. Do działań wzmacniających pozycję klienta na rynku należy także dyrektywa związana z kredytem konsumenckim²⁶, harmonizująca podstawowe elementy prawne.

Celem regulacji było wzmocnienie wymogów informacyjnych, dających możliwość oceny „obszarów problemowych”, a także autonomia wyboru pozostawiona konsumentowi, uznanie szerokiej dostępności kredytu oraz ograniczanie obszarów wykluczenia społecznego, utworzenie mechanizmów zapobiegania nadmiernemu zadłużeniu i ograniczania go, a wreszcie promowania wolnego rynku i ułatwiania transakcji rynkowych, przy jednoczesnym zapewnieniu skutecznej ochrony konsumenta. W ramach tych rozwiązań prawnych założono przejrzystość relacji kredytowych, mających wpływ na prawidłowe działanie rynku. Zalicza się do nich: przejrzystość konkurencyjną, dającą pożyczkobiorcy możliwość wyboru produktu najlepszego oraz najtańszego a także przejrzystość społeczną, pozwalającą *ex ante* ocenić wpływ zadłużenia na sytuację danego gospodarstwa domo-

²³ Zob. szerzej: I. D. Czechowska, *Bezpieczeństwo klienta w procesach integracji sektora bankowego z ubezpieczeniowym*, [w:] *Stabilność i bezpieczeństwo systemu bankowego*, red. J. Nowakowski, T. Famulska, Difin, Warszawa 2008, s. 129–138.

²⁴ M. Penczar, *Ochrona konsumenta na integrujących się rynkach finansowych*, „Bank i Kredyt” 2007, nr 7.

²⁵ Istniejący w Polsce Bankowy Arbitraż Konsumentki w roku 2006 został włączony do tej sieci.

²⁶ 23 kwietnia 2008 r. Parlament Europejski i Rada przyjęły dyrektywę o kredycie konsumenckim (dyrektywa 2008/48/WE).

wego²⁷. Urzeczywistnienie przejrzystości konkurencyjnej jest możliwe poprzez wprowadzenie standardowej, ujednocionej formuły rzeczywistej rocznej stopy procentowej, opisującej całkowity koszt kredytu. Natomiast przejrzystość społeczną łączy się z rozważeniem planu spłaty, zapewnieniem czasu do namysłu i niezależnego doradztwa. Ostatecznym celem poprawy przejrzystości jest rynek zapewniający nie tylko ochronę konsumenta, lecz także swobodę innowacyjnego świadczenia m.in. usług transgranicznych.

W Polsce opracowano projekt nowej ustawy o kredycie konsumenckim, wynikający z opisywanej dyrektywy, stanowiący kompleksową regulację tej problematyki²⁸. Celem dyrektywy o kredycie konsumenckim, mającej harmonizować przepisy, miało być zapewnienie ochrony kredytobiorców i lepszy wybór konkurencyjnych ofert na rynku, m.in. poprzez zaciąganie kredytów nie tylko w kraju, lecz także za granicą. Wypracowanie jednolitych regulacji w dobie rosnącej mobilności obywateli w UE miało umożliwić swobodny przepływ ofert kredytowych oraz powiększać dostępność kredytów transgranicznych i sprzyjać rozwojowi konkurencji.

Przedłużający się termin implementacji powyższej dyrektywy w Polsce wynika z kontrowersyjnych rozwiązań zawartych w projekcie, nieodpowiadających intencjom Parlamentu Europejskiego, a także będących przedmiotem rozważań i konsultacji społecznych²⁹. Zazwyczaj treść projektu nowej ustawy jest porównywana do rozwiązań już istniejących³⁰, wskazuje się także na jej negatywne i pozytywne skutki dla beneficjentów, w tym przypadku kredytodawców i kredytobiorców. Nowe rozwiązania dotyczą³¹: ustalenia obowiązku nałożonego na kredytodawcę i pośrednika kredytowego, dotyczącego udzielenia informacji i wyjaśniania jej treści przed zawarciem umowy, m.in. w formie standardowego formularza informacyjnego. Obowiązkowe informacje przed zawarciem umowy mają obejmować: dane identyfikacyjne i kontaktowe kredytodawcy, pośrednika kredytowego, opis głównych cech produktu kredytowego, koszty kredytu, określające stopę oprocentowania i rzeczywistą roczną stopę oprocentowania RRSA, informacje związane z prawem do odstąpienia od umowy, prawem do przedterminowej spłaty, uprawnieniem kredytodawcy do rekompensaty, prawem do otrzymania projektu umowy o kredyt. Wprowadza się przepisy regulujące obowiązki informacyjne i treść

²⁷ W. Szpringer, *op. cit.*, s. 58–59.

²⁸ Por. I. D. Czechowska, *Działania zapewniające ochronę konsumenta usług bankowych jako nowe wyzwanie teorii i praktyki finansów*, Konferencja Katedr Finansów [w druku].

²⁹ Kwestia oceny projektu ustawy o kredycie konsumenckim jest szeroko opisywana w prasie, np. G. Kott, W. Popiołek, *Nowy kredyt konsumencki niezgodny z unijnym prawem*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 1.12.2010; A. Bobowska, M. Mosiołek, *Kredyt konsumencki będzie wyższy, ale droższy*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 5.01.2010.

³⁰ Obecnie obowiązujące regulacje prawne zostały zawarte w ustawie z dnia 20.07.2001 o kredycie konsumenckim, Dz. U. nr 100, poz. 1081.

³¹ *Uzasadnienie do projektu ustawy o kredycie konsumenckim*, UOKiK, Warszawa, 15.10.2010.

umowy kredytowej, a także kredytów hipotecznych. Takie rozwiązanie ma dać konsumentowi możliwość porównania ofert kredytowych z różnych państw członkowskich i stworzyć podstawy do podjęcia świadomej decyzji³².

Ustalenie obowiązku oceny ryzyka kredytowego dla wszystkich podmiotów udzielających kredytów (również SKOK-ów) oraz pośredników kredytowych ma wpłynąć na ograniczenie zaciągania zobowiązań finansowych przez konsumentów z problemami spłaty zadłużenia. Natomiast wprowadzenie obowiązku podawania określonych informacji w reklamie, mających charakter standardowy i odnoszących się do kosztów obejmujących: stopę oprocentowania kredytu razem ze szczegółami opłat, rzeczywistą roczną stopę oprocentowania, okres obowiązywania umowy, całkowitą kwotę do zapłaty oraz wysokość rat a także informacji o konieczności zawarcia umowy dotyczącej dodatkowej usługi ma spowodować wytworzenie u konsumenta pełnego obrazu produktu już na tym wstępnym etapie³³.

W projekcie zawarto ponadto stwierdzenie o obowiązku informowania konsumentów przez pośredników kredytowych o współpracy z danym kredytodawcą, wysokości ewentualnych kosztów ponoszonych za czynności związane z zawieraniem umowy o kredyt przez konsumenta i informacje o tym, czy pośrednik kredytowy otrzymuje wynagrodzenie od kredytodawcy. Ponadto ustalono podwyższenie maksymalnej kwoty kredytu konsumenckiego z 80 tys. PLN do 255 500 PLN oraz wydłużenie okresu odstąpienia od umowy bez podania przyczyny z 10 do 14 dni. Takie rozwiązanie pozwoli konsumentowi na podjęcie bardziej świadomej, racjonalnej decyzji, nie pod wpływem emocji i da mu większe możliwości. Przyznano również prawo kredytodawcy (rekompensatę) do zastrzeżenia prowizji 0,5–1% (kwoty uiszczonej przed terminem) z tytułu przedterminowej spłaty kredytu o stałej stopie oprocentowania.

Autor rządowego projektu UOKiK oraz środowisko bankowe zwracają uwagę na określone koszty i korzyści, związane z wprowadzeniem tejże ustawy³⁴. Kredytodawcy i pośrednicy kredytowi poniosą koszty zmian w systemach informatycznych, generujących umowne formularze oraz koszty wyszkolenia pracowników, czeka ich także wzrost kosztów reklamy, co może spowodować wzrost kosztów dla konsumentów z tytułu przygotowania i zawarcia umowy kredytowej oraz wydłużenie czasu obsługi, co będzie widoczne zwłaszcza w odniesieniu do kredytów o niskich wartościach. Natomiast korzyści dla konsumentów wynikające z ustawy to lepszy dostęp do informacji, pozwalający na podjęcie świadomych i przemyślanych decyzji dzięki możliwości porównania w sposób nieskomplikowany najważniejszych warunków oferowanego produktu.

³² *Uzasadnienie...*

³³ *Ibidem.*

³⁴ *Ibidem.*

5. PODSUMOWANIE

Globalizacja jest procesem obecnym na rynkach finansowych. Jej konsekwencje łączą się m.in. z ujednoceniami zasad funkcjonowania jego poszczególnych segmentów, czego przykładem może być dyrektywa o kredycie konsumenckim. W założeniach regulacja miała prowadzić do zwiększenia dostępności kredytu konsumenckiego, np. dzięki wprowadzeniu jednolitego formularza informacyjnego dla wszystkich krajów członkowskich, umożliwiającego kredytobiorcy porównanie warunków kredytowania różnych banków, przez co podjęcie decyzji o zaciągnięciu kredytów za granicą stanie się łatwiejsze. Jednak ekonomiczna analiza rozwiązań prawnych nowej dyrektywy o kredycie konsumenckim prowadzi do wniosku, że spodziewane korzyści będą niższe od strat. Z dyrektywą kredytu konsumenckiego będzie się łączyć wzrost kosztów banków i parabanków ze względu na poszerzone obowiązki informacyjne, wynikające z koncepcji odpowiedzialnego kredytowania, obowiązki udzielania wyjaśnień, jaki produkt, optymalny w jego sytuacji finansowej powinien wybrać konsument, konieczność utrzymywania baz danych stanowiących zabezpieczenie przed ewentualnymi roszczeniami konsumenckimi i pozwami sądowymi wynikającymi z błędnej oceny zdolności kredytowej³⁵. Nastąpi spadek łącznych wydatków, będący następstwem nieposiadania przez część z nich zdolności kredytowej i nie uzyskania kredytu, zawężania oferty kredytowej oraz zmniejszania dostępności kredytu. W tej sytuacji klienci systemu bankowego przeniosą się na rynek *subprime*, czy do szarej strefy.

Ostatecznie, jak wskazuje W. Szpringer, powołując się na raport oceniający skutki regulacji, dwa główne cele dyrektywy – ochrona konsumenta i budowa jednolitego wspólnego rynku *consumer finance* UE – nie zostaną zrealizowane. Jej następstwem będzie ograniczony dostęp do kredytu biedniejszej części społeczeństwa na skutek wzrostu kosztów i nieskutecznego zapobiegania nadmiernemu zadłużeniu. Nie zostanie zbudowany jednolity, wspólny rynek *consumer finance*, ponieważ w dyrektywie nie uwzględniono specyfiki usług świadczonych lokalnie oraz regulacji krajowych (upadłość konsumencka, biura informacji kredytowej), a także nie utworzono ani standardów produktowych, ani wspólnej siatki pojęć. Podsumowując rozważania nad dostępnością kredytu konsumenckiego, odnoszące się do prokonsumenckich norm prawa można zauważyć, że uwidoczniły one złożoność, wielowątkowość i kontrowersyjność zagadnienia oraz potrzebę dalszych badań. Analizując powyższe zagadnienia trzeba pamiętać o równowadze między dwoma stronami, ponieważ łatwo stworzyć zdrowe banki, które nie tracąc pieniędzy z powodu złych długów będą inwestować w bony skarbowe, jednak wyzwaniem polega nie tylko na tworzeniu zdrowych banków, lecz także takich,

³⁵ W. Szpringer, *op. cit.*, s. 210.

które dostarczałyby kredytów na potrzeby wzrostu³⁶. Z drugiej strony rozwój to przekształcanie społeczeństw, poprawa życia ubogich, danie szansy na sukces, którego osiągnięcie jest możliwe dzięki m.in. odpowiedzialnemu pożyczaniu *responsible lending and responsible borrowing*.

LITERATURA

- Bankowość detaliczna. Potrzeby, szanse i zagrożenia*, red. G. Rytelewska, PWE, Warszawa 2005.
- „Biuletyn Informacyjny NBP” 2010, nr 10.
- Bobowska A., Mosiołek M., *Kredyt konsumencki będzie wyższy, ale droższy*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 5.01.2010.
- Bywalec C., *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, PWN, Warszawa 2009.
- Czechowska I. D., *Bezpieczeństwo klienta w procesach integracji sektora bankowego z ubezpieczeniowym*, [w:] *Stabilność i bezpieczeństwo systemu bankowego*, red. J. Nowakowski, T. Famulska, Difin, Warszawa 2008.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 w sprawie umów o kredyt konsumencki.
- Flejterski S., *Metodologia finansów. Podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 2007.
- Globalizacja od A do Z*, red. E. Czarny, NBP, Warszawa 2004.
- Globalization brings both Promise and challenges to countries on path to development*, “IMF Survey” (International Monetary Fund), Supplement, wrzesień 2002.
- Gold Finance. Polacy żyją na kredyt*, www.finanse.egospodarka.pl [dostęp 1.03.2011].
- Grzywacz J., *Współpraca przedsiębiorstwa z bankiem*, Difin, Warszawa 2006.
- Kodeks cywilny z dnia 27.07.2006*, Dz. U. nr 141, poz. 1176
- Kott G., Popiołek W., *Nowy kredyt konsumencki niezgodny z unijnym prawem*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 1.12.2010.
- Łętowska E., *Europejskie prawo umów konsumenckich*, C.H. Beck, Warszawa 2004.
- Muller A., *Globalizacja – mit czy rzeczywistość?*, [w:] *Globalizacja od A do Z*, red. E. Czarny, NBP, Warszawa 2004.
- Penczar M., *Ochrona konsumenta na integrujących się rynkach finansowych*, „Bank i Kredyt” 2007, vol. 7.
- Projekt ustawy o kredycie konsumenckim*, 15.10. 2010.
- Stiglitz J., *Globalizacja*, PWN, Warszawa 2007.
- Swoboda U. C., *Bankowość detaliczna. Strategie marketingowe i procesy zarządzania*, CeDeWu, Warszawa 2000.
- Szpringer W., *Spoleczna odpowiedzialność banków. Między ochroną konsumenta a osłona socjalną*, Wolters Kluwer Business, Warszawa 2009.
- Ustawa z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim*, Dz. U. nr 100, poz. 1081.
- Uzasadnienie do projektu ustawy o kredycie konsumenckim*, UOKiK, Warszawa, 15.10.2010.
- www.diagnozacom. 1.03.2011.
- www.goldfinance.pl/slownik-terminow-finansowych 2011.03.01.
- Zachowanie konsumenta. Koncepcje i badania europejskie*, red. M. Lambkin, G. Foxall, F. van Raaij, B. Heilbeunn, PWN, Warszawa 2001.
- Zorska A., *Ku globalizacji? Przemiany w korporacjach transnarodowych i gospodarce światowej*, PWN, Warszawa 1998.

³⁶ J. Stiglitz, *op. cit.*, s. 75.

Iwona Dorota Czechowska

**ACCESSIBILITY OF CONSUMER CREDIT IN GLOBAL ECONOMY
THE SOCIAL CONTEXT OF CHANGES**

(Summary)

The aim of this work is to present social changes resulted from processes of globalization. The vital issue in the work involves integration in the field of consumer protection on the bank service's market. Hence, we will present not only the essence of globalization, availability and using of consumer credit but also unified regulations connected with consumer credit. Globalisation became the most popular notion relating to politic, social and cultural economic activity. In this work we are dealing with economic aspects of globalisation, which, as a process, is present on financial markets. The economic analysis of the new directive about consumer credit leads to a conclusion that predicted profits will be smaller than loses. There are two main aims of the directive which are not going to be realised: consumer protection and creating unified common market consumer finance UE. Keeping in mind that a development means: transforming a society, improving the Poor's quality of lives, equipping everyone with a chance to gain an achievement, we can realise that earning this success is possible thanks to responsible lending and responsible borrowing.