

<https://doi.org/10.18778/2391-6478.3.2.01>

## Od Redakcji

W zapewnieniu bezpiecznego i stabilnego funkcjonowania instytucji finansowych istotne znaczenie mają m.in. regulacje i nadzór. Oprócz typowych norm ostrożnościowych i nadzorczych ważne są także regulacje, których celem jest ochrona konsumentów (jako słabszej strony relacji z instytucjami finansowymi). Niezależnie od ochrony ustanowionej przepisami prawa oraz działań podmiotów, w zakresie kompetencji których leży dbałość o interesy konsumentów, kluczowe znaczenie ma oczywiście świadomość finansowa i prawna samych klientów, niezbędna dla roztropnych zachowań na rynku finansowym. Niniejszy numer „Finansów i Prawa Finansowego” koncentruje się wokół tych właśnie zagadnień.

Ewelina Piguła przedstawia rolę Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego jako instytucji ochrony konsumenta na rynku usług bankowych i dokonuje oceny jego funkcjonowania (od początku jego funkcjonowania do roku 2015).

Na wizerunek i reputację banków zwraca uwagę Sylwia Wierzbicka, wskazując, że działania tych instytucji nakierowane na kreowanie pozytywnego wizerunku w świadomości klientów są istotnym czynnikiem przewagi konkurencyjnej, a ich efekty mogą się przełożyć na obniżenie ryzyka bankowego.

Na inny aspekt przewagi konkurencyjnej banków zwraca uwagę Karolina Fijołek, omawiając innowacyjne kanały dystrybucji usług bankowych z perspektywy klienta. Na podstawie badań literaturowych oraz badania kwestionariuszowego przedstawiła podejście klientów do zmian zachodzących współcześnie w bankowości. Na tym tle uwypukliła też transformację funkcji tradycyjnych oddziałów bankowych i modyfikację zapotrzebowania banków na pracowników.

Do kwestii świadomości konsumentów powraca Eleonora Ratowska-Dziobiak, podejmując ów temat w kontekście ubezpieczeń. Na podstawie przeprowadzonych badań focusowych oraz wywiadów eksperckich dokonano oceny świadomości ubezpieczeniowej konsumentów. Przeprowadzone analizy, wsparte badaniami literaturowymi, pozwoliły na ocenę uwarunkowań ewolucji rynku ubezpieczeniowego w Polsce.

Temat podejmuje w nieco szerszym ujęciu Katarzyna Włodarczyk, prezentując wyniki badań (własnych oraz zastanych) na temat zachowań młodych gospodarstw domowych na rynku usług ubezpieczeniowych. Także i ten artykuł niesie cenne dla ubezpieczycieli wnioski odnośnie do oczekiwań konsumentów i konieczności konstruowania adekwatnej oferty produktowej.

Ostatnie z podejmowanych w niniejszym tomie zagadnień dotyczy wciąż relatywnie nowego na polskim rynku produktu finansowego, jakim jest odwrócona hipoteka. Marta Paduszyńska i Szymon Zbyszewski przedstawiają istotę tego produktu, akcentując w szczególności jego znaczenie w kontekście potrzeb starzejącego się społeczeństwa i zwracając uwagę na jego wpływ na system zabezpieczenia społecznego.

Przedstawiamy zatem w niniejszym numerze dość szerokie spectrum tematów, artykuły podejmują wątki bankowe i ubezpieczeniowe, a w ich centrum znajduje się konsument. Lektura z pewnością okaże się przydatna zarówno dla samych instytucji finansowych, jak i podmiotów odpowiedzialnych za regulację i nadzór nad nimi; kwestie te mogą być także ciekawe dla samych klientów banków i zakładów ubezpieczeń. Przedkładając Państwu niniejsze teksty mamy przy tym nadzieję, że staną się one inspiracją dla dalszych badań. Zachęcamy do publikacji ich wyników na łamach „Finansów i Prawa Finansowego”!

W imieniu Redakcji

*Monika Marcinkowska*