



FINANSE i PRAWO FINANSOWE

JOURNAL of FINANCE and FINANCIAL LAW

ISSN 2353-5601

vol. III, no. 1

MARZEC/MARCH 2016
KWARTALNIK

 **WYDZIAŁ
EKONOMICZNO-SOCJOLOGICZNY**



**Uniwersytet
ŁÓDZKI**

Redaktor Naczelny

Iwona Dorota Czechowska
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów

Rada Naukowa

Femi Ayoola
Uniwersytet Ibadan

Teresa Famulska
Uniwersytet Ekonomiczny Katowice

Stanisław Flejterski
Uniwersytet Szczeciński

Jerzy Gajdka
Uniwersytet Łódzki

Grzegorz Gołębiowski
Wyższa Szkoła Finansów i Zarządzania w Warszawie

Stanisław Kasiewicz
Szkoła Główna Handlowa

Elena Manas
Uniwersytet Alcalá de Henares

Witold Orłowski
Uniwersytet Łódzki

Ramona Rupeika-Apoga
Uniwersytet Lotwy

Wolfgang Scherf
Universität im Justusa Liebiga w Giessen

Fátima Teresa Sol Murta
Uniwersytet Coimbra

Redaktor Tematyczny: Finanse

Monika Marcinkowska
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów

Redaktor Tematyczny: Prawo Finansowe

Henryk Dzwonkowski
Uniwersytet Łódzki, Wydział Prawa i Administracji, Katedra Prawa Finansowego

Redaktor Języka Polskiego:

Barbara Bogołębska
Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Katedra Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

Redaktor Języka Angielskiego:

Mark Hrabí
Government Policy Advisor, Department for Transport, Great Britain

Przemysław Krakowian
Uniwersytet Łódzki, Wydział Filologiczny, Instytut Anglistyki

Redaktor Statystyczny:

Wojciech Zatoń
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów

Redaktor ds. Organizacyjno-Prawnych:

Aneta Tylman
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów

Stała współpraca:

Zagadnienia makroekonomiczne:

Andrzej Bogus, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Dagmara Hajdys, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Iwa Kuchciak, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Magdalena Ślebocka, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Aneta Tylman, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Tomasz Uryszek, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Radosław Witczak, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Wojciech Zatoń, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Artur Zimny, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów
Studenckie Koło Naukowe Analiz i Prognozowania Gospodarczego 4Future –
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny

Sekretarz Redakcji

Magdalena Jasiniak
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny,
Instytut Finansów

Szymon Bryndziak
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny,
Instytut Finansów

Sekretariat Redakcji

Magdalena Starosta
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny,
Instytut Finansów

Redaktor Techniczny:

Monika Wolska-Bryl
Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny

NBP

Narodowy Bank Polski

PROJEKT REALIZOWANY

Z NARODOWYM BANKIEM POLSKIM W RAMACH
PROGRAMU EDUKACJI EKONOMICZNEJ

SPIS TREŚCI

Od Redakcji	5
Alicja Benachir – Świadomość produktów bankowych w wybranych grupach społecznych.....	7
Adrian Bogusławski – Pozasądowe rozwiązywanie sporów z podmiotem rynku finansowego jako element ochrony konsumenta	25
Piotr Chmielewski – Znaczenie definicji biedy w wyznaczaniu granicy ubóstwa ...	37
Krzysztof Ćwieląg, Marta Maciejasz-Świątkiewicz – Ochrona niezamożnych konsumentów na rynku usług finansowych	51
Justyna Kłobukowska – Pozycja i ochrona seniorów na rynku bankowości detalicznej w perspektywie zrównoważonych finansów	71
Sophia Lobozyńska – Protection of the Rights of Individual Depositors in Ukrainian Banking Market.....	83
Marta Musiał – Znaczenie wiedzy finansowej w procesie zarządzania finansami osobistymi	97
Krzysztof Świeszczak, Marika Świeszczak – Rzeczywistość postkryzysowa a działania banków i zachowania ich pracowników z punktu widzenia etyki ...	109
Krzysztof Waliszewski – Rola doradcy finansowego w zapewnieniu skutecznej ochrony konsumenta na rynku usług finansowych	121
Beata Wierzbička, Maria Lechicka-Kostuch – Ochrona interesu klienta jako wartość dodana zarządzania bankiem, zgodnie z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu	137
Dodatek kwartalny	149
Artur Gądek, Maja Maciejewska, Katarzyna Uryszek – Sytuacja gospodarcza w Polsce w pierwszych miesiącach 2016	149
Artur Zimny – Koniunktura w sektorze przedsiębiorstw niefinansowych	154
Artur Zimny – Koniunktura giełdowa	156
Tomasz Uryszek – Zadłużenie publiczne w 2015 roku	158
Radosław Witczak – Zmiany w świecie podatków w pierwszym kwartale 2016 r.	160
Dagmara Hajdys – Formalno-prawne aspekty implikacji partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce (cz. I)	161
Magdalena Ślebocka, Anna Tylman – Cele rewitalizacji w oparciu o założenia dokumentu strategicznego jakim jest Krajowa Polityka Miejska....	165

<https://doi.org/10.18778/2391-6478.3.1.01>

Od Redakcji

Przestawiamy Czytelnikom kolejny, dziewiąty już numer czasopisma „Finanse i Prawo Finansowe”, pierwszy numer w roku 2016, którego wydanie zostało sfinansowane przez Narodowy Bank Polski w ramach projektu programu edukacji ekonomicznej. Projekt obejmował utworzenie w 2015 r., przy Instytucie Finansów na Wydziale Ekonomiczno-Socjologicznym Uniwersytetu Łódzkiego, Studenckiej Kliniki Finansów (SKF). Celem działań członków SKF jest: pozyskiwanie przez studentów wiedzy i doświadczenia w praktyce funkcjonowania usług finansowych, podnoszenie wiedzy i świadomości społecznej w zakresie szeroko rozumianych finansów, pomoc osobom ubogim lub znajdującym się w trudnej sytuacji materialnej poprzez konsultacje dotyczące usług finansowych oraz zagadnień podatkowych. Jednym z elementów tego projektu była konferencja poświęcona problematyce ochrony konsumentów na rynkach finansowych. Efektem materialnym konferencji są zaprezentowane w poniższym numerze czasopisma artykuły.

W większości krajów Unii Europejskiej występuje polityka wspierania – ochrony interesów konsumentów, przy czym nie jest to polityka interwencji państwa wobec indywidualnych przypadków, ale polityka polegająca na budowaniu regulacji wzmacniających interesy ekonomiczne na rynkach konsumencjki oraz edukacji wszystkich uczestników rynku, zarówno konsumentów, jak i finansowych usługodawców. Teksty zawarte w niniejszym numerze czasopisma określają podstawy teoretyczne, wyjaśniające potrzebę ochrony konsumentów na rynkach finansowych, a także prezentują poszczególne elementy systemu ochrony, czy wreszcie ukazują potencjalne korzyści z niej wynikające.

Pierwszy tekst autorstwa Alicji Benachir odnoszący się do świadomości produktów bankowych w wybranych grupach społecznych przedstawia ważną problematykę poziomu wiedzy finansowej Polaków, mającego wpływ na podejmowanie decyzji finansowych. Adrian Bogusławski, opisując element ochrony konsumenta wskazuje na pozasądowe metody rozwiązywanie sporów. Piotr Chmielewski bada klasyczne sposoby wyznaczania granicy ubóstwa na tle wielowymiarowej koncepcji biedy i wykluczenia społecznego. Podkreśla w opracowaniu, że wybór konkretnej definicji oraz sposobu pojmowania ubóstwa ma fundamentalne znaczenie dla procesu eradykacji zjawiska biedy oraz przekłada się na praktyczne działania podejmowane w ramach polityki rozwojowej. Krzysztof Ćwieliąg i Marta Maciejasz-Świątkiewicz prezentują elementy systemu ochrony niezamożnych konsumentów na rynku usług finansowych i zastanawiają się czy ochrona tych osób powinna być realizowana w sposób odrębny wobec

obowiązujących zasad, ze względu na korzystanie z rynku alternatywnego czy nieformalnego. Natomiast Marta Musiał, w opracowaniu poświęconym znaczeniu wiedzy finansowej w procesie zarządzania finansami osobistymi, wskazuje na niski poziom wiedzy wśród Polaków mieszkających w największych polskich miastach. Ponadto Autorka weryfikuje zależność między poziomem wiedzy finansowej a czynnikami demograficzno-społeczno-finansowymi. Justyna Kłobukowska analizuje pozycję i ochronę na rynku bankowości detalicznej, w perspektywie zrównoważonych finansów, szczególnej grupy klientów, którą stanowią seniorzy, za ważny element uznając przejrzystość rynku czy czytelność umów bankowych. Problematyką bankową zajęła się również Autorka z Ukrainy Sophia Lobozyńska. W ramach zagadnień dotyczących ochrony konsumenta przedstawiła system ochrony depozytów klientów indywidualnych na rynku bankowym w Ukrainie. Autorzy Krzysztof i Marika Świeszczak, a także Krzysztof Waliszewski opisują etyczny wymiar działania pracowników: banku oraz doradców finansowych w kontekście rzeczywistości postkryzysowej. Beata Wierzbicka i Maria Lechicka-Kostuch podkreślają, że w ramach prokonsumenckiej i prospołecznej działalności banku można wykorzystywać kreatywność konsumentów, co może wpłynąć na podniesienie ich satysfakcji.

Oprócz wyżej wymienionych artykułów w czasopiśmie zawarte są także teksty znajdujące się w stałej rubryce, *dodatek kwartalny*, opisujące w sposób syntetyczny aktualne informacje charakteryzujące system finansowy i gospodarkę. Redakcja „Finansów i Prawa Finansowego” dziękuje wszystkim Autorom i Recenzentom, a także potencjalnym Czytelnikom za udział we wspólnym przedsięwzięciu i ma nadzieje pozyskać kolejne ciekawe i inspirujące artykuły, którymi będzie się mogła w przyszłości podzielić z Czytelnikami.

W imieniu Redakcji

Iwona Dorota Czechowska

ŚWIADOMOŚĆ PRODUKTÓW BANKOWYCH W WYBRANYCH GRUPACH SPOŁECZNYCH

Alicja Benachir*

Streszczenie:

Kwestia rzekomego braku wiedzy na temat produktów bankowych i mechanizmu ich działania jest podawana bardzo często za przyczynę wielu błędnych decyzji, związanych z zarządzaniem własnymi środkami pieniężnymi przez klientów banków i instytucji finansowych. Celem niniejszego opracowania jest ocena świadomości dotyczącej produktów bankowych w grupie detalicznych klientów banków. Autorka założyła, że poziom wiedzy finansowej Polaków jest niski, czego nie potwierdziły przeprowadzone przez nią badania empiryczne.

Słowa kluczowe: produkt bankowy, odpowiedzialność, ryzyko, zysk.

JEL Class: D01, D12, G21.

Przyjęto/Accepted: 07.03.2016

Opublikowano/Published: 31.03.2016

WPROWADZENIE

W 1943 r. Abraham Maslow opracował teorię potrzeb człowieka, która stała się punktem wyjścia dla wielu innych autorów i badaczy różnych dziedzin [www1, dostęp: 20.06.2015]. Stworzył tak zwaną piramidę Maslowa, która obrazuje zespół pięciu głównych potrzeb warunkujących działanie ludzi. Należą do nich potrzeby: fizjologiczne, bezpieczeństwa, społeczne, szacunku i samorealizacji. Ten amerykański psycholog postawił tezę, że człowiek zawsze realizuje je zaczynając od potrzeb fizjologicznych i zapewnienia sobie bezpieczeństwa, ponieważ wtedy jest mu łatwiej skupić się na zaspokajaniu wyższych doznań [Strelau 2007: 641–643]. Podążając za tą myślą można by zastanowić się czy w dzi-

* Absolwentka kierunku Finansów i Rachunkowości, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki.

siejszym świecie zdominowanym przez pieniądź nie zostało zachwiane realizowanie jednej z nich, a mianowicie potrzeby bezpieczeństwa, związanej z poczuciem stabilnej sytuacji finansowej. W tej pracy podjęto próbę rozpatrzenia kwestii czy klienci banków mają dostateczną świadomość proponowanych im produktów bankowych oraz czy banki i instytucje finansowe rzetelnie informują konsumentów o własnościach swojej oferty, i jak takie przekazy wpływają na osiągnięte przez nie zyski oraz na zmianę standardu życia ich klientów.

Celem niniejszego opracowania jest ocena świadomości dotyczącej produktów bankowych w grupie detalicznych klientów banków. Autorka założyła, że poziom wiedzy finansowej Polaków jest niski, czego nie potwierdziły przeprowadzone przez nią badania empiryczne.

1. DEFINICJA PRODUKTU BANKOWEGO

Od najdawniejszych czasów ludzie świadczą sobie różnego rodzaju usługi i wytwarzają wiele produktów potrzebnych im w życiu. W dziedzinie finansów można wyróżnić dwa podejścia do definicji *produktu bankowego* i *usługi bankowej*. Jedno z nich zrównuje oba te określenia. W książce, której autorem jest P. Kotler zawarta jest definicja stwierdzająca, że: „Produktem jest wszystko to co można zaoferować na rynku w celu zaspokojenia potrzeby lub pragnienia. (...) Oprócz realnych towarów produkty obejmują usługi, którymi są oferowane na sprzedaż działania lub korzyści nie mające charakteru rzeczowego i nie prowadzące do posiadania czegokolwiek na własność” [Kotler i in. 2002: 41]. A więc są to wszelkiego rodzaju rzeczy materialne, ale nie tylko. Produktem są też wartości niematerialne, różnego rodzaju rozwiązania, systemy doradztwa i obsługi, które prowadzą do uzyskania korzyści przez klienta. W inny sposób jest on określany w literaturze przedmiotu a inaczej z pozycji praktycznej działalności banków. W pierwszym przypadku odnosi się prosto do definicji produktu jako takiego. W drugim zaś, jest określany przez zapisy prawa bankowego i ustalenia bieżącej lub ogólnej polityki danego banku [Krawiec 2012: 48], która zazwyczaj jest dwupoziomowa. Polityka popytowa kształtuje produkty i usługi bankowe według aktualnych zapotrzebowań na rynku. Natomiast politykę podażową kształtuje bank, który chce umieścić określone rodzaje produktów na rynku w danym momencie adekwatnie do swoich potrzeb [Flejterski i Świecka (red.) 2007: 244]. Przy wymienianiu cech produktów bankowych należy pamiętać, że nie są one chronione patentami, jedynie marka ich indywidualnych wariantów podlega zabezpieczeniu z mocy prawa. Ważnym faktem jest także to, że w momencie sprzedaży nie dochodzi do scedowania praw własności z banku na nabywcę. Obie te właściwości stanowią „wartość dodaną produktu” bankowego i są zasadniczą kwestią w podejmowaniu decyzji marketingowych przy

kreowaniu jego obrazu, za pomocą którego kształtuje się cykl życia produktu [Flejterski i Świecka (red.) 2007: 54].

Drugie podejście definiuje produkty i usługi bankowe jako dwa, odrębne pojęcia. Według M. Daszkowskiej bardziej adekwatne jest używanie określenia „wyroby i usługi” [Krawiec 2012: 48] niż produkty i usługi. W bankowości występują obie te klasyfikacje. Usługi finansowe są jedyne w swoim rodzaju. Ich specyfika polega na ścisłym związku z regulowaniem płatności i przepływem kapitału, co jest wynikiem alokacji funduszy [Flejterski i Świecka (red.) 2007: 243]. Usługi i produkty bankowe nie mają same w sobie możliwości zaspokojenia potrzeb klienta, ponieważ posiadają cechy abstrakcyjności i są zazwyczaj drogą do osiągnięcia zamierzonego celu, czy to w postaci uzyskania funduszy na konkretne cele, czy też zainwestowania lub gromadzenia środków własnych [Flejterski i Świecka (red.) 2007].

2. SEGMENTACJA KLIENTÓW

Wiadomym faktem jest, że jeśli jakieś przedsiębiorstwo wytworzyło dany produkt, to zależy mu na jego sprzedaży. Chcąc tego dokonać i wypracować zysk, przede wszystkim należy określić dla jakiej grupy odbiorców powinien on być dedykowany. Nie inaczej jest z bankami. Aby dotrzeć do jak największej ilości potencjalnych nabywców przeprowadza się segmentację klientów, która ma ścisły związek z polityką produktową banku [Flejterski i Świecka B. (red.) 2007]. Pierwszymi podstawowym ich podziałem jest pogrupowanie na klientów bankowości korporacyjnej i bankowości detalicznej, i to właśnie w tej drugiej grupie klient banku jest określany jako osoba fizyczna bądź „gospodarstwo domowe” [Grzegorzczak 1999: 148]. W literaturze przedmiotu D. Sikora i A. Kulczycki [2009: 37] dzielą osoby fizyczne na klientów masowych i klientów indywidualnych. Takie rozróżnienie jest powodowane zakresem produktów i usług banku oraz wysokością kwoty środków, którymi dysponują osoby korzystające z usług bankowych. Klienci bankowości detalicznej są największymi dostawcami kapitału dla banków i instytucji finansowych. Wkłady uzyskiwane w ten sposób pięciokrotnie przewyższają kwoty przeznaczane przez banki na finansowanie potrzeb konsumentów z tego segmentu [Sikora i Kulczycki 2009].

Biorąc pod uwagę dynamiczne zmiany zachodzące na rynku usług bankowych, firma Ernst & Young od lipca do października 2014 r. przeprowadziła badanie potrzeb i nastrojów klientów, w wyniku którego wprowadzono bardziej rozbudowaną i lepiej dostosowaną do obecnej rzeczywistości segmentację klientów banków. Pozwoliła ona na odpowiednie dopasowanie do konkretnych osób, pasujących do ich profilu produktów bankowych. W badaniu wzięło udział ponad 32 000 osób z 43 krajów, w tym z Polski grupa 500 osób. Wyodrębniono, między innymi, grupę nazwaną Samowystarczalni, do której zaliczono osoby

starsze, często korzystające z usług jednej instytucji finansowej. Cechują się one ograniczonym zaufaniem do porad konsultantów i przekonaniem o dobrym poziomie własnej wiedzy na temat produktów bankowych. Druga przykładowa grupa to tak zwani klienci: Zachowawczy. Charakteryzuje się ona udziałem osób młodych, posiadających po kilka produktów bankowych i preferujących wizyty w oddziałach i osobisty kontakt z doradcą finansowym [www2, dostęp: 27.11.2014].

Inną segmentację osób korzystających z usług banków zaproponowano natomiast w *Dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady MiFID II – Markets in Financial Instruments Directive – L 173/349 z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie rynków instrumentów finansowych* [www3, dostęp: 27.11.2014], która została opublikowana 12 czerwca 2014 r. Podzielono w niej klientów na trzy grupy:

- klientów detalicznych,
- klientów profesjonalnych,
- uprawnionych kontrahentów.

Dokument ten ma na celu zwiększenie ochrony klientów poprzez dopasowanie do prawa Unii Europejskiej metod oferowania im stosownych produktów bankowych i instrumentów finansowych [www4, dostęp: 15.11.2014].

Powyższe przykłady pokazują, że nieustanny postęp generuje również zmiany w bankowości. Dynamiczny rozwój nowoczesnego postrzegania świata przez ludzi zmusza banki do kreatywnego podchodzenia zarówno do swoich produktów, jaki i do wyróżniania wielu nowych, podlegających ciągłym przeobrażeniom grup klientów.

3. KONSEKWENCJE DLA KLIENTÓW WYNIKAJĄCE Z NASTAWIENIA BANKÓW NA ZYSK

Bank, jako instytucja zarządzająca powierzonymi środkami pieniężnymi pod jakimikolwiek tytułami zwrotnymi [*Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r...*, art. 1], jest instytucją zaufania społecznego. Każda osoba korzystająca z usług bankowych wierzy, że jej depozyty są bezpieczne i że zostaną alokowane z należytą starannością, i z najwyższą ostrożnością. Jednakże już kilkanaście razy w historii, działania kadr zarządzających i pracowników banków poddawały tę tezę w wątpliwość. Wystarczy wspomnieć o Wielkim Kryzysie z 1929 r., wywołanym nadmiernym udzielaniem kredytów pod zastaw przewartościowanych akcji i narastającej bańce spekulacyjnej [Rothbard 2010: 148], czy o anulowaniu systemu ustalonego w Bretton Woods, która to decyzja zniosła jakże ważny dla stabilności pieniądza parytet złota. Nie bez znaczenia jest odgórne manipulowanie cenami tego kruszcu i wpływ takich decyzji na poszczególne gospodarki świata [Lips 2010: 39]. Niefrasobliwość oraz nadużycia pracowników bankowych były w latach 1931–1958 przyczyną 25% upadków banków z ogólnej licz-

by ich bankructw. W latach 1960–1974 defraudacja i nadużycia były przyczyną 88% upadłości amerykańskich banków [Masiukiewicz (red.) 2010: 15]. Nie należy pominąć wydarzeń z ostatnich lat, kiedy to zawodna kontrola wewnętrzna i niepohamowana żądza zysku niektórych finansistów doprowadziły po raz kolejny do zniknięcia pieniędzy deponentów. Jako przykład można podać tu chociażby działalność Nicka Leeson z nieistniejącego już z powodu jego hazardowych decyzji Barings Banku, czy Bernarda Madoffa, twórcy gigantycznej piramidy finansowej, która świetnie prosperowała przez lata. Niepokojący jest fakt, że nikt, z ani jednego organu nadzoru nie wykrył w jej funkcjonowaniu żadnych nieprawidłowości, a przecież klientami B. Madoffa byli nie tylko klienci detaliczni, ale również takie instytucje jak bank HSBC, Citigroup, UBS czy Bank of America [www5, dostęp: 26.07.2015]. Również niechlubnym przykładem jest postępowanie prezesa największego włoskiego Banco Ambrosiano, który okazał się winien malwersacji. Zarzucano mu również bycie bankierem prowadzącym interesy łączy masońskiej i włoskiej mafii [Masiukiewicz (red.) 2010: 5].

Patrząc na takie sytuacje, automatycznie nasuwa się spostrzeżenie jak było to możliwe, aby takie sprawy umknęły nadzorom bankowym. Swobodne traktowanie norm ostrożnościowych przez niektórych pracowników banków, było niewątpliwie spowodowane agresywnym systemem wynagrodzeń zależnych od bardzo wysokich prowizji oraz obawą przed utratą pracy za niewykonane plany sprzedażowe. Znaczące dla tej sytuacji było również istnienie tak zwanego *shadow banking*¹, za pomocą którego przeprowadzano sekurytyzację kredytów, emitując instrumenty dłużne zabezpieczone innymi aktywami i przy zastosowaniu dźwigni finansowej [Proniewski i Tarasiuk 2012: 69].

Przy analizie powyższych faktów nasuwa się wątpliwość czy banki nie stały się obecnie w obliczu zachwiania swojej pozycji w systemie społecznym. Oprócz komercyjnej roli, którą jest istnienie na rynku jako przedsiębiorstwa z nadrzędnym zadaniem powiększania swojej wartości oraz działaniem dla interesariuszy i osiąganiem zysków, mają one również pełnić rolę służebną, jako organizacje działające dla dobra jednostki, którą jest każdy klient banku [Korenik 2009: 56], nawet ten z najmniejszym dochodem, przynoszący do instytucji finansowej swoje pieniądze chcąc, aby były one tam bezpieczne. Dlatego warto przeanalizować, jak obecnie jest traktowana przez banki komercyjne odpowiedzialność wobec klienta i deponowanych przez niego środków. W niniejszym opracowaniu opisano to zagadnienie na przykładzie *polis inwestycyjnych* oraz usług *bancassurance* [zob. Czechowska 2004].

Bank jako instytucja pośrednictwa finansowego umożliwia swoim klientom wprowadzenie w życie planów i strategii rozwojowych, poprzez sprzedaż produktów i usług bankowych, które zapewniają ich finansowanie [Korenik 2009:

¹ Jest to określenie firm pożyczkowych, emitentów papierów wartościowych zabezpieczonych innymi aktywami, dealerów, traderów i maklerów rynków kapitałowych, specjalistycznych funduszy nieruchomości (REIT).

205]. Widać to szczególnie w akcjach kredytowych przeprowadzanych przez banki oraz w sprzedaży strukturyzowanych produktów mających na celu zarabianie pieniędzy, jak na przykład polis inwestycyjnych. Są one jednym z bardziej kontrowersyjnych produktów bankowych. Jako program systematycznego oszczędzania i ubezpieczenia na życie oferuje się klientom zakup polis ubezpieczeniowych z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym. W przedstawianej ofercie atutem jest brak konieczności odprowadzenia tzw. podatku Belki i podatku od spadku i darowizn, w przypadku śmierci posiadacza polisy. Dość ogólnie wspomina się o faktycznie minimalnej ochronie ubezpieczeniowej, bardzo wysokich opłatach za zarządzanie wkładem, które są tak skonstruowane, że zdarzają się przypadki, kiedy pochłaniają one często cały wypracowany zysk. Należy również podkreślić stosowanie praktyk odwracania uwagi klientów od ryzyka związanego z inwestowaniem pozyskanych w ten sposób środków w fundusze inwestycyjne i o braku gwarancji zainwestowanego kapitału [www6, dostęp: 07.01.2015].

Problematiczną ofertą banków są także usługi *bancassurance*. Obejmują one całą gamę rozwiązań bankowo-ubezpieczeniowych proponowanych klientowi w jednym miejscu, a mianowicie w banku. Polegają na powiązaniu działalności bankowej z ubezpieczeniową i zintegrowaniu produktów bankowych z ochroną ubezpieczeniową. Współpraca taka spełnia podwójną rolę: ugruntowuje lojalność klientów oraz poprawia bilans banku [Swacha-Lech 2014: 28]. Przykładem tego są sprzedawane klientom wraz z produktami bankowymi np. ubezpieczenia kart płatniczych, kredytów czy mieszkania lub samochodu. Jest to korzystne rozwiązanie dla obu stron: klient otrzymuje kompleksową obsługę, ochronę przed wypadkami losowymi oraz perspektywę otrzymania atrakcyjnego produktu bankowego. Bank natomiast zyskuje zaufanie klienta, ponieważ nie tylko udziela mu na przykład kredytu na jego potrzeby, ale także, w razie nieprzewidzianych problemów, zapewnia dodatkową ochronę za pośrednictwem współpracującej z nim instytucji ubezpieczeniowej. Poza tym buduje swój wizerunek jako firma mająca zróżnicowaną i wielostronną ofertę. Jednak najważniejszą korzyścią z tych usług jest dla banku uzyskanie dodatkowego zabezpieczenia swoich wierzytelności. Natomiast firmy ubezpieczeniowe zyskują przede wszystkim znaczący wzrost przychodów, nowych klientów i nowe kanały dystrybucji oraz obniżenie kosztów sprzedaży i dystrybucji swoich produktów [Swacha-Lech 2014].

W 2007 r. Rzecznik Ubezpieczonych opublikował raport dotyczący naruszenia interesów klientów w usługach *bancassurance* [www7, dostęp: 06.01.2015]. Stwierdzono w nim, że w Polsce banki występują zarówno w roli strony umowy, jak i pośrednika ubezpieczeniowego, co prowadzi do braku konsekwencji i możliwości działań sprzecznych z prawem, a mianowicie na odbieraniu klientowi prawa do dobrowolnego zawierania polisy ubezpieczeniowej i wyboru ubezpieczyciela, co w myśl art. 15 ust 1 pkt. 5 *Ustawy z dnia 16 kwietnia o zwalczaniu*

nieuczciwej konkurencji 1993 r. [nr 47, poz. 211] może nosić cechy utrudniania dostępu do rynku innym podmiotom. W raporcie przedstawiono również mechanizmy doręczania klientom przez banki ogólnych warunków danego ubezpieczenia i problem skupiania uwagi klientów na zapisach dotyczących sytuacji, powodujących odmowę wypłaty ewentualnego odszkodowania. Bardzo poważnym problemem poruszonym w wymienianym raporcie jest możliwość usiłowania ograniczania praw konsumenta do odstąpienia od umowy ubezpieczenia oraz ewentualny regres zakładu ubezpieczeń, na przykład w przypadku niespłaconego przez kredytobiorcę zobowiązania. Aby przeciwdziałać nieuczciwym praktykom² w zakresie *bancassurance* Komisja Nadzoru Finansowego wydała w czerwcu 2014 r. Rekomendację U, która ma zapewnić poprawę jakości tego rodzaju usług finansowo-ubezpieczeniowych [www8, dostęp: 17.05.2015]. Została ona wprowadzona 1 kwietnia 2015 r. i pozwoliła bankom na występowanie zarówno w roli ubezpieczyciela, jak i ubezpieczonego. Dodatkowo określiła wytyczne sposobu informowania klientów o istocie produktów *bancassurance* [Majka 2015: 21]. Faktem potwierdzającym nie do końca uczciwe praktyki *bancassurance* jest rosnąca liczba skarg do Rzecznika Ubezpieczonych, których w 2005 r. było 62, a w pierwszych trzech kwartałach 2012 r. wzrosła do 515 [www9, dostęp: 06.06.2015].

Klienci mogą przeciwdziałać tego typu praktykom składając skargę na przykład do Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego, do którego należą wszystkie banki będące członkami Związku Banków Polskich. W 2014 r. do BAK-u wpłynęły 1402 wnioski. W większości, bo aż 75% z nich dotyczyło umów kredytów hipotecznych i zawartych w nich niedozwolonych klauzul. Inne wnioski dotyczyły między innymi polis inwestycyjnych, czy żądania przez dany bank przedstawienia dodatkowego zabezpieczenia spłaty kredytu [www10, dostęp: 12.05.2015].

Ostatni kryzys finansowy z 2008 r. ujawnił niedoskonałości w kontrolach wewnętrznych banków, a także luki w regulacjach prawnych obejmujących ten sektor, które umożliwiały daleko idącą samowolę niektórych pracowników i próby bazowania na ewentualnej niewiedzy i niedoinformowaniu klientów. Należy jednak zastanowić się, czy prawidłowe jest obarczanie instytucji finansowych konsekwencjami błędnych decyzji konsumentów. W dzisiejszej rzeczywistości, dzięki wysoko rozwiniętej technice, dostęp do wiedzy jest powszechny. Obowiązkiem każdego klienta jest dokładne czytanie umów przed ich podpisaniem i wyjaśnianie wszelkich wątpliwości, aż do pełnego zrozumienia mechanizmów działania dotyczących danego produktu bankowego. Aby ułatwić klientom dokładne zapoznanie się z ich ofertą wydano *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej z dnia 26 listopada 2014 r. w sprawie dokumentów zawierających kluczowe informacje, które do-*

² Problem ochrony konsumenta na rynku *bancassurance* przedstawia m.in. Czechowska [2008a: 129–138]; Czechowska [2008b: 505–513].

tyczą detalicznych produktów zbiorowego inwestowania i ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych (PRIIP) [www11, dostęp: 06.01.2015]. Jednym z ważnych zapisów tego rozporządzenia jest treść dotycząca wprowadzenia obowiązku dołączania do podpisywanej umowy najważniejszych informacji na temat zamierzonej inwestycji w formie trzech stron formatu A4, napisanych czcionką „czytelnej wielkości”, ostrzeżenia o stopniu skomplikowania danego produktu inwestycyjnego oraz o związanych z nim kosztach [www12, dostęp: 06.01.2015].

Zarówno w mediach, jak i w zakresie rozstrzygania sporów dotyczących dziedziny finansów, nierzadko mówi się o celowym niedoinformowywaniu klientów przez pracowników banków, o stosowaniu niejasnych zapisów i klauzul w umowach oraz o przemilczaniu niewygodnych szczegółów w danej ofercie bankowej. Banki jako instytucje finansowe, które są pośrednikiem w obracaniu pieniędzmi klientów, nie powinny stosować w swoich działaniach żadnych niedozwolonych bądź niezbyt przejrzystych praktyk. Jako instytucja zaufania społecznego, powinny utrzymywać standardy odpowiedzialności etycznej i nie stosować hazardu moralnego w swoich działaniach [Korenik 2009: 82].

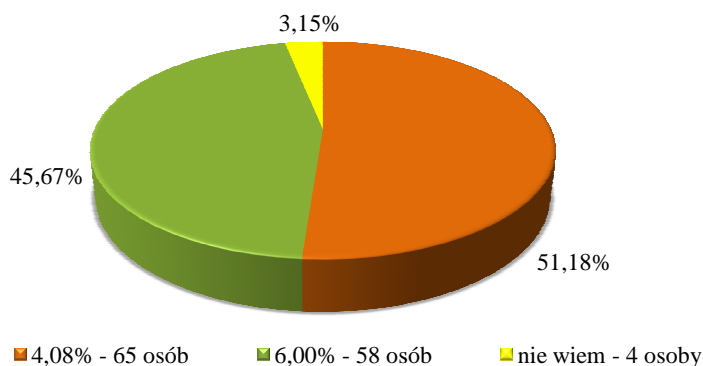
4. ANALIZA ŚWIADOMOŚCI W ŚWIETLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH

Jednym z najczęściej wysuwanych powodów błędnych decyzji finansowych jest rzekoma niewiedza na temat znajomości produktów bankowych. Taki pogląd prezentują klienci banków, jak również media. W niniejszej pracy podjęto próbę sprawdzenia czy przekazywanie takich sugestii i wywołane nimi reakcje nie stanowią problemu heterogenicznego [Pelc 2012: 33]. Jako empiryczną metodę badania zagadnienia wybrano ankietę: „Znajomość produktów bankowych”, przygotowaną przez Autorkę niniejszego opracowania. Przeprowadzono ją w kwietniu 2015 r., w celu praktycznej oceny faktycznego poziomu świadomości finansowej osób korzystających z usług bankowych. Została ona przeprowadzona bezpośrednio, w formie pisemnej. Zawiera dwanaście pytań zamkniętych, które wymagały udzielenia tylko jednej odpowiedzi i jedno pytanie otwarte, w którym należało podać trzy przykłady znanych sobie produktów bankowych. W przeprowadzonym badaniu wzięło udział 127 osób w różnym wieku i o różnym poziomie wykształcenia. Główna grupa, bo 87 respondentów była mieszkańcami Łodzi lub okolic tego miasta. Jako grupę porównawczą wybrano 40 osób zamieszkujących w Krakowie. Ze względu na liczbę mieszkańców miejscowości, z których pochodzą badani, strukturę grupy tworzą: w 17,32% mieszkańcy wsi, w 35,44% mieszkańcy miast do 500 tys. mieszkańców oraz w 47,24% osoby zamieszkujące w miastach powyżej 500 tys. mieszkańców. W wyżej wymienionej ankiecie wzięli udział zarówno mężczyźni jak i kobiety. Zapytanych kobiet było 70,08%, a mężczyzn 29,92%. Kolejnym kryterium,

według którego podzielono próbę badawczą był wiek. W skład grupy weszło: 26,05% osób poniżej 25 roku życia, 35,43% osób w wieku 25–40 lat, 30,71% badanych w wieku od 41 do 55 lat oraz 10,24% ankietowanych w wieku powyżej 55 roku życia. Następnym podziałem, któremu została poddana badana grupa był poziom wykształcenia. Tylko 3,94% osób zadeklarowało wykształcenie podstawowe, 47,24% zapytanych podało wykształcenie średnie, a 48,82% wykształcenie wyższe.

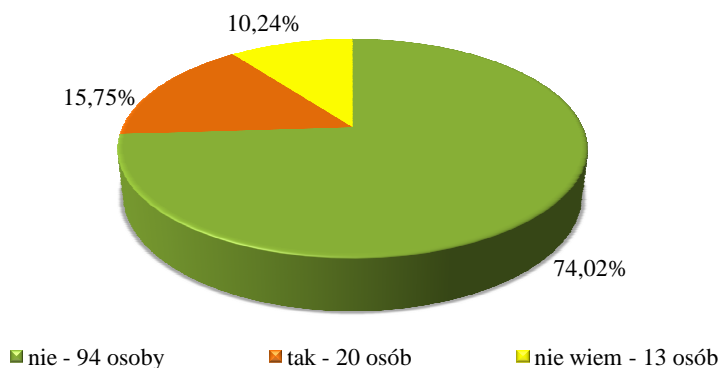
Pierwsze pytanie w części ankiety zawierającej pytania dotyczące wiedzy o produktach bankowych miało na celu wykazanie, czy respondenci rozumieją różnicę między pojęciem procentu a punktu procentowego. Pytano czy po podwyżce o 2% oprocentowanie przykładowego konta bankowego będzie wynosić 4,08% czy 6%. Z informacji zamieszczonych na wykresie 1 wynika, że wśród pytaných osób nie wystąpiło jednoznaczne pojmowanie różnicy między tymi dwoma określeniami. 51,18% osób potrafiło prawidłowo dokonać wyliczeń, natomiast 45,67% nie potrafiło zrobić tego dobrze. Jeśli dodamy do tej wartości 3,15% osób, które udzieliły odpowiedzi: „nie wiem” otrzymamy wynik świadczący, że 48,82% badanych osób ma problem z prawidłową oceną zmienności oprocentowania niektórych produktów bankowych.

Drugie pytanie miało na celu wykazanie poziomu czytania ze zrozumieniem umów kredytów bankowych. Pytano czy uzyskane z kredytu na konkretny cel środki pieniężne można wykorzystać w dowolny, wybrany przez kredytobiorcę sposób. 74,02% badanych wiedziało, że nie wolno tego robić, ponieważ jeśli taka sytuacja zaistnieje, to bank ma prawo wypowiedzieć daną umowę kredytową. 15,75% osób uznało, że może wykorzystać pozyskane pieniądze według własnego uznania, a 10,24% nie znało odpowiedzi na to pytanie. Wyniki tego badania przedstawia wykres 2.



Wykres 1. Odpowiedzi respondentów dotyczące konsekwencji wynikających ze zmiany oprocentowania przykładowego konta bankowego z 4% w skali roku o 2% w skali roku

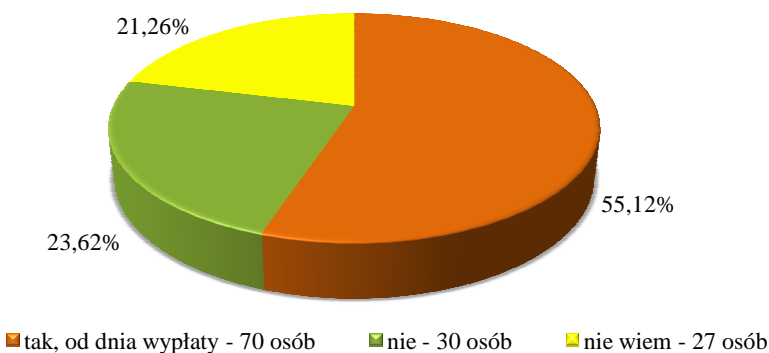
Źródło: opracowanie i wyliczenia własne na podstawie ankiety „Znajomość produktów bankowych”, n = 127.



Wykres 2. Procentowy udział odpowiedzi udzielonych przez badanych na temat wykorzystania środków uzyskanych z kredytu na konkretny cel w dowolny sposób

Źródło: opracowanie i wyliczenia własne na podstawie ankiety „Znajomość produktów bankowych”, n = 127.

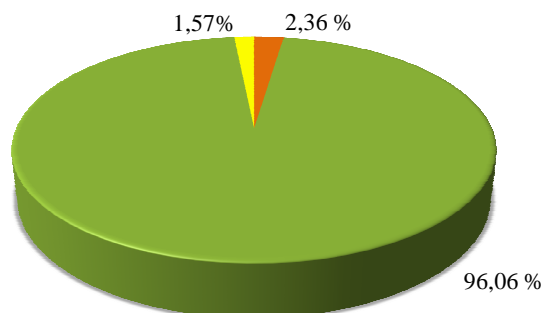
W następnym pytaniu badano wiedzę respondentów na temat kart kredytowych. Pytano czy od wypłaty gotówki z bankomatu za pomocą kart kredytowych są naliczane odsetki. Należy tu nadmienić, że nie pytano respondentów o posiadanie takiej karty. Proszono o udzielenie odpowiedzi opartych na ogólnej wiedzy dotyczącej produktów bankowych. 55,12% badanych wiedziało, że ten rodzaj odsetek jest naliczany od dnia wypłaty gotówki z bankomatu za pomocą takiej karty. 23,62% uważało, że nie są one naliczane, a 21,26% zadeklarowało, że nie zna odpowiedzi na to pytanie. Rezultaty badania przedstawia wykres 3.



Wykres 3. Odpowiedzi pytanych na temat naliczania przez bank odsetek od wypłaty gotówki z bankomatu, za pomocą karty kredytowej

Źródło: opracowanie i wyliczenia własne na podstawie ankiety „Znajomość produktów bankowych”, n = 127.

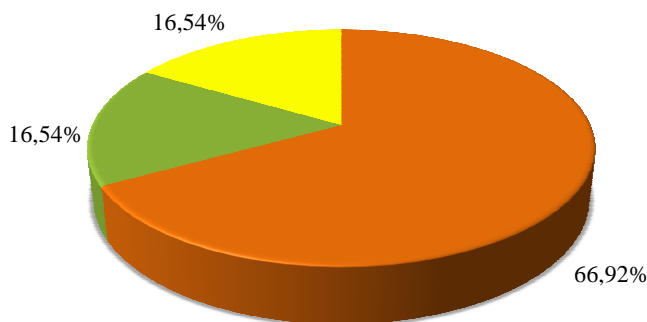
Kolejne pytanie, które zadano respondentom dotyczyło oceny stopnia ryzyka, które generują przykładowe dwa produkty bankowe: lokata bankowa i fundusze inwestycyjne. Tu odpowiedzi, zilustrowane wykresem 4, były bez mała jednoznaczne, ponieważ 96,06% badanych stwierdziło, że z podanych przykładów produktów bankowych najbardziej ryzykowne jest wykupienie jednostek funduszy inwestycyjnych. 1,57% respondentów za mniej bezpieczną uznało lokatę bankową, natomiast 2,36% pytanych odpowiedziało, że nie wie.



■ lokata bankowa ■ wykupienie jednostek funduszu inwestycyjnego ■ nie wiem

Wykres 4. Odpowiedzi respondentów na pytanie, z którym produktem finansowym łączy się większe ryzyko

Źródło: opracowanie i wyliczenia własne na podstawie ankiety „Znajomość produktów bankowych”, n = 127.



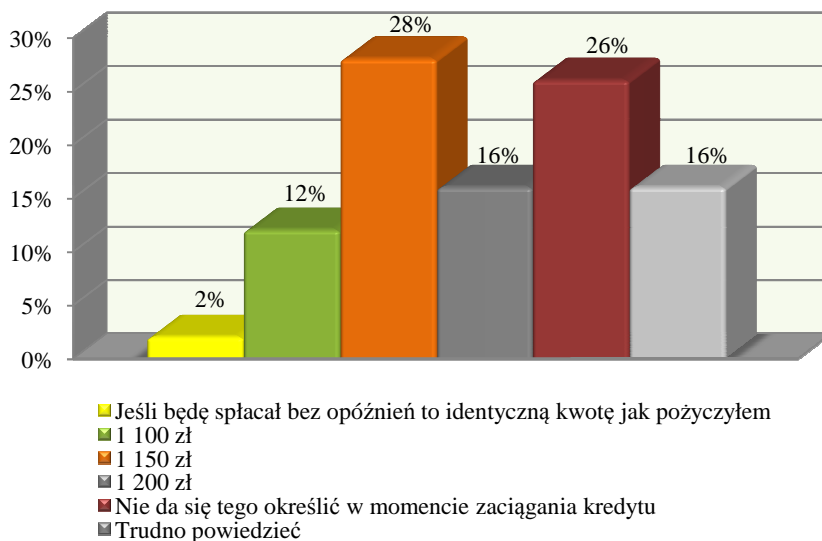
■ po pełnym roku oszczędzania - 85 osób ■ co każde 3 miesiące - 21 osób ■ nie wiem - 21 osób

Wykres 5. Odpowiedzi badanych na temat czasu po jakim do lokaty odnawialnej, trzymiesięcznej, założonej na jeden rok i oprocentowanej 8,6% w skali roku zostaną dopisane pełne odsetki

Źródło: opracowanie i wyliczenia własne na podstawie ankiety: „Znajomość produktów bankowych”, n = 127

Ostatnie pytanie zadane respondentom dotyczyło oprocentowania przykładowej, trzymiesięcznej, odnawialnej lokaty bankowej, założonej na jeden rok. Przykładowe oprocentowanie tej lokaty wynosiło 8,6% w skali roku. Pytano po jakim czasie, według ankietowanych, do kwoty pierwotnej zostaną dopisane całkowite odsetki. 66,92% odpowiedziało, że po pełnym roku oszczędzania. 16,54% ankietowanych osób błędnie obliczyło odsetki i nieprawidłowo określiło czas potrzebny do ich uzyskania. Również 16,54% nie wiedziało, ani kiedy otrzyma odsetki od podanej w pytaniu przykładowej lokaty, ani w jakiej one będą wysokości. Wyniki tego badania przedstawia wykres 5.

Badaniami poziomu wiedzy finansowej zajmuje się wiele profesjonalnych firm, jak między innymi, Instytut PBS (dawniej Pracownia Badań Społecznych), czy Biuro Informacji Kredytowej [www13, dostęp: 09.05.2014]. Również banki przeprowadzają tego typu badania, aby jak najlepiej rozpoznać potrzeby swoich klientów. We wrześniu 2014 r. PBS Sp. z o. o. na zlecenie Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowym przeprowadziła badanie „Postawy Polaków wobec oszczędzania” [www14, dostęp: 09.05.2014]. Wzięło w nim udział 1 000 osób w wieku 15 i więcej lat. Jedną z kwestii, o którą zapytano badaną próbę respondentów było zagadnienie znajomości mechanizmów bankowych dotyczących kredytów gotówkowych. Uzyskane rezultaty przedstawia wykres 6.



Wykres 6. Udzielone odpowiedzi na pytanie: „Jaką kwotę trzeba spłacić przy zaciągnięciu kredytu w wysokości 1000 zł, na 18 miesięcy, który jest oprocentowany na 10% w skali roku?”

Źródło: www14 [dostęp: 09.05.2014: 32], n = 1000.

Porównując przedstawione wyżej wyniki do rezultatów uzyskanych w ankiecie „Znajomość produktów bankowych” przeprowadzonej na potrzeby niniejszej pracy, można wysnuć wnioski, że większość Polaków ma problemy z przeliczaniem oprocentowania produktów bankowych.

We wspomnianej ankiecie 48,82% badanych nieprawidłowo obliczyło nowe oprocentowanie przykładowego konta bankowego. Jak widać z cytowanego tu raportu „Postawy...” również znajomość mechanizmu naliczania oprocentowania kredytu gotówkowego jest bardzo słaba. Aż 72% badanych źle obliczyło kwotę konieczną do całkowitej spłaty przykładowego kredytu. W badanej próbie najbardziej kontrowersyjne jest 26% odpowiedzi „nie da się tego określić w momencie zaciągania kredytu”. Przy założeniu, że brane są pod uwagę tylko i wyłącznie podane w pytaniu warunki przykładowego kredytu sugerują one, że te 26% osób nie potrafi nawet w przybliżeniu obliczyć, ile trzeba byłoby oddać pieniędzy w przypadku ewentualnego zaciągnięcia zobowiązania w formie kredytu i nie wie, że w ogóle istnieje możliwość wykonania takich wyliczeń. Według Krzysztofa Kaczmarza, Prezesa Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowym, również w wyżej wspomnianym badaniu „Postawy...” uzyskano podobne rezultaty. Na pytanie o wysokość zysku uzyskanego z posiadania przykładowej lokaty w wysokości 1000 zł, oprocentowanej 6% w skali roku, otworzonej na pół roku co trzeci badany nie znał poprawnej odpowiedzi [www15, dostęp: 10.05.2015].

Podobnie jest w przypadku znajomości mechanizmu działania lokat bankowych. W ankiecie „Znajomość produktów bankowych” 33,08% badanych nie potrafiło prawidłowo określić ani czasu po jakim otrzymają należne im odsetki od przykładowej lokaty bankowej, ani w jakiej one będą wysokości.

Rozważając powyższe wyniki warto spojrzeć także na uzyskane rezultaty badania przeprowadzonego przez międzynarodowy koncern MillwardBrown, badający opinie publiczne na zlecenie Biura Informacji Kredytowej i Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowym, w którym zadano respondentom pytanie jak oceniają oni swój poziom wiedzy na temat produktów finansowych, jak na przykład kredytów i pożyczek. Jak wynika z tej analizy 39% badanych osób oceniło swoją wiedzę na temat kredytów i pożyczek jako bardzo małą i słabą (bardzo małą podało 13% osób, a małą 26%). 43% zadeklarowało słaby poziom świadomości finansowej dotyczącej tych dwóch produktów bankowych. Biorąc pod uwagę uzyskane rezultaty, dr Mariusz Cholewa, Prezes Zarządu Biura Informacji Kredytowej, stwierdził, że Polacy potrzebują wiedzy z zakresu finansów [www15, dostęp: 10.05.2015]. Niedostateczny poziom świadomości dotyczącej tych zagadnień nie przekłada się jednak na poziom zaufania klientów do instytucji bankowych. Przeprowadzone w 2007 r. badanie wykonane przez PBS Sp. z o. o. dla „Gazety Prawnej” dowiodło, że Polacy ufają bankom i instytucjom finansowym. Wynika z niego, że bankom państwowym zdecydowanie ufa lub ufa 76% badanych. Mniejsze zaufanie respondenci mają do banków prywatnych. Tylko 34% zadeklarowało pozytywne nastawienie do tych instytucji. Ban-

kom internetowym zaufałyby 16% pytanych osób, a SKOK-om 22% respondentów [www15, dostęp: 10.05.2015].

Jednym z założeń niniejszej pracy było sprawdzenie czy banki rzetelnie informują swoich klientów o istocie i mechanizmach działania oferowanych przez nich produktów. We wspomnianym wyżej badaniu przeprowadzonym przez PBS Sp. z o. o. poruszono również tę kwestię. Zadano badanym pytanie czy zgadzają się ze stwierdzeniem, że „korzystanie z usług bankowych często wiąże się z »opłatami ukrytymi«, czyli takimi, które nie zostały wprost przedstawione w ofercie danego banku” [www16, dostęp: 10.05.2015]. W uzyskanych wynikach łącznie 60% pytanych uważa, że zdecydowanie tak lub raczej tak korzystanie z usług bankowych wiąże się z ukrytymi opłatami, które nie zostały jasno określone w ofercie przykładowego banku. Natomiast 35% respondentów stwierdziło, że takich opłat raczej nie ma (taką odpowiedź podało 27% osób) albo że zdecydowanie ich nie ma (tak odpowiedziało 8% badanych). W dalszej części tego badania 13% badanych stwierdziło, że umowy z bankiem są formułowane zdecydowanie czytelnie dla klienta, a 45% uznało, że raczej czytelnie. 27% zaznaczyło odpowiedź, że raczej nie, a 11%, że zdecydowanie nie [www16, dostęp: 10.05.2015].

Wysokie przeświadczenie o poziomie własnej wiedzy o finansach mają osoby młode. Dowiodły tego badania przeprowadzone przez Michała Kaczmaryka we współpracy ze Stowarzyszeniem Krzewienia Edukacji Finansowej na grupie uczniów Trójmiasta i Katowic. Wykazały one, że 69,1% pytanych jest przekonana o wystarczającej wiedzy o zarządzaniu własnymi środkami pieniężnymi. W szkołach zasadniczych odsetek ten wynosi 71,7% uczniów [Kaczmaryk 2010: 47]. W tym kontekście kontrowersyjna jest deklaracja, że jedną z lepszych inwestycji finansowych jest zakup samochodu. Odpowiedziało tak 25,5% pytanych uczniów, zaliczając zakup auta do „innych” form inwestowania, obok na przykład zakupu domu czy zakupów komercyjnych [Kaczmaryk 2010: 44]. Odmiennie rezultaty uzyskano w jednej ze szkół średnich w Warszawie gdzie, pod nadzorem nauczyciela historii Piotra Sieczkowskiego, przeprowadzono ankietę „W jaki sposób i dlaczego zamierzam oszczędzać”. Badanie zostało wykonane na niewielkiej próbie ankietowanych, a mianowicie na 49 uczniach w wieku 15–17 lat. Rezultaty wykazały, że większość młodych ludzi w tej grupie inwestycje finansowe kojarzy z nabywaniem przedmiotów materialnych, ale w dorosłym życiu integralną część ich strategii lokowania własnych środków pieniężnych miałyby stanowić lokaty bankowe i inwestycje w fundusze [Szymański 2011: 56].

PODSUMOWANIE

Poziom wiedzy na temat produktów bankowych jest przedmiotem zainteresowania różnych podmiotów. Wpływa on na wiele czynników, jak na przykład na standard życia i na stopień zadłużenia ludności. Ma również pośrednio wpływ

na kondycję przedsiębiorstw, ponieważ prawidłowe zarządzanie własnymi środkami finansowymi przez konsumentów, pozwala na uzyskanie wymiernych korzyści w postaci rosnącego popytu i konsumpcji.

Celem niniejszej pracy było sprawdzenie na badanej grupie osób stopnia znajomości produktów bankowych. Podjęto próbę realizacji tego celu poprzez przeprowadzenie ankiety, składającej się z 13 pytań, na które respondenci odpowiadali bezpośrednio, w formie pisemnej. Najważniejszym wnioskiem wpływającym z przeprowadzonego na potrzeby niniejszej pracy badania empirycznego jest to, że badana grupa społeczna wykazała dobry poziom wiedzy na temat produktów bankowych. Na większość zadanych pytań ponad połowa respondentów odpowiadała prawidłowo.

Uzyskane wyniki badania różnią się od podobnych analiz zleconych przez różne banki i wykonanych przez ośrodki badania opinii społecznej. Zostały one przeprowadzone przez profesjonalne instytucje na znacznie większej ilości osób ankietowanych i wykazały, że wiedza finansowa Polaków jest niewystarczająca.

Wyniki przeprowadzonych badań sugerują dużą potrzebę edukacji finansowej społeczeństwa polskiego. Również rezultaty badania przeprowadzonego na potrzeby niniejszej pracy zachęcają do głębszego rozważenia zagadnienia. Pogłębienie wiedzy finansowej prowadziło do lepszego zrozumienia mechanizmów działania wielu produktów bankowych i wyeliminowania chociaż części finansowych wyborów zdeterminowanych chęcią uzyskania natychmiastowego, dużego zysku bez przemyślenia ryzyka i konsekwencji. To z kolei mogłoby dać pozytywne rezultaty w postaci większej ilości racjonalnych i podjętych świadomie decyzji finansowych, jak również mogłoby zwiększyć poziom zrozumienia ryzyka wynikającego z bycia klientem banku.

BIBLIOGRAFIA

- Bankowy Arbitraż Konsumentki przy Związku Banków Polskich: *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentkiego w 2014 r.*, Warszawa, luty 2015 r.
- Czechowska I. D., 2004, *Procesy integracji sektora bankowego ubezpieczeniowego*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Czechowska I. D., 2008a, *Bezpieczeństwo klienta w procesach integracji sektora bankowego z ubezpieczeniowym*, [w:] J. Nowakowski, T. Famulska (red.), *Stabilność i bezpieczeństwo systemu bankowego*, Difin, Warszawa.
- Czechowska I. D., 2008b, *Instytucje wzmacniające pozycje konsumentów korzystających z połączonej oferty bankowo-ubezpieczeniowej*, [w:] L. Dziawgo (red.), *Współczesne finanse. Stan i perspektywy rozwoju bankowości*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaj Kopernika, Toruń.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/65/UE z dnia 15 maja 2014 r. w sprawie rynków instrumentów finansowych oraz zmieniająca dyrektywę 2002/92/WE i dyrektywę 2011/61/UE* Tekst mający znaczenie dla EOG.
- Flejterski St. i Świecka B. (red.), 2007, *Elementy finansów i bankowości*, CeDeWu, Warszawa.

- Grzegorzyczyk W., 1999, *Marketing bankowy. Podręcznik*, Biblioteka Menedżera i Bankowca, Warszawa.
- Kaczmarek M., 2010, *Edukacja finansowa w świetle badań empirycznych*, Stowarzyszenie Krzewienia Wiedzy Finansowej, Gdynia.
- Korenik D., 2009, *Odpowiedzialność banku komercyjnego. Próba syntezy*, Difin, Warszawa.
- Kotler P., Armstrong G., Saunder J., Wong V., 2002, *Marketing. Podręcznik europejski*, PWE, Warszawa.
- Krawiec W., 2012, *Cykl życia produktu bankowego i jego implikacje dla polityki bankowości detalicznej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Lips F., 2010, *Złoty spisec*, Wydawnictwo Wektory, Bielany Wrocławskie.
- Majka J., 2015, *Nowatorskie produkty bankowe: Rekomendacja U – dzień po*, „Bank”, maj.
- Masiukiewicz P. (red.), 2010, *Międzynarodowe bankructwa i afery bankowe*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Pelc M., 2012, *Elementy metodologii badań naukowych*, Wydawnictwo Akademii Obrony Narodowej, Warszawa.
- Pismo Rzecznika Praw Obywatelskich do Prezesa Banków Polskich w sprawie przedstawienia liczby i zakresu skarg wpływających do Biura Rzecznika Praw Obywatelskich*, Warszawa, 23 lutego 2015 r.
- Proniewski M., Tarasiuk W., 2012, *Zarządzanie instytucjami kredytowymi. Strategie, modele biznesowe i operacyjne*, C. H. Beck, Warszawa.
- Raport firmy Ernst and Young ze Światowego Badania Klientów Banków Detalicznych – 2014.
- Raport Rzecznika Ubezpieczonych: *Podstawowe problemy bancassurance w Polsce*, Warszawa, 13 grudnia 2007 r.
- Rothbard N. M., 2010, *Wielki kryzys w Ameryce*, Instytut Ludwiga von Misesa, Warszawa.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1286/2014 z dnia 26 listopada 2014 r. w sprawie dokumentów zawierających kluczowe informacje, dotyczących detalicznych produktów zbiorowego inwestowania i ubezpieczeniowych produktów inwestycyjnych (PRIIP) Tekst mający znaczenie dla Europejskiego Obszaru Gospodarczego*.
- Sikora D., Kulczycki A., 2009, *Efektywność oddziału banku detalicznego jako czynnik przewagi konkurencyjnej*, CeDeWu, Warszawa.
- Strelau J., 2007, *Psychologia. Podręcznik akademicki Tom 2 Psychologia ogólna*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.
- Swacha-Lech M., 2014, *Bancassurance – sprzedaż produktów bankowo-ubezpieczeniowych*, CeDeWu.
- Szymański M., 2011, *Horyzonty finansów 2011: Młodzież o pieniądzach*, „Bank”, kwiecień.
- Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. – Prawo bankowe*, DzU 1997, nr 140, poz. 939, z późn. zm.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, DzU 1993, nr 47, poz. 211.
- [www1] <http://www.bbc.com/news/magazine-23902918>
- [www2] <http://www.ey.media.pl/pr/277602/raport-ey-polscy-klienci-bankow-jak-zosie-samosie>
- [www3] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32014L0065>
- [www4] <http://raiffeisenpolbank.com/o-banku/dla-klientow/mifid>
- [www5] <http://www.bankier.pl/wiadomosc/6-lat-temu-wpadl-najwiekszy-aferyzista-w-historii-7227051.html>
- [www6] http://pieniadze.gazeta.pl/Edukacja_w_Finansach/1,124678,14142437,Uwaga__To_nie_lokata__tylko_polisa_inwestycyjna.html
- [www7] http://www.rzu.gov.pl/warto-przeczytac/Raport_bancassurance__108
- [www8] <https://www.rpo.gov.pl/sites/default/files/Pis-mo%20do%20Prezesa%20ZBP.pdf>
- [www9] <http://www.money.pl/banki/wiadomosci/artykul/bancassurance;w;polsce;zostanie;ograniczony;jest;raport,176,0,1207472.html>

[www10] http://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/sprawozdanie_BAK_2014_final.pdf

[www11] <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:32014R1286>

[www12] <http://www.bankier.pl/wiadomosc/Produkty-inwestycyjne-jak-papierosy-beda-ostrezenia-7228422.html>

[www13] <http://pbs.pl/x.php/1,36/Finanse-i-ubezpieczenia.html>

[www14] http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/fk_oszcz_2014.pdf

[www15] http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/4026_14032.htm

[www16] <http://pbs.pl/x.php/1,522/Banki-i-uslugi-finansowe.html>

COMMAND OF BANKING PRODUCTS IN THE CHOSEN SOCIAL GROUPS

The point of professed unfamiliarity of banking products and theirs mechanism is often pointed as a cause of a plethora of wrong decisions related to management of funds of banking clients and financial institutions. The aim of this paper is to evaluate awareness about bank products of a group of retail customers of banks. The author assumed that financial knowledge of Poles is low, what has been not confirmed by carried out an empirical study.

Key words: banking product, responsibility, risk, profit.

• F I N A N S E I P R A W O F I N A N S O W E •
• Journal of Finance and Financial Law •

Marzec/March 2016 • vol. III, no. 1

ISSN 2353-5601

<https://doi.org/10.18778/2391-6478.3.1.03>

POZASĄDOWE ROZWIĄZYWANIE SPORÓW Z PODMIOTEM RYNKU FINANSOWEGO JAKO ELEMENT OCHRONY KONSUMENTA

Adrian Bogusławski*

Streszczenie:

Tematem rozważań w niniejszym artykule jest problematyka ochrony konsumenta oraz instrumentów mu przysługujących, zapewnionych przez ustawodawcę. Autor zbadał w szczególności problematykę pozasądowego rozwiązywania sporu z instytucją finansową, która została wprowadzona 1 stycznia 2016 r. Celem autora było przeprowadzenie analizy porównawczej w zakresie ochrony konsumenta – w stanie prawnym przed wprowadzeniem instytucji Rzecznika Finansowego oraz po wprowadzeniu tej instytucji. Autor skupiając się na pozasądowym rozwiązywaniu sporu wskazał wady i zalety tego rodzaju postępowania – w oparciu o zasady i regulacje wskazane w tzw. ustawie reklamacyjnej. Na podstawie dokonanej analizy zostały przedstawione wnioski dotyczące oceny zasadności wprowadzenia instytucji Rzecznika Finansowego oraz pozasądowego rozwiązywania sporów.

Słowa kluczowe: Rzecznik Finansowy, pozasądowe rozwiązywanie sporów, ochrona konsumenta, reklamacja.

JEL Class: D18.

Przyjęto/Accepted: 01.03.2016

Opublikowano/Published: 31.03.2016

WPROWADZENIE

Spór powstaje w momencie, gdy dwie strony zaczynają widzieć i rozumieć różnice w postrzeganiu swoich interesów. Sposoby rozwiązywania sporu natomiast były i są tak różne, jak różne zdają się być strony, czasy, zwyczaje i prawa. Dążenie stron do usprawniienia i przyspieszenia rozwiązania konfliktów

* Magister nauk prawnych, absolwent studiów podyplomowych z zakresu Prawa podatkowego.

wykształciło natomiast sposoby pozasądowego rozwiązywania sporu. Sposoby te są oparte na elastyczności procedury i co za tym idzie – na dążeniu do konsensusu wypracowanego w wyniku rozpatrywania jedynie merytoryki, z pominięciem szczególnych zasad formalnych. Jednocześnie pozasądowe rozwiązywanie sporu cechuje koncyliacyjny charakter i uwzględnienie woli i interesów stron [*Polubowne rozwiązywanie sporów...*]. Pozasądowe rozwiązywanie sporu jest istotne również ze względu na koszty rozstrzygnięcia danej sprawy. Otóż, ze względu na kwestie ekonomiczne, bardzo często spór nie jest kierowany na drogę sądową. Tym samym „postępowanie sądowe okazuje się zbyt drogie, długotrwałe, antagonistyczne, jawne, sformalizowane” [Morek 2011]. Oczywiście, pomimo tego, nie można stwierdzić, że samo postępowanie pozasądowe ma charakter konkurencyjny do postępowania sądowego. Mianowicie, zadaniem postępowania pozasądowego jest uzupełnianie systemu sądowego w taki sposób, aby strony mogły wypracować wspólne rozwiązanie sporu [Morek 2011].

W sporach z instytucjami finansowymi ustawodawca wprowadził natomiast regulacje, które mają za zadanie ochronę konsumenta. Tym samym pozasądowe rozwiązywanie sporów pomiędzy konsumentem a podmiotem rynku finansowego prowadzone jest według szczególnych procedur opisanych w przedmiotowym artykule.

Niniejszy artykuł ma natomiast na celu przeprowadzenie analizy porównawczej w zakresie ochrony konsumentów w sporach z podmiotami finansowymi, w stanie prawnym sprzed nowelizacji oraz po wprowadzeniu instytucji Rzecznika Finansowego. Tym samym w artykule zostały wskazane nowe regulacje, wprowadzone po 1 stycznia 2016 r. w zakresie pozasądowego rozwiązywania sporów pomiędzy konsumentem a instytucją finansową.

1. ZAKRES REGULACJI SPRZED WPROWADZENIA INSTYTUCJI RZECZNIKA FINANSOWEGO

Przed wprowadzeniem *Ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym* (DzU2015, poz. 1348 ze zm.), zwanej dalej ustawą reklamacyjną, funkcjonowały (część nadal funkcjonuje jako dopełnienie ustawy reklamacyjnej), podmioty działające w ramach administracji publicznej, nie będące jednak organami administracji, mające za zadanie ochronę konsumenta.

Do przywołanych podmiotów należy Komisja Nadzoru Finansowego (KNF), której zadaniem jest nadzór nad sektorem bankowym, w tym nad instytucjami płatniczymi oraz kasami spółdzielczymi. Tym samym w sporach z instytucjami z tego sektora, konsument obejmowany jest ochroną działających w ramach KNF: mediacji i Sądu Polubownego [*Raport Urzędu Ochrony...*, 2014]. Przeprowadzenie mediacji ma charakter dobrowolny. Tym samym możliwość jej przeprowadzenia uzależniona jest od woli stron. Należy przy tym wskazać, że

taka forma rozstrzygnięcia sporu wymaga wniesienia opłaty, uzależnionej od wartości przedmiotu sporu – 100 zł przy wartości do 10 tys. zł albo 250 zł przy wartości powyżej tej kwoty. Opłata ta wnoszona jest przez każdą ze stron sporu.

Niewątpliwie istotna dla stron jest waga prawna zawartej ugody. Mianowicie, moc prawna takiej ugody jest równa mocy orzeczenia sądu powszechnego. W przypadku, gdy postępowanie mediacyjne nie doprowadzi do zawarcia ugody pomiędzy stronami, strony sporu mogą skorzystać z instytucji Sądu Polubownego. W takim wypadku wymagana jest zgoda obu stron sporu. Wiąże się to z wniesieniem kolejnej opłaty. W przypadku konsumenta opłata ta jest stała i wynosi 250 zł.

Warto także zauważyć, że poza podmiotami działającymi w ramach administracji publicznej, konsument może skorzystać także z Arbitra Bankowego – instytucji działającej przy Związku Banków Polskich. Taka możliwość przysługuje w sporze pomiędzy konsumentem – klientem banku a bankiem. Rozstrzygane są przez ten podmiot sprawy dotyczące „roszczeń pieniężnych z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania przez bank czynności bankowych lub innych czynności na rzecz konsumenta” [*Regulamin Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego...*, 2014].

Przywołane powyżej podmioty funkcjonują również obecnie, po wejściu w życie ustawy reklamacyjnej i powołaniu Rzecznika Finansowego. Tym samym konsument może w obecnym stanie prawnym skorzystać z każdej z tych instytucji.

Natomiast wprowadzenie instytucji Rzecznika Finansowego wiązało się z likwidacją instytucji, która chroniła konsumenta w sporach z zakresu ubezpieczeń – z instytucją Rzecznika Ubezpieczonych (RU). W ramach RU konsument mógł uzyskać bezpłatnie informację dotyczącą sektora ubezpieczeń, jak również skierować skargę. W wypadku wpłynięcia takowej, biuro RU weryfikowało jej zasadność, a w przypadku stwierdzenia jej zasadności – występowało do ubezpieczyciela w celu zmiany jego stanowiska, czy też udzielenia wyjaśnień. Istotnym jest, że również w ramach RU działał Sąd Polubowny, którego zadaniem było rozstrzyganie sporów w danym zakresie. W tym wypadku również postępowanie było nacechowane dobrowolnością. Postępowanie, jak również złożenie wniosku, było odpłatne. Mianowicie, opłata rejestracyjna wynosiła 15 zł, natomiast opłata za postępowanie uzależniona była od wartości przedmiotu sporu – jednak nie mniejsza niż 100 zł [*Raport Urzędu Ochrony...*, 2014].

2. POZYCJA KONSUMENTA PO WPROWADZENIU RZECZNIKA FINANSOWEGO

Wprowadzenie instytucji Rzecznika Finansowego przez ustawodawcę nastąpiło wraz z wejściem w życie 11 października 2015 r. ustawy reklamacyjnej. Zgodnie z założeniami ustawodawcy, ustawa reklamacyjna ma na celu zwiększenie ochrony konsumenta na rynku finansowym „poprzez unormowanie trybu

i terminów rozpatrywania przez podmioty rynku finansowego składanych przez ich klientów reklamacji w ramach procedur skargowych” [*Informacja w sprawie ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r...*]. Tym samym należy zaznaczyć, że nowe uregulowania dotyczą nie tylko tzw. „sektora usług bankowych”, ale również rynku ubezpieczeniowego. Ujednoczenie procedur ma natomiast na celu objęcie pełniejszą ochroną klienta danej instytucji finansowej. Należy przy tym zaznaczyć, że zgodnie z art. 2 pkt 1 ppkt a–d ustawy reklamacyjnej, ochroną jest objęty klient w rozumieniu osoby fizycznej. Ze względu natomiast na stosunkowo szeroki katalog instytucji finansowych objętych przywołaną ustawą, ochrona dotyczy zarówno ubezpieczającego, ubezpieczonego, uposażonego lub uprawnionego z umowy ubezpieczenia, jak również członka funduszu emerytalnego lub spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, czy też klienta zarówno banku, jak i instytucji płatniczej, czy kredytowej.

Zakres przedmiotowej ochrony również jest szeroki, bowiem przywołane podmioty są uprawnione do składania reklamacji, w każdej z jednostek danej instytucji obsługującej klientów, do której kierowana jest reklamacja. Tym samym klient nie musi składać reklamacji jedynie w centrali instytucji, w biurze obsługi klienta. Uprawnienie to rozciąga się bowiem na wszystkie jednostki. Oczywiście na mocy przedmiotowego zapisu ustawy reklamacyjnej powstaje wątpliwość, co do jednostki, w której klient może złożyć reklamację. Mianowicie, jeżeli reklamacja może zostać złożona w każdej jednostce danej instytucji, która obsługuje klientów, a ustawodawca rozpatruje klienta jako osobę fizyczną, wówczas zakres tych jednostek ogranicza się do tych, które obsługują osoby fizyczne, z wyłączeniem zatem jednostek obsługujących wyłącznie klientów korporacyjnych. Tym bardziej problematyczne staje się to w przypadku sektora ubezpieczeniowego, bowiem trudno określić w jaki sposób ma być rozpatrywany agent ubezpieczeniowy i czy zatem klient uprawniony jest do złożenia reklamacji temu agentowi.

Sposób złożenia reklamacji nie jest silnie sformalizowany. Tym samym klient ma prawo do złożenia reklamacji zarówno w formie pisemnej, składając ją osobiście w danej jednostce, ale również w formie elektronicznej, czy też ustnej – telefonicznie albo osobiście do protokołu. Oczywiście ze względu na interes klienta najbardziej zasadnym wydaje się złożenie reklamacji na piśmie.

W tym miejscu należy zaznaczyć, że instytucja finansowa ma obowiązek zarówno rozpatrzenia reklamacji, jak również udzielenia na nią odpowiedzi, w określonym terminie. Forma odpowiedzi na reklamację została również ściśle określona przez ustawodawcę. Mianowicie, podmiot finansowy udziela przedmiotowej odpowiedzi w postaci papierowej lub za pomocą innego trwałego nośnika informacji [*Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r...*, art. 5, ust. 1]. Dostarczenie odpowiedzi w formie elektronicznej jest dopuszczalne, ale jedynie na wniosek klienta. Z przywołanego zapisu wynika, iż wolą ustawodawcy również w kwestii dostarczenia odpowiedzi na reklamację, było objęcie klienta ochroną szczególną. Wskazuje na to również treść art. 6 ustawy reklamacyjnej, zgodnie z którym przedmio-

towa odpowiedź na reklamację ma być udzielona bez zbędnej zwłoki, przy jednoczesnym wskazaniu terminów granicznych udzielenia odpowiedzi. Tym samym instytucja finansowa zobowiązana jest do udzielenia odpowiedzi nie później niż w terminie 30 dni od dnia, w którym otrzymała reklamację. Ustawodawca, mając na uwadze złożoność niektórych sporów i wysoki stopień skomplikowania, dopuścił przedłużenie powyższego terminu do 60 dni, nakładając jednocześnie w takim wypadku na podmiot finansowy obowiązek zarówno wyjaśnienia przyczyn powodujących opóźnienie, jak również wskazania okoliczności, które mają zostać ustalone w sprawie i których ustalenie byłoby niemożliwe przy zachowaniu 30-dniowego terminu.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że termin 30-dniowy na odpowiedź na reklamację zostanie uznany za zachowany, w przypadku, gdy odpowiedź zostanie klientowi wysłana przed ich upływem. Tym samym nie jest wymagane zachowanie terminu doręczenia odpowiedzi, czy też zapoznania się klienta z odpowiedzią na reklamację. Ustawodawca zawarł zapis mówiący o zachowaniu terminu – *do zachowania terminu wystarczy wysłanie odpowiedzi przed jego upływem* – jedynie w art. 6 ustawy reklamacyjnej. Pozwala to zatem wnioskować, że do terminu 60-dniowego zastosowanie znajdzie art. 61 *Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny* (DzU 2014, poz. 121 ze zm.), zwanej dalej KC. Zgodnie z przywołanym przepisem „oświadczenie woli, które ma być złożone innej osobie, jest złożone z chwilą, gdy doszło do niej w taki sposób, że mogła zapoznać się z jego treścią”. Tym samym w takim przypadku wymagane byłoby wysłanie odpowiedzi stosunkowo wcześniej, z zachowaniem powyższego terminu 60-dniowego do dostarczenia.

Skoro ustawodawca wskazał określone terminy graniczne, nakładając jednocześnie na instytucję finansową obowiązek ich zachowania, niedotrzymanie powyższych terminów również zostało usankcjonowane. Mianowicie, w przypadku niezachowania terminów udzielenia odpowiedzi na reklamację, owa zostaje uznana za rozpatrzoną zgodnie z wolą klienta [*Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r...*, art. 8].

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że art. 8 ustawy reklamacyjnej, który reguluje powyższą sankcję był konsultowany z KNF. Komisja wskazywała, że w przywołanym przepisie nie jest wystarczająco ostro sprecyzowany zwrot *rozpatrzenia reklamacji zgodnie z wolą klienta*, w przypadku uchybienia terminowi odpowiedzi na reklamację. Podniesiono, że taki zapis może rodzić skutki finansowe, które mogą być dotkliwe dla instytucji finansowych i narażać je na straty [*Pismo z dnia 8 października 2015 r. Komisji Nadzoru Finansowego...*].

Jednocześnie nie oznacza to, że klient instytucji finansowych miałby zostać pozbawiony ochrony w tym zakresie, a jego reklamacja miałaby nie zostać rozpatrzone. Przeciwnie, zakładano możliwości wprowadzenia sankcji w postaci kar pieniężnych nakładanych przez Rzecznika Finansowego na te podmioty finansowe, które zwlekałyby z odpowiedzią na reklamację.

Ustawodawca podjął jednak decyzję o pozostawieniu przywołanego art. 8 i zapewnieniu klientowi ochrony w zakresie sankcji zawartych w przedmiotowym przepisie.

Warto zaznaczyć, że na instytucję finansową został nałożony również obowiązek w zakresie sformalizowania odpowiedzi. Tym samym przedmiotowa odpowiedź winna zawierać zarówno faktyczne, jak i prawne uzasadnienie. Jednocześnie taka odpowiedź winna zawierać pouczenie o możliwości odwołania się od stanowiska zawartego w odpowiedzi na reklamację, skorzystania z instytucji mediacji, wystąpienia do sądu powszechnego, czy też wystąpienia z wnioskiem do Rzecznika Finansowego o rozpatrzenie sprawy. Z takim obowiązkiem nie jest związana odpowiedź, która jest spójna z wolą klienta. Mianowicie, w przypadku uwzględnienia reklamacji odpowiedź na ową nie musi zawierać uzasadnienia.

Ponadto należy zauważyć, że ustawodawca w powyższym przypadku zobowiązał podmiot finansowy również do podjęcia czynności wynikających z rozpatrzenia reklamacji zgodnie z wolą klienta, w terminie nie dłuższym niż 30 dni od dnia, w którym została sporządzona odpowiedź na reklamację [*Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r...*, art. 9 i 10].

Jak zostało wspomniane na wstępie, ustawą reklamacyjną została powołana również instytucja Rzecznika Finansowego, której celem jest zapewnienie instrumentów, które służą klientowi instytucji finansowej w sporze z przedmiotową instytucją. Mowa tu o możliwości złożenia przez klienta wniosku o rozpatrzenie sprawy w wypadku, gdy podmiot finansowy nie uznał roszczeń tegoż klienta. Ponadto klient ma prawo również złożyć wniosek w przypadku niewykonania przez instytucję finansową czynności, zgodnie z jego wolą – na skutek przyjęcia uznania reklamacji w przypadku braku odpowiedzi lub uchybienia terminowi na odpowiedź na reklamację.

Ostatecznie, ochrona klienta obejmuje również uregulowanie dotyczące „pozasądowego postępowania w sprawie rozwiązywania sporów między klientami podmiotów rynku finansowego a tymi podmiotami” [*Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r...*, art. 17, ust. 2], które to postępowania prowadzone są przy Rzeczniku Finansowym.

3. POZASĄDOWE ROZWIĄZYWANIE SPORU KLIENTA Z PODMIOTEM RYNKU FINANSOWEGO – DOBROWOLNOŚĆ CZY OBOWIĄZEK

Zasady pozasądowego postępowania w sprawie rozwiązywania sporów klienta z instytucją rynku finansowego zostały uregulowane w Rozdziale 4, w art. 35–43 ustawy reklamacyjnej oraz w *Rozporządzeniu Ministra Finansów z dnia 14 stycznia 2016 r. w sprawie pozasądowego postępowania przed Rzecznikiem Finansowym* (DzU 2016, poz. 92).

Zgodnie z powyższym wszczęcie postępowania uzależnione jest od woli klienta. Mianowicie, to do klienta należy inicjatywa złożenia wniosku. Ustawodawca zastrzegł jednak, iż Rzecznik Finansowy może odmówić wszczęcia postępowania w ściśle określonych przypadkach. Mianowicie, zgodnie z art. 36, ust. 2, pkt 1–5 ustawy reklamacyjnej, Rzecznik może odmówić wszczęcia postępowania, jeśli:

- klient nie wyczerpał drogi postępowania reklamacyjnego (chodzi o możliwość złożenia reklamacji w trybie i na zasadach określonych w Rozdziale 2 przedmiotowej ustawy);
- wniosek służy spowodowaniu uciążliwości dla drugiej strony;
- spór jest lub był rozpatrywany przez sąd, inny organ powołany do rozpoznania spraw danego rodzaju lub podmiot uprawniony do przeprowadzenia pozasądowego rozwiązywania sporów;
- rozpatrzenie sporu spowodowałoby poważne zakłócenie skutecznego przeprowadzenia postępowania przy Rzeczniku;
- klient nie uiścił opłaty, o której mowa w art. 38, ust. 1, i nie został od niej zwolniony.

Tym samym klient ma możliwość skorzystania z takiej formy postępowania jedynie po wyczerpaniu procedury reklamacyjnej i po uzyskaniu odpowiedzi sprzecznej z jego wolą lub nieuzyskaniu odpowiedzi w ogóle, czy też we wskazanym ustawowo terminie.

Ponadto przedmiotowe postępowanie ma na celu polubowne rozstrzygnięcie sporu, zatem nie może służyć jedynie jako narzędzie uciążliwości wobec instytucji finansowej. Oczywistym jest również, że taka forma rozstrzygania sporu może dotyczyć jedynie tych spraw, które nie były rozpatrywane przez organy sądowe lub podmioty uprawnione do postępowania pozasądowego, bowiem w takich sprawach rozpatrywanie ponowne byłoby bezcelowe. Obowiązkiem klienta jest natomiast uiszczenie opłaty, którą ustawodawca określił na poziomie 50 zł, jednocześnie umożliwiając zwolnienie z tej opłaty „w szczególnie uzasadnionych przypadkach” [*Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r...*, art. 38 ust. 1 i 2].

Należy wskazać, że w przypadku spełnienia powyższych przesłanek i wszczęcia postępowania przez Rzecznika Finansowego udział instytucji w przedmiotowym postępowaniu jest obowiązkowy. Tym samym podmiot finansowy nie może odmówić udziału w postępowaniu pozasądowym. Nie jest zatem możliwe, aby owa strona sporu nie wzięła w nim udziału, aczkolwiek Rzecznik Finansowy nie może narzucać żadnej ze stron stanowiska w sporze. Do Rzecznika należy jednak zapoznanie instytucji finansowej z roszczeniami klientami oraz przedstawienie przepisów prawnych, które mają zastosowanie w danym postępowaniu i propozycji zakończenia sporu. Istotnym jest, że jest to jedynie propozycja, która może zostać przez strony przyjęta, aczkolwiek nie musi. Strony mają jednak obowiązek ustosunkowania się do propozycji Rzecznika w terminie wyznaczonym przez niego. Należy wskazać, że termin ten nie

może być krótszy niż 7 dni [*Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 14 stycznia 2016 r...*].

Wprowadzenie powyższych zasad ma na celu wyrównywanie pozycji stron w sporze, a ponadto służy przedstawieniu klientowi pełnego obrazu sprawy.

Jak zostało wskazane powyżej, Rzecznik Finansowy nie ma instrumentów przymusu w zakresie zakończenia sprawy w postępowaniu pozasądowym. Tym samym spór może zostać zakończony jedynie w wyniku osiągnięcia przez strony wspólnego stanowiska.

Z przeprowadzonego postępowania, w terminie 14 dni od dnia, w którym postępowanie zostało zakończone, sporządzany jest protokół wraz z informacją o sposobie zakończenia sporu. Każda ze stron otrzymuje przedmiotowy protokół w terminie 7 dni od jego sporządzenia.

4. POZASĄDOWE ROZSTRZYGNIE SPORÓW – KONIECZNA CZY ZBĘDNA OCHRONA KLIENTA RYNKU FINANSOWEGO

W oparciu o wskazane powyżej zasady i regulacje, które weszły w życie 11 października 2015 r. oraz 1 stycznia 2016 r., klient instytucji finansowej został objęty niewątpliwie szeroką ochroną, aczkolwiek powstają pytania: czy wprowadzenie instytucji pozasądowego rozstrzygnięcia sporów z podmiotem rynku finansowego jest konieczne, czy też wystarczającą ochronę zapewniały klientowi instrumenty dotychczasowe oraz czy możliwe byłoby przejęcie kompetencji w zakresie rozpatrywania sporów z podmiotami rynku finansowego przez inne, już istniejące podmioty ochrony konsumenta?

Niewątpliwie należy stwierdzić, że samo postępowanie pozasądowe jest możliwe i było możliwe przed 1 stycznia 2016 r., jednakże m.in. w formie określonej w art. 183¹ i n. *Ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego* (DzU 2014, poz. 101 ze zm.), zwanej dalej KPC. Tym samym spór taki mógł być rozstrzygany w trybie postępowania mediacyjnego i pojednawczego. Należy jednak zauważyć, że w oparciu o art. 183¹ § 1 KPC, postępowanie takie ma charakter dobrowolny. Tym samym żadna ze stron nie może zostać przymuszona do wzięcia w nim udziału. Zasada dobrowolności wydaje się w tym wypadku szczególnie istotna, bowiem strony przystępujące do takiego postępowania winna charakteryzować wola polubownego rozstrzygnięcia sporu. Ustawodawca wprowadzając regulację zawartą w art. 37 ustawy reklamacyjnej uznał, że udział instytucji finansowej w postępowaniu pozasądowym powinien być jednak obowiązkowy. Jak wskazuje ustawodawca, celem całej ustawy było „podwyższenie poziomu ochrony osób korzystających z usług finansowych” [*Informacja w sprawie ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r...*]. Samo przystąpienie podmiotu finansowego do postępowania pozasądowego następuje zatem na zasadach przymusu. Jednakże Rzecznik Finansowy nie posiada instrumentów wymuszających określone rozstrzygnięcie sporu. Jak zostało wskazane powyżej,

Rzecznik przedstawia jedynie propozycje zakończenia sporu. Nadal do stron należy wybór, czy na tę propozycję przystaną. Tym bardziej może wydawać się, że przymuszanie jednej ze stron do wzięcia udziału w postępowaniu pozasądowym może nie wpłynąć na rozstrzygnięcie sporu zgodnie z wolą konsumenta, a wręcz przeciwnie – może wpływać negatywnie na przymuszaną stronę.

Podnoszone są również argumenty, w których wskazywane jest, iż „za nieuprawnione należy (...) uznać zmuszanie podmiotów rynku finansowego do uczestniczenia w postępowaniu mediacyjnym. Należy pamiętać, że udział w takim postępowaniu będzie generował koszt, gdyż podmiot rynku finansowego będzie musiał oddelegować pracownika” (ponadto istnienie takiej formy ochrony interesów klientów instytucji finansowych może się przyczyniać do „zaspokajania roszczeń klienta, które mogą być przecież całkowicie bezzasadne” [*Opinia Związku Pracodawców Business Centre Club...*]).

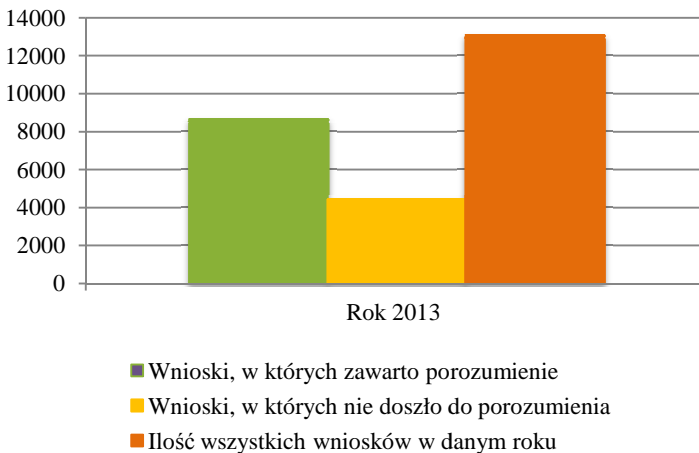
Poza powyższym, należy również wskazać argumenty kwestionujące zasadność nowych regulacji, ale ze względu na możliwość realizacji kompetencji Rzecznika Finansowego przez inne, funkcjonujące już organy. Mianowicie, chodzi o funkcjonujące na podstawie *Ustawy z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym* (DzU 2016, poz. 174), zwanej dalej UoNRF, regulacje dotyczące polubownego rozstrzygania sporów. Otóż, zgodnie z art. 18, ust. 1 UoNRF przy KNF utworzony jest Sąd Polubowny. Zadaniem tej instytucji jest rozpatrywanie sporów powstałych pomiędzy podmiotami finansowymi (nadzorowanymi przez KNF), a odbiorcami usług tych podmiotów, czyli klientami. Tym samym sąd ten uprawniony jest do działań zmierzających do pozasądowego rozstrzygnięcia sporu. Oczywiście w przypadku tego Sądu Polubownego postępowanie toczy się w oparciu o regulacje KPC. Tym samym powstaje również rozbieżność w zakresie fakultatywności a obligatoryjności udziału w postępowaniu. Warto jednak wskazać na opinie, zgodnie z którymi możliwe byłoby stworzenie instrumentów ochrony podobnych do tych, które przysługują Rzecznikowi Finansowemu, jednak w oparciu o instytucję już istniejącą. Podnoszone są argumenty, iż „sąd ten (Sąd Polubowny przy KNF) ma przecież opracowany regulamin, ustaloną listę mediatorów i doświadczenie w rozstrzyganiu spraw należących do jego właściwości” [Kowalewski i Ziemiak 2015]. Tym samym dysponowałby narzędziami pozwalającymi na rozszerzenie jego kompetencji na cały sektor finansowy.

Podobnie, wskazywane są inne instytucje, które mogłyby wykonywać czynności obejmujące kompetencje instytucji Rzecznika Finansowego w sporach konsumentów z podmiotem finansowym. Mianowicie, chodzi o powstałe na mocy *Ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej* (DzU 2014, poz. 148 ze zm.), zwana dalej UoIH, stałe polubowne sądy konsumenckie. Zgodnie z art. 37, ust. 3 UoIH zadaniem takich sądów jest rozpatrywanie m.in. sporów o prawa majątkowe wynikające również z umów o świadczenie określonych usług pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą. W przypadku tych sądów

również zastosowanie znajdują przepisy KPC regulujące mediacje i postępowanie polubowne. Tym samym, w tym wypadku postępowanie charakteryzuje także przymiot dobrowolności. Za takim rozwiązaniem przemawia również „rozwój idei sądów konsumenckich, a także (zapewnienie) (...) powszechnego dostępu do procedur mediacyjnych” [Kowalewski i Ziemiak 2015]. Za rozszerzeniem obowiązków organów Inspekcji Handlowej może przemawiać stosunkowo sprawne działanie przedmiotowych organów w realizacji obecnie nałożonych przez ustawodawcę obowiązków. Mianowicie, z danych statystycznych wynika, że w 2013 r. inspektorzy Inspekcji Handlowej rozpatrzyli ponad 13 050 wniosków. Oczywistym jest, że w tym wypadku o sprawnym działaniu decyduje procent zakończonych pozytywnie dla konsumenta spraw, których ilość stanowiła 2/3 ilości wszystkich przywołanych wniosków [Raport Urzędu Ochrony..., 2014].

Przez pozytywne zakończenie sprawy dla konsumenta rozumiane jest w tym wypadku zakończenie sporu w postępowaniu pozasądowym, natomiast przez negatywne zakończenie sporu rozumiane jest nie dojście do porozumienia z przyczyn nieuznania stanowiska konsumenta przez drugą stronę lub z powodu nie przystania na propozycję przedsiębiorcy przez konsumenta. Przywołane statystyki obrazuje wykres 1.

Na podstawie powyższych danych można wskazać na sprawne działanie organów Inspekcji Handlowej. Oczywistym jest jednak, że powierzenie tym organom kompetencji w zakresie rozpatrywania sporów przed instytucjami finansowymi wymagałoby kompleksowego przygotowania przedmiotowych organów w tym zakresie.



Wykres 1. Wnioski rozpatrywane przy Inspekcji Handlowej w roku 2013

Źródło: opracowanie własne na podstawie *Raportu Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów...*, 2014 r.

Z powyższych rozważań wynika zatem, że możliwe byłoby zapewnienie pełnej ochrony konsumenta na fundamencie instytucji już istniejących, przy rozszerzeniu ich kompetencji. Jednakże w żadnej z przywołanych instytucji pozasądowe rozpatrywanie sporów nie rozstrzyga się przy obowiązkowym udziale którejkolwiek ze stron. Można zatem wnioskować, że intencją ustawodawcy, rozumianą poprzez szersze objęcie ochroną konsumenta, było wprowadzenie obligatoryjności udziału dla instytucji finansowej.

PODSUMOWANIE

Wprowadzenie nowych regulacji, mających na celu szerszą ochronę konsumenta w sporach z instytucją finansową, spowodowało powołanie do życia Rzecznika Finansowego, do którego szczególnych zadań należy wszczynanie postępowania pozasądowego. Od 1 stycznia 2016 r. konsument ma bowiem możliwość skorzystania z pozasądowego rozstrzygnięcia sporu z instytucją finansową. Uprawnienie to przysługuje dopiero po wykorzystaniu procedury reklamacyjnej – określonej w ustawie reklamacyjnej, oraz przy braku innych przeciwwskazań, takich jak m.in. rozpatrywanie wcześniejsze sporu przez sąd lub organ sądownictwa polubownego. Należy wskazać znaczącą różnicę pomiędzy znaną wcześniej możliwością przeprowadzenia postępowania mediacyjnego w oparciu o przepisy KPC a regulacjami wprowadzonymi ustawą reklamacyjną. Mianowicie, w pierwszym przypadku przystąpienie do postępowania pozasądowego ma charakter fakultatywny, natomiast w art. 37 ustawy reklamacyjnej ustawodawca wskazał obowiązek przystąpienia instytucji finansowej do postępowania. Takie rozwiązanie miało na celu rozszerzenie ochrony konsumenta. Należy jednak wskazać, że brak dobrowolności postępowania może skutkować negatywnym nastawieniem instytucji finansowej do samego postępowania i brakiem dążenia do rozstrzygnięcia pozasądowego.

Tym samym można stwierdzić, że pomimo założeń ustawodawcy dotyczących zwiększenia ochrony konsumenta, zachodzi ryzyko braku możliwości osiągnięcia zgodnego stanowiska stron przy poszanowaniu ich interesów. Obawę wzbudza także brak informacji w ustawie reklamacyjnej o terenowych organach Rzecznika Finansowego. Może to skutkować ograniczeniem możliwości dostępu do tej instytucji dla konsumenta. Jednocześnie, wprowadzenie opłaty przy pozasądowym rozstrzygnięciu sporów nie powinno ograniczać dostępu do samej instytucji, mając szczególnie na uwadze możliwość zastosowania zwolnienia z tej opłaty w szczególnych przypadkach.

BIBLIOGRAFIA

- Informacja w sprawie ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym*, [w:] <http://www.prezy-dent.pl/prawo/ustawy/podpisane/art,1,sierpien-2015-r.html>.
- Kowalewski E., Ziemiak M. P., 2015, *Ustawa reklamacyjna a obrót ubezpieczeniowy* (część I), Kwartalnik naukowy „Wiadomości Ubezpieczeniowe”, nr 3.
- Morek R., 2011, *Mediacja w sprawach cywilnych*, Ministerstwo Sprawiedliwości: Mediacje w polskim systemie prawnym, Warszawa.
- Opinia Związku Pracodawców Business Centre Club dotycząca projektu Ustawy o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym*, Warszawa, 5 sierpnia 2015.
- Polubowne rozwiązywanie sporów*, [w:] https://www.web.gov.pl/rozwiazywanie_spo-row/300_925.html.
- Pismo z dnia 8 października 2015 r. Komisji Nadzoru Finansowego – Stanowisko UKNF dotyczące rozpatrywania reklamacji przez podmioty nadzorowane w związku z wejściem w życie ustawy o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym* (DOK/WPR/075/11/1/2015/PM).
- Raport Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Polubowne Rozstrzygnięcie Sporów Konsumentów w Polsce*, Warszawa, kwiecień 2014 r., [w:] <https://uokik.gov.pl/download.php?plik=15037>.
- Regulamin Bankowego Arbitrażu Konsumentów*, Załącznik do Uchwały Nr 12/2014 XXVI Walnego Zgromadzenia ZBP z dnia 15 kwietnia 2014 r.
- Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 14 stycznia 2016 r. w sprawie pozasądowego postępowania przed Rzecznikiem Finansowym*, DzU 2016, poz. 92.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny*, DzU 2015, poz. 4 ze zm.
- Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego*, DzU 2015, poz. 2 ze zm.
- Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej*, DzU 2014, poz. 148 ze zm.
- Ustawa z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym*, DzU 2016 r., poz. 174.
- Ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym*, DzU 2015, poz. 1348 ze zm.

OUT-OF COURT SETTLEMENT OF DISPUTES WITH AN ENTITY OPERATING ON THE FINANCIAL MARKET AS AN ELEMENT OF CONSUMER PROTECTION

The main issue analysed in this article is the topic of consumer protection and instruments that he may use, provided by the legislator. The author analysed, in particular, the issue of out-of-court settlement of a dispute with a financial institution, which was introduced on 1 January 2016. The author's objective was to conduct a comparative analysis in the area of consumer protection – within the legal framework valid as of before the introduction of the Financial Ombudsman and after said institution was introduced. The author, focusing on out-of-court settlement of a dispute pointed out to advantages and drawbacks of such procedure – basing on the rules and regulations indicated in the so-called Complaint Act. Basing on the analysis carried out, the author presented certain conclusions concerning the assessment of the reasonability of introducing the institution of Financial Ombudsman and out-of-court settlement of disputes.

Key words: Financial Ombudsman, out-of-court settlement of disputes, consumer protection, complaint.

ZNACZENIE DEFINICJI BIEDY W WYZNACZANIU GRANICY UBÓSTWA

Piotr Chmielewski*

Streszczenie:

Artykuł ten ma na celu zaprezentowanie klasycznych sposobów wyznaczania granicy ubóstwa oraz porównanie ich z szerszymi koncepcjami wielowymiarowego zagadnienia, którym jest bieda i wykluczenie społeczne. Wybór konkretnej definicji oraz sposobu pojmowania ubóstwa ma fundamentalne znaczenie dla procesu eradykacji zjawiska biedy oraz przekłada się na praktyczne działania implikowane przez politykę rozwojową. Niemniej jednak dominujące obecnie sposoby wyznaczania granicy ubóstwa podchodzą do tego zagadnienia w sposób zbyt redukcjonistyczny. Autor artykułu stara się wskazać alternatywne podejścia do koncepcji dobrobytu i rozwoju, które mogą wywrzeć pozytywny wpływ na strategię walki z ubóstwem.

Słowa kluczowe: ubóstwo, bieda, granica ubóstwa, definicja ubóstwa, wykluczenie społeczne, ubóstwo absolutne, ubóstwo relatywne.

JEL Class: I32, P36, P46.

Przyjęto/Accepted: 05.03.2016

Opublikowano/Published: 31.03.2016

WPROWADZENIE

Skuteczna walka z ubóstwem¹ wiąże się nieodłącznie z koniecznością identyfikacji grup społecznych najbardziej nim zagrożonych i wymagających wsparcia finansowego państwa oraz organizacji pozarządowych. Opracowanie pro-

* Doktorant na kierunku Ekonomia, Instytut Finansów, Zakład Bankowości Centralnej i Pośrednictwa Finansowego, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki.

¹ W języku polskim angielskiemu słowu *poverty*, które używane jest najczęściej w literaturze przedmiotu, odpowiada zarówno słowa „bieda”, jak i „ubóstwo”. W niniejszej pracy słowa te używane są jako synonimy przy równoczesnym uwzględnieniu ich stylistyczno-konotacyjnych różnic. Słowo „ubóstwo” używane jest często w wyrażeniach, które na stałe wpisały się w nomenklaturę literatury socjologicznej i ekonomicznej, np. linia ubóstwa.

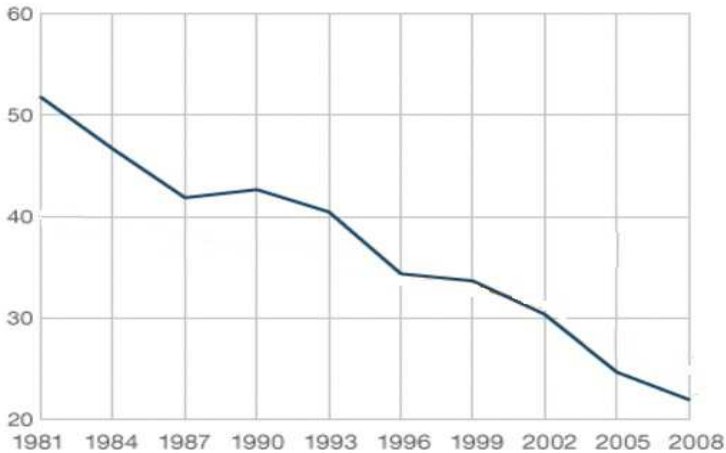
gramów walki z ubóstwem powinno być tym samym poprzedzone ustaleniem, kto uważany jest za ubogiego oraz analizą sfery ubóstwa. Miarodajne badania poziomu ubóstwa umożliwiają identyfikację potencjalnych beneficjentów programów rozwojowych, jak również pomiar efektywności tychże programów, jak i ogółu działań instytucji rozwojowych oraz instytucji pozarządowych zajmujących się redukcją ubóstwa. Wybór konkretnej definicji oraz sposobu pojmowania ubóstwa ma fundamentalne znaczenie dla uzyskiwanych wyników tego pomiaru [Carbonaro 1992: 18]. Polityka zwalczania skutków ubóstwa jest praktycznym skutkiem dominujących w danym społeczeństwie koncepcji biedy i jej mierzenia. Koncepcje, definicje i miary ubóstwa przekładają się tym samym na konkretne rozwiązania.

Artykuł ten jest próbą odpowiedzi na pytanie czy monetarne wskaźniki odzwierciedlające minimalną konsumpcję są właściwym narzędziem wyznaczania granicy ubóstwa. Przedmiotem niniejszej pracy jest również porównanie klasycznych definicji ubóstwa, które opierają się głównie na wartości minimalnej konsumpcji z koncepcjami zjawiska biedy, które podkreślają wielowymiarowość i złożoność tego zjawiska. Podstawową hipotezą niniejszego artykułu jest to, że miary i definicje ubóstwa stosowane w głównym nurcie polityki rozwojowej odnoszą się do zjawiska biedy w sposób zbyt uproszczony i redukcjonistyczny. Celem niniejszej pracy jest zaprezentowanie klasycznych sposobów wyznaczania granicy ubóstwa oraz porównanie ich z szerszymi koncepcjami wielowymiarowego zagadnienia, którym jest bieda i wykluczenie społeczne.

1. ZNACZENIE PRECYZYJNEJ DEFINICJI UBÓSTWA I WYKLUCZENIA SPOŁECZNEGO

Rozważanie ubóstwa w sposób abstrakcyjny poprzez przedstawianie go jako zjawiska o charakterze jednoznacznie pejoratywnym, które należy zlikwidować, a przynajmniej ograniczyć, nie wzbudza kontrowersji. Problematyczna jest jednak precyzyjna definicja pojęcia ubóstwa oraz sposobów jego pomiaru. Jest to zagadnienie niezwykle istotne, ponieważ poprawna definicja tego zjawiska jest warunkiem koniecznym podjęcia takich działań, które z jednej strony zahamują rozszerzanie się sfery ubóstwa, a z drugiej zapewnią efektywne wykorzystanie środków przeznaczonych na pomoc dla najuboższych warstw społeczeństwa. Konsensus w kwestii definicji ubóstwa umożliwi wyznaczenie azymutu polityki rozwojowej w przyszłości. Szczególnie teraz zagadnienie to ma nieposłednie znaczenie, ponieważ rok 2015 wyznaczony został jako ostateczny termin realizacji Milenijnych Celów Rozwoju ustalonych w 2000 r. przez Organizację Narodów Zjednoczonych. W obliczu nowej polityki rozwojowej ONZ eradykacja ubóstwa uznana została za wyznacznik postępu i rozwoju ekonomicznego. Pierwszym i często uważanym za najważniejszy Milenijny Cel Rozwoju było ograniczenie o połowę (w stosunku do roku 1990) liczby osób żyjących za mniej

niż 1,25 USD dziennie. Według statystyk Banku Światowego cel ten udało się zrealizować już w roku 2008, głównie dzięki znacznemu wzrostowi dobrobytu w Chinach oraz Indiach.



Wykres 1. Procent światowej populacji żyjącej za mniej niż 1,25\$ dziennie w latach 1981–2008

Źródło: *World Development Report 2009...*, 2009.

Wraz z rokiem 2015, który stanowił termin realizacji Milenijnych Celów Rozwoju Bank Światowy podniósł granice absolutnego ubóstwa do wartości 1,90 USD. Fakt, że arbitralna decyzja Banku Światowego o zmianie wartości koszyka minimalnej konsumpcji w ciągu jednego dnia może zepchnąć setki milionów osób do grupy najuboższych, podczas gdy *de facto* ich poziom życia nie uległ zmianie, budzi spore kontrowersje. Dlatego też zasadnym wydaje się pytanie czy jednakowa dla wszystkich krajów rozwijających się granica minimalnej dziennej konsumpcji jest efektywnym wyznacznikiem sfery ubóstwa i czy zjawisko biedy może być efektywnie mierzone jedynie za pomocą monetarnych wskaźników.

2. KLASYCZNE DEFINICJE UBÓSTWA OPARTE NA MINIMALNYM DOCHODZIE

We wszystkich klasycznych definicjach występujących w literaturze przedmiotu, ubóstwo wiązane jest z faktem niezaspokojenia pewnych potrzeb na pożądanym poziomie [Drewnowski 1977: 183–208]. Definicje te mają na tyle ogólny charakter, że nie wzbudzają większych sporów i są w zasadzie powszechnie akceptowalne. Akceptacja ta wynika jednak z faktu, że pozostawiają one otwartymi podstawowe kwestie będące przedmiotem wielu kontrowersji, a mianowicie które potrzeby należy traktować jako podstawowe oraz jaki po-

ziom ich zaspokojenia należy uznać za pożądaną. Na przestrzeni wieków koncepcja ubóstwa uległa głębokiej ewolucji, niemniej jednak kwestia podstawowych potrzeb oraz poziomu ich zaspokojenia, których kombinacja wyznacza linię ubóstwa, wciąż jest przedmiotem akademickich sporów i debat.

Według najbardziej podstawowej, klasycznej definicji ubóstwo jest „widocznym ograniczeniem dobrobytu” (*pronounced deprivation in well-being*) [World Development Report 2000/2001: *Attacking Poverty...*, 2000: 12]. W potocznym rozumieniu, dobrobyt definiowany jest przede wszystkim jako posiadanie i zarządzanie pewnymi dobrami, dlatego w ramach wyżej przytoczonej definicji – ubodzy, to ci, którzy poprzez ograniczone dochody i konsumpcję znajdują się poniżej pewnego progu, zwanego w literaturze przedmiotu „progiem ubóstwa”. Próg ten definiuje się jako poziom minimalnego dochodu, przy którym gospodarstwo domowe jest w stanie zapewnić podstawowe potrzeby żywieniowe, mieszkaniowe, medyczne czy ubraniowe [Shim i Siegel 1995: 201]. Pojęcie ubóstwa i dobrobytu jest w tym przypadku zredukowane do konkretnego typu konsumpcji. Według takiej interpretacji osoby ubogie pozbawione są dostępu do pewnych podstawowych dóbr konsumpcyjnych, takich jak pożywienie, mieszkanie czy ubrania.

Według tego najbardziej redukcjonistycznego podejścia podstawowe potrzeby ograniczone mogą zostać do pewnej ilości dóbr konsumpcyjnych. Zaletą tego typu spojrzenia na zagadnienie ubóstwa jest niewątpliwie łatwość tworzenia statystyk i porównywania danych w skalach narodowych i międzynarodowych. Niemniej jednak podejście to obarczone jest wieloma wadami – tego typu koncepcje rozpatrują problem ubóstwa w sposób nader wąski i pobieżny, ograniczając je do możliwości konsumpcji dóbr materialnych o określonej wartości. Największe wyzwanie stanowi bowiem znalezienie kompromisu pomiędzy mierzalnością wskaźnika ubóstwa a jego zbytnim uproszczeniem [Maxwell 1992: 2].

Nie ulega wątpliwości, że w celu porównań danych o ubóstwie w skali krajowej i międzynarodowej, jak również monitorowania zmian tego zjawiska oraz oceniania efektywności polityki rozwojowej, potrzebna jest uniwersalna miara, za pomocą której można mierzyć poziom biedy na różnych obszarach świata. Dlatego też by ułatwić badanie i analizę porównawczą tego zjawiska Bank Światowy wyznaczył granicę absolutnego ubóstwa, która mierzona według parytetu siły nabywczej wynosi obecnie 1,90 USD na dzień [www1] i obok wartości PKB *per capita* jest obecnie najbardziej uznawanym i uniwersalnym wskaźnikiem ubóstwa². Ta arbitralnie wyznaczona jednowymiarowa miara kompleksowego problemu ustalana jest przy założeniu, że po uśrednieniu kosztów utrzymania w krajach rozwijających się, da się wyznaczyć minimalną wartość konsumpcji zapewniającej przeżycie. Założenie to podlega jednakże nieustannej krytyce zarówno od strony konceptualnej, jak i metodologicznej. Ze względu na

² W Polsce rolę oficjalnej linii ubóstwa pełni kategoria ustawowej granicy ubóstwa, która uprawnia do ubiegania się o przyznanie świadczeń pieniężnych z pomocy społecznej.

wielkie niespójności związane z tego typu miarami wyznaczania uniwersalnych linii ubóstwa stwarza przestrzeń do nieporozumień i nadużyć w interpretacji wyników. Przede wszystkim uznaje się, że światowym próg ekstremalnego ubóstwa jest zaniżony i w ogromnej liczbie przypadków osoby, których dzienna konsumpcja przewyższa 1,25 USD czy 1,90 USD cały czas mogą znajdować się poniżej progu absolutnego ubóstwa.

Jednym z głównych problemów związanych z wyznaczeniem minimalnej konsumpcji jako absolutnej granicy ubóstwa są geograficzne różnice w poziomach cen produktów znajdujących się w koszyku dóbr podstawowych. Wartość 1,90 USD musi być wyrażona w walutach krajowych i w tym celu wyliczana jest według parytetu siły nabywczej, czyli w oparciu o porównanie cen sztywno ustalonego koszyka towarów i usług w różnych krajach w tym samym czasie. Jednakże w zestaw dóbr tego koszyka wchodzi produkty, które nie są konsumowane przez osoby najuboższe, co zniekształca obraz wartości minimalnej wyrażanej w kategoriach siły nabywczej [Reddy i Pogge 2002: 11]. Ponadto takie przeliczenia nie uwzględniają niejednokrotnie znaczących różnic w cenach na obszarach wiejskich i miejskich oraz faktu, że osoby ubogie płacą często wyższe ceny jednostkowe za dobra ponieważ nie są zdolne nabywać ich w znacznych/hurtowych ilościach [Reddy i Pogge 2002: 12].

Ponadto zjawisko głębokiej biedy i wykluczenia społecznego nie jest ograniczone jedynie do krajów ubogich, lecz istnieje również w społeczeństwach relatywnie zamożnych, gdzie konsumpcja osób najuboższych znacznie przewyższa wartość 1,90 USD na dzień. Wiele niedostatków takich jak: niedożywienie, pogwałcenie podstawowych swobód politycznych, szeroko występujące lekceważenie potrzeb kobiet i ich roli, coraz większe zagrożenie dla środowiska naturalnego, a także stabilność życia społecznego i ekonomicznego, obserwować można również w bogatych krajach [Sen 2002: 22]. W przypadku tych krajów granica ubóstwa oparta na dziennej konsumpcji nie przekraczającej 1,25 USD nie jest odpowiednia.

3. SZEROKIE DEFINICJE UBÓSTWA

Szerokie definicje ubóstwa nie pomijają aspektu minimalnego dochodu, lecz odnoszą się również do fundamentalnych praw człowieka i ludzkiej godności, dlatego też uwzględniają sytuacje, które nie są wyłączone dla stanu bycia biednym, lecz są z nim związane [Lister 2007: 17]. Dlatego też bliżej im do konceptualizacji niż ścisłych definicji, jednakże nie można nie doceniać ich znaczenia, ponieważ pozwalają one uniknąć zawężeń i uproszczeń w rozumieniu problemu biedy. Szczególnie sposoby rozumienia ubóstwa czerpane z podejścia jakościowego i uczestniczącego uwypuklają często aspekty, które znajdują się poza definicjami opartymi na dochodzie i materialnym poziomie życia i które

mogą być trudne do zmierzenia w badaniach ankietowych stworzonych z myślą o śledzeniu trendów w czasie i przestrzeni [Lister 2007: 18]. Posługiwanie się jedynie miarami opartymi na dochodzie sprzyja technokratycznemu podejściu do walki z ubóstwem i utrudnia głębsze zrozumienie jego złożoności oraz przyjmowanie empatycznej postawy wobec osób dotkniętych ubóstwem.

3.1. Koncepcja ubóstwa relatywnego Petera Townsenda

Szersze spojrzenie na koncepcje ubóstwa zaprezentował pod koniec lat 70. XX w. angielski socjolog – Peter Townsend, który podkreślał, że ubóstwo ma charakter relatywny, a nie absolutny. Co więcej Townsend twierdził, że ubóstwo nie polega na ograniczonych dochodach, lecz na braku możliwości pełnej partycypacji społecznej osób o niskich dochodach. Według niego ubóstwo stanowi bowiem brak wystarczających zasobów potrzebnych, by zaspokoić społecznie uznane potrzeby i uczestniczyć w życiu ogółu społeczeństwa [Feragina i in. 203: 6]. Taka definicja ubóstwa, kładąc duży nacisk na jego niematerialny wymiar, bliższa jest koncepcji społecznego wykluczenia, traktując ubóstwo jako nie tylko niekorzystne materialne położenie, lecz również jako szkodliwą relację społeczną. Wykluczenie społeczne nie powinno być jednak traktowane jako synonim ubóstwa. Brak możliwości zaspokojenia podstawowych potrzeb może być utożsamiany z ubóstwem wyłącznie wtedy, jeżeli jest on wynikiem braku odpowiednich zasobów finansowych. Z drugiej strony, ubóstwo nie jest przyczyną każdego wykluczenia społecznego, dlatego powinno być tym samym traktowane jako finansowy wymiar wykluczenia społecznego [Panek i Zwierzchowski 2013: 10].

Z koncepcją Townsenda związane jest pojęcie „deprywacji relatywnej”, czyli sytuacji, w której ludzie nie mogą osiągnąć w ogóle lub w wystarczającym stopniu warunków życia, czyli sposobu odżywiania, wygod, standardów i usług, które pozwoliłyby im odgrywać takie role, uczestniczyć w takich relacjach oraz przejawiać takie powszechne przyjęte zachowania, jakich się od nich oczekuje z racji tego, że są członkami danego społeczeństwa [Townsend 1993: 36]. Tam, gdzie do deprywacji relatywnej dochodzi z uwagi na niewystarczające zasoby materialne, można mówić o biedzie. Na takim rozumieniu ubóstwa opiera się między innymi definicja przyjęta przez Komisję Europejską. Sedno tego podejścia zawiera się w fakcie, że aby ustalić czy dany człowiek żyje w biedzie trzeba porównać warunki jego życia z sytuacją innych członków danego społeczeństwa.

W ramach tej koncepcji zdefiniować można biedę w społeczeństwach krajów wysokorozwiniętych, w których nieustanny postęp przemysłowy i technologiczny „kreuje” nowe formy biedy. W społeczeństwie Polski za biedną uznamy osobę o niewystarczających zasobach by zapewnić sobie telefon osobisty, w społeczeństwie amerykańskim za ubogich uznaje się osoby, których nie stać

na samochód, natomiast w XVIII-wiecznej Anglii (na co w swoich pracach zwracał uwagę sam Adam Smith) była to osoba, która nie mogła pozwolić sobie na zakup płóciennej koszuli, co wcale nie oznacza, że w innym kontekście historycznym bądź społeczno-kulturowym osoba bez środków na telefon, samochód czy koszulę będzie uznawana za biedną.

U podstawy rozróżnienia ubóstwa relatywnego i absolutnego leży kwestia rozumienia ludzkich potrzeb i próba odpowiedzi na pytanie czy są wynikiem społecznej konstrukcji czy też istnieją obiektywne ludzkie potrzeby wolne od społecznego, historycznego lub kulturowego kontekstu. Peter Townsend twierdzi, że nawet fizjologicznych potrzeb człowieka, takich jak odżywianie, nie można rozpatrywać w oderwaniu od kontekstu kulturowego. Po pierwsze koszty spożywanej żywności zależą od ról społecznych, zwyczajów żywieniowych oraz rodzaju jedzenia, które jest społecznie dostępne. Po drugie sam proces jedzenia stanowi nie tylko potrzebę fizjologiczną, lecz również kulturową – by realizować swoje podstawowe potrzeby zachowania godności i uczestnictwa w społeczeństwie, jego jednostki muszą utrzymywać obowiązujące wzorce żywieniowe, nie tylko dostarczać swoim organizmom określoną ilość kalorii. Townsend posługuje się w swoich rozważaniach przykładem herbaty, której picie stanowi dla członków angielskiego społeczeństwa potrzebę kulturowo-społeczną a nie fizyczną. Co więcej, nawet najprostsze potrzeby fizyczne też uwarunkowane są kulturowo – np. w różnych kręgach kulturowych pojęcie „schronienia” uwzględnia nie tylko klimat i temperaturę, lecz również opinię społeczeństwa na temat tego do czego to schronienie powinno się nadawać [Townsend 1993: 135].

Ubóstwo względne mierzy się w odniesieniu do ogólnego standardu życia w danym społeczeństwie. Według tego podejścia ubóstwo definiuje się kulturowo i dlatego nie należy go mierzyć jednakową miarą, bo ludzie nie wszędzie mają jednakowe potrzeby. Uznaje się jednakże uniwersalne potrzeby absolutne, lecz sposoby ich zaspokojenia zależą od kulturowych i historycznych aspektów. Podstawowe potrzeby materialne i społeczne w różnych społeczeństwach są takie same, nawet gdy są zaspokajane odmiennie w zależności od zasad danego kręgu kulturowego. U podstaw nieredukowalnego rdzenia biedy, który da się wyrazić w kategoriach absolutnych i uniwersalnych leżą zdrowie fizyczne niezbędne do społecznej partycypacji, autonomia działania, zdolność dokonywania świadomych wyborów. Uniwersalnymi środkami zapewnienia możliwości realizowania tych potrzeb jest dostęp do wody i pożywienia odpowiedniego pod względem składników odżywczych, bezpieczeństwo ekonomiczne, odpowiednie schronienie, dostęp do podstawowej edukacji.

Znaczenie biedy w krajach rozwiniętej Północy często dewaluowane jest poprzez porównanie z głęboką nędzą, której doświadczają osoby żyjące w krajach globalnego Południa. Osoby dotknięte ubóstwem w krajach wysokorozwiniętych często same relatywizują swoje położenie twierdząc, że bieda, która ich dotyka jest innego rodzaju i innych rozmiarów niż ta „prawdziwa” bieda w kra-

jach globalnego Południa [Beresford i in. 1999: 61]. Jednakże należy pamiętać, że pomimo różnic w absolutnych wielkościach zasobów pozwalających realizować role społeczne, ubóstwu zawsze towarzyszy zaniżone poczucie własnej wartości, wstyd i frustracja – niezależnie od szerokości geograficznej. Nawet w zamożnych społeczeństwach krajów globalnej Północy bieda oznacza jak najbardziej rzeczywisty niedostatek i cierpienie.

Nie można również zapominać o konieczności uznania perspektywy osób najuboższych w tworzeniu strategii walki z ubóstwem, tworząc koncepcję, według której nie można zwalczyć nędzy bez jednoczesnego uznania najbiedniejszych za partnerów [Wresinski 1987: 16]. Obowiązujące koncepcje i definicje ubóstwa tworzone są przez ludzi zamożnych i niemal wszystkie obowiązujące we współczesnym dyskursie akademickim konceptualizacje odzwierciedlają sposoby rozumienia biedy właściwe dla uprzywilejowanych grup społecznych posiadających większą władzę niż osoby dotknięte ubóstwem. Bardzo często zdarza się, że z dialogu o ubóstwie wykluczeni są ci, których problem ten bezpośrednio dotyczy. Osoby dotknięte ubóstwem bardzo rzadko mają możliwość prezentacji swoich poglądów i udziału w dyskusji o problemie ubóstwa, który w największym stopniu dotyka właśnie ich. Traktowanie osób dotkniętych biedą jako bierny przedmiot uwagi, któremu towarzyszy czysto semantyczna i statystyczna dyskusja pozbawiona konstruktywnych wniosków przyczynia się do amplifikacji problemu, a nie jego rozwiązania. Z tego powodu w badaniach ubóstwa coraz częściej podkreśla się potrzebę brania pod uwagę tego, co według samych ludzi dotkniętych biedą stanowi najlepsze jej wskaźniki, mogące posłużyć jako miary [Bennett i Roche 2000: 12].

3.2. Wielowymiarowa definicja ubóstwa Amartya Sena

Pojęcie ubóstwa może być również rozpatrywane w szerszym kontekście – jako zdolność jednostki do poprawnego funkcjonowania w danej społeczności. Alternatywne spojrzenie na kwestię niskiego dochodu i jego roli w definicji ubóstwa, które zaprezentował Amartya Sen, wywarło niezwykle istotny wpływ na refleksję teoretyczną i przyczyniło się do zmiany paradygmatu rozwoju oraz przesunięcia środka ciężkości pomiędzy mirami związanymi jedynie ze wzrostem gospodarczym i PKB w kierunku jakości życia i możliwości wyboru. Opierając się na teorii Sena Organizacja Narodów Zjednoczonych tworzy Indeks Rozwoju Społecznego – miernik opisujący efekty w zakresie społeczno-ekonomicznego rozwoju poszczególnych krajów.

W swojej koncepcji ubóstwa Amartya Sen cofa się o krok w rozważaniach o dochodzie, definiując go nie jako cel sam w sobie, lecz jedynie niezwykle istotny środek do osiągnięcia celu nadrzędnego – godnego poziomu życia jakie człowiek może prowadzić oraz możliwości i wyborów dostępnych dla niego

podczas tego życia. Dwa podstawowe filary, na których opiera się ta teoria to *funkcjonowanie* oraz *możliwości*.

Funkcjonowanie odnosi się do tego, co dana osoba jest w stanie robić. Sposoby funkcjonowania mogą mieć różnorodny charakter, zaczynając od najbardziej podstawowych takich jak właściwe odżywianie się czy też życie w zdrowiu, po złożone czynności i stany jak np. możliwość uczestniczenia w życiu społecznym czy poczucie własnej godności [Panek 2007b: 3].

Możliwości odnoszą się do tego co dana osoba może robić lub kim może być – innymi słowy jest to zakres wyborów, które są jej dostępne.

W tej koncepcji kluczowe znaczenie ma wolność jednostki do prowadzenia życia, które jest powszechnie cenione. Sen ukazuje ludzi jako jednostki mające moc sprawczą, dla których podstawą jest wolność związana z możliwością dokonywania wyborów dotyczących tego kim chcą być, co chcą robić oraz jak wykorzystują dostępne im zasoby. Ubóstwo w tym ujęciu jest ograniczeniem tychże możliwości. Podejście to zawiera pojęcia „dobrostanu” i „jakości życia”, które według Sena należy oceniać w kategoriach możliwości osiągnięcia funkcjonowania uznawanego za wartościowe [Sen 1993: 31].

Przy definiowaniu ubóstwa jako braku możliwości należy jednakże pamiętać, że ograniczenia możliwości nie zawsze wynikają z niskiego dochodu. Bieda jest niezwykle istotnym, lecz jedynie jednym z wielu czynników obniżających jakość życia i uniemożliwiających życie w dobrostanie. Dlatego zasadnym wydają się pytanie o nazywanie ubóstwem ograniczenia możliwości jednostki, które nie ma żadnego związku z niskimi dochodami. Sam Sen wprowadził pojęcie biedy zależnej od dochodów oraz biedy zależnej od możliwości, która niekoniecznie związana być musi z brakiem zasobów materialnych.

W takim spojrzeniu na kwestie ubóstwa kluczowe znaczenie mają nie same dobra (towary i usługi), lecz ich właściwości umożliwiające określone sposoby funkcjonowania poszczególnych jednostek. Ubóstwo to nie tylko brak wystarczających dochodów, lecz także brak możliwości zaspokojenia podstawowych w danym kontekście potrzeb życiowych. Potrzeby te mogą się różnić w zależności od wieku, płci, stanu zdrowia, stopnia sprawności czy nawet przemiany materii i rozmiaru ciała. Są one również silnie zakorzenione w kontekście społecznym i historycznym. Takie podejście do związku pomiędzy potrzebami a ubóstwem nie jest nowe – sam Adam Smith zwracał uwagę, że ubóstwo kreowane jest przez brak realizacji potrzeb i to nie tylko tych, które związane są z utrzymaniem się przy życiu. Adam Smith podawał przykład angielskiego robotnika, który uznany zostanie za biednego jeśli nie będzie mógł zrealizować potrzeby zakupu płóciennej koszuli. Taka potrzeba nie jest związana z koniecznością utrzymania się przy życiu, płócienna koszula nie jest artykułem pierwszej potrzeby, ma też tańsze substytuty. Jednakże według wzorców kulturowych XVIII-wiecznej Anglii brak możliwości realizacji zakupu płóciennej koszuli równo-

znaczny był z ubóstwem oraz związanym z nim wstydem, brakiem poczucia własnej wartości oraz bezsilnością.

Takie społeczne i kulturowe uwarunkowanie potrzeb jest bardzo wyraźne w kontekście nowoczesnych społeczeństw konsumpcyjnych krajów wysoko rozwiniętych, w których osoby biedne zostały przekształcone w „wybrakowanych konsumentów” [Bauman 2006: 18]. W kulturze społeczeństw konsumpcyjnych, między innymi poprzez wszechobecne i agresywne reklamy, jednostka definiowana jest poprzez pryzmat tego co posiada. Przedmioty zaś definiowane są często wedle tego, co oznaczają, niż wedle tego, do czego służą – ludziom je nabywającym chodzi o uczestnictwo, przynależność do jakiejś wspólnoty, związki międzyludzkie, poczucie własnej wartości.

3.3. Dwupoziomowa definicja ubóstwa

By umożliwić analizę zagadnienia ubóstwa bez odrzucenia którejkolwiek z wyżej wymienionych teorii, w 1995 r. na Światowym Szczycie w Kopenhadze, Organizacja Narodów Zjednoczonych wprowadziła dwupoziomą miarę ubóstwa – absolutnego i ogólnego.

Według tej koncepcji ubóstwo absolutne to brak możliwości zaspokojenia podstawowych potrzeb ludzkich obejmujących żywność, wodę pitną, urządzenia sanitarne, zdrowie, mieszkanie i informację. Zależy ono tym samym od ich dostępu do podstawowych usług, który w niektórych sytuacjach nie zależy wyłącznie od ich dochodów. Jedną z podstawowych technik pomiaru ubóstwa w ramach tej definicji jest wyznaczanie granicy ubóstwa na podstawie cen produktów niezbędnych do życia w danym kraju. Za ubogie uznaje się te gospodarstwa domowe, których dochód kształtuje się poniżej tej granicy [Panek 2007a: 259].

Ubóstwo ogólne jest natomiast szerszą kategorią, która zawiera różne przejawy biedy, takie jak brak dochodów i zasobów produkcyjnych wystarczających do zapewnienia stabilnych środków do życia, dyskryminację społeczną, wykluczenie, brak udziału w podejmowaniu decyzji w życiu obywatelskim, społecznym i kulturalnym [Deklaracja i Program..., 1997: 6]. Związane jest ono nie tylko z brakiem dostępu do podstawowych artykułów i usług, lecz również z brakiem możliwości uczestnictwa w podejmowaniu decyzji oraz w życiu obywatelskim, społecznym i kulturalnym. To spojrzenie na kwestie ubóstwa jest tym samym bliższe koncepcji Amartya Sena i Petera Townsenda.

Taka dwupoziomowa definicja ubóstwa miała stać się alternatywą wobec monetarnych wskaźników minimalnej dziennej konsumpcji oraz pomostem pomiędzy krajami wysokoprzemysłowymi i rozwijającymi się, gdzie ubóstwo przybiera często formy tak od siebie różne, że porównanie ich dostarcza dużych trudności.

3.4. Alternatywne miary ubóstwa i dobrobytu – koncepcja indeksu GNH (*Gross National Happiness*)

We współczesnej polityce rozwojowej oraz badaniach naukowych na temat ubóstwa istnieje wyraźna tendencja do przeszacowywania roli przypisywanej poziomowi dochodów we wzroście satysfakcji z życia. Badania pokazały, że możliwe jest wyjście poza granicę ubóstwa, któremu nie towarzyszy zauważalny przyrost satysfakcji życiowej [www2, dostęp: 07.09.2009]. Wzrost dochodów należy traktować nie jako cel sam w sobie, lecz jedynie środek prowadzący do celu. Dlatego niezwykle istotne jest, aby podczas walki z ubóstwem koncentrować się nie tylko na czynnikach dochodowych. Tego typu poglądy w naszym kręgu kulturowym zaliczane są wciąż do nurtu ekonomii heterodoksyjnej, lecz istnieją na świecie państwa, w których polityce tenże system wartości stanowi fundament. Wiodącą rolę w implikowaniu alternatywnych koncepcji wobec rozwoju gospodarczego i polityki ekonomicznej odgrywają rządy krajów Ameryki Łacińskiej oraz Azji [Radcliffe 2012: 242]. Jednym z jaskrawych przykładów tego typu działań jest polityka *Sumak Kawsay*, którą rząd Ekwadoru wprowadza w życie społeczno-gospodarcze kraju oraz indeks GNH stosowany przez rząd Bhutanu zamiast konwencjonalnej miary Produktu Krajowego Brutto.

Pozadochodowe oceny poziomu dobrobytu zostały wprowadzone w Bhutanie w 1972 r. z inicjatywy króla Bhutanu Jigme Singye Wangchucka. GNH (*Gross National Happiness*) – Produkt Narodowy Szczęścia – opiera się nie tylko na wskaźnikach ekonomicznych, dochodach i wzroście gospodarczym, lecz również na wskaźnikach spodziewanej długości życia i sytuacji ekologicznej, ale przede wszystkim na opiniach mieszkańców Bhutanu na temat własnej sytuacji życiowej [www3]. Wskaźnik ten jest główną miarą rozwoju kraju, do którego konstytucji został włączony zapis o „priorytecie maksymalizacji satysfakcji życiowej obywateli oraz umożliwienia im osiągnięcia pełnego potencjału istot ludzkich” [Alkire i in. 2008: 2].

Koncepcja indeksu GNH opiera się na założeniu, że zrównoważony rozwój powinien być mierzony w sposób całościowy i zawierać również pozadochodowe miary dobrobytu. Dlatego też indeks ten zawiera dziewięć filarów, które mierzą podstawowe wartości, takie jak [Alkire 2010: 3]:

- 1) sprawiedliwe zarządzanie,
- 2) standardy życia,
- 3) dobre samopoczucie,
- 4) edukacja,
- 5) zdrowie,
- 6) zarządzanie czasem,
- 7) zrównoważony rozwój socjo-ekonomiczny,
- 8) różnicowanie kulturowe,
- 9) różnorodność środowiskowa.

Według tej koncepcji każda z wyżej wymienionych kategorii ma wpływ na dobrobyt obywateli Bhutanu. Miara ta jest w stanie ukazać mu nie tylko zakres ubóstwa, lecz również nastroje społeczne. Rząd Bhutanu prowadzi politykę maksymalizacji wzrostu we wszystkich wyżej wymienionych kategoriach uznając tym samym supremację indeksu GNH nad konwencjonalnym indeksem PKB.

PODSUMOWANIE

Istnieją dwa sposoby opisu warunków i jakości życia społeczeństwa – jeden oparty jest na wskaźnikach monetarnych, np. takich jak minimalna dzienna konsumpcja, drugi sięga do takich elementów jak brak udziału w podejmowaniu decyzji, nieposzanowanie godności, wstydu, bezsilności, niskiego poczucia własnej wartości czy podatności na przemoc. Czynniki te są trudno mierzalne, a poza tym mogą być związane nie tylko z faktem ograniczonych zasobów finansowych, według wielu autorów są jednak sednem ubóstwa, którego nie można ograniczać do minimalnej wartości konsumpcji. Ubóstwo bowiem kreowane jest przez brak realizacji potrzeb i to nie tylko tych, które da się wyrazić za pomocą wskaźników monetarnych. Te dwa sposoby opisu społeczeństwa powinny więc być traktowane komplementarnie, uzupełniać się i wzajemnie korygować.

Kwestia koncepcji, definicji i miar ubóstwa ma fundamentalne znaczenie dla oceny efektywności działań zmierzających do eradykacji ubóstwa. W kontekście teorii takich badaczy jak Amartya Sen czy Twonsend bezsprzecznym wydaje się fakt, że aby prawidłowo ocenić rolę polityki rozwojowej nie można rozpatrywać efektów ich działania jedynie poprzez pryzmat zmian dochodów, lecz również w szerszym ujęciu inkluzji społecznej oraz zmian możliwości partycypacji społecznej.

Ocena sfery ubóstwa wyłącznie ze względu na sytuację dochodową gospodarstw domowych nie jest wystarczająca. Włączenie do niej zmiennych pozadochodowych, które odnoszą się do różnych obszarów ubóstwa znacznie wzbogaca analizy przeprowadzane w ujęciu klasycznym. Satysfakcja z życia / szczęście jednostek żyjących w społeczeństwie skorelowana jest z wieloma czynnikami i sprowadzanie go do statusu materialnego byłoby niedopuszczalnym uproszczeniem. Dlatego programy rozwojowe i pomocowe winny koncentrować się nie tylko na poziomie przychodów ich beneficjentów, lecz również (jeśli nie przede wszystkim) na poprawie jakości na różnych płaszczyznach ich życia.

BIBLIOGRAFIA

- Alkire S., 2010, *Gross National Happiness Index Explained in Detail*, Center for Bhutan Studies, Thimphu.
- Alkire S., Ura K., Santos M., 2008, *Gross National Happiness and Poverty in Bhutan: Applying the GNH Index Methodology to explore Poverty*, OPHI.
- Bauman Z., 2006, *Praca, konsumpcjonizm i nowi ubodzy*, WAM, Kraków.
- Beresford P., Green D., Lister R., 1999, *Poverty first hand*, Child Poverty Action Group.
- Bennett F., Roche C., 2000, *Developing Indicators: The scope for participatory approaches*, „Oxfam GB New Economy”, nr 7.
- Carbonaro G., 1992, *Major Problems in the Measurement of Poverty, an Overview*, [w:] *Poverty Measurement for Economies in Transition in Eastern European Countries*, Polish Statistical Association, Warszawa.
- Czapiński J., Panek T., 2011, *Diagnoza społeczna 2011 – warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa.
- Deklaracja i Program Działań Światowego Szczytu Rozwoju Społecznego w Kopenhadze*, 1997, IPiSS, Warszawa.
- Drewnowski J., 1977, *Poverty: Its Meaning and Measurement*, „Development and Change”, nr 8.
- Ferragina E., Tomlinson M., Walker R., 2013, *Poverty, participation and choice – the legacy of Peter Townsend*, Joseph Rowntree Foundation, York.
- Lister R., 2007, *Bieda*, Wydawnictwo Sic!, Warszawa.
- Maxwell S., 1992, *The Meaning and Measurement of Poverty*, „ODI Poverty Briefing”, nr 3.
- Panek T., 2007a, *Statystyka społeczna*, PWE, Warszawa.
- Panek T., 2007b, *Ubóstwo i nierówności, dylematy pomiaru*, Instytut Statystyki i Demografii SGH, Warszawa.
- Panek T., Zwierzchowski J., 2013, *Porównawcza analiza sfery ubóstwa w krajach UE w ujęciu regionalnym*, „Zeszyty Naukowe – Instytut Statystyki i Demografii”, nr 35.
- Radcliffe S., 2012, *Development for a postneoliberal era? Sumak kawsay, living well and the limits to decolonisation in Ecuador*, „Geoforum”, nr 43.
- Reddy S., Pogge T., 2002, *How Not to Count the Poor* [w:] *Debates on the Measurement of Poverty*, Oxford University Press.
- Sen A., 1993, *Capability and wellbeing*, [w:] *The Quality of Life*, Clarendon Press.
- Sen A., 2002, *Rozwój i wolność*, Zysk i S-ka, Poznań.
- Shim J. K., Siegel J. G., 1995, *Dictionary of Economics. Business Dictionary Series*, John Wiley & Sons, New York.
- Townsend P., 1993, *The International Analysis of Poverty*, Harvester Wheatsheaf.
- World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty*, 2000, World Bank, Waszyngton.
- World Development Report 2009, 2009*, World Bank, Waszyngton.
- Wresinski J., 1987, *Grande pauvreté et précarité économique et sociale*, „Journal officiel de la République française”.
- [www1] <http://www.cnn.com/2015/09/23/planets-poor-set-to-swell-as-world-bank-revises-poverty-line.html>
- [www2] <http://www.sciencedaily.com/releases/2009/09/090907142345.htm>, 7.09.2009
- [www3] <http://pl.delfi.lt/opinie/opinie/radczenko-pkb-szczescia-nie-daje.d?id=58650463#ixzz1uyLFGBCD>

THE MEANING OF THE POVERTY DEFINITION IN DETERMINING THE POVERTY LINE

The article reviews main approaches to the definition and measurement of poverty. It argues the definition of poverty does matter for poverty eradication strategies and has different implications for targeting beneficiaries. Author of this article underline that monetary definition of poverty line is not sufficient and it should be strengthen by concepts of capability, social exclusion and participatory approaches. The purpose of this article is to show that poverty is a complex and multidimensional phenomenon that can not be describe only by monetary factors.

Key words: poverty, poverty line, definition of poverty, social exclusion, relative poverty, absolute poverty.

OCHRONA NIEZAMOŻNYCH KONSUMENTÓW NA RYNKU USŁUG FINANSOWYCH

Krzysztof Cwiela*, Marta Maciejasz-Świątkiewicz**

Streszczenie:

Opracowanie stanowi próbę odpowiedzi na pytanie, czy ochrona osób niezamożnych na rynku usług finansowych powinna być realizowana odrębnie w stosunku do powszechnie obowiązujących zasad oraz jakie elementy powinna obejmować ta ochrona? Ponadto – jakie podmioty powinny jej udzielać – czy te, które już istnieją na rynku, czy inne, nowe? Problem ochrony osób niezamożnych wynika stąd, że w dużej mierze osoby te są wykluczone z rynku podstawowego (*mainstream market*), objętego ochroną prawną. Część osób korzysta z oferty rynku alternatywnego, czy wręcz nieformalnego. Wydaje się więc, że dodatkowa ochrona osób niezamożnych powinna być ukierunkowana na te właśnie obszary rynku usług finansowych.

Słowa kluczowe: ochrona konsumentów, potrzeby finansowe, rynek usług finansowych.

JEL Class: D18, D14, G29.

WPROWADZENIE

Wśród odbiorców usług finansowych coraz liczniejszą grupę stanowią osoby niezamożne, które ze względów ekonomicznych, organizacyjnych, posiadającego doświadczenia czy umiejętności – będąc słabszą stroną stosunku prawnego w relacjach z profesjonalnymi uczestnikami rynku finansowego (instytucjami finansowymi) – powinny być objęte skuteczną ochroną prawną. Konieczność ochrony tej kategorii konsumentów na rynku usług finansowych wynika przede wszystkim z występowania asymetrii informacji pomiędzy nimi a dostawcami

* Doktor, Uniwersytet Opolski.

** Doktor habilitowany, Uniwersytet Opolski.

usług finansowych, co stawia tych pierwszych w sytuacji niekorzystnej. Niezbędne wydaje się więc tworzenie takich regulacji prawnych, które zapewnią konsumentom (w tym osobom niezamożnym) pełną zdolność decydowania w zakresie zawieranych umów dotyczących określonych produktów i usług finansowych, zwiększą zakres ich wiedzy, a co za tym idzie – umożliwią swobodne uczestniczenie w rynku usług finansowych, nie narażając ich na nieuczciwe praktyki niektórych instytucji finansowych. Ochrona osób niezamożnych powinna sprowadzać się nie tyle do zabezpieczenia ich przed podejmowaniem złych decyzji, ile na umożliwieniu im dokonywania świadomych decyzji w odniesieniu do usług finansowych, przy znajomości wiążących się z nimi szans i rodzajów ryzyka (edukacja finansowa konsumenta) [*Komunikat Komisji...*, 18.12.2007: 3]. Biorąc pod uwagę te kwestie, celem artykułu jest odpowiedź na pytanie, czy ochrona osób niezamożnych na rynku usług finansowych powinna być realizowana odrębnie w stosunku do powszechnie obowiązujących zasad ochrony oraz jakie elementy powinna obejmować w ramach rynku podstawowego, alternatywnego i nieformalnego? Ponadto – jakie podmioty powinny jej udzielać – czy te, które już istnieją na rynku, czy inne, nowe?

1. SPECYFIKA POTRZEB FINANSOWYCH OSÓB NIEZAMOŻNYCH¹

Zdaniem niektórych znawców rynku finansowego, wspólnie osoba indywidualna nie jest w stanie prawidłowo funkcjonować bez dostępu do niektórych usług i produktów finansowych. Osoby, które nie posiadają rachunku, nie są bowiem postrzegane przez banki (i nie tylko) jako wiarygodne i przez to tracą możliwość korzystania z innych produktów, np. kredytów czy pożyczek. Wobec faktu niekorzystania z usług finansowych, są w większym stopniu narażone na wykluczenie społeczne – z jednej strony, ze względu na niskie dochody, a z drugiej – wskutek braku możliwości ich powiększenia, dzięki zewnętrznym, legalnym źródłom, z których korzystanie jest objęte ochroną prawną [Korenik 2006: 57–58].

Jednocześnie osoby o niskich dochodach wskazują na ważność posiadania podstawowych produktów finansowych w różnych obszarach codziennego życia [Kempson i Whyley 1999: 23]:

– w ramach zarządzania pieniędzmi, rachunek bankowy jest niezbędny, aby: wpłacać na niego wynagrodzenia, przechowywać pieniądze, wykorzystać je, gdy są potrzebne, korzystać z bezgotówkowych narzędzi płatniczych, mieć możliwość zaciągania krótkookresowych kredytów i pożyczek w sytuacji braku środków własnych, dokonywać zapłaty rachunków automatycznie, w formie zleceń stałych,

¹ W opracowaniu przez osoby niezamożne rozumie się osoby o niskich dochodach.

- w ramach nabywania dóbr, aby: zaciągnąć kredyt na droższe dobra, oszczędzać na zakup droższych dóbr,
- w ramach budowania średniookresowego zabezpieczenia, aby: zabezpieczyć się przed skutkami utraty pracy, mieć możliwość wymiany aktywów, które uległy zniszczeniu,
- w ramach budowania długookresowego zabezpieczenia, aby: zabezpieczyć rodzinę, w razie gdyby coś się stało, zabezpieczyć siebie na starość, zabezpieczyć przyszłość swoich dzieci.

Wiąże się to z istnieniem różnych potrzeb finansowych, które nie mają charakteru jednorodnego i obejmują następujące kategorie szczegółowe:

- potrzeby związane z dostępnością gotówki, dotyczące posługiwania się pieniędzem o najwyższym stopniu płynności,
- potrzeby związane z zabezpieczeniem posiadanego majątku, dotyczące mienia i utraty jego wartości w czasie,
- potrzeby związane z przesyłaniem pieniędzy, dotyczące transferu środków pomiędzy podmiotami,
- potrzeby związane z opóźnieniem zapłaty, dotyczące korzystania z kredytów i pożyczek,
- potrzeby związane z doradztwem finansowym, dotyczące zwiększonego zapotrzebowania na informacje i porady w celu optymalizacji decyzji nabywczych [Rytelewska 2005: 23–24].

Przedstawione potrzeby szczegółowe układają się hierarchicznie. U podłoża tej hierarchii leżą potrzeby związane z bieżącą gospodarką finansową, do których wykorzystuje się najbardziej płynne postacie pieniądza. Z zaspokojeniem tych potrzeb wiąże się niskie ryzyko, a zatem dostępne są one również dla podmiotów o niewielkiej znajomości problematyki finansowej. Przechodzenie na wyższe poziomy hierarchii związane jest z zaspokojeniem potrzeb leżących u podstaw, a także zwiększaniem stopnia świadomości podmiotu i skłonności do podejmowania bardziej ryzykownych działań. O tym, na który szczebel hierarchii potrzeb finansowych wejdzie gospodarstwo domowe, decyduje przede wszystkim poziom jego zamożności, ale także świadomość ekonomiczna, która jest uwarunkowana wieloma czynnikami, m.in. poziomem i rodzajem wykształcenia czy statusem ekonomicznym [Świecka 2008: 92–105].

Zdaniem A. Jain i G. Hall podstawową grupą potrzeb są te, związane z bieżącym operowaniem pieniędzmi, do czego konieczne jest posiadanie rachunku bankowego. W drugiej kolejności znajduje się potrzeba dysponowania narzędziami do dokonywania płatności drogą elektroniczną. Na trzecim poziomie znajduje się potrzeba zaciągania zobowiązań i korzystania z instrumentów z tym związanych, następnie potrzeba oszczędzania i/lub inwestowania, a na samym końcu – potrzeba ubezpieczania [Jain i Hall 2012: 2]. A zatem w tym ujęciu, korzystanie z zewnętrznych źródeł finansowania jest ważniejsze niż umiejętność samodzielnego generowania zasobów. Również ubezpieczanie się jest potrze-

gane jako potrzeba wyższego rzędu. Wydaje się, że w odniesieniu do gospodarstw o niskich dochodach, produkty tej kategorii odgrywają bardziej znaczącą rolę, jako sposób zabezpieczenia się na wypadek różnych okoliczności.

W odniesieniu do osób niezamożnych należy stwierdzić, że zgodnie ze zgłaszaną przez nie ważnością potrzeb, kluczową rolę odgrywają te, leżące u podłoża piramidy, tj. potrzeby związane z bezpiecznym gospodarowaniem pieniędzmi, a także potrzeby dotyczące bezpiecznego zaciągania zobowiązań i ubezpieczania się. I nie chodzi tutaj tylko o cenę, ale przede wszystkim o „rozumiałość” produktu. Oznacza to, że oferta usług finansowych dla osób niezamożnych powinna skupiać się na produktach najprostszych w konstrukcji, a przez to najbardziej przejrzystych, które stworzą swoisty pakiet usług podstawowych. Niezakłócone z niego korzystanie może stanowić zachętę do nabywania bardziej zaawansowanych produktów i usług finansowych.

Problem dotyczący ochrony osób niezamożnych wynika stąd, że w dużej mierze osoby te są wykluczone z rynku podstawowego (*mainstream market*), objętego ochroną prawną. Część osób korzysta z oferty rynku alternatywnego, czy wręcz nieformalnego. Wydaje się więc, że dodatkowa ochrona osób niezamożnych powinna być ukierunkowana na te właśnie obszary rynku usług finansowych.

2. SPECYFIKA OCHRONY OSÓB NIEZAMOŻNYCH

Produkty finansowe skierowane do gospodarstw domowych o niskich dochodach powinny być dostosowane do ich potrzeb i możliwości, zarówno tych o charakterze ekonomicznym (cena), fizycznym (kanały dystrybucji), jak i psychologicznym (sposób oferowania). W szczególności, powinny być mniej kosztowne, a korzystanie z nich mniej czasochłonne. Duże znaczenie ma również zaufanie, jakim osoby o niskich dochodach obdarzają instytucje oferujące im usługi, jak postrzegają poziom bezpieczeństwa korzystania z nich, a także to, w jakim stopniu – zdaniem tych osób – instytucje finansowe starają się zrozumieć ich potrzeby [Collard i in. 2003: 7]. Błędem jest bowiem sądenie, że samo udostępnienie osobom o niskich dochodach pakietu narzędzi finansowych, które dotychczas były poza ich zasięgiem, rozwiąże wszystkie problemy. W tym zakresie wydaje się, że raczej potrzebny jest szeroko rozumiany system wsparcia finansowego, na który, oprócz samych narzędzi, składać się będą m.in. działania ochronne, edukacyjne czy poradnictwo finansowe.

Ochrona osób niezamożnych na rynku usług finansowych w ramach rynku podstawowego powinna sprowadzać się do takiego konstruowania oferty, aby była ona zrozumiała i prosta w budowie, dzięki czemu osoby te nie byłyby narażone na realizację umów zawierających niekorzystne dla nich zapisy. Istotną rolę w tym zakresie mają do odegrania przede wszystkim same instytucje finansowe, które

coraz powszechniej deklarują realizację zasad społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR, *corporate social responsibility*).

W ramach ochrony na rynku alternatywnym, ochrona powinna skupiać się na tworzeniu ścisłych zasad (norm) prawnych, które uniemożliwiałyby m.in. nakładanie na osoby korzystające z tej oferty zbyt wysokich kosztów czy przyjmowania od nich depozytów bez posiadania gwarancji ich zwrotu. W tym zakresie najważniejszą rolę do odegrania ma Komisja Nadzoru Finansowego (KNF) wraz z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK).

Rynek nieformalny jest niestety najtrudniejszy do objęcia ochroną, gdyż – jak sama jego nazwa wskazuje – wykracza poza istniejące ramy prawne i znajduje się poza kontrolą. W tym zakresie duże znaczenie ma sprawność organów ścigania, które powinny identyfikować i likwidować nielegalną aktywność.

We wszystkich przypadkach istotną rolę odgrywa edukacja finansowa, dzięki której osoby niezamożne mogą zwiększać swoją świadomość ekonomiczną i finansową, również w zakresie ochrony na rynku usług finansowych.

Specyfika ochrony osób niezamożnych powinna wynikać także z charakteru problemów, z jakimi zmagają się te osoby na rynku finansowym. Do najczęściej wskazywanych zalicza się: obawę przed utratą kontroli finansowej, brak nawyku i potrzeby oszczędzania, nastawienie na szybką konsumpcję z wykorzystaniem kredytów i pożyczek, preferowanie gotówki (tzw. kult gotówki), przyzwyczajenie do trzymania jej w domu i niezrozumienie korzyści wynikających z obrotu bezgotówkowego, lęk przed zadłużaniem się i życiem na kredyt, brak zaufania do instytucji finansowych, nieumiejętność radzenia sobie z nowymi technologiami i luką technologiczną, niezajomość nowoczesnych produktów finansowych, zbyt niski poziom edukacji i świadomości ekonomicznej (w szczególności finansowej), nieumiejętność zarządzania finansami osobistymi, nadmierne zadłużenie, rolowanie kredytów, które prowadzi do efektu kuli śniegowej i spirali zadłużenia, wysoki poziom bezrobocia i brak stałych dochodów, ukrywanie faktycznych dochodów i zasobów finansowych, starzenie się społeczeństwa, funkcjonujący od kilku pokoleń model utrzymywania się ze środków pochodzących z pomocy społecznej, brak inicjatywy, postawa roszczeniowa wobec państwa i otoczenia, zmiany w strukturze gospodarstwa domowego (np. rozwód, śmierć współmałżonka, nagła choroba, nieplanowane narodziny dziecka), dziedziczenie negatywnych wzorców zachowań i brak przygotowania do samodzielnego życia (zawarcie związku małżeńskiego przez osoby nie posiadające własnego źródła utrzymania lub przez osoby nieletnie, urodzenie dziecka przez nastoletnią, samotną matkę, niepełnosprawność dziecka zmuszająca do rezygnacji z aktywności zawodowej, wielodzietność) [*Financial services...*, 2008: 45; Maciejasz-Świątkiewicz, 2013: 42–43].

Nie wszystkie z wymienionych problemów mogą być przedmiotem ochrony w ramach rynku finansowego. Oznacza to, że działania ochronne powinny skupiać się na problemach, bezpośrednio dotyczących tego rynku, które zostały ujęte na początku przytoczonej listy. W odniesieniu do niektórych z tych problemów, zo-

stały już podjęte działania legislacyjne. Jednak część z nich, nie jest w żaden sposób uregulowana. Z kolei inne nie mogą być w żaden sposób uregulowane, ponieważ dotyczą indywidualnych postaw i preferencji. W odniesieniu do nich, jedynym narzędziem ograniczania skali występowania jest zwiększanie świadomości ekonomicznej i finansowej, co pozwala na redukcję lęków, obaw, czy obalanie istniejących stereotypów oraz uprzedzeń.

3. STAN I PERSPEKTYWY ROZWOJU OCHRONY PRAWNEJ OSÓB NIEZAMOŻNYCH NA RYNKU USŁUG FINANSOWYCH (W RAMACH UE)

Rynek finansowy w Polsce podlega dynamicznym zmianom. Pojawiają się nowe kategorie usług i instrumentów finansowych o innowacyjnym i złożonym charakterze. Poza tym, rynek ten rozwija się znacznie szybciej, aniżeli wzrasta wiedza i świadomość ekonomiczna odbiorców usług finansowych. Nowe produkty i praktyki sprzedażowe nie zawsze jednak są przyjazne konsumentom i zgodne z przepisami prawa. Często dochodzi do sytuacji, w których konsumenci nabywają usługi i produkty finansowe niedostosowane do ich potrzeb, co skutkuje ponoszeniem przez nich nieoczekiwanych kosztów lub strat, wiąże się z utratą określonych korzyści czy oszczędności.

Prawidłowo funkcjonujący rynek finansowy powinien być stabilny i przejrzysty. Jednocześnie musi zapewniać bezpieczeństwo i ochronę interesów jego uczestników. Świadczone na nim usługi finansowe cechuje natomiast znaczny stopień skomplikowania, deficyt informacji i brak przejrzystości, co przekłada się na zwiększone ryzyko ekonomiczne i zagraża interesom konsumentów, jako nieprofesjonalnym uczestnikom rynku finansowego. Niski jest również poziom edukacji finansowej tych osób, który skutkuje niezrozumieniem mechanizmów rynku finansowego, a w związku z tym – błędami w szacowaniu ryzyka i podejmowaniem nieodpowiedzialnych decyzji, powodujących najczęściej nadmierne zadłużanie.

Istnieje wiele regulacji z zakresu prawnej ochrony konsumentów w sektorze usług finansowych, które dotyczą szerokiego kręgu instytucji, dostawców i usług finansowych. Tworzą je przede wszystkim źródła prawa Unii Europejskiej (traktaty, dyrektywy, rozporządzenia, orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości) i poszczególnych państw (ustawy), jak również dobrowolnie przyjmowane standardy (dobre praktyki) opracowywane przez organizacje międzynarodowe, które mają na celu wspieranie poprawy ochrony konsumentów usług finansowych.

Jako przykład można podać tu inicjatywę Banku Światowego, który w 2012 r. opracował *Dobre praktyki dotyczące ochrony konsumentów finansowych* [*Good Practices...*, 2012], które powinny stanowić podstawę rozwoju regulacji w zakresie ochrony konsumentów w krajach rozwijających się. Dokument obejmuje najistotniejsze kwestie dotyczące ochrony konsumentów, prakty-

ki sprzedaży produktów finansowych, prowadzenia kont klientów, ochrony ich danych i prywatności. Stanowi też, że ochrona konsumentów finansowych powinna być oparta na pięciu podstawowych zasadach: przejrzystości, wolnego wyboru, dochodzenia roszczeń, zapewnienia prywatności i dostępu do edukacji finansowej. Innym przykładem działalności na rzecz ochrony konsumentów produktów i usług finansowych są działania *Grupy Konsultacyjnej ds. Pomocy Biednym* (CGAP)², która w 2011 r. opublikowała białą księgę dotyczącą najważniejszych kwestii ochrony konsumenta finansowego i problemów inkluzji finansowej [Grady 2012].

Unia Europejska zapewnia wysoki poziom ochrony konsumentów [*Karty praw podstawowych...*, 2012: art. 48], przy czym nie dokonuje w tym zakresie wyraźnego wyodrębnienia kategorii osób niezamożnych. Podstawę prawną ochrony wszystkich konsumentów (w tym konsumentów finansowych) w UE tworzą przede wszystkim art. 12 i art. 169 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE) [*Traktat o funkcjonowaniu...*, 2012], z których wynikają określone zobowiązania Unii w zakresie wspierania prawa konsumentów do informacji, edukacji i organizowania się w celu zachowania swoich interesów. Ochrona konsumentów i edukacja finansowa należą do kluczowych przepisów wspólnotowych w obszarze usług finansowych, przy czym „edukacja finansowa stanowi uzupełnienie środków legislacyjnych służących zapewnieniu konsumentom właściwych informacji i właściwego doradztwa, a także odpowiedniej ich ochrony” [*Komunikat Komisji...*, 18.12.2007: 2]. Problem zwiększania zaufania konsumentów oraz wzmacniania ich pozycji na rynku usług finansowych został szeroko omówiony w Zielonej Księdze w sprawie detalicznych usług finansowych³ na jednolitym rynku UE [*Zielona Księga...*].

W związku z urzeczywistnieniem jednolitego rynku wewnętrznego (art. 114 TWUE), UE uznaje ochronę konsumentów za jeden z najważniejszych obszarów swojej polityki. Działania w zakresie polityki ochrony konsumentów opiera na: (1) Europejskim programie na rzecz konsumentów, który stanowi nową strategię dla unijnej polityki ochrony konsumentów (zgodną z unijną strategią na rzecz wzrostu – Europa 2020) oraz (2) Programie ochrony konsumentów na lata 2014–2020, stanowiącym ramy finansowe uzupełniające tę strategię [*Rozporządzenie Parlamentu...*, 2014].

² CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) to niezależne centrum doradcze i badawcze, z siedzibą przy Banku Światowym, ukierunkowane na rozpowszechnianie dostępu do usług finansowych dla najbiedniejszych klientów na całym świecie. Centrum jest wspierane przez ponad 30 agencji ds. rozwoju oraz prywatnych fundacji, które podzielają misję walki z ubóstwem. CGAP dostarcza informacji na temat rynku, promuje standardy, opracowuje innowacyjne rozwiązania oraz oferuje usługi doradcze rządowi, dostawcom usług mikrofinansowych, darczyńcom i inwestorom.

³ Detaliczne usługi finansowe obejmują: prowadzenie rachunków osobistych, dokonywanie płatności, udzielanie kredytów konsumpcyjnych i hipotecznych, oferowanie produktów oszczędnościowych, emerytalnych, inwestycyjnych, a także niektórych produktów ubezpieczeniowych.

Program na rzecz konsumentów zakłada cztery podstawowe cele: (1) poprawę bezpieczeństwa konsumentów (w tym zwiększenie bezpieczeństwa produktów i usług, wzmocnienie ram nadzoru rynku); (2) poszerzenie wiedzy (poprawa informacji na temat praw i interesów konsumenta oraz zwiększenie świadomości w tej dziedzinie); (3) lepsze wdrażanie i sprawniejsze egzekwowanie przepisów oraz zagwarantowanie możliwości dochodzenia roszczeń (skuteczne wprowadzanie europejskiego prawa konsumenckiego w najważniejszych sektorach rynku, udostępnianie konsumentom skutecznych sposobów rozstrzygnięcia sporów); (4) dostosowanie praw konsumenta i polityki w najważniejszych obszarach do zmian gospodarczych i społecznych (działanie na rzecz wzrostu gospodarczego zgodnego z zasadami zrównoważonego rozwoju i wspieranie interesów konsumentów w najważniejszych sektorach, w tym finansowym). Program ten identyfikuje również wyzwania związane z przechodzeniem na bardziej zrównoważoną konsumpcję i uwzględnienie szczególnych potrzeb konsumentów podatnych na zagrożenia [*Rezolucja Parlamentu...*, 2012].

W prawie unijnym, na przestrzeni ostatnich kilku lat, wprowadzono wiele bardzo ważnych regulacji w zakresie usług finansowych i ochrony konsumentów (w tym niezamożnych) na rynku finansowym. Duża część z nich miała formę dyrektyw, które zobowiązywały państwa członkowskie do ich wdrożenia na poziomie krajowym. Stąd też większość państw członkowskich UE, w tym Polska, dokonało implementacji dyrektyw unijnych związanych z ochroną konsumentów usług finansowych do krajowych porządków prawnych. Było tak w przypadku, m.in.: dyrektywy MIFID w sprawie rynków instrumentów finansowych⁴, dyrektywy dotyczącej kredytu konsumenckiego [*Dyrektywa 2008/48/WE...*], dyrektywy w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego [*Dyrektywa 2007/64/WE...*], dyrektywy dotyczącej sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość [*Dyrektywa 2002/65/WE...*], czy tzw. dyrektywy hipotecznej [*Dyrektywa 2014/17/UE...*].

Ochrona konsumentów na rynku usług finansowych, w tym ochrona prawna osób niezamożnych, opiera się na wielości zaangażowanych w nią podmiotów i ma charakter regulacyjno-instytucjonalny. Sprawują ją najczęściej: organy nadzoru finansowego, ministerstwa lub agencje ochrony konsumentów, wspólne urzędy zajmujące się konkurencją i ochroną konsumentów usług finansowych, a także krajowe i międzynarodowe organizacje o charakterze konsumenckim. Ciekawym rozwiązaniem przyjętym w niektórych krajach jest tworzenie wyspe-

⁴ MIFID (*Markets in Financial Instruments Directive*) – to dyrektywa w sprawie rynków instrumentów finansowych, a w praktyce określenie to dotyczy zapisów dwóch dyrektyw, łącznie zwanych MIFID. MIFID 1 to: *Dyrektywa 2004/39/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 21 kwietnia 2004 r. w sprawie rynków instrumentów finansowych*. MIFID 2 to: *Dyrektywa 2006/73/WE Komisji z 10 sierpnia 2006 r. wprowadzająca środki wykonawcze do Dyrektywy 2004/39/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez przedsiębiorstwa inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy* (Dz.Urz. UE L 241 z 2.09.2006 r.).

cializowanych, odrębnych organów (agencji) działających w celu ochrony konsumentów finansowych. Zadaniem ich jest wdrażanie i egzekwowanie przepisów gwarantujących wszystkim konsumentom dostęp do rynków produktów i usług finansowych oraz zapewniających uczciwość, przejrzystość i konkurencyjność tych rynków.

Jako przykład można podać tu organ regulacyjny działający w Wielkiej Brytanii pod nazwą *Financial Conduct Authority* (FCA), który odpowiada za ochronę konsumenta na rynku usług finansowych, zgodność produktów finansowych z konkretnymi przepisami, jak również udziela konsumentom pełnej informacji w tym zakresie⁵. Na podobnych zasadach działa w USA *The Consumer Financial Protection Bureau* (CFPB) – niezależna agencja rządowa odpowiedzialna za ochronę konsumentów w sektorze finansowym. W samej UE, coraz częściej słychać opinie, że należałoby stworzyć europejską agencję ds. ochrony klientów usług finansowych na wzór amerykańskiego CFPB, chroniącą konsumentów przed drapieżnymi praktykami rynkowymi i nierzetelnymi poczynaniami ze strony instytucji finansowych [Frączek i Mitrega-Niestrój 2015: 11].

Nie bez znaczenia pozostaje również działalność organizacji międzynarodowych *non-profit*, aktywnie uczestniczących w programach ochrony konsumentów (badania konsumenckie, projektowanie nowych produktów, poprawa jakości obsługi, zwiększanie możliwości korzystania z usług i produktów finansowych), edukacji finansowej i wspierających integrację finansową, zwłaszcza gospodarstw domowych o niskich dochodach⁶.

4. OCHRONA INSTYTUCJONALNA OSÓB NIEZAMOŻNYCH NA RYNKU USŁUG FINANSOWYCH W POLSCE

Na rynku finansowym w Polsce działają zarówno podmioty regulowane, które objęte są nadzorem Komisji Nadzoru Finansowego (KNF), jak również podmioty funkcjonujące poza systemem takiej regulacji, niepodlegające nadzorowi (parabanki). Według sprawozdania z działalności KNF w 2013 r. – regulowany rynek finansowy w Polsce, podlegający KNF tworzyło: 41 banków komercyjnych i 571 banków spółdzielczych, których aktywa stanowiły 61,7% polskiego sektora finansowego, 18 powszechnych i pracowniczych towarzystw emerytalnych (13,4%), 59 zakładów ubezpieczeń (7,5%), 71 podmiotów prowadzących działalność maklerską (7%) i 55 towarzystw funduszy inwestycyjnych (9,5%). Od 2012 r. KNF sprawuje nadzór nad dostawcami usług płatniczych (takich podmiotów na koniec 2013 r. było 1.315) i 56 spółdzielczymi kasami oszczędnościowo-kredytowymi (SKOK). Ponadto działalność w Polsce w for-

⁵ FCA przejął dotychczasowe zadania FSA (*Financial Services Authority*) w zakresie nadzoru nad produktami i praktykami występującymi na rynku usług finansowych w Wielkiej Brytanii.

⁶ Do takich organizacji należą, np.: *Consumers International* (CI), *Microfinance Opportunities* (MFO).

mie oddziału notyfikowało 28 instytucji kredytowych, 6 instytucji płatniczych, 23 oddziały ubezpieczeń i reasekuracji, 14 firm inwestycyjnych i 1 spółka zarządzająca [*Funkcjonowanie systemu...*, 2014: nr. ewid. 13/2014/P/13/038: 15].

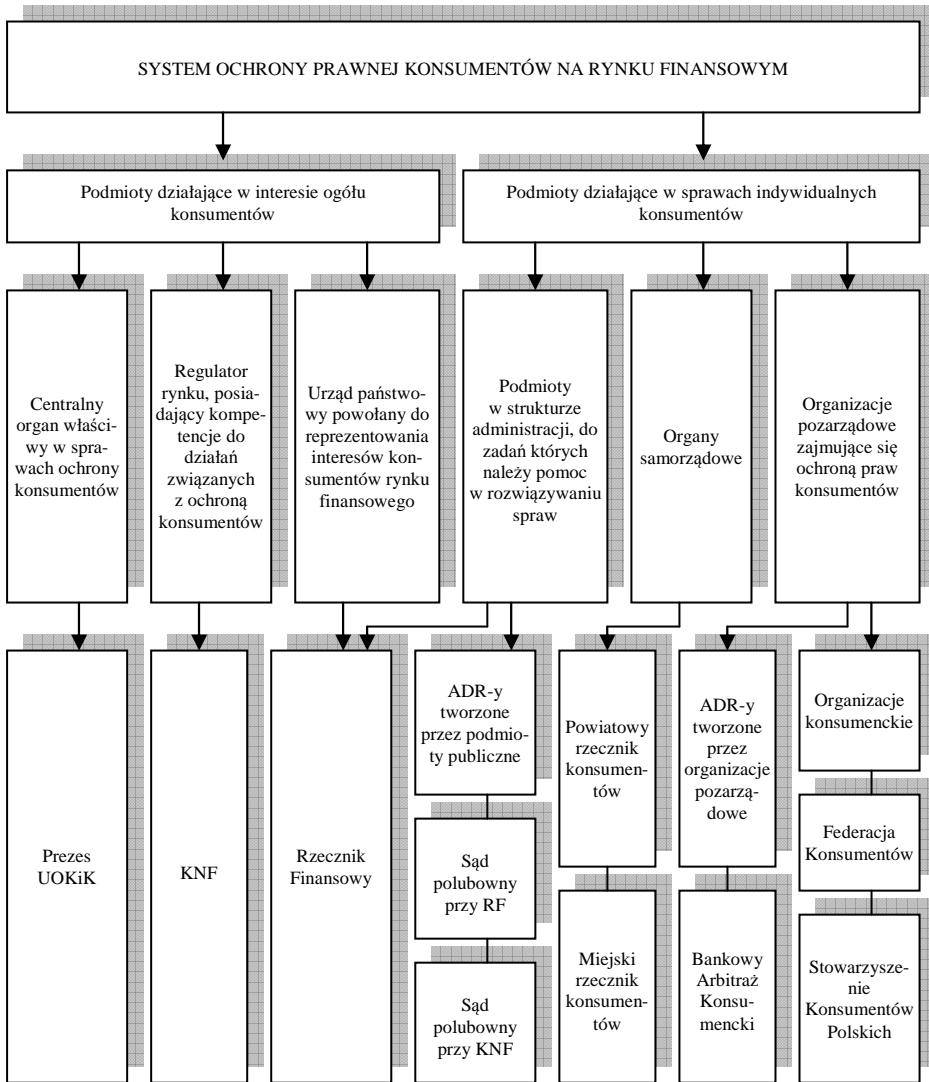
Poza nadzorem KNF i regulacjami obejmującymi wskazane podmioty rynku finansowego pozostają tzw. parabanki, czyli pozabankowe podmioty pożyczkowe⁷. Są one konkurencyjne względem banków i mogą w sposób bardziej elastyczny kształtować swoją ofertę, ponieważ nie podlegają restrykcyjnym wymogom (w szczególności ostrożnościowym), jakie zostały nałożone na banki. Dlatego podmioty te najczęściej swoją ofertę kierują do osób niezamożnych, które nie przeszłyby pozytywnie weryfikacji zdolności kredytowej w banku. Ukierunkowanie oferty na osoby z tzw. grupy podwyższonego ryzyka powoduje, że usługi oferowane przez parabanki są droższe niż alternatywne usługi w sektorze bankowym. Ponadto podmioty parabankowe zwykle narzucają klientom warunki korzystania z oferowanych przez siebie usług w umowach o charakterze przystąpieniowym. Często czynią to w sposób nie do końca uczciwy, wykorzystując sytuację osób zaciągających pożyczkę. W związku z kontrolami przeprowadzonymi w parabankach w 2012 i 2013 r. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) ustalił, że na rynku w Polsce funkcjonuje ponad 70 przedsiębiorców udzielających konsumentom pożyczek, przy czym zastrzegł, że nie jest możliwe określenie dokładnej ich liczby.

W Polsce, system ochrony prawnej konsumentów (w tym osób niezamożnych) na rynku usług finansowych tworzą: (1) Prezes UOKiK – jako centralny organ administracji rządowej właściwy w sprawach ochrony konsumentów, który odpowiada za realizację zadań związanych z ochroną zbiorowych interesów konsumentów; (2) KNF – która jest organem regulacyjnym właściwym w sprawach nadzoru nad rynkiem finansowym, a jednym z jej zadań jest zapewnienie zaufania do rynku finansowego i ochrona interesów jego uczestników; (3) Rzecznik Finansowy – podejmujący działania w zakresie ochrony konsumentów na rynku usług finansowych i reprezentujący ich interesy⁸; (4) samorząd terytorialny – którego ustawowe zadania w tym zakresie wykonuje powiatowy i miejski rzecznik konsumentów. Poza tym, zadania związane z wdrażaniem do prawa krajowego postanowień dyrektyw unijnych, regulujących rynek finansowy oraz z działalnością Komitetu Stabilności Finansowej (KSF)⁹ realizuje Minister Finansów.

⁷ Działalność prowadzą w szczególności w oparciu o przepisy Kodeksu cywilnego i *Ustawy z 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim* (DzU nr 126, poz. 715 ze zm.). Podmioty parabankowe nie są objęte obowiązkiem uzyskania zezwolenia na prowadzenie działalności i dokonania wpisu do właściwego rejestru działalności regulowanej.

⁸ Z dniem 11 października 2015 r. dotychczasowy Rzecznik Ubezpieczonych został przekształcony w Rzecznika Finansowego na mocy *Ustawy z 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym* (DzU 2015, poz. 1348).

⁹ KSF składa się z Ministra Finansów, Prezesa NBP, Przewodniczącego KNF i Prezesa BFG (Bankowego Funduszu Gwarancyjnego). Powołany został w celu zapewnienia efektywnej współ-



Rysunek 1. Organizacja systemu ochrony prawnej konsumentów na rynku finansowym w Polsce

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Funkcjonowanie systemu...* [2014: 14]

pracy w zakresie wspierania i utrzymania stabilności krajowego systemu finansowego poprzez wymianę informacji, opinii i ocen sytuacji w systemie finansowym w kraju i za granicą oraz koordynację działań w tym zakresie.

Wskazane instytucje posiadają jednakże różny zakres uprawnień do realizacji zadań związanych z ochroną konsumentów na rynku usług finansowych (rys. 1). Podmiotami działającymi w interesie ogółu konsumentów na rynku usług finansowych są Prezes UOKiK i KNF, które posiadają uprawnienia władcze do egzekwowania ich praw i interesów zbiorowych. Natomiast podmiotami działającymi w sprawach indywidualnych konsumentów tych usług są miejscy i powiatowi rzecznicy konsumentów, którzy mogą występować w imieniu poszczególnych osób. Kompetencje do działania w sprawach indywidualnych (w imieniu konkretnych osób), jak i na rzecz ogółu konsumentów posiada Rzecznik Finansowy. Prezes UOKiK dysponuje ponadto uprawnieniami legislacyjnymi w zakresie opracowywania projektów aktów prawnych dotyczących ochrony konsumentów. Takie uprawnienia ma również Minister Finansów, który jest zarazem Przewodniczącym KSF. Stąd też ważne jest, aby podmioty te współpracowały ze sobą, wymieniały doświadczenia i reagowały na przekazywane informacje o stwierdzonych nieprawidłowościach w przedmiocie ochrony konsumentów. Współpraca taka może istotnie wzmocnić skuteczność podejmowanych działań, a w efekcie zapewnić lepszą ochronę konsumentów na rynku usług finansowych.

Zasady ochrony konsumentów (w tym konsumentów niezamożnych) na rynku usług finansowych i tryb przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów oraz organy właściwe w sprawach ochrony konsumentów określa ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów [DzU nr 50, poz. 331]. Ustawa zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów¹⁰, w szczególności bezprawnych działań przedsiębiorcy dotyczących: (1) stosowania postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone¹¹; (2) naruszania obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji; (3) nieuczciwych praktyk rynkowych lub czynów nieuczciwej konkurencji. Zawiadomienie do Prezesa UOKiK dotyczące podejrzenia stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów może złożyć każdy, a rozpatrywane jest ono w trybie administracyjnym. W razie stwierdzenia stosowania przez przedsiębiorcę takich praktyk Prezes UOKiK wydaje decyzję o uznaniu działania przedsiębiorcy za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania. Może także nałożyć na przedsiębiorcę kary pieniężne za dopuszczenie się stosowania takiej praktyki oraz za zwłokę w wykonaniu decyzji zakazującej jej stosowania.

¹⁰ Przez zbiorowe interesy konsumentów należy rozumieć interesy szerokiego kręgu konsumentów (nieindywidualizowanych co do liczby i tożsamości), przy czym nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

¹¹ Do prowadzenia takiego rejestru zobowiązuje Prezesa UOKiK art. 479⁴⁵ § 2 *Ustawy z 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego* (DzU 2014, poz. 101). Prowadzony przez Prezesa UOKiK rejestr udostępniony jest na stronie internetowej UOKiK i zawiera ok. 5 300 klauzul niedozwolonych (abuzywnych).

KNF jest organem właściwym w sprawach nadzoru nad rynkiem finansowym w Polsce¹². Celem nadzoru nad tym rynkiem jest m.in. zapewnienie ochrony interesów jego uczestników, a do zadań KNF należy w szczególności: (1) podejmowanie działań służących prawidłowemu funkcjonowaniu rynku finansowego; (2) podejmowanie działań edukacyjnych i informacyjnych w zakresie funkcjonowania tego rynku; (3) stwarzanie możliwości polubownego i pojednawczego rozstrzygnięcia sporów pomiędzy uczestnikami rynku finansowego, a zwłaszcza sporów wynikających ze stosunków umownych między podmiotami podlegającymi nadzorowi Komisji a odbiorcami usług świadczonych przez te podmioty. W ramach zadań związanych z ochroną interesów klientów podmiotów rynku finansowego, działania Urzędu KNF polegają głównie na monitorowaniu działalności nadzorowanych podmiotów i rozpatrywaniu skarg na te podmioty. Skargi te stanowią dla KNF jedno ze źródeł informacji pozwalających na zdefiniowanie zagrożeń oraz nieprawidłowości w działalności nadzorowanych podmiotów.

Rzecznik Finansowy został powołany w miejsce istniejącego wcześniej Rzecznika Ubezpieczonych¹³ w celu wsparcia i udzielania pomocy klientom różnych instytucji finansowych (nie tylko ubezpieczeniowych, ale również banków, SKOK-ów, podmiotów pożyczkowych czy inwestycyjnych). Zgodnie z ustawą, głównym zadaniem RF jest podejmowanie działań w zakresie ochrony konsumentów na rynku finansowym i reprezentowanie ich interesów, w szczególności poprzez: (1) rozpatrywanie wniosków w indywidualnych sprawach, wniesionych na skutek nieuwzględnienia reklamacji konsumenta przez podmiot rynku finansowego; (2) rozpatrywanie wniosków dotyczących niewykonania roszczeń konsumenta zawartych w uwzględnionej reklamacji w terminie wyznaczonym przez podmiot finansowy (maksymalnie 30 dni); (3) opiniowanie projektów aktów prawnych dotyczących organizacji i funkcjonowania podmiotów rynku finansowego; (4) występowanie do właściwych organów z wnioskami o podjęcie inicjatywy ustawodawczej albo wydanie lub zmianę innych aktów prawnych w sprawach dotyczących organizacji i funkcjonowania rynku finansowego; (5) informowanie właściwych organów nadzoru i kontroli o dostrzeżonych nieprawidłowościach w funkcjonowaniu podmiotów rynku finansowego; (6) inicjowanie i organizowanie działalności edukacyjnej i informacyjnej w dziedzinie ochrony interesów klientów podmiotów rynku finansowego.

W podanym zakresie RF może występować do podmiotów rynku finansowego (i innych podmiotów, których działalność wiąże się z rozpatrywaną sprawą) o udzielenie informacji lub wyjaśnień, udostępnienie akt oraz dokumentów, przede wszystkim: (1) w sprawach indywidualnych; (2) w sprawach postanowień wzorców umów, które według Rzecznika są niekorzystne dla klientów

¹² Działalność prowadzi na podstawie *Ustawy z 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym* (DzU 2012, poz. 1149 ze zm.).

¹³ Por. przypis nr 8.

podmiotów rynku finansowego; (3) w sprawach dotyczących wewnętrznych regulacji tych podmiotów rynku finansowego, które według Rzecznika są niekorzystne dla klientów; (4) na temat nieprawidłowej obsługi klientów, świadczonej przez podmioty rynku finansowego. RF może podejmować działania z urzędu lub na wniosek konsumenta i za jego zgodą, w sytuacji nieuwzględnienia jego roszczeń z reklamacji przez podmiot rynku finansowego. Prawo do wnioskowania o podjęcie przez RF stosownych czynności przysługuje również właściwym organom nadzoru i kontroli lub innym organom władzy publicznej. Rzecznik może wytoczyć powództwo na rzecz konsumentów w sprawach dotyczących nieuczciwych praktyk rynkowych podmiotów finansowych, jak również, za zgodą powoda, wziąć udział w toczącym się już postępowaniu. Może też wytaczać powództwa w zakresie niedozwolonych postanowień umownych. RF przysługuje wreszcie prawo złożenia wniosku do Sądu Najwyższego o rozstrzygnięcie rozbieżności w orzecznictwie.

Do najbardziej znaczących różnic między byłym Rzecznikiem Ubezpieczonych (RU) a obecnym RF należy zaliczyć: (1) możliwość nakładania kar finansowych (do wysokości 100 000 zł) na podmioty rynku finansowego, które naruszając przepisy ustawy, działają na szkodę uczestników tego rynku oraz (2) pozasądowe rozstrzyganie sporów przy RF pomiędzy konsumentami a podmiotami rynku finansowego na wniosek skarżącego (konsumenta)¹⁴. Zadaniem Rzecznika jest prowadzenie mediacji między poszkodowanym nabywcą określonej usługi finansowej a podmiotem rynku finansowego. Takie rozwiązanie otwiera możliwość rozstrzygnięcia konfliktu na drodze pozasądowej i jest ważnym krokiem na drodze budowania zaufania konsumentów do instytucji finansowych.

Wprawdzie sąd polubowny funkcjonował wcześniej przy RU, ale stanowił dobrowolną formę mediacji między ubezpieczonym a ubezpieczycielem. Zgodnie z nowymi uregulowaniami, podmiot finansowy nie będzie mógł odmówić udziału w postępowaniu. Rzecznik informuje zainteresowaną instytucję finansową o roszczeniu konsumenta i proponuje optymalne rozwiązanie sporu. Przyjęcie proponowanego rozstrzygnięcia sprawy nie jest obowiązkowe, a jeżeli którakolwiek ze stron nie wyrazi na nie zgody, oznacza to odstąpienie od postępowania mediacyjnego. Rzecz jasna, droga polubowna nie gwarantuje zakończenia konfliktu, ale daje możliwość wyrównania pozycji negocjacyjnej obu stron, a także zapewnia konsumentowi profesjonalną analizę sytuacji, którą można później wykorzystać przed sadem powszechnym. Należy zaznaczyć, że sąd polubowny działa również przy KNF.

Inną formę polubownego rozwiązywania sporów konsumenckich stanowią tzw. ADR-y (*Alternative Dispute Resolution*), czyli alternatywne systemy pozasądowego rozstrzygania sporów, które pomagają konsumentom i przedsiębiorcom w ich rozstrzyganiu, o ile nie potrafią oni samodzielnie dojść do porozumienia. Doświadczenia państw członkowskich UE wskazują, że ADR-y przyno-

¹⁴ Pozasądowe rozstrzyganie sporów przy Rzeczniku Finansowym działa od 1 stycznia 2016 r.

szą realne korzyści dla konsumentów i przedsiębiorców. Procedury pozasądowe stanowią alternatywę w stosunku do postępowania sądowego, mogą być też postępowaniem uzupełniającym albo poprzedzającym postępowanie przed sądem. Zaletami postępowania pozasądowego są przede wszystkim szybsze i tańsze rozwiązywanie sporów konsumenckich. W 2013 r. Parlament Europejski i Rada UE przyjęły tzw. pakiet legislacyjny dotyczący alternatywnych metod rozwiązywania sporów [*Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2013/11/UE...*; *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013/UE...*], a państwa członkowskie zostały zobowiązane do wprowadzenia podmiotów ADR funkcjonujących na podstawie jednolitych zasad we wszystkich obszarach rynku (w tym rynku usług finansowych) w terminie do 9 lipca 2015 r. W Polsce ADR-y tworzone są przez podmioty publiczne i organizacje pozarządowe.

Miejscy i powiatowi rzecznicy konsumentów działają na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, a wykonują zadania samorządu terytorialnego w zakresie ochrony konsumentów. Do zadań rzecznika konsumentów należy w szczególności: (1) zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów; (2) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów; (3) współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami UOKiK oraz organizacjami konsumenckimi. Rzecznik konsumentów jest podmiotem działającym w sprawach indywidualnych konsumentów, w szczególności może wytaczać powództwa na ich rzecz oraz wstępować, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów. Rzecznik konsumentów w sprawach o wykroczenie na szkodę konsumentów jest oskarżycielem publicznym w rozumieniu przepisów kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia [DzU 2013, poz. 395]. Zadaniem samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów jest również prowadzenie edukacji konsumenckiej.

Do organizacji pozarządowych zajmujących się ochroną praw konsumentów należy Bankowy Arbitraż Konsumencki (BAK). Działa on przy Związku Banków Polskich, a został powołany w celu rozstrzygania sporów pomiędzy konsumentami–klientami banków a bankami w zakresie roszczeń pieniężnych z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania przez bank czynności bankowych lub innych czynności na rzecz konsumenta. Arbiter Bankowy (AB) prowadzi pozasądowe postępowanie rozjemcze, którego przedmiotem mogą być wyłącznie spory pomiędzy konsumentami i bankami – członkami Związku Banków Polskich powstałe po 1 lipca 2001 r., a wartość przedmiotu sporu nie jest wyższa niż 8 000 zł. Przedmiotem takiego postępowania mogą być również spory pomiędzy konsumentami a bankami nie będącymi członkami Związku Banków Polskich, jeżeli złożyły oświadczenie, że poddają się rozstrzygnięciom AB i wykonaniu jego orzeczeń. Wszczęcie postępowania przed AB następuje na

pisemny wniosek konsumenta. Orzeczenia AB są dla banku ostateczne, natomiast nie są ostateczne dla konsumenta, który może w celu dochodzenia roszczenia wystąpić z powództwem na drogę postępowania sądowego. Od 2006 r. BAK jest członkiem sieci FIN-NET, czyli transgranicznej sieci instytucji prowadzących pozasądowe postępowania rozjemcze dla klientów instytucji finansowych, w związku z rozpatrywaniem skarg dotyczących usług finansowych (zwłaszcza bankowych, ubezpieczeniowych i związanych z rynkiem papierów wartościowych)¹⁵.

Federacja Konsumentów (FK) jest niezależną organizacją pozarządową, o statusie organizacji pożytku publicznego, której głównym celem jest ochrona indywidualnego konsumenta. Swoim zasięgiem obejmuje terytorium całej Polski poprzez sieć 48 klubów terenowych, które wykonują pracę poradni konsumenc- kich oraz zrzeszają wolontariuszy chcących z nimi współpracować. FK zajmuje się także edukacją i upowszechnianiem wiedzy konsumenckiej. Współpracuje z administracją państwową i innymi instytucjami – inicjuje, konsultuje, opiniuje i lobbuje w sprawie przepisów prawnych, które gwarantują bezpieczeństwo i satysfakcjonujące dla konsumentów funkcjonowanie rynku, zgodnie z prawem i zasadami etyki biznesu.

Inną niezależną, pozarządową organizacją pożytku publicznego, która dba o interesy konsumentów w Polsce, jest Stowarzyszenie Konsumentów Polskich (SKP). Stowarzyszenie prowadzi wiele działań na rzecz konsumentów, m.in.: poradnictwo prawne (np. bezpłatna Infolinia Konsumentka, na której konsument może uzyskać informacje i porady prawne), edukację konsumencką (np. tworzenie programów edukacji konsumenckiej dla szkół, prowadzenie szkoleń, popularyzowanie wiedzy konsumenckiej przez organizowanie targów, publikację ulotek, broszur i książek), opiniowanie przepisów konsumenckich (np. opiniowanie projektów aktów prawnych i kodeksów dobrych praktyk, uczestnictwo w konsultacjach nowych przepisów konsumenckich), czy prowadzenie badań dotyczących sytuacji konsumentów w Polsce.

Poziom ochrony prawnej konsumentów na rynku usług finansowych (w tym osób niezamożnych) w Polsce należy uznać za satysfakcjonującą. Ochrona ta jest zgodna z uregulowaniami prawa UE i w dalszym ciągu podlega zmianom, korzystnym dla konsumentów. Świadczy o tym chociażby ostatnia nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów [DzU 2015 r., poz. 1634], która zwiększyła ochronę konsumentów na rynku usług finansowych. Nowe przepisy wzmocniły ich bezpieczeństwo, poprzez wyeliminowanie z obrotu niedozwolo-

¹⁵ FIN-NET został założony przez Komisję Europejską w 2001 r. jako ogólnoeuropejska sieć instytucji prowadzących pozasądowe postępowania rozjemcze dla instytucji finansowych oraz konsumentów. W chwili obecnej do FIN-NET należy 39 instytucji z 16 krajów. Celem tej sieci jest wspomaganie procesu tworzenia wspólnego europejskiego rynku usług finansowych i płatności transgranicznych poprzez ułatwienie konsumentom dochodzenia swoich roszczeń w stosunku do usługodawców mających siedzibę w innym państwie członkowskim UE. Działalność sieci ma w konsekwencji podnieść poziom zaufania konsumentów do jednolitego rynku UE.

nych postanowień wzorców umów. Nie będzie można, np. promować nabycia usług finansowych, które nie uwzględniają potrzeb klientów oraz oferować tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (tzw. *misselling*). Chodzi o to, aby proponowane produkty finansowe (np. ubezpieczenia na życie, kredyty konsumenckie tzw. „chwilówki”) były dostosowane do potrzeb konsumentów, a informacja o nich nie wprowadzała klienta w błąd. Dotyczy to przede wszystkim ludzi starszych, osób niezamożnych i słabiej zorientowanych w tematyce finansowej, a przez to bardziej narażonych na manipulację.

Ustawa wprowadziła również nowy model kontroli postanowień wzorców umów, zgodnie z którym Prezes UOKiK, w decyzji administracyjnej, będzie rozstrzygał o niedozwolonym charakterze postanowienia wzorca umowy i zakazywał jego dalszego wykorzystywania. Zagwarantowano też większe uprawnienia Prezesowi UOKiK. Jego zadaniem będzie m.in.: (1) wydawanie decyzji tymczasowych, które mają stanowić szybką reakcję na praktyki zagrażające zbiorowym interesom konsumentów; (2) bezpłatne publikowanie w publicznym radiu i telewizji komunikatów oraz ostrzeżeń o zachowaniach lub zjawiskach zagrażających interesom konsumentów; (3) stosowanie instytucji „tajemniczego klienta”, która pozwoli na uzyskanie dowodów w postępowaniu w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów poprzez skontrolowanie sposobu oferowania produktu lub usługi, a także procedurę zawierania umowy.

Nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów umożliwia wyrażenie przez UOKiK swojego poglądu w indywidualnej sprawie przed sądem powszechnym, jeżeli przemawia za tym interes publiczny. Zapis ten pozwala Prezesowi UOKiK dzielić się z sądami wiedzą i dorobkiem orzecznictwem z zakresu prawa ochrony konkurencji i konsumentów, co ułatwi sądowi wszechstronne rozpoznanie sprawy. Większą skuteczność eliminacji klauzul abuzywnych ze wzorców umów zapewni możliwość nakładania przez UOKiK kar za stosowanie postanowień niedozwolonych – do 10% obrotu. Przedsiębiorca będzie miał także możliwość uniknięcia kary, jeśli sam zobowiąże się do zmiany praktyk.

PODSUMOWANIE

Podsumowując rozważania zawarte w opracowaniu można stwierdzić, że jakkolwiek specyfika aktywności finansowej oraz problemów, z jakimi na gruncie finansowym zmagają się osoby niezamożne, jest dostrzegana, to jednak regulacje prawne nie różnicują osób objętych ochroną ze względu na ich status ekonomiczny. Pomimo tego, że Unia Europejska zapewnia wysoki poziom ochrony konsumentów, to jednak nie dokonuje w tym zakresie wyraźnego wyodrębnienia kategorii osób niezamożnych. Chociaż w niektórych krajach tworzone są wyspecjalizowane, odrębne organy działające w celu ochrony konsumentów finansowych, to nadal nie są one dedykowane wyłącznie osobom niezamożnym.

Należy zatem stwierdzić, że zapewnienie ustawodawstwa w obszarze ochrony konsumentów na rynku usług finansowych nie jest wystarczające. Istniejącym regulacjom prawnym w tym zakresie powinno towarzyszyć odpowiednie przygotowanie konsumentów do funkcjonowania na rynku usług finansowych, w tym niezbędny poziom edukacji finansowej – obejmującej wiedzę, umiejętności, świadomość i właściwe postawy w odniesieniu do ofert rynku finansowego. Warto przy tym podkreślić, że edukacja finansowa, jako skuteczna forma ochrony konsumentów, nie może stanowić alternatywy, a jedynie uzupełnienie przedmiotowych regulacji prawnych, które powinny być skutecznie egzekwowane przez powołane w tym celu organy i instytucje państwowe.

Dodatkowo, ochrona osób niezamożnych na rynku usług finansowych powinna wiązać się z adekwatnym do możliwości finansowych i merytorycznych tych osób konstruowaniem oferty, aby była ona zrozumiała i prosta w przekazie. Warto również bardziej uważnie obserwować rynek nieformalny, aby ograniczać jego skalę, ale w tym zakresie instytucje ochrony konsumentów mogą mieć wyłącznie charakter wspomagający, gdyż główny ciężar spoczywa na organach ścigania.

Celem artykułu sformułowanym przez Autorów we wstępie była odpowiedź na pytanie, czy ochrona osób niezamożnych na rynku usług finansowych powinna być realizowana odrębnie w stosunku do powszechnie obowiązujących zasad ochrony oraz jakie elementy powinna obejmować w ramach rynku podstawowego, alternatywnego i nieformalnego? Odpowiadając na to pytanie, na podstawie rozważań zawartych w niniejszym opracowaniu należy stwierdzić, że w obecnym kształcie w ramach poszczególnych elementów rynku usług finansowych, z których korzystają osoby niezamożne, ochrona ma nieco odmienny charakter i realizowana jest przez inne podmioty. Nie ma ona jednak odrębnej specyfiki dostosowanej do charakterystyki osób niezamożnych. Istnieje jednak obawa, że takie rozgraniczenie nigdy nie znajdzie się w przepisach prawa. Oznacza to zatem, że kluczową kwestią w odniesieniu do ochrony osób niezamożnych jest intensyfikacja działań edukacyjnych wśród tych osób oraz indywidualizacja w podejściu instytucji świadczących usługi finansowe na rzecz osób fizycznych, która pozwoli na zrozumienie specyficznych potrzeb tej grupy klientów. W szczególności chodzi tutaj o dostosowanie oferowanych produktów i usług do możliwości analitycznych i finansowych osób niezamożnych, o uczciwe i rzetelne przedstawianie korzyści i kosztów, jakie generuje korzystanie z tej oferty.

Odpowiadając na pytanie o to, jakie podmioty powinny udzielać ochrony osobom niezamożnym wydaje się, że w ujęciu instytucjonalnym istniejąca struktura systemu ochrony konsumentów jest odpowiednia i nie ma wyraźnych przesłanek, aby powoływać dodatkowe instytucje. Te, które już działają, w ramach swoich kompetencji, mogą zajmować się ochroną osób niezamożnych i obecnie taką ochronę realizują. Jednakże należy uwrażliwiać organy ścigania na nielegalną aktywność podmiotów udzielających pożyczek czy zbierających depozyty,

którą należy represjonować i likwidować, gdyż stanowi poważne zagrożenie dla bezpieczeństwa osób niezamożnych. W ramach pozostałych obszarów rynku wydaje się, że ochrona instytucjonalna jest zapewniona w sposób wystarczający.

BIBLIOGRAFIA

- Collard S., Kempson E., Dominy N., 2003, *Promoting financial inclusion. An assessment of initiatives using a community select committee approach*, The Policy Press, Bristol.
- Dyrektywa 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 23 września 2002 r. dotycząca sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość oraz zmieniająca dyrektywę Rady 90/619/EWG oraz dyrektywy 97/7/WE i 98/27/WE, Dz.Urz. UE L 271 z 9.10.2002 r.
- Dyrektywa 2004/39/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 21 kwietnia 2004 w sprawie rynków instrumentów finansowych, Dz.Urz. UE L 241 z 2.09.2006 r.
- Dyrektywa 2006/73/WE Komisji z 10 sierpnia 2006 r. wprowadzająca środki wykonawcze do dyrektywy 2004/39/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w odniesieniu do wymogów organizacyjnych i warunków prowadzenia działalności przez przedsiębiorstwa inwestycyjne oraz pojęć zdefiniowanych na potrzeby tej dyrektywy, Dz.Urz. UE L 241 z 2.09.2006 r.
- Dyrektywa 2007/64/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 13 listopada 2007 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego zmieniająca dyrektywy 97/7/WE, 2002/65/WE, 2005/60/WE i 2006/48/WE i uchylająca dyrektywę 97/5/WE, Dz.Urz. UE L 319/1 z 5.12.2007 r.
- Dyrektywa 2008/48/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 23 kwietnia 2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę 87/102/EWG Rady, Dz.Urz. UE L 133/66 z 22.05.2008 r.
- Dyrektywa 2014/17/UE Parlamentu Europejskiego i Rady z 4 lutego 2014 r. w sprawie konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi i zmieniająca dyrektywy 2008/48/WE i 2013/36/UE oraz rozporządzenie (UE) nr 1093/2010, Dz.Urz. UE L 60/34 z 28.02.2014 r.
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2013/11/UE z 21 maja 2013 r. w sprawie alternatywnych metod rozwiązywania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia nr 2006/2004/WE i dyrektywy 2009/22/WE.
- Financial services provision and prevention of financial exclusion*, 2008, European Commission.
- Frączek B., Mitrega-Niestrój K., 2015, *Regulacyjno-instytucjonalne ramy ochrony konsumentów na rynku usług finansowych – wybrane doświadczenia międzynarodowe*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, nr 2(938), Kraków.
- Funkcjonowanie systemu ochrony praw klientów podmiotów rynku finansowego. Informacja o wynikach kontroli*, 2014, KBF-4101-04-00/2013, nr ewid. 13/2014/ P/13/ 038/ KBF, Najwyższa Izba Kontroli, Warszawa.
- Good Practices for Financial Consumer Protection*, 2012, The World Bank, June.
- Grady R., 2012, *Consumer Protection In the Financial Sector: Recent Regulatory Developments*, „JASSA”, nr 4.
- Jain A., Hall G., 2012, *A New perspective on bill payment – a demand-based path to financial inclusion*, „Advancing Insights. Advancing Commerce”.
- Karta praw podstawowych Unii Europejskiej*, Dz.Urz. UE 2012/C 326/02, T. 55 z 26.10.2012 r.
- Kempson E., Whyte C., 1999, *Kept out or opted out? Understanding and combating financial exclusion*, The Policy Press, Bristol.
- Komunikat Komisji Wspólnot Europejskich. Edukacja Finansowa*, KOM (2007) 808 wersja ostateczna, Bruksela, 18.12.2007.
- Korenik D. (red.), 2006, *Innowacyjne usługi banku*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

- Maciejasz-Świątkiewicz M., 2013, *Wykluczenie finansowe i narzędzia jego ograniczania*, Uniwersytet Opolski, Opole.
- Rezolucja Parlamentu Europejskiego z 22 maja 2012 r. w sprawie strategii na rzecz wzmocnienia praw szczególnie wrażliwych konsumentów*, Dz.Urz. UE CE 264/11 z 13.09.2013 r.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 254/2014 z 26 lutego 2014 r. w sprawie wieloletniego programu na rzecz konsumentów na lata 2014-2020 oraz uchylające decyzję 1926/2006/WE*.
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 524/2013/UE z 21 maja 2013 r. w sprawie internetowego systemu rozwiązywania sporów konsumenckich oraz zmiany rozporządzenia nr 2006/2004/WE i dyrektywy 2009/22/WE*.
- Rytelewska G. (red.), 2005, *Bankowość detaliczna. Potrzeby, szanse i zagrożenia*, PWE, Warszawa.
- Świecka B. (red.), 2008, *Bankructwa gospodarstw domowych. Perspektywa ekonomiczna i społeczna*, Difin, Warszawa.
- Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej*, Dz.Urz. UE C 326/01, T. 55 z 26.10.2012 r.
- Ustawa z 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim*, DzU nr 126, poz. 715 ze zm.
- Ustawa z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów*, DzU nr 50, poz. 331 ze zm.
- Ustawa z 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego*, DzU 2014, poz. 101.
- Ustawa z 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym*, DzU 2012, poz. 1149 ze zm.
- Ustawa z 24 sierpnia 2001 r. – Kodeks postępowania w sprawach o wykroczenia*, DzU 2013, poz. 395 ze zm.
- Ustawa z 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym*, DzU 2015, poz. 1348.
- Ustawa z 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz niektórych innych ustaw*, DzU 2015, poz. 1634.
- Zielona Księga w sprawie detalicznych usług finansowych na jednolitym rynku*, Dz.Urz. 2009/UE, C 285 E/61.

INDIGENT CONSUMERS' PROTECTION AT THE FINANCIAL SERVICES MARKET

The aim of the study is an answer to the question whether the protection of indigent consumers at the financial services market should be implemented differently in relation to the general rules and what elements should include this protection? Moreover – which entities should provide this protection – those that already exist at the market, or any other? The problem of protecting indigent people stems from the fact that in large part they are excluded from the mainstream market, which is subject of legal protection. Some people use the alternative market offer, or even the informal one. It seems, therefore, that the additional protection of indigent people should be targeted to these areas of the financial services market.

Key words: consumer protection, financial needs, financial services market.

POZYCJA I OCHRONA SENIORÓW NA RYNKU BANKOWOŚCI DETALICZNEJ W PERSPEKTYWIE ZRÓWNOWAŻONYCH FINANSÓW

Justyna Kłobukowska*

Streszczenie:

W niniejszym artykule seniorzy zostają przedstawieni jako nowy i odrębny segment klientów na rynku bankowości detalicznej, którym mogą się stać w niedalekiej przyszłości. To ogólne założenie prowadzi do zdefiniowania głównego celu artykułu, którym jest przeanalizowanie i identyfikacja głównych problemów związanych z ochroną seniorów na rynku bankowości detalicznej. Rozważania umiejscowione są w temacie zrównoważonych finansów. Dochodzi się do konkluzji, że o ochronie seniorów można mówić w przypadku zwiększonej przejrzystości rynku, czytelnych umów bankowych oraz popularyzacji edukacji finansowej wśród seniorów.

Słowa kluczowe: seniorzy, bankowość detaliczna, zrównoważone finanse, *elderly, retail banking, sustainable finance*.

JEL Class: G21, J14, O16.

Przyjęto/Accepted: 05.03.2016

Opublikowano/Published: 31.03.2016

WPROWADZENIE

Starzenie społeczeństw staje się na tyle globalnym zjawiskiem, że jego wpływ widoczny jest w wielu dziedzinach życia. Nie tylko tak oczywistych jak wzrost zapotrzebowania na usługi medyczne czy opiekuńcze, ale wydłużenie życia ludzkiego otwiera nowe możliwości korzystania z dóbr i usług, w tym również finansowych.

* Magister, Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Seniorzy stają się liczącą grupą konsumentów, którzy zarówno oczekują, jak i potrzebują oferty skrojonej na miarę ich możliwości finansowych, wiedzy, percepcji oraz mobilności fizycznej. W zderzeniu z postępowaniem technologicznym, nurtem bankowości internetowej i *social media*, które z jednej strony stanowią rwący kanał bankowości detalicznej sprzyjającym młodym, wykształconym potomkom, z drugiej zaś wyzwaniem staje się niepopelnienie błędu pominięcia potrzeb starszej wiekowo grupy klientów. Miarą postępu zgodnego ze zrównoważonym rozwojem staje się nie tylko dostrzeżenie tej grupy konsumentów, ale szczególne zwrócenie uwagi na ochronę ich praw.

W niniejszym artykule zakłada się, że seniorzy w związku z zachodzącymi zmianami demograficznymi mogą stać się odrębnym i znaczącym segmentem klientów na rynku bankowym. Taki stan rzeczy wymaga jednak przededefiniowania obowiązków instytucji oraz podmiotów finansowych dotyczących ochrony interesów tej szczególnej grupy konsumentów. Praca będzie opierać się na doświadczeniach płynących ze światowego, jak i polskiego rynku bankowego.

Głównym celem artykułu jest przeanalizowanie i identyfikacja problemów związanych z zapewnieniem ochrony seniorom na rynku bankowym. Zostanie on zrealizowany poprzez zbadanie pozycji oraz potrzeb seniorów jako klientów bankowości detalicznej, identyfikacji obecnego zakresu ochrony seniorów na rynku bankowym oraz umiejscowienie tych rozważań w obszarze zrównoważonych finansów jako kluczowego aspektu w dążeniu do realizacji zasad społecznej odpowiedzialności przez banki.

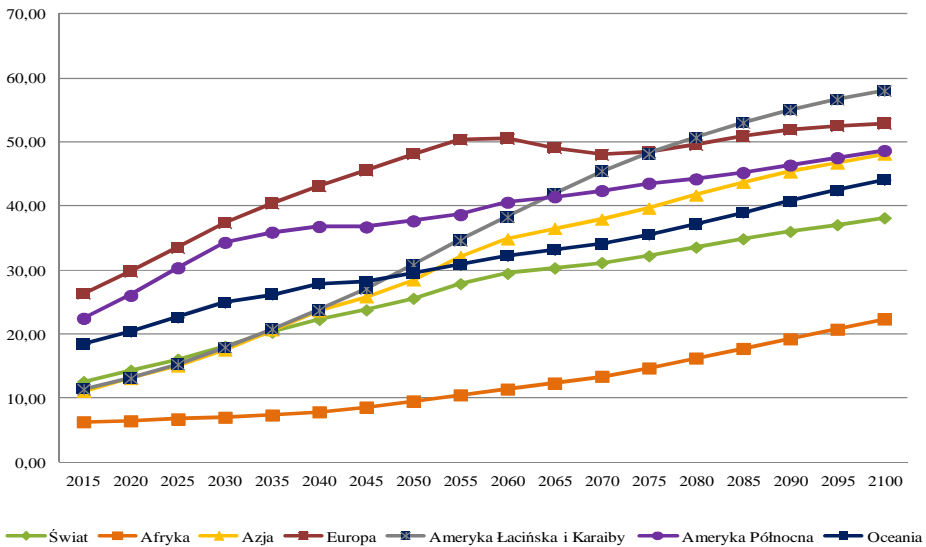
1. SENIORZY JAKO SEGMENT KLIENTÓW NA RYNKU BANKOWOŚCI DETALICZNEJ

W ciągu ostatnich kilku dekad zmianie ulega profil demograficzny społeczeństwa. Wzrasta liczba osób w wieku powyżej 65 roku życia w stosunku do populacji w wieku 15–64 lata (zob. wykres 1). Obywatele żyją coraz dłużej, spada przyrost naturalny, coraz mniej osób jest czynnych zawodowo w stosunku do osób będących na emeryturze.

Szereg determinant powoduje, że osoby starsze stają się jedną z najuboższych grup w społeczeństwie, m.in. z powodu znaczącego spadku stopy zastąpienia (relacja emerytury do ostatniego wynagrodzenia). Odcięcie ich od korzystania z usług bankowych ze względu na brak zmian strategicznych w bankowości pogłębia wykluczenie finansowe, a zarazem odcina instytucje od całkiem dochodowego obszaru działalności.

Finansowy portret seniora tworzą nie tylko zmniejszone stałe przepływy pieniężne, w postaci świadczenia emerytalnego lub rentowego, ale także chociażby majątek trwały zgromadzony w ciągu okresu zawodowej aktywności i jednocześnie okresu akumulacji kapitału. Efektywne zarządzanie finansami osobistymi w wieku dojrzałym wymaga zastosowania dopasowanych produktów

i usług. Zachęceni do gromadzenia oszczędności na starość seniorzy wchodzi w nowy okres ze środkami skumulowanymi w jednostkach uczestnictwa funduszy inwestycyjnych, papierach wartościowych, a także oszczędnościami zgromadzonymi na tradycyjnych lokatach bankowych. Przypuszcza się, że wpływ starzenia się populacji na rynki kapitałowe w przyszłości może być bezpośrednio związany z procesem akumulacji i redukcji zasobów po przejściu na emeryturę [Korenik 2008b: 201]. Nierozważnym zachowaniem instytucji jest więc niezauważanie nowego trendu na rynku i konsekwencji, które odbiją się na całym rynku finansowym.



Wykres 1. Współczynnik osób starszych (w wieku 65+) w stosunku do populacji osób w wieku produkcyjnym (15–64 lata) w % w latach 2015–2100 (prognoza)

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych: *Probabilistic Population Projections...*

Ciekawe doświadczenia płyną z banków niemieckich, austriackich oraz skandynawskich. Seniorzy mogą liczyć na specjalne linie obsługi bezpośredniej, a także w miejscu ich zamieszkania, szkolenia z bankowości elektronicznej, jak również doradztwo w zakresie zarządzania majątkiem poprzez testamenty, cesje, specjalne fundacje i fundusze [Wierzbicki 2014: 70]. Już od kilku dziesięcioleci na międzynarodowym rynku bankowym funkcjonuje *reverse mortgage*, którego polskim odpowiednikiem jest odwrócony kredyt hipoteczny. Jest to rodzaj kredytu bankowego, którego zabezpieczeniem jest hipoteka ustanowiona na nieruchomości będącej własnością kredytobiorcy i którego spłata zasadniczo odroczone jest do momentu śmierci kredytobiorcy. Taki produkt umożliwia osobom

starszym konwersję majątku zgromadzonego w posiadanej nieruchomości na środki finansowe, które z kolei mogą posłużyć jako dodatkowe źródło dochodu z zapewnieniem dożywotniego zamieszkiwania domu lub mieszkania [Kłobukowska 2013: 59].

Produkt tego typu stanowi odpowiedź na podstawowe potrzeby osób w wieku starszym: uzyskania dodatkowych środków pieniężnych i poczucie bezpieczeństwa, co jest możliwe dzięki zachowaniu prawa własności do nieruchomości. Niestety z perspektywy krajowego rynku bankowego, pomimo istniejących już podstaw prawnych żadna z instytucji nie podjęła się wprowadzenia go do oferty. Jako hamulec uznaje się zapisy umożliwiające odstąpienie od umowy w ciągu 30 dni od jej zawarcia bez podania przyczyny oraz szereg obowiązków informacyjnych nakładanych na kredytodawcę, jak np. w terminie co najmniej 14 dni przed zawarciem umowy przedstawienie formularza informacyjnego, zawierającego warunki zawarcia umowy odwróconego kredytu hipotecznego. Obowiązek informacyjny jest jednak niezbędny i stanowi element systemu ochrony seniorów, którzy chcą zawierać tego typu umowy.

Brak specjalnej oferty na polskim rynku bankowym rodzi pytanie o możliwości korzystania ze standardowej oferty kredytowania przez osoby starsze. I tu z kolei barierę stanowi procedura badania zdolności kredytowej i potrzeba przedłożenia wszelkiej dokumentacji niezbędnej do dokonania jej oceny.

Kolejnym rozwiązaniem, które z powodzeniem może być wykorzystane w relacji banku z seniorem jest *private banking*. Usługi bankowe tego typu kierowane są do zamożnych klientów indywidualnych, dla których tworzona jest zindywidualizowana oferta dotycząca ochrony i pomnażania powierzonych kapitału [Dziawgo 2006]. Instytucje bankowe powinny otworzyć dostęp do *private bankingu* osobom starszym, którzy wchodzi w nowy okres aktywności życiowej z aktywami o znacznej wartości. O upowszechnieniu tego rozwiązania decydujące znaczenie ma indywidualizacja ofert danego banku, co w praktyce oznacza korzystanie z umów bankowych tworzonych dla danego segmentu klientów lub indywidualnego przypadku, co oznacza, że powszechnie wzorce umowne i regulaminy bankowe tracą rację bytu [Rutkowska-Tomaszewska 2013: 102].

Z kolei ograniczanie możliwości korzystania z produktów i usług bankowych z powodu wieku klienta lub jego wiedzy stoją w sprzeczności z konstytucyjną zasadą równości wszystkich obywateli i prowadzą do wykluczenia finansowego tej grupy wiekowej. Stąd też zasadnym jest rozważenie zarówno zalet, jak i wad tej grupy potencjalnych klientów, chociażby poprzez analizę SWOT przedstawioną w tab. 1. Podobne analizy są niezbędne do podjęcia rozważań nad wydzieleniem ze struktury wiekowej grupy klientów 60+ i dopasowanie oferty bankowej do ich potrzeb. Stąd też w literaturze, jak i praktyce gospodarczej, popularyzowana jest koncepcja bankowości przyjaznej dla wieku (ang. *age-friendly banking*). Zapewnia ona efektywne produkty i usługi finansowe skierowane do osób starszych oraz ochronę ich praw. Wypracowane w tym temacie

rozwiązania z rynku amerykańskiego szeroko wskazują na potrzeby i problemy seniorów i rolę jaką do odegrania mają tu banki detaliczne. Wśród najpopularniejszych wniosków należy wymienić, iż osoby starsze [Abood i wsp. 2015: 4]:

- deklarują chęć i potrzebę posiadania rachunków bankowych o niskim koszcie prowadzenia takiego rachunku oraz bez wymagań o minimalnej wysokości depozytu,

- wyrażają chęć korzystania z nisko oprocentowanych pożyczek i innych produktów kredytowych, z których mogliby korzystać w nagłych, niespodziewanych sytuacjach,

- potrzebują wsparcia w uzyskiwaniu dostępu do świadczeń publicznych i innych form zwiększania dochodu,

- potrzebują ochrony przed stanem się ofiarami finansowych nadużyć i oszustw,

- za niezbędną uznają potrzebę pogłębionej edukacji oraz szkoleń prawno-finansowych,

- oczekują możliwości osobistego kontaktu z pracownikami działu obsługi klienta w fizycznie istniejącej placówce banku,

- potrzebują wczesnej interwencji w planowanie emerytalne.

Jak widać z powyższego zestawienia, problem odpowiedniej ochrony klienta seniorów pojawia się zarówno wprost, jak i w deklaracji korzystania z dopasowanych do ich statusu społecznego i materialnego produktów bankowych. Zapewnienie odpowiedniej ochrony staje się tu warunkiem niezbędnym do utrzymania entuzjastycznej postawy włączania się osób starszych do nurtu tradycyjnej bankowości detalicznej.

Tabela 1. Analiza SWOT starszych konsumentów usług bankowych

SILNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> – lojalność – sumienność spłat – stałe, regularne przepływy pieniężne – długotrwała relacja 	<ul style="list-style-type: none"> – kłopoty z przyswajaniem nowej wiedzy – mała elastyczność – awersja do innowacji (organizacyjnych, technologicznych, procesowych) – przyzwyczajenie (konserwatywne podejście do nowinek) – preferowanie gotówki
SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> – podtrzymanie uczestnictwa osób starszych zmniejsza ryzyko wykluczenia finansowego – nowy segment klientów – nowa oferta produktowa – dywersyfikacja oferty – wizerunek banku CSR 	<ul style="list-style-type: none"> – wyższe koszty świadczeń usług – wysoki opór wobec zmian – konieczność inwestycji w udogodnienia i technologie wspomagające wizytę/korzystanie z usług przez osoby starsze – zacofanie technologiczne (Internet, smartfony, <i>social media</i>) – zbyt duża rozbieżność pomiędzy ofertą dla osób młodych i starszych

Źródło: opracowanie własne.

2. OCHRONA SENIORÓW NA RYNKU BANKOWYM JAKO SZCZEGÓLNY WYRAZ OCHRONY KLIENTÓW

Dokonując porównania pozycji startowej seniora i banku jako instytucji to z pewnością klient 60+ zajmuje pozycję słabszą. Nie tylko z powodu ograniczeń wynikających z wieku, bo oznaczałoby to prymitywną postawę dyskryminacyjną, ale ze sposobów i formy jaką banki wykorzystują do przekazywania informacji i warunków formalnych związanych z zawieraniem umowami. Należy zauważyć, że generalnie banki stosują ujednoczone wzorce umowne, co oznacza, że nie profilują ich potrzeb. Zarówno asymetria informacji, jak i szereg charakterystyk związanych z faktem, że stroną umowy jest osoba starsza, wzmaga potrzebę szczególnej ochrony. Senior bardzo często nie dysponuje odpowiednią wiedzą, ani nie kalkuluje realnych korzyści i kosztów oferty. Kwestia braku edukacji finansowej wydaje się tu kluczową.

Tak zdefiniowany problem został podjęty na rosyjskim szczycie G20 w 2013 r., podczas którego największe światowe gospodarki zdecydowały o zainicjowaniu programów zwiększających wiedzę finansową wśród ich obywateli. Uznano to za jeden z ważniejszych sposobów budowania ochrony konsumentów, która może nie tylko prowadzić do stabilizacji sytuacji finansowej w gospodarstwach domowych, ale również w długim okresie całych gospodarek [OECD, *Advancing National Strategies...*, dostęp: 20.12.2015]. Tak więc edukacja finansowa stała się istotnym elementem polityki z perspektywy makroekonomicznej, jak również rozwoju krajowych rynków.

Ciekawą oddolną inicjatywą jest krajowy projekt „Młodzież Seniorom o Bankowości”. Przeprowadzony został w formie konkursu na najciekawszy sposób dotarcia i przekazania przez młodzież ponadgimnazjalną tajników poruszania się w ramach współczesnej bankowości [FMA, dostęp: 20.12.2015]. Takie międzypokoleniowe spotkania mają nie tylko charakter edukacyjny, ale stanowią swoisty most pomiędzy doświadczeniami oraz wiedzą młodych oraz dojrzałych obywateli.

Wiele aktów prawnych wskazuje i reguluje zakres ochrony konsumentów. Na poziomie krajowym podstawowym aktem jest *Konstytucja RP*. Ponadto również w *Kodeksie cywilnym* znana jest idea ochrony konsumenta, w której jest on charakteryzowany jako słabsza strona stosunku prawnego, zarówno z pozycji ekonomicznej, organizacyjnej, posiadanego doświadczenia i kwalifikacji. Z kolei *Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym* wskazuje, że przy ocenie, czy daną praktykę rynkową można uznać za uczciwą, zasadnym jest kierowanie się wpływem na przeciętnego konsumenta, a takim jest właśnie senior [Rutkowska-Tomaszewska 2014: 147, 212–213].

Jedna z najistotniejszych kwestii ustawy *Prawo bankowe* związana jest z unormowaniami zawieranych umów pomiędzy instytucją bankową a klientem. Aby zapewnić klientowi dokonanie w jak największym stopniu świadomego

wyboru, bank zobligowany jest do dostarczenia rzetelnych informacji, poprzez odpowiedni przekaz reklamowy, czytelne zapisy umowy, dotyczące zarówno kosztów oraz warunków uzyskania korzyści.

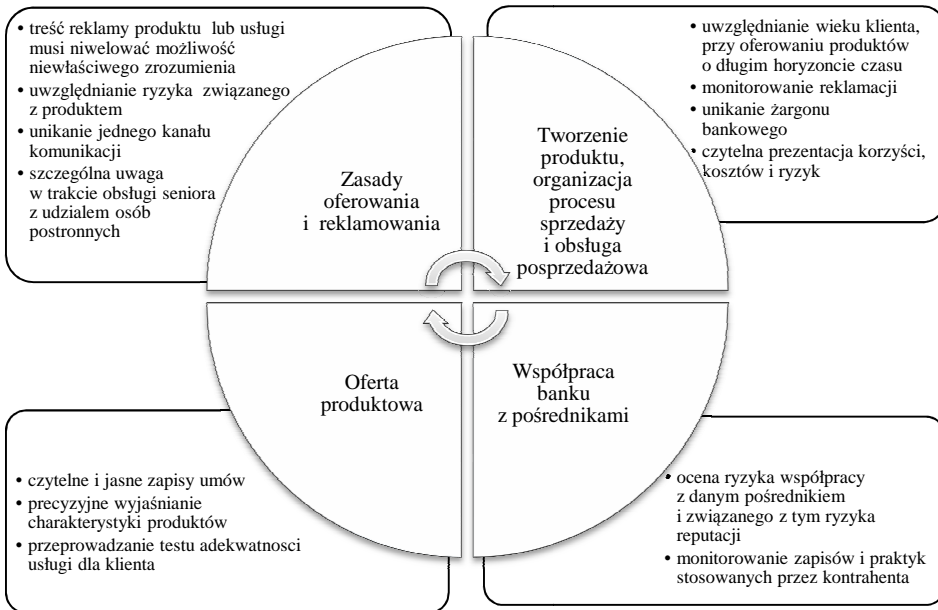
Nie bez znaczenia pozostają wypracowane w Polsce ustalenia na poziomie Komisji Nadzoru Finansowego i Związków Banków Polskich. Istotne dla ochrony klientów sektora bankowego w Polsce są zarówno *Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego* opracowany przez KNF oraz *Zasady Dobrej Praktyki Bankowej* przyjęte przez ZBP (od kwietnia 2013 r. określane mianem *Kodeksu Etyki Bankowej*) [KNF, dostęp: 04.01.2016; ZBP kwiecień 2013: dostęp: 04.01.2016].

Dokumenty te w związku z ich charakterem dobrowolności można traktować jako strażnika zachowania w sposób wzorcowy. Choć mowa tu często o górnolotnych zasadach, tak jak w przypadku *Kanonu...*, który składa się z 16 postanowień, w tym takich o uczciwości, rzetelności i działań z należytą starannością, to między innymi znajdują się w nim zapisy, iż reklama nie może wprowadzać w błąd, zwłaszcza w zakresie ryzyk związanych z konkretnym produktem. Problem odpowiedniej formy reklamy i marketingu produktów bankowych dla szczególnego odbiorcy, jakim jest senior stanowi osobny problem ochrony jego interesów. *Kanon Dobrych Praktyk* odnosi się również do kwestii takich jak: rozpatrywanie reklamacji, profilowanie usług, podejmowanie działań na rzecz pełnego poznania potrzeb klientów oraz ochrony ich danych.

W przypadku *Zasad...* za szczególnie ważny należy uznać punkt 5 *Postanowień ogólnych*, który brzmi następująco: „realizując strategię biznesową banki powinny kierować się nie tylko uwarunkowaniami ekonomicznymi, ale również słusznymi interesami swoich Klientów, pracowników, akcjonariuszy, partnerów biznesowych, a także lokalnego Środowiska” [KNF, dostęp 04.01.2016; ZBP kwiecień 2013, dostęp: 04.01.2016]. Powyższa treść wskazuje na zobowiązanie banku do dbania o wszystkich interesariuszy, co bezpośrednio związane jest z zasadami społecznej odpowiedzialności biznesu, które wdrażane są do działalności banków. Z tego punktu widzenia ochrona seniorów na rynku bankowym wpisuje się w samo sedno koncepcji CSR. Aby wdrażać dobre praktyki na rynku bankowym Komisja Etyki Bankowej w październiku 2015 r. przedstawiła rekomendacje w zakresie obsługi seniorów [*Rekomendacje Komisji Etyki Bankowej...*, dostęp: 04.01.2016]. Przegląd wytycznych przedstawia schemat 1.

Marketing i sprzedaż produktów bankowych powinna opierać się na prostych, jasnych komunikatach i sformułowaniach, jak również zaniechaniu używania wszelkich niejednoznacznych treści. Z punktu widzenia interesów osób starszych ważne jest dostatecznie jasne informowanie o skutkach prawno-ekonomicznych zawieranych umów oraz rezygnacja z zapisów drobnym drukiem. Wzrost liczby produktów i usług bankowych nie wymaga mnożenia formalności i zdewaluowanej formy, niezrozumiałej dla przeciętnego klienta. Dzia-

łania proklientowskie będą zwiększały zaufanie seniorów do instytucji bankowych, a co za tym idzie budowały długofalową relację, która będzie ekonomicznie korzystna dla obu stron.



Schemat 1. Wybrane rekomendacje dotyczące obsługi seniorów na rynku bankowym

Źródło: opracowanie własne *Rekomendacje Komisji Etyki Bankowej...*, ZBP, październik 2015, dostęp: 04.01.2016, s. 4–11.

Z punktu widzenia ochrony seniora na rynku usług bankowych kluczowe jest, aby wdrożyć dobre praktyki w zakresie ochrony tak wrażliwego konsumenta do codziennej obsługi klientów. Seniorzy powinni mieć dostęp do informacji, umożliwiającym im podejmowanie świadomych decyzji. Po drugie, nie mogą być przedmiotem nieuczciwych praktyk, a przypadku jakichkolwiek niejasności lub naruszeń powyższych zasad powinni mieć łatwy dostęp do mechanizmów rozwiązywania sporów z instytucjami bankowymi [Ostalecka 2012: 657]. Właściwym krokiem byłoby utworzenie osobnej komórki u Rzecznika Praw Obywatelskich lub Rzecznika Praw Konsumentów specjalizujących się w pomocy seniorom poszkodowanym przez system bankowy. Niezbędne jest podnoszenie wiedzy finansowej seniorów wszelkimi możliwymi kanałami, czy to poprzez organizowanie specjalnych programów edukacyjnych przez same banki czy inne organizacje społeczne.

3. ZRÓWNOWAŻONE FINANSE OSTOJĄ DOBRYCH PRAKTYK NA RYNKU BANKOWOŚCI DETALICZNEJ W STOSUNKU DO KLIENTA–SENIORA

Ochrona seniorów na rynku bankowym nabiera szczególnego znaczenia w kontekście postępującego trendu zwanym zrównoważonymi finansami. Koncepcja ta bazuje na założeniu, że wzrost gospodarczy powinien być realizowany przez zwiększanie społecznej spójności, sprawiedliwą alokację dóbr, przeciwdziałanie dyskryminacji oraz marginalizacji [Czechowska 2013: 46–47]. Tym samym należy przyjąć dalekowzroczne myślenie i poszukiwanie odpowiednich do obecnych problemów społecznych i gospodarczych ścieżek rozwoju, które będą wychodzić naprzeciw negatywnym konsekwencjom działań, walcząc tym samym z zadłużeniem zarówno państw i gospodarstw domowych, kryzysem ubezpieczeń społecznych i demograficznym [Dąbrowska i in. 2015: 82].

Wkład w sposób realizacji przyszłego wzrostu gospodarczego mają również banki poprzez ukierunkowanie swojej działalności na realizację zasad społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Zgodnie z wyróżnieniem D. Korenik, bank pełni w gospodarce dwie funkcje: komercyjną oraz służebną [2008a: 18–20]. Rola komercyjna polega na realizacji celów ekonomicznych właścicieli i akcjonariuszy banku i podejmowaniu działań na rzecz jego rozwoju. Z kolei rola służebna wymaga od banku jak najlepszego służenia zarówno gospodarce, jak i społeczeństwu. Jedność odgrywania tych ról prowadzi do zrównoważenia interesów wszystkich interesariuszy (akcjonariuszy, pracowników, klientów, społeczności lokalnej, środowiska naturalnego itd.), a to będzie rzutować na sukcesy, zarówno na gruncie osiągniętych wyników finansowych jak i pozafinansowych w kwestiach, etycznych, społecznych i ekologicznych [Gostomski 2009: 41].

Za priorytetowe zadania w dobie starzenia się społeczeństw podejmowane przez banki na rzecz klientów–seniorów, jednocześnie zgodne z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu, należy uznać m.in.:

- rozpoznanie potrzeb seniorów i dostosowanie oferty do ich potrzeb,
- tworzenie i wprowadzanie do oferty nowych produktów, specjalnie desygnowanych dla seniorów,
- tworzenie nowych procedur i przestrzeganie już istniejących norm ochrony interesów osób starszych przed ewentualnymi nadużyciami, a nawet przestępstwami,
- uczestnictwo lub inicjowanie programów z zakresu edukacji finansowej w tej grupie wiekowej,
- redukcja do minimum wszelkich skomplikowanych procedur i zapisów umownych wykraczających poza wiedzę przeciętnego klienta,
- uwrażliwianie pracowników na potrzeby nowego segmentu klientów, poprzez szkolenia nakierowane na rozwój kompetencji miękkich,

- zapewnienie materiałów informacyjnych, druków umów i innych dokumentów w dostosowanej formie wizualnej,
- dostosowanie placówek bankowych do osobistych wizyt seniorów.

Wymienione inicjatywy są spójne z koncepcją *age-friendly banking*, która była wspomniana w pierwszej części niniejszego opracowania. Banki współpracujące w amerykańskim programie propagującym uwzględnianie zmian demograficznych wypracowały szereg wytycznych, które zostały wymienione i wyjaśnione w tab. 2.

Tabela 2. Zasady *Age-Friendly Banking*

Wytyczna	Objaśnienie
Ochrona seniorów przed nadużyciami finansowymi	Realizacja tej zasady wymaga rozwoju standardów na poziomie kraju związanych z wykrywaniem i przeciwdziałaniem oszustwom i nadużyciom. Przede wszystkim chodzi tu o zbieranie danych dotyczących wszelkich nieprawidłowości i prób wyłudzeń oraz szkolenia pracowników jak identyfikować i reagować w sytuacji podejrzenia popełnienia przestępstwa.
Tworzenie i dopasowanie istniejących produktów i usług bankowych do potrzeb seniorów	Dopasowane produkty i usługi finansowe zawierają m.in. niskoprowizyjne rachunki oszczędnościowo-rozliczeniowe, brak opłat przy płaceniu rachunków czy relatywnie tani dostęp do skrytek bankowych. Ponadto, banki powinny powołać osobę, która będzie specjalizowała się w obsłudze klienta-seniora i posiadała szczegółową wiedzę o ofercie dla tego segmentu klienta.
Rozwój zarządzania finansami seniora	Banki i inne instytucje finansowe powinny zaangażować się w programy edukacyjne dla seniorów, rozwijać doradztwo finansowe oraz planowanie finansowe.
Tworzenie narzędzi umożliwiających dostęp do środków zwiększających dochód seniora	Banki mają możliwość edukowania klientów, pomagania w uczestnictwie w programach rządowych i społecznych, które redukują braki w budżecie domowym.
Oswajanie starzenia się w społeczeństwie	Realizacja możliwa poprzez oferowanie pożyczek i kredytów hipotecznych dla seniorów, takich jak <i>reverse mortgage</i> , a także uczestnictwo w dopasowaniu usług transportowych dla seniorów, zwiększając tym samym ich mobilność i poczucie bezpieczeństwa i niezależności.
Zwiększanie dostępu do placówek bankowych	Wdrażanie rozwiązań infrastrukturalnych sprzyjających odwiedzinom w placówkach bankowych. Wszelkie dokumenty i prezentacje powinny być wykonane czytelnymi czcionkami umożliwiającymi seniorom ich odczyt i zrozumienie treści. Ulepszenia powinny dotyczyć również jakości obsługi zarówno w placówce, na infolinii, a także interfejsu bankowości internetowej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Abood i in. [2015: 2].

Niezbędnym elementem rozwoju bankowości detalicznej jest zapewnienie ochrony klientom. Ze względu na słabszą pozycję, jaką zajmują w kontakcie z instytucją finansową, ważne jest podejmowanie działań na rzecz zniwelowania

utrudnień związanych z dostępem do produktów i usług bankowych. Nie jest to droga uświecająca zasady oferowania bądź sprzedaży produktów przez banki, gwarantująca w pełni rzetelną obsługę i brak jakichkolwiek nadużyć. Stąd też nie tylko istotne jest przestrzeganie zasad oraz rekomendacji Komisji Nadzoru Finansowego i Związków Banków Polskich, ale propagowanie w środowisku bankowym szerokiego objęcia ochroną seniorów. Popularyzacja społecznej odpowiedzialności powinna wspierać wszelkie proklienckie rozwiązania i potrzebę wdrażania zindywidualizowanych rozwiązań dla seniorów.

PODSUMOWANIE

Zmiany demograficzne wywierają znaczący wpływ na rodzaj i charakter oferowanych produktów, jak również zakres i standaryzację świadczonych usług. Ze względu na wiek, osobie starszej należy się poszanowanie jej praw, co wynika nie tylko z zasad dobrego wychowania, ale przede wszystkim realizacji przez banki służebnej roli w gospodarce.

Seniorzy, jak pokazuje przeprowadzona analiza, mogą stać się znaczącym liczebnie, ale i dochodowym segmentem bankowości detalicznej. Utrzymanie lojalności będzie związane nie tylko z zaproponowaniem wystandaryzowanej oferty, ale i z zapewnieniem skutecznej ochrony. Proponowane produkty i usługi finansowe nie mogą być obarczone nadmiernym ryzykiem. Korzystanie z produktów bankowych przez seniorów ma służyć obsłudze ich potrzeb związanych z zarządzaniem finansami po przejściu na emeryturę, a nie nakręcać spirale zadłużenia. Seniorzy oczekują rozwiązań dopasowanych do ich potrzeb, czytelnym umów bankowych, nie wprowadzających w błąd reklam. Kluczem do sukcesu wydaje się być przejrzystość rynku bankowego oraz edukacja finansowa seniorów.

BIBLIOGRAFIA

- Abood M., Zdenek R., Kali K., 2015, *What Can We Do To Help? Adopting Age-Friendly Banking to Improve Financial Well-Being for Older Adults*, Federal Reserve Bank of San Francisco, January, [w:] <http://frbsf.org/cdinvestments>.
- Czechowska I. D., 2013, *Ograniczenia w dostępie do usług bankowych klientów 60+ w perspektywie zrównoważonych finansów*, [w:] G. Borys, A. Janusz (red.), *Rola instytucji i rynku finansowego w świetle celów oraz zasad zrównoważonego rozwoju*, Wydawnictwo UE we Wrocławiu, „Prace naukowe UE we Wrocławiu”, nr 311, Wrocław.
- Dąbrowska A., Byłok F., Janoś-Kresło M., Kielczewski D., Ozimek I., 2015, *Kompetencje konsumentów*, PWE, Warszawa.
- Dziawgo L., 2006, *Private banking. Bankowość dla zamożnych*, Oficyna Wydawnicza, Kraków. FMA, <http://www.fma.org.pl/msob/>
- Gostomski E., 2009, *Społeczna odpowiedzialność banków w dobie kryzysu finansowego*, [w:] M. Bąk, P. Kulawczuk (red.), *Społeczna odpowiedzialność instytucji finansowych*, Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym, Warszawa.

- Kłobukowska J., 2013, *Rynki finansowe wobec zmian demograficznych*, [w:] M. Kuczmarska, I. Pietryka (red.), *Problemy gospodarki światowej*, Tom III, Instytut Badań Gospodarczych, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Toruniu, Toruń.
- KNF, http://rf.gov.pl/z-prac-biura/Kanon_Dobrych_Praktyk_Rynku_Finansowego__442
- Korenik D., 2008a, *Odpowiedzialność banku komercyjnego. Próba syntezy*, Difin, Warszawa.
- Korenik D., 2008b, *Rynki finansowe w obliczu starzejących się społeczeństw – kwestie wybrane*, [w:] P. Karpuś, J. Węclawski (red.), *Rynek finansowy. Inspiracje z integracji europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Lublin.
- OECD, *Advancing National Strategies for Financial Education*, <http://www.oecd.org/finance/g20-countries-step-up-action-to-help-consumers-make-informed-financial-decisions.htm>
- Ostalecka A., 2012, *Ochrona konsumenta jako instrument wspierania stabilności finansowej*, „Annales UMCS”, Sectio H, Vol. XLVI, Lublin.
- Probabilistic Population Projections, World Population Prospects: The 2015 Revision*, United Nations.
- Rekomendacje Komisji Etyki Bankowej przy Związku Banków Polskich dla sektora bankowego w zakresie obsługi seniorów*, ZBP, październik 2015, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_bankow/prawo/komisja_etyki_bankowej/Rekomendacja_KEB_senior_27112015.pdf.
- Rutkowska-Tomaszewska E., 2014, *Bankowość konsumencka*, [w:] W. Góralczyk (red.), *Problemy współczesnej bankowości. Zagadnienia prawne*, Lex a Wolter Kluwer business, Warszawa.
- Rutkowska-Tomaszewska E., 2013, *Ochrona prawna klienta na rynku usług bankowych*, Lex a Wolter Kluwer business, Warszawa.
- Wierzbicki Z. R., 2014, *Może już czas na gerobanking w Polsce?*, „Kurier Finansowy”, nr 2(36) kwiecień–czerwiec.
- ZBP, [w:] <https://zbp.pl/dla-bankow/zespoły-rady-i-komitetów/działania-w-obszarze-legislacyjno-prawnym/komisja-etyki-bankowej>.

THE POSITION AND PROTECTION OF ELDERLY IN RETAIL BANKING MARKET IN THE PERSPECTIVE OF SUSTAINABLE FINANCE

In the article the Author tends to present elderly as a new and separate customer segment on the retail banking in the nearest future. This general assumption leads to define the main goal of the article as an analysis and identification of main problems concerned with seniors' protection on the retail banking market. The considerations are connected with sustainable finances. Concluding, elderly protection will be possible when the market reaches greater transparency, the banking agreement will be more readable and the financial education will be more popularized among the elderly segment.

Key words: elderly, retail banking, sustainable finance.

PROTECTION OF THE RIGHTS OF INDIVIDUAL DEPOSITORS IN UKRAINIAN BANKING MARKET

Sophia Lobozyńska*

Abstract:

The complex analysis of deposit operations of individuals in Ukraine was realized. The national legal norms of protection the rights of investors – individuals were investigated. Also the proposals were developed for the further improvement of the protection system of individual depositor rights in Ukraine by improving banking regulation and supervision, the increase of the financial sustainability of the Deposit Guarantee Fund and financial literacy of citizens.

Key words: system of deposit guarantee, Deposit Guarantee Fund, the protection of investors, bankruptcy of banks, financial instability.

JEL Class: E21, G21, D18.

INTRODUCTION

For a long time Ukraine has been in a difficult economic situation, which includes all the features of a systemic financial crisis. The structural elements of this crisis are the currency crisis, the debt crisis and the banking crisis. Particular danger arises from the banking crisis, which significantly reduces the level of public confidence in the banking system and leads to the reduction of the resource base of domestic banks, which has an obvious negative effect on the investment opportunities of financial intermediaries and deepens recession in the country's economy. The recovery of the depositors' confidence

* Professor of Bank and Insurance Business Department of Ivan Franko L'viv National University, 79008, Lviv, Svoboda boulevard, 18, Ukraine, e-mail: lobozyńska.sophia@yahoo.com.

in the banking system is possible through construction of the effective system for protection of individual investors who are the main source of forming the financial resources for domestic investments into the development of the real sector of Ukraine. For this reason, improving the mechanism of the depositor rights protection gains special importance and should be included in the strategic objectives of the current economic policy of Ukraine.

The main purpose of research is realization of complex analysis of the protection of depositors' rights in Ukraine. The objectives of the study are to analyze the deposit market in Ukraine, the legislation of protect the financial rights of individual depositors in Ukrainian banking market and financial stability of DGF. Based on the identified problems in the protection of depositors the recommendations will be proposed to solve them.

1. THE ANALYSIS OF THE UKRAINIAN DEPOSIT MARKET

The essence of the economic processes in the deposit market should be viewed through the prism of customer perception of the processes taking place in the banking sector and, taking into account the macroeconomic policy of the country. According to the data of the public survey carried out by the Democratic Initiatives Foundation named by Kucheriv and by the Center of Research named by Rozumkov as of June 2015 the 76.5% of Ukrainians completely or partially do not trust the domestic banks [Akimova and Komarov, retrieved: 11.12.2015] It is difficult to trust the banking system, if during 2014–2015 the number of banks in Ukraine has decreased from 180 to 120 banks (as of 01.01.2016), 64 banks are under liquidation, three banks are run by the interim administration [*Banking statistics...*]. The activity of the National Bank of Ukraine aimed at the withdrawal of insolvent banks from the market has been associated with the complicated economic and political situation and significant violations of the applicable laws regulating the prevention and counteraction of legalization of proceeds from crime, as well as the improper level of capitalization of those banking institutions and the low level of their financial stability.

The Ukrainian Deposit market immediately responded to the systemic crisis in the economy. During 2010–2015 the volume of deposits invested in the banking system in the national currency while transferring them into the dollar equivalent shows a significant outflow of money from deposit accounts (Fig. 1).

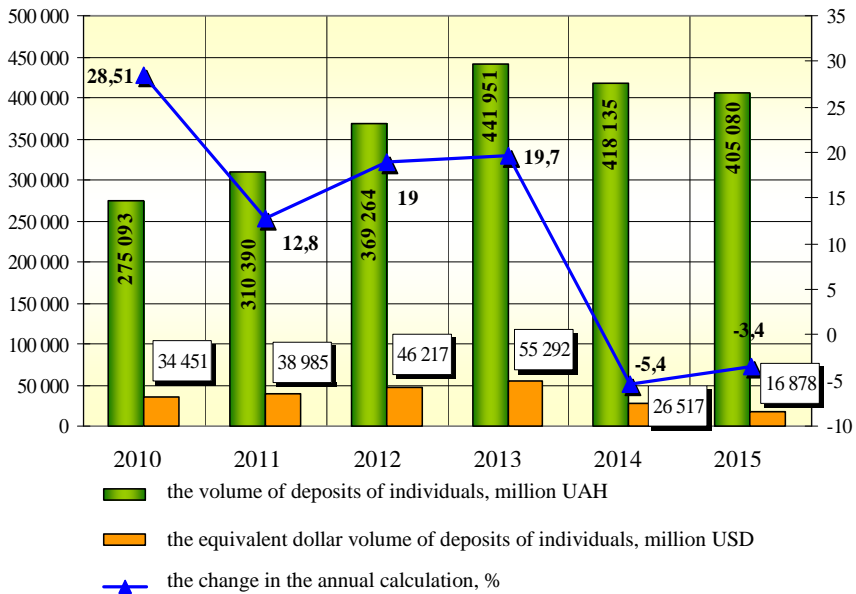


Figure 1. The volume of deposits of individuals 2010–2015y. in Ukraine

Source: own elaboration based on data from Nation Bank of Ukraine (Annual Report), (Banking statistics), www.bank.gov.ua/files/stat.pdf.

The significant decline of hryvnia deposits took place in March and April 2014 in the context of the political instability and the annexation of the Crimea. In September 2014 due to the existence of a threat of Russian troops full-scale military invasion following the events in Ilovaysk the second wave of deposit outflow was observed. In 2014 the change in the annual calculation of the volume of deposits acquired a negative value and amounted (–5.4%) [Banking statistics...]. The reason for the mass withdrawal of deposits in 2015 was the sharp devaluation of the hryvnia. Hryvnia has devaluated by more than 50%. The rate of decline in the volume of deposits in 2015 was (–3.4%) [Banking statistics...]. Translating total volume of deposits in dollar terms, we can state that during the 2014–2015y. the volume of deposits in the banking system has decreased by approximately 70%.

The outflow of deposits in the national and foreign currencies is shown in Fig. 2. In particular, deposits in the national currency decreased during the 2014–2015 by 26 billion USD (76%) and deposits in foreign currency decreased by 13.8 billion USD (60%) [Banking statistics...]. Overall the resource base of domestic banks was withdrawn by 39.8 billion USD, which

entering the money market deepened a currency crisis and increased a pressure on the money supply at the same time speeding up inflation processes.

Significantly worse situation was observed with foreign currency deposits, which during the 2014–2015 were only removed by individuals month by month. One important reason for a massive withdrawal was the implementation of currency restrictions that were introduced by the NBU to reduce pressure on the national currency.

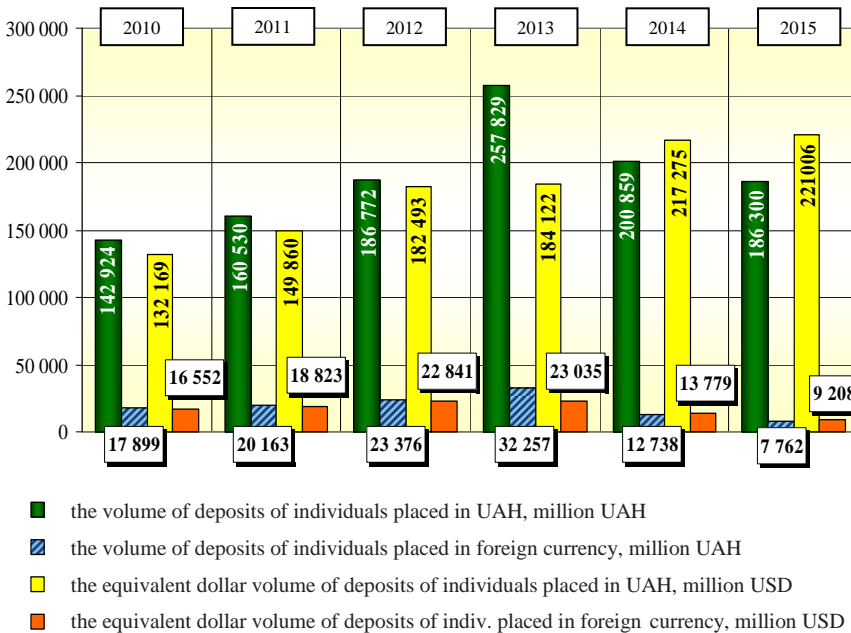


Figure 2. The distribution of individuals' deposits by currencies, investments 2010–2015 in Ukraine

Source: own elaboration based on data from Nation Bank of Ukraine (Annual Report), (Banking statistics), www.bank.gov.ua/files/stat.pdf.

Such situation has significantly complicated the process of obtaining foreign currency by investors and significantly reduced the level of confidence in the stability of banks. The National Bank of Ukraine set foreign currency limits on cash withdrawals from foreign currency deposits for no more than 20 000 UAH (equivalent to 840 dollars USA) per day [*On regulation of the situation on monetary and exchange market of Ukraine...*, confirmed by resolution of the NBU on 03.09.2015 №5813].

This situation has led to a considerable fall in the competitiveness index of the banking system of Ukraine, as evidenced by published rating indicators which were determined on the base of monitoring results of the banking systems of the world in the Global Competitive Reporting (Tab. 1).

Table 1. Competitiveness Index of the country 2015–2016,
Category 8 „Financial market development” Section B „Trustworthiness and confidence”
(1 – „Soundness of bank”, 2 – „Regulation of securities exchanges”, 3 – „Legal rights index”)

Indicators/countries	Indices of reliability and trust in the banking system		
	Ranking position among 140 countries following the index 1. „Soundness of bank” (the highest score for this indicator – 7)	Ranking position among 140 countries following the index 2. „Regulation of securities exchanges” (the highest score for this indicator – 7)	Ranking position among 140 countries following the index 3. „Legal rights index” (the highest score for this indicator – 12)
Poland	47 (5,4)	97 (4,6)	24 (7,0)
Russia	115 (4,0)	48 (3,7)	80 (4,0)
Ukraine	140 (2,6)	135 (2,5)	17 (8,0)

Source: *World Economic Forum: Global Competitiveness Report, Competitiveness Ranking 2015*, <http://reports.weforum.org/globalcompetitiveness-report-2015-2016/competitivenessrankings/#indicatorId=GCI.B.08>.

The most problematic situation is observed with the banking system stability, Ukraine took the lowest ranking positions – 140 of 140 countries. Such situation was directly influenced by the unfavorable environment of banks activity, including a significant drop in GDP, high inflation, the lack of solvent borrowers, the outflow of foreign investment, currency devaluation, unresolved political and military conflicts. Banks also have own significant problems, including insufficient level of equity, toxic assets, excessive amounts of risky operations with low allocations to the insurance reserves for active operations, corruption actions of banks top management, the limited diversification of assets and liquidation of structural units in annexed Crimea and in the East of the country, where military operations are conducted. Undoubtedly, it shook the stability of the banking institutions. Banks are already declaring significant losses during last two years.

Ukraine has the low rating position with the index 2 „Regulation of securities exchanges” Ukraine ranked 135 out of 140. This indicates that there are significant problems with the regulation and supervision from the NBU side. This can also include issues not regulated by law, namely the inadequacy of early response to the problematic banks, opaque mechanisms of distribution of refinancing resources, significant gaps in the procedure of removing the bank

from the market, lack of the regulator's transparency before the society, inadequate control over bank transactions with insiders, the possibility of avoiding liability for the actions that lead to the insolvency of the bank by the owners of substantial share, bank managers and other persons connected with the bank.

The high evaluation given by the international experts towards system of investors and creditors protection in Ukraine adds optimism – 17 place out of 140 possible. This position is associated with hard work on improving the existing legislation on the individual investors protection due to the numerous bank failures and the low level of confidence in the domestic banking system.

2. THE ESTIMATION OF INDIVIDUAL DEPOSITORS RIGHTS PROTECTION SYSTEM IN UKRAINIAN BANKING MARKET

Establishment of the system of customers – bank depositors rights defense has started in 1998 with signing of the Decree of President of Ukraine „On Measures to Protect the Rights of Physical Persons as Depositors of Commercial Banks in Ukraine”. This document regulated the order of creating the Deposit Guarantee Fund, forming and usage of its costs, and also it prescribed that in case of inaccessibility of deposit in a commercial bank an individual is guaranteed the deposit compensation including interest in amount of deposit but not more than 500 UAH.

The next stage of the Fund development was adoption by the Ukrainian Parliament of The Law of Ukraine „On the individual deposit guarantee Fund” on 20th of September 2001 year (DGF) which increased the size of the ensured amount of compensation to 150 000 UAH.

In current conditions the activity of the Deposit Guarantee Fund is determined by The Law of Ukraine „On Deposit Guarantee”, which was implemented on the 22nd of September 2012 year. The rate of the ensured amount of compensation was raised to 200 000 UAH. The indicated sum includes costs in amount of deposit and interests on the date which goes before recognition of a bank as bankrupt. The rate of ensured amount of compensation considerably exceeds the rate of average deposit – 7708 UAH as of 01.10.2015 and protects interests of 98,8% of investors [*Statistics of DGF...*]. It is reasonable to notice that the rate of the ensured amount of compensation of deposits exceeds the primary rate of ensured amount (500 UAH) by 400 times and was increased by 11 times from the beginning of existence of the system of ensuring individuals deposits.

According to Paragraph 3 of The Law the legal status of The Fund is determined as organization which carries out the special functions in the sphere of ensuring the individuals deposits and pulling out bankrupted banks from the market. According to the valid legal basis The Fund executes following

functions: regulating banks participation in a system of ensuring; accumulating costs for deposits compensation payments; investing in the governmental securities; pulling out of the market the bankrupted banks in the way of establishment a temporary administration and liquidation of banks; informing community about the operation of the system of individual deposits guarantee.

The insurance of individual deposits is the most important function of DGF. Forming of financial resources according to Paragraph 19 of the Law is made out of following sources: primary and periodical meetings of participants of DGF; income from DGF's investing of costs into governmental securities; income from interest accrued on balances in the accounts of DGF, opened at the National Bank; penalty (fine, interest fine) charged to participants of DGF; other sources not prohibited by law.

Financial resources of DGF as of 01.01.2016 amounted to 14084.4 million UAH, which is 2788,6 million UAH less than in 2015. The largest items filling DGF's financial resources are the revenues from the payment of a regular fee of DGF members and income from investments in government securities. As of 01.01.2015 such gains were respectively 3268.2 billion UAH and 871.8 billion UAH [*Annual report of DGF on 2014 year...*].

The innovative approach in the accumulation of financial resources to DGF contains improved calculation order, calculation and payment of the regular fee by the members of the Fund. In particular, it is expected that there will be the differentiation between the quarterly payments and the accrual basis by deposit currency at an annual rate, which is set at 0.5 percent of the base charges for the deposits in national currency and 0.8 percent of the base charges for deposits in foreign currency.

During the calculation of the regular charge the risk degree of deposit policy of each particular bank was taken into consideration owing to the introduction of the diversification coefficients in the calculation. According to Regulations on order of the calculation, charging and payment of fees to the Deposit Guarantee Fund approved by the Executive Directorate of the DGF 02.07.2012., №1, the following diversification coefficients of the Fund members are established:

- size of the weighted average interest rate on deposits of individuals involved;
- correlation of the arithmetic average of deposit balances of individuals to the arithmetic average of balances of liabilities (thrift of bank);
- correlation of deposits of individuals in foreign currency to individual deposits in national currency.

The base for the calculation of the regular fee is determined as the arithmetic average for the calculated period sum of daily balances on accounts of deposits accounting and of interest on them.

Table 2. The calculation of the regular fee in the form of differentiated fee

At excess of weighted average interest rate over the weighted average interest rate on the banking system (K1)	Proportion of individuals' deposits to liabilities (K2)	Proportion of deposits in national and foreign currencies (K3)
until 1 point – 1,0	less than 35% – 1,0	less than 100% – 1,0
from 1–2 points – 1,1	35%–40% – 1, 1	100%–150% – 1,1
from 2–3 points – 1,2	40%–45 % – 1,2	150%–200% – 1,2
from 3–4 points – 1,3	45%–50% – 1.3	200%–250% – 1,3
more than 4 points – 1,4	more than 50% – 1,4	more than 250% 1,4

Source: Regulations on the calculation, charging and payment of fees to the Deposit Guarantee Fund, www.fg.gov.ua.htm.

Calculation of the regular fee considering the risk level:

$$RF \equiv \frac{Bz \times C_1 \times K1 \times K2 + B\text{€} \times C2 \times K1 \times K2 \times K3}{Kn} \times n$$

where:

RF – regular fee

Bz – hryvnia calculation base;

$B\text{€}$ – foreign currency calculation base;

$C1$ – annual interest rate charges on deposits in national currency;

$C2$ – annual interest rate charges on deposits in foreign currency;

Kn – number of calendar days in the current year;

n – number of calendar days in the reporting quarter.

Due to the deterioration of the financial market conditions in 2014 and liquidity crisis the financial stability of the DGF was significantly reduced. In order to perform its functions the DGF needed additional financial content. According to those conditions the Parliament of Ukraine decreed the Law of Ukraine No 1586-VII of July 04, 2014 On the Amendment of Certain Legislative Acts of Ukraine Regarding Prevention of Adverse Impact on Stability of the Banking System, which among others brought amendments to the Law of Ukraine On Households Deposit Guarantee System. In particular, it was determined by law that in case of risk of shortage of costs in the Fund, on condition that in the Law on State Budget of Ukraine for the current year there are no budget allocations of necessary funds amount, the Fund submits to the Ministry of Finance of Ukraine application for credit (contribution to non-repayable basis) on the cost of the state budget with an indication of its size.

Thus, the Fund substantially simplified the mechanism for obtaining financial assistance from the state budget to reimburse funds to depositors of insolvent banks.

During 2014 the Fund's total expenses amounted to 15 121.3 million UAH including payment of guaranteed amount to depositors of banks which amounted to 8459.5 million UAH. An increase was caused by the taking out 33 banks from the market during 2014. This led to attraction of additional resources for adequate compensation to depositors of insolvent banks which comprised 20315.1 million UAH, of which loans of the NBU – 10197.5 million UAH, loans in exchange for government bonds in promissory note of the DGF – 10117.6 million UAH [*Annual report of DGF on 2014 year...*].

The situation became more critical in 2015, when the funds paid to depositors of insolvent banks as of 01.01.2016 increased 7.8 times and amounted to 65929.8 million UAH [*Statistics of DGF...*]. The financial support of the DGF by the Ministry of Finance of Ukraine in 2015 made up about 21.5 billion USD for compensation to depositors of bankrupt banks [Ochimovska, retrieved: 30.11.2015].

However, the situation with financial stability of the DGF remains difficult as to finance its expenditure fund received short-term loans from the NBU, some of which will have to be paid off already in 2016. Instead, the amount of regular income from banks to the Fund is about 3.2–3.5 million annually. The forming of resources for the payment of obligations to the NBU remains an unsolved problem for the Fund. The obligation for paying off borrowings to the Ministry of Finance is coming in 2025–2029, for this period interest payments are also due, so there is time to develop an action plan to attract alternative sources of accumulation of financial resources of the Fund, but work in this area is lagging behind.

Additional filling to financial resources of the DFG could become the financial assistance of the World Bank. The World Bank's Board of Executive Directors in September approved the project „Ukraine – Second Programmatic Financial Sector Development Policy Loan”. According to this project Ukraine received the IBRD loan in the amount of US \$500.0 million for 17 years with grace 6 years [*Ukraine – Second Programmatic Financial...*].

The main objective of the project is to support the authorities in: strengthening the operational, financial and regulatory capacity of the Deposit Guarantee Fund for the resolution of insolvent banks; improving the solvency of the banking system through implementation of bank recapitalization and restructuring plans and timely enforcement action; and strengthening the legal and institutional framework to improve the resilience and efficiency of the banking system.

Under these conditions, when the DGF will be unable to fulfill their obligation of paying guaranteed amount of customers deposits of failed banks,

the DGF has opportunity to apply for financial assistance from the Ukrainian Government and receive funds in the respective amount of the project WB. Thus, the main credit conditions for DGF (amount and term lending) DGF will determine by Ministry of Finance of Ukraine.

During the period under review deposits amounting to 200 000 UAH were paid off by the Fund in full, but paying off of deposits to individuals over 200 000 thousands is realized problematically because it is connected to the process of the assets sale of problematic banks, and it's implementation is extremely difficult and requires significant improvement. The most valuable assets of problematic banks are ensured by the NBU. The possibility of selling them requires permission of the NBU, as well as initial sales price, which under the law must be established by the NBU. The interaction of the National Bank and the DGF is not yet established, there is no mechanism for cooperation. Among those, about 70% of assets – are loans, which are difficult to sell and to evaluate. The problem of assessing the collateral for loans which were provided to the liquidated banks to the real sector of the economy remains unsolved. Therefore, the accumulation of sale of assets of problematic banks is scarce, and returning of deposits to big depositors is an uncertain prospect in conditions of insufficiency of financial resources of the DGF.

Responding to the challenges of potential threats to the depositor rights protection of bankrupt banks The Parliament of Ukraine on 16.07.2015 adopted The Law No. 629-19 On Amendments to Certain Legal Acts of Ukraine in Respect of the Improvement of the Individual Deposit Guarantee System and the Resolution of Insolvent Banks [*On the Amendment of Certain Legislative Acts of Ukraine... Regarding Prevention of Adverse Impact on Stability of the Banking System: The Law of Ukraine from 16.07.2015 № 629-19*]. This law contains provisions on improvement of the system of protection of individual deposits and increases the institutional capacity of the Deposit Guarantee Fund. It was the result of joint work of the Ministry of Finance of Ukraine, the National Bank, the DGF, the International Monetary Fund, European Bank for Reconstruction and Development and World Bank.

The Law is aimed at increasing the of protection of individual deposits and providing a quick access to them in the event that the bank became insolvent and is being taken out from the market. The Law estimates the following standards [*On the Amendment of Certain Legislative Acts of Ukraine Regarding Prevention of Adverse Impact on Stability of the Banking System: The Law of Ukraine from 16.07.2015 № 629-19*]:

1. reduction of the period of time required for the taking out of the insolvent bank from the market from three months to one;
2. gaining access by depositors to their deposits within 20 days from the moment of the taking out of the bank from the market, despite the end of the contract term of the deposit agreement, and for the banks with a client base

that exceeds 500 000 accounts – not later than 30th working day since the introduction of the interim administration;

3. increasing the transparency of the procedure of bank liquidation and allowing competent DGF employee to monitor database of investors and banking operations at the early stages of problem arising in the bank;

4. implementation of the system of qualification for investors in insolvent banks to eliminate the possibility of selling the bank to financial fraudsters;

5. introduction of centralized auctions for selling assets of banks to improve the transparency of the auctions;

6. specification of the conditions under which the bank must be classified as insolvent and improvement of procedure of the taking out of insolvent banks from the market;

7. limitation of possibilities for big depositors to abuse the deposit guarantee system by splitting their deposits;

8. change the order of creditor satisfaction by including the related parties by the bank in last turn.

These rules should be implemented full-scale in 2016. Compliance to the regulations of this legislative act will allow to promote level of supervision over problem banks, to minimize losses from the taking out insolvent bank of the banking market and will significantly help to increase the level of protection of investors – individuals, including individuals – entrepreneurs, compensation to which will be made in accordance with applicable legislation from 01.07.2017.

CONCLUSIONS

Thus, after examining the state of affairs in the consumer deposit market, we can conclude that Ukraine has proper legal framework for protection of the rights of investors – individuals. In particular, it has been substantially further developed in recent years in order to combat the growing threats that have emerged in the banking sector. However, confidence of individuals in the banking system is extremely low, considering the significant negative performance of the banks.

Despite the large number of bankrupt banks during 2014–2015 (65 banks), the state represented by the Individual Deposit Guarantee Fund has properly carried out payments to depositors of problematic banks within the established limit – 200 000 UAH. However, savings of depositors in foreign currency deposits and deposits over 200 000 UAH were not protected primarily for two reasons: a significant depreciation of the national currency against foreign currencies, which was due to significant deficiencies of the exchange rate policy and the lack of the DGF revenues from the sale of assets of the liquidated banks. These revenues are scarce, so the payments of compensation to depositors

(recognized by the current legislation as fourth stage of the creditors) more than the guaranteed amount were not realized. The anxiety is caused by the financial instability of the DGF which puts under question the possibility of fulfillment of obligations by the Fund to investors even within the amount guaranteed by law in the future.

To increase the level of protection of individuals – depositors of banks and restore confidence in the banking system it is necessary to make a number of improvements in the banking system:

1) to increase the quality of banking regulation and supervision; to update the methodology for determining the bank systemic risk and operational risk assessment methodology; to improve the system of early response of identification of weaknesses in the banking activity; strengthen criminal and administrative liability of banking supervision inspectors, temporary administrators and liquidators of banks for improper fulfillment of their duties;

2) to establish cooperation between the NBU, the DGF and independent auditors who certify financial statements of a bank. In particular, auditors should promptly detect fraud in the system of financial accounting and inform controlling and security forces. Instead, the NBU and the DGF should immediately respond to messages and decide on punishment for the unfair banks. The NBU and the DGF must especially carefully interact on the introduction of an interim administration in the bank, on the conclusion and checking of a base of individual deposits, on description of available liquid assets, on operation research of owners and insiders; and in assessing the liquidation property of the bank;

3) it is advisable to establish in the structure of the DGF the financial investigations department, whose activities would be geared towards a thorough examination of the bank transactions with owners and insiders, as well as establishing a degree of responsibility of the top management responsible for financial stability of the bank. Furthermore it is necessary to launch anti-corruption program inside the Deposit Guarantee Fund of individuals in order to timely expose illegal actions of employees of the Fund;

4) to increase financial stability of the DGF in the way of organizing an effective operations with assets of liquidated banks. The sale of such assets was performed not transparently, under the closed door, there was a significant number of abuses. From 2015 the electronic platforms were approved, but there are the facts of refusal of accreditation of a number of retail outlets and the facts of implementing shadow schemes by them. The Security Service of Ukraine initiated four investigations [Ochimovska, retrieved: 30.11.2015]. It is advisable to immediately launch the activities of the consolidated office for sale of the assets of liquidated banks. This system will allow promoting transparency and reduce the cost of managing such assets. Within the structure of the consolidated office the departments should be set up according to asset

categories, including departments that will work with consumer loans, mortgages, corporate lending, collateral for loans, unserviceable assets. This greatly reduces the risk of corruption by the authorized person, as the powers and responsibilities will be distributed among many experts;

5) it is necessary to raise the level of financial literacy of citizens. The results of the research „The survey aimed at the assessment of the level of knowledge of Ukrainian consumers of the system of the individual deposits guarantee”, commissioned by the DGF and with the support of the Program of financial sector development (USAID/FINREP-II), the level of awareness of the respondents can be described as incomplete and superficial: only 19% of respondents were able to correctly answer 10 questions of the test out of 17. The audience generally feels the lack of information about the system of guaranteeing deposits – over 70% of respondents state the lack of knowledge and desire to learn more about the system of guarantee [The report on the results of the research „The survey aimed at the assessment of the level of knowledge of Ukrainian consumers of the system of the individual deposits guarantee”]. Considering the mentioned above it is appropriate to introduce the training courses on the basics of financial security, on the legal framework to protect consumers of financial services, on the methods of risk diversification of investments, online consultations of investors. It is necessary to expand the content of Internet pages of the DGF concerning the procedure of the sale of liquidation assets of problematic banks, the results of corruption investigations, the opportunities for qualified advice for the wide range of citizens.

The offered ways of improving the system of rights protection of investors – individuals are able to restore a consumer confidence in the banking service market and create a critical mass of domestic investors, which would stimulate economic recovery in Ukraine.

BIBLIOGRAPHY

- Akimova I., Komarov V., 2015, *Banks of Ukraine: How to get out of the loop of distrust*, [available at:] <http://gazeta.zn.ua/macrolevel/banki-ukrainy-kak-vybratsya-iz-petli-nedoveriya-vyhod-iz-bankovskogo-krizisa-kak-razorvat-krug-nedoveriya-.html>.
- Annual report of DGF on 2014 year*, [available at:] <http://www.fg.gov.ua.htm>.
- Banking statistics*, [available at:] <http://www.bank.gov.ua/files/stat.pdf>.
- Gordiyenko O. *Deputy Director of the Deposit Guarantee Fund: Active phase of the bank cleaning ended*, [available at:] <http://www.economics.unian.net>.
- Kornylyuk R. *The banking panic: lessons and implications. What completed the largest banking crisis in the history of Ukraine*, [available at:] <http://www.forbes.ua/ua/business/1396289-bankivska-panika-uroki-ta-naslidki>.
- Ochimovska T, *Kostyantyn Vorushylin: The majority of Ukrainian borrowers has the mentality of bunko artists // Delovaya stoltisa. – 30.11.2015*, [available at:] <http://www.dsnews.ua>.

- On regulation of the situation on monetary and exchange market of Ukraine*, confirmed by resolution of the NBU on 03.09.2015 №581, [available at:] <http://www.zakon.rada.gov.ua.htm>.
- On the Amendment of Certain Legislative Acts of Ukraine Regarding Prevention of Adverse Impact on Stability of the Banking System: The Law of Ukraine from 16.07.2015 № 629-19*, [available at:] <http://www.zakon.rada.gov.ua.htm>.
- Regulations on the calculation, charging and payment of fees to the Deposit Guarantee Fund approved by the Executive Directorate of DGF 02.07.2012. – №1*, [available at:] <http://www.fg.gov.ua.htm>.
- Skolotyanyy Y., Samayeva Y., Kostyantyn Vorushylin: „*The fund was not ready for instant solutions to problems that collapsed on him*” 03/09/2015 [Electronic resource]. – [Access mode]: <http://www.gazeta.dt.ua>.
- Statistics of DGF*, [available at:] <http://www.fg.gov.ua.htm>.
- The report on the results of the research „The survey aimed at the assessment of the level of knowledge of Ukrainian consumers of the system of the individual deposits guarantee”*. – Kyiv. – 2015. – 28 p., March 2015, [available at:] <http://www.fg.gov.ua.htm>.
- Ukraine – Second Programmatic Financial Sector Development Policy Loan*, [available at:] www.worldbank.org/en/news/loans-credits/2015/09/15/ukraine-second-programmatic-financial-sector-development-policy-loan.
- World Economic Forum: Global Competitiveness Report, Competitiveness Ranking 2015*, [available at:] <http://reports.weforum.org/globalcompetitiveness-report-2015-2016/competitiveness-rankings/#indicatorId=GCI.B.08>.

OCHRONA PRAW DEPONENTÓW – OSÓB FIZYCZNYCH NA UKRAIŃSKIM RYNKU BANKOWYM

Przeprowadzono kompleksową analizę operacji depozytowych dla osób fizycznych na Ukrainie. Zbadano prawo krajowe ochrony praw deponentów – osób fizycznych. Opracowano sugestie dalszego udoskonalenia systemu ochrony praw deponentów – osób fizycznych na Ukrainie poprzez poprawę regulacji i nadzoru bankowego, stabilności finansowej Funduszu gwarantowania depozytów osób fizycznych i wiedzy finansowej ludności.

Słowa kluczowe: system gwarancji depozytów, Fundusz gwarantowania depozytów, ochrona praw deponentów, upadłość banków, niestabilność finansowa.

• F I N A N S E I P R A W O F I N A N S O W E •

• Journal of Finance and Financial Law •

Marzec/March 2016 • vol. III, no. 1

ISSN 2353-5601

<https://doi.org/10.18778/2391-6478.3.1.08>

ZNACZENIE WIEDZY FINANSOWEJ W PROCESIE ZARZĄDZANIA FINANSAMI OSOBISTYMI

Marta Musiał*

Streszczenie:

Celem niniejszego artykułu jest wykazanie niskiego poziomu wiedzy finansowej wśród Polaków mieszkających w największych polskich miastach. Ponadto na podstawie zrealizowanych badań ankietowych¹ podjęto próbę weryfikacji następujących hipotez badawczych. Hipoteza pierwsza zakłada, iż poziom wiedzy finansowej jest uwarunkowany czynnikami demograficzno-społecznymi, tj. płeć, wiek czy wykształcenie. Druga hipoteza zakłada, że istnieje zależność pomiędzy wiedzą finansową osoby a czynnikami finansowymi, tj. dochód, wydatki i oszczędności gospodarstwa domowego danej osoby.

Słowa kluczowe: wiedza finansowa, zarządzanie finansami osobistymi, finanse gospodarstw domowych.

JEL Class: D14, D31, L84.

Przyjęto/Accepted: 03.03.2016

Opublikowano/Published: 31.03.2016

WPROWADZENIE

W ostatnich latach wiedza finansowa stała się zasobem postrzeganym jako konieczny do poprawnego funkcjonowania na rynku finansowym. Stało się tak za sprawą rosnącej sofistyki rynków finansowych. Oznacza to, iż klienci nie tylko wybierają pomiędzy oprocentowaniem na dwóch różnych lokatach bankowych czy planach oszczędnościowych, ale oferuje się im szeroki asortyment

* Doktor, Zakład Finansów Osobistych i Behawioralnych, Katedra Bankowości i Finansów Porównawczych, Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług, Uniwersytet Szczeciński.

¹ Praca powstała w wyniku realizacji projektu badawczego o nr 2013/09/N/HS4/03697 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

złożonych instrumentów finansowych do oszczędzania i pożyczania pieniędzy, z szeroką gamą opcji. Przy tym odpowiedzialnością i ryzykiem związanym z podjęciem decyzji finansowej, która będzie miała ogromny wpływ na przyszłe życie danej osoby, obarczony jest klient, a nie bank czy rząd. Wobec powyższego wiedza finansowa powinna być dostępna dla szerokiego grona osób, aby każdy mógł ją pogłębiać i wykorzystywać w życiu codziennym.

Celem niniejszego artykułu jest wykazanie niskiego poziomu wiedzy finansowej wśród Polaków mieszkających w największych polskich miastach. Ponadto na podstawie zrealizowanych w ramach projektu badawczego o nr 2013/09/N/HS4/03697 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki podjęto próbę weryfikacji następujących hipotez badawczych:

1. Poziom wiedzy finansowej jest uwarunkowany czynnikami demograficzno-społecznymi, tj. płeć, wiek czy wykształcenie.

2. Istnieje zależność pomiędzy wiedzą finansową osoby a czynnikami finansowymi, tj. dochód, wydatki i oszczędności gospodarstwa domowego danej osoby.

1. PODSTAWY TEORETYCZNE

Gospodarstwo domowe definiuje się jako mikrojednostkę gospodarującą, która wytwarza dochód, dokonuje jego podziału na różne cele, produkuje dobra, świadczy usługi, gromadzi zapasy [Pałaszewska-Reindl i Michna 1986: 34]. B. Świecka [Świecka (red.) 2008: 15] natomiast definiuje gospodarstwo domowe jako autonomiczną jednostkę ekonomiczną, jednoosobowy (single), jak i wieloosobowy zespół spokrewnionych i/lub niespokrewnionych, wspólnie utrzymujących się i podejmujących decyzje o zagospodarowaniu środków w części lub całości wniesionych do budżetu domowego.

W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele definicji finansów osobistych. Większość autorów utożsamia pojęcie finansów osobistych z finansami gospodarstw domowych [Campbell 2006: 1553–1604; Schuchardt i in. 2007: 61–69; Garman i Forgue 2008: 3; Melicher i Norton 2005: 3; Korenik i Korenik 2004: 17; Rytelewska 2008: 399; Bywalec 2009: 139; Jajuga 2007: 16; Waliszewski 2010: 32; Bogacka-Kisiel (red.) 2012: 10]. Na potrzeby niniejszego artykułu, autorka przyjmuje definicję finansów osobistych *sensu largo* B. Świeckiej [2014: 18]: „Finanse osobiste *sensu largo* to subdyscyplina finansów związana z gospodarowaniem (zarządzaniem) środkami finansowymi przez członków gospodarstw domowych. Inaczej mówiąc, finanse osobiste to z jednej strony pozyskiwanie, z drugiej strony wydatkowanie środków, a także oszczędzanie i inwestowanie środków finansowych przez członków gospodarstw domowych. W tym wypadku pojęcie finansów osobistych *sensu largo* może być jednoznaczne z pojęciem finansów gospodarstw domowych”. Natomiast pojęcie

zarządzania finansami osobistymi definiuje jako proces gospodarowania środkami finansowymi w celu osiągnięcia postawionych celów finansowych poprzez planowanie, organizowanie, wpływanie i kontrolę [Nogalski i in. 1994: 9] zachowań finansowych będących efektem podejmowanych decyzji finansowych. Zarządzanie finansami osobistymi/finansami gospodarstw domowych (ang. *personal finance management*) to proces ciągłego gospodarowania pieniędzmi składający się z czynności związanych z przygotowaniem i realizacją operacji pieniężnych. Do czynności tych można zaliczyć [Garman i Forgue 2008: 4; Kapoor i in. 2004: 4; Swart 2007: 17; Waliszewski 2011: 38]:

- uzyskiwanie dochodów – otrzymywanie zasobów z zatrudnienia i inwestycji;
- wydawanie – biorąc pod uwagę konsekwencje, oraz zasadę: wydatki < zarobki;
- oszczędzanie – pieniądze na „czarną godzinę” oraz na krótkoterminowe cele;
- inwestowanie – selekcjonowanie papierów wartościowych w celu uzyskania zysku;
- pożyczanie – mądre nawyki pożyczania i nienadużywanie kredytów;
- zarządzanie ryzykiem – odpowiednie ubezpieczenie pokrywające ryzyko;
- planowanie emerytalne – zabezpieczenie finansowe na późniejsze życie;
- planowanie podatkowe – umiejętne korzystanie z ulg podatkowych;
- transfer majątku – efektywne przeniesienie własności majątku na kolejne pokolenia.

Drugim istotnym pojęciem zawartym w tytule artykułu jest pojęcie wiedzy finansowej, które utożsamiane jest z angielskim terminem *financial literacy* (FL). Pojęcie to jest niestety niejednoznacznie definiowane w literaturze, a także często błędnie utożsamiane z pojęciem pokrewnym *financial capability* (FC) – tłumaczonym w polskiej literaturze jako świadomość finansowa². Zanim przedstawiona zostanie definicja pojęcia wiedzy finansowej, warto przytoczyć, jak samo pojęcie wiedzy jest ujmowane w literaturze. Wiedza obejmuje zarówno wiedzę sformalizowaną, czyli wiedzę jawną, dostępną dla świadomości właściciela, jak i wiedzę niesformalizowaną, zwaną ukrytą, która w sposób bezpośredni dla właściciela wiedzy jest niedostępna – pozostaje utrwalona w jego podświadomości i może dotyczyć wiedzy naukowo-technicznej lub też wynikać z wieloletniego doświadczenia [Krawczyk 2011: 103]. Raport przedstawiony przez OECD przedstawia następującą klasyfikację wiedzy [OECD 2000: 55]:

- wiedza „co”, która ukazywana jest w zestawach danych i faktów;
- wiedza „dlaczego”, wyjaśniająca relacje zachodzące między zjawiskami i procesami;

² Tłumaczenie polskie nie zawsze odzwierciedla istotę terminu anglojęzycznego, gdyż „świadomość finansowa” to po angielsku *financial awareness*, a nie *financial capability*, które również tłumaczone jest jako „świadomość finansowa”, ale ma dużo szersze znaczenie. Dogłębną analizę pojęcia *financial capability* i pojęć pokrewnych znaleźć można w: Zdanowska [2012: 251–260].

– wiedza „jak”, która odzwierciedla się w działaniach praktycznych;
– wiedza „kto”, wskazująca na osoby posiadające wiedzę „co”, „dlaczego” oraz „jak”.

Wiedza finansowa natomiast to umiejętność rozumienia finansów. Dokładniej, pojęcie *financial literacy* (wiedza finansowa) odnosi się do zestawu umiejętności i wiedzy, który umożliwia jednostce podejmowanie przemyślanych i efektywnych decyzji poprzez rozumienie finansów. Inaczej mówiąc, FL to zestaw wiedzy i umiejętności pozwalających zrozumieć zarówno zasady finansowe jakie panują na rynkach finansowych, jak i produkty finansowe oferowane na tych rynkach. FL jest pojęciem węższym aniżeli FC – „podkreśla obiektywną wiedzę na konkretne tematy związane z pieniędzmi, ekonomią lub finansami, oraz subiektywną pewność siebie” [PRI 2005: 4]. Termin ten został zdefiniowany jak następuje: umiejętność czytania, analizy, zarządzania i informowania o osobistej sytuacji finansowej, która wpływa na dobrobyt materialny. Wlicza się w to umiejętność dostrzegania wyborów finansowych, omawiania problemów finansowych bez (lub pomimo) dyskomfortu, planowanie przyszłości, oraz kompetentne odpowiadanie na wydarzenia, które wpływają na codzienne decyzje finansowe, wliczając w to wydarzenia gospodarcze [PRI 2004: 5].

2. METODYKA BADAWCZA

Badania ankietowe przeprowadzone zostały w 7 największych miastach Polski, tj.: Warszawa, Kraków, Łódź, Wrocław, Poznań, Gdańsk, Szczecin³, na początku 2015 r. w ramach realizacji projektu badawczego finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki o nr 2013/09/N/HS4/03697.

Przyjmując dopuszczalny błąd na poziomie 5% ustalono, że należy przebadать min. 1 067 gospodarstw domowych. W badaniu wzięło udział 1 086 osób odpowiedzialnych za zarządzanie finansami osobistymi w swoich gospodarstwach domowych. Badania zostały przeprowadzone przy pomocy elektronicznego kwestionariusza ankiety (CAWI⁴) oraz papierowego kwestionariusza ankiety (PAPI⁵). Przy ankiecie bezpośredniej w badaniu pilotażowym zastosowano metodę doboru nielosowego, dobór jednostek typowych, w celu przetestowania kwestionariusza. Próba do badań bezpośrednich wylosowana została stosując metodę losowania warstwowego. Sposobem doboru respondentów w przypadku ankiety internetowej była metoda doboru werbunkowego, w postaci paneli dobrowolnych (patrz: Kaczmarczyk 2011: 98–100).

³ Według danych GUS na dzień 1 stycznia 2011 r., w Polsce jest 7 miast ponad 400 000 mieszkańców.

⁴ Ankieta CAWI (*Computer-Assisted Web Interview*) – badanie przeprowadzane za pośrednictwem Internetu.

⁵ Ankieta PAPI (*Paper & Pencil Interview*) – ankieta papierowa.

Do zbadania poziomu wiedzy finansowej posłużył test składający się z 10 pytań typu prawda/fałsz zaprezentowanych w tab. 1.

Tabela 1. Test wiedzy finansowej

Lp.	STWIERDZENIE
1.	13,71% wymiaru podstawy składki na nasze ubezpieczenie społeczne (emerytalne, rentowe i chorobowe) jest opłacane z naszej pensji, a 16,26% – przez pracodawcę.
2.	Konto oszczędnościowe to rodzaj konta osobistego.
3.	W przypadku bankructwa naszego banku lub SKOKu, Bankowy Fundusz Gwarancyjny wypłaci nam kwotę naszych depozytów nieprzekraczającą 100 000 euro.
4.	Odsetki od oszczędności nie są opodatkowane.
5.	Zakup obligacji Skarbu Państwa nie jest obciążony ryzykiem.
6.	Fundusze inwestycyjne zawsze inwestują część naszych środków w akcje.
7.	Zawsze opłaca się spłacić kredyt lub pożyczkę wcześniej niż przewiduje umowa.
8.	Korzystając z karty kredytowej w <i>grace period</i> (tłum. „okresie łaski”), można korzystać z kredytu nieoprocentowanego.
9.	W razie wypadku samochodowego spowodowanego przez nas wszystkie szkody zostaną pokryte z naszego ubezpieczenia OC.
10.	Środki zgromadzone na Otwartych Funduszach Emerytalnych są dziedziczone.

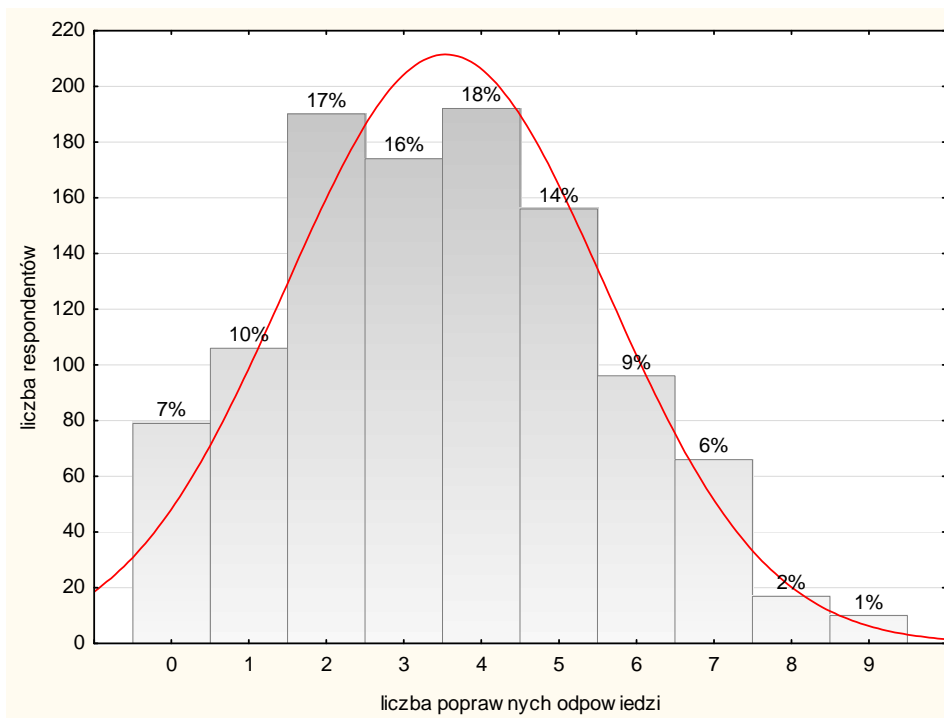
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań zrealizowanych w ramach projektu badawczego o nr 2013/09/N/HS4/03697 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

3. WYNIKI BADANIA

Na podstawie przeprowadzonych badań ankietowych zbadano poziom wiedzy finansowej wśród mieszkańców 7 największych miast Polski. W przeprowadzonym badaniu respondenci rozwiązywali test wiedzy finansowej składający się z 10-ciu pytań prawda/fałsz (tab. 1). Dodatkowo respondenci mogli zakreślić odpowiedź „nie wiem”. Najmniej problemów sprawiły stwierdzenia nr 3: „W przypadku bankructwa naszego banku lub SKOKu, Bankowy Fundusz Gwarancyjny wypłaci nam kwotę naszych depozytów nieprzekraczającą 100 000 euro.” (56% poprawnych odpowiedzi), nr 4: „Odsetki od oszczędności nie są opodatkowane.” (45% poprawnych odpowiedzi) oraz nr 7: „Zawsze opłaca się spłacić kredyt lub pożyczkę wcześniej niż przewiduje umowa.” (46% poprawnych odpowiedzi). Natomiast najwięcej problemów sprawiły stwierdzenia nr 2: „Konto oszczędnościowe to rodzaj konta osobistego.” (15% poprawnych odpowiedzi) i nr 6: „Fundusze inwestycyjne zawsze inwestują część naszych środków w akcje.” (18% poprawnych odpowiedzi).

Średni wynik z testu wiedzy finansowej uzyskany przez mieszkańców największych polskich miast to 3,5 pkt. na 10 możliwych do zdobycia, natomiast

mediana wynosi 3 pkt. Za ledwie 18% badanych osób uzyskało z testu ponad 50% punktów (ponad 5 pkt.). Tylko 1% respondentów udało się uzyskać 90% punktów. Podczas gdy nikt nie rozwiązał testu bezbłędnie, niestety aż 7% badanych nie udzieliło ani jednej poprawnej odpowiedzi (rys. 1).

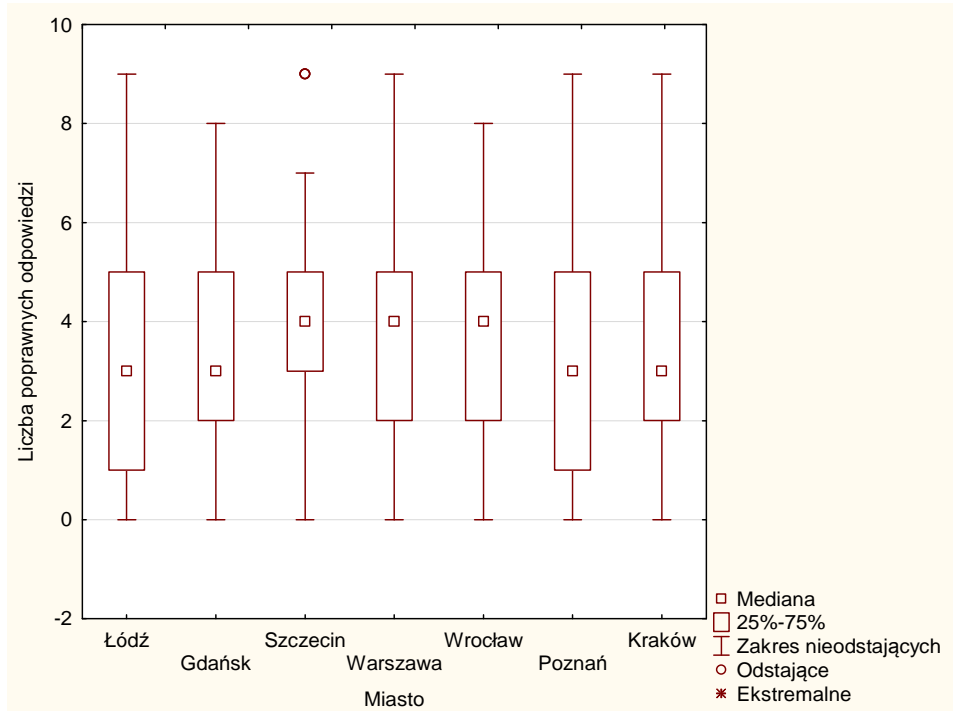


Rysunek 1. Rozkład poprawnych odpowiedzi z testu wiedzy finansowej

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań zrealizowanych w ramach projektu badawczego o nr 2013/09/N/HS4/03697 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

Na rys. 2 przedstawiono analizę wyników z testu wiedzy finansowej dla poszczególnych miast w Polsce. Analiza średnich wyników ukazała, że najlepszy wynik został osiągnięty przez mieszkańców Szczecina (4,13 pkt.), następnie Gdańska (3,71 pkt.), Warszawy (3,65 pkt.), Wrocławia (3,64 pkt.). Poniżej średniej ogółu badanych uzyskali mieszkańcy Krakowa (3,37 pkt.), Poznania (3,16 pkt.), Łodzi (3,07 pkt.). Osoby z najwyższym wynikiem (9 pkt./10 pkt.) znalazły się wśród mieszkańców Łodzi, Warszawy, Poznania i Krakowa oraz Szczecina. W każdym mieście natomiast w badaniu wzięty osoby, które nie udzieliły żadnej poprawnej odpowiedzi. Analizując zakres od 25% do 75% uzyskanych wyników w każdym mieście, można zauważyć, że w Szczecinie zakres

ten jest wąski – od 3 do 5 pkt., podczas gdy w Łodzi i Poznaniu wynosi od 1 do 5 pkt., co spowodowało niskie średnie wyniki z testu dla tych miast.



Rysunek 2. Wykres „ramka-wąsy” wyników testu wiedzy finansowej dla poszczególnych miast

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań zrealizowanych w ramach projektu badawczego o nr 2013/09/N/HS4/03697 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

Analiza wyników z testu wiedzy finansowej według wybranych cech demograficzno-społecznych pozwoliła wykazać, iż:

- mężczyźni uzyskali nieznacznie wyższy wynik na poziomie 3,7 pkt., podczas gdy kobiety uzyskały średnio 3,4 pkt.;
- osoby z pokolenia Y uzyskały 3,5 pkt., podobnie jak osoby z pokolenia seniorów, najlepszy średni wynik z testu wiedzy finansowej uzyskały osoby z pokolenia X – 3,7 pkt., natomiast najniższy (3,1 pkt.) – osoby z pokolenia osób dojrzałych;
- najwyższe wyniki uzyskały osoby z wyższym wykształceniem niepełnym oraz wyższym (3,7 pkt.), następnie osoby z wykształceniem podstawowym (3,2 pkt.), średnim (3,2 pkt.), pomaturalnym (2,9 pkt.) oraz zawodowym (2,7 pkt.).

Analiza korelacji przy wykorzystaniu współczynnika korelacji rang Spearmana wykazała, że nie istnieje istotna statystycznie zależność pomiędzy poziomem wiedzy finansowej a wiekiem badanej osoby czy liczbą osób w gospodarstwie domowym badanej osoby. Wykazano natomiast zależność pomiędzy wiedzą finansową a wykształceniem respondentów ($r = 0,11$ przy $p = 0,000$). Analiza testem U Manna-Whitneya wykazała, że istnieją istotne statystycznie różnice w poziomie wiedzy finansowej pomiędzy mężczyznami i kobietami. Analiza testem Kruskala-Wallisa wykazała, że istnieją istotne statystycznie różnice w poziomie wiedzy finansowej ze względu na zamieszkiwane przez respondentów miasto (tab. 2).

Tabela 2. Analiza korelacji czynników demograficzno-społecznych z wiedzą finansową

Lp.	Zmienne	Wiedza finansowa	
		Współczynnik	Istotność
1.	płeć	–	0,0271
2.	wiek	–0,0189	0,5346
3.	liczba osób w gospodarstwie domowym	–0,044	0,1488
4.	miasto	–	0,0028
5.	wykształcenie	0,11	0,000

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań zrealizowanych w ramach projektu badawczego o nr 2013/09/N/HS4/03697 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

Analiza korelacji przy wykorzystaniu współczynnika korelacji rang Spearmana wykazała, że istnieje istotna statystycznie zależność pomiędzy poziomem wiedzy finansowej a miesięcznym dochodem gd badanej osoby, miesięcznymi wydatkami ogółem gd respondenta oraz całkowitym zadłużeniem gd.

Tabela 3. Analiza korelacji czynników finansowych z wiedzą finansową

Lp.	Zmienne	Wiedza finansowa	
		Współczynnik	Istotność
1.	miesięczny dochód gospodarstwa domowego	0,1382	0,000
2.	miesięczne wydatki ogółem gd	0,110	0,0049
3.	miesięczne oszczędności	0,0385	0,326
4.	oszczędności ogółem gd	0,0441	0,275
5.	zadłużenie ogółem gd	–0,1291	0,012

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań zrealizowanych w ramach projektu badawczego o nr 2013/09/N/HS4/03697 finansowanego ze środków Narodowego Centrum Nauki.

4. DYSKUSJA

Od kilku lat na świecie prowadzone są badania nad świadomością finansową. Profesor Elaine Kempson z Centrum Badawczego Finansów Osobistych w Bristolu (*Personal Finance Research Centre in Bristol*) opublikowała raport [Kempson 2009] poświęcony metodologii badań z zakresu świadomości finansowej, w której zwraca uwagę na problem zróżnicowania badań na świecie pod kątem założeń badawczych, budowy kwestionariusza, wyznaczania próby badawczej itp. Analiza porównawcza badań przeprowadzonych np. w Wielkiej Brytanii, USA, Niemczech i Polsce jest niepoprawna z punktu widzenia metodologicznego, dlatego poniżej zostaną przedstawione wyniki i wnioski z poszczególnych badań.

W Polsce w ciągu ostatnich kilku lat powstało kilka raportów na temat wiedzy finansowej Polaków. Jednym z nich jest raport Departamentu Edukacji i Wydawnictw Narodowego Banku Polskiego, który systematycznie monitoruje stan wiedzy i świadomości ekonomicznej Polaków. W obiektywnym teście wiedzy ekonomicznej przeprowadzonym przez NBP w 2015 r., przeciętny Polak odpowiedział poprawnie na 10 z 20 pytań testu. W całej badanej populacji nie było jednak osoby, która znałaby dobrą odpowiedź na wszystkie pytania testu. Według badań NBP, dla polskiej młodzieży i dzieci najmniej problematyczne są pytania o zasady regulujące indywidualne zachowania finansowe – dotyczące systemu emerytalnego, systemu finansowego i bankowego oraz podatków. Największe deficyty w wiedzy dotyczą natomiast ogólnych zasad rządzących gospodarką: giełdą i rynkami walutowymi oraz zagadnień makroekonomicznych [NBP 2015].

Innym raportem poświęconym wiedzy finansowej dotyczącej obszaru kredytowania jest badanie „Wiedza o produktach kredytowych i wiarygodności finansowej w percepcji Polaków” przeprowadzone przez MillwardBrown na zlecenie Biura Informacji Kredytowej oraz Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy. Według tego badania, aż 39% Polaków określa stan swojej wiedzy z zakresu tematyki finansowej jako słaby, a 43% ocenia, że jest on średni. W rzeczywistości dane są jeszcze bardziej niepokojące. O ile 62% badanych deklaruje znajomość pojęcia zdolności kredytowej, a co drugi twierdzi, że wie, czym jest wiarygodność finansowa, to już o scoringu możliwości kredytowych czy RRSO nie ma pojęcia odpowiednio aż 58 i 78%. Problemy sprawiają również terminy typu upadłość konsumencka, pętla zadłużenia czy historia kredytowa [BIK 2014].

W 2012 r. ING Group przeprowadziło badania dotyczące kompetencji finansowych w 11 krajach europejskich: Hiszpanii, Francji, Włoszech, Turcji, Austrii, Niemczech, Holandii, Belgii, Luxemburgu, Polsce i Wielkiej Brytanii. Polska zajęła 7 miejsce w teście z wiedzy finansowej z wynikiem poniżej śred-

niej dla wszystkich krajów (2,74 poprawnych odpowiedzi). Pytania zawarte w teście dotyczyły takich zagadnień jak: stopy procentowe, inflacja, obligacje, kredyt hipoteczny, zysk i zwrot [ING 2012, dostęp: 25.01.2016].

Niski stan wiedzy finansowej Polaków został wykazany nie tylko we wspomnianych badaniach instytucji finansowych, ale również w badaniach naukowych [Maison 2013: 183–199; Iwanicz-Drozdowska (red.) 2011: 143–252; Kuchciak i in. 2014: 197–266].

PODSUMOWANIE

Podsumowując, wykazano na podstawie zaprezentowanych w artykule wyników badań pierwotnych, iż poziom wiedzy finansowej wśród mieszkańców dużych polskich miast jest niski, co wskazuje na konieczność podjęcia działań edukacyjnych w celu poprawienia ogólnego poziomu wiedzy w naszym kraju. Obecnie istnieje już wiele inicjatyw o tym charakterze, aczkolwiek są one mocno rozproszone i docierają do małej części populacji. Brakuje jednego ogólnokrajowego programu edukacyjnego rozpoczynającego się na najniższych poziomach edukacji, tak jak ma to miejsce w Wielkiej Brytanii.

Ponadto zweryfikowano pozytywnie postawione w artykule dwie hipotezy badawcze:

- Hipoteza 1. Poziom wiedzy finansowej jest uwarunkowany czynnikami demograficzno-społecznymi, tj. płeć, wiek czy wykształcenie.
- Hipoteza 2. Istnieje zależność pomiędzy wiedzą finansową osoby a czynnikami finansowymi, tj. dochód, wydatki i oszczędności gospodarstwa domowego danej osoby.

BIBLIOGRAFIA

- BIK, 2014, *Wiedza o produktach kredytowych i wiarygodności finansowej w percepcji Polaków*, MillwardBrown, Warszawa.
- Bogacka-Kisiel E. (red.), 2012, *Finanse osobiste. Zachowania – produkty – strategie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Bywalec Cz., 2009, *Ekonomika i finanse gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2009.
- Campbell J.Y., 2006, *Household finance*, „The Journal of Finance”, vol. 61, nr 4.
- Garman E. T., Fogue R., 2008, *Personal Finance*, Houghton Mifflin Company, USA.
- ING, 2012, *ING International Survey on Financial Competence*,
http://www.ezonomics.com/ing_international_survey/financial_competence_2012.
- Iwanicz-Drozdowska M. (red.), 2011, *Edukacja i świadomość finansowa. Doświadczenia i perspektywy*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa.
- Jajuga K., 2007, *Elementy nauki o finansach*, PWE, Warszawa.
- Kaczmarczyk S., 2011, *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne*, PWE, Warszawa.
- Kapoor J. R., Dlabay L. R., Hughes R. J., 2004, *Personal finance*, McGraw-Hill, New York.

- Kempson E., 2009, *Framework for the development of financial literacy baseline surveys: A first international comparative analysis*, OECD.
- Korenik D., Korenik S., 2004, *Podstawy finansów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Krawczyk A., 2011, *Zarządzanie wiedzą w organizacjach inteligentnych. Rozwiązania informatyczne*, [w:] *Nierówności Społeczne a wzrost Gospodarczy. Społeczeństwo informacyjne – regionalne aspekty rozwoju*, „Zeszyt Uniwersytetu Rzeszowskiego”, nr 23.
- Kuchciak I., Świeszczak M., Świeszczak K., Marcinkowska M., 2014, *Edukacja finansowa i inkluzja bankowa w realizacji koncepcji silver economy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź.
- Maison D., 2013, *Polak w świecie finansów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Melicher R. W., Norton E. A., 2005, *Finance – introduction to institutions, investment, and management*, John Wiley & Sons, Danvers.
- NBP, 2015, *Stan wiedzy i świadomości finansowej Polaków*, konsorcjum Pracownia Badań i Innowacji Społecznych „Stocznia” i Grupa IQS dla Departamentu Edukacji i Wydawnictw NBP, Warszawa.
- Nogalski B., Białas T., Czapiewski M., 1994, *Zarządzanie w różnych formach własności*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- OECD, 2000, *Knowledge Management in the Learning Society*, Educations and Skills, Centre for Educational Research and Innovation, Paris 2000.
- Pałaszewska-Reindl T., Michna W., 1986, *Gospodarstwo domowe – ekonomiczna i organizacyjna baza rodziny polskiej*, [w:] T. Pałaszewska-Reindl (red.), *Polskie gospodarstwa domowe: życie codzienne w kryzysie*, Instytut Wydawniczy Związków Zawodowych, Warszawa.
- PRI (Policy Research Initiative), 2004, *Financial Capability and Poverty Discussion Paper*. Prepared by Social and Enterprise Development Innovations for the PRI Project „New Approaches for Addressing Poverty and Exclusion”, Ottawa.
- PRI (Policy Research Initiative), 2005, *Why Financial Capability Matters, Synthesis Report* prepared by Social and Enterprise Development Innovations for the PRI Project „New Approaches for Addressing Poverty and Exclusion”. Report on „Canadians and Their Money: A National Symposium on Financial Capability”, Ottawa.
- Rytelewska G., 2008, *Gospodarstwa domowe*, [w:] B. Pietrzak, Z. Polański, B. Woźniak (red.), *System finansowy w Polsce*, t. 2, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Schuchardt J., Bagwell D. C., Bailey W. C., DeVaney S. A., Grable J. E., Leech I. E., Lown J. M., Sharpe D. L., Xiao J. J., 2007, *Personal finance: An interdisciplinary profession*, „Financial Counselling and Planning”, vol. 18, nr 1, Kingston.
- Swart N., 2007, *Personal financial management*, Creda Communication, New York.
- Świecka B. (red.), 2008, *Bankructwa gospodarstw domowych. Perspektywa ekonomiczna i społeczna*, Difin, Warszawa.
- Świecka B., 2009, *Niewyptalność gospodarstw domowych. Przyczyny – skutki – przeciwdziałanie*, Difin, Warszawa.
- Świecka B., 2014, *Finanse osobiste jako subdyscyplina finansów* [w:] B. Świecka (red.), *Współczesne problemy finansów osobistych*, CeDeWu, Warszawa.
- Waliszewski K., 2010, *Doradztwo finansowe w Polsce*, CeDeWu, Warszawa.
- Waliszewski K., 2011, *Doradztwo finansowe w Polsce*, CeDeWu, Warszawa.
- Zdanowska M., 2012, *Financial capability – zdolność zarządzania finansami osobistymi*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego nr 680: Problemy Zarządzania, Finansów i Marketingu”, nr 21.

FINANCIAL LITERACY IMPORTANCE IN PERSONAL FINANCE MANAGEMENT

The purpose of this article is to demonstrate a low level of financial literacy among Poles living in the biggest Polish cities. Moreover, based on research we attempt to verify the following hypotheses. First hypothesis assumes that the level of financial knowledge is conditioned by demographic and social factors, i.e. gender, age or education. The second hypothesis is that there is a relation between people's financial knowledge and financial factors, i.e. income, expenses and savings of their household.

Key words: financial literacy, personal finance management, household finance.

RZECZYWISTOŚĆ POSTKRYZYSOWA A DZIAŁANIA BANKÓW I ZACHOWANIA ICH PRACOWNIKÓW Z PUNKTU WIDZENIA ETYKI

Krzysztof Świeszczyk^{*}, Marika Świeszczyk^{**}

Streszczenie:

Pojawiające się w ostatnich latach kryzysy stanowiły główną determinantę sposobu funkcjonowania sektora bankowego, aczkolwiek obecnie głównym zadaniem banków jako instytucji zaufania publicznego jest zaprojektowanie działań, dzięki którym możliwe będzie uniknięcie negatywnych konsekwencji potencjalnych, przyszłych zawirowań. Kluczową rolę odegrają ich pracownicy, zwłaszcza osoby współpracujące z klientami, gdyż w obliczu kryzysu zaufania odbudowa wiarygodności i pozytywnego wizerunku może stanowić fundament konkurencyjności banków.

Celem artykułu jest analiza kondycji sektora bankowego z perspektywy globalnego kryzysu finansowego i kryzysu zaufania, przegląd działań z zakresu etyki przedsięwziętych przez banki w okresie po kryzysie oraz ocena ich skuteczności na podstawie opinii pracowników.

Słowa kluczowe: banki, kryzys, klienci.

JEL Class: G21, M14.

WPROWADZENIE

Prowadzenie działalności gospodarczej jest zawsze obarczone ryzykiem, zwłaszcza w obliczu pojawiających się kryzysów. Zagrożenie dotyczy również sektora bankowego, którego reprezentanci jako instytucje zaufania publicznego prowadząc działalność zobowiązani są przestrzegać znacznie bardziej restrykcyjnych regulacji niż w przypadku pozostałych przedsiębiorstw.

^{*} Doktor, adiunkt, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki.

^{**} Doktor, adiunkt, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Uniwersytet Łódzki.

Doświadczenia ostatnich kilku lat obnażyły mechanizmy, które przyczyniły się do kryzysów oraz uświadomiły ich konsekwencje wszystkim uczestnikom rynku finansowego. I choć kluczowe w sytuacji pojawienia się kryzysu jest ograniczanie strat, należy zastanowić się również nad tym w jaki sposób zapobiec transformacji kryzysu (np. z finansowego na ogólnogospodarczy), oraz jakie działania przedsięwziąć, aby zapobiec pojawianiu się kolejnych zawirowań na rynkach. Ostatni aspekt odgrywa kluczową rolę, szczególnie w okresie po kryzysie – potrzeba odbudowy zaufania i wiarygodności wymaga czasu oraz inicjatyw ją umożliwiających.

Działania sektora bankowego będące odpowiedzią na wystąpienie kryzysu finansowego, a w następstwie kryzysu zaufania muszą się cechować przede wszystkim wysoką skutecznością. Od ich efektywności zależy to czy pracownicy zmienią sposób wykonywania swoich obowiązków i zwrócą szczególną uwagę na zagadnienia etyczne towarzyszące ich pracy.

Celem artykułu jest analiza kondycji sektora bankowego z perspektywy globalnego kryzysu finansowego i kryzysu zaufania, przegląd działań z zakresu etyki przedsięwziętych przez banki w okresie po kryzysie oraz ocena ich skuteczności na podstawie opinii pracowników.

1. KONDYCJA SEKTORA BANKOWEGO Z PERSPEKTYWY GLOBALNEGO KRYZYSU FINANSOWEGO

Globalny kryzys finansowy, którego symboliczny początek datowany jest na dzień 15 września 2008 r. [Rosińska-Bukowska 2012: 346], kiedy to czwarty co do wielkości bank inwestycyjny w USA Lehman Brothers Holdings Inc. ogłosił swoją upadłość, oraz jego konsekwencje stanowią powszechny przedmiot zainteresowania [Welch 2014: 121]. Powodów takiego stanu rzeczy jest wiele, ale prawdopodobnie najistotniejszy jest związany z faktem, iż reperkusje wydarzeń zapoczątkowanych w 2008 r. dotyczą w sposób pośredni lub bezpośredni niemal wszystkich.

W literaturze przedmiotu można znaleźć wiele definicji terminu kryzys finansowy. Jedna z bardziej popularnych wskazuje, iż jest on zjawiskiem, powstającym na skutek poważnych zakłóceń na rynku finansowym. Mogą się one objawiać w postaci m.in. niższej wyceny aktywów, braku płynności przedsiębiorstw oraz upadku instytucji finansowych [Mishkin 1992: 115]. Zakłócenia będące przyczynami kryzysów finansowych nierozzerwalnie związane są z następującymi pojęciami [Mishkin 1992: 115–130]:

- asymetrią informacji – polegającą na ograniczonym dostępie do niezbędnej wiedzy umożliwiającej podjęcie racjonalnej decyzji na rynku finansowym,
- negatywną selekcją – oznaczającą sytuację, w której środki na rynku finansowym pozyskują podmioty, których sytuacja ekonomiczna nie jest dobra,

natomiast podmiot je posiadający oczekuje ponadprzeciętnych stóp zwrotu z takiej inwestycji,

– pokusą nadużycia (*moral hazard*) – pojawiającą się w sytuacji, w której pożyczkodawca udostępnia środki pożyczkobiorcy, a ten zamiast przeznaczyć je na osiągnięcie wcześniej określonych celów, angażuje się w inwestycje, które mogą mu przynieść wysokie stopy zwrotu, aczkolwiek są one obciążone wysokim ryzykiem.

Wspomniane zakłócenia lub inaczej zaburzenia są elementem wspólnym zdecydowanej większości definicji [Wague 2009: 82]. Można je obserwować również w sytuacji, w której znaczna część instytucji finansowych posiada aktywa, których rynkowa wycena jest niższa od wartości zobowiązań poszczególnych podmiotów. Konsekwencją takiego stanu są modyfikacje portfeli w zakresie posiadanego majątku, upadek wybranych uczestników rynku finansowego, a niekiedy nawet interwencje rządowe [Sundarajan i Baliño 1998: 1].

W literaturze przedmiotu bardzo często zamiennie używane są terminy kryzys finansowy oraz kryzys bankowy. Należy przy tym zauważyć, iż lepiej dopasowaną formą w kontekście wydarzeń z ostatnich lat jest pierwsze z wymienionych pojęć. Termin kryzys finansowy odnosi się do rynku finansowego, którego sektor bankowy jest komponentem. I pomimo faktu, iż to właśnie działalność przedsiębiorstw bankowych w Stanach Zjednoczonych przyczyniła się w istotny sposób do obserwowanych negatywnych wydarzeń dotyczyła ona w zasadzie wszystkich instytucji finansowych. Kryzys bankowy (a zwłaszcza obszar bankowości hipotecznej) uległ transformacji i stał się kryzysem finansowym, a w dalszej kolejności ogólnogospodarczym, choć co oczywiste, nie wszystkie kraje odczuły jego następstwa w takim samym stopniu.

Zawirowania na rynkach finansowych, a zwłaszcza ich globalny charakter negatywnie wpłynęły m.in. na rozwój gospodarek, wyniki finansowe przedsiębiorstw oraz sytuację ekonomiczną gospodarstw domowych. W efekcie zainteresowanie wskazaną problematyką jest ogromne, a co szczególnie istotne, nie ogranicza się ono tylko i wyłącznie do ekonomistów, finansistów czy bankierów.

U podstaw globalnego kryzysu finansowego leżą wydarzenia mające miejsce przed 2008 r. Wraz ze wzrostem oprocentowania kredytów hipotecznych o zmiennej stopie procentowej w Stanach Zjednoczonych zmniejszył się popyt na nieruchomości, czemu dodatkowo towarzyszyły obniżki ich cen [Adamczyk 2012: 22–23]. Sytuacja ta wpłynęła negatywnie na odsetek niewypłacalności kredytów, szczególnie w przypadku kredytów *subprime*, tj. kredytów udzielanych pomimo niekorzystnej historii kredytowej, braku zweryfikowanego dochodu, słabego ratingu kredytowego lub wysokiego wskaźnika długu do dochodu DTI (ang. *debt-to-income*) [Thlon 2009: 2], będący pochodną pogarszającej się sytuacji finansowej kredytodawców. To z kolei przełożyło się na instytucje finansowe posiadające w swoich portfelach instrumenty tworzone w oparciu o tego typu kredyty. Ich kondycja finansowa zaczęła się pogarszać już w 2007 r.,

aczkolwiek dopiero od 2008 r. można było zaobserwować wyraźny wpływ kryzysu finansowego na sytuację ekonomiczną banków. Wśród przedsiębiorstw bankowych, które zanotowały istotne straty były m.in. CitiGroup (11 mld USD strat); Bank of America (3,7 mld USD strat); Wachovia (2,1 mld USD strat); brytyjski Bank of Scotland (3 mld USD strat); francuski Credit Agricole (2,5 mld EUR), czy niemiecki Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW 3,5 mld EUR) [Chrabonszczewska i Waszkiewicz 2010: 33–34].

Globalizacja rynków finansowych sprawiła, że w finansowanie rynku kredytów hipotecznych w Stanach Zjednoczonych pośrednio lub bezpośrednio zaangażowane były instytucje finansowe z Europy, w tym banki. Europejskie przedsiębiorstwa bankowe przed kryzysem nabywały walory oparte na kredytach *subprime*, co w chwili pojawienia się zawirowań przesądziło o znacznej obniżce wartości tychże aktywów, a w konsekwencji o ograniczonej kapitalizacji banków oraz wzroście ryzyka ich bankructwa.

Kolejna odsłona kryzysu finansowego w sektorze bankowym związana była z problemami wybranych państw Unii Europejskiej (Hiszpanii, Irlandii, Portugalii, a w szczególności Grecji) z długiem publicznym. Wraz z pojawiającymi się publicznie informacjami dotyczącymi problemów określonych gospodarek krajowych, wzrastała rentowność obligacji, co wpływało na wzrost kosztu długu, a to z kolei komplikowało złożoną sytuację wymienionych państw. Stan ten był wyjątkowo niekorzystny dla banków, które były zaangażowane w istotnym zakresie w finansowanie rządów krajów strefy euro.

Globalny kryzys finansowy determinowany m.in. sytuacją na rynku kredytów hipotecznych w Stanach Zjednoczonych oraz rosnącym poziomem długu publicznego w wybranych krajach Unii Europejskiej był równoznaczny dla banków w Europie z ogromnym ryzykiem, mogącym doprowadzić do upadłości wybranych instytucji finansowych. Ratunkiem okazała się pomoc publiczna [Szymański 2011: 15] – w latach 2008–2012 kraje członkowskie UE przekazały europejskim przedsiębiorstwom bankowym wsparcie finansowe w kwocie 591 mld EUR, przy czym należy zauważyć, iż Polska należała do grupy 9 państw, które opisywanej pomocy nie udzieliły [Barbrich i in. 2014: 12–13].

Wyraźna dekoniunktura sektora bankowego w Europie, a także zjawiska bezpośrednio z nią związane, do których należą m.in. ograniczenie rozmiarów sektora bankowego w relacji do Produktu Krajowego Brutto państw członkowskich Unii Europejskiej oraz redukcja aktywności na rynku kredytowym, doprowadziły do obniżenia rentowności działalności bankowej. Polski sektor bankowy w odróżnieniu od wielu innych po 2008 r. cechował się relatywną stabilnością oraz odpornością na konsekwencje wydarzeń mających miejsce w Stanach Zjednoczonych oraz wybranych krajach członkowskich Wspólnoty [*Polski rynek finansowy...*, 2010: 88].

Wspólnym mianownikiem dla działań podejmowanych w sektorach bankowych wielu krajów w rzeczywistości postkryzysowej jest poprawa ich bezpieczeństwa, będąca następstwem podniesienia poziomu kapitałów własnych przedsiębiorstw bankowych. Jest to szczególnie istotne w kontekście globalizacji rynków finansowych oraz podatności na zewnętrzne szoki, których występowanie w większym lub mniejszym stopniu destabilizuje funkcjonowanie instytucji finansowych [Wierzba i in. 2014: 69–97].

2. KONDYCJA SEKTORA BANKOWEGO Z PERSPEKTYWY GLOBALNEGO KRYZYSU ZAUFANIA

Globalny kryzys finansowy i jego konsekwencje miały niewątpliwie istotny wpływ na sposób funkcjonowania rynków finansowych oraz ich uczestników. Wydarzenia z ostatnich lat najczęściej analizowane były na płaszczyźnie ekonomii, przy czym pogorszenie się wyników finansowych podmiotów gospodarczych, ich niższa płynność i rentowność, a niekiedy także upadłość wybranych przedsiębiorstw było z jednej strony skutkiem, a z drugiej zaś determinantą coraz bardziej ograniczonego zaufania.

Podstawą egzystencji instytucji finansowych jest dokonywanie transakcji na rynku finansowym, aczkolwiek kluczową rolę odgrywa tu wiarygodność podmiotów je przeprowadzających. Nieprzemysłane decyzje, ewentualnie zaplanowana strategia nieuwzględniająca zdefiniowanych wcześniej zasad oraz wartości, może znacznie wpłynąć na pogorszenie wizerunku banku oraz całego sektora bankowego [Aktan i in. 2009: 30]. W tym aspekcie można upatrywać kolejnej odsłony globalnego kryzysu, a mianowicie kryzysu zaufania [Firlej 2011: 184]. Instytucje finansowe dokonując nawet najbardziej podstawowych transakcji, do których zaliczyć można m.in. lokowanie środków oraz udzielanie kredytów/pożyczek, między sobą analizują sytuację ekonomiczną partnera biznesowego. Taka ocena jest przeprowadzana na podstawie ogólnodostępnych danych i w zależności od wartości transakcji jest ona mniej lub bardziej szczegółowa. Oprócz analiz przygotowywanych przez poszczególne organizacje będące stronami umów, istotną rolę odgrywają również badania wiarygodności podmiotów przeprowadzane przez agencje ratingowe. Tu pojawił się kolejny problem – w obliczu kryzysu finansowego wiele przedsiębiorstw ukrywało swoją rzeczywistą sytuację ekonomiczno-finansową, co negatywnie wpływało na możliwość oceny.

Wraz z nadejściem kryzysu finansowego instytucje finansowe, w tym również banki, odnotowywały straty wynikające z przeceny wartości aktywów, co wpływało na ich wiarygodność. Konsekwencją opisywanych zdarzeń było coraz bardziej ograniczone zaufanie uczestników rynku finansowego do sektora bankowego wynikające m.in. z obawy o rzeczywistą wartość posiadanych aktywów, możliwą utratę płynności, oraz ewentualne przyszłe straty [Lepczyński i Penczar

2012: 406]. W efekcie ograniczonego zaufania banków do innych banków, zmniejszyła się również wiarygodność tych instytucji w opiniach klientów.

3. SEKTOR BANKOWY A NASTĘPSTWA KRYZYSÓW

Postkryzysowa rzeczywistość w przypadku większości przedsiębiorstw rynkowych oznacza konieczność dostosowania się do nieco już zmienionego i wciąż zmieniającego się otoczenia. Podobna sytuacja dotyczy banków, których wizerunek i wiarygodność w ostatnich latach ucierpiały w mniejszym lub większym stopniu, w zależności od skali problemów wynikających z zawirowań na rynkach [Pettersen-Sobczyk 2014: 302].

Jednym z poważniejszych wyzwań stojących przed bankami w okresie najbliższych lat jest odzyskanie zaufania kluczowej grupy interesariuszy – klientów. Zadanie to odnosi się w bezpośredni sposób do pracy wykonywanej przez osoby zatrudnione w bankach w sieci sprzedaży, jako że to ci pracownicy kontaktują się z nabywcami produktów i usług bankowych, spotykają się z nimi, budują relacje, itd. W ten sposób tworzony jest wizerunek bankiera jako pracownika sektora bankowego oraz banku jako instytucji zaufania publicznego.

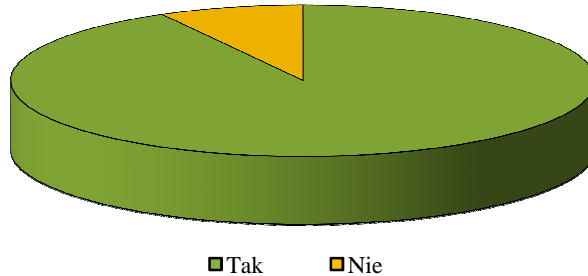
Zawirowania na rynku finansowym w ostatnich latach skłoniły wiele instytucji finansowych, a w szczególności banki, do głębokiej refleksji nad przyczynami kryzysów oraz możliwością ich uniknięcia w przyszłości. Podobnie sytuacja wyglądała w polskim sektorze bankowym, którego reprezentanci wielokrotnie podkreślali w komunikatach przekazywanych różnym mediom, iż w następstwie działań, których celem była ocena działania poszczególnych instytucji w okresie przed wystąpieniem kryzysu oraz w jego trakcie, przedsięwzięte zostały/zostaną inicjatywy zapobiegające występowaniu opisywanych sytuacji w przyszłości.

4. DZIAŁANIA BANKÓW W ZAKRESIE SPRZEDAŻY PRODUKTÓW I USŁUG BANKOWYCH PO KRYZYSIE – PERSPEKTYWA PRACOWNIKÓW SIECI SPRZEDAŻY

Badaniu zostało poddanych 100 pracowników sieci sprzedaży zatrudnionych w 10 największych bankach (pod względem aktywów) należących do polskiego sektora bankowego. Każda z badanych osób wykonywała swoje obowiązki zawodowe w oddziałach lub placówkach przedsiębiorstw bankowych zlokalizowanych w województwie łódzkim i była zatrudniona w danym miejscu pracy od co najmniej 1 roku. Tym samym 100 respondentów w badaniu kwestionariuszowym CAWI, będącym komponentem badania pilotażowego, zostało

poproszonych o wskazanie działań podejmowanych w bankach, których celem było zwiększenie poszanowania wartości i zasad etycznych.

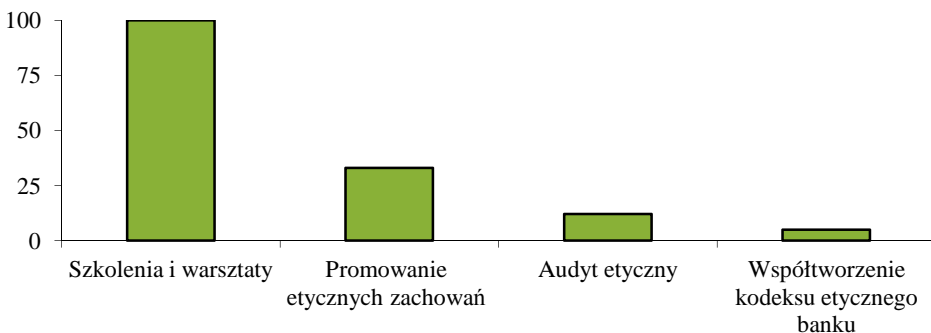
Zasadniczą kwestią wynikającą z potrzeby odbudowy zaufania do przedsiębiorstw bankowych było ustalenie czy pracownicy oddziałów i placówek wybranych instytucji w okresie ostatnich dwóch lat uczestniczyli w inicjatywach, których celem było akcentowanie potrzeby eliminacji zachowań nieetycznych (rys. 1).



Rysunek 1. Deklarowany udział pracowników oddziałów i placówek banków w inicjatywach, których celem było akcentowanie potrzeby eliminacji zachowań nieetycznych w okresie ostatnich dwóch lat

Źródło: opracowanie własne.

Udział w analizowanych inicjatywach w okresie ostatnich dwóch lat zadeklarowały 92 osoby zatrudnione w oddziałach i placówkach banków w województwie łódzkim, przy czym na szczególną uwagę zasługuje rodzaj przedsięwzięć, w których te osoby wzięły udział (rys. 2).

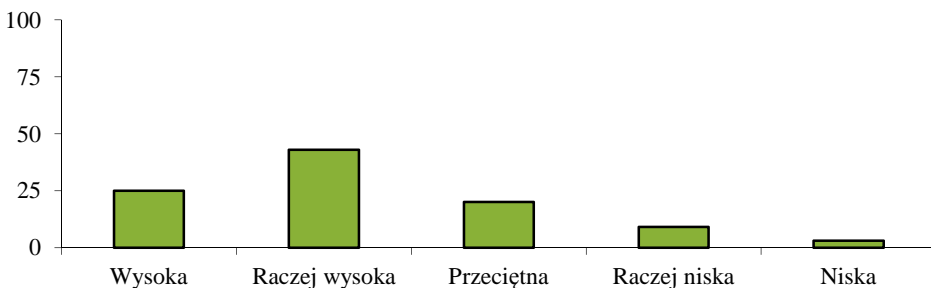


Rysunek 2. Deklarowany udział pracowników oddziałów i placówek banków w inicjatywach, których celem było akcentowanie potrzeby eliminacji zachowań nieetycznych w okresie ostatnich dwóch lat z podziałem na charakter przedsięwzięcia

Źródło: opracowanie własne.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, wszyscy respondenci wzięli udział w szkoleniach i/lub warsztatach z zakresu etyki w bankowości, przy czym część z badanych pracowników oddziałów i placówek banków podkreślała, iż część modułów szkoleniowych miała charakter *e-learningowy*. Znacznie mniejsza liczba osób (33) wzięła udział w promowaniu etycznych zachowań, polegającym na uczestnictwie w głosowaniu na zachowanie zasługujące na wyróżnienie z punktu widzenia etyki, co wydaje się ciekawym sposobem motywacji do poszanowania zasad i wartości etycznych. Dwunastu respondentów zadeklarowało udział w audycie etycznym, przy czym część zastrzegła, iż w momencie przeprowadzania badania nie miała o nim wiedzy, gdyż było połączone z *mystery shopping*, natomiast informacja zwrotna o samym audycie docierała do nich najczęściej po kilku tygodniach/miesiącach. Ostatnim z wymienionych przedsięwzięć był udział w tworzeniu lub modyfikowaniu kodeksu etycznego banku – wzięło w nim 5 pracowników, aczkolwiek sam udział polegał na przesłaniu projektów regulacji lub zmian w zakresie przez nie regulowanym.

Kolejną kwestią wpływającą na etyczność zachowań pracowników jest umiejętność identyfikacji zachowań oraz postaw nieetycznych (rys. 3).

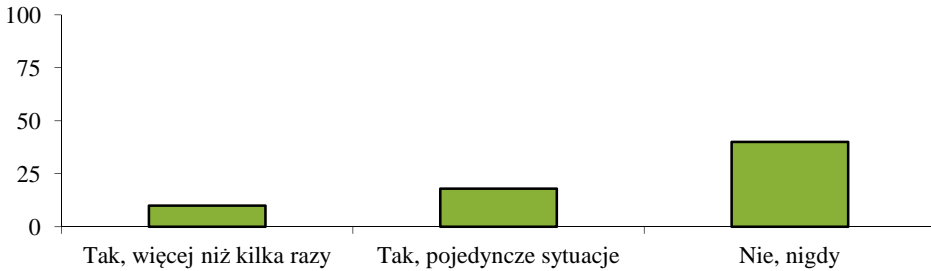


Rysunek 3. Deklarowana umiejętność identyfikacji nieetycznych zachowań

Źródło: opracowanie własne.

Zgodnie z deklaracjami umiejętność identyfikacji nieetycznych zachowań w stopniu wysokim lub raczej wysokim charakteryzowała 68 respondentów, natomiast w stopniu niskim lub raczej niskim 12 osób. Co ciekawe, 20 badanych wskazało, iż ich umiejętność rozpoznawania czynów i postaw niezgodnych z etyką jest na poziomie przeciętnym.

Ostatni element badania dotyczył poczucia etyczności zachowań osób deklarujących wysoką lub raczej wysoką umiejętność identyfikacji czynów nieetycznych (rys. 4).



Rysunek 4. Podejmowanie działań wątpliwych etycznie w okresie ostatnich dwóch lat

Źródło: opracowanie własne.

Spośród 68 osób deklarujących wysoką lub raczej wysoką umiejętność identyfikacji zachowań nieetycznych, 40 respondentów zadeklarowało, iż w okresie ostatnich dwóch lat nie popełniło żadnego czynu, który byłby wątpliwy etycznie. Należy zauważyć, iż pozostali pracownicy oddziałów i placówek bankowych z województwa łódzkiego (28), biorący udział w badaniu pilotażowym ocenili część swoich zachowań krytycznie z punktu widzenia etyki, przy czym 10 osób wskazała częstotliwość tego typu postępowania jako „więcej niż kilka razy”.

PODSUMOWANIE

Na przestrzeni ostatnich kilku lat uczestnicy rynku finansowego byli świadkami licznych zawirowań, z których część uległa transformacji zamieniając się w mniej lub bardziej poważne kryzysy. Obecnie, wraz ze stabilizacją sytuacji sektora bankowego na świecie można zauważyć powolny wzrost zaufania do tych instytucji. Wydaje się, iż istotna poprawa wiarygodności banków w opinii ich klientów może nastąpić jedynie w długim horyzoncie czasu, pod warunkiem, że w okresie tym nie nastąpią kolejne zawirowania na rynkach, które mogłyby wpłynąć negatywnie na proces odbudowy zaufania. Problem zaufania do banków jest niezwykle złożony i wielopłaszczyznowy. Biorąc pod uwagę tylko i wyłącznie poziom mikro, sprowadzający się do budowy relacji pomiędzy bankiem i klientami, a w zasadzie pracownikami banków i jego klientami, a także coraz bardziej skomplikowaną konstrukcję produktów bankowych, należy oczekiwać, iż sytuacje wątpliwe etycznie nie przejdą do historii wraz z odejściem obecnego kryzysu finansowego i towarzyszącego mu kryzysu zaufania.

Banki podejmują rozmaite inicjatywy, których celem jest zwiększenie poszanowania wartości i zasad etycznych, przy czym ich efektywność nie zawsze przekłada się na realne działania pracowników. Część z respondentów w trakcie przeprowadzania badania wskazywała na niedopasowanie formy przedsięwzię-

cia, zwłaszcza w przypadku szkolenia *e-learningowego*, do powagi i znaczenia tego problemu. Jest to pewien dysonans, na który osoby projektujące tego typu inicjatywy powinny zwrócić uwagę przy tworzeniu kolejnych inicjatyw.

Szczególnie zastanawiająca w kontekście wyników badania jest liczba osób, które pomimo deklaracji wysokiej umiejętności identyfikacji zachowań nieetycznych, wskazywały, iż w okresie ostatnich dwóch lat dopuszczały się czynów wątpliwych z punktu widzenia etyki. Wynik badania pilotażowego skłania do refleksji nad koniecznością zbadania determinantów zachowania nieetycznego. Wiedza w tym zakresie pozwoli lepiej zrozumieć zjawisko i wyjaśnić, dlaczego umiejętność rozpoznawania czynów nieetycznych sprowadza się jedynie do ich identyfikacji *post factum*, a nie do refleksji nad wyborami przed ich dokonaniem.

BIBLIOGRAFIA

- Adamczyk M., 2012, *Współczesny kryzys finansowy – przyczyny i konsekwencje dla gospodarki światowej*, „Prace i Materiały Instytutu Handlu Zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego”, nr 31(1).
- Aktan B., Masood O., Yilmaz S., 2009, *Financial shenanigans and the failure of ethics in banking: A review and synthesis of an unprecedented fraud*, „Banks and Bank Systems”, vol. 4(1).
- Barbrich P., Minkina P., Koksztys M., 2014, *Polska i Europa – kryzys i konsekwencje*, Związek Banków Polskich, Warszawa.
- Chrabonszczewska E., Waszkiewicz A., 2010, *Ryzyko na międzynarodowych rynkach finansowych*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa.
- Firlej K. A., 2011, *Źródła i przebieg kryzysu finansowego w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej*, „Roczniki ekonomiczne”, nr 4.
- Lepczyński B., Penczar M., 2012, *Wpływ globalnego kryzysu zaufania na pozycję polskiego sektora bankowego w Unii Europejskiej*, „Zarządzanie i Finanse. Journal of Management and Finance”, nr 4/1.
- Mishkin F. S., 1992, *Anatomy of a Financial Crisis*, „Journal of Evolutionary Economics”, no. 2.
- Pettersen-Sobczyk M., 2014, *Modele biznesowe banków w kontekście koncepcji zrównoważonego rozwoju*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 330.
- Polski rynek finansowy w obliczu kryzysu finansowego w latach 2008–2009*, 2010, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa.
- Rosińska-Bukowska M., 2012, *Kryzys w strefie Euro – wybrane aspekty makro- i mikroekonomiczne*, „Acta Universitatis Lodzianis Folia Oeconomica”, vol. 273.
- Sundarajan V., Baliño T. J. T. (eds.), 1998, *Banking Crises: Cases and Issues, International Monetary Fund*, Washington.
- Szymański K., 2011, *Konsekwencje kryzysu zadłużenia w strefie euro dla europejskiego i polskiego systemu bankowego*, Fundacja Konrada Adenauera, Warszawa.
- Thlon M., 2009, *Proces sekurytyzacji aktywów w kontekście kryzysu na rynku kredytów subprime*, *Finansowy Kwartalnik Internetowy „e-Finanse”*, nr 2.
- Wague M., 2009, *Międzynarodowe kryzysy gospodarcze i ich konsekwencje*, „Zeszyty Naukowe SGGW – Ekonomika i Organizacja Gospodarki Żywnościowej”, nr 78.

Welch L., 2014, *The Global Capitalist Crisis and the 2008 Financial Meltdown in the United States*, [w:] B. Berberoglu (ed.), *The Global Capitalist Crisis and Its Aftermath: The Causes and Consequences of the Great Recession of 2008–2009*, Ashgate Publishing, Ltd., Dorchester.

Wierzba R., Gostomski E., Penczar M., Liszewska M. [et al.], 2014, *Polski sektor bankowy wobec wyzwań związanych z kryzysem finansowym w strefie euro*, Wydział Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, Sopot.

A POST-CRISIS REALITY AND BANKS' OPERATION AS WELL AS BEHAVIOR OF THEIR EMPLOYEES FROM THE ETHICAL POINT OF VIEW

Crises which have appeared in recent years have been the major determinant of the functioning of the banking sector, but now the main task of the bank as an institution of public trust is to design activities so that banks could avoid the negative consequences of possible future turmoils. The key role play their employees, especially those working with clients, because in the face of a crisis of confidence, rebuilding the credibility and positive image can be the foundation of competitiveness of banks.

The aim of the article is to analyze the condition of the banking sector from the perspective of the global financial crisis and a crisis of confidence, an overview of the activities in the field of ethics undertaken by banks after the crisis and assessment of their effectiveness on the basis of employees opinions.

Key words: banks, crisis, clients.

ROLA DORADCY FINANSOWEGO W ZAPEWNIENIU SKUTECZNEJ OCHRONY KONSUMENTA NA RYNKU USŁUG FINANSOWYCH

Krzysztof Waliszewski*

Streszczenie:

Celem artykułu jest prezentacja współczesnego modelu ochrony konsumenta wraz z jego założeniami oraz wskazanie problemów w praktycznej realizacji ochrony konsumenta zgodnie z tym modelem. Odpowiedzią na te problemy może być zawód doradcy finansowego, który zgodnie z hipotezą artykułu jest brakującym ogniwiem między konsumentem a instytucją finansową w zapewnieniu skutecznej ochrony konsumenta na rynku usług finansowych. Problem badawczy polega na wskazaniu przyczyn i skutków nierealności założeń tzw. przeciętnego konsumenta, które są podstawą tzw. ustawodawstwa konsumenckiego. Artykuł ma charakter przeglądowy i jest oparty głównie na krajowej literaturze przedmiotu.

Słowa kluczowe: ochrona konsumenta na rynku usług finansowych, doradztwo finansowe, finanse osobiste.

JEL Class: D11, D18.

Przyjęto/Accepted: 06.03.2016

Opublikowano/Published: 31.03.2016

WPROWADZENIE

Zasadnicze znaczenie na współczesnym rynku usług finansowych ma ochrona interesu konsumenta, który jest traktowany jako słabsza strona stosunków umownych z instytucjami finansowymi jako profesjonalistami. Aby zrównoważyć te nierównorzędne strony, konsumentowi należy się szczególna ochrona. Ochrona ta realizuje się poprzez odpowiednie regulacje prawne nakazujące instytucjom finansowym określone działania, a także dające konsumentowi szczególne uprawnienia. Zasadnicze pytanie dotyczy tego, czy konsument z przysługujących mu informacji i praw robi pożytek, czy potrafi je zrozumieć i wykorzystać w swojej sprawie. Praktyka wskazuje, że najczęściej tak nie jest.

* Doktor, Katedra Pieniądza i Bankowości, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu.

1. WSPÓŁCZESNY MODEL OCHRONY KONSUMENTA USŁUG FINANSOWYCH

1.1. Model ochrony konsumenta usług finansowych w UE

W historii gospodarczej świata od XIX w. można zauważyć ruchy związane ochroną praw konsumenta zwane konsumeryzmem. Pojęcie to można zdefiniować jako działalność na rzecz ochrony konsumentów i reprezentacji ich interesów wobec producentów dóbr i usług, podejmowane przez instytucje państwowe, prywatne i społeczne [Milic-Czerniak 2016]. Za początek nowej ery konsumeryzmu na świecie uznaje się wystąpienie prezydenta USA J. F. Kennedy'ego w Kongresie w 1962 r., zawierające słynne stwierdzenie „wszyscy jesteście konsumentami”. W Unii Europejskiej proces budowy praw konsumentów trwał wiele lat. Za przełomowy moment w tworzeniu europejskiego ustawodawstwa konsumenckiego uważa się rezolucje zawarte w pierwszym i drugim programie EWG dotyczącym polityki ochrony i informowania konsumentów z 1975 r. i 1981 r., które dały impuls do dalszych prac w tej dziedzinie. Zagadnienia związane z ochroną konsumenta na rynku usług finansowych zostały po raz pierwszy poruszone w planie działań Komisji na lata 1996–1998 (w sferze polityki konsumenckiej). Komisja Europejska za priorytet w tym okresie uznała poprawę dostępu konsumentów do informacji i edukacji, powstanie organizacji reprezentujących konsumentów oraz właśnie ochronę klientów na rynku usług finansowych [Penczar 2007]. W UE początkowo ochrona konsumentów traktowana była jako jeden ze środków umożliwiających realizację celów traktatowych (skutek i wypadkowa działań unijnych kierowanych do aktywnych uczestników rynku – przedsiębiorców). Obecnie ochrona konsumentów stanowi dziedzinę autonomiczną, samodzielną prawnie i politycznie (tytuł XV *Traktatu o funkcjonowaniu UE*). Idea polityki konsumenckiej pierwotnie wyrosła na bazie czterech podstawowych uprawnień każdego konsumenta, tj. prawa do: zaspokajania podstawowych potrzeb, bezpieczeństwa, informacji i do wyboru. Polityka konsumencka jest to ogół świadomych działań państwa, zmierzających do ukształtowania takich warunków, które ułatwiają realizację dążeń konsumentów do możliwie najpełniejszego zaspokajania, ze swoich dochodów, odczuwanych potrzeb [Kieźel 2007].

Ochrona konsumenta jest swoistą reakcją na wszelkie zakłócenia stosunków na rynku finansowym. Celem regulacji konsumenckich jest rekompensowanie zakłócenia równej pozycji rynkowej klienta i jego profesjonalnego partnera, czyli wyrównanie ich szans – dla profesjonalisty szans zwiększenia masowości obrotu, a dla konsumenta – szans zaspokojenia jego potrzeb poprzez zawarcie konkretnej transakcji [Rutkowska-Tomaszewska 2013]. Ochrona konsumenta na rynku usług finansowych ma na celu z jednej strony zabezpieczenie jego interesu jako słabszej strony stosunków prawnych z profesjonalistami, jakimi są instytucje finansowe (ujęcie mikroekonomiczne), ale powinna również prowadzić do

zapewnienia bezpieczeństwa całego systemu finansowego i detalicznego rynku usług finansowych (ujęcie makroekonomiczne). Dla konsumenta bowiem uczestnictwo w rynku usług finansowych wiąże się z wieloma zagrożeniami, które są szczególnie zintensyfikowane na rynku usług kredytowych i rynku usług inwestycyjnych.

Według J. Monkiewicza [2015] podstawowe przesłanki ochrony konsumentów na rynku finansowym, przez działanie których ochrona jest potrzebna to:

- potrzeba wysokiego poziomu zaufania społecznego wynikająca ze szczególnych charakterystyk rynku finansowego, na którym obrót dotyczy produktów mających charakter obietnic,
- asymetryczny charakter rynku – występowanie znacznej asymetrii informacyjnej pomiędzy konsumentami a instytucjami finansowymi/dostęp do informacji, umiejętność zrozumienia informacji,
- występowanie znacznej asymetrii w potencjale ekonomicznym pomiędzy konsumentami a instytucjami finansowymi,
- wysoka koncentracja podmiotowa po stronie dostawców produktów,
- przesłanki związane ze stabilnością finansową¹.

Zagrożenia interesów konsumenta starającego się o kredyt lub będącego stroną umowy kredytowej można przedstawić następująco [Szpringer 2005]:

- dezinformacja prowadząca do błędnych kalkulacji ekonomicznych oraz utrudniająca dokonanie racjonalnego wyboru,
- nierównowaga korzyści i obciążeń w relacjach z bankiem (zbyt duże obciążenie początkowe lub w sytuacji opóźnienia spłaty),
- uzależnienie świadczeń prowadzące do korzystania z nich wbrew zamiarowi konsumenta (pakiety usług np. typu Allfinanz),
- obciążanie nadmiernymi zabezpieczeniami,
- ograniczenie zastrzeżeń co do strony trzeciej (np. w przypadku cesji wierzytelności),
- nieuzasadnione utrudnienia lub ograniczenia w dochodzeniu praw klienta,
- nieuzasadnione trudności lub obciążenia przy wycofywaniu się konsumenta z umowy kredytowej.

Zagrożenia interesów konsumenta na rynku usług inwestycyjno-oszczędnościowych i instrumentów lokacyjnych można wyspecyfikować następująco:

- niezrozumienie pojęcia ryzyka inwestycyjnego i brak świadomości co do ryzyk związanych z konkretnymi instrumentami finansowymi,

¹ Ochrona klienta staje się nieodłącznym elementem budowania zdrowego, stabilnego i konkurencyjnego systemu finansowego. Działania podejmowane na rzecz ochrony konsumenta na rynku usług finansowych przyczyniają się do zwiększania zaufania do systemu finansowego i wspierania jego stabilności, co jest szczególnie ważne w okresach coraz częstszego występowania zaburzeń na rynkach finansowych [Ostalecka 2012].

- ryzyko niezrozumienia skomplikowanych zapisów dokumentów przygotowanych i dostarczonych przez instytucje finansowe dotyczących nabycia instrumentów finansowych,
- ryzyko skorzystania z usług nierzetelnych podmiotów, co zwiększa prawdopodobieństwo utraty części lub całości oszczędności,
- ryzyko sprzedaży produktów inwestycyjnych niedopasowanych do potrzeb konsumentów (*misselling*)²,
- ryzyko reklamy wprowadzającej w błąd i mylnego przekonania konsumenta, że przyszła inwestycja przyniesie podobną stopę zwrotu co inwestycje historyczne,
- błędy konsumenta w obszarze inwestycji i poniesione straty mogą bezpośrednio przekładać się na spadek zaufania do instytucji finansowych i systemu finansowego w ogóle.

Ważnym zagadnieniem mającym wpływ na poziom ochrony konsumentów na rynku unijnym było zdefiniowanie, do jakiego modelu konsumenta ochrona ta powinna się odnosić w zakresie stopnia jego wiedzy i znajomości rynku. Przyjęto, że powinien nim być model konsumenta przeciętnego. Model ten został ukształtowany przez orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości UE (ETS) z punktu widzenia, kiedy i jaki rodzaj informacji handlowej może wprowadzić konsumenta w błąd. Trybunał Sprawiedliwości UE przyznał, że orzecznictwo sądów unijnych w pierwszych latach działania Wspólnoty nadało priorytet budowie wspólnego rynku, poświęcając w imię tej budowy interesy konsumentów, którym stawiano zbyt wysokie wymagania co do poziomu wiedzy i uwagi przy dokonywaniu transakcji. W kolejnych orzeczeniach Trybunał Sprawiedliwości UE dopracował i utrwalił wzorzec konsumenta przeciętnego jako **model konsumenta dostatecznie dobrze poinformowanego, rozsądnego i ostrożnego, z uwzględnieniem czynników społecznych i kulturowych**. Jest to model wzorcowego podmiotu, do którego adresowane są regulacje prawa unijnego. Jest to wzorzec konsumenta ostrożnego i rozsądnego (ang. *reasonably circumspect consumer*), korzystającego z adresowanych do niego informacji. Trybunał odpowiedział również na pytanie, jaki model trzeba uwzględnić, gdy konsument jest członkiem grupy szczególnie podatnej na nieuczciwe praktyki handlowe, biorąc pod uwagę wiek, łatwowierność bądź niepełnosprawność fizyczną lub umysłową. W takim przypadku skutki tych praktyk należy szacować z punktu widzenia przeciętnego członka tej grupy. Trybunał postawił zatem na konsumenta świadomego, o dobrym rozeznaniu rynku, podejmującego decyzje z namysłem i z rozwagą. Wykreował tym samym wzorzec konsumenta dość wyedu-

² Według UOKiK zjawisko to dotyczy najczęściej 4 grup produktów finansowych: ubezpieczenia na życie i dożycie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym (UFK), umowy zawierane poza lokalem i na odległość (np. przez telefon), kredyty konsumenckie – tzw. chwilówki, kredyty hipoteczne denominowane w walutach obcych [*Polityka ochrony konkurencji i konsumentów*, 2014].

kowanego [Jurczyk i Majewska-Jurczyk 2015]. Genezą takiego modelu jest oparcie całej europejskiej koncepcji ochrony konsumenta na umożliwieniu wolnego i swobodnego działania konsumentów poprzez zwiększenie ich wiedzy i informacji (**priorytet edukacji i informacji konsumentów**). Przyjęty wzorzec przeciętnego konsumenta w ustawodawstwie unijnym, do którego adresowane jest to prawo, stał się podstawą do tworzonych regulacji prawnych mających na celu ochronę konsumenta [Gnela 2007]. W regulacjach tych można wyróżnić następujące instrumenty realizacji tej ochrony:

- Ochrona przez informację tj. dostarczenie konsumentowi odpowiedniej i porównywalnej informacji w sposób zestandaryzowany na etapie przedtransakcyjnym, transakcyjnym i potransakcyjnym.
- Ochrona przez szczególne uprawnienia konsumentów, np.: odstąpienie od umowy w określonym terminie, prawo do częściowej lub całkowitej przedterminowej spłaty kredytu.
- Ochrona poprzez edukację konsumentów.

Ochrona poprzez badanie odpowiedności (adekwatności) oferowanych usług, czyli badanie poziomu wiedzy o inwestowaniu oraz doświadczenia inwestycyjnego, w zakresie niezbędnym do ustalenia czy dany instrument finansowy, będący przedmiotem oferowanej usługi, jest odpowiedni dla danego klienta i dopasowania oferowanych usług finansowych do obecnej i przewidywanej sytuacji finansowej konsumenta (dyrektywa MIFiD).

Szczególnie ważnym instrumentem równoważenia pozycji stron na rynku usług finansowych jest ochrona przez informację. Instytucje finansowe bowiem są zobligowane prawnie do dostarczania konsumentowi informacji na każdym etapie kontaktu z nim. W praktyce oznacza to rozbudowane obowiązki informacyjne względem konsumentów np.: w postaci europejskiego arkusza informacyjnego dotyczącego kredytu konsumenckiego (*Standard European Consumer Credit Information*, SECCI), europejskiego znormalizowanego arkusza informacyjnego (*European Standardised Information Sheet*, ESIS) dotyczącego kredytu hipotecznego, karta produktu dotycząca ubezpieczeń. W związku z pracami nad dyrektywą w sprawie pakietowych produktów inwestycyjnych PRIPs (*Packaged Retail Investment Products*) planowane jest wprowadzenie kluczowego dokumentu informacyjnego (*Key Information Document*, KID).

1.2. Model ochrony konsumenta usług finansowych w Polsce

W przypadku Polski definicję tzw. przeciętnego konsumenta zawiera ustawa dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym będącej wynikiem implementacji do polskiego porządku prawnego Dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. do-

tyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniającej dyrektywę Rady 84/450/ EWG , dyrektywy 97/7/WE , 98/27/WE , 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady. Zgodnie z definicją legalną (normatywną) rozumie się przez to konsumenta, który jest dostatecznie dobrze poinformowany, uważny i ostrożny; oceny dokonuje się z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych, językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub na produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy, ze względu na szczególne cechy, takie jak wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa.

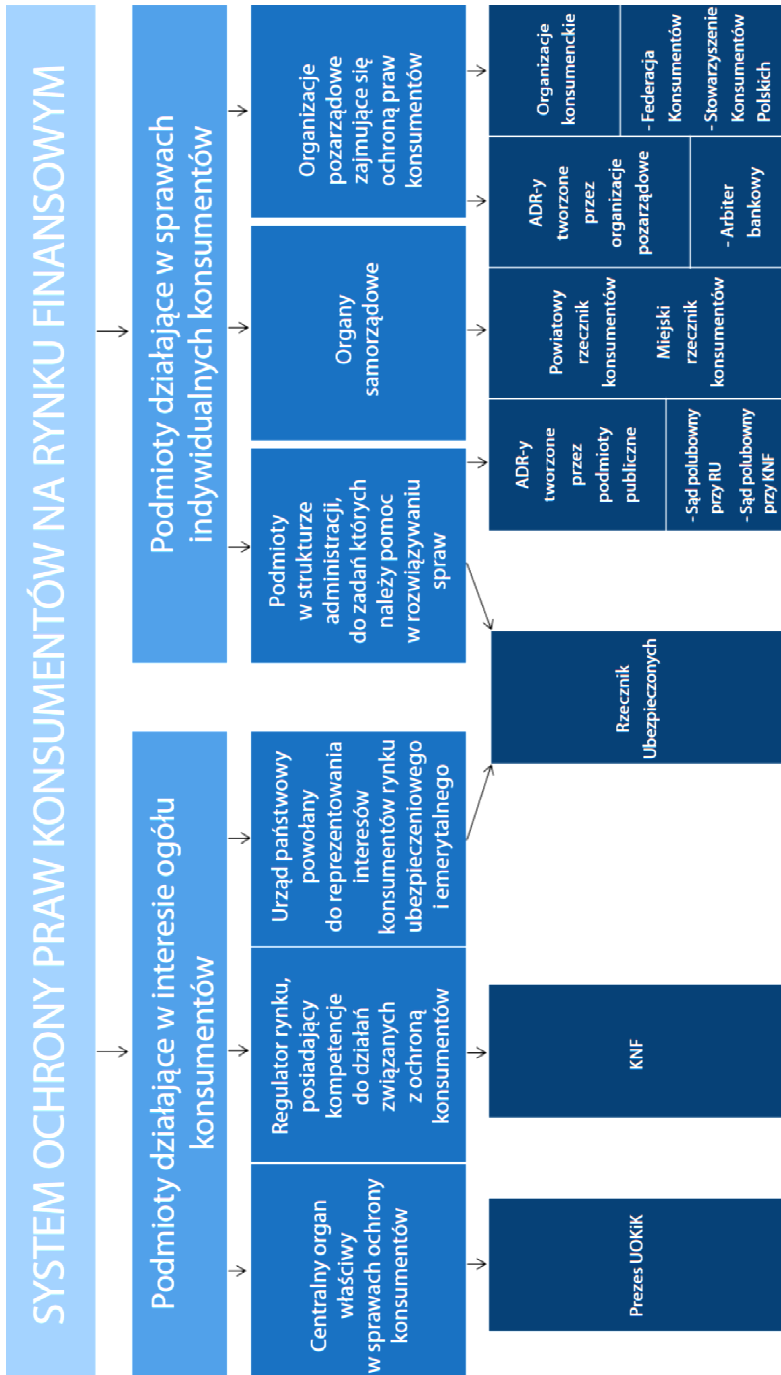
W przypadku rynku usług finansowych ochrona konsumenta realizowana jest co najmniej w następujących segmentach:

- rynek usług bankowych, w tym rynek kredytu konsumenckiego,
- rynek usług ubezpieczeniowych,
- rynek usług inwestycyjnych,
- rynek usług rozliczeniowych i płatniczych.

Instytucjonalnie ochrona ta jest realizowana przez różne podmioty działające w interesie ogółu konsumentów (w tzw. interesie zbiorowym), jak również w sprawach indywidualnych konsumentów, na szczeblu centralnym i samorządowym, w trybie sądownictwa powszechnego i polubownego (tzw. ADRy, *Alternative Dispute Resolution*), w ramach instytucji rządowych i pozarządowych. System ochrony konsumentów na rynku finansowym przedstawia schemat 1.

Warto w tym miejscu dodać, że od dnia 11 października 2015 r. urząd Rzecznika Ubezpieczonych został przekształcony w urząd Rzecznika Finansowego na podstawie ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym. Tym samym rozszerzył się zakres podmiotowy rozpatrywanych spraw Rzecznika Finansowego w porównaniu z Rzecznikiem Ubezpieczonych. Rzecznik Finansowy działając reprezentuje interesy klientów podmiotów rynku finansowego. Klientem podmiotu rynku finansowego jest:

- będący osobą fizyczną ubezpieczający, ubezpieczony, uposażony lub uprawniony z umowy ubezpieczenia,
- osoba fizyczna dochodząca roszczeń na podstawie przepisów ustawy z dnia 22 maja 2003 r. o ubezpieczeniach obowiązkowych, Ubezpieczeniowym Funduszu Gwarancyjnym i Polskim Biurze Ubezpieczycieli Komunikacyjnych od Ubezpieczeniowego Funduszu Gwarancyjnego lub Polskiego Biura Ubezpieczycieli Komunikacyjnych,



Schemat 1. System ochrony praw konsumentów na rynku finansowym
 Źródło: Funkcjonowanie systemu ochrony praw klientów rynku finansowego, NIK, 2014.

– członek funduszu emerytalnego lub osoba uprawniona w rozumieniu ustawy z dnia 28 sierpnia 1997 r. o organizacji i funkcjonowaniu funduszy emerytalnych, uczestnik pracowniczego programu emerytalnego lub osoba uprawniona w rozumieniu ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o pracowniczych programach emerytalnych, oszczędzający lub osoba uprawniona w rozumieniu ustawy z dnia 20 kwietnia 2004 r. o indywidualnych kontach emerytalnych oraz indywidualnych kontach zabezpieczenia emerytalnego, osoba otrzymująca emeryturę kapitałową w rozumieniu ustawy z dnia 21 listopada 2008 r. o emeryturach kapitałowych,

– będący osobą fizyczną klient banku, członek spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej, klient instytucji płatniczej, klient biura usług płatniczych, klient instytucji pieniądza elektronicznego, klient oddziału zagranicznej instytucji pieniądza elektronicznego, klient instytucji kredytowej, klient instytucji finansowej, uczestnik funduszu inwestycyjnego, klient firmy inwestycyjnej i klient instytucji pożyczkowej.

Jak wynika z kontroli przeprowadzonej przez NIK za okres 2011–2013 ochrona praw klientów podmiotów rynku finansowego nie była skuteczna, pomimo tego, że Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Komisja Nadzoru Finansowego, Rzecznik Ubezpieczonych oraz skontrolowani powiatowi i miejscy rzecznicy konsumentów prawidłowo wypełniali obowiązki ochrony konsumentów na rynku finansowym wynikające z przepisów prawa. Utrzymujący się wysoki odsetek wadliwych wzorców umów oraz systematycznie rosnąca liczba skarg na podmioty rynku finansowego wskazują na niską efektywność prewencyjnego oddziaływania stosowanych instrumentów ochrony konsumentów. Identyfikacja praktyk naruszających prawa konsumentów była ograniczona z uwagi na rozległość rynku, jego dynamiczny charakter i możliwości kadrowe poszczególnych instytucji. Właściwa była natomiast reakcja poszczególnych instytucji na stwierdzone nieprawidłowości. Podejmowały one działania w celu wyeliminowania niewłaściwych praktyk.

Słabą stroną systemu, utrudniającą konsumentom szybkie uzyskanie pomocy, było rozproszenie i niejasny podział kompetencji pomiędzy poszczególnymi organami i instytucjami odpowiedzialnym za ochronę konsumentów. Konsumentami często zwracali się o wsparcie w sprawach indywidualnych do organów działających w interesie publicznym (UOKiK, KNF), które z uwagi na ograniczenia prawne nie mogły udzielić im oczekiwanej pomocy. Według badań Komisji Europejskiej poziom zaufania konsumentów do instytucji publicznych chroniących konsumentów należał do najniższych w Unii Europejskiej. Nie zmieniły tego działania edukacyjne podejmowane przez wszystkie skontrolowane instytucje.

Istotną barierę w skutecznym dochodzeniu praw przez konsumentów stanowiło także praktycznie nefunkcjonujące sądownictwo polubowne. Obowiązujące uregulowania prawne umożliwiały przedsiębiorcom unikanie polubownego rozstrzygnięcia sporów z konsumentami poprzez ignorowanie wezwań lub niewyrażanie zgody na udział w postępowaniu przed sądem polubownym. Konsumenten-

tom pozostawało długotrwałe i kosztowne dochodzenie roszczeń przed sądem powszechnym. W efekcie często rezygnowali oni z tej ścieżki postępowania. Na słabszą pozycję konsumentów przy rozwiązywaniu sporów z przedsiębiorcami rynku finansowego NIK wskazywała już po kontroli przeprowadzonej w 2010 r. Pomimo zidentyfikowania tego problemu i włączenia rozwiązania go w zakres Polityki konsumenckiej na lata 2010–2013, działania na rzecz poprawy efektywności sądownictwa polubownego nie zostały zrealizowane.

Brak skutecznej ochrony interesów klientów parabanków był wynikiem braku odpowiednich przepisów prawa regulujących działanie tych podmiotów oraz nadzoru nad ich funkcjonowaniem, a także pasywności instytucji posiadających uprawnienia kontrolne wobec parabanków. Działalność kontrolna została zintensyfikowana dopiero po ujawnieniu problemów Amber Gold sp. z o.o. Wtedy także zostały zainicjowane działania legislacyjne w celu umożliwienia organom i instytucjom państwowym skuteczniejszej identyfikacji i reagowania na nieprawidłowości w działalności podmiotów parabankowych zakończone uchwaleniem ustawy z dnia 5 sierpnia 2015 r. o zmianie ustawy o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz niektórych innych ustaw.

2. PODSTAWOWE PROBLEMY ZWIĄZANE ZE SKUTECZNOŚCIĄ WSPÓŁCZESNEGO MODELU OCHRONY KONSUMENTA USŁUG FINANSOWYCH

Współczesny konsument usług finansowych funkcjonuje w złożonym i rozbudowanym środowisku, podlegającym dynamicznym zmianom i procesom, do których zaliczyć można m.in. rozwój innowacyjnych i kompleksowych produktów finansowych, zmiany w kanałach dystrybucji usług finansowych, wzrost znaczenia *shadow banking*, w tym bankowości p2p, czy łatwość w dostępie do kredytów.

Na tym tle należy zwrócić uwagę na fakt, że konsumentów tych cechuje, zwłaszcza w krajach rozwijających się, niski poziom edukacji finansowej, skutkujący m. in. niezrozumieniem mechanizmów współczesnych rynków finansowych, a co za tym idzie – pojawianiem się błędów w szacowaniu szans i zagrożeń, niezrządkiem też lekkomyślnością w korzystaniu z usług instytucji finansowych, co powodować może np. wzrost zadłużenia przy równoczesnym spadku poziomu oszczędności gospodarstw domowych [Frączek i Mitreğa-Niestrój 2015].

Model tzw. przeciętnego konsumenta, do którego dostosowany jest cały system ochrony w UE, w tym w Polsce, oparty jest na nierealistycznych założeniach, co w konsekwencji prowadzi do jego nieefektywności. Nieefektywność ta przejawia się w nieosiąganiu założonych w modelu ochrony konsumenta celów, w tym wzrostu bezpieczeństwa finansowego konsumenta, bezpieczeństwa i stabilności systemu finansowego. Zasadnicze odstępstwa rzeczywistych zachowań konsumentów od założeń poczynionych w modelu tzw. przeciętnego konsumenta są następujące:

– konsument nie dysponuje doskonałą informacją, ponieważ na rynku usług finansowych występuje asymetria informacji między dostawcą a odbiorcą usług finansowych;

– konsumenci nie posiadają średniego poziomu wiedzy finansowej (alfabetyzmu finansowego, świadomości finansowej), ponieważ jak wskazują badania międzynarodowe mają problemy ze zrozumieniem podstawowych prawidłowości finansów i ekonomii;

– konsument nie zawsze postępuje racjonalnie i z rozwagą, często jego decyzje cechują się odstępstwami od racjonalności (tzw. inklinacje behawioralne, heurystyki) np.: działanie pod wpływem impulsu, zachowania emocjonalne, naśladownictwo i demonstracja;

– konsumenci nie zawsze poszukują rozwiązań optymalnych, często zadowalają się rozwiązaniami dostatecznie dobrymi;

– konsument podejmuje często decyzje finansowe w warunkach niepewności i ryzyka, uwzględniając swoje indywidualne preferencje.

Dyskusja w obszarze ochrony konsumenta obejmuje m.in. kwestię, czy powinno się zakazać nabywania pewnych produktów przez określone kategorie klientów (np. nie będących profesjonalistami). Problem – przed czym i kogo chronić: klienta przed produktem, klienta przed instytucją finansową czy może klienta – przed nim samym? Jak zdefiniować przeciętnego inwestora, czy też np. amatora i profesjonalistę? Lista tych pytań jest długa. Wiele uwagi przykłada się w tej dyskusji do zbiorowej (kolektywnej) ochrony całych grup inwestorów – na wzór ochrony zbiorowych interesów konsumentów [Szpringer 2015].

Wyniki badań na zlecenie Komisji Europejskiej Consumer Conditions Scoreboard konsumentów państw UE–27 wskazują na to, że tworzone ramy prawne polityki konsumenckiej nie są wystarczające dla stworzenia bezpiecznych i przyjaznych konsumentom rynków usług finansowych. Konsumenci w dalszym ciągu postrzegają rynki tych usług jako najmniej przejrzyste i niespełniające ich oczekiwań w zakresie konkurencyjności, porównywalności, zaufania oraz gwarancji rozwiązania pojawiających się problemów, co wskazuje m.in. na konieczność intensyfikacji przedsięwzięć w pozostałych obszarach polityki konsumenckiej [Niczporuk 2012].

3. DORADCA FINANSOWY JAKO PODMIOT ELIMINUJĄCY LUB ZMNIEJSZAJĄCY PROBLEMY SKUTECZNOŚCI SYSTEMU OCHRONY KONSUMENTA USŁUG FINANSOWYCH

Przeciętny obywatel ma następujące problemy z finansami osobistym [Fesnak 2011]:

- dotyczy go inflacja, czy chce, czy nie,
- musi płacić podatki, nawet jeśli nie chce,
- musi zdobyć emeryturę, bo będzie emerytem,

- zarządza długami – bo ma kredyty,
- potrzebuje ubezpieczeń, choćby tylko obligatoryjnych,
- korzysta z usług bankowych, bo inaczej nie dostanie pensji,
- i najczęściej – nie rozumie mechanizmów finansowych.

Konsumenci zwykle nie dysponują wystarczającą wiedzą profesjonalną, doświadczeniem i umiejętnościami, by móc odpowiednio ocenić produkty finansowe, oferowane im przez banki – tym bardziej, że instrumenty te stają się coraz bardziej skomplikowane i ich analiza wymaga posiadania fachowej wiedzy [Marcinkowska 2011]. Ponadto, jak wskazano w poprzednim podrozdziale, założenia tzw. przeciętnego konsumenta, do których dostosowany jest model jego ochrony są oderwane od rzeczywistości, co w praktyce czyni współczesny model ochrony konsumenta nieskutecznym. Ta nieskuteczność dotyczy w głównej mierze dysonansu między otrzymywaną informacją od instytucji finansowych a możliwością jej przeczytania, zrozumienia i zrobienia z niej pożytku w przypadku osobistej sytuacji. Autor artykułu stawia hipotezę, że brakującym ogniwem we współczesnym modelu ochrony konsumenta jest doradca finansów osobistych, który jako niezależny profesjonalista na rynku usług finansowych dla klienta będzie stanowił pierwsze źródło informacji o warunkach i skutkach konkretnych zapisów umów finansowych, a także o prawach i obowiązkach konsumentów zapisanych w tych kontraktach. Międzynarodowe rekomendacje CFP (*Certified Financial Planner*) wskazują również na postulowane wymagania doradcy finansowego, oznaczone poprzez filozofię 4 E [Fesnak 2003a]:

– *Education* – wykształcenie i odpowiednie kwalifikacje. Doradca rozwija teoretyczną i praktyczną wiedzę finansową dotyczącą planowania finansowego na uniwersytecie lub w college'u posiadającym w programie finansowe planowanie.

– *Examination* – duża ilość egzaminów. Doradca jest zobowiązany do wielokrotnego składania egzaminów dotyczących różnych aspektów pracy finansowej. W trakcie egzaminów, a także ucząc się do egzaminu, musi opanować zarówno teoretycznie zagadnienia, jak też i umieć wykonać praktyczne prace.

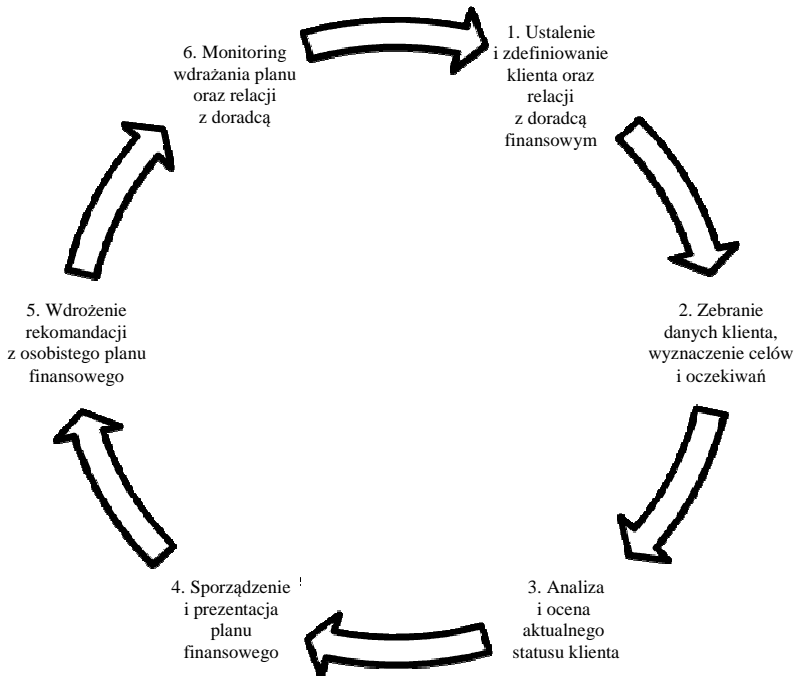
– *Experience* – długoletnie doświadczenie w branży finansowej. Doradca posiada minimum 3 lata doświadczenia w planowaniu finansowym, zanim będzie się starać o zdobycie marki CFP. W rezultacie absolwent posiada umiejętności doradzania finansowego w uzupełnieniu do wiedzy dotyczącej planowania finansowego.

– *Ethics* – dochowywanie wierności zasadom etycznym, w końcowym etapie certyfikacji CFP praktyk zgadza się na przestrzeganie kodeksu etycznego oraz profesjonalnej odpowiedzialności, który rada CFP stworzyła dla społeczeństwa klientów oraz zatrudnionych. Stosując się do wymagań kodeksu, praktyk CFP zgadza się na działania *fair* w trakcie proponowania usług finansowych i na pierwszym miejscu uwzględnia interes klienta. Kod etyczny potwierdza, że doradca działa w sposób zintegrowany oferując rozwiązania bazujące na profesjonalnych rozwiązaniach i oczywiście w nawiązaniu do potrzeb klienta. Doradca

musi zapewnić poufne traktowanie danych i poinformować o źródłach własnego zarobku, a także o potencjalnych sprzecznościach interesów.

Zgodnie z danymi Financial Planning Standards Board Ltd. – największej organizacji zajmującej się kształceniem i certyfikacją doradców finansowych o zasięgu globalnym, wg stanu na koniec 2015 r. certyfikat CFP na świecie posiadały 161 824 osoby, z czego 46% w Stanach Zjednoczonych, a 56% w 24 krajach poza USA [*Global CFP Professional Growth and Distribution*, 2016, dostęp: 3.02.2016].

Doradca Finansowy, według FECIF (*The European Federation of Financial Advisers and Financial Intermediaries*) to wszechstronnie wykształcony specjalista, którego celem jest ochrona majątku i bezpieczeństwo finansowe Klienta, poprzez analizę jego potrzeb, dobór produktów do realizacji celów finansowych, zapewnienie płynności finansowej oraz przygotowanie Klienta do skorzystania z usług instytucji finansowej. Doradca Finansowy nie jest Pośrednikiem Finansowym. Planowanie finansów osobistych z udziałem doradców finansowych to proces, który doczekał się międzynarodowej standaryzacji w 2005 r. (norma ISO 22222:2005).



Schemat 2. Proces planowania finansów osobistych

Źródło: *Personal financial planning process by ISO 22222:2005* [dostęp: 20.01.2016].

Tabela 1. Rola doradcy finansowego w poszczególnych fazach procesu planowania finansowego

Faza procesu planowania	Rola doradcy finansowego
Ustalenie i zdefiniowanie klienta oraz relacji z doradcą finansowym	Doradca finansowy powinien jasno opisać i udokumentować usługi, które ma zapewnić i określić swoje obowiązki i obowiązki klienta w trakcie wykonywania planowania finansowego. Doradca finansowy powinien w pełni wyjaśnić, w jaki sposób jest wynagradzany. Doradca i klient powinni określić, jak długo będzie trwała ich relacja i jak decyzje będą podejmowane.
Zebrać dane klienta, wyznaczenie celów i oczekiwań	Doradca finansowy powinien poprosić o informacje na temat sytuacji finansowej klienta. Należy określić cele osobiste i finansowe, zdefiniować ramy czasowe dla wyników i przedyskutować, w stosownych przypadkach, jaki jest stosunek klienta do ryzyka. Doradca finansowy powinien zebrać wszystkie niezbędne dokumenty przed udzieleniem porady.
Analiza i ocena aktualnego statusu klienta	Doradca finansowy powinien analizować informacje dla oceny aktualnej sytuacji i określenia, co należy zrobić, aby spełnić cele klienta. W zależności od usług, z jakich można skorzystać, może to być analiza aktywów, pasywów oraz przepływ środków pieniężnych, aktualnych ubezpieczeń, inwestycji i strategii podatkowych.
Sporządzenie i prezentacja planu finansowego	Doradca finansowy powinien oferować porady planowania finansowego, które odnoszą się do celów, w oparciu o informacje dostarczone przez użytkownika. Planowanie powinno polegać na analizie zaleceń, by je zrozumiał i aby można było podejmować świadome decyzje. Doradca powinien również słuchać obaw klienta i dokonywać odpowiednio rewizji zaleceń.
Wdrożenie rekomendacji z osobistego planu finansowego	Klient i doradca finansowy powinni uzgodnić, jak zalecenia zostaną przeprowadzone. Planowanie może ograniczać się do zaleceń lub służyć jako trener, koordynujący pracę klienta z innymi specjalistami, takich jak adwokaci, księgowi lub maklerzy.
Monitoring wdrażania planu oraz relacji z doradcą	Klient i doradca powinni uzgodnić, kto będzie kontrolował postępy w osiąganiu założonych celów. Jeśli doradca jest odpowiedzialny za proces, powinien on realizować dla klienta okresowy przegląd sytuacji i wprowadzać zalecenia, w razie potrzeby, będących skutkiem zmian w życiu klienta.

Źródło: *Financial Planning Process* [dostęp: 15.01.2016].

W Polsce zawód doradcy finansowego jest stosunkowo młody, ponieważ jego powstanie datuje się na początek XXI w. W dniu 27 kwietnia 2010 r. – zawód Doradca Finansowy został umieszczony w Klasyfikacji Zawodów – kod zawodu 241202, zgodnie z rozporządzeniem Ministra Pracy i Polityki Społecznej w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania. Rozporządzenie weszło w życie z dniem 1 lipca 2010 r. (DzU 2010, nr 82, poz. 537). Standard zawodu nr 241202 wprowadzono w październiku 2013 r. przez Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej. Z dniem 27 kwietnia 2010 r. nastąpiło rozdzielenie zawodów Doradcy Finansowego i Pośrednika Finansowego w Polsce poprzez wpisanie zawodu Doradcy Finansowego na listę zawodów pod kodem 241202, a pośrednika finansowego

pod kodem 331103. Od czasu umieszczenia go na liście MPiPS zawód doradcy finansowego znajduje się na liście najbardziej deficytowych zawodów w Polsce. Ta poszukiwana przez pracodawców specjalność jest szansą dla absolwentów różnych kierunków studiów, w tym w szczególności finansów i rachunkowości.

Narzędziami pracy profesjonalnego, osobistego i niezależnego doradcy finansowego są [Fesnak 2011]:

- ustalone honorarium, wyjaśnione na początku, ponieważ albo otrzyma pieniądze za sam plan albo także prowizję za ewentualne produkty zapośredniczone przez doradcę, albo wyłącznie samą prowizję, a plan doda gratis. Doradca rzetelnie informuje o kosztach i prowizjach;

- wieloaspektowa analiza potrzeb, narzędzie o tyle istotne, że powinno dostosować potrzeby klienta do przepływów finansowych, jest to raczej roboczy arkusz niż kolorowy prospekt ze zdjęciami;

- komputer finansowy — dowolny model komputera finansowego pozwala przeliczać przepływy finansowe z uwzględnieniem wartości pieniądza w czasie, jest to specjalistyczne narzędzie używane jedynie przez zweryfikowanych doradców finansowych, 95% ludzi zajmujących się usługami finansowymi nie ma pojęcia o istnieniu komputerów finansowych;

- plan finansowy, droga dojścia do własnych celów finansowych rozpisana na kolejne kroki i strategie postępowania z uwzględnieniem produktów finansowych w długim okresie (np. do 85. roku życia); plan zawiera nie tylko przeliczenia ale także komentarze;

- tytuły i wykształcenie, zdobyte w zewnętrznych instytucjach, a nie w trakcie szkoleń wewnątrzfirmowych, posiadanie tytułu EFG® (*European Financial Guide*) lub EFC® (*European Financial Consultant*), tytuły te można sprawdzić na stronie www.effp.pl;

- przykładowy plan finansowy, autentyczny plan innego klienta, który można pokazać nowemu klientowi, plan ten jest pozbawiony danych osobowych, zawiera jedynie dane problemowe – sytuacja klienta przed planem, rozwiązania i zalecenia wynikające z planu;

- kodeks etyczny — każdy doradca finansowy jest sygnatariuszem Kodeksu Etyki swojego stowarzyszenia, w którym jest zrzeszony.

Klient uzyskuje pełną analizę swojej sytuacji finansowej wraz z informacjami o zagrożeniach i możliwościach w długim okresie czasu. Efektem pracy Doradcy Finansowego jest projekcja zamierzeń i możliwości finansowych klienta – PLAN FINANSOWY – wraz z zaleceniami racjonalizacji w zakresie wydatków, źródeł finansowania, podatków itd. Doradca Finansowy informuje klienta o produktach występujących na rynku, a nie tylko o tych, którymi zajmuje się pośrednicząc w ich sprzedaży, wspierając w ten sposób klienta w wyborze odpowiednich dla niego produktów. Podstawowe zadanie Doradcy Finansów Osobistych to ochrona majątku klienta i zapewnienie bezpieczeństwa finansowego. Doradca finansowy ujmuje problem klienta w całkowitym obrazie wszystkich przepływów finansowych.

PODSUMOWANIE

Współczesny rynek detalicznych usług finansowych cechuje różnorodność dostępnych rozwiązań i instrumentów finansowych, a współczesnego konsumenta cechuje niedostateczny poziom wiedzy ekonomiczno-finansowej oraz nadmiar otaczającej go informacji. Ochrona konsumenta, który z założenia jest racjonalny, doskonale poinformowany i rozważny przez informację wydaje się nieskuteczna, ponieważ nadmiar informacji przy niedostatecznej wiedzy dla jej zrozumienia odnosi skutek odwrotny od zamierzonego. W rzeczywistości konsument często postępuje nieracjonalnie, nie ma doskonałej informacji i kieruje się emocjami. W opinii autora istotnym elementem w modelu ochrony konsumenta mógłby być doradca finansowy, który będąc wykształconym profesjonalistą mógłby dla konsumenta stanowić ogniwo pośrednie między instytucją finansową. Rola doradcy finansowego w planowaniu finansów osobistych lub szerzej zarządzaniu finansami osobistymi może być bardzo duża i pozytywna. Doradca finansowy może informować i edukować konsumenta, uświadamiać go co do praw i obowiązków wynikających z prawa konsumenckiego, wskazywać na istotne ryzyka kontraktów finansowych. Te argumenty przemawiają za bardzo dużym potencjałem rozwoju zawodu doradcy finansowego w Polsce.

BIBLIOGRAFIA

- Fesnak A., 2003a, *Doradztwo finansowe*, [w:] T. Kopczyńska (red.), *Ubezpieczenia w polskim obszarze rynku europejskiego: wyzwania i oczekiwania*, Oficyna Wydawnicza Branta i Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. L. Koźmińskiego, Warszawa.
- Fesnak A., 2003b, *Zostań doradcą finansowym*, „Gazeta Ubezpieczeniowa”, 19 sierpnia.
- Fesnak A., 2011, *Planowanie finansów osobistych. Jak zaplanować swoje finanse?*, Wydawnictwo Złote Myśli, Gliwice.
- Financial Planning Process*, Certified Financial Planner Board of Standard, www.cfp.net
- Global CFP Professional Growth and Distribution*, 2016, www.fpsb.org/about/cfp-professional-count.html
- Gnela B., 2007, *Pojęcie konsumenta w prawie wspólnotowym i prawie polskim*, [w:] B. Gnela (red.), *Ochrona konsumenta usług finansowych. Wybrane zagadnienia prawne*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Frączek B., Mitrega-Niestrój K., 2015, *Regulacyjno-instytucjonalne ramy ochrony konsumentów na rynku usług finansowych – wybrane doświadczenia międzynarodowe*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie”, nr 2.
- Funkcjonowanie systemu ochrony praw klientów podmiotów rynku finansowego*, 2014, NIK, Informacje o wynikach kontroli, Warszawa.
- Jurczyk Z., Majewska-Jurczyk B., 2015, *Model ochrony konsumentów w Unii Europejskiej*, [w:] E. Pancer-Cybulska, E. Szostak (red.), *Unia Europejska w 10 lat po największym rozszerzeniu*, „Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu”, nr 380.
- Kieźel E., 2007, *Przestanki, istota i cele ochrony interesów konsumentów*, [w:] E. Kieźel (red.), *Ochrona interesów konsumentów w Polsce w aspekcie integracji europejskiej*, Difin, Warszawa.

- Marcinkowska M., 2011, *Ochrona klientów banków przez informację*, „Acta Universitatis Lodziensis”, Folia Oeconomica nr 247.
- Milic-Czerniak R., 2016, *Ochrona konsumentów usług finansowych*, [w:] R. Milic-Czerniak (red.), *Finanse osobiste. Kompetencje. Narzędzia. Instytucje. Produkty. Decyzje*, Difin, Warszawa.
- Monkiewicz J., 2015, *Tendencje rozwoju ochrony konsumenta na rynku ubezpieczeniowym*, referat wygłoszony podczas Konferencji Polskiej Izby Doradców i Pośredników Odszkodowawczych „Kancelarie odszkodowawcze jako uczestnicy rynku ubezpieczeniowego – wczoraj, dziś i jutro”, Warszawa, 24 marca.
- Niczyporuk A., 2012, *Ochrona praw konsumenta na rynkach usług finansowych w Unii Europejskiej – regulacje prawne i ocena ich skuteczności w świetle badań konsumenckich*, [w:] J. Harasim (red.), *Współczesna gospodarka – wyzwania, dylematy, perspektywy rozwoju*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach”, Studia Ekonomiczne nr 93.
- Ostalecka A., 2012, *Ochrona konsumenta jako instrument wspierania stabilności systemu finansowego*, „Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska Lublin – Polonia”, vol. XLVI, 4, Sectio H.
- Penczar M., 2007, *Ochrona konsumenta na integrującym się rynku bankowym w Unii Europejskiej*, „Bank i Kredyt”, nr 7 (dodatek).
- Personal financial planning process by ISO 22222:2005*, www.standardsinternational.co.uk.
- Polityka ochrony konkurencji i konsumentów*, 2014, UOKiK, Warszawa.
- Rutkowska-Tomaszewska E., 2013, *Ochrona prawna klienta na rynku usług bankowych*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa.
- Szpringer W., 2005, *Kredyt konsumencki i upadłość konsumencka na rynku usług finansowych UE*, Dom Wydawniczy ABC Grupa Wolters Kluwer.
- Szpringer W., 2015, *Konsument na rynku usług consumer finance (ekonomia – prawo – etyka)*, Prakseologia i Zarządzanie, Zeszyty Naukowe TNP, nr 2.

ROLE OF THE FINANCIAL ADVISORS TO ENSURE EFFECTIVE CONSUMER PROTECTION IN THE FINANCIAL SERVICES MARKET

The aim of the article is to present contemporary model of consumer protection, together with the assumptions of the model and identify the problems of the effectiveness of consumer protection. The answer to these problems can be a financial advisor profession, which according to the hypothesis of the article is the missing link between the consumer and the financial institution in ensuring the effectiveness.

Key words: consumer protection in the financial services, financial consulting, personal finance.

OCHRONA INTERESU KLIENTA JAKO WARTOŚĆ DODANA ZARZĄDZANIA BANKIEM, ZGODNIE Z KONCEPCJĄ SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU

Beata Wierzbicka*, Maria Lechicka-Kostuch**

Streszczenie:

Wymagający, doinformowany, zmienny i niecierpliwy klient banku stanowi duże wyzwanie dla organizacji. Tworzenie pakietu korzyści gwarantujących trwałe relacje pomiędzy klientem i bankiem, wymusza nowe podejście do koncepcji zarządzania tymi relacjami.

Celem opracowania jest wskazanie na możliwości wykorzystania przez bank działalności prokonsumenckiej i prospołecznej do wdrożenia innowacji w procesie obsługi, źródłem których mogą stać się klienci banku. Kreatywność konsumentów i społeczna odpowiedzialność banku mogą przełożyć się na wzrost satysfakcji klientów z tytułu zaspokojenia zbioru jego wymagań, w stosunku do wartości usługi świadczonej przez bank.

Słowa kluczowe: bank, społeczna odpowiedzialność biznesu, ochrona klienta, wartość dodana.

JEL Class: M14.

Przyjęto/Accepted: 10.03.2016

Opublikowano/Published: 31.03.2016

WPROWADZENIE

W ostatnich latach wiele organizacji – a więc i banków, stopniowo zaczęło rozumieć, jak wielkie znaczenie ma usatysfakcjonowanie klientów i dostarczenie im pozytywnych doświadczeń ze wspólnych relacji. Coraz powszechniej jest też akceptowane twierdzenie o istnieniu związku między satysfakcją klienta,

* Doktor, adiunkt, Instytut Organizacji i Zarządzania, Wydział Zarządzania, Uniwersytet Gdański.

** Doktor, prof. nadzw. WSTiH, Zakład Organizacji i Zarządzania w Turystyce, Wyższa Szkoła Turystyki i Hotelarstwa, Gdańsk.

jego utrzymaniem i zyskowością. Celem działania banku staje się wszystko co jest ważne dla jego klientów. Poziom zadowolenia klienta jest odzwierciedleniem tego, w jakim stopniu produkt całkowity oferowany przez bank zaspokaja zbiór jego wymagań. Konsumenci poza niepewnością cechującą codzienne życie, odczuwają obawy związane z nieprzewidywalną przyszłością. Większość Polaków uważa, że zabezpieczenie finansowe w postaci oszczędności, gwarantuje im bardziej bezpieczną przyszłość¹.

Mobilność społeczna, otwartość na poznawanie nowych stylów życia wynikająca z niemal nieograniczonego dostępu do Internetu oraz wirtualizacja życia w sieciach i portalach społecznościowych to nowe realia życia konsumentów i działania firm. Komercjalizacja, konkurencja, globalizacja i postęp techniczny sprawiły, że firmy na niespotykaną dotychczas skalę doświadczają zmian, które wymuszają wdrożenie nowych koncepcji w zarządzaniu. Współcześnie nierealne jest osiągnięcie sukcesu rynkowego przez firmę, której działania wewnątrz organizacji tworzą dysonans komunikacyjny z kreowanym przez nią wizerunkiem na zewnątrz. Podjęcie zatem przez bank zarządzania przez wartości staje się wyzwaniem, ale i koniecznością.

Proces ten wymaga zrozumienia realiów stylu życia konsumentów i funkcjonowania firm w czasach turbulentnych zmian cywilizacyjnych, społecznych i gospodarczych [Lachowski 2012: 19].

Zarządzanie przez wartości w długiej perspektywie wymusza zaangażowanie w efektywną współpracę tak pracowników banku, jak i klientów oraz inne podmioty życia gospodarczego i społecznego. Interaktywny proces współpracy wymaga przyjęcia nowej orientacji na proces zarządzania relacjami klient – bank – społeczeństwo.

Główną tezę artykułu jest stwierdzenie, że banki podejmując partnerskie relacje z klientami mogą swoje społecznie odpowiedzialne działanie przełożyć na innowacyjny proces obsługi, którego źródłem innowacji są sami klienci.

1. NOWE POSTRZEGANIE LOJALNOŚCI W ASPEKTCIE RELACJI KLIENT – BANK

W warunkach nieustannie nasilającej się konkurencji zbudowanie długoterminowych relacji z klientem staje się dla firm warunkiem do uzyskania przewagi konkurencyjnej na rynku i wiodącym wyzwaniem zarządzania firmą. Jednak w wielu bankach w Polsce nadal liczy się częściej tylko przyrost obrotu. Firmy zachowują się dokładnie tak, jak w niżej opisanej sytuacji:

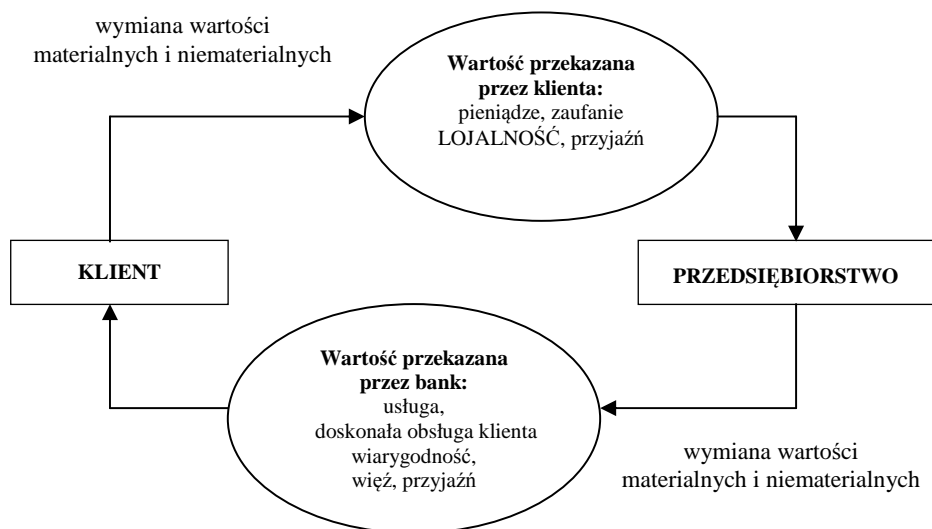
„Pewien dobry człowiek trafił po swojej śmierci do nieba. Święty Piotr wręczył mu klucze do niebiańskiego apartamentu. Człowiek rozejrzał się i prosi:

¹ Z badań przeprowadzonych przez Bank Millennium wynika, że aż 75% osób uznaje zabezpieczenie finansowe na przyszłość za podstawę, podczas gdy tylko 20% za luksus, [za:] *Raport Banku Millennium z dnia 18.07.2013, analizy.pl.*

»Zanim podejmę decyzję, chciałbym zobaczyć jak jest w piekle«. Święty Piotr zgodził się. Na dole powitał go diabli marketing-manager. To, co zobaczył człowiek, przerosło jego oczekiwania: palmy, słońce, plaża, drinki, śpiewy, dyskoteka. »Święty Piotrze, zostaję na dole« – krzyknął. Następnego dnia budzi się, plaża zniknęła, nie ma śpiewów ani zabawy. »Co to ma znaczyć!?!« pyta wzburzony marketing-manager'a. Słyszy odpowiedź: »Jakby to Panu wyjaśnić, wczoraj był Pan nowym POTENCJALNYM klientem, a dziś jest Pan tylko kolejnym już zdobytym klientem«» [Plencler i Schröder 2000: 27].

Banki starają się przyciągnąć nowych, potencjalnych klientów wysokim oprocentowaniem i niskimi kosztami prowadzenia rachunku, zapominając tym samym o swoich dotychczasowych klientach. A jednak zbudowanie długoterminowej relacji z klientem jest konieczne, aby osiągnąć sukces na rynku.

Zgodnie z koncepcją marketingu relacji najważniejsze jest inwestowanie w poznanie klienta, zbudowanie systemu zbierania informacji o jego preferencjach, potrzebach, zachowaniach, opiniach o produkcie i planowanych działaniach, a długotrwałe związki z klientem banki powinny opierać na wzajemnym zaufaniu, lojalności, wiarygodności, a nawet przyjaźni (rys. 1).



Rysunek 1. Charakter wymiany między klientem a przedsiębiorstwem w koncepcji marketingu relacji

Źródło: Otto [2001: 87].

Marketing relacji stanowi istotną propozycję kreowania i umacniania pozycji konkurencyjnej firm na rynkach. Ograniczenie kosztów, koncentracja na

klientach oraz poznanie i podniesienie poziomu ich zadowolenia ze świadczonych usług mogą wynikać z dobrze prowadzonych działań. W efekcie wynikiem jest zbudowanie trwałej bazy lojalnych klientów i podniesienie bariery wejścia na rynek dla konkurencji. Ponieważ powszechnie już wiadomo, że dużo mniej kosztowne i bardziej opłacalne jest utrzymywanie istniejących klientów niż pozyskiwanie nowych – utrzymywanie klientów stało się ważnym celem większości organizacji. Istotne staje się jednak pytanie czy pojęcie lojalności jest w pełni rozumiane i właściwie wykorzystywane przez tych, którzy się nim posługują. Lojalność jest starym słowem, powstało bowiem w czasach feudalizmu, kiedy poddaństwo suwerenowi było rękojmią powodzenia państwa. Słownik języka polskiego podaje następującą definicję słowa lojalny – oddany, wierny (obowiązkom, miłości, zobowiązaniu), praworządny, postępujący zgodnie z polityką rządu, wiernopoddańczy, przywiązany do prawowitego suwerena lub do rządu swojego kraju [*Słownik języka polskiego*, 1998: 47].

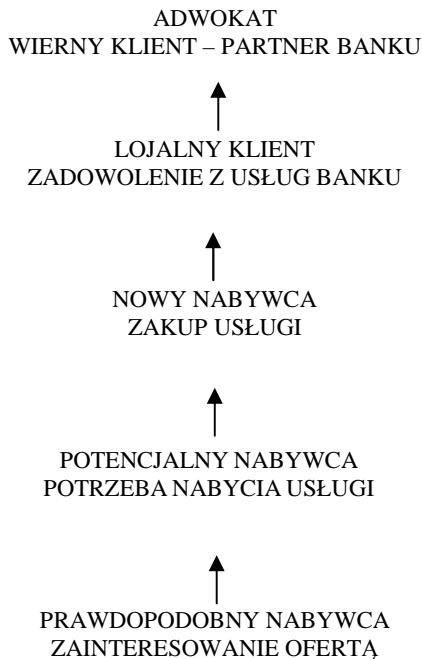
Powstaje zatem pytanie dlaczego ktokolwiek miałby być (zgodnie z powyższą definicją), lojalny w stosunku do jakiegoś banku? Dlaczego klienci tego banku mieliby być „wiernopoddańczy” czy „przywiązani” do niego? Oczywiście klienci wcale nie muszą być lojalni i im lepiej są wykształceni, bardziej pewni swoich działań, tym lepiej to rozumieją. Współcześnie mamy bowiem do czynienia z diametralnie inną sytuacją, a mianowicie to klient jest władcą, a bank tym, który powinien okazywać lojalność. To właśnie bank musi być oddany, wierny i wiernopoddańczo zaspokajający uzasadnione potrzeby swoich klientów. Każdy bank na lojalność musi sobie zasłużyć. A klienci z własnej nieprzymuszonej woli będą stale korzystać z usług banku tylko wówczas, gdy ten bank lepiej niż jakikolwiek inny zaspokoi ich potrzeby. Chcąc usatysfakcjonować klienta, wartość oferowana przez bank musi sprostać wymaganiom tego klienta, a nawet je przewyższać.

Zadowolenie klienta z usług banku ma kluczowe znaczenie dla poziomu lojalności. Nie determinuje ono wprowadzie lojalności, a jedynie jej sprzyja, czyli możemy określić je jako czynnik konieczny, ale niekoniecznie wystarczający. Niewątpliwie można przyjąć założenie, że klient zadowolony ponownie skorzysta z usług danego banku i będzie tak stale czynił, natomiast klient nieusatysfakcjonowany prawdopodobnie wybierze ofertę innego banku.

Należy pamiętać, że lojalność nie jest zjawiskiem jednorodnym, określanym tylko przez zachowanie klienta. Jest to bardziej wieloetapowy proces, w którym wyróżnić można różne stadia emocjonalne, od entuzjazmu po niezadowolenie oraz różne motywy działania. Całkowita lojalność wobec banku nie wynika z samego faktu, że klient pozostaje w danym banku, a z kolei odejście klienta do innego banku nie musi być jedynym przejawem jej braku. Dlatego dla banku ważny jest taki klient, który jest związany z jedną marką lub instytucją, utrzymuje z nią kontakty i jest niewrażliwy na działania marketingowe banków konkurencyjnych, które dążą do zmiany jego postępowania. Według ekspertów

z Boston Consulting Group, jeśli klient korzysta z trzech produktów, prawdopodobieństwo opuszczenia banku wynosi 90%. Jeśli korzysta z 11 produktów, prawdopodobieństwo rezygnacji z usług banku wynosi już tylko 40%. Natomiast jeżeli klient posiada rachunek osobisty, na który pracodawca przelewa wynagrodzenie, kartę kredytową i kredyt pod hipotekę prawdopodobieństwo opuszczenia banku jest znikome. Wówczas bank zapewnia sobie niemal 100% lojalność [Lach 2003: 12]. Bank nie mogąc pozwolić sobie na utratę nawet 2–3% klientów (co może mieć bardzo negatywne konsekwencje dla jego kondycji finansowej) stara się za wszelką cenę związać ze sobą klientów na długie lata.

Pozyskanie lojalnego klienta banku wiąże się z jednej strony z utrzymaniem swoich stałych klientów, z drugiej zaś z walką o pozyskanie nowych, potencjalnych, zainteresowanych ofertą banku. Proces budowania lojalności klienta jest złożonym działaniem marketingowym. Można go przedstawić za pomocą tzw. drabiny lojalności (rys. 2), na której pokazano sposób kreowania lojalności oraz działania, które powinny być podjęte przez bank na każdym z jej etapów.



Rysunek 2. Drabina lojalności klienta

Źródło: Sindell [2000: 20–23].

Najwyższy szczebel drabiny lojalności (a na nim klient, który został adwokatem banku), oznacza pełne zaufanie i bezwarunkowe przywiązanie do banku. Taki klient często dokonuje zakupu całej gamy produktów oraz reklamuje i promuje bank poprzez przekazywanie pozytywnej opinii o nim rodzinie i znajomym. Taka forma marketingu szeptanego stanowi dla banku najbardziej pożądaną formę reklamy. Proces budowania lojalności konsumentów wiąże się oczywiście ze wzrostem sprzedaży, co z kolei generuje wzrost zysków banku. Tym samym widać wyraźnie, że osiągnięcie sukcesu przez bank wiąże się coraz częściej ze stworzeniem trwałej relacji z klientem. Dzięki tej więzi współpraca między bankiem a klientem staje się bardziej efektywna, zarówno w wymiarze strategicznym, jak również operacyjnym.

Zdobycie i utrzymanie wierności klientów jest zadaniem tak trudnym, że organizacje powinny przestać myśleć o lojalności klientów w stosunku do nich, a zacząć myśleć o swojej lojalności w stosunku do klientów. Tylko całkowite oddanie, poczucie obowiązku i wierność w spełnianiu wymagań klienta umożliwi bankom zbiór obfitych plonów przynoszonych przez zadowolonych klientów.

2. ZNACZENIE DOŚWIADCZENIA ZWIĄZANEGO Z POSIADANIEM PRODUKTU BANKU W RELACJI DO ZNACZENIA ZESTAWU WARTOŚCI OFEROWANEJ KLIENTOWI

Sukces każdej organizacji, a szczególnie banku, któremu klienci powierzają swoje pieniądze, opiera się na zwiększaniu życiowej wartości klienta poprzez maksymalne jego usatysfakcjonowanie z usług banku. Teoretycznie jest to bardzo łatwe, ale znacznie bardziej skomplikowane w praktyce. Współczesny klient, lepiej wykształcony, dzięki dostępowi do zasobów Internetu jest dobrze poinformowany, a przez to również bardziej świadomy. Wykształcony i dobrze poinformowany klient – to klient bardziej wymagający i oczekujący produktu oraz obsługi dostosowanej precyzyjnie do jego indywidualnych potrzeb w ściśle określonym czasie. To też klient akceptujący pozytywne doświadczenia w relacjach z bankiem.

Współczesny człowiek często łączy ze sobą pozornie sprzeczne zachowania. Z jednej strony, jako konsument, często deklaruje, że nie jest skłonny udostępniać swoich danych osobowych – ale z drugiej strony przestaje być anonimowy ze względu na potrzebę aktywnego i szczegółowego relacjonowania swojego życia na portalach społecznościowych, odnajdując w tym sposób na akceptowanie swojej tożsamości.

Sukces banku, wobec tej złożoności i różnorodności emocjonalnej klientów staje się dużym wyzwaniem. Proces zarządzania relacjami z klientem opiera się w tej sytuacji na tworzeniu, komunikowaniu i dostarczaniu klientom oferty bogatej w wartości dla klientów, partnerów i społeczeństwa jako całości. Każda

odmienność klienta indywidualisty staje się znaczącym wyzwaniem dla banku. Coraz powszechniej jest akceptowane twierdzenie o istnieniu związku między satysfakcją klienta, jego utrzymaniem i zyskowością. Jeszcze niedawno istnienie związku między satysfakcją klientów a sukcesem finansowym firmy przyjmowano na wiarę, dziś jednak dysponujemy licznymi dowodami potwierdzającymi tę tezę. Według badaczy 5-procentowy wzrost lojalności klientów może w różnych dziedzinach działalności przynieść wzrost dochodu wynoszący od 25 do 85% [Hill i Alexander 2003: 38]. Z utrzymaniem przez dłuższy czas już posiadanych klientów łączą się zwykle dużo niższe koszty niż ze zdobywaniem nowych, a więc duży procent dodatkowego zysku brutto staje się bezpośrednio dochodem. Bank, aby zadowolić klienta, musi zaspokoić jego potrzeby, robić jak najlepiej to, co jest najważniejsze z punktu widzenia klienta. To tak oczywisty fakt, ale wiele banków jednak tego nie robi. W swoich działaniach zmuszają klientów do długiego oczekiwania na realizację transakcji, tworzą w procesie niczym nie uzasadnione bariery, nie służą pełną pomocą w doradztwie finansowym itp. Często brakuje empatii w relacjach między klientami a pracownikami banku, a czasem spotykają się oni z niewłaściwym, czy nawet niegrzecznym potraktowaniem przez pracowników. Nie są to nagminne zachowania dostawcy usług, niemniej jeżeli zdarzają się, to dostarczają negatywnych doświadczeń klientom – a to nie buduje lojalności klienta i jego dalszej współpracy z bankiem. Jeżeli oferowany przez bank zestaw wartości w jakiejś mierze nie spełnia oczekiwań klienta, to fakt ten wzbudza jego niezadowolenie i poczucie braku bezpieczeństwa. Natomiast jeżeli bank oferuje zestaw wartości stanowiący satysfakcjonujący go pakiet korzyści, to buduje doświadczenie inspirujące klienta do wiernej współpracy z bankiem.

Obsługa klienta oznacza dostarczenie pewnej kombinacji elementów usługi, czyli wiedzy, cierpliwości wobec klienta, uprzejmości, pomocy oraz profesjonalnych kwalifikacji w zaspokajaniu potrzeb klientów. Pełen zestaw tych elementów upewnia klienta, że dokonał wyboru właściwego banku. Jednocześnie klient staje się coraz bardziej wymagający, a najbardziej domaga się wysokiej jakości świadczonych przez bank usług. Zadowolenie klienta oznacza, że zostały spełnione jego oczekiwania i wymogi, które miał wobec banku, jego oferty i procesu obsługi. Te wymogi i oczekiwania kształtowane są pod wpływem wcześniejszych doświadczeń oraz kreowane są pod wpływem opinii przyjaciół, krewnych i znajomych. Bank w swoim dążeniu do zapewnienia najwyższej jakości obsługi, jako punkt wyjścia musi przyjąć wnikliwe badanie wymagań klientów. Klient nie powinien być traktowany przez bank jako ktoś z zewnątrz, ale zostać uznany za najważniejszą część struktury firmy. Klient konfrontuje poziom jakości obsługi bankowej ze swoimi wymaganiami w czasie zwanym „momentem prawdy”. Obejmują one przeróżne sytuacje, poczynając od poszukiwania miejsca na parking przed bankiem, i na ich podstawie klient ocenia jakość obsługi w banku [Kłopotcka 2002: 26]. Obsługę należy zatem rozumieć

jako niezawodne dostarczenie klientowi dóbr i usług w uzgodnionym czasie i miejscu, zgodnie z jego oczekiwaniami. Proces obsługi należy rozumieć jako działanie przynoszące klientowi pakiet korzyści w określonym czasie i miejscu oraz obejmujących zbiór czynności związanych z zawarciem transakcji. Obsługa rozumiana w ten sposób służy budowaniu więzi z klientem, które w efekcie prowadzą do długotrwałych i obopólnych korzyści.

Klienci uczestnicząc w procesie zakupu i konsumpcji usług bankowych zdobywają bogate doświadczenia, które mogą stanowić wiedzę w zakresie kreowania pakietu korzyści dla uczestników tego procesu. Takie elementy jak szybkość i sprawność obsługi, indywidualne podejście do klienta, otwartość na współpracę, kompleksowość oferty, fachowy, uprzejmy i dyskretny personel, krótki czas realizacji zleceń, ale także korzystna lokalizacja czy wystrój i ogólny klimat placówki banku to wszystko czynniki, które kształtują wymagania klientów dotyczące pakietu korzyści w relacjach klient – bank [Jonas 1998: 178]. Wysoka jakość świadczonych usług związana ze spełnieniem wymienionymi wyżej elementów, stanowi dla banku prawdziwe wyzwanie, które może być zrealizowane tylko przez zaangażowanie i zintegrowanie klientów banku i innych partnerów wokół wspólnych celów.

Zarządzanie przez wartości w długiej perspektywie przynosi wzrost zaangażowania ze strony tak banku, jak i klientów. Kluczową wartością staje się współtworzenie, co oznacza zaproszenie klientów, pracowników banku a nawet współpracujących podmiotów gospodarczych i społecznych do uczestnictwa w rozwoju banku. Ta nowa rola klientów jako współkreatorów wartości jest konsekwencją wzrostu potencjału intelektualnego współczesnych konsumentów. Zważywszy na fakt, że klient jest zarówno konsumentem, jak i współtwórcą oferty, a jego uczestnictwo w procesie świadczenia usługi stanowi jej integralną część, zarządzanie relacją klient – bank staje się ważnym i odpowiedzialnym zadaniem.

Właściwe zaprojektowanie procesu pod kątem uczestnictwa w nim klientów staje się „kluczową zmianą zarządzania” [Boguszewicz-Kreft 2009: 297]. Interaktywny proces współpracy klienta i banku wymaga przyjęcia nowej orientacji przez bank w traktowaniu pakietu korzyści dla uczestników procesu. Nowa konstrukcja zarządzania procesami świadczenia usług przez bank powinna być skoncentrowana na wyborze kierunku działalności prokonsumenckiej i społecznie odpowiedzialnej oraz skoordynowania z celami ekonomicznymi firmy.

3. KONCEPCJA WSPÓLDZIAŁANIA BANKU I KLIENTÓW W ASPEKCIE OCHRONY INTERESU KONSUMENTÓW USŁUG BANKOWYCH

Relacje dwóch sfer – banku i jego klientów tworzących w działaniach sprzężenie zwrotne oparte na wielostronnym, wzajemnym pożytku wpisane są w system społeczny. Relacje te we współczesnej gospodarce, bogatej w wiedzę

muszą być oparte na świadomej odpowiedzialności za konsekwencje podejmowanych decyzji w obydwu sferach. Procesy zarządzania związane z tworzeniem, komunikowaniem i dostarczaniem wartości na rynek muszą być umocowane wysokimi standardami etycznymi, budującymi szacunek i zaufanie [Davis i Blomstrom 1975: 20].

Na styku relacji między biznesem a społeczeństwem zrodziła się koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu jako nowy paradygmat zarządzania. Społeczna odpowiedzialność biznesu (*Corporate Social Responsibility – CSR*) była i jest określana na wiele różnych sposobów, od prostych dwubiegunowych modeli odpowiedzialności R. Eellsa [1960: 334]; przez model piramidalnej struktury odpowiedzialności organizacji, składający się z czterech sfer – ekonomicznej, prawnej, etycznej i filantropijnej – A. B. Carolla [Aupperle i in. 1985: 446–463], po najbardziej znaczący, jeżeli chodzi o aplikacyjność – model M. Portera i M. Kramera, który analizuje przenikanie się biznesu i społeczeństwa poprzez dwa rodzaje relacji w obszarze CSR. Dotyczą one oddziaływań organizacji na otoczenie (*inside-out*) i są generowane przez organizacyjny łańcuch wartości oraz drugi rodzaj relacji (*outside-in*), które dotyczą oddziaływania otoczenia społecznego na organizację [Porter i Kramer 2006: 78–92].

Społeczna odpowiedzialność biznesu to koncepcja, według której przedsiębiorstwa, na etapie budowania swojej strategii działania i funkcjonowania w zmieniającym się otoczeniu, uwzględniają takie elementy, jak interesy społeczne, ochronę środowiska oraz relacje z różnymi grupami interesariuszy. Według definicji Komisji Europejskiej, odpowiedzialny biznes – to odpowiedzialność firm za wpływ jaki mają one na społeczeństwo. Przedsiębiorstwa muszą przestrzegać prawodawstwa oraz standardów relacji zawieranych z partnerami społecznymi w celu maksymalizacji wspólnych wartości dla klientów, partnerów, właścicieli i społeczeństwa jako całości.

Społeczna odpowiedzialność biznesu to koncepcja ciągle ewoluująca w swoich pryncypiach, a korzyści płynące z zastosowania strategii odpowiedzialności firmy powinny rozpatrywać w perspektywie długofalowej [Wierzbicka 2015: 114–115].

Siła konkurencyjna banków w warunkach współczesnej gospodarki, w dużej mierze zależy od dostarczenia wartości klientom, dzięki wytworzeniu dóbr i usług o najwyższych standardach. A to z kolei zależy w gospodarce opartej na wiedzy m.in. od dysponowania dobrze wykształconymi pracownikami oraz świadomymi, z pozytywnymi doświadczeniami, klientami, którzy czują się bezpiecznie, żyją w godziwych warunkach i są motywowani do własnego rozwoju, który implementują w działania innowacyjne firmy. Od liderów rynkowych oczekuje się największego zaangażowania w społecznie racjonalną działalność, ale też to właśnie oni, dzięki zaufaniu klientów i szacunku środowisk społecznych, mogą spodziewać się relatywnie największych korzyści we wzroście dynamiki sprzedaży na ich rynkach docelowych. Im silniej uda się powiązać dzia-

łalność ekonomiczną firmy z działalnością społeczną – na przykład inwestując w te dziedziny wiedzy, rodzaje technologii lub elementy infrastruktury, które są szczególnie przydatne – tym relatywnie więcej od innych skorzysta ona na tych działaniach. Firma, która jako pierwsza na danym obszarze podejmuje inicjatywę w ramach CSR, bardzo często uzyskuje znaczne efekty swoich działań dzięki uzyskiwanej reputacji i bardzo dobrym relacjom z otoczeniem.

Efektom współpracy jest wzrost szans na ochronę interesów klientów, dzięki realizacji celów uznanych za kluczowe dla ich rozwoju. Szczególnie ważne są wszystkie działania podejmowane w kierunku rozwoju potencjału intelektualnego klientów i pracowników. Tego typu działania sprawiają, że w długiej perspektywie firma nie tylko stymuluje popyt na swoje produkty, lecz także kształtuje umiejętności potrzebne do ich tworzenia.

Ciekawy przykład innowacyjnej działalności opartej na CSR stanowiły działania First Community Bank [Moss Kanter 2007: 211–221]. W 1990 r., Bank Boston, który dziś jest częścią Bank of America, podjął decyzję o pozyskaniu nowej grupy klientów, a mianowicie takich, którzy nigdy wcześniej nie korzystali z usług bankowych i zamieszkujących upadające dzielnice miast. Do życia powołany został First Community Bank, aby zająć się ofertą dla powyższych, potencjalnych klientów. Utworzenie FCB było także odpowiedzią na interwencje ze strony władz państwowych, które domagały się, aby banki więcej uwagi poświęciły zaniedbywanym grupom społecznym. FCB pozwolił osobom pokrzywdzonym przez los czy żyjącym w uboższych dzielnicach na skorzystanie z wysokiej jakości usług finansowych, co przyczyniło się pośrednio do rewitalizacji zaniedbanych rejonów dużych miast. Od chwili rozpoczęcia swojej działalności FCB walczył o to, by przekonać tradycyjnie nastawionych menedżerów z pionu bankowości detalicznej Bank of Boston, że zwyczajowe podejście do klienta nie jest odpowiednie ani dla niszowego rynku, który wymagał między innymi wyedukowania klientów, ani dla nowego przedsięwzięcia, w które należało wciąż inwestować.

W FCB od początku zwracano uwagę na obsadę stanowisk w oddziałach banku, żeby mieć pewność, że pracownicy dobrze rozumieli potrzeby obsługiwanych społeczności. Menedżerowie banku zobowiązani byli do uczestnictwa w różnych lokalnych imprezach, stanowiło to część ich obowiązków służbowych. Liderzy FCB stworzyli własne mierniki efektywności działania banku, uwzględniające poziom zadowolenia i lojalności klientów, co było konieczne ze względu na specyficzną, odmienną grupę klientów. Stworzono także całkiem nowe stanowiska, np. specjaliści do spraw rozwoju społecznego, który był odpowiedzialny za kontakty z różnymi grupami etnicznymi, aby lepiej zakorzenić się w lokalnych społecznościach. Pomimo tego, że działania te wydłużyły znacznie czas trwania transakcji, dzięki nim FCB stał się integralną częścią lokalnych społeczności, co z kolei przelożyło się na sukces macierzystej jednostki Boston Bank, na rynku usług bankowych.

Z czasem FCB okazało się zyskownym przedsięwzięciem i ważnym doświadczeniem dla macierzystego banku, kiedy ten zdecydował się na serię przejęć banków działających m.in. w biednych dzielnicach metropolii. Składający się pierwotnie z siedmiu oddziałów zlokalizowanych w Bostonie, FCB rozrósł się do całej sieci filii oddziałów rozmieszczonych w Nowej Anglii i oferującej cały szereg produktów i usług finansowych, m.in. kredyty konsumenckie i hipoteczne, kredyty inwestycyjne dla małych firm. Tym samym, z punktu widzenia macierzystej jednostki, utworzenie FCB okazało się niezaprzeczalnym sukcesem.

Relacje nawiązywane z partnerami rozwijają proces dialogu, poprzez który firma może zachęcać innych potencjalnych klientów do współpracy w kreowaniu nowych wartości – a to z kolei przyczynia się do większej efektywności realizowanych działań. Relacje partnerskie zwiększają rozpoznawalność firmy w otoczeniu, a więc wśród klientów, dostawców, organizacji społecznych i politycznych. Pozytywny wizerunek firmy w bezpośredni sposób przekłada się z reguły na większe zainteresowanie produktami firmy – inicjatora CSR.

PODSUMOWANIE

Rynek usług bankowych rozwija się coraz bardziej dynamicznie, co powoduje, że coraz trudniej osiągnąć na nim trwałą przewagę konkurencyjną. Utrzymanie stałych kontaktów z klientami jest jednym z istotniejszych czynników decydujących o zwycięstwie na trudnym rynku usług bankowych. Posiadanie lojalnych klientów staje się potrzebą strategiczną banków i musi być rezultatem przywiązania klienta do siebie i nieustannego dostarczania mu określonych korzyści. Banki muszą aktywnie zabiegać o klienta i zwiększać jego satysfakcję, co powinno zagwarantować im sukces w nadchodzących dekadach, dzięki zbudowaniu najlepszych sieci współpracy ze swoimi klientami.

Współdziałanie z klientami oraz podejmowanie przez bank długofalowych inwestycji społecznych może i zazwyczaj ułatwia sprawne i bezkonfliktowe funkcjonowanie, wpływając na budowanie pozycji lidera na konkurencyjnym rynku. Nie bez znaczenia jest wzrost zainteresowania potencjalnie nowych klientów ofertą banku zarządzanego w sposób odpowiedzialny, a więc w sposób oparty na racjonalności w działaniach biznesowych i szacunku wobec partnerów, z którymi tworzy relacje w otoczeniu. Świadomość społeczna konsumentów stale wzrasta, co powoduje, że w swoich wyborach kierują się oni zaufaniem do danej firmy, a lojalność i satysfakcja klientów staje się potężną siłą w walce o przewagę konkurencyjną na globalnym rynku.

Przykład First Community Bank pokazuje, że firma ma większe możliwości dokonania rzeczywistych zmian, jeśli wie, w jaki sposób plan jej działania odpowiada konkretnym potrzebom klientów.

BIBLIOGRAFIA

- Aupperle K. E., Caroll A. B., Hatfield, J. D., 1985, *An Empirical Examination of The Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability*, „Academy of Management Journal”, nr 2.
- Boguszewicz-Kreft M., 2009, *Zarządzanie doświadczeniem klienta w usługach*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Davis K., Blomstrom R. L., 1975, *Business and Society: Environment and Responsibility*, McGraw Hill, New York.
- Eells R., 1960, *The Meaning of Modern Business*, Columbia University Press, New York.
- Hill N., Alexander, J., 2003, *Pomiar satysfakcji i lojalności klientów*, Wydawnictwo Oficyna Ekonomiczna, Kraków.
- Jonas A., 1998, *Uwarunkowania rozwoju marketingu usług bankowych w Polsce*, Marketing 2001 XI Konferencja Katedr Marketingu, Handlu i Usług uczelni i wydziałów ekonomicznych Jurata, 18–19 września 1998, Tom I, Sopot.
- Kłopocka A., 2002, *Oczekiwania klientów a jakość detalicznych usług bankowych*, „Bank i kredyt”, nr 8.
- Lach A., 2003, *Zdobyć i utrzymać*, „Gazeta bankowa”, nr 1.
- Lachowski S., 2012, *Droga ważniejsza niż cel – wartości w życiu i biznesie*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa.
- Moss Kanter R., 2007, *Od powierzchownych zmian do poważnych transformacji*, [w:] *Spółeczna odpowiedzialność biznesu*, Harvard Business Review, Wydawnictwo Helion, Gliwice.
- Otto J., 2001, *Marketing relacji. Koncepcje i stosowanie*, Wydawnictwo C. H. Beck, Warszawa.
- Plencler J., Schröder A., 2000, *Marketing partnerski*, „Marketing w praktyce”, nr 3.
- Porter M. E., Kramer M. R., 2006, *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*, „Harvard Business Review”, nr 12.
- Raport Banku Millenium z dnia 18.07.2013*, analizy.pl
- Sindell K., 2000, *Loyalty Marketing for the Internet Age*, Dearborn Financial Publishing, Chicago.
- Słownik języka polskiego*, 1998, tom II, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.
- Wierzbicka B., 2015, *Czy społecznie odpowiedzialne postępowanie może stanowić trwałe źródło przewagi konkurencyjnej?*, [w:] M. Boguszewicz-Kreft (red.), *Przedsiębiorstwa i ich interesariusze, relacje marketingowe i CSR*, „Prace Naukowe WSB w Gdańsku”, nr 42.

THE CLIENT'S INTEREST PROTECTION AS THE ADDED VALUE OF BANK MANAGEMENT, ACCORDING TO THE CONCEPT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Demanding, well informed, fickle and impatient customer of the bank is a major challenge for the organization. Creating a package of benefits that guarantee a lasting relationship between the customer and the bank, forces a new approach to the concept of managing these relationships. The aim of the article is to indicate the possibility of using the pro-consumer and pro-social bank activities to implement innovations in the service process, the source of which can become clients of the bank. Customer's creativity and the social responsibility of the bank can transfer to increased customer satisfaction due to his requirements satisfaction set in relation to the service provided by the bank.

Key words: bank, Corporate Social Responsibility (CSR), customer protection, added value.

Sytuacja gospodarcza w Polsce w pierwszych miesiącach 2016 r.

**Artur Gądek, Maja Maciejewska,
Katarzyna Ursztek**

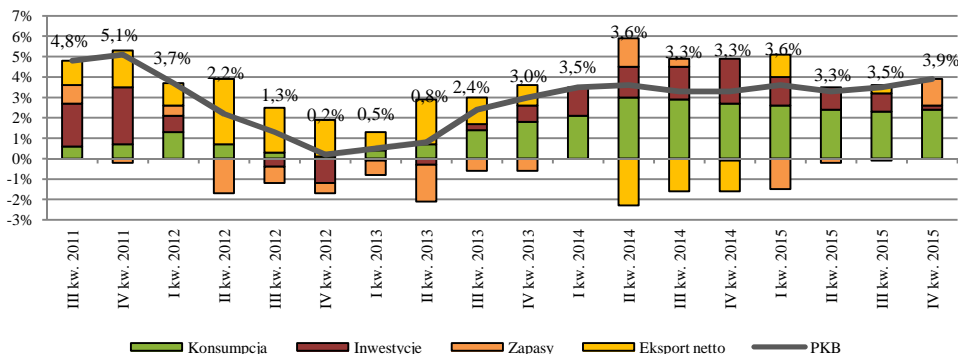
Studenckie Koło Naukowe Analiz i Prognozowania
Gospodarczego 4Future, Uniwersytet Łódzki, Wydział
Ekonomiczno-Socjologiczny

Wzrost gospodarczy

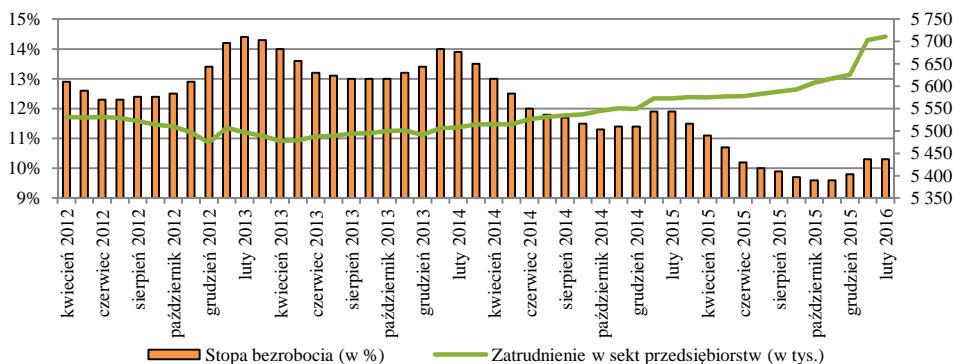
Według wstępnych szacunków Głównego Urzędu Statystycznego realny wzrost gospodarczy w czwartym kwartale 2015 wyniósł 3,9% rdr. Oznacza to, że jeżeli szacunki GUSu się potwierdzą to dynamika realnego PKB za cały 2015 r. wyniosła 3,6% rdr. Wynik za czwarty kwartał niewątpliwie pozytywnie zaskoczył analityków. Spodziewano się bowiem dynamiki wzrostu nieprzekraczającej 3,8%. Tak wysoka dynamika w ostatnim kwartale to również dobry sygnał dla wzrostu gospodarczego w 2016 r. – może być on wyższy niż w ub. r. Przyczynić się do tego ma również uruchomienie rządowego programu „500 plus”, który zapewne przełoży się na wzrost konsumpcji w kraju. Koszty całego programu, wliczając w to wypłatę świadczeń na dzieci i koszty obsługi administracyjnej,

szacuje się na 17,2 mld zł. Program ruszył 1 kwietnia br., przy czym przypuszcza się, że świadczenia zostaną wypłacone dopiero w trzecim kwartale (wraz z wyrównaniem świadczeń od kwietnia). Trudno jest przewidzieć końcowy wpływ programu „500 plus” na wzrost gospodarczy w nadchodzących kwartałach. Na dzień dzisiejszy wiadomo jedynie, że szacowane 17,2 mld zł stanowi aż 0,96% PKB z 2015 r., a większość tej kwoty najprawdopodobniej zostanie przeznaczona na konsumpcję (od trzeciego kwartału br.).

Wzrost gospodarczy w dalszym ciągu jest stymulowany głównie przez popyt wewnętrzny. W czwartym kwartale ub. roku wzrost konsumpcji odpowiedzialny był za wzrost PKB o 2,4%. W drugiej kolejności do wzrostu dynamiki przyczyniły się zapasy, które zwiększyły ją aż o 1,3%. Z kolei inwestycje przyczyniły się do wzrostu dynamiki PKB o zaledwie 0,2%. Jest to najmniejszy wpływ tej składowej od trzeciego kwartału 2013 r. Polska gospodarka w dalszym ciągu oparta jest głównie na popycie wewnętrznym, który w najbliższych kwartałach najprawdopodobniej zostanie wzmocniony przez program „500 plus”.



Wykres 1. Skala wpływu poszczególnych kategorii na wzrost realny PKB; szereg nieryównany sezonowo
Źródło: opracowanie własne, dane GUS.



Wykres 2. Bezbrotocie rejestrowane i zatrudnieni w sektorze przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne, dane GUS.

W gospodarce utrzymują się pozytywne nastroje. Wyprzedzający koniunkturę wskaźnik PMI w pierwszym kwartale br. wyniósł odpowiednio: 50,9 pkt – styczeń, 52,8 pkt – luty, 53,8 pkt – marzec. Oznacza to, że menedżerowie w firmach produkcyjnych są w dalszym ciągu optymistyczni (wartość wskaźnika PMI utrzymuje się powyżej wartości 50 pkt już od 18 mies.). Ponadto, wskaźnik ESI (Economic sentiment indicator) publikowany przez Eurostat w ostatnich miesiącach wzrósł do wartości 99,8 pkt (wartość 100 jest średnim poziomem tego wskaźnika). Jeszcze w grudniu ub. r. wartość wskaźnika ESI wynosiła 98,6. Jest to sygnał, że uśredniony poziom nastrojów m.in. w przemyśle, usługach, budownictwie, handlu detalicznym jest dobry (ESI – to wskaźnik otrzymany ze średniej ważonej z „nastrojów” w poszczególnych gałęziach gospodarki).

Bezrobocie

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego odnośnie aktywności Polaków na rynku pracy, stopa bezrobocia rejestrowanego w styczniu bieżącego roku wyniosła 10,3%. Na takim samym poziomie utrzymywała się w lutym br. Należy podkreślić, iż w br. liczba osób bezrobot-

nych w miesiącach styczeń oraz luty jest najniższa od co najmniej szesnastu lat. Obecnie obserwujemy kontynuację silnej oraz bardzo widocznej tendencji spadkowej odsezonowanej stopy bezrobocia. Badanie Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL) w IV kwartale wykazało, że realna stopa bezrobocia jest równa 6,9%. Jest to najniższa wartość od 2010 r.

Przeciętne miesięczne realne wynagrodzenia brutto w styczniu było wyższe niż w roku poprzednim o 4,9% (w lutym o 4,8%). Znaczącym czynnikiem mającym wpływ na ten wzrost jest zwiększenie płacy minimalnej brutto od 1 stycznia 2016 roku – na mocy *Rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 11 września 2015 r. [...] ustala się minimalne wynagrodzenie za pracę w wysokości 1850 zł.* Jest to o 100 zł więcej, niż w roku ubiegłym. Zwiększone wynagrodzenie powinno stanowić impuls do podjęcia pracy przez osoby bezrobotne, szczególnie przy obecnym wzroście liczby wolnych stanowisk pracy.

Widoczna jest coraz lepsza sytuacja na rynku pracy w porównaniu do lat ubiegłych. Zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw z miesiąca na miesiąc rośnie i w lutym br. prezentuje się na poziomie

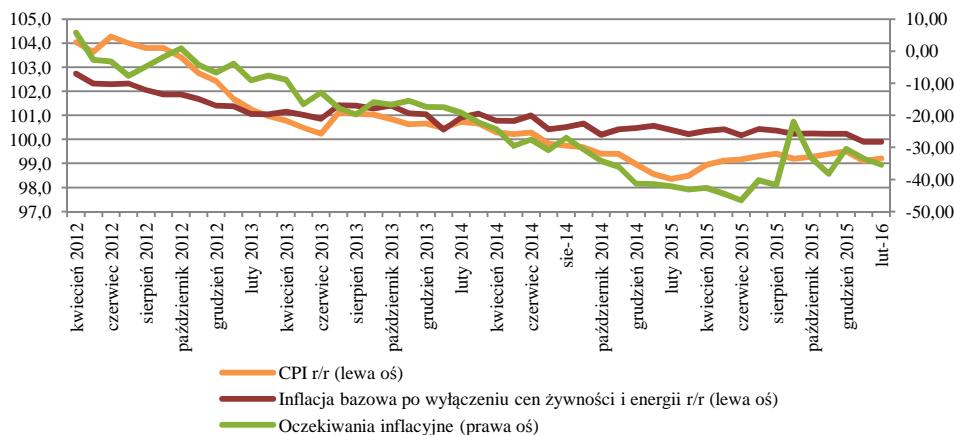
5 711 tys. (stanowisk pracy). Stanowi to wzrost o 2,5% w stosunku do 2015 roku oraz 3,7% wzrost w odniesieniu do roku 2014. Efektem tej poprawy jest coraz większa liczba ofert zatrudnienia w powiatowych urzędach pracy. Stan za trzeci kwartał to 51,2 tys. ofert, jest to wartość nienotowana od 2000 roku. Pozytywnie na rynek pracy wpływa również wzrost realnego wynagrodzenia, spowodowanego m.in. deflacją.

Na obecną, optymistyczną sytuację na rynku pracy może wpływać wiele czynników. Jednym z nich zapewne jest emigracja zarobkowa polskich obywateli. Niestety, trudno jest ocenić skalę tego zjawiska i jego obecny wpływ na polski rynek pracy. Kolejnym istotnym czynnikiem jest poprawa sytuacji gospodarczej w kraju, która najprawdopodobniej będzie kontynuowana w nadchodzących kwartałach.

Ceny

Po raz kolejny prognozy dotyczące wzrostu cen w pierwszym kwartale 2016 roku nie potwierdziły się. Pomimo obniżki

stóp procentowych w marcu 2015 roku, nadal obserwujemy deflację. Co prawda wskaźnik CPI w styczniu i lutym br. jest wyższy w porównaniu do analogicznego okresu z 2015 roku, jednak jego zmiana wciąż pozostaje ujemna. W styczniu ceny towarów i usług konsumpcyjnych zmalały o 0,9%, zaś w lutym o 0,8% w porównaniu z rokiem ubiegłym. Malejąca dynamika CPI wynika przede wszystkim z niższych cen surowców. Główną rolę odgrywa tu ropa naftowa – cena za baryłkę oscyluje wokół poziomu 35 USD. Jest to poziom cen odpowiadający temu sprzed 12 lat. Tak niskie ceny są skutkiem różnicy pomiędzy popytem a podażą surowca, które prawdopodobnie będą się utrzymywać w kolejnych okresach. Powodem takich przewidywań jest duże wydobycie ropy w Arabii Saudyjskiej i Rosji, przy zmniejszającym się popycie na surowiec w Chinach. Należy także wspomnieć o mniejszym zapotrzebowaniu na gaz ziemny ze względu na łagodną zimą w Europie, co nie pozostało bez wpływu na poziom cen. W styczniu i lutym br. cena gazu ziemnego kształtowała się na niższym poziomie niż w miesiącach poprzednich.



Wykres 3. Indeks cen towarów i usług konsumpcyjnych, inflacja bazowa po wyłączeniu cen żywności i energii oraz oczekiwania inflacyjne

Źródło: opracowanie własne, dane NBP.

Niska presja popytowa oraz kosztowa w kraju i za granicą przekłada się na utrzymywanie się deflacji. Zarówno w styczniu jak i lutym br. inflacja bazowa po wyłączeniu cen żywności i energii wyniosła $-0,1\%$ rdr. Jest to pierwszy w historii taki przypadek. Warto zaznaczyć, że – podobnie jak w grudniu 2015 – luty nie przyniósł zmian w inflacji bazowej w odniesieniu do poprzedniego miesiąca.

Konsumenci spodziewają się kolejnych spadków cen – wskaźnik oczekiwań inflacyjnych jest niższy niż w poprzednim kwartale. W styczniu, spadku poziomu cen oczekiwało 33 pkt. proc. respondentów więcej, niż jego wzrostu, zaś w lutym i marcu liczby te wynosiły odpowiednio 35 i 36 pkt. proc.

Rynki finansowe

Polskie aktywa finansowe są niżej wyceniane, na co wpływ ma szereg zjawisk zewnętrznych i wewnętrznych. Do przyczyn należy zaliczyć obniżkę ocen wiarygodności kredytowej Polski przez jedną z agencji ratingowych. Wpłynęło to na wzrost rentowności obligacji o długim terminie zapadalności.

Na międzynarodowych rynkach finansowych wzrasta niepewność, co pociąga za sobą gorsze nastroje inwestorów wobec rynków wschodzących. To z kolei implikuje spadek cen na warszawskiej giełdzie papierów wartościowych. Na tych rynkach równocześnie występuje coraz silniejszy spadek cen akcji spółek sektora wydobywczego oraz energetycznego. Jest to rezultatem powtórnego spadku cen surowców energetycznych, a w szczególności cen ropy naftowej. Za kolejne czynniki, tym razem już krajowe, wpływające niekorzystnie na wycenę akcji na warszawskiej giełdzie papierów wartościowych, uważane są: wprowadzenie podatku bankowego, a także obniżenie ratingu Polski.

Czynniki globalne, w szczególności obawa o koniunkturę w Chinach skutkuje osłabieniem się walut w gospodarkach wschodzących, jak również deprecjacji złotego. W porównaniu do roku poprzedniego, zaobserwować można spadek wartości nominalnej złotego w odniesieniu do innych walut. Kurs euro w styczniu 2015 r. oscylował w granicach 4,30 zł, zaś rok później (w tym samym okresie) cena tej waluty kształtowała się w przedziale 4,30–4,40 zł. Większe różnice (między latami 2015–2016) można było zaobserwować w lutym oraz w marcu. We wspomnianych miesiącach w 2015 roku kurs euro wynosił ok. 4,05–4,20 zł, zaś w 2016 roku – 4,25–4,40 zł. Większą dynamiką zmian charakteryzował się dolar amerykański. W pierwszym kwartale ub. r. kurs USD oscylował wokół poziomu 3,60–3,70 zł, zaś w roku bieżącym wartości te wahają się w przedziale 3,90–4,1 zł (wielokrotnie przekraczając próg 4 zł). Tak dużej aprecjacji kursu dolara nie notowano od ponad 10 lat. Relatywnie spokojny w ostatnich miesiącach jest kurs franka szwajcarskiego. Po uwolnieniu CHF (w styczniu 2015 r.) jego cena oscylowała wokół 4 zł. Obecnie nie widać żadnych przesłanek do deprecjacji kursu franka szwajcarskiego i powrotu do jego wartości sprzed stycznia 2015 r.

Ocena i prognozy

Po pierwszym kwartale 2016 r. widać wyraźną poprawę nastrojów analityków. Narodowy Bank Polski znacząco podniósł swoje prognozy PKB – z 3,3% do 3,8% na 2016 r. i z 3,5% do 3,8% na 2017 r. Ponadto w swoim raporcie „Projekcja inflacji i wzrostu gospodarczego Narodowego Banku Polskiego na podstawie modelu NECMOD” NBP podkreślił, że spożycie indywidualne będzie głównym motorem wzrostu PKB, zaś inwestycje powinny utrzymać się powyżej dynamiki produktu krajowego. Pozo-

Tabela 1. Zestawienie prognoz

	Prognozy PKB						
	NBP	OECD	Bank Światowy	Komisja Europejska	MFW	SKN 4Future	średnia
2016	3,8%	3,4%	3,7%	3,5%	3,5%	3,8%	3,6%
2017	3,8%	3,5%	3,9%	3,5%	3,6%	3,6%	3,75%
2018	3,4%		3,9%		3,6%	3,2%	3,5%

Źródło: opracowanie własne, dane ze stron internetowych poszczególnych instytucji.

stałe instytucje (por. tabela 1) nie zrewidowały swoich prognoz sprzed kwartału, a jedynie uzupełniły je o nowe przewidywania na 2018 r. SKN 4Future oczekując w nadchodzących kwartałach wzrostu konsumpcji gospodarstw domowych, podobnie jak rodzimy bank centralny, zdecydował się podwyższyć swoje prognozy (do 3,8% w 2016 r.). Członkowie koła naukowego 4Future nadal jednak pozostają sceptyczni i spodziewają się spadku dynamiki PKB po 2016 r.

Ceny w Polsce spadają nieprzerwanie od 20 miesięcy. Ponadto po raz pierwszy inflacja po wyłączeniu cen żywności i energii okazała się być ujemna. Nie zmienia to jednak faktu, że analitycy w dalszym ciągu wyczekują wzrostu cen i podobnie jak w ub. r. spodziewają się, że nastąpi to przed końcem roku (12 miesięcy temu oczekiwano dodatniej inflacji przed końcem 2015 r.). NBP w projekcji inflacji z marca br. przewiduje koniec deflacji w czwartym kwartale 2016 r. (SKN 4Future zakłada podobny scenariusz).

Obecnie panująca deflacja spowodowana została czynnikami podażowymi, co bardzo utrudnia dokładną prognozę, w którym momencie ceny zaczną rosnąć. Co więcej, nadal aktualne pozostaje zagrożenie dużego wzrostu inflacji w nadchodzących kwartałach. Mogłoby się do tego przyczynić gwałtowne zwiększenie cen ropy naftowej (oraz niskie wartości inflacji z ub. r.), przy czym w obecnej sytuacji geopolitycznej scenariusz ten

wydaje się być mało realny. Cena ropy naftowej powinna z czasem rosnąć, jednak nie przewiduje się nagłych i gwałtownych wzrostów.

Sytuacja na rynku pracy ulega ciągłej poprawie. Trend spadkowy odsezonowanej stopy bezrobocia trwa już nieprzerwanie od 2 lat i nic nie wskazuje na możliwość jego zatrzymania. Optymizmem napawają również dane odnośnie ilości wakatów zgłaszanych w Urzędach Pracy oraz rosnące wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw. Powszechnie oczekuje się, że stopa bezrobocia w trzecim kwartale br. będzie mniejsza od 9% i jest to bardzo realny scenariusz. Nie wiadomo jednak jak kształtować się będzie ten wskaźnik w kolejnych latach (2017–2018), w którym momencie osiągnie swoje minimum lokalne oraz jak duża będzie skala emigracji zarobkowej Polaków w tym okresie.

Rok 2016 zapowiada się jako dobry okres dla polskiej gospodarki. Dynamika realnego PKB powinna w dalszym ciągu utrzymywać się powyżej 3%, stopa bezrobocia nadal spadać, a deflacja prawdopodobnie skończyć się przed końcem br. Należy jednak pamiętać, że gospodarka w 2016 r. zapewne nadal napędzana będzie głównie przez popyt wewnętrzny, który długoterminowo nie zapewnia wzrostu gospodarczego. Wzrost gospodarczy w latach 2017 i 2018 prawdopodobnie zależeć będzie m.in. od wielkości dynamiki inwestycji w nadchodzącym roku oraz sytuacji gospodarczej na świecie.

Źródła:

<http://ec.europa.eu>, <http://stat.gov.pl/>, <http://www.nbp.pl/>, <http://www.worldbank.org/>, <http://www.oecd.org/>, <http://stooq.pl/>, <http://www.fitchpolonia.com.pl>

Koniunktura w sektorze przedsiębiorstw niefinansowych

Artur Zimny

Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów, Katedra Finansów i Rachunkowości MSP

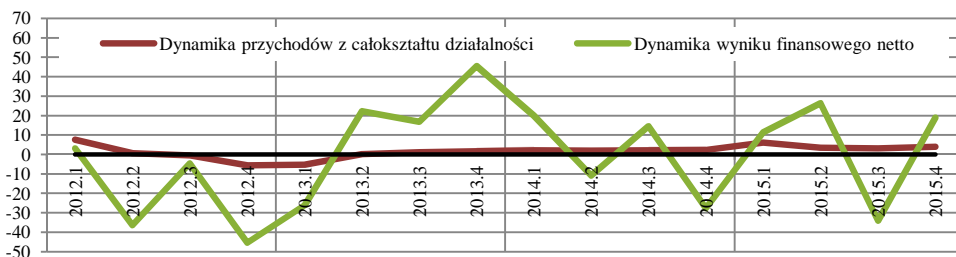
W drugim półroczu 2015 roku koniunkturę w sektorze przedsiębiorstw niefinansowych można ocenić jako dobrą lub przynajmniej umiarkowanie dobrą. Przychody z całokształtu działalności były wyższe, niż odnotowane w analogicznych kwartałach rok wcześniej, a dynamika tych przychodów (urealniona o wskaźnik CPI, obecnie ujemny) jest relatywnie wysoka, wykazano bowiem przyrost o 3,07% w 3. kwartale 2015 i o 3,97% w 4. kwartale. Wyniki te są dość zbieżne z trendem inwestycji tych przedsiębiorstw (od dwóch lat wykazywane są wzrosty nakładów o około 10%–20% w stosunku do analogicznych okresów rok wcześniej), jak i z tempem wzrostu PKB, które również jest stabilne od dwóch lat, a w obu ostatnich kwartałach 2015 roku wg wstępnych szacunków (realnie i po wyrównaniu sezonowym) wyniosło po 3,6%.

Dynamika wyniku finansowego nie była już tak stabilna – w 3. kwartale okazał się on (realnie) o 34% niższy, niż w analogicznym okresie roku 2014, ale już w 4. kwartale był on wyższy o 19%. Łączny wynik finansowy za 2015 był nieznacznie

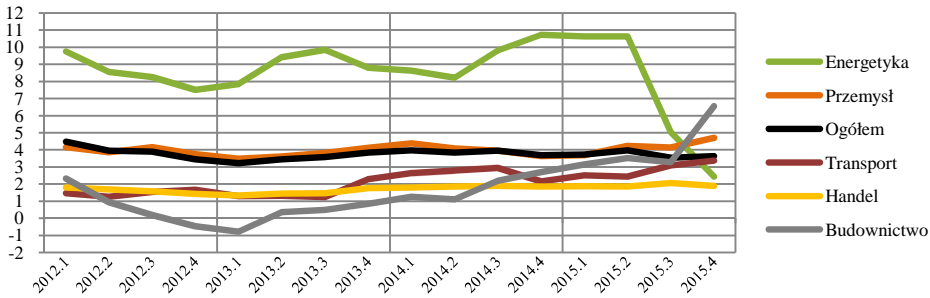
wyższy od wypracowanego w roku 2014. Rentowność obrotu w ostatnich dwóch kwartałach dość widocznie się obniżyła (do odpowiednio 2,9% i 2,8%), przez co także dla całego roku 2015 (w którym wyniosła 3,63%) była minimalnie niższa, niż w 2014 (3,69%). O ile więc w zakresie zwiększania wolumenu sprzedaży firmy ciągle radzą sobie nieźle, o tyle w obszarze zarządzania kosztami zauważyć można pewne osłabienie efektywności.

W 4. kwartale 2015 rosące od dwóch lat należności krótkoterminowe uległy wreszcie obniżce, przy jednoczesnym utrzymaniu wzrostu inwestycji krótkoterminowych. Efektem jest nieznaczny spadek płynności II stopnia (do poziomu 101,0%), w pewnym stopniu kompensowany wzrostem płynności I stopnia, będącego odpowiednikiem płynności gotówkowej (która wzrosła do 38,3%). Płynność utrzymuje się ciągle na zdecydowanie wyższych poziomach, niż w latach 2012–2013.

Branżą wykazującą szczególną poprawę wyników jest budownictwo, które w 3. kwartale 2015 roku wykazało imponujący przyrost nakładów inwestycyjnych (o 134% więcej, niż w 3. kwartale 2014), a w 4. kwartale zdeklasowało pozostałe ważniejsze branże pod względem dynamiki przychodów (wzrost o 7,8% rok do roku, przy wzroście na poziomie 3,3% dla ogółu



Wykres 1. Dynamika wyników kwartalnych [analogiczny kwartał roku poprzedniego = 100], urealniona o wskaźnik CPI

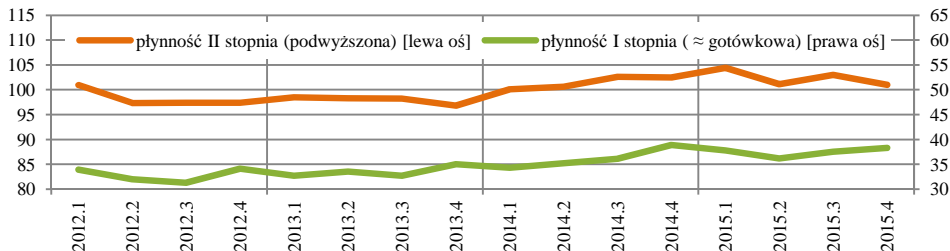


Wykres 2. Rentowność obrotu netto za ostatnie 4 kwartały [w %]

przedsiębiorstw niefinansowych) i rentowności obrotu (wskaźnik wzrósł do 6,6%, wobec 3,6% średniej dla ogółu). Widoczna jest też znaczna poprawa płynności tej branży, wskaźniki osiągnęły poziomy nie notowane od ponad 5 lat. Generalną poprawę w mniejszym lub większym stopniu wykazują wszystkie ważniejsze branże, choć tradycyjnie specyficzna jest branża handlowa, notująca o wiele niższe od innych rentowności obrotu (2,1% w 4. kwartale 2015) i niższą płynność (odpowiednio 24% i 76% w 4. kwartale, wobec średnich na poziomie 38% i 101%). Dla tej branży niewątpliwie istotnym tematem jest planowany nowy podatek od sprzedaży detalicznej, który ma obciążyć przede wszystkim sklepy wielkopowierzchniowe. Zaskakujące mogą się z kolei wydawać wyniki odnotowane przez branżę energetyczną, która w drugim półroczu 2015 wykazała dramatyczny spadek rentowności obrotu. Jest to jednak tylko efekt zabiegów księgowych – w okresie tym największe firmy energetyczne

przeprowadziły tzw. testy na utratę wartości aktywów, w wyniku których dokonano odpisów obciążających wyniki finansowe (wartość odpisów PGE, Tauronu, Enei i ZE PAK to łącznie ok. 16 mld zł). Ale choć wskazuje się, że efektywność tych firm na poziomie operacyjnym jest wciąż bardzo dobra, to jednak rzuca się w oczy bardzo odstająca od pozostałych branż ujemna dynamika sprzedaży w energetyce w 3. kwartale 2015 (przychody były o 16,5% niższe, niż rok wcześniej) i spadek płynności pod koniec 2015; jedynie dynamika inwestycji w tej branży pozostaje stabilna, oscylując wokół wartości 20%.

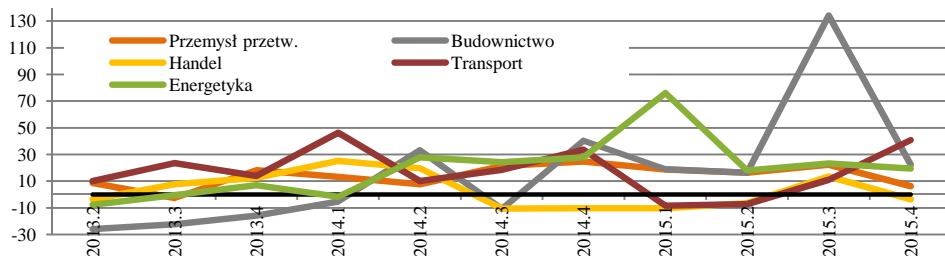
W ostatnim okresie obserwuje się dość dynamiczne działania organów publicznych w zakresie regulacji gospodarczych. Planuje się zmiany mające z jednej strony ułatwiać działalność firm (np. wprowadzenie 15%-owej stawki CIT dla małych firm), a z drugiej ograniczać rozmiary szarej strefy (np. obniżenie limitu trans-



Wykres 3. Wskaźniki płynności przedsiębiorstw niefinansowych [w %]

akcji gotówkowych i zakazanie uznawania za koszt podatkowy tych, które ten limit przekraczają). Nie bez znaczenia są też decyzje nie dotyczące bezpośrednio sektora przedsiębiorstw niefinansowych, jak np. uruchomienie programu 500+

(potencjalne zwiększenie popytu na dobra i usługi), wprowadzenie dodatkowego podatku od banków (potencjalnie może to wpłynąć na wzrost kosztów usług bankowych) czy podniesienie opłaty paliwowej (wzrost kosztów transportu).



Wykres 4. Dynamika nakładów inwestycyjnych [przyrost w stosunku do analogicznego kwartału roku poprzedniego]

Koniunktura giełdowa

Artur Zimny

Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów, Katedra Finansów i Rachunkowości MSP

W ostatnich 12 miesiącach WIG pozostawał w tendencji spadkowej, która odwróciła się dopiero na początku roku 2016 i póki co kurs pozostaje w wyraźnym trendzie wzrostowym. Należy jednak być ostrożnym w ocenie, czy jest to wynik trwałej poprawy oceny perspektywy rozwoju polskiej gospodarki, czy może jedynie korekta dotychczasowych spadków, będąca reakcją na niedawną poprawę nastrojów inwestycyjnych za granicą.

Efektom 8-miesięcznych spadków, których ostatnie wzrosty nie zdążyły jeszcze „odpracować”, są ujemne stopy zwrotu z WIG w horyzoncie ostatniego roku (-15,7%) i półroczu (-5%). W perspektywie krótszej, tj. w czasie ostatniego kwartału, dwóch miesięcy i miesiąca, zwrot jest już dodatni (odpowiednio 5,7%, 7,0% i 3,0%). Koniunktura w poszczególnych branżach

bardzo się różniła. Branże: surowcowa, energetyczna i telekomunikacyjna charakteryzowały zmiany koniunktury silnie zbieżne z całym rynkiem, w związku z czym ich indeksy wykazały największe straty (w czasie ostatnich 12 m-cy odpowiednio -44,7%, -32,8% oraz -27,4%). Z kolei dochodowe w tym okresie, jak i krótszych horyzontach czasowych, okazały się branże spożywcza i deweloperska (zwrot za ostatni rok odpowiednio 24,9% i 12,5%). Zdecydowanie przeciwny do całego rynku trend wykazała branża chemiczna, która w okresie spadków WIGu notowała umiarkowane wzrosty, natomiast ostatnio jest w trendzie spadkowym. W ciągu ostatniego kwartału najsilniej rosły branże surowcowa i paliwowa, a największe spadki wykazały spółki chemiczne. Trwałość dobrej koniunktury w branży deweloperskiej potwierdzałaby poprawę fundamentalnych wyników budownictwa, ale w parze z nimi nie idą indeksy spółek z branży budowlanej – po umiarkowanych wzrostach w drugiej połowie 2015 notowania tej branży znacząco spadły, a ich trend w ostatnim kwartale trudno jednoznacznie ocenić.

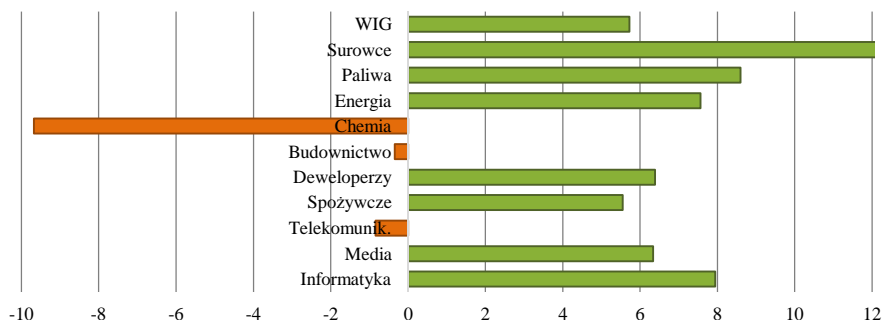
Oceniając branże z punktu widzenia wskaźników C/WK (P/BV) i C/Z (P/E) za atrakcyjne do inwestowania należy obecnie uznać branże surowcową i energetyczną, które wykazują niski poziom obu wskaźników (C/WK odpowiednio 0,53 i 0,64, C/Z odpowiednio 5,9 i 8,4). Niskie wskaźniki interpretuje się bowiem jako objaw niedowartościowania danych papierów wartościowych. Zagadkowy jest układ wskaźników w branżach deweloperskiej i telekomunikacyjnej, które wykazują jednocześnie niskie wskaźniki C/WK (w obu 0,73), jak i wysokie relacje C/Z (13,8 dla deweloperów i aż 101,7 dla telekomunikacji). W przypadku firm telekomunikacyjnych gwałtowny skok wskaźnika wystąpił na początku roku 2016, a jego przyczyny można się domyślać w szybkim spadku wyniku finanso-

wego spółek tego sektora, które szybciej wpływają na wskaźnik C/Z niż na C/WK. Natomiast jednoznacznie wysokie przewartościowanie wykazuje branża informatyczna, mająca C/WK na poziomie 1,75 przy P/Z wynoszącym 13,8 (wartości wskaźników pobrano ze stoq.pl).

Warte odnotowania są zmiany dotyczące indeksu WIG-Ukraine, grupującego kursy firm ukraińskich notowanych na naszej giełdzie. Po długotrwałych obniżkach tego indeksu, trwających do listopada/grudnia 2014 r., trend spadkowy został wyhamowany, a rozpoczął się jego powolny, lecz wyraźny wzrost. Od tego czasu indeks zyskał już ok. 90%. Można to uznać za przejaw trwałego wzrostu optymizmu inwestorów w zakresie oceny sytuacji, w jakiej znajduje się nasz sąsiad.



Wykres 1. WIG w okresie 07.04.2015–05.04.2016 [dane za: Stooq.pl]



Wykres 2. Stopy zwrotu z indeksu WIG i indeksów branżowych w okresie 05.01.2016–05.04.2016 [w %; dane za: Stooq.pl]

Zadłużenie publiczne w 2015 roku

Tomasz Uryszek

Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów, Katedra Finansów Publicznych

Zmiany zadłużenia Sektora finansów publicznych

Wartość zadłużenia publicznego (po konsolidacji) w Polsce w okresie I 2015–XII 2015 wzrosła z około 827 mld PLN do ok. 877 mld PLN. Dług sektora rządowego wzrósł w tym okresie o 50 mld PLN, zobowiązania sektora samorządowego zwiększyły się o ok. 424 mln PLN. Zmalała natomiast wartość zobowiązań sektora ubezpieczeń społecznych (choć ich wartość w porównaniu z sektorem rządowym była relatywnie bardzo niewielka). Dług SFP przed konsolidacją wzrósł o 60 mld PLN (z 899 mld PLN do 959 mld PLN, czyli o około 6,7%). W całym 2015 roku (podobnie jak w latach ubiegłych) główną częścią zobowiązań sektora finansów publicznych (SFP) był dług sektora rządowego, w tym – przede wszystkim – zadłużenie Skarbu Państwa. Stanowił on przeciętnie około 91–92% zobowiązań SFP.

Instrumenty dłużne Skarbu Państwa

Podstawowym instrumentem dłużnym Skarbu Państwa były obligacje skarbowe. Stanowiły one przeciętnie 96% zadłużenia krajowego (według kryterium miejsca emisji) oraz około 75% zobowiązań zagranicznych. W całym 2015 roku nie wykorzystywano emisji bonów skarbowych. Wśród obligacji stosowane były przede wszystkim instrumenty o stałym oprocentowaniu. Stanowiły one przeciętnie około 77% długu krajowego z tytułu emisji papierów dłużnych oraz ponad

99% zobowiązań zagranicznych z tego tytułu. Od września 2015 roku nie notowano zadłużenia z tytułu zmiennoprocentowych skarbowych papierów wartościowych emitowanych na rynkach zagranicznych. Taka sytuacja przyczyniała się do ograniczania ryzyka refinansowania oraz ryzyka stopy procentowej długu. Kredyty wykorzystywano tylko na rynkach zagranicznych. Stanowiły one przeciętnie około 24% długu zagranicznego.

Wartość długu zagranicznego w I połowie 2015 roku była względnie stabilna i wynosiła około 275 mld PLN, a następnie wzrosła do ponad 290 mld PLN (por. tab. 1). Udział zobowiązań zaciąganych na rynkach zagranicznych w strukturze długu Skarbu Państwa w 2015 roku wyniósł średnio 34%. Świadczy to o poszukiwaniu przez Ministerstwo Finansów finansowania potrzeb pożyczkowych polskiego budżetu na rynkach zagranicznych. Warto zauważyć, że w 2015 roku

Tabela 1. Krajowy i zagraniczny dług Skarbu Państwa w 2015 roku (w mld PLN)

	Dług krajowy	Dług zagraniczny
I 2015	510,3	280,5
II 2015	526,3	276,5
III 2015	532,5	274,0
IV 2015	530,4	271,6
V 2015	534,8	275,4
VI 2015	539,3	278,5
VII 2015	539,8	271,7
VIII 2015	545,0	274,2
IX 2015	555,4	282,2
X 2015	535,2	291,8
XI 2015	544,4	292,4
XII 2015	543,3	291,3

Źródło: opracowanie własny na podst. danych Ministerstwa Finansów:
<http://www.finanse.mf.gov.pl/szeregi-czasowe>, plik:
Zadłużenie Skarbu Państwa.

Tabela 2. Wierzyciele Skarbu Państwa w 2014 roku (w mld PLN)

	Krajowe banki komercyjne	Krajowy sektor pozabankowy	Nierezydenci
I 2015	164,7	159,0	467,1
II 2015	173,2	165,8	463,8
III 2015	174,5	166,8	465,1
IV 2015	174,7	170,1	457,3
V 2015	177,0	172,1	461,1
VI 2015	179,4	170,5	467,9
VII 2015	178,1	170,9	462,4
VIII 2015	183,5	170,5	465,2
IX 2015	191,4	171,7	474,6
X 2015	178,1	168,1	480,9
XI 2015	180,5	171,0	485,3
XII 2015	184,2	165,9	484,5

Źródło: opracowanie własny na podst. danych Ministerstwa Finansów: <http://www.finanse.mf.gov.pl/sze-regi-czasowe>, plik: *Zadłużenie Skarbu Państwa*.

oceny agencji ratingowych dotyczące polskich skarbowych instrumentów dłużnych były dobre. Od lutego 2015 roku perspektywa wg S&P była pozytywna. Taka sytuacja (oraz relatywnie atrakcyjne oprocentowanie instrumentów) ułatwiała pozyskiwanie inwestorów zagranicznych gotowych nabywać polskie skarbowe instrumenty dłużne. Rating został obniżony przez S&P dopiero na początku 2016 roku.

Podmiotowa struktura długu Skarbu Państwa

W 2015 roku wzrosła wartość zobowiązań wobec rezydentów (z 323,7 mld PLN w styczniu do 350,1 mld PLN w grudniu) oraz nierezydentów (odpowiednio z 467,1 mld PLN do 484,5 mld PLN). Udział długu wobec rezydentów w strukturze zadłużenia Skarbu Państwa wyniósł przeciętnie 42,4%. Nierezydenci nabywali nie tylko instrumenty przeznaczone na rynki zagraniczne, lecz także papiery denominowane w polskich złotych i sprzedawane na rynku krajowym. W 2015 roku wzrósł udział sektora ban-

kowego w strukturze wierzycieli krajowych Skarbu Państwa. Spadł natomiast udział sektora pozabankowego. Szczegóły prezentuje tabela 2.

Struktura terminowa długu Skarbu Państwa

Wśród instrumentów stałoprocentowych w 2014 roku (podobnie jak w latach poprzednich) najważniejszymi obligacjami były papiery pięcioletnie i dziesięcioletnie. W grupie instrumentów zmiennoprocentowych były to obligacje jedenastoletnie. Przeciętny okres zapadalności w 2015 roku utrzymywał się na poziomie nieco powyżej 5 lat. Taka sytuacja z jednej strony pozwala ograniczać ryzyko refinansowania długu, a z drugiej nie powoduje, co do zasady, przerzucania zobowiązań sektora publicznego na przyszłe pokolenia.

Struktura walutowa długu Skarbu Państwa

Struktura walutowa zobowiązań Skarbu Państwa w 2015 roku nie uległa więk-

szym zmianom. Była bardzo podobna do tej z 2014 roku. Przeciętnie udział polskiego złotego w walutowej strukturze długu Skarbu Państwa w 2014 roku wynosił około 65,7% (w 2014 roku było to 65,1%). W euro zaciągane było około 24,4% długu, w dolarach amerykańskich ok. 6,5%. Pozostałe 3,4% zadłużenia denominowane było w innych walutach, w tym we franku francuskim oraz jenie japońskim. Stabilność struktury walutowej oraz duży udział polskiego złotego w strukturze zobowiązań skarbowych powodują obniżenie poziomu ryzyka walutowego długu. Ponadto wśród walut obcych wykorzystywane są głównie EUR

i USD, czyli relatywnie stabilne środki płatnicze.

Podsumowanie

W 2015 roku wzrosła wartość zobowiązań SFP, w tym – długu Skarbu Państwa. Jego struktura podmiotowa, walutowa, terminowa oraz według stosowanych instrumentów była relatywnie stabilna. Można więc stwierdzić, że – pomimo wzrostu długu – zastosowane instrumenty dłużne, terminy wymagalności zobowiązań oraz wykorzystywane waluty ograniczały ryzyko w polskim sektorze finansów publicznych.

Zmiany w świecie podatków w pierwszym kwartale 2016 r.

Radosław Witzczak

Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów

Zgodnie z zapowiedzią złożoną w poprzednim artykule, obok kontynuacji omawiania zmian obowiązujących od 2016 roku, zajmiemy się także nowymi podatkami. W styczniowym dzienniku ustaw opublikowano ustawę z dnia 15 stycznia 2016 r. o podatku od niektórych instytucji finansowych (zwana dalej ustawą). Jest to realizacja obietnicy wyborczej zapowiedzianej w kampanii przez obecnie rządzącą koalicję wprowadzenia opodatkowania sektora bankowego. Faktycznie nowa danina ma szeroki charakter i swoim zakresem podmiotowym obejmuje nie tylko banki, ale także inne instytucje finansowe. Zaliczają się do nich między innymi oddziały banków zagranicznych oraz instytucje kredytowych zdefiniowanych w prawie bankowym, spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe, krajowe zakłady ubezpieczeń

i krajowe zakłady reasekuracji, a także oddziały (w tym główne) zagranicznych zakładów ubezpieczeń lub zagranicznych zakładów reasekuracji. Podatnikami omawianego podatku są również instytucje pożyczkowe w rozumieniu ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim. Warto zwrócić uwagę, że jest to dosyć szerokie ujęcie podatnika. Kredyt konsumencki obejmuje nie tylko umowę kredytu udzielanego przez banki, ale także umowę pożyczki czy też umowę o odroczeniu konsumentowi terminu spełnienia świadczenia pieniężnego, jeżeli konsument jest zobowiązany do poniesienia jakichkolwiek kosztów związanych z odroczeniem spełnienia świadczenia. Natomiast instytucja pożyczkowa (z pewnymi określonymi w przepisach wyjątkami) jest to przedsiębiorca, który w zakresie swojej działalności gospodarczej lub zawodowej, udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu [1]. Tak szeroka definicja spowodowała występowanie wątpliwości czy udzielanie pożyczek własnym pracowni-

kom w ramach Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych lub ze środków obrotowych będzie także podlegało nowemu podatkowi. Ministerstwo Finansów wyjaśniło, że nie, z kręgu podatników wyłączono przedsiębiorstwa udzielające pożyczek pracownikom [2]. Zgodnie z art. 3 ustawy, przedmiotem opodatkowania podatkiem są aktywa podmiotów będących podatnikami podatku. Natomiast podstawą opodatkowania jest nadwyżka sumy wartości aktywów podatnika, wynikająca z zestawienia obrotów i sald, ustalonego na ostatni dzień miesiąca na podstawie zapisów na kontach księgi głównej prowadzonych według przepisów o rachunkowości. Według stanowiska zajętego przez Ministra Finansów przy ustaleniu wartości po-

szczególnych składników aktywów należy uwzględnić także konta korygujące, czyli np. środki trwałe pomniejszane są ich umorzenie, a należności o odpisy aktualizujące wartość należności / rezerwy) [3]. Regulacje przewidują przypadki obniżenia podstawy opodatkowania o niektóre rodzaje wartości jak np. aktywa w postaci skarbowych papierów wartościowych. Zarazem opodatkowaniu podlega nadwyżka powyżej wielkości aktywów ustalonych dla poszczególnych rodzajów instytucji finansowych (art. 5 ustawy). W myśl art. 7 podatek miesięczny wynosi 0,0366% podstawy opodatkowania. Przewidziano także pewne zwolnienia i ulgi dla instytucji finansowych np. objętych programem naprawczym (art. 11 ustawy).

[1] por. art. 3 ust 2, art. 5 ustawy z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim D. U. 2014 poz. 1497 ze zm.

[2] Interpretacja Ogólna Nr PK1.8201.1.2016 Ministra Finansów w sprawie stosowania przepisów ustawy o podatku od niektórych instytucji opublikowano Legalis.

[3] Interpretacja Ogólna Nr PK1.8201.1.2016 Ministra Finansów w sprawie stosowania przepisów ustawy o podatku od niektórych instytucji opublikowano Legalis.

Formalno-prawne aspekty implikacji partnerstwa publiczno-prywatnego w Polsce (cz. I)

Dagmara Hajdys

Dr hab., Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów, Katedra Finansów Publicznych

Zarządzanie w sektorze publicznym od lat podlega ciągłym zmianom. U podłoża tych zmian leży presja do lepszego zarządzania ograniczonymi zasobami finansowymi oraz poprawa standardów realizowanych zadań publicznych. Administracja publiczna od lat stoi przed trudnym zadaniem pogodzenia różnych interesów

– z jednej strony presji obywateli domagających się coraz to większej ilości usług publicznych o określonej jakości, z drugiej strony ograniczonych środków budżetowych. Ocena działalności administracji publicznej dokonywana jest przez pryzmat jej efektywności i sprawności. Czynnikiem poprawy działania sektora publicznego w zakresie dostarczania usług publicznych jest zmiana polegająca na odejściu od tradycyjnych narzędzi polityki na rzecz nowoczesnych metod zarządzania implikowanych z sektora prywatnego.

U źródeł nowego spojrzenia na kwestię świadczenia usług publicznych we współpracy z sektorem prywatnym legła koncepcja menedżeryzmu, z czasem nazywana nowym zarządzaniem publicznym (*New Public Management*). Koncepcja narodziła się na początku lat 80. ubiegłego wieku, kiedy do władzy doszli M. Thatcher w Wielkiej Brytanii i R. Regan w Stanach Zjednoczonych. Nowość *New Public Management (NPM)* polegała na zmianie orientacji zarządzania z nakładów i procedur na osiąganie wyników i wykorzystaniu instrumentów rynkowych w odniesieniu do świadczonych usług publicznych.

New Public Management można określić jako zbiór reform i innowacji sektora, stanowiących jednocześnie próbę adaptacji metod i technik zarządczych stosowanych przez sektor prywatny do warunków zarządzania w sektorze publicznym. Na znaczeniu zyskały rozwiązania pro-rynkowe, w których upatrywano lepszego gospodarowania środkami publicznymi i lepszej jakości oferowanych usług. Intencją rozwiązań *NPM* było i jest redukcowanie regulacji administracyjnych prowadzących do ograniczenia roli i udziału sektora publicznego w gospodarce. W koncepcję *NPM* bardzo wyraźnie wpisuje się partnerstwo publiczno-prywatne (PPP) jako innowacyjna, proefektywnościowa forma realizacji zadań publicznych.

Celem opracowania jest przedstawienie podstawowych uwarunkowań prawno-organizacyjnych przesądzających o skutecznym zastosowaniu partnerstwa publiczno-prywatnego w praktyce.

Istota partnerstwa publiczno-prywatnego

Pojęcie partnerstwa publiczno-prywatnego nie doczekało się jednego, uniwersal-

nego, ogólnie przyjętego określenia. Mnogość występujących w literaturze definicji jest wynikiem zindywidualizowanego podejścia przez podmioty wdrażające formułę PPP. W praktyce określenie pojawiło się znacznie wcześniej niż sama definicja i teoretyczne konstrukcje. Przez szereg lat realizowano przedsięwzięcia PPP nie wiedząc, że takim mianem zostaną nazwane. Przedsięwzięcia realizowane w ramach współpracy sektora publicznego z sektorem prywatnym przybierały różne formy, którym nie przypisywano waloru uniwersalności. Najczęściej ich realizacja oparta była na ogólnie obowiązujących przepisach prawa, nie narzucając konieczności ścisłego zdefiniowania zjawiska. Skonkretyzowanie formuły i zdefiniowanie pojęcia nastąpiło dopiero z chwilą legislacji postępowania opartego na współpracy sektorów publicznego i prywatnego. Różnorodność form, w jakich formuła partnerstwa publiczno-prywatnego w praktyce znajduje zastosowanie spowodowała, że w stosunkach prawnych i gospodarczych znajdujemy różne określenia formuły PPP. Większość z nich określona jest przez instytucje doradcze, agencje rządowe, czy instytucje finansowe bezpośrednio zaangażowane w promocję i realizację przedsięwzięć partnerskich.

The National Council for Public-Private Partnerships definiuje partnerstwo publiczno-prywatne jako „oparte na umowie porozumienie między jednostką publiczną i podmiotem prywatnym o charakterze komercyjnym. Dzięki porozumieniu umiejętności i zasoby każdego z sektorów wykorzystywane są przy dostarczaniu usług odbiorcom i udostępnianiu obiektów użytkownikom” [1].

Komisja Europejska za partnerstwo publiczno-prywatne uważa współpracę pomiędzy sektorem publicznym a sekto-

rem prywatnym, w celu dostarczenia projektu lub wykonania zadania przypisanego historycznie sektorowi publicznemu. Strony obopólnie czerpią korzyści ze współpracy odpowiednio do stopnia zaangażowania. Ideą współpracy jest takie kształtowanie stosunków pomiędzy stronami, aby każda z nich przejęła na siebie ryzyko, którym potrafi najlepiej zarządzać [2].

W literaturze przedmiotu spotyka się wiele określeń odnoszących się do współpracy pomiędzy sektorami publicznym i prywatnym w ramach PPP. Zakres pojęciowy PPP jest zróżnicowany i uzależniony od uwarunkowań prawno-politycznych i terytorialnych, na co zwracają uwagę R. W. McQuaid oraz S. H. Linder. Natomiast O. J. Anders dodatkowe znaczenie przypisuje rozwiązaniom organizacyjnym kształtujących partnerstwo publiczno-prywatne. Zdaniem powyższych Autorów partnerstwo publiczno-prywatne to „przedsięwzięcie publiczne realizowane przez podmioty publiczne i prywatne przy zastosowaniu technik negocjacji prowadzących do zawarcia kompromisu w kwestii podziału zadań i ryzyk przy zastosowaniu odrębnej struktury organizacyjnej” [3].

W Polsce termin partnerstwo publiczno-prywatne pojawił się w drugiej połowie lat dziewięćdziesiątych minionego stulecia i nie stanowił nazwy rodzajowej dla ściśle określonej współpracy między podmiotami publicznym i prywatnym. Zdefiniowania formuły PPP podjęli się m.in. K. Brzozowska, A. Cenker, B. Korbus, J. Zysnarski. Autorzy określając partnerstwo publiczno-prywatne akcentują długoterminowy charakter współpracy pomiędzy dwoma odrębnymi sektorami publicznym i prywatnym, podział zadań i ryzyk uzależniony od możliwości zarządzania nimi, realizację przedsięwzięć o charakterze użyteczności publicznej.

Na gruncie prawnym, pojęcie doprecyzowane zostało dopiero w 2005 r. w ustawie o partnerstwie publiczno-prywatnym. Zgodnie z art. 1 ust. 2 „partnerstwo publiczno-prywatne, w rozumieniu ustawy, to oparta na umowie o partnerstwie publiczno-prywatnym współpraca podmiotu publicznego i partnera prywatnego, służąca realizacji zadania publicznego, jeśli odbywa się na zasadach określonych w ustawie”.

Tak sformułowane określenie nie stanowiło klasycznej definicji PPP, a jedynie wskazywało zasady, na jakich powinna opierać się współpraca, aby uznać ją za partnerstwo publiczno-prywatne. Określenie to obowiązywało do chwili wejścia w życie nowej regulacji prawnej.

Od 27 lutego 2009 r. obowiązuje w Polsce ustawa z 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym, zgodnie z którą partnerstwo publiczno-prywatne „jest wspólną realizacją przedsięwzięcia opartego na podziale zadań i ryzyk pomiędzy podmiotem publicznym i partnerem prywatnym”. Powszechnie dominuje pogląd, że PPP to długoterminowa współpraca międzysektorowa, której celem jest zapewnienie świadczenia usług użyteczności publicznej lub realizacja przedsięwzięć inwestycyjnych służących zaspokojeniu potrzeb publicznych nawiązana na mocy ustawy o partnerstwie publiczno-prywatnym.

Regulacje prawne w zakresie partnerstwa publiczno-prywatnego

Pierwsze regulacje prawne w zakresie partnerstwa publiczno-prywatnego pojawiły się w latach 80-tych minionego stulecia i były konsekwencją czynnego zaangażowania podmiotów prywatnych w realizację zadań stanowiących domenę sektora publicznego. Ponadto prawne uregulowanie problematyki partnerstwa

publiczno-prywatnego stanowiło próbę sprecyzowania rozwiązań występujących w procesie inwestycyjnym realizowanym w modelu PPP.

W połowie lat 90-tych XX w. rosnąca liczba inwestycji publicznych realizowanych we współpracy z prywatnym inwestorem spowodowała żywe zainteresowanie Komisji Europejskiej, która aktywnie zaangażowała się w proces uregulowania PPP. Podjęto działania mające na celu opracowanie i wdrożenie dokumentów stanowiących wytyczne dla państw wdrażających partnerstwo w sektorze publicznym. Chodziło o zapewnienie zgodności prawa unijnego z rozwiązaniami stosowanymi przez państwa członkowskie. W wyniku prac na przestrzeni lat powstał zbiór wytycznych w zakresie PPP, który ma charakter tzw. prawa miękkiego. Państwa członkowskie mają dowolność w kształtowaniu wewnętrznego systemu regulacji w zakresie współpracy międzysektorowej, a unijne regulacje wyznaczają jedynie ogólnie przyjęte i powszechnie akceptowalne jej standardy.

Do najważniejszych dokumentów odnoszących się do problematyki PPP na szczeblu unijnym należy zaliczyć:

- 1) Wytyczne dotyczące udanego partnerstwa publiczno-prywatnego (*Guidelines for Successful Public-Private Partnerships*) ze stycznia 2003 r.;
- 2) Zieloną Księgę w sprawie partnerstwa publiczno-prywatnego oraz prawa wspólnotowego w zakresie zamówień publicznych i koncesji (*Green Paper on Public-Private Partnerships and Community Law on Public Contracts and Concessions*) z 30 kwietnia 2004 r.;
- 3) Decyzję Eurostatu dotyczącą wpływu przedsięwzięć typu PPP na dług i deficyt publiczny z 2004 r.;
- 4) Komunikat Komisji dla Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Ko-

mitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów w sprawie partnerstw publiczno-prywatnych oraz prawa wspólnotowego dotyczącego zamówień publicznych i koncesji z 2005 r.;

5) Komunikat wyjaśniający Komisji w sprawie stosowania prawa wspólnotowego dotyczącego zamówień publicznych i koncesji w odniesieniu do zinstytucjonalizowanych partnerstw publiczno-prywatnych z 2008 r.;

6) Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego oraz Komitetu Regionów, wspieranie inwestycji publiczno-prywatnych krokiem w kierunku naprawy gospodarki i długoterminowej zmiany strukturalnej: zwiększanie znaczenia partnerstw publiczno-prywatnych z 2009 r.

W polskim systemie prawnym od 2009 r. funkcjonują dwa główne akty prawne regulujące zagadnienia partnerskiej współpracy sektora publicznego i prywatnego. Są to: ustawa z 19 grudnia 2008 r. o partnerstwie publiczno-prywatnym (DzU 2009, nr 19, poz. 100 ze zm.) oraz ustawa z 9 stycznia 2009 r. o koncesji na roboty budowlane lub usługi (DzU 2009, nr 19, poz. 101 ze zm.). Oprócz nich taką współpracę, choć tylko w zakresie autostrad płatnych, reguluje ustawa z 27 października 1994 r. o autostradach płatnych oraz o Krajowym Funduszu Drogowym (DzU 1994, nr 127, poz. 627 ze zm.). Szeroko rozumianą współpracę pomiędzy sektorem publicznym i prywatnym przewidują również, m.in. prawo zamówień publicznych (DzU 2004, nr 19, poz. 177 ze zm.), ustawa o gospodarce komunalnej (DzU 201, nr 45, poz. 236 ze zm.), ustawa o gospodarce nieruchomościami (DzU 2011, nr 163, poz. 981 ze zm.) czy ustawa o działalności pożytku publicznego i wolontariacie (DzU 2003, nr 96, poz. 873 ze zm.).

Obok wymienionych ustaw problematykę PPP regulują także akty wykonawcze w postaci rozporządzeń.

Należą do nich:

- 1) rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 3 lutego 2010 roku w sprawie sprawozdawczości budżetowej (DzU 2010, nr 20, poz. 103);
- 2) rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 4 marca 2010 roku w sprawie sprawozdań jednostek sektora finansów publicznych w zakresie operacji finansowych (DzU 2010, nr 43, poz. 247);
- 3) rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 28 grudnia 2011 roku w sprawie szczegółowego sposobu klasyfikacji tytułów dłużnych zaliczanych do państwowego długu publicznego, w tym do długu Skarbu Państwa (DzU 2011, nr 298, poz. 1767);

4) rozporządzenie Ministra Gospodarki z dnia 11 lutego 2015 r. w sprawie rodzajów ryzyka oraz czynników uwzględnianych przy ich ocenie (DzU 2015, poz. 284).

Szeroki zakres uregulowań prawnych w zakresie partnerstwa publiczno-prywatnego bez wątpienia wskazuje na jego skomplikowany charakter oraz pozwala na uelastycznienie procesu współpracy pomiędzy sektorem publicznym a podmiotami prawnymi. Ponadto dotychczasowa praktyka liderów w zakresie PPP wskazuje, że warunkiem rozwoju i sprawnego funkcjonowania formuły PPP jest istnienie powiązanych ze sobą, przejrzystych i dostosowanych do danego państwa ram prawnych. Przepisy prawne stanowią jeden z elementów otoczenia instytucjonalnego, które przesądzą o sukcesie formuły.

[1] *The National Council for Public-Private Partnerships*, www.ncppp.org (dostęp: 25.02.2016).

[2] *Wytuczne dotyczące udanego partnerstwa publiczno-prywatnego*, Komisja Europejska, Bruksela 2003, s. 17.

[3] R. W. McQuaid, *The Role of Partnerships in Urban Economic Regeneration*, „International Journal of Public-Private Partnerships. Sheffield Hallam University Press” [Sheffield] 1999, vol. 2(1), s. 3–5; S. H. Linder, *Coming to terms with the public-private partnership*, „American Behavioral Scientist” 1999, vol. 43(1), s. 35–51; O. J. Andersen, *Public-private partnerships: Organizational hybrids as channel for local mobilisation and participation?*, „Scandinavian Political Studies” 2004, vol. 27(1), s. 1–21.

Cele rewitalizacji w oparciu o założenia dokumentu strategicznego jakim jest Krajowa Polityka Miejska

Magdalena Ślebocka*, Aneta Tylman**

* Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów, Zakład Bankowości Centralnej i Pośrednictwa Finansowego

** Dr, Uniwersytet Łódzki, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny, Instytut Finansów, Zakład Bankowości Centralnej i Pośrednictwa Finansowego

Wieloletnie zaniedbania skutkujące brakiem skoordynowanych regulacji prawnych w obszarze strategii rozwoju miast oraz strategii ich finansowania w Polsce

sprawiły, że samorządy terytorialne mają trudności w radzeniu sobie między innymi z problemem narastającej degradacji tkanki miejskiej. Próbę wskazania kierunków prowadzonych działań w odniesieniu do procesu rewitalizacji podjął dokument strategiczny przyjęty na szczelbularniu ministerialnym w dniu 20 października 2015 r. jakim jest Krajowa Polityka Miejska [1]. Dokument charakteryzuje jednocześnie proces rewitalizacji, jak również stara się sprecyzować potencjal-

ne źródła jego finansowania. Kwestia źródeł finansowania została już wstępnie zarysowana w poprzednich artykułach. Obecnie ważnym wydaje się natomiast uświadomienie potrzeby identyfikacji głównego celu rewitalizacji oraz stworzenia przez jednostki samorządu terytorialnego stabilnej wizji rozwoju obszaru rewitalizowanego realizującej ten cel. Wymienione przesłanki stanowią punkt wyjścia dla właściwego ukierunkowania finansowania procesu rewitalizacji, a tym samym jego powodzenia w perspektywie długookresowej.

Zgodnie z założeniami Krajowej Polityki Miejskiej celem procesu rewitalizacji jest trwałe ożywienie społeczne i gospodarcze obszaru, zwiększenie jego atrakcyjności dla mieszkańców i przedsiębiorców oraz poprawa jakości życia. Celem rewitalizacji jest równoczesna odnowa społeczna, gospodarcza, kulturowa, przestrzenna (w tym także techniczna) oraz środowiskowa. Oznacza to, że remonty lub modernizacja techniczna infrastruktury muszą być środkiem, a nie celem rewitalizacji. Konieczne jest jednocześnie by działania rewitalizacyjne ujęte zostały w ramy kompleksowego i zintegrowanego podmiotowo i przedmiotowo programu rewitalizacji.

Dobrze przygotowany program rewitalizacyjny to jedno z istotniejszych narzędzi planistycznych. Powinien on jednocześnie odnosić się do strefy objętej działaniami naprawczymi, jak również określać wpływ jaki wywołuje na pozostały obszar miejski. Oznacza to, że powinien on uwzględniać w szczególności rodzaj zabudowy, której dotyczy. Inaczej przebiegać będą bowiem procesy rewitalizacyjne obejmujące centra miast, charakteryzujące się najczęściej zwartą zabudową, inne oczekiwania będą występowały natomiast w przypadku rewitalizacji tzw. „blokowisk”.

Rodzaj zabudowy ma oczywiście ścisły związek z aspektami społecznymi, w tym z oczekiwaniami mieszkańców rewitalizowanych terenów, z punktu widzenia celów uznawanych za priorytetowe. Na przykład w tzw. „blokowiskach” ważnym elementem będzie stworzenie lub rewitalizacja zaplecza infrastruktury handlowej i usługowej, zaś w centrach miast – odbudowa zdewastowanych kamienic, czy dobrze zaplanowana przestrzeń wspólna służąca rekreacji (np. skwery itp.).

W obszarze celów rewitalizacji znajdują się zatem działania wpisujące się zarówno w inwestycje twarde, czyli w infrastrukturę, jak również działania z zakresu działań miękkich obejmujących obszar społeczny. W obszarze inwestycji twardej do głównych celów przedsięwzięć rewitalizacyjnych zaliczyć można:

- odnowienie zabytkowej zabudowy, w tym prace konserwatorsko-restauratorskie,
- renowacja i modernizacja zdegradowanej zabudowy wielorodzinnej,
- wzrost dostępności do przestrzeni publicznej,
- likwidacja barier architektonicznych pozwalających na korzystanie z wspólnej przestrzeni osobom niepełnosprawnym,
- próba likwidacji niskoemisyjnych źródeł ciepła w centrach miast.

W obrębie inwestycji miękkich:

- zwiększenie atrakcyjności inwestycyjnej,
- redukcja wykluczenia społecznego,
- wzrost poziomu zadowolenia z życia,
- wzrost patriotyzmu lokalnego i więzi społecznych,
- wzrost atrakcyjności turystycznej,
- aktywizację gospodarczą rewitalizowanego obszaru poprzez tworzenie nowych i poprawę istniejących warunków do prowadzenia działalności gospodarczej,
- wzrost zainteresowania społecznego lokalnymi działaniami.

Podsumowując, obecnie w krajowych dokumentach strategicznych pojawia się jednoznaczne stwierdzenie, że cele rewitalizacji sytuują się w sferach społecznej, gospodarczej i przestrzennej, zaś działania techniczne powinny mieć jedynie charakter uzupełniający (narzędziowy). Często najbardziej kosztowne w realizacji pozostaną nadal inwestycje twarde, niemniej jednak inwestycje miękkie należą do tych, których finansowanie rozważać należało będzie najczęściej w perspektywie długookresowej i których rezultatów nie da się jednoznacznie przewidzieć. Ważnym wskazaniem Kra-

jowej Polityki Miejskiej jest, że cele rewitalizacji należy realizować poprzez angażowanie, także finansowe, różnych podmiotów, nie tylko publicznych, ale i prywatnych. Co więcej, podkreśla się potrzebę dalszej koordynacji realizacji celów rewitalizacji ze strategiami ich finansowania. Z tego punktu widzenia najistotniejsze pozostaje uzgodnienie w porozumieniu z interesariuszami stabilnej i akceptowalnej wizji rozwoju obszaru rewitalizowanego. Najlepiej jeśli ma to miejsce jeszcze przed rozpoczęciem całego procesu, dając tym samym większą gwarancję jego powodzenia w przyszłości.

[1] *Krajowa Polityka Miejska 2023*, Warszawa 2015, https://www.mr.gov.pl/media/10252/Krajowa_Polityka_Miejska_20-10-2015.pdf (dostęp: 20.12.2015).

Zasady opracowania materiałów

Do publikacji będą przyjmowane prace mające charakter teoretyczny lub empiryczny, zawierające wartości merytoryczne, o odpowiedniej formie prezentacji, w których wykorzystano właściwe metody badawcze, nawiązano do dorobku dyscypliny finanse i w odpowiedni sposób to udokumentowano. Artykuły nadsyłane do publikacji w czasopiśmie *Finanse i Prawo Finansowe* mogą być przygotowane w języku polskim lub angielskim. Do treści artykułu napisanego w języku polskim należy dołączyć tytuł i streszczenie w języku angielskim. Przed publikacją artykuły będą recenzowane.

Wszelkie szczegółowe informacje na temat zasad recenzowania i wymogów edytorskich oraz formatka znajdują się na stronie internetowej czasopisma.

Zasady cytowania materiałów zawartych w czasopiśmie

W przypadku kopiowania i rozpowszechniania materiałów zawartych w niniejszym numerze czasopisma prosimy o podanie źródła, z którego pochodzą cytowane treści:

I. Nazwisko Autora, *Tytuł artykułu*, „Tytuł czasopisma” (e-czasopismo), numer i rok wydania, strona.

np.

J. Kowalski, *Sytuacja gospodarcza przedsiębiorstw przemysłowych w Polsce w 2013 r.*, „Finanse i Prawo Finansowe. Journal of Finance and Financial Law” (e-czasopismo), nr 1/2014, s. 110–125.