

Nieuczciwe praktyki rynkowe instytucji finansowych a wybrane formy alternatywnych metod rozwiązywania sporów

Mateusz FOLWARSKI¹
Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Złożono: 28 września 2017; Zaakceptowano do druku: 21 grudnia 2017; Opublikowano: 12 kwietnia 2018

Streszczenie. Nieuczciwe praktyki rynkowe stosowane przez instytucje finansowe w ostatnich latach stały się przedmiotem licznych dyskusji. Reklamy wprowadzające konsumentów w błąd wpływają na podjęcie decyzji o zakupie danej usługi finansowej. W Polsce funkcjonuje wiele organów, które umożliwiają polubowne rozwiązywanie sporów. Jednymi z najbardziej popularnych są sądy polubowne (działające przy Komisji Nadzoru Finansowego, Związku Banków Polskich i Rzeczniku Finansowym) oraz Arbiter Bankowy funkcjonujący przy ZBP. W artykule wykazano, że liczba wniosków wpływających do tych podmiotów rokrocznie rośnie, podobnie jak procent sporów rozstrzyganych na korzyść konsumentów.

Słowa kluczowe: instytucja finansowa, nieuczciwe praktyki, mediacja.
Kody JEL: G21.

1. Wstęp

Kryzys z lat 2007–2009 spowodował spadek zaufania do instytucji finansowych. Osoby zatrudnione w tych instytucjach niejednokrotnie mają za zadanie sprzedaż usług bankowych w celu realizacji wyznaczonych planów. Instytucje finansowe nastawione na coraz wyższy poziom sprzedaży usług prowadzą agresywną politykę reklamową, która może wprowadzać konsumentów w błąd. Głównym celem artykułu jest analiza wybranych nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych przez instytucje finansowe prowadzące działalność w Polsce oraz weryfikacja skuteczności wybranych polubownych metod rozwiązywania sporów.

¹ Kontakt z autorem: Mateusz Folwarski, Katedra Bankowości, Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków, Polska; e-mail: mateusz.folwarski@uek.krakow.pl.

2. Istota nieuczciwych praktyk rynkowych

Wskutek częstego stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych przez instytucje finansowe wzrasta świadomość konsumentów w zakresie możliwości dochodzenia swoich spraw w różnych trybach. Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, art. 4², ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, art. 22³). Konsumentem jest tylko osoba fizyczna, która działa w celach niezwiązanych z jej działalnością profesjonalną. Najważniejszą cechą konsumenta w prawie wspólnotowym jest brak powiązań pomiędzy prowadzoną przez niego działalnością gospodarczą lub zawodową a zawieraniem umów.

Usługi finansowe charakteryzują się relatywnie wyższym ryzykiem ekonomicznym i zagrożeniem naruszenia interesów konsumentów jako nieprofesjonalnych uczestników rynku finansowego [Rutkowska-Tomaszewska 2014, s. 66]. Usługi bankowe, będące odmianą usług finansowych, stanowią jeden z najważniejszych przedmiotów zainteresowania prawa konsumentckiego [Rutkowska-Tomaszewska 2009, s. 19]. Pojęcie usług bankowych w znacznym stopniu pokrywa się z pojęciem usług finansowych, które art. 2b dyrektywy 2002/65/WE opisuje jako wszelkie usługi o charakterze bankowym, kredytowym, ubezpieczeniowym, emerytalnym, inwestycyjnym lub płatniczym⁴. W związku z tym szeroko rozumiane jest również pojęcie instytucji finansowych mogących świadczyć te usługi. W Unii Europejskiej funkcjonuje pojęcie instytucji kredytowej, zaś w polskim systemie finansowym instytucje mogące świadczyć usługi finansowe to m.in. banki (komercyjne i spółdzielcze), Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowo-Kredytowe (SKOK-i), firmy ubezpieczeniowe, inwestycyjne oraz domy maklerskie.

Nieuczciwe praktyki rynkowe zostały określone w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym⁵, która była implementacją dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym⁶. Nieuczciwe praktyki rynkowe zgodnie z polskim prawem dzielone są na czarne (wprowadzające w błąd) i szare (agresywne). Warto zaznaczyć, że praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli pozostaje sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym). Czarna lista nieuczciwych praktyk rynkowych nie musi być

² Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.

³ Dz. U. Nr 16, poz. 93 z późn. zm.

⁴ Dyrektywa 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 23 września 2002 r. dotycząca sprzedaży konsumentom usług finansowych na odległość (Dz. Urz. UE L 271 z dnia 9 października 2002 r.).

⁵ Dz. U. Nr 171, poz. 1206 z późn. zm.

⁶ Dz. Urz. UE L 149 z dnia 11 czerwca 2005 r.

odnoszona do tzw. klauzuli generalnej, a tym samym nie podlega ocenie zasadność/nieuczciwość jej stosowania. Szare praktyki rynkowe natomiast muszą być odnoszone do klauzuli generalnej, a tym samym nieuczciwość ich stosowania podlega ocenie – potencjalnie niejednoznacznej i podlegającej różnym interpretacjom. Wśród szarych praktyk rynkowych wyróżnia się m.in.:

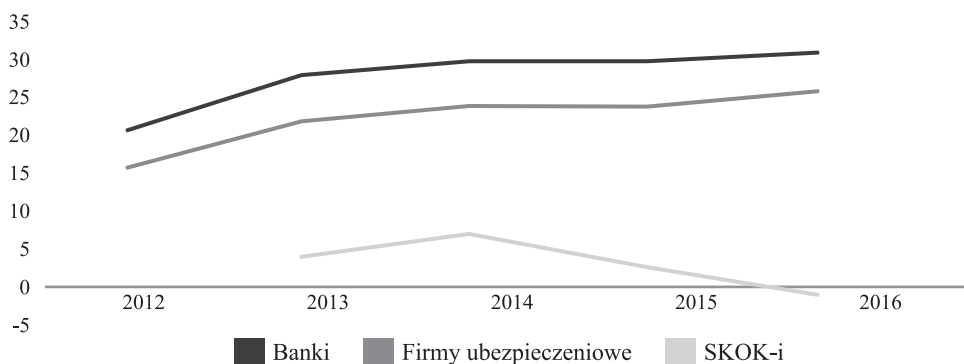
- rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji – ta nieuczciwa praktyka rynkowa mogła być stosowana w banku spółdzielczym w Ciechanowie, w którym to klienci banku w październiku 2016 r. otrzymywali informacje tekstowe (m.in. poprzez SMS) sygnalizujące nieprawdziwe problemy związane z wypłacalnością banku;
- zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu – przykładem stosowania tej praktyki w instytucjach finansowych mogły być kredyty hipoteczne udzielane przez banki w walutach obcych, banki nie przedstawiały we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących kredytu hipotecznego w walucie obcej – np. symulacji wzrostu kursu franka szwajcarskiego, niemniej jednak udowodnienie takiej praktyki nie podlega jednoznacznej ocenie;
- niedopuszczalny nacisk, który w znaczny sposób ogranicza lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu – tą praktyką może być sprzedaż wiązana produktów finansowych;
- każdy rodzaj wykorzystania przewagi wobec konsumenta, będący formą niedopuszczalnego nacisku – przykład takiej praktyki stosowanej w instytucjach finansowych stanowi asymetria informacji, wykorzystywana do wzrostu wartości instytucji finansowej poprzez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych wobec konsumentów.

W 2016 r. do Komisji Nadzoru Finansowego (KNF) wpłynęły liczne zastrzeżenia dotyczące działalności banków związanej z udzielaniem kredytów konsumenckich oraz współpracy banków z pośrednikami kredytowymi/finansowymi. Największe nieprawidłowości oraz nieuczciwe praktyki rynkowe dotyczyły przede wszystkim:

- proponowania klientom rozwiązań nieodpowiadających zgłaszanym przez nich potrzebom;
- niedopełniania przez pośredników obowiązków informacyjnych;
- nierzetelności pracowników banków i pośredników na etapie przyjmowania i oceny wniosków o udzielenie kredytu konsumenckiego;
- praktyk utrudniających lub uniemożliwiających konsumentom odstąpienie od umowy kredytu konsumenckiego;
- praktyk mogących wskazywać na nieodpowiedzialne udzielanie kredytów przez niektóre banki.

Stosowanie takich praktyk (zwłaszcza szarych) po kryzysie finansowym z lat 2007–2009 nie wpłynęło pozytywnie na budowanie zaufania do instytucji finansowych. Jednak od 2012 r. w Polsce reputacja zarówno banków, jak i firm ubezpieczeniowych systematycznie się polepsza. Zgodnie z badaniami TNS [ZBP 2016] indeks reputacji TRIM dla tych instytucji w 2016 r. wzrósł w porównaniu z 2012 r. (wykres 1).

Wykres 1. Indeks reputacji TRIM wybranych instytucji finansowych



Źródło: opracowanie własne na podstawie [ZBP 2016].

Polepszenie się reputacji banków i firm ubezpieczeniowych związane jest m.in. z poprawą wizerunku polskiego sektora finansowego⁷. Liczne upadki SKOK-ów wpłynęły na poziom reputacji tych instytucji (w 2012 r. nie analizowano ich reputacji, gdyż dopiero pod koniec 2012 r. zostały one objęte nadzorem KNF). Poprawa reputacji sektora SKOK-ów w 2014 r. mogła być spowodowana objęciem gwarancją depozytów m.in. gospodarstw domowych przez Bankowy Fundusz Gwarancyjny, co miało miejsce w listopadzie 2013 r. Warto jednak podkreślić, że od momentu objęcia nadzorem KNF sektora SKOK-ów ponad 30% tych instytucji zaprzestało prowadzenia działalności.

3. Nieuczciwe praktyki rynkowe a liczba skarg wnoszonych do Rady Reklamy

Niejednokrotnie konsumenci podejmują decyzje wskazujące na zainteresowanie daną usługą finansową pod wpływem reklamy. Jedną z głównych funkcji reklamy jest funkcja informacyjna, która powinna być realizowana rzetelnie. Tymczasem reklamy, zamiast informować, często wprowadzają w błąd, a zamiast wyjaśniać, jeszcze bardziej komplikują przekaz [Borkowski 2008, s. 40]. Reklama nie może być jednak utożsamiana z informacją ani uznawana jedynie za nią, gdyż pełni również funkcję perswazyjną. Reklama wpływa bowiem na decyzje konsumenta w sprawie zakupu towaru lub usługi [Rutkowska-Tomaszewska 2011, s. 89]. Przekaz reklamowy dotyczący banku lub usługi przez niego oferowanej powinien cechować się dbałością o interes klientów, rzetelnością oraz poszanowaniem powszechnie obowiązujących przepisów prawa i dobrych obyczajów, a przede wszystkim:

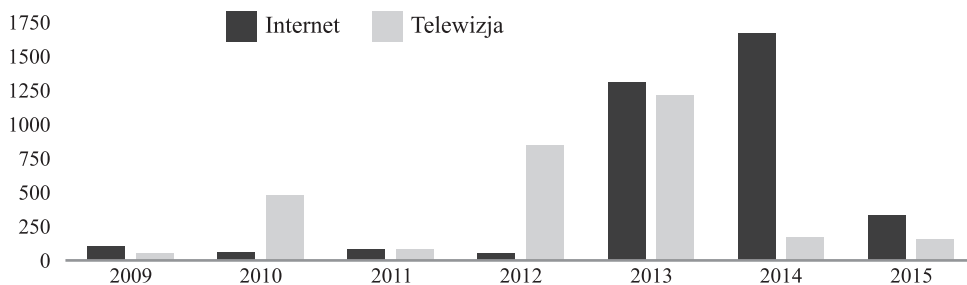
- nie wprowadzać w błąd ani nie stwarzać możliwości wprowadzenia w błąd;
- nie odwoływać się do danych i informacji nieprawdziwych lub nieudokumentowanych;

⁷ Interesujący może być poziom indeksu reputacji dla firm ubezpieczeniowych w 2017 r. – zwłaszcza z powodu poprawy reputacji ubezpieczeń samochodowych.

- nie sugerować, że reklamowana usługa jest korzystniejsza, niż ma to miejsce w rzeczywistości;
- nie zachęcać do korzystania z reklamowanych usług w sposób niekorzystny dla klienta [KNF 2008].

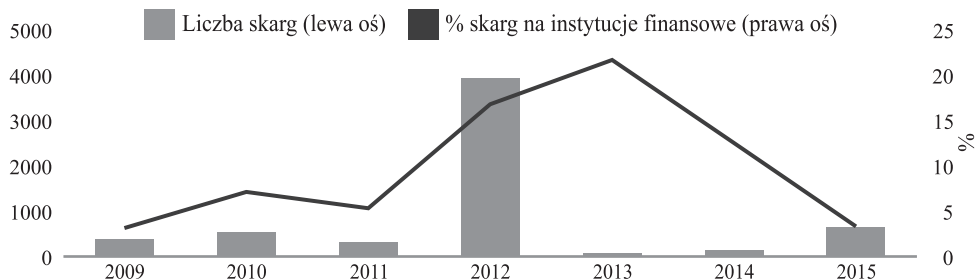
Skargi kierowane przez konsumentów do Rady Reklamy (RR) w latach 2013–2015 najczęściej dotyczyły reklam rozpowszechnianych przez internet (wykres 2).

Wykres 2. Skargi wnoszone do Rady Reklamy w latach 2009–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie [Rada Reklamy 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016].

Wykres 3. Liczba skarg do Rady Reklamy (lewa oś) i udział skarg na instytucje finansowe (prawa oś) w latach 2009–2015



Źródło: opracowanie własne na podstawie [Rada Reklamy 2010; 2011; 2012; 2013; 2014; 2015; 2016].

Skargi wnoszone do RR bardzo często dotyczyły jednej lub kilku instytucji rażąco naruszających praktyki rynkowe. W 2012 r. większość skarg na nieuczciwe praktyki rynkowe dotyczyła reklam mBanku S.A., które wprowadzały konsumentów w błąd. Niemniej jednak w odniesieniu do skali działalności instytucji finansowych udział skarg na nie wnoszonych do RR nie jest znaczący (wykres 3). Wspomniane skargi na reklamy mBanku S.A. w 2012 r. stanowiły blisko 20% wszystkich skarg wniesionych do RR w tym roku. W pozostałych latach skargi na nieuczciwe praktyki rynkowe stosowane przez instytucje finansowe na rynku reklamy nie przekroczyły 10% ogółu rocznie wnoszonych skarg do RR.

4. Sądownictwo powszechne i polubowne jako sposób rozwiązywania sporów

Reklamy wprowadzające w błąd na rynku usług finansowych mogą być impulsem do skorzystania z danej usługi. Na rynku finansowym usługi zawierane są poprzez różne kanały dystrybucji, ale zazwyczaj w formie pisemnej. Podczas zawierania umowy o skorzystaniu z usług finansowych każda ze stron spodziewa się, że zobowiązania z niej wynikające zostaną wykonane w należyty sposób i we właściwym czasie. Zdarza się jednak, że instytucja finansowa nie spełni swojego świadczenia w ogóle albo spełni je nienależycie [Janczyk 2008, s. 177].

Klasycznym sposobem eliminacji sporów mających związek z prawem jest ich rozstrzygnięcie drogą procesu sądowego, współczesne kultury prawne wypracowały jednak szereg innych metod służących rozstrzygnięciu i rozwiązywaniu sporów [Kalisz, Zienkiewicz 2009, s. 25-26]. W postępowaniu przed sądem co do zasady konsument musi wykazać, że racja jest po jego stronie (czyli udowodnić istnienie swojego roszczenia), a przedsiębiorca ponosi odpowiedzialność m.in. za wyrządzoną szkodę. Zgodnie z przepisami kodeksu cywilnego (k.c.) konsument posiada liczne prawa ułatwiające mu dochodzenie swoich praw, m.in. jeżeli wada fizyczna została stwierdzona przed upływem roku od dnia wydania rzeczy sprzedanej, domniemywa się, że wada lub jej przyczyna istniały w chwili przejścia niebezpieczeństwa na kupującego (art. 556² k.c.). Jeżeli strony konfliktu uznają za konieczne wdanie się w spór i w konsekwencji posłużą się normami prawnymi jako wybranym sposobem dochodzenia do realizacji swego interesu, to możliwe będzie zastosowanie różnorodnych metod, które można określić jako mające na celu bądź „rozstrzygnięcie” bądź też „rozwiązanie” sporu [Jakubiak-Mirończuk 2008, s. 80]. Alternatywne rozstrzygnięcie sporów jest definiowane bardzo często niejednoznacznie. Najczęściej ten termin używany jest na określenie wszystkich metod rozwiązywania sporów alternatywnych wobec postępowania sądowego [Gajda 2008, s. 9]. Spór pomiędzy instytucją finansową a konsumentem może się rozstrzygnąć w kilku rodzajach postępowań: trybie zwyczajnym (procesowym), trybie uproszczonym (procesowym odrębnym), pojednawczym i mediacyjnym [Rokita 2009, s. 109].

Aby rozpocząć postępowanie procesowe, konsument musi napisać pozew i złożyć go w sądzie cywilnym. Postępowanie takie pociąga za sobą wiele utrudnień związanych m.in. z czasem rozpatrywania sporu, kosztami postępowania czy też niechęcią do wizyt w sądzie. W przypadku roszczenia do kwoty 75 000 zł sprawa rozpatrywana jest w sądzie rejonowym, jeśli zaś przedmiotem roszczenia jest kwota powyżej 75 000 zł – w sądzie okręgowym. Postępowanie uproszczone zazwyczaj toczy się, gdy kwota, której domaga się konsument, nie przekracza 20 000 zł. Strony mogą również poddać spór pod rozstrzygnięcie sądu polubownego [Janczyk 2008, s. 177]. Pozasądowe rozwiązywanie sporów to postępowanie mające na celu rozwiązanie sporu, umożliwiające zbliżenie stanowisk stron, przedstawienie stronom propozycji rozwiązania sporu, rozstrzygnięcie sporu i zaproponowanie stronom rozwiązania.

Mediację definiuje się jako dobrowolne, poufne i niesformalizowane postępowanie w sprawach, w których możliwe jest zawarcie ugody, prowadzone między stronami określonego sporu przez osobę trzecią – bezstronnego mediatora – w celu

doprowadzenia do ugodowego załatwienia sporu [Akruszewska i inni 2014, s. 62]. W rozpatrywaniu sporów konsumenckich wniosek do sądu polubownego najczęściej zgłaszany jest przez konsumenta. Wynik postępowania w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich podmiot uprawniony przedstawia stronom w terminie 90 dni od dnia doręczenia wniosku (art. 40 ustawy z dnia 23 września 2016 r. o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich)⁸. W tym celu strony mogą powołać w drodze umowy sąd, który będzie właściwy dla rozpoznania konkretnego sporu powstałego między nimi lub wystąpić do stałego sądu polubownego, do którego zaliczyć możemy m.in. sądy polubowne przy Rzeczniku Finansowym, Komisji Nadzoru Finansowego oraz Związku Banków Polskich. Rozstrzyganie sporów przed sądem polubownym wymaga zgodnej woli obu stron. Co ważne, wyrok sądu polubownego ma taką samą moc jak wyrok sądu powszechnego.

Misją Rzecznika Finansowego (RzF) jest podejmowanie działań w zakresie ochrony klientów podmiotów rynku finansowego, których interesy reprezentuje, przy stosowaniu przepisów prawa oraz zgodnie z zasadami współżycia społecznego [Rzecznik Finansowy 2017, s. 5]. Rzecznik powoływany jest przez Prezesa Rady Ministrów na wniosek ministra właściwego do spraw instytucji finansowych, zaś jego kadencja trwa 4 lata. Co bardzo istotne, wszelkie koszty działalności Rzecznika Finansowego i jego biura ponoszą podmioty rynku finansowego (art. 20 ustawy o z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym)⁹:

- krajowe zakłady ubezpieczeń – do wysokości 0,023% zbioru składek brutto;
- zagraniczne zakłady ubezpieczeń – do wysokości 0,025% zbioru składek brutto;
- powszechne towarzystwa emerytalne – do wysokości stanowiącej iloczyn średniej rocznej wartości aktywów otwartego funduszu emerytalnego zarządzanego przez dane powszechne towarzystwo emerytalne i stawki nieprzekraczającej 0,0001%;
- krajowe instytucje płatnicze oraz krajowe instytucje pieniądza elektronicznego – do wysokości stanowiącej iloczyn funduszy własnych, nieprzekraczającej 0,1%;
- biura usług płatniczych – do wysokości stanowiącej iloczyn całkowitej wartości transakcji płatniczych wykonanych przez biuro usług płatniczych i stawki nieprzekraczającej 0,0006%;
- banki – do wysokości stanowiącej iloczyn sumy aktywów bilansowych banków i stawki nieprzekraczającej 0,0011%;
- spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe – do wysokości stanowiącej iloczyn sumy aktywów bilansowych SKOK-ów i stawki nieprzekraczającej 0,0011%;
- towarzystwa funduszy inwestycyjnych – do wysokości średniej rocznej sumy aktywów funduszy inwestycyjnych, aktywów zbiorczych portfeli papierów wartościowych oraz portfeli, w skład których wchodzi co najmniej jeden instrument finansowy zarządzany przez dane towarzystwo w wysokości nie wyższej niż iloczyn średniej rocznej sumy wartości aktywów zarządzanych przez dane towarzystwo i stawki nieprzekraczającej 0,0001%;

⁸ Dz. U. poz. 1823.

⁹ Dz. U. poz. 1348 z późn. zm.

- zarządzający alternatywnymi spółkami inwestycyjnymi (ASI) – do wysokości stanowiącej iloczyn średniej rocznej sumy wartości aktywów alternatywnych spółek inwestycyjnych zarządzanych przez danego zarządzającego ASI i stawki nieprzekraczającej 0,0001%;
- firmy inwestycyjne – do wysokości średniej wartości przychodów ogółem w okresie trzech lat poprzedzających rok, za który jest należna opłata, w wysokości nie większej niż 0,02% tej średniej;
- instytucje pożyczkowe – do wysokości 0,02% sumy aktywów.

W 2016 r. przed Rzecznikiem Finansowym doprowadzono do końca blisko 300 spraw; ugodą zostało zakończonych 41% postępowań. Zdecydowana większość postępowań (79%) dotyczyła sporów związanych z zakładami ubezpieczeń. Spowodowane jest to w głównej mierze tym, że Rzecznik Finansowy zastąpił Rzecznika Ubezpieczonych.

Sąd polubowny przy Komisji Nadzoru Finansowego (KNF) rozstrzyga spory pomiędzy wszystkimi uczestnikami rynku finansowego, w szczególności pomiędzy instytucjami finansowymi a odbiorcami świadczonych przez nie usług. Przed sądem polubownym rozpatrywane są sprawy, których wartość przedmiotu sporu, co do zasady, przekracza 500 zł, oraz o prawa niemajątkowe [KNF 2016, art. 1]. Postępowanie przed sądem polubownym przy Komisji Nadzoru Finansowego może mieć formę postępowania mediacyjnego, postępowania arbitrażowego i uproszczonego postępowania arbitrażowego.

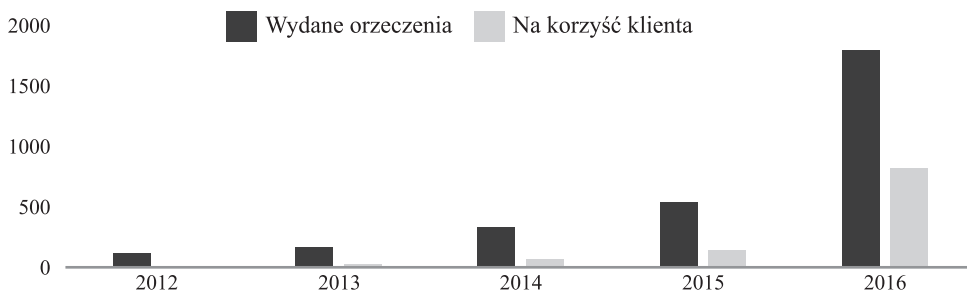
Uproszczone postępowanie arbitrażowe charakteryzuje się brakiem rozprawy – arbiter rozstrzyga spór na podstawie przekazanych dokumentów, zaś wartość przedmiotu sporu nie może być wyższa niż 10 000 zł. Jest ono prowadzone zawsze przez jednego arbitra. Postępowanie arbitrażowe prowadzone jest zazwyczaj przez trzech arbitrów i dotyczy sporów o wartości powyżej 10 000 zł. Co ważne, jeżeli strony wyraziły na to zgodę przed rozpoczęciem postępowania arbitrażowego bądź uproszczonego postępowania arbitrażowego, od wyroku sądu polubownego działającego przy Komisji Nadzoru Finansowego przysługuje apelacja [Sąd polubowny przy KNF 2016].

Na wykresie 4 przedstawiono liczbę wydanych orzeczeń przez sąd polubowny prowadzący działalność przy Komisji Nadzoru Finansowego oraz liczbę orzeczeń wydanych na korzyść konsumenta. W 2016 r. odnotowano znaczny wzrost liczby wydawanych orzeczeń, na co przynajmniej częściowo mogło mieć wpływ wprowadzenie możliwości postępowania procedowanego w formie elektronicznej, tzw. arbitraż uproszczony. Zdecydowana większość wydanych w 2016 r. orzeczeń (ponad 1600) była skierowana do zakładów ubezpieczeń, zaś średnia wartość przedmiotu sporu w rozpatrywanych sprawach wynosiła 67 000 zł.

Sąd polubowny przy Związku Banków Polskich (ZBP) został wyznaczony jako sąd do rozpatrywania spraw związanych z wydawaniem i używaniem elektronicznych instrumentów płatniczych [Ustawa 2003]. Postępowanie przed sądem jest jednoinstancyjne, chyba że strony postępowania ustaliły dwuinstancyjny tryb rozstrzygnięcia sporu. Sąd polubowny w pierwszej instancji orzeka w składzie trzech arbitrów, chyba że strony sporu postanowią inaczej. W drugiej instancji orzeka trzech arbitrów wskazanych przez prezesa sądu polubownego spośród członków prezydium sądu

[Janczyk 2008, s. 183]. Od czasu powołania sąd polubowny przy Związku Banków Polskich rozpoznał zaledwie 100 sporów [Sąd polubowny przy KNF 2016]. Być może spowodowane jest to stosunkowo wysokimi kosztami, jakie musi ponieść osoba zgłaszająca skargę. Pierwszą opłatą wiążącą się ze złożeniem pozwu jest opłata rejestracyjna w stałej wysokości 2000 zł, którą musi uiścić powód składający pozew. Opłata ta nie podlega zwrotowi [Sąd polubowny przy KNF 2016].

Wykres 4. Liczba wydanych przez sąd polubowny przy Komisji Nadzoru Finansowego orzeczeń i ich rezultat

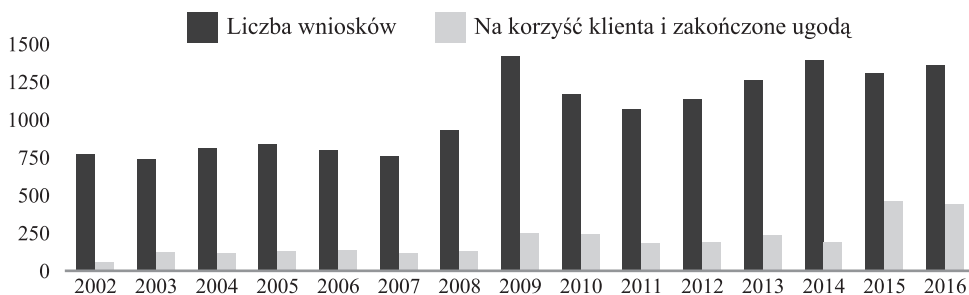


Źródło: opracowanie własne na podstawie [KNF niedat.]

Powołanie Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego (BAK) oraz zasady jego funkcjonowania są odpowiedzią na zalecenie Komisji Europejskiej 98/257/WE dotyczące zasad obowiązujących organy odpowiedzialne za pozasądowe rozstrzygnięcie sporów konsumenckich. Rekomendacja mająca charakter zalecenia nie nakłada jednak na państwa członkowskie UE obowiązku powołania wyspecjalizowanych instytucji służących pozasądowemu rozstrzygnięciu sporów wynikających ze świadczenia usług finansowych. Instytucje takie działają m.in. w Niemczech, Belgii oraz Irlandii [Dyńska 2007, s. 281]. Arbiter Bankowy (powoływany na czteroletnią kadencję) to organ rozstrzygający, powołany przez Związek Banków Polskich do rozwiązywania sporów między 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. Konsumentem może być tylko osoba fizyczna, która zawarła umowę z bankiem w celach niezwiązanych z działalnością gospodarczą. Wartość przedmiotu sporu pomiędzy stronami nie może przekroczyć 12 000 zł, w przypadku sporów dotyczących kredytów hipotecznych – 20 000 zł [ZBP 2017]. Wszczęcie postępowania przed Arbitrem Bankowym (AB) następuje na wniosek konsumenta, zaś koszty postępowania przed tą instytucją wynoszą 20–50 zł. Stosunkowo niski poziom opłat umożliwia każdemu konsumentowi złożenie wniosku. Przedmiotem postępowania przed Arbitrem Bankowym nie mogą być sprawy związane ze świadczeniami Skarbu Państwa, w szczególności dotyczące książeczek mieszkaniowych i kredytów z dopłatami ze środków budżetowych. Bank po orzeczeniu Arbitra Bankowego musi wykonać jego orzeczenie do 14 dni od momentu otrzymania wypisu orzeczenia i to orzeczenie dla banku jest ostateczne.

Z kolei orzeczenia Arbitra Bankowego nie są ostateczne dla konsumenta, który ma możliwość dochodzenia tych samych roszczeń na drodze sądownictwa powszechnego. Na wykresie 5 przedstawiono działalność Arbitra Bankowego od 2002 r. Liczba wniosków wpływających do Arbitra Bankowego od 2009 r. nie spadła poniżej 1000. Świadczyć to może o popularności tego rodzaju instytucji.

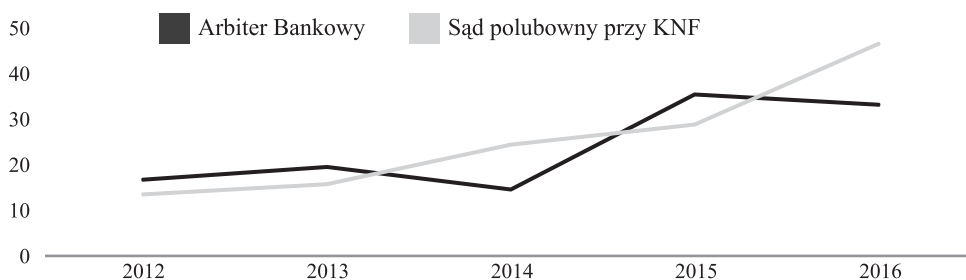
Wykres 5. Liczba wniosków i liczba wydanych orzeczeń na korzyść klienta przez Arbitra Bankowego w latach 2002–2016



Źródło: opracowanie własne na podstawie [BAK niedat.].

Różnego rodzaju instytucje wspierające konsumenta na rynku usług finansowych sprzyjają dochodzeniu jego praw, jednocześnie zwalczając nieuczciwe praktyki rynkowe stosowane w instytucjach finansowych. Warto podkreślić coraz większą skuteczność składania wniosków, które kończą się pozytywnym wynikiem dla konsumenta lub też ugodą z instytucją finansową (wykres 6).

Wykres 6. Procent wniosków rozpatrzonych na korzyść klienta



Źródło: opracowanie własne na podstawie [BAK 2013, 2014, 2015, 2016, 2017; KNF niedat.].

5. Podsumowanie

Nieuczciwe praktyki rynkowe stosowane przez instytucje finansowe mogą mieć wpływ na wzrost liczby skarg konsumentów do różnych organów świadczących pomoc w rozwiązywaniu sporów z instytucjami finansowymi. Coraz więcej nieuczci-

wych praktyk rynkowych dotyczy reklam, które mogą wprowadzać konsumenta w błąd i wpływać na jego decyzję co do skorzystania z usługi finansowej. Polubowne/mediacyjne rozwiązywanie sporów zyskuje na powszechności, na co wskazuje między innymi wzrost skarg do Arbitra Bankowego. Najbardziej popularnymi organami w Polsce są sąd polubowny działający przy Komisji Nadzoru Finansowego oraz Arbiter Bankowy funkcjonujący przy Związku Banków Polskich. Co więcej, na szczególną uwagę zasługuje fakt, iż w 2016 r. – w porównaniu do 2012 r. – znacznie wzrósł procent sporów rozstrzygniętych na korzyść klienta.

Bibliografia

- Akruszewska A. i inni, 2014, *Zarys metodyki pracy mediatora w sprawach cywilnych*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- BAK, 2006, *Sprawozdania z działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w okresie I kadencji (2002–2006)*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/ostateczne_sprawozdanie_kadencyjne.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2007, *Sprawozdanie z działalności Arbitra Bankowego w roku 2006*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/sprawozdanie2006final.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2008, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2007 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/sprawozdanie_2007_final.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2009, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2008 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/sprawozdanie_BAK_2008.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2010, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2009 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/INFORMACJA_BAK_2009.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2011, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2010 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/Informacja_BAK_2010.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2012, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2011 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/sprawozdanie_BAK_2011.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2013, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2012 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/sprawozdanie_BAK_za_2013_-_FINAL.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2014, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2013 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/Sprawozdanie_BAK_za_rok_2013.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2015, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2014 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/sprawozdanie_BAK_2014_final.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- BAK, 2016, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego w 2015 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbiter_bankowy/sprawozdania/

sprawozdanie_z_dzialalnosci_Bankowego_Arbitrau_Konsumenckiego_w_2015_roku.pdf (dostęp: 2.11.2017).

BAK, 2017, *Informacja o działalności Bankowego Arbitrażu Konsumenckiego w 2016 roku*, https://zbp.pl/public/repozytorium/dla_konsumentow/arbitrer_bankowy/sprawozdania/Sprawozdanie_BAK_za_2016.pdf (dostęp: 2.11.2017).

Borkowski T., 2008, *Reklama już nie ta sama*, „Gazeta Bankowa” nr 13.

Dynowska A., 2007, *Bankowy Arbitraż Konsumencki*, [w:] Gnella B. (red.), *Ochrona konsumenta usług finansowych*, Wolters Kluwer, Warszawa.

Gajda K., 2008, *Alternatywne metody rozwiązywania sporów w sprawach konsumenckich, ADR. „Arbitraż i Mediacja”* nr 4.

Jakubiak-Miłośnik A., 2008, *Alternatywne a sądowe rozstrzygnięcie sporów sądowych*, Wolters Kluwer, Warszawa.

Janczyk M., 2008, *Prawo konsumenckie*, Wydawnictwo AE w Poznaniu, Poznań.

Kalisz A., Zienkiewicz A., 2009, *Mediacja sądowa i pozasądowa. Zarys wykładu*, Wolters Kluwer, Warszawa.

KNF, 2008, *Zasady reklamowania usług bankowych*, załącznik do uchwały Komisji Nadzoru Finansowego z dnia 2 października 2008 r.

KNF, niedat., *Sprawozdanie z działalności Sądu Polubownego przy KNF za rok 2012*, https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/sprawozdanie_SP_2012_roczne_34425.pdf (dostęp: 2.11.2017).

KNF, niedat., *Sprawozdanie z działalności Sądu Polubownego przy KNF za rok 2013*, https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/sprawozdanie_SP_2013_37440.pdf (dostęp: 2.11.2017).

KNF, niedat., *Sprawozdanie z działalności Sądu Polubownego przy KNF za rok 2014*, https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/sprawozdanie_SP_2014_40753.pdf (dostęp: 2.11.2017).

KNF, niedat., *Sprawozdanie z działalności Sądu Polubownego przy KNF za rok 2015*, https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/sprawozdanie_SP_2015_46455.pdf (dostęp: 2.11.2017).

KNF, niedat., *Sprawozdanie z działalności Sądu Polubownego przy KNF za rok 2016*, https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/SPRAWOZDANIE%20SP_KNF_2016_55599.pdf (dostęp: 2.11.2017).

KNF, 2016, *Regulamin Sądu Polubownego przy Komisji Nadzoru Finansowego*, https://www.knf.gov.pl/knf/pl/komponenty/img/Regulamin_Sadu_44432.pdf (dostęp: 2.11.2017).

Rada Reklamy, 2010, *Informacja prasowa*, https://www.radareklamy.pl/images/Dokumenty/informacja_prasowa_statystyki_2009.pdf (dostęp: 2.11.2017).

Rada Reklamy, 2011, *Informacja prasowa*, https://www.radareklamy.pl/images/Dokumenty/informacja_prasowa_statystyki_2010.pdf (dostęp: 2.11.2017).

Rada Reklamy, 2012, *Informacja prasowa*, https://www.radareklamy.pl/images/Dokumenty/informacja_prasowa_statystyki_2011.pdf (dostęp: 2.11.2017).

Rada Reklamy, 2013, *Informacja prasowa*, https://www.radareklamy.pl/images/Dokumenty/informacja_prasowa_statystyki_2012.pdf (dostęp: 2.11.2017).

Rada Reklamy, 2014, *Informacja prasowa*, https://www.radareklamy.pl/images/Dokumenty/informacja_prasowa_statystyki_2013.pdf (dostęp: 2.11.2017).

- Rada Reklamy, 2015, *Informacja prasowa*, https://www.radareklamy.pl/images/Dokumenty/informacja_prasowa_statystyki_2014.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- Rada Reklamy, 2017, *Informacja prasowa*, https://www.radareklamy.pl/images/Dokumenty/informacja_prasowa_statystyki_2016.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- Rokita K., 2009, *Prawa konsumenta*, LexisNexis, Warszawa.
- Rutkowska-Tomaszewska E., 2009, *Naruszenie obowiązków informacyjnych banków w prawie umów konsumenckich*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Rutkowska-Tomaszewska E., 2011, *Nieuczciwe praktyki na rynku bankowych usług konsumenckich*, Wolters Kluwer, Warszawa.
- Rutkowska-Tomaszewska E., 2014, *Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów na rynku usług finansowych ze szczególnym uwzględnieniem rynku usług bankowych na przykładzie wybranych najnowszych decyzji Prezesa UOKiK*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” nr 5 (3), s. 65-92.
- Rzecznik Finansowy, 2017, *Sprawozdanie Rzecznika Finansowego za rok 2016*, https://www.rf.gov.pl/files/22558_5312_Sprawozdanie_Rzecznika_Finansowego_za_2016_r_.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- Sąd polubowny przy Komisji Nadzoru Finansowego, 2016, *O arbitrażu*, https://www.knf.gov.pl/dla_konsumenta/sad_polubowny/arbitraz (dostęp: 2.11.2017).
- ZBP, 2016, *Reputacja polskiego sektora bankowego 2016*, https://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/images/kwiecien_2016/konferencja/2016_04_27_slajdy_na_konferencje_v3_3.pdf (dostęp: 2.11.2017).
- ZBP, 2017, *Regulamin Bankowego Arbitrażu Konsumentckiego*, załącznik 1 do uchwały nr 11/2017 XXX Walnego Zgromadzenia ZBP z dnia 20 kwietnia 2017 r.
- ZBP, niedat., *Sąd polubowny (arbitrażowy) przy Związku Banków Polskich*, <http://spzbp.pl/koszty-postepowania> (dostęp: 2.11.2017).
- ZBP, niedat., *Sąd polubowny przy Związku Banków Polskich*, <https://zbp.pl/dla-konsumentow/sad-polubowny> (dostęp: 2.11.2017).

Unfair market practices of financial institutions and selected forms of alternative dispute resolution methods

Abstract. Unfair market practices used by financial institutions in recent years are subject to numerous discussions. Very often advertisements that mislead consumers influence consumers' decision to buy a financial service. There are numerous bodies in Poland that allow for amicable settlement of disputes. One of the most popular are arbitration courts (operating at Polish Financial Supervision Authority [KNF], Polish Bank Association [ZBP], Financial Ombudsman) and Bank Arbitrator operating at ZBP. The article has shown that the number of applications submitted to these entities is increasing year by year, in the same way as the percentage of disputes resolved in favour of consumers.

Keywords: financial institution, dishonest practices, mediation.

JEL Codes: G21.