

# Spis treści

Wstęp .....	XV
Notki o autorach .....	XXI
Wykaz skrótów .....	XXXVII
Bibliografia .....	XXXI

## **Część I. Bezpieczeństwo i ochrona klienta na rynku usług finansowych – problemy ogólne**

<b>Rozdział I. Ryzyka w usługach finansowych i ich wpływ na bezpieczeństwo ekonomicznych interesów konsumentów – wybrane aspekty (Elżbieta Sługocka-Krupa) .....</b>	<b>3</b>
1. Uwagi wstępne .....	4
2. Prawo do bezpieczeństwa ekonomicznych interesów konsumentów .....	4
3. Ryzyka na rynku finansowym mające wpływ na bezpieczeństwo ekonomiczne konsumentów .....	6
4. Ochrona konsumentów w praktyce .....	9
5. Podsumowanie i wnioski .....	14
<b>Rozdział II. Deficyty dialogu międzykulturowego i ochrony konsumenta (tj. strony słabszej) – w poszukiwaniu remedium... (Ludwika Malewska-Mostowicz) .....</b>	<b>17</b>
1. Rola dialogu w sferze ochrony słabszych – zarys modelu idealnego oraz deficyty i remedia .....	19
1.1. O potrzebie dialogu międzykulturowego... ..	19
1.2. Konteksty badawcze – tj. porównywanie w wielowymiarowym świecie... ..	20
1.3. Istotne problemy – na szlakach diagnostyki i poszukiwania remedium... ..	21
1.4. Wnioski oraz sygnały... ..	22
1.5. Dialog jako remedium na bezradność w trudnych sporach... ..	22
1.6. Dialog jako tworzywo w budowaniu mostów między sprzecznościami .....	23
1.7. Wnioski z porównywania ideału i rzeczywistości .....	24

---

1.8. Doskonalenie dialogu w warunkach asymetrii ekonomiczno-prawnej...	27
2. Deficyty dialogu, bezpieczeństwa, ochrony słabszych z powodu niekontrolowanej oraz niegodziwej asymetrii. Sygnały o remediach...	28
2.1. Destrukcyjna dominacja – w warunkach asymetrii niegodziwej. Konteksty historyczne. Remedia...	28
2.2. Aspektowy model dialogiczny – ochrony słabszych .....	29
2.3. Asymetria destrukcyjna a monopole naturalne .....	32
2.3.1. Deficyty kontroli .....	32
2.3.2. Wielowymiarowe wykorzystywanie dominacji .....	32
2.3.3. Ostrzeżenia .....	34
2.4. Elementarna ludzka potrzeba bezpieczeństwa. Dygresja 1 – o metodzie...	35
2.5. Remedia możliwe w Polsce .....	37
2.5.1. Ulepszanie realne systemu ochrony słabszych .....	37
2.5.2. Wdrożenie – znanych na świecie systemów i instrumentów nadzoru, kontroli, prewencji i sanacji oraz wdrożenie metod eliminowania z rynku praktyk niedozwolonych metodami sankcji .....	37
2.5.3. Ulepszanie prawa ochrony słabszych i nie tylko .....	38
2.6. Remedia realne i skuteczne na świecie .....	38
2.7. Remedia pozorne w Polsce .....	40
2.8. Remedia trudne do zastosowania .....	41
2.9. Szanse ochrony słabszych. Dygresja 2 – o metodzie .....	43
2.9.1. Elementarna potrzeba bezpieczeństwa – a krytyka nieskutecznej ochrony .....	43
2.9.2. Zagrożenia, ochrona prawna i nie tylko... ..	43
2.9.3. O potrzebie teorii i praktyki – skierowanej w stronę metod usuwania błędów z systemu ochrony słabszych... ..	44
2.9.4. Dialog i prawda .....	45
2.9.5. Prawda materialna i formalna o ochronie słabszych .....	45
2.9.6. Norma prawna – a sztuka orientacji w świecie... ..	46
2.10. Horyzonty .....	47
<b>Rozdział III. Obowiązki informacyjne wobec konsumenta usług na rynku finansowym – rzeczywista czy złudna ochrona jego praw? (Andrzej Michór) .....</b>	<b>51</b>
1. Uwagi wstępne .....	51
2. Prawo do rzetelnej informacji .....	52
3. Jasność i przejrzystość przekazu informacyjnego .....	55

4. Sposób przekazania informacji .....	60
5. Podsumowanie i wnioski .....	62
<b>Rozdział IV. Obowiązek informacyjny jako instrument ochrony konsumentów na rynku usług finansowych – wybrane aspekty</b>	
( <i>Dorota Szymczak</i> ) .....	65
1. Geneza i rozwój praw konsumenta .....	65
2. Pojęcie usług finansowych .....	69
3. Paradigmat ochrony konsumenta usług finansowych przez informację .....	70
4. Podsumowanie i wnioski .....	73
<b>Rozdział V. Wybrane zagadnienia „konsumentckiej” nowelizacji ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów</b> ( <i>Katarzyna Araczevska, Łukasz Wroński</i> ) .....	
1. Uwagi wstępne .....	75
2. Zasady kontroli abstrakcyjnej niedozwolonych postanowień wzorców umowy .....	77
2.1. Zmiana modelu kontroli abstrakcyjnej niedozwolonych postanowień wzorców umowy .....	77
2.2. Rodzaje decyzji w postępowaniu w sprawie o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone .....	79
2.3. Skutki decyzji o uznaniu postanowienia wzorca umowy za niedozwolone .....	82
3. Istotny pogląd w sprawie .....	84
3.1. Przesłanki przedstawienia istotnego poglądu .....	85
3.2. Charakter prawny oraz forma przedstawienia poglądu .....	88
4. Komunikaty i ostrzeżenia .....	90
4.1. Komunikaty dotyczące zachowań lub zjawisk mogących stanowić istotne zagrożenie dla interesów konsumentów .....	92
4.2. Informacje, co do których zostało wydane ostrzeżenie publiczne .....	95
4.3. Forma i czas publikacji .....	96
<b>Rozdział VI. Zakres ochrony zbiorowego interesu konsumentów na rynku usług bankowych – rozważania na tle nowych regulacji o kontroli klauzul stosowanych we wzorcach umów</b> ( <i>Aleksandra Nadolska</i> ) .....	
1. Uwagi wstępne .....	100
2. Skutki prawomocności materialnej wyroku uznającego postanowienie wzorca umowy za niedozwolone .....	102
2.1. Stanowisko Sądu Najwyższego .....	102
2.2. Stanowisko Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE) .....	105

3. Środki ochrony konsumenta w systemie administracyjnego uznania postanowienia wzorca umowy za niedozwolone .....	108
4. Ocena wprowadzonych zmian z perspektywy sytuacji klienta usług bankowych .....	110
5. Podsumowanie i wnioski .....	112
<b>Rozdział VII. Ochrona klienta usług finansowych w świetle ustawy o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym – zagadnienia wybrane (Karol Magoń) .....</b>	<b>115</b>
1. Uwagi wstępne .....	115
2. Geneza regulacji .....	116
3. Standardy postępowania reklamacyjnego w odniesieniu do klienta usług finansowych w ujęciu historycznym .....	118
4. Nowe rozwiązania w zakresie ochrony klienta usług finansowych w ustawie o Rzeczniku Finansowym .....	135
5. Pozasądowe metody rozwiązywania sporów w świetle ustawy o Rzeczniku Finansowym .....	137
6. Podsumowanie i wnioski .....	138
<b>Rozdział VIII. Nadzór publiczny nad działalnością bankową a bezpieczeństwo konsumentów (Magdalena Paleczna) .....</b>	<b>141</b>
1. Uwagi wstępne .....	142
2. Znaczenie bezpieczeństwa konsumenta w działalności bankowej ....	143
3. Pojęcie i cele nadzoru bankowego w polskich regulacjach prawnych .....	146
4. Nadzór sprawowany przez Komisję Nadzoru Finansowego .....	148
5. Znaczenie pakietu unijnego CRD IV/CRR dla bezpieczeństwa konsumentów .....	151
6. Nadzór makroostrożnościowy w Polsce .....	153
7. Podsumowanie i wnioski .....	155
<b>Część II. Ochrona klienta na rynku usług bankowych i kredytowych</b>	
<b>Rozdział I. Prawo do rachunku bankowego jako fundamentalne prawo konsumenta usług bankowych w Unii Europejskiej (Lesław Góral) .....</b>	<b>161</b>
1. Uwagi wstępne .....	161
2. Instytucje odpowiedzialne za wykonanie prawa do podstawowego rachunku płatniczego .....	162
3. Prawo do otwarcia podstawowego rachunku płatniczego .....	165
4. Procedura związana z prawem do otwarcia podstawowego rachunku płatniczego .....	165
5. Prawo do podstawowego rachunku płatniczego we Francji .....	167

6. Prawo do rachunku bankowego na gruncie polskiej ustawy o zmianie ustawy o usługach płatniczych oraz niektórych innych ustaw .....	170
7. Podsumowanie i wnioski .....	173
<b>Rozdział II. Nowe regulacje w działalności depozytowej banków – zapis na wypadek śmierci, „rachunki uspione” (Iwona Torzewska) .....</b>	<b>177</b>
1. Uwagi wstępne .....	178
2. Obowiązki informacyjne banku w zakresie dyspozycji wkładem na wypadek śmierci .....	180
3. Dostęp do informacji o rachunkach w znowelizowanym Prawie bankowym .....	180
4. Nowe rozwiązania regulujące rozwiązywanie umowy rachunku bankowego bądź jego wygaśnięcie .....	182
5. Podsumowanie i wnioski .....	186
<b>Rozdział III. Status powiernika w banku hipotecznym jako gwaranta bezpieczeństwa nabywców listów zastawnych (Ewa Gorlecka-Labiak) ....</b>	<b>189</b>
1. Uwagi wstępne .....	190
2. Istota specjalistycznej bankowości hipotecznej i listów zastawnych .	191
3. Powiernik jako jeden z filarów działania banku hipotecznego .....	195
4. Specjalne przywileje banków hipotecznych .....	202
5. Podsumowanie i wnioski .....	203
<b>Rozdział IV. Bankowość mobilna w Polsce – innowacje a bezpieczeństwo klientów (Julitta Koćwin) .....</b>	<b>207</b>
1. Uwagi wstępne .....	207
2. Pojęcie i charakterystyka bankowości mobilnej w Polsce .....	209
3. Sytuacja na rynku bankowości mobilnej .....	210
3.1. Systemy operacyjne i aplikacje mobilne .....	210
3.2. Nowości w m-bankingu .....	211
4. Bezpieczeństwo bankowości mobilnej .....	212
4.1. Świadomość użytkowników m-bankowości na temat zagrożeń .....	213
4.2. Zagrożenia w m-bankowości .....	215
5. Podsumowanie i wnioski .....	221
<b>Rozdział V. Zagadnienie bezpieczeństwa usług bankowości internetowej w prawie polskim (Michał Rafał Walczak) .....</b>	<b>223</b>
1. Uwagi wstępne .....	224
2. Pojęcie bankowość internetowa w doktrynie prawa polskiego .....	225
3. Bezpieczeństwo usług bankowości internetowej – przegląd regulacji ustawowych i sektorowych .....	226

4. Problematyka rozkładu odpowiedzialności za transakcje nieautoryzowane w bankowości internetowej .....	230
5. Podsumowanie i wnioski .....	234
<b>Rozdział VI. Tajemnica bankowa – aktualne regulacje oraz nowe wyzwania</b> ( <i>Jan Byrski</i> ) .....	237
1. Uwagi wstępne .....	238
2. Tajemnica bankowa – zakres przedmiotowy, podmiotowy i czasowy .....	239
3. Beneficjent tajemnicy bankowej .....	242
4. Upoważnienie do przekazania (ujawnienia) tajemnicy bankowej ....	244
5. Podsumowanie i wnioski .....	250
<b>Rozdział VII. Ochrona konsumenta-dłużnika na gruncie art. 105 ust. 4a PrBank i w świetle działalności biur informacji gospodarczej</b> ( <i>Beata Sieńko-Kowalska</i> ) .....	253
1. Uwagi wstępne .....	254
2. Art. 105 ust. 4a Prawa bankowego .....	255
3. Udostępnianie informacji gospodarczych a wymiana danych gospodarczych .....	257
4. Zakres ochrony konsumenta-dłużnika wobec wymiany danych gospodarczych .....	258
5. Zgoda konsumenta na ujawnianie informacji gospodarczych .....	262
6. Podsumowanie i wnioski .....	264
<b>Rozdział VIII. Normatywna konstrukcja cesji konsumentkich wierzytelności bankowych</b> ( <i>Maciej Skory</i> ) .....	269
1. Uwagi wstępne .....	270
2. Cesja w tradycyjnym ujęciu .....	272
3. Tajemnica bankowa jako podstawowy czynnik modyfikujący konstrukcję cesji wierzytelności bankowych .....	274
4. Ograniczenia podmiotowe cesji wierzytelności bankowych .....	278
5. Czynności niezbędne do dokonania cesji wierzytelności bankowych .....	279
6. Specyfika cesji wierzytelności konsumentkich .....	281
7. Podsumowanie i wnioski .....	282
<b>Rozdział IX. Wynagrodzenie kredytodawcy związane z procesem kredytowania a regulacja prawna obniżenia całkowitego kosztu kredytu konsumentkiego w przypadku jego przedterminowej spłaty jako przejaw ochrony interesów ekonomicznych konsumenta</b> ( <i>Edyta Rutkowska-Tomaszewska</i> ) .....	285
1. Uwagi wstępne .....	286

2. Prawo konsumenta do przedterminowej spłaty kredytu konsumentkiego i jego dalsze skutki prawne .....	289
3. Wynagrodzenie kredytodawcy związane z procesem kredytowania a całkowity koszt kredytu konsumentkiego .....	299
4. Wynagrodzenie kredytodawcy związane z procesem kredytowania jako poniesiony przez niego koszt podlegający rekompensacie w przypadku przedterminowej spłaty kredytu konsumentkiego .....	311
5. Podsumowanie i wnioski .....	320
<b>Rozdział X. Ryzyka prawne związane z praktyką <i>missellingu</i> na etapie przedkontraktowym w zakresie udzielania kredytu konsumentkiego</b> <i>(Beata Paxford)</i> .....	325
1. Uwagi wstępne .....	325
2. Reklama kredytu konsumentkiego a badanie zdolności kredytowej .....	326
3. <i>Misselling</i> w rozumieniu UOKiK a ryzyka naruszenia przepisów ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów przez kredytodawcę .....	328
4. Rozwiązania francuskie .....	329
5. Uwagi <i>de lege ferenda</i> .....	330
<b>Rozdział XI. Samoregulacja branży finansowej w zakresie reklamy kredytu konsumentkiego – czy to wystarczająca ochrona konsumenta przed praktykami wprowadzającymi w błąd?</b> <i>(Katarzyna Urbańska)</i> .....	333
1. Uwagi wstępne .....	334
2. Reklama produktów i usług finansowych .....	334
3. Ochrona odbiorców reklamy .....	336
4. Unijne regulacje reklamy usług finansowych .....	339
5. Samoregulacja branży finansowej w zakresie kredytu konsumentkiego .....	341
6. Implementacja dyrektywy hipotecznej .....	344
7. Podsumowanie i wnioski .....	346
<b>Rozdział XII. Marketing usług bankowych a ochrona konsumenta jako uczestnika loterii i konkursów promocyjnych organizowanych przez banki</b> <i>(Piotr Rodziewicz)</i> .....	351
1. Uwagi wstępne .....	352
2. Konkurs promocyjny a loteria promocyjna .....	352
3. Konkurs promocyjny .....	355

---

4. Loteria promocyjna .....	357
5. Podsumowanie i wnioski .....	362
 <b>Część III. Ochrona klienta na rynku usług ubezpieczeniowych i innych usług finansowych</b>	
<b>Rozdział I. Prawo do dobrej informacji o złej umowie czy prawo do dobrej umowy – uwagi na tle nowej ustawy o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej (Marcin Orlicki) .....</b>	
<b>367</b>	
1. Problemy konsumentów na rynku ubezpieczeniowym .....	368
2. Ochrona konsumenta przez mnożenie informacji o treści umowy ubezpieczenia .....	370
3. Ochrona konsumenta przez „dopasowanie” treści umowy do jego cech, oczekiwań i potrzeb .....	372
4. Ochrona konsumenta przez bezwzględnie obowiązujące przepisy ustaw .....	374
5. Podsumowanie i wnioski .....	375
 <b>Rozdział II. Obowiązki informacyjne uczestników rynku ubezpieczeniowego w świetle dyrektywy o dystrybucji ubezpieczeń (Dorota Maśniak) .....</b>	
<b>377</b>	
1. Uwagi wstępne .....	377
2. Doradztwo i dokument informujący o ubezpieczeniu .....	379
3. Wyłączenie spod działania ustawy .....	381
4. Obowiązki informacyjne pośredników ubezpieczeniowych .....	383
5. Łączenie usług ( <i>cross selling</i> ) .....	385
6. Obowiązki informacyjne zakładów ubezpieczeń .....	386
7. Podsumowanie i wnioski .....	387
 <b>Rozdział III. Usługa doradztwa wykonywana przez pośrednika ubezpieczeniowego względem klienta wynikająca z dyrektywy 2016/97 z 20.1.2016 r. w sprawie dystrybucji ubezpieczeń (Monika Szaraniec) ....</b>	
<b>389</b>	
1. Uwagi wstępne .....	390
2. Obowiązek doradztwa wynikający z dyrektywy 2002/92/WE w sprawie pośrednictwa ubezpieczeniowego (IMD) i obowiązującej ustawy z 22.5.2003 r. o pośrednictwie ubezpieczeniowym .....	390
3. Treść rekomendacji brokerskiej – wzmianka .....	394
4. Nowy stan prawny w zakresie usługi doradztwa w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/97 z 20.1.2016 r. w sprawie dystrybucji ubezpieczeń (IDD) .....	396
5. Usługa doradztwa w projekcie ustawy o dystrybucji ubezpieczeń – wzmianka .....	399
6. Podsumowanie i wnioski .....	400



<b>Rozdział IV. Ubezpieczenia grupowe – problemy i potrzeby zmian.</b>	
<b>Zagadnienia wybrane (Mariusz Frasz)</b> .....	403
1. Uwagi wstępne .....	404
2. Problemy .....	405
3. Podsumowanie i wnioski .....	421
<b>Rozdział V. Konsument na rynku usług płatniczych w świetle koncepcji neutralności technologicznej (Tomasz Nieborak)</b> .....	425
1. Uwagi wstępne .....	426
2. Usługi płatnicze w świetle koncepcji racjonalnego konsumenta .....	427
3. Nowe usługi płatnicze jako wyzwanie regulacyjne .....	435
4. Podsumowanie i wnioski .....	439
<b>Rozdział VI. Prawnodewizowe instrumenty ochrony klientów działalności kantorowej (Andrzej Gorgol)</b> .....	441
1. Uwagi wstępne .....	441
2. Działalność kredytowa i podmioty w niej uczestniczące .....	445
3. Instrumenty prawnodewizowe chroniące bezpieczeństwo rynku kantorowego .....	450
4. Podsumowanie i wnioski .....	455
<b>Rozdział VII. Inwestor – narzędzia oceny działalności domów maklerskich w świetle ochrony klienta na etapie zawierania umowy (wybrane aspekty) (Urszula Banaszczak-Soroka)</b> .....	459
1. Uwagi wstępne .....	459
2. Domy maklerskie na tle firm inwestycyjnych i świadczone usługi maklerskie .....	461
3. Definicja i klasyfikacja prawna klienta – inwestora firmy inwestycyjnej .....	463
4. Informacja jako źródło podejmowania decyzji o współpracy z wybranym domem maklerskim .....	467
5. Dyscyplina rynkowa jako narzędzie weryfikacji sytuacji ekonomiczno-finansowej domu maklerskiego .....	470
6. Podsumowanie i wnioski .....	473
<b>Rozdział VIII. Leasing konsumencki – wybrane zagadnienia (Krzysztof Podgórski)</b> .....	475
1. Uwagi wstępne .....	476
2. Leasing konsumencki w Polsce .....	477
3. Przedmiot i podmiot leasingu .....	479
4. Leasing konsumencki a kredyt bankowy na przykładzie zakupu samochodu .....	482
5. Koszty leasingu .....	484

6. Zalety i wady leasingu konsumenckiego .....	485
7. Podsumowanie i wnioski .....	489
<b>Rozdział IX. Bezpieczeństwo transakcji bezgotówkowych</b>	
<i>(Barbara Gradzik)</i> .....	493
1. Uwagi wstępne .....	493
2. Użytkownicy transakcji bezgotówkowych .....	495
3. Regulacje oraz zagrożenia bezpieczeństwa transakcji bezgotówkowych .....	499
4. Podsumowanie i wnioski .....	504
<b>Rozdział X. Ochrona praw konsumenta na rynku usług finansowych w ustawie o odwróconej hipotece oraz w projekcie ustawy o rencie dożywotniej (Magdalena Wasylkowska-Michór)</b>	
.....	507
1. Pojęcie kredytobiorcy i świadczeniobiorcy .....	508
2. Procedura zawarcia umowy o odwróconą hipotekę i dożywotnie świadczenie pieniężne .....	509
2.1. Ochrona konsumenta na etapie zawierania umowy o odwróconą hipotekę .....	509
2.2. Ochrona konsumenta na etapie zawierania umowy o dożywotnie świadczenie pieniężne .....	516
3. Instytucjonalne gwarancje ochrony konsumenta .....	518
3.1. Instytucjonalne gwarancje ochrony konsumenta przewidziane w ustawie o odwróconym kredycie hipotecznym .....	518
3.2. Instytucjonalne gwarancje ochrony konsumenta przewidziane w projekcie ustawy o dożywotnim świadczeniu pieniężnym .....	520
4. Prawa i obowiązki stron umowy odwróconego kredytu hipotecznego .....	524
4.1. Prawa i obowiązki kredytobiorcy .....	524
4.2. Prawa i obowiązki świadczeniobiorcy .....	529
5. Realizacja umowy odwróconego kredytu hipotecznego oraz o dożywotnie świadczenie pieniężne .....	533
6. Podsumowanie i wnioski .....	535