

Przedmowa

Regulacje prokonsumenckie mają to do siebie, że ustawodawca pragnie przeciwdziałać praktykom rynkowym, które w jego opinii są szkodliwe dla konsumentów. Zwykle ustawodawca działa *post factum*. Wobec czego tworzy się przepisy, które nadają ramy prawne zjawiskom już istniejącym, a nie tym, które dopiero mogą powstać, lub tym, które zaczynają funkcjonować. W konsekwencji, pojawia się coraz więcej regulacji, co może prowadzić do przeregulowania rynku, dla przykładu, rynku *consumer finance*, a pośrednio rynku bankowego.

Na przykładzie wprowadzanego komentowaną ustawą obowiązku uzyskania zezwolenia i rejestracji dla pośredników kredytu hipotecznego, powiązanych pośredników i agentów, można zaobserwować, iż powoli przechodzi się od nurtu deregulacji do zwiększenia liczby tzw. zawodów regulowanych (o kwestiach regulacji zawodowych i nie tylko pisze *G. Standing*, wskazując, iż z założenia neo-liberalizm jest za utrzymaniem regulacji o ile powoduje to wzrost ekonomiczny stąd tendencje deregulacyjne. *Standing* mówi także o utowarowieniu rynków, pracy i usług, zob. *G. Standing*, *Corruption of capitalism*, s. 30; *tenże*, *Prekariat – nowa niebezpieczna klasa*, PWN 2014 r.).

Ponadto, wprowadzanie nowych regulacji konsumenckich, w tym ich zmiana wiąże się często dla kredytodawcy z koniecznością konkretnych wydatków, tj. przeszkolenia personelu, zmiany dokumentacji kredytowej (w tym regulaminów produktu), dostosowania funkcjonowania podmiotu do nowych przepisów. Takie wydatki mogą przekładać się na wzrost cen produktu oferowanego konsumentom. Co z kolei może prowadzić do konkurencji cenowej wśród kredytodawców na najtańszy produkt dla konsumenta. Pytanie jakie się w związku z tym pojawia dotyczy progu opłacalności udzielania kredytów.

Pomija się także kwestię świadomego konsumenta, który posiada podstawową wiedzę na temat produktów finansowych. Jak również samą rolę konsumenta w napędzaniu produkcji (*D. Riesman*, *Samotny tłum*, Kraków 2016, s. 163–165; wyróżniający konsumenta-nabywcę i konsumenta-wagarowicza), jego dążenie do akumulacji dóbr. Nie zawsze ustawodawca jest w stanie zapewnić konsumentowi parasol ochronny i nie zawsze konsument powinien być traktowany jako słabsza strona obrotu gospodarczego (o rosnącej świadomości klienta usług finansowych – raport Związku Firm Pożyczkowych – Rynek pożyczkowy trzy miesiące po regulacji, czerwiec 2016 r., s. 9,

Przedmowa

<https://static1.squarespace.com/static/51bf101ae4b010d205f86e84/t/57726959893fc03e6718c329/1467115870080/Rynek+pożyczkowy+3+miesiące+po+regulacji+raport.pdf>, dostęp: 26.1.2018 r.; *B. Paxford*, Understanding Gharar, *New Horizon Islamic Banking* 2009, Nr 172).

Wielość regulacji, ich sposób skomplikowania, przeładowanie informacyjne nie sprzyjają zawsze lepszej edukacji konsumenta, czy jego świadomości w wyborze produktu finansowego. Czy konsument podpisując umowę kredytu jest w stanie zrozumieć wszystkie elementy przedmiotowo istotne umowy, nawet jeśli jest ich ponad 20, a każde opisane w kilku zdaniach?

Trudno jest wypracować złoty środek w relacjach przedsiębiorca finansowy–konsument. Ustawa o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami wpisuje się w trend regulacji prokonsumenckich na rynku finansowym. Moim zdaniem, już dzisiaj warto sobie zadać pytanie, ile jest potrzebnych ustaw konsumencckiego rynku finansowego i czy nie czas na wypracowanie jednej ustawy, która regulowałaby te kwestie kompleksowo.

Komentarz dedykuję pamięci prof. dr hab. *Remigiusza Kaszubskiego* (1970–2012) – popularyzatora prawa bankowego, pioniera nowoczesnej bankowości, człowieka słownego i przyjaznego ludziom.

adw. dr *Beata Paxford*