



1.1 Wpływ integracji rynku kredytów konsumenckich w Unii Europejskiej na strategię biznesowe banków krajowych, Marta Penczar

Założenia ogólne i stan postępu integracji rynków kredytu konsumpcyjnego w UE

Integracja rynku kredytów konsumpcyjnych w Unii Europejskiej ma na celu stworzenie jednolitego rynku. Z punktu widzenia konsumenta oznacza to, że warunki uzyskania kredytu konsumpcyjnego przez kredytobiorcę powinny być porównywalne, niezależnie od miejsca zamieszkania i miejsca zawarcia transakcji. Dla banków, integracja oznacza natomiast przede wszystkim swobodę otwierania i prowadzenia działalności w każdym kraju członkowskim, bez wyraźnych barier wejścia i wyjścia z rynku. Jednolity rynek to także integracja cenowa. Oznacza to, że ceny porównywalnych usług powinny być zbliżone do siebie.

Kluczową inicjatywą Komisji Europejskiej w zakresie budowy jednolitego rynku kredytów konsumpcyjnych była propozycja nowej dyrektywy w sprawie rewizji zasad funkcjonowania rynku kredytów konsumpcyjnych⁵ z 2002 roku. Prace nad kształtem nowych regulacji określających nowe zasady funkcjonowania rynku kredytów konsumpcyjnych w UE trwały blisko sześć lat. 23 kwietnia 2008 roku Parlament i Rada Europejska przyjęły tekst nowej dyrektywy w sprawie umów o kredyt konsumencki⁶.

Konieczność nowego podejścia do rynku kredytów konsumpcyjnych wynikała z jednej strony z dynamicznego rozwoju rynku (konieczność uwzględnienia nowych form kredytowania). Z drugiej strony, istniała potrzeba ujednoczenia zasad udzielania kredytów konsumpcyjnych w UE, z uwagi na wprowadzanie przez szereg lat, przez poszczególne kraje członkowskie, różnorodnych mechanizmów ochrony konsumenta, bardziej rygorystycznych niż przewidywała to „stara” dyrektywa. W efekcie doprowadziło to do zakłóceń na rynku i ograniczało rozwój rynku wewnętrznego Unii Europejskiej.

Nowa dyrektywa w sprawie umów o kredyt konsumencki ma dwa zasadnicze cele. Po pierwsze, ustanowić zharmonizowane ramy prawne dla funkcjonowania jednolitego rynku kredytów konsumpcyjnych. A po drugie, zapewnić odpowiednio wysoki poziom ochrony konsumentów na tym rynku.

Warto podkreślić, że obecnie rynek kredytów konsumpcyjnych w Unii Europejskiej jest generalnie mocno zróżnicowany pod względem wielkości zadłużenia, tempa rozwoju i znaczenia w gospodarce. Nie ma w tym przypadku wyraźnego podziału na „nowe” i „stare” kraje UE. Stopień nasycenia rynku (penetracji) kredytami konsumpcyjnymi mierzony relacją kredytów konsumpcyjnych do PKB, waha się od 2,6% na Słowacji i w Belgii do 13,5% w Bułgarii i Rumunii, wobec średniej europejskiej na poziomie 7,1%. Z kolei dynamika rozwoju rynku w 2008 roku wyniosła od 34% na Węgrzech do –26,6% w Wielkiej Brytanii. Europejski

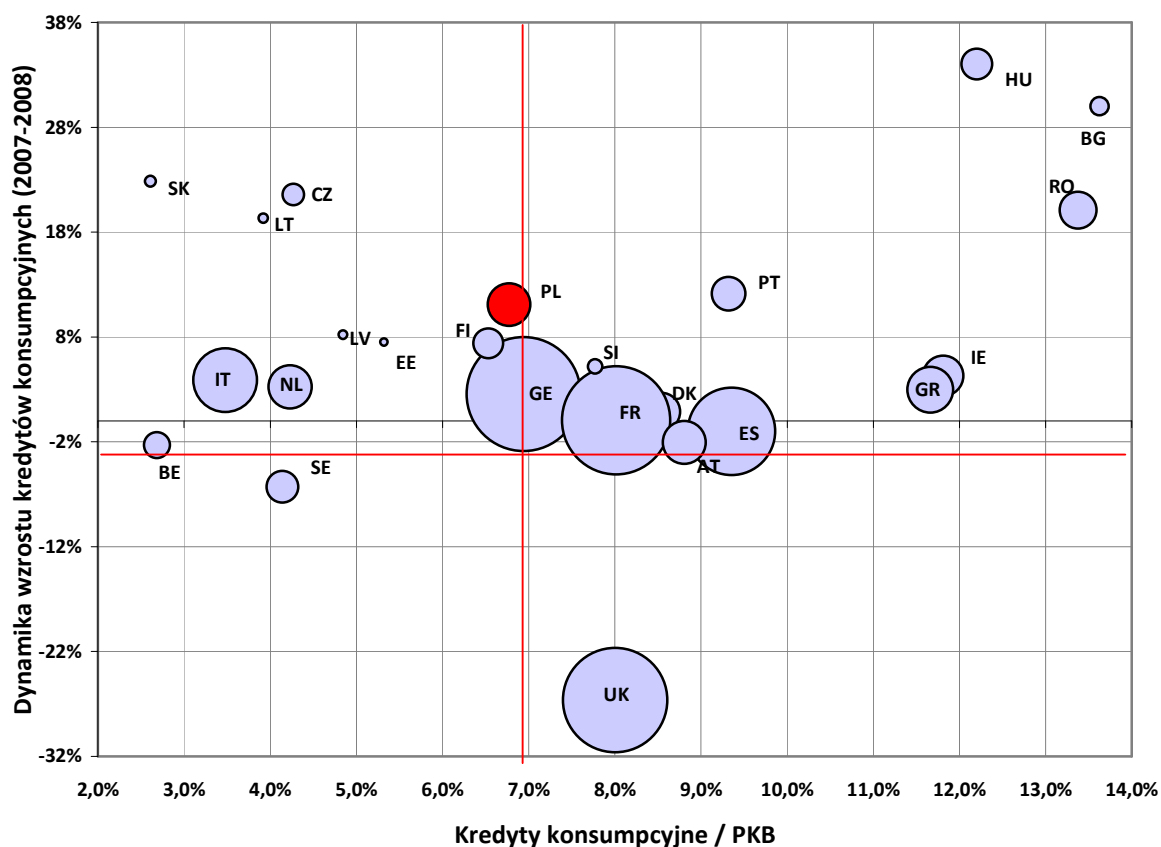
⁵ COM(2002)443 wersja ostateczna, Bruksela, 11.09.2002

⁶ Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 roku w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę Rady 87/102/EWG

rynek kredytów konsumpcyjnych charakteryzuje się ponadto wysokim stopniem koncentracji. Trzy największe rynki – Niemcy, Francja i Wielka Brytania, posiadają łącznie 53% rynku w UE. Wskaźnik koncentracji C-5, wskazujący na udział pięciu największych sektorów, wyniósł na koniec 2008 roku 72%, co potwierdza wysoki poziom koncentracji na rynku kredytów konsumpcyjnych w Unii Europejskiej.

Rysunek 1.

Poziom rozwoju rynku oraz tempo wzrostu zadłużenia z tytułu kredytów konsumpcyjnych w Unii Europejskiej (Wielkość kółka odpowiada wielkości rynku)



Źródło: IBnGR na podst. danych zamieszczonych w: „EU Banking Structures”, European Central Bank, styczeń 2010.

Uwzględniając duże zróżnicowanie rynków kredytu konsumpcyjnego w UE, można stwierdzić, że działania integracyjne będą w różnym stopniu oddziaływały na poszczególne rynki. Inne są bowiem priorytety dla rynków małych, głównie z Europy Środkowo-Wschodniej, a inne dla dużych, dojrzałych rynków Europy Zachodniej.



Plan działań na rynku kredytów konsumpcyjnych do 2014 roku

W perspektywie 2014 roku możemy wyróżnić dwa okresy związane z integracją rynku kredytów konsumpcyjnych. W pierwszym etapie, do 2011 roku, rynek będzie funkcjonował w oparciu o stare zasady udzielania kredytów konsumpcyjnych. Będzie to także okres implementacji nowej unijnej dyrektywy do prawodawstwa krajowego poszczególnych państw członkowskich. Po 2011 roku, europejski rynek kredytów konsumpcyjnych wejdzie w nowy etap. Mianowicie, wszystkie rynki narodowe będą funkcjonowały w oparciu o podobne zasady udzielania kredytu, co zgodnie z założeniami unijnych regulatorów, sprzyjać będzie integracji rynków kredytu konsumpcyjnego w Unii Europejskiej, czyli czy przyczynia się do realizacji dwóch zakładanych celów.

W celu dokładnego monitoringu procesu integracji rynków kredytów konsumpcyjnych w UE, Komisja Europejska będzie prowadzić regularne badania rynku - *Consumer Credit Benchmarking Study*. Pozwoli to w dłuższym okresie czasu ocenić, czy dyrektywa w sprawie umów o kredyt konsumpcyjnych w rzeczywisty sposób przekłada się na wzrost integracji rynku w UE oraz wzrost ochrony prawnej konsumenta.

Skutki integracji rynku kredytów konsumpcyjnych dla krajowych banków

W perspektywie 2014 roku, rynek kredytów konsumpcyjnych w Polsce będzie się już rozwijał w oparciu o nowe zasady, przewidziane w unijnej dyrektywie.

Termin implementacji przez Polskę dyrektywy w sprawie umów o kredyt konsumencki upłynął 12 maja 2010 roku. Na obecnym etapie prac gotowy jest nowy projekt ustawy o kredycie konsumenckim, do której rząd przyjął założenia na początku stycznia 2010 roku. Uwzględniając przerwę wakacyjną polskiego parlamentu, można oczekiwać, że procedura uchwalenia przez Sejm nowej ustawy, zakończyć się może nie wcześniej niż w IV kwartale 2010 roku. Ustawa wejdzie w życie po 6 miesiącach od jej uchwalenia. Wynika stąd, że nowe warunki udzielania kredytów konsumpcyjnych w Polsce będą obowiązywać nie wcześniej, niż około za rok.

Dla strategii biznesowych banków istotna jest odpowiedź na pytanie – co oznacza zmiana warunków udzielania kredytów konsumpcyjnych w Polsce po 2010 roku?

W ocenie IBnGR, w perspektywie krótkoterminowej (1-2 lat) nie można oczekiwać dodatniego bilansu kosztów i korzyści dla banków, wynikających z implementacji unijnej dyrektywy do polskiego prawa. Związane to będzie z koniecznością poniesienia kosztów związanych z wdrożeniem nowych regulacji. Banki muszą być bowiem przygotowane na dostosowanie procedur i systemów informatycznych oraz wyszkolenie pracowników banków. Jak zostało wspomniane powyżej, banki będą miały na to sześć miesięcy.

Tabela 1.

Koszty dla banków wynikające z wprowadzenia nowej ustawy o kredycie konsumenckim

Perspektywa	Koszty
Perspektywa krótkookresowa	<ol style="list-style-type: none">1. Dostosowanie systemów informatycznych2. Dostosowanie procedur do nowych warunków udzielania kredytów3. Konieczność przeszkolenia pracowników banków
Perspektywa długoterminowa	<ol style="list-style-type: none">4. Zmiana warunków udzielania kredytów konsumpcyjnych i mieszkaniowych (w zakresie informacji przedumownych)

Źródło: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową

Biorąc pod uwagę natomiast perspektywę długoterminową, teoretycznie można spodziewać się pojawienia się ewentualnych korzyści z nowych regulacji dla banków. Aby to jednak nastąpiło, polskie banki musiałyby wyjść z ofertą kredytową poza granice naszego kraju. Wzrost dochodów banków wynikałby zatem ze wzrostu skali działalności. Uwzględniając jednak realia polskiego rynku, na których stopa zwrotu z działalności kredytowej w segmencie kredytów konsumpcyjnych jest relatywnie wysoka na tle innych europejskich rynków, jest mało prawdopodobne, aby polskie banki zdecydowały się na ekspansję zagraniczną. Co więcej, można oczekiwać, iż decyzje o wejściu na europejskie rynki mogą podjąć ewentualnie tylko największe banki.

Stąd też, w ocenie IBnGR wejście w życie nowej ustawy o kredycie konsumenckim oznacza dla banków przede wszystkim wzrost kosztów procesu kredytowego, przy niskim prawdopodobieństwie wzrostu efektów skali wynikających z wejścia na nowe rynki UE. Można zatem powiedzieć, że koszty implementacji unijnych przepisów obciążą co prawda wszystkie banki europejskie, ale korzyści wynikające z nowych warunków kredytowych będą przede wszystkim po stronie dużych europejskich banków.

Wskazany wzrost kosztów w segmencie kredytów konsumpcyjnych, w perspektywie 2014, będzie wynikał z wprowadzenia wielu nowych uregulowań do procesu kredytowego.

Warto podkreślić, że nadrzędnym celem unijnej dyrektywy, a zatem i transponowanej polskiej ustawy, jest **wzrost bezpieczeństwa konsumentów**. Aspekty związane z podniesieniem poziomu ochrony konsumentów będą czynnikiem, który w największym stopniu przyczyni się do wzrostu kosztów udzielania kredytu, a także kosztu samego kredytu. Podkreśla się co prawda, że wyższe standardy ochrony prawnej konsumentów podniosą poziom bezpieczeństwa konsumenta na rynku usług kredytowych, co powinno zapewnić wzrost popytu ze strony konsumentów na transgraniczne usługi kredytowe.



Ochrona konsumenta proponowana w dyrektywie i w nowej polskiej ustawie opiera się m.in. na zasadzie **wzrostu ochrony poprzez informację**. W teorii, jest to jedno z lepszych rozwiązań związanych z zapewnianiem ochrony konsumentów. Nie mniej jednak, w praktyce należy odróżniać pojęcie „**dostępu do większej ilości informacji**” i „**wykorzystania większej ilości informacji**”. W warunkach polskiego rynku i niskiego poziomu edukacji finansowej konsumentów, nie można zakładać, że wzrost wymogów informacyjnych banków wobec swoich klientów będzie równoznaczny z wykorzystaniem przez konsumentów posiadanego zasobu informacyjnego. W wielu przypadkach polski konsument zyska dostęp do informacji, której i tak nie będzie w stanie wykorzystać. O niskiej edukacji konsumentów w Polsce świadczy m.in. fakt, że jedynie 12% obywateli zaciągając kredyt w banku bierze pod uwagę całkowity koszt kredytu, podczas gdy wysokość oprocentowania uwzględnia już co trzeci badany respondent⁷. Wskazuje to na brak elementarnej wiedzy kredytowej, który nie gwarantuje konsumentowi dokonanie właściwego wyboru usługi kredytowej. Podejmując decyzję kredytową Polacy uwzględniają przede wszystkim subiektywną ocenę, czy generalnie stać ich na spłatę zobowiązania. Kwestie merytoryczne spadają natomiast na drugi plan, co potwierdza teorię, Polacy nie do końca potrafią wykorzystywać dostarczane im informacje.

Do nowatorskich rozwiązań i obowiązków banków wobec kredytobiorców, proponowanych w nowej ustawie o kredycie konsumenckim, zaliczyć należy:

- Podniesienie górnej granicy wartości kredytów uznawanych za konsumpcyjne z 80.000,00 zł do 255.550,00 zł;
- Rozszerzenie informacji podawanych w reklamie (prawo do reklamy nie wprowadzającej w błąd) – art. 7 i 8;
- Poszerzenie zakresu informacji przekazywanych konsumentom na etapie przedumownym – art. 13;
- Wprowadzenie na etapie przedumownym Standardowego Europejskiego Arkusza Informacyjnego (SEAI) (prawo do informacji) - art. 14;
- Włączenie do zakresu ustawy kredytów hipotecznych (w zakresie obowiązku przekazywania informacji na etapie przedumownym na Standardowym Europejskim Arkuszu Informacyjnym (SEAI)) – art. 22 i 23
- Wzrost odpowiedzialności banków z tytułu wprowadzenia tzw. asysty przedkontraktowej (prawo do informacji i doradztwa) – art. 11;

⁷ Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Zarządzanie domowymi finansami a korzystanie z kredytów i pożyczek – raport z badań, Warszawa 2008; Badanie „Wzory zarządzania finansami gospodarstw domowych a korzystanie z kredytów i pożyczek. Sposoby i techniki stosowane do rozwiązywania finansowych problemów gospodarstw domowych (pożyczki czy poszukiwanie innych źródeł dochodów)” zostało przeprowadzone przez TNS OBOP na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, od 1 do 5 czerwca 2007 roku, na ogólnopolskiej próbie 1014 osób w wieku 18 i więcej lat, w ramach projektu Transition Facility nr 2004/016 – 829.02.04 „System ochrony konsumentów”



- Konieczność podania bezpłatnej informacji otrzymanej z baz danych o kredytobiorcach, w przypadku odmowy udzielenia kredytu (prawo do informacji) – art.10;
- Wydłużenie okresu odstąpienia od umowy z 10 do 14 dni – art. 51;
- Obowiązek zwrotu opłaty przygotowawczej w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy – art. 52.

Zmiany jakościowe, które zostaną wprowadzone przez nową ustawę o kredycie konsumpcyjnym, będą w dużym stopniu warunkować dochodowość banków w segmencie *consumer finance* w najbliższych latach.

W strategiach biznesowych banków, należy przede wszystkim uwzględnić **wprowadzenie obowiązku informacyjnego na etapie przedumownym**. Zgodnie z art. 13.1. projektu nowej ustawy, *kredytodawca lub pośrednik kredytowy przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki zobowiązany jest podać konsumentowi na piśmie lub na trwałym nośniku szereg informacji, które swym zakresem są zbliżone do informacji zawartych w umowie*. Co więcej, w celu umożliwienia konsumentom porównywania ofert poszczególnych kredytodawców, powyższe informacje muszą być, zgodnie z art. 14, przekazane na formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu konsumenckiego. Jest to polski odpowiednik Standardowego Europejskiego Arkusza Informacyjnego (SEAI), przewidzianego w unijnej dyrektywie w sprawie umów o kredyt konsumencki. Formularz informacyjny to ok. 6-stronicowy dokument, który składa się z pięciu części:

- Danych identyfikacyjnych kredytodawcy/pośrednika kredytowego;
- **Opisu głównych cech produktu kredytowego** (rodzaj kredytu, całkowita kwota kredytu, suma wszystkich środków pieniężnych, które zostaną udostępnione, terminy i sposób wypłaty kredytu, sposób i termin otrzymania środków pieniężnych, czas obowiązywania umowy, zasady i terminy spłaty kredytu, całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta, wymagane zabezpieczenia kredytu, informacja czy umowa o kredyt przewiduje gwarancję spłaty całkowitej kwoty kredytu wypłaconej na jej podstawie);
- **Kosztów kredytu** (stopa oprocentowania kredytu oraz warunki jej zmiany, rzeczywista roczna stopa oprocentowania, obowiązek zawarcia umowy dodatkowej, całkowity koszt kredytu, warunki, na jakich koszty związane z umową o kredyt mogą ulegać zmianie, skutek braku płatności);
- **Innych ważnych informacji** (odstąpienie od umowy, spłata kredytu przed terminem określonym w umowie, uprawnienie kredytodawcy do zastrzeżenia prowizji za spłatę kredytu przed terminem, sprawdzenie w bazie danych, czas obowiązywania formularza);



- Dodatkowych informacji podawanych w przypadku sprzedaży usług finansowych na odległość.

Obowiązek dostarczenia przez bank potencjalnemu klientowi rozbudowanego arkusza informacyjnego oznacza dla banków konieczność poniesienia kosztów wstępnych, bez pewności, że to właśnie oferta danego banku zostanie wybrana przez konsumenta. Przygotowanie informacji na „standardowym europejskim arkuszu informacyjnym” wpływać będzie na wydłużenie czasu udzielania kredytu. W efekcie **oczekiwać można wzrostu kosztów kredytu**.

Uwzględniając, że dostęp konsumentów do tak szerokiej informacji na etapie przedkontraktowym, może przyczynić się do wzrostu konkurencji między instytucjami kredytowymi, warto jednak zastanowić się czy polscy konsumenci są w stanie realnie wykorzystać dostarczone informacje? Przy założeniu, że to jakość a nie ilość informacji przyczynia się do podniesienia bezpieczeństwa kredytobiorcy na rynku, szeroki zakres informacji przekazywanych konsumentowi na wstępnym etapie wyboru oferty kredytowej może przyczyniać się do dezinformacji, która nie będzie pomocna przy podejmowaniu właściwych decyzji kredytowych przez konsumentów. Warunkiem bowiem wykorzystania informacji w wyniku szerszego dostępu do niej, jest wysoka kultura i edukacja finansowa, którą niestety nie cechuje się przeciętny Polak.

Ważną zmianą jakościową dla banków, generującą wysokie ryzyko, jest wprowadzenie tzw. asysty przedkontraktowej. Art. 11. propozycji ustawy mówi, że *kredytodawca lub pośrednik kredytowy zobowiązany jest przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki udzielić konsumentowi wyjaśnień dotyczących treści informacji przekazanych przed zawarciem umowy oraz postanowień zawartych w umowie w sposób umożliwiający konsumentowi podjęcie decyzji dotyczącej umowy o kredyt konsumencki*. Rodzi to zatem dużą odpowiedzialność po stronie kredytodawcy oraz wzrost ryzyka prawnego. Praktyka pokaże bowiem, czy konsumenci nie będą zgłaszać roszczeń w stosunku do banku, w przypadku braku możliwości obsługi zobowiązania kredytowego, z uwagi na fakt, że bank w niepełny sposób wyjaśnił informacje przewidziane arkusza informacyjnym. Można oczekiwać, że przyczyni się to do wzrostu stopnia sformalizowania procedury udzielania kredytu, a także wykluczenia z rynku kredytowego klientów o mniejszej wiarygodności kredytowej.

Zgodnie z projektem ustawy, bank do którego zgłosi się potencjalny kredytobiorca będzie zatem zobligowany, przed zawarciem umowy, poinformować konsumenta o:

- ogólnych warunkach kredytowania (informacje zawarte w „standardowym europejskim arkuszu informacyjnym”);
- ryzykach i korzyściach związanych z danym kredytem;
- przyczynie odmowy udzielenia kredytu konsumenckiego, jeśli wynikała ona z informacji zawartych w bazie danych kredytowych i przekazania bezpłatnej informacji o wynikach tego sprawdzenia (art. 10).



Można zatem oczekiwać, że czas który będzie musiał poświęcić pracownik bankowy na jednego potencjalnego klienta, nie będzie krótszy niż 1 godzina, bez jakichkolwiek gwarancji, że oferta banku zostanie przez konsumenta wybrana.

Ważną zmianą, proponowaną przez krajowego ustawodawcę w propozycji ustawy o kredycie konsumenckim, jest częściowe włączenie do zakresu obowiązywania ustawy, kredytów zabezpieczonych hipotecznie. Ograniczony zakres dotyczyć będzie:

- obowiązków informacyjnych przed zawarciem umowy,
- zakresu informacji przewidzianych w umowie o kredyt, oraz
- skutków niedostosowania się kredytodawcy lub pośrednika kredytowego do obowiązków określonych w ustawie.

Obecnie obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim z 2001 roku przewiduje co prawda włączenie kredytów hipotecznych, ale jedynie do poziomu 80.000 zł. Z uwagi na przeciętną wielkość kredytu hipotecznego w Polsce (która kształtuje się powyżej tej kwoty) nie ma to większego znaczenia. Uwzględniając jednak podwyższenie kwoty do 255.550,00 zł, można stwierdzić, że w zasadzie znaczna część kredytów hipotecznych udzielanych w Polsce będzie objęta obowiązkiem informacyjnym ze strony banków na etapie przedumownym. Co więcej, podobnie jak w przypadku kredytów konsumpcyjnych, informacje muszą być przekazane na „formularzu informacyjnym dotyczącym kredytu zabezpieczonego hipotecznie”. Oczywiście, zbliżone uregulowania dotyczące informowania klientów obowiązują obecnie banki w świetle postanowień Rekomendacji S. Nie są one jednak tak rozbudowane, a przede wszystkim brak jest realnych sankcji dla banków za niestosowanie przepisów Rekomendacji KNF.

Poszerzenie ochrony interesów ekonomicznych konsumentów przejawia się ponadto w wydłużeniu terminu odstąpienia od umowy kredytu bez podania przyczyn z 10 do 14 dni (art. 51.1). Ważne dla kredytobiorców jest jednak, że przysługują im w takim przypadku odsetki za okres od dnia wypłaty kredytu do dnia spłaty kredytu (art. 52.1), na który klient ma 30 dni.

Kredytodawcy powinni też zwrócić uwagę na zagrożenia wynikające z zapisów projektu ustawy związanych z prawem konsumenta do przedterminowej spłaty kredytu (art. 46–50). Z artykułu 48. projektu ustawy wynika co prawda, że bank ma prawo do prowizji za spłatę kredytu przed terminem⁸, pod warunkiem jednak, że kwota spłacanego w okresie dwunastu kolejnych miesięcy kredytu jest wyższa niż trzykrotność przeciętnego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw (ok. 10 tys. zł). Zatem, w przypadku kredytów o niższej wartości, rekompensata bankom nie przysługuje. W warunkach polskiego rynku, gdzie przeciętna

⁸ w wysokości do 1% spłacanej części kredytu, jeżeli okres między datą spłaty kredytu a terminem spłaty kredytu przekracza jeden rok i 0,5% spłacanej części kwoty kredytu w przypadku gdy okres ten nie przekracza jednego roku

wartość kredytu konsumpcyjnego wynosi ok. 6 tys. zł, oznacza to całkowite zablokowanie bankom prawa do rekompensaty za przedterminową spłatę.

Tabela 2.

Ocena skutków wybranych regulacji, przewidzianych w nowej ustawie o kredycie konsumenckim, na działalność biznesową banków

Skutki dla banków			
	Wpływ negatywny (wzrost kosztów)	Wpływ neutralny	Wpływ pozytywny
Przed zawarciem umowy	<ul style="list-style-type: none"> • Art. 7 i 8 - Rozszerzenie informacji podawanych w reklamie • Art. 13 - Poszerzenie zakresu informacji przekazywanych konsumentom na etapie przedumownym • Art. 14 - Wprowadzenie Standardowego Europejskiego Arkusza Informacyjnego (SEAI) • Art. 11 - Wzrost odpowiedzialności banków z tytułu wprowadzenia tzw. asysty przedkontraktowej • Art. 10 - Konieczność podania bezpłatnej informacji otrzymanej z baz danych o kredytobiorcach, w przypadku odmowy udzielenia kredytu 	<ul style="list-style-type: none"> • Art. 9 - Obowiązek przeprowadzania oceny zdolności kredytowej 	
Po zawarciu umowy	<ul style="list-style-type: none"> • Art. 52 - Obowiązek zwrotu opłaty przygotowawczej w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy • Art. 48 - Prawo do 1% rekompensaty w przypadku spłaty kredytu przed terminem (dla kredytów powyżej 1 roku o oprocentowaniu stałym) i 0,5% rekompensaty dla kredytów poniżej 1 roku 	<ul style="list-style-type: none"> • Art. 51 - Wydłużenie okresu odstąpienia od umowy z 10 do 14 dni 	<ul style="list-style-type: none"> • Art. 52 - Prawo do odsetek, w przypadku odstąpienia konsumenta od umowy, liczonych od dnia wypłaty środków do dnia spłaty kredytu

Źródło: Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową

Podsumowując wpływ nowych rozwiązań w zakresie warunków udzielania kredytów konsumpcyjnych, na działalność biznesową banków, należy stwierdzić, że sektor bankowy będzie tą stroną, która poniesie największe koszty wprowadzenia nowych regulacji. Wydaje się, że kwestia wprowadzenia wymogów informacyjnych na etapie przed zawarciem umowy,



będzie tym elementem, który przyczynić się może do realnego wzrostu kosztu kredytu dla konsumenta. Zbiorcze zestawienie skutków dla banków z tytułu nowych regulacji przedstawia powyższa tabela.

W ocenie Instytutu, krajowe banki muszą uwzględniać, że integracja rynków kredytów konsumpcyjnych w Unii Europejskiej będzie korzystna dla dużych europejskich instytucji finansowych, które w krótkim okresie czasu będą mogły dostosować oferowane produkty kredytowe do wymagań. Stanowi to pewne ryzyko dla krajowych instytucji kredytowych z tytułu wzrostu konkurencji na rynku, tym bardziej iż koszty dostosowawcze ponoszone przez instytucje finansowe będą porównywalne przy zróżnicowanych potencjałach ekspansji poszczególnych banków.