

STRESZCZENIE ROZPRAWY DOKTORSKIEJ

Umowa kredytu konsumenckiego w prawie polskim

napisanej przez mgr. Filipa Czuchwickiego

pod kierunkiem dr. hab. Jerzego Ciszewskiego, prof. WSB oraz promotora pomocniczego dr. M. Glicza

Celem rozprawy doktorskiej jest ukazanie zjawiska publicyzacji umowy kredytu konsumenckiego, poprzez udzielenie odpowiedzi na pytanie jak realizowana jest swoboda umów w relacji konsumenta i kredytobiorcy. W efekcie opisano ingerencje państwa w te relacje, która powoduje, że swoboda ta w dużej mierze odnosi się jedynie do autonomii woli stron. Tym samym wskazano miejsce umowy kredytu konsumenckiego w systemie prawa.

Umowa kredytu konsumenckiego regulowana przepisami ustawy o kredycie konsumenckim z dnia 12 maja 2011 r. (t.j. Dz. U. z 2016 r. poz. 1528 ze zm.) uchwalonej w oparciu o transpozycję dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z dnia 23 kwietnia 2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającą dyrektywę Rady 87/102/EWG (Dz. Urz. UE L nr 133, s. 66) na zasadzie harmonizacji maksymalnej stanowi wariant konstrukcyjny różnych umów, zarówno nazwanych, nienazwanych, jak i mieszanych. Przeważającym czynnikiem wpływającym na kwalifikację danej umowy do tego wariantu nie są jednak wskazane przez ustawodawcę elementy jej treści, a określone przez niego cechy umowy kredytu konsumenckiego. Taki sposób kwalifikacji powoduje, po pierwsze, że w prawie polskim obowiązuje zasada *numerus apertus* umów kredytu konsumenckiego, a po drugie, że poszczególne umowy kredytu konsumenckiego mogą różnić się od siebie w zależności od tego, wariant jakiej umowy stanowią. Różnice te nie mogą jednak powodować sprzeczności z określonymi w ustawie o kredycie konsumenckim bezwzględnie obowiązującymi normami regulującymi umowę kredytu konsumenckiego.

Pierwszą cechą umowy kredytu konsumenckiego jest ściśle określenie jej podmiotów – konsumenta i kredytodawcy, drugą zaś jej cel ekonomiczny polegający na odsunięciu w czasie zwrotu świadczenia. Gdy dany stosunek prawny przejawia wyżej określone cechy, należy założyć, że stosuje się do niego normy określone przepisami ustawy o kredycie konsumenckim. Normy te mają w większości charakter semiimperatywny, a ich treść wskazuje

na istnienie nierównowagi stron tego stosunku prawnego, faworyzującą słabszego konsumenta względem dobrze zorganizowanego i silnego ekonomicznie kredytodawcy.

Co ważne, wspomniane normy semiimperatywne gwarantują ochronę konsumenta nie tylko na etapie formułowania praw i obowiązków umowy kredytu konsumenckiego, ale już od momentu odbioru przez niego przekazu zawartego w jego reklamie. Prawodawca ingeruje zatem nie tylko w treść samej umowy, ale nazywa i układa obowiązki przedkontraktowe stron, w sposób umożliwiający zapewnienie konsumentowi jasnej, zwięzłej i zrozumiałej informacji o oferowanym kredycie. Nie ulega zatem wątpliwości, że zawieranie umowy jest ściśle sformalizowanym procesem, począwszy od reklamy, po zaciągnięcie przez konsumenta dokładniejszych informacji o jego warunkach, badanie oceny zdolności kredytowej, aż do formułowania praw i obowiązków stron oraz określenia skutków ich niewykonania lub nienależytego wykonania.

Z przeprowadzonej analizy można by wywieść ogólny wniosek, że ograniczenie swobody umów w umowie kredytu konsumenckiego jest spowodowane koniecznością wyrównania dysproporcji statusu konsumenta i kredytodawcy poprzez nachylenie norm prawnych w celu ochrony konsumenta. Kolejnym powodem jest bez wątpienia chęć przedstawienia konsumentowi wszelkich niezbędnych dla podjęcia decyzji o zawarciu umowy informacji, w duchu pojmowania konsumenta jako aktywnego, świadomego podmiotu stosunków prawnych. Efektem jest ustanowienie regulacji, która poza ograniczoną możliwością kształtowania kwoty kredytu, jego kosztu, okresu obowiązywania umowy oraz zabezpieczeń czy ubezpieczeń jest w swojej treści całkowicie określona przez ustawodawcę. Elementy procesu zawarcia umowy kredytu konsumenckiego zostały poddane szczegółowej regulacji, co ze względu na jej ogromną doniosłość w obrocie gospodarczym znajduje uzasadnienie i stanowią przedmiot analizy w niniejszej rozprawie.

Rozprawa składa się z pięciu rozdziałów, które poprzedzone zostały wstępem i zwieńczone zakończeniem prezentującym opisane w pracy wnioski *de lege lata* i *de lege ferenda* wraz z oceną aktualnie obowiązującej regulacji. W poszczególnych rozdziałach rozprawy omówione zostały kolejno zagadnienia związane z genezą umowy kredytu konsumenckiego, analizą jej przedmiotu i podmiotów, przedkontraktowymi obowiązkami stron, formą zawarcia umowy i udzielenia zgód niezbędnych dla jej wykonania oraz prawami i obowiązkami stron umowy.

Tak określone cele determinują wybór następujących metod badawczych. W analizie przepisów głównie posłużono się metodą formalno-dogmatyczną. Stosując metodę formalno-dogmatyczną, posłużono się różnymi sposobami wykładni, na pierwszym miejscu stawiając wykładnię językową, a następnie teleologiczną, funkcjonalną, oraz systemową. Ponadto, ze względu na specyfikę prawa konsumenckiego, czyli potrzebę dostosowania jego treści do zmieniających się warunków społeczno-ekonomicznych, wykładnia ta będzie przeważnie dokonywana dynamicznie.

Pomocniczą metodą, którą posłużono się w pracy, jest metoda historyczno-prawna. Zostanie ona użyta w koniecznych przypadkach, aby wskazać źródło historyczne obecnie istniejących rozwiązań. W szczególności dotyczyć to będzie zjawiska wyodrębniania się prawa konsumenckiego z gałęzi prawa cywilnego jako szczególnej gałęzi prawa, być może w konsekwencji prowadzącej do wytworzenia nowej dyscypliny naukowej (prawo konsumenckie stanowi obecnie dyscyplinę dydaktyczną wyodrębnioną ze względu na potrzeby nauczania prawa) oraz narastającej publicyzacji prawa prywatnego w zakresie stosunków prawnych z udziałem konsumenta. Oznacza ona w pewnym stopniu odejście od cywilnoprawnej lub, mówiąc szerzej, prywatnoprawnej metody regulacji na rzecz metody administracyjnoprawnej. Dodatkowo w celu ukazania wpływu przepisów o kredycie konsumenckim na rozwój społeczno-gospodarczy posłużono się ekonomiczną analizą prawa w tym jej behawioralnym nurtem.

PhD DISSERTATION ABSTRACT
Consumer Credit Agreement in Polish Law

written by mgr Filip Czuchwicki

under the supervision of dr hab. Jerzy Ciszewski, prof. WSB and dr M. Glicz

The main objective of the PhD dissertation is to show the publicization process of a consumer credit agreement by giving an answer to the question of how the freedom of contract is implemented between the parties in this agreement. Therefore, an analysis of State interference in this relation was conducted which led to a conclusion that the freedom of contract in this agreement is mainly limited to party autonomy. Thereby an indication of a consumer credit agreement in Polish legal system was made.

Consumer credit agreement is regulated in Poland by the Consumer credit act of 12 May 2011 (i.e. Journal of Laws of 2016 item. 1528 as amended.) which was a transposition of Directive 2008/48/EC of the European Parliament and of the Council of 23 April 2008 on credit agreements for consumers and repealing Council Directive 87/102/EEC (OJ L no 133, p. 66) to Polish law on the basis of maximum harmonisation. Consumer credit agreement is a legal concept for variety of agreements – named, unnamed and mixed. The main factors which qualify an agreement as consumer credit are not exhaustively but descriptive, named by the legislator. Therefore, the consumer credit act names the main features of the consumer credit agreement which, if they occur in a specified legal relationship, the parties are obliged to use this legal concept. This way of qualifying consumer credit agreement allows to draw a conclusion that the rule of *numerus apertus* consumer credit agreements functions in the Polish law. Specified consumer credit agreements may vary in relation to the basis of contract. But the differences may not be contradictory to mandatory rules set by the consumer credit act.

The first feature of the consumer credit agreement are the specific contracting parties - the consumer and the creditor, the second feature is the economic goal of an agreement – delay of returning the benefit. When a legal relationship has describes the above features, consumer credit act rules (legal norms) apply accordingly. Those legal norms are mostly mandatory and their content indicates contracting parties imbalance favouring a weaker consumer against a well-organized and economically strong creditor.

Those mandatory norms guarantee consumer protection since the moment of advertising the credit. Therefore, the legislator interferes not only in the content of the agreement but in the precontractual relations as well. There is no doubt that the contracting process is strictly formalized, from the advertisement of credit, through informing the consumer about a specific offer and examining credit risk to constructing the rights and obligations of the parties and the effects of a breach of the agreement or its non-performance.

This analysis led to a general conclusion, that the limitation of freedom of contract in a consumer credit agreement is caused by necessity of overcoming asymmetries between consumer and creditor status in order to protect the consumer. Another reason for that limitation is to provide the consumer with all the information necessary to make an informed decision as an active market participant. As a result the regulations enforced by the consumer credit act allow for a limited possibility of negotiating the total amount of credit, cost of the credit, length of the contract and the sureties precisely set by the regulator. Taking into consideration the importance of this law in the market, this limitation seems to be justified and is a subject matter of the analysis in this dissertation.

The dissertation comprises five chapters preceded by an introduction and ended with *de lege lata* and *de lege ferenda* conclusions with an evaluation of the present regulation.

The chapters include an outline of genesis of consumer credit agreement, an analysis of contractual parties and the subject of the agreement, precontractual obligations, the form of contract and particular consents necessary for performance of the contract and finally rights and obligations of contractual parties.

The above conclusions determine the use of the method based on logical and linguistic analysis with several ways of interpretation the law - literal, broad, functional and systemic. Due to the fact that consumer law must adapt to changing socio-economic environment, this interpretation will be carried out dynamically. In addition, the historical method is used as an auxiliary. It will be used in necessary cases in order to show the source of recent solutions. In particular it will be used to show the distinction of consumer law from civil law as a specific area of law, that might lead to the emergence of a new scientific discipline (consumer law is now a teaching discipline) and growing publicization of private law in relations involving consumers. Publicization leads to use a different than private way of regulating law, called an administrative way. In addition, in order to outline the impact of credit consumer regulations

upon socio-economic development, law and economics as well as behavioural law and economics methods were used in the dissertation.