

Wybrane aspekty kształtowania oprocentowania kredytów związanych z funkcjonowaniem kart kredytowych na rynku bankowym w Polsce*

Selected aspects of movements in interest rates of credits connected with credit card operations in the Polish banking market

*Artur Kowalczyk***

Streszczenie

Celem artykułu jest analiza wybranych problemów związanych z kształtowaniem oprocentowania kredytów kartowych, przyznawanych osobom fizycznym na rynku (bankowych) kart kredytowych w Polsce, a w szczególności określenie czynników mających wpływ na poziom tego oprocentowania i jego zmiany.

W początkowej części artykułu dokonano ogólnej charakterystyki oprocentowania kredytów kartowych jako składnika ich ceny i elementu polityki cenowej banków. Następnie szczegółowo zaprezentowano: zewnętrzne (otoczenie banku) i wewnętrzne czynniki wpływające na wysokość oprocentowania kredytów kartowych, warunki i zasady jego zmiany oraz sposoby różnicowania. Określono także obecne i przyszłe znaczenie oprocentowania kredytów kartowych w polityce marketingowej banków i decyzjach konsumentów na rynku kart. W końcowej części artykułu przeanalizowano faktyczne i możliwe (w dłuższym czasie) skutki tzw. ustawy antylichwiarskiej dla kształtowania przez banki oprocentowania kredytów kartowych, a także dla dalszego rozwoju rynku kart kredytowych w Polsce.

Słowa kluczowe: marketing bankowy, polityka cenowa, bankowość detaliczna, karty kredytowe

Abstract

The aim of the paper is to analyse some selected issues connected with the movements of interest on credit cards granted to individual persons acting in the (bank) credit card market in Poland. The identification of factors which influence the level of interest and its changes is the most important.

In the initial part of the paper a general overview of the interest on credit cards as a price component and a bank price policy element has been presented. Then external (banking environment) and internal factors, having impact on the credit card interest level, conditions and principles of changing it and ways of differentiating it. The present and future importance of the credit cards interest for bank marketing policy and consumer decisions in the credit cards market has been determined. In the final part of the paper the actual and potential (in the long-term perspective) impact of the so called anti-usurious act on the credit card interest imposed by the banks, and also on the further development of credit cards in Poland have been described.

Keywords: bank marketing, price policy, retail banking, credit cards
JEL: G21, M31, D14, D40

* Artykuł jest częścią większego opracowania nt. kart kredytowych przygotowywanego przez autora.

** Katedra Bankowości, Wyższa Szkoła Handlu i Finansów Międzynarodowych.

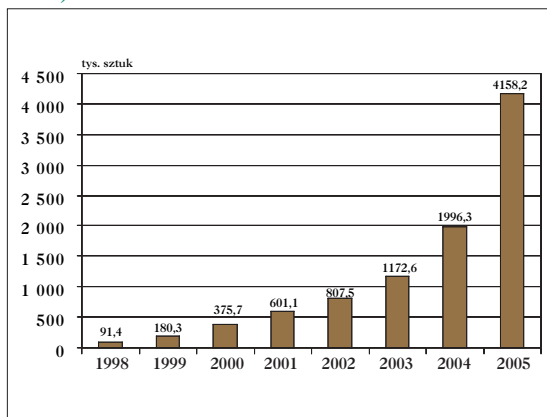
Wprowadzenie

Karty kredytowe są jednym z typów bankowych kart płatniczych. Uważa się je za jeden z najbardziej perspektywicznych instrumentów rozliczeń bezgotówkowych i udostępniania kredytu konsumpcyjnego. W Polsce pierwsza karta kredytowa o zasięgu lokalnym została wyemitowana w 1993 r., a pierwsza karta o zasięgu ogólnokrajowym (przy tym pierwsza „czysto” bankowa) w 1995 r. Jednak szybszy rozwój rynku kart kredytowych nastąpił dopiero po 1997 r., a zwłaszcza po 1999 r., apogeum osiągnął zaś w ostatnich dwóch latach (zob. wykres 1).

Jeszcze kilka lat temu karty kredytowe były jednym z niedocenianych, niewątpliwie niesłusznie, elementów oferty banków działających w Polsce. Banki przeznaczały większość środków na promocję już znanych, a w pojęciu klientów sprawdzonych produktów, będących w pewnym zakresie substytutami kart kredytowych. Próbowaly w szczególności zwiększać skłonność klientów do dokonywania gotówkowych (na początku) i bezgotówkowych (później) transakcji za pomocą kart debetowych. Jednocześnie zachęcały ich do korzystania z tradycyjnych form kredytu dla ludności, takich jak debet i kredyt odnawialny w rachunku oszczędnościowo-rozliczeniowym (ROR).

Tymczasem karty kredytowe jako instrument zaspokajania potrzeb finansowych mogą w pewnym stopniu zastąpić zarówno kredyty odnawialne w ROR, jak i karty debetowe. Produkty tworzone na ich podstawie (tzw. kredytowe produkty kartowe) mogą przy tym być jednymi z najbardziej dochodowych detalicznych produktów bankowych. Warunkiem tego jest jednak realizacja przez bank odpowiedniej strategii ich rozwoju, a w szczególności

Wykres 1 Liczba kart kredytowych wyemitowanych w Polsce (stan na koniec roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie zestawienia: NBP (2006a).

właściwej polityki marketingowej w zakresie kredytów związanych z funkcjonowaniem kart kredytowych (określanych w artykule jako kredyty kartowe). Jej podstawowym elementem jest kształtowanie oprocentowania kredytów kartowych.

Zasadniczym celem artykułu jest analiza wybranych problemów związanych z kształtowaniem oprocentowania kredytów kartowych przyznawanych osobom fizycznym na rynku (bankowych) kart kredytowych w Polsce, a w szczególności określenie czynników mających wpływ na poziom tego oprocentowania i jego zmiany.

Analizą nie objęto kredytów związanych z funkcjonowaniem kart kredytowych wydawanych przez banki dla małych i średnich przedsiębiorstw oraz kredytów związanych z funkcjonowaniem tzw. prywatnych kart kredytowych (*private label cards*).

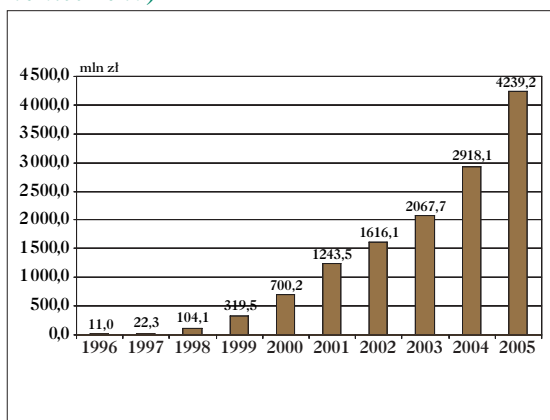
W artykule przyjęto metodę badawczą polegającą na krytycznej analizie piśmiennictwa i materiałów źródłowych, w szczególności aktualnych i historycznych informacji na stronach internetowych banków, wyników badań marketingowych przeprowadzonych przez banki, instytuty badawcze i instytucje nadzorujące rynek bankowy, oraz porównawczej analizie wybranych charakterystyk rynków kart kredytowych w Polsce oraz Europie Zachodniej i Stanach Zjednoczonych.

Ze względu na ograniczony dostęp do materiałów źródłowych w artykule nie dokonano pełnej analizy metod ustalania oprocentowania kredytów kartowych stosowanych przez poszczególne banki. W dużej mierze pominięto również kwestie dotyczące psychologii kształtowania oprocentowania kredytów kartowych.

W początkowej części artykułu dokonano ogólnej charakterystyki oprocentowania kredytów kartowych jako składnika ich ceny i elementu polityki cenowej banków. Następnie szczegółowo zaprezentowano: zewnętrzne (otoczenie banku) i wewnętrzne czynniki wpływające na wysokość oprocentowania kredytów kartowych, warunki i zasady jego zmiany oraz sposoby różnicowania. Określono także obecne i przyszłe znaczenie oprocentowania kredytów kartowych w polityce marketingowej banków i decyzjach konsumenckich na rynku kart. W końcowej części artykułu przeanalizowano faktyczne i możliwe (w dłuższym horyzoncie czasowym) następstwa tzw. ustawy antylichwiarskiej dla kształtowania przez banki oprocentowania kredytów kartowych, a także dalszego rozwoju rynku kart kredytowych w Polsce¹.

¹ Artykuł ukończono na początku kwietnia 2006 r., ponad miesiąc po wejściu ustawy antylichwiarskiej w życie. Uwzględnia stan prawny na 20 lutego 2006 r.

Wykres 2 Wartość kredytów kartowych udzielonych osobom prywatnym* przez monetarne instytucje finansowe (stan na koniec roku)



*Osoby prywatne, zgodnie z klasyfikacją stosowaną obecnie przez NBP, stanowią podsektor gospodarstw domowych obejmujący osoby fizyczne, z wyjątkiem osób prowadzących działalność gospodarczą, zaliczonych do grupy indywidualnych rolników lub indywidualnych przedsiębiorców.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z zestawienia: NBP (2006b).

Oprocentowanie jako składnik ceny kredytu kartowego

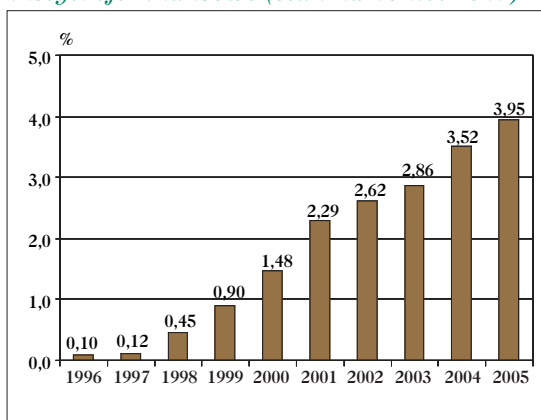
Kredyty kartowe, określane też jako: kredyty w rachunku karty kredytowej, kredyty w (na) karcie kredytowej czy – w nomenklaturze NBP – kredyty związane z funkcjonowaniem kart kredytowych, są jednym z typów kredytów konsumpcyjnych udzielanych przez banki². Ich znaczenie jako instrumentu finansowania potrzeb konsumentów (i gospodarstw domowych) oraz udział w portfelu kredytowym banków są ciągle stosunkowo niewielkie, ale niezwykle szybko rosną (zob. wykresy 2 i 3).

W literaturze kredyty kartowe definiuje się jako krótko- bądź średnioterminowe, odnawialne (rewolwingowe), często prawnie niezabezpieczone lub słabo zabezpieczone kredyty, udzielane w formie linii kredytowej. Są one przyznawane konsumentom przez bank wraz z wydaniem karty kredytowej i udzielane za pośrednictwem rachunku kredytowego, określanego jako rachunek karty kredytowej (rachunek kartowy) (Kwiatkowski 1995, s. 17–18).

Środki z kredytów kartowych zazwyczaj przeznaczone są przez posiadaczy kart kredytowych na szeroko rozumiane cele konsumpcyjne. Mogą być wykorzystane zarówno w formie gotówkowej (poprzez gotówkowe wypłaty z bankomatów), jak i bezgotówkowej (poprzez bezgotówkowe płatności w punktach handlowo-usługowych czy Internecie).

² W artykule przyjęto, że kredyty kartowe są kredytami w rozumieniu ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (Dz.U. z 1997 r., nr 140, poz. 939 z późn. zm.). Należy jednak zauważyć, że w literaturze brak jest zgodności poglądów co do tego.

Wykres 3 Udział kredytów kartowych dla osób prywatnych w ogólnej kwocie kredytów i pożyczek udzielonych im przez monetarne instytucje finansowe (stan na koniec roku)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z zestawienia: NBP (2006b).

Wysokość dopuszczalnego zadłużenia każdego posiadacza karty kredytowej z tytułu kredytu kartowego określa się jako tzw. limit kredytowy (limit kredytu kartowego). Limit kredytu kartowego praktycznie zawsze ma charakter indywidualny. Jego wysokość zazwyczaj jest określana w zaokrągleniu do 100 zł. Zależy ona przede wszystkim od zdolności kredytowej potencjalnego posiadacza karty kredytowej, ocenianej przez bank w momencie wydania karty. W tym celu najczęściej wykorzystuje się tzw. credit scoring.

O sposobie korzystania z kredytów kartowych w pierwszej kolejności decydują związane z tym koszty. Wśród nich szczególną rolę odgrywa oprocentowanie. Oprocentowanie kredytu kartowego jest to wyrażone w procentach wynagrodzenie płacone przez posiadacza karty kredytowej (kredytobiorcę) bankowi (kredytodawcy) za możliwość korzystania przez określony czas z będących w posiadaniu banku środków pieniężnych.

Ogólnie rzecz biorąc, oprocentowanie jest podstawowym składnikiem ceny kredytu kartowego, bezpośrednio związanym z jego udzieleniem (zob. schemat 1). Cena kredytu kartowego (jako kategoria marketingowa) obejmuje jednak także inne elementy, bezpośrednio bądź pośrednio związane z udzieleniem i obsługą kredytu kartowego. Chodzi tu w szczególności o:

– opłaty za wydanie i (lub) używanie karty (opłaty te zazwyczaj są pobierane od posiadaczy kart jednorazowo w cyklu rocznym i często określane jako opłaty roczne), oraz

– składki z tytułu obowiązkowych i (lub) fakultatywnych ubezpieczeń dodawanych do kart kredytowych.

Ich wysokość decyduje o poziomie tzw. rocznej rzeczywistej stopy oprocentowania (RRSO), mającej obrazować faktyczny koszt zaciąganego kredytu kartowego³. Obowiązek podawania tego wskaźnika, m.in. w reklamach kredytu konsumenckiego zawierających jakiegokolwiek dane dotyczące jego kosztu, wprowadziła ustawa o kredycie konsumenckim (kredyty kartowe są kredytami konsumenckimi w rozumieniu tej ustawy)⁴.

Wieloskładnikowość ceny kredytów kartowych pozwala bankom na uwzględnianie w polityce cenowej możliwości rozbicia ceny na ceny składowe (częstkowe), co może być zarówno opłacalne, jak i niekorzystne dla posiadaczy kart kredytowych.

Analizując wpływy banków związane z wydaniem kart kredytowych oraz udzielaniem i obsługą kredytu kartowego, należy także wspomnieć, że ich istotnym elementem są tzw. opłaty *interchange* (prowizje od transakcji dokonywanych kartami kredytowymi pobierane przez agentów rozliczeniowych od akceptantów). Nie są one jednak składnikiem ceny kredytu kartowego w rozumieniu marketingowym.

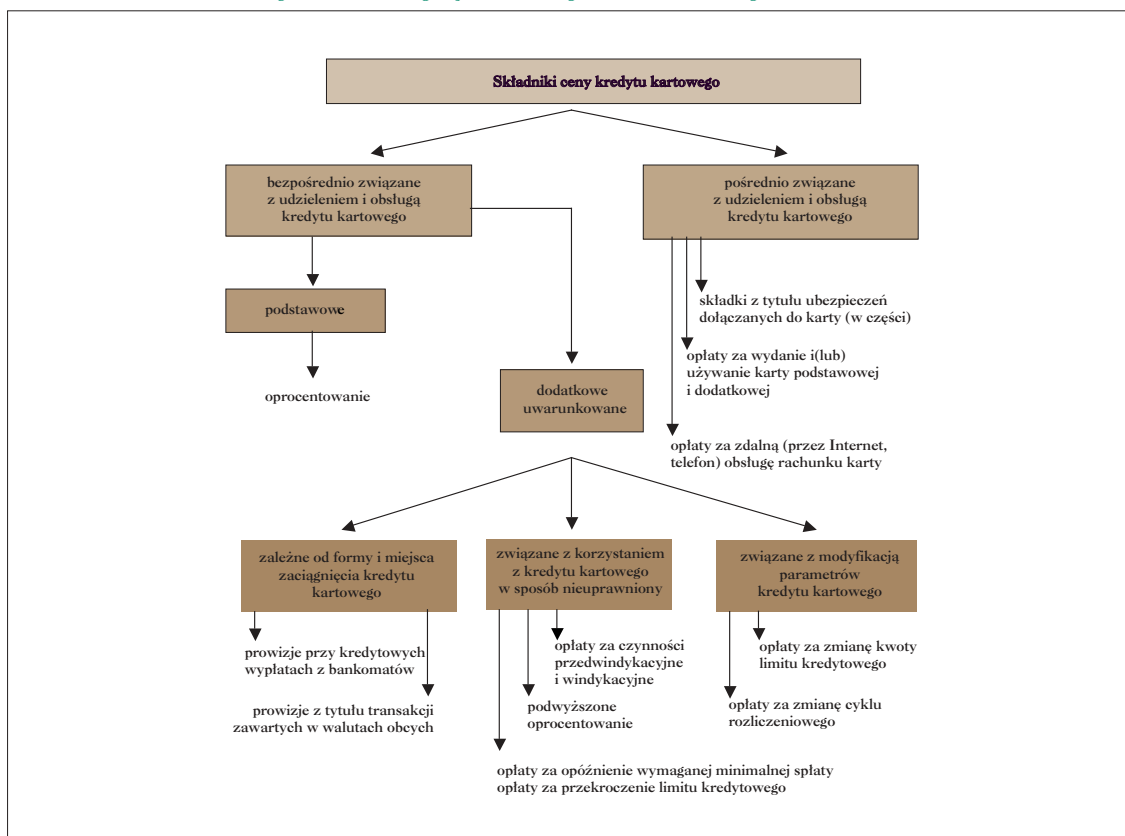
Poniżej przedstawiono podstawowe cechy oprocentowania jako elementu ceny kredytu kartowego.

- Oprocentowanie kredytu kartowego ma (zazwyczaj) zmienny charakter. Szczególnym wyjątkiem jest tzw. oprocentowanie promocyjne, przyznawane m.in. nowo pozyskanym klientom na krótki, np. 6-miesięczny okres – ma ono charakter stały.
- W cennikach oferowanych przez banki produktów i usług oprocentowanie kredytu kartowego jest podawane w stosunku rocznym i określane jako roczna nominalna stopa oprocentowania.
- Oprocentowanie kredytu kartowego jest naliczane w trybie dziennym od wielkości faktycznie wykorzystanego (a nie przyznanego) limitu kredytowego, od dnia realizacji transakcji gotówkowych lub

³ Ogólnie rzecz biorąc, wartość informacyjna RRSO, zwłaszcza dla przeciętnego konsumenta produktów i usług bankowych, jest dość ograniczona. Nie dotyczy to jednak RRSO wyliczanego dla kredytów kartowych.

⁴ Ustawa z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim, Dz.U. z 2001 r., nr 100, poz. 1081 z późn. zm., (art. 4 ust. 2, art. 16).

Schemat 1 Cena kredytu kartowego jako kategoria marketingowa



Uwaga: dużej części składników ceny kredytu kartowego przedstawionych na schemacie nie uwzględnia się przy szacowaniu rocznej rzeczywistej stopy jego oprocentowania.

Zródło: opracowanie własne.

zaksięgowania transakcji bezgotówkowych do dnia spłaty środków⁵.

- Oprocentowanie kredytu kartowego jest dopisywane do rachunku karty kredytowej jednorazowo, ostatniego dnia każdego 30- lub 31-dniowego (w zależności od długości miesiąca) cyklu (okresu) rozliczeniowego. Dzień ten określa się jako tzw. dzień rozliczeniowy lub jako dzień wystawienia wyciągu z rachunku karty. Cykl rozliczeniowy może, choć nie musi, pokrywać się z miesiącem kalendarzowym.

- Oprocentowanie kredytu kartowego uiszczane jest przez posiadaczy kart warunkowo. Mechanizm taki stosuje się w przypadku większości kart kredytowych. Posiadacz karty nie musi płacić odsetek od transakcji dokonanych kartą kredytową (w danym cyklu rozliczeniowym), jeżeli w całości spłaci powstałe w ich wyniku zadłużenie w okresie określanym jako tzw. *grace period*. W takim ujęciu *grace period* stanowi specyficzny składnik ceny kredytu kartowego i ma istotny wpływ na poziom rocznej rzeczywistej stopy oprocentowania kredytu kartowego.

Grace period (okres bezodsetkowy, okres prolongaty) jest podstawowym elementem konstrukcji kredytu kartowego, najsilniej decydującym o jego popularności wśród konsumentów (Żwiruk 2004b). W literaturze *grace period* jest na ogół definiowany jako maksymalny okres, w którym posiadacz karty kredytowej może korzystać z nieoprocenowanego kredytu kartowego. Kredyt ten zazwyczaj nie jest jednak w pełni darmowy (bezpłatny), przynajmniej w rozumieniu ustawy o kredycie konsumenckim.

W praktyce spotyka się dwa sposoby rozumienia pojęcia *grace period* – mówi się o *grace period* w węższym i szerszym rozumieniu. *grace period* w szerszym rozumieniu liczony jest od pierwszego dnia każdego cyklu rozliczeniowego i zazwyczaj wynosi średnio około 50 dni. *Grace period* w węższym rozumieniu liczony jest od dnia następującego po ostatnim dniu każdego cyklu rozliczeniowego, tj. dniu wystawienia wyciągu z rachunku karty.

Regułą jest, że korzystanie z *grace period* obejmuje wyłącznie zadłużenie z tytułu transakcji zrealizowanych w formie bezgotówkowej. Odsetki od zadłużenia z tytułu transakcji w bankomatach posiadacz karty musi uiścić w całości, niezależnie od terminu, w którym spłaci zaciągnięty w takiej formie kredyt.

Jako atrybut kredytowego produktu kartowego *grace period* jest bardzo często wykorzystywany do pozycjonowania kart kredytowych na rynkach

bankowości detalicznej, tj. określania ich pozycji (miejsca) w świadomości konsumentów. Wydłużanie *grace period* jest jedną z podstawowych metod walki konkurencyjnej na rynkach kart kredytowych, wykorzystywaną także w Polsce. Jej stosowanie pozwala na osiągnięcie najlepszych rezultatów zwłaszcza na młodych rynkach, takich jak rynek polski⁶.

Kształtowanie oprocentowania jako element polityki cenowej banków na rynku kart kredytowych

Polityka cenowa jest jednym z podstawowych elementów programów marketingowych realizowanych przez banki na rynkach finansowych. Przedmiotem polityki cenowej banków na rynku kart kredytowych są m.in. decyzje związane z kształtowaniem oprocentowania kredytów kartowych. Obejmują one w szczególności:

- wybór metody ustalania stopy oprocentowania kredytów kartowych,
- ustalanie i zmiany stopy oprocentowania kredytów kartowych (i powstałych w wyniku ich udzielania należności w sytuacji nieregularnej),
- różnicowanie stopy oprocentowania kredytów kartowych, według określonych przez bank kryteriów,
- dodatkowo ustalanie i zmiany długości *grace period* (często bezpośrednio powiązane z decyzjami o poziomie oprocentowania kredytów kartowych).

Praktyka pokazuje, że z kształtowaniem oprocentowania kredytów kartowych wiążą się trzy podstawowe problemy:

- wyboru jego poziomu – najlepszego z punktu widzenia banku, a jednocześnie ekonomicznie i moralnie uzasadnionego,
- precyzyjnego określenia warunków i zasad jego zmian, chroniącego interesy nie tylko banku (jak to jest praktykowane), ale także posiadaczy kart,
- precyzyjnego określenia kryteriów i zasad jego różnicowania.

Ze względu na znaczenie tych zagadnień w marketingu kart kredytowych warto je bardziej szczegółowo przeanalizować.

By uniknąć uznania niżej przedstawionych ocen za nieuprawnione bądź niesprawiedliwe, warto w tym miejscu przedstawić przyjętą w artykule interpretację pojęcia „moralnie uzasadniony poziom oprocentowania”. Jako moralnie uzasadniony będzie w artykule rozumiany taki poziom oprocentowania kredytów kartowych, który – w konkretnych warunkach rynkowych – nie zostanie uznany za niezgodny

⁵ W praktyce zasady naliczania oprocentowania kredytów kartowych czasami są bardziej skomplikowane. Zagadnienie to szczegółowo analizuje Blajer (2004).

⁶ Przykładem tego może być wprowadzony przez jeden z banków w 2004 r. w ramach akcji promocyjnej dla nowych klientów 116-dniowy *grace period*. Był on oceniany jako podstawowy akcelerator wzrostu sprzedaży kart kredytowych w tej instytucji. Zob. szerzej Myczkowska (2005b).

Tabela 1. Średnia roczna stopa oprocentowania kredytów kartowych na tle oprocentowania innych kredytów w Stanach Zjednoczonych w latach 1996-2005 (w %)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Oprocentowanie kredytów										
kartowych	15,6	15,8	15,7	15,2	15,8	14,9	13,4	12,3	12,7	12,5
Oprocentowanie										
48-miesięcznych pożyczek										
na nowe samochody	9,1	9	8,7	8,4	9,3	8,5	7,6	6,9	6,6	7,1
Prime rate*	8,3	8,4	8,4	8	9,2	6,9	4,7	4,1	4,3	6,2

*Podstawowa stopa procentowa, którą banki stosują, udzielając krótkoterminowych pożyczek swoim najlepszym, w pełni wiarygodnym klientom biznesowym.
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Banku Rezerwy Federalnej Stanów Zjednoczonych, zawartych w FRB (2006).

z dobrymi obyczajami i jednocześnie nie narusza przepisów prawa⁷. Za moralnie naganne zostanie więc uznane w szczególności pobieranie oprocentowania w powszechnym mniemaniu rażąco wygórowanego, przyczyniające się do osiągnięcia przez banki nadmiernych w danej sytuacji i nieuzasadnionych korzyści (co utożsamia się ze zjawiskiem lichwy) (Bodul Szymała 2006, s. 30). Oczywiście utrzymywania oprocentowania na takim poziomie nie będzie też można uznać za działanie ekonomicznie uzasadnione.

Czynniki wpływające na wysokość oprocentowania kredytów kartowych

Oprocentowanie kredytów kartowych jest zazwyczaj (choć nie zawsze) wyraźnie wyższe od oprocentowania innych kredytów dla ludności i przedsiębiorstw, a zwłaszcza kredytów hipotecznych. Jest tak m.in. w Stanach Zjednoczonych (zob. tabela 1), a także w Polsce (zob. tabela 2). W literaturze twierdzi się nawet, że rynki kart kredytowych (w wielu krajach)

są idealnym przykładem stosowania przez banki strategii wysokich cen (Szczepaniec 2004, s. 181). W wielu przypadkach praktyka, niestety, potwierdza słuszność tego poglądu⁸.

Stosowanie strategii wysokich cen pozwala bankom na uzyskiwanie niezwykle wysokich dochodów z udzielania i obsługi kredytu kartowego. Jednocześnie jednak prowokuje wielu polityków, a także ekonomistów do oskarżania banków o lichwę i brak poszanowania dobrych obyczajów kupieckich. Takie głosy, co najmniej w części zasadne, pojawiły się kilka lat temu także w Polsce. W tym kontekście warto się zastanowić, czy dla wysokiego oprocentowania kredytów kartowych, do niedawna obowiązującego w większości banków w Polsce, można znaleźć pełne ekonomiczne, a także moralne uzasadnienie.

Ogólnie rzecz biorąc, można powiedzieć, że o wysokim oprocentowaniu kredytów kartowych decyduje kilka czynników, mających różne źródła (Wąsowski 2004, s. 116; Myczkowska 2003; Morawiec-ka 2002). W szczególności są to:

⁷ Przyjmując taką interpretację, należy przyznać, że pojęcie „dobrych obyczajów” powszechnie uważa się za nieostre. Jak wskazuje się w literaturze: „napelnia się (ono) treścią dopiero w konkretnych sytuacjach” (Nowińska, du Vall 2001, s. 154).

⁸ Nie oznacza to jednak, że kredyt kartowy jest w każdych okolicznościach najdroższym kredytem konsumpcyjnym. Umiejętnie wykorzystywany może być dla indywidualnego klienta (dzięki istnieniu *grace period*) jedną z najtańszych form krótkoterminowego zadłużania się w banku.

Tabela 2. Oprocentowanie kredytów kartowych na tle oprocentowania innych kredytów dla ludności w Polsce w latach 2004-2006 (w %)

...według stanu na dzień...	Średnie oprocentowanie zmienne w skali roku*...				
	...udzielanych w zł kredyt kartowy	...kredyt odnawialny w ROR	...kredyt gotówkowy	...kredyt na zakup nowego pojazdu	...kredyt na zakup używanego pojazdu
25 VIII 2004	b.d.	b.d.	16,08	12,67	13,85
18 XI 2004	23,37	14,03	16,33	12,58	13,88
18 II 2005	23,37	13,89	16,18	12,33	13,79
20 V 2005	23,27	13,81	16,34	11,64	13,59
19 VIII 2005	22,73	13,67	15,41	11,03	13,27
18 XI 2005	22,10	13,57	15,34	10,44	13,01
20 II 2006	21,83	13,62	14,86	10,44	12,85
20 III 2006	20,16	13,46	14,81	10,47	12,85

* Wyznaczane jako średnia arytmetyczna dla danego rodzaju oprocentowania.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: Portfel.pl (2004a; 2004b; 2005a; 2005b; 2005c; 2005d; 2006a; 2006b).

A. Stosunkowo duża dostępność kredytów kartowych (małe sformalizowanie procesu kredytowania). Kredyty kartowe często uważa się za jedne z najłatwiej dostępnych kredytów konsumpcyjnych. Przy ich przyznawaniu (w standardowych przypadkach) stosuje się uproszczone procedury kredytowe, a czynności kontrolne banków po wydaniu karty są ograniczone do niezbędnego minimum. Cechą wyróżniającą kredyty kartowe są również niewielka liczba i duża dostępność dokumentów załączanych do wniosku o wydanie karty kredytowej i wynikająca z tego łatwość ich gromadzenia.

B. Udzielanie kredytów kartowych często anonimowym konsumentom (dla banku emitenta), dotąd niemającym z nim żadnych relacji (w szczególności niekorzystającym z ROR). Brak wcześniejszych relacji produktowych pozbawia banki płynącej z nich wiedzy o klientach, to zaś utrudnia bankom właściwe oszacowanie wiarygodności kredytowej osób ubiegających się o wydanie karty kredytowej.

C. Względnie liberalne (na tle innych kredytów) podejście banków do ustanawiania prawnych zabezpieczeń spłaty kredytów kartowych. Kredyty kartowe uważa się za kredyty słabo zabezpieczone. Przy ich udzielaniu nie stosuje się (w standardowych przypadkach) najpopularniejszych prawnych zabezpieczeń spłaty kredytów konsumpcyjnych. Chodzi tu w szczególności o weksel *in blanco* i poręczenie (stosowane przy kredytach i pożyczkach gotówkowych) oraz bankowy zastaw rejestrowy i przewłaszczenie na zabezpieczenie (stosowane przy kredytach ratalnych). Podstawowym zabezpieczeniem spłaty kredytów kartowych są dochody uzyskiwane przez posiadacza karty kredytowej. Zabezpieczenie to może się okazać niedostateczne (co często się zdarza), ponieważ poziom dochodów konsumentów i jego zmiany rzadko są w pełni przewidywalne⁹.

D. Ogólnikowo określone lub w ogóle nieokreślone przeznaczenie środków pieniężnych udostępnianych posiadaczowi karty w ramach limitu kredytu kartowego. Przedmiot kredytu udzielonego za pomocą karty kredytowej praktycznie nigdy nie jest w pełni i jednoznacznie określony. W umowach zawieranych przez banki z osobami ubiegającymi się o wydanie karty pojawia się, i to tylko czasami, jedynie ogólny zapis mówiący o „przeznaczeniu środków udostępnianych w ramach limitu kredytu kartowego na cele konsumpcyjne”. Takie określenie celu kredytu kartowego (lub jego brak) utrudnia (lub nawet uniemożliwia) bankom kontrolę sposobu jego wykorzystania. Tym samym może zmniejszyć prawdopodobieństwo, że nastąpi to w sposób racjonalny. Gwarancja racjonalnego wykorzystania kredytu jest zaś

formą ekonomicznego zabezpieczenia jego spłaty (Janiak 2002, s. 57).

E. Brak ściśle określonego harmonogramu spłaty kredytów kartowych. W umowach zawieranych przez banki z osobami ubiegającymi się o wydanie karty kredytowej zazwyczaj ustala się jedynie ostateczny termin zwrotu kredytu kartowego (pokrywa się on z dniem, w którym upływa okres ważności karty kredytowej, wynoszący najczęściej 24 miesiące). Z reguły nie określa się jednoznacznie i szczegółowo (jak np. w przypadku kredytów ratalnych) pełnego harmonogramu spłat kredytu kartowego. W umowie osoba ubiegająca się o wydanie karty zobowiązuje się jedynie do uregulowania co miesiąc tzw. kwoty wymaganej minimalnej spłaty. Jest ona zazwyczaj wyrażona procentowo, a jednocześnie ograniczona „od dołu” kwotowo. W większości banków w Polsce stanowi 5–10% kwoty całego zadłużenia (ale nie mniej niż 30–50 zł). Przyjęcie takiej zasady, podobnie jak nieokreślenie celu kredytu kartowego, utrudnia bankom kontrolę sposobu jego wykorzystania.

F. Brak w pełni rozwiniętego ogólnokrajowego systemu informacji o osobach zadłużonych i mających problemy ze spłatą kredytów i pożyczek pieniężnych oraz instytucji zarządzającej tymi danymi (ma to szczególne znaczenie w przypadku udzielania łatwo dostępnych kredytów, takich jak kredyty kartowe). Obecnie w Polsce zadania takie realizuje Biuro Informacji Kredytowej SA, jednak działa od niedawna i nie zgromadziło wystarczającej ilości informacji o zachowaniach konsumentów na rynkach kredytowych). Poza tym nie wszystkie banki z nim współpracują. Podobną rolę odgrywa Bankowy Rejestr, zwany „czarną listą”, prowadzony przez Związek Banków Polskich¹⁰.

Wszystko to wpływa na ryzyko kredytowe ponoszone przez banki udzielające kredytów kartowych. Jest ono relatywnie wyższe niż w przypadku innych kredytów konsumpcyjnych i często skutkuje wyższymi kosztami obsługi kredytów kartowych. Koszty te wiążą się m.in. z:

- brakiem spłaty w ustalonych terminach pewnego odsetka kredytów kartowych,
- tworzeniem i utrzymywaniem przez banki rezerw na należności w sytuacji nieregularnej, powstałe w wyniku udzielania kredytów kartowych (w Polsce udział zagrożonych kredytów kartowych w całkowitej puli udzielonych kredytów kartowych jest na razie stosunkowo niewielki, jednak należy się spodziewać, że relacja ta będzie się pogarszać),

⁹ Z tego powodu banki coraz częściej dołączają do kart kredytowych ubezpieczenia spłaty kredytów kartowych.

¹⁰ Szczegółowo działalność Biura Informacji Kredytowej SA i sposób funkcjonowania poszczególnych baz danych prowadzonych przez Związek Banków Polskich opisuje Capięga (2006, s. 97–107). W pełni aktualne informacje o działalności BIK SA znajdują się na jego stronie internetowej (<http://www.bik.pl>).

– podejmowaniem przez banki czynności windykacyjnych w przypadku korzystania przez posiadacza karty z kredytu kartowego w sposób niezgodny z regulaminem i umową.

Wysoka cena kredytów kartowych jest zatem dla banków premią za ryzyko podejmowane wraz z wydaniem karty kredytowej i przyznaniem limitu kredytu kartowego. Na poziom tej premii duży wpływ mają również siła przetargowa banków i intensywność rywalizacji na danym rynku kart kredytowych. Dla rynków kart kredytowych będących na wstępnym etapie rozwoju charakterystyczne są małe nasilenie konkurencji i znaczna siła przetargowa często nielicznych emitentów kart. Stanowią one kolejny, w praktyce bardzo istotny, czynnik skłaniający emitentów do utrzymywania oprocentowania kredytów kartowych na bardzo wysokim poziomie¹¹. Praktyki takie stosowały także banki w Polsce w latach 1997–2002, kiedy rynek był zdominowany przez jednego ze światowych liderów w zakresie emisji kart kredytowych. Należy je ocenić negatywnie. Można nawet sądzić, że były jednym z podstawowych czynników hamujących rozwój rynku kart kredytowych w Polsce. Wydaje się bowiem, że niezwykle wysokie oprocentowanie, co dość naturalnie, zmniejszało skłonność konsumentów do zaciągania (oprocenowanych) kredytów kartowych.

Do trzeciej grupy czynników oddziałujących na wzrost oprocentowania kredytów kartowych należą:

A. Istnienie *grace period*, co w mniejszym bądź większym stopniu ogranicza faktyczne przychody banków z odsetek od kredytów kartowych. Twierdzi się nawet, że istnieje niepisana, ale powszechnie akceptowana zasada, zgodnie z którą kredyt kartowy jest relatywnie drogi, ale przez określony czas nieoprocenowany (w niektórych bankach w Polsce długość *grace period* – w szerszym rozumieniu – sięga nawet 58 dni¹², z reguły jednak mieści się w przedziale 45–56 dni). Oczywiście realny wpływ *grace period* na wielkość przychodów odsetkowych zależy od jego długości oraz sposobu wykorzystania przez posiadaczy kart kredytowych.

B. Niewystarczająca aktywność posiadaczy kart kredytowych (korzystających z *grace period*) w zakresie płatności bezgotówkowych. Nie pozwala to bankom na skompensowanie niższych faktycznych przychodów odsetkowych wyższymi przychodami ze wspomnianych opłat *interchange* (jest to dość powszechna praktyka na dobrze rozwiniętych rynkach kart kredytowych).

C. Nieodpłatne dodawanie do kart kredytowych specjalnych przywilejów (jak np. rabaty przy zakupach opłaconych kartą) oraz usług (jak np. ubezpieczenie najniższej ceny). Powoduje to wzrost kosztów związanych z emisją i obsługą kart.

Dla poziomu oprocentowania kredytów kartowych duże znaczenie ma również to, że ich wykorzystanie jest uprawnieniem, a nie obowiązkiem posiadacza karty kredytowej (Janiak 2002, s. 58). Oznacza to, że w okresie ważności karty może on, ale nie musi, jedno- lub wielokrotnie (wobec odnawialnego charakteru kredytów kartowych) korzystać z przyznanego limitu kredytowego bądź jego części. W związku z tym bank mimo postawienia środków do dyspozycji posiadacza karty („zarezerwowania” ich) może nigdy nie uzyskać z tego tytułu wynagrodzenia w postaci odsetek. Może też uzyskać niższe odsetki, niż zakładał, co ma określony wpływ na rentowność działalności kredytowej (Rogoń 2003, s. 41). Prawdopodobieństwo tego zwiększa konstrukcja kredytu kartowego, która przewiduje wspomniany okres bezodsetkowy (*grace period*).

Wszystkie przywołane wyżej argumenty mogły do niedawna stanowić, przynajmniej częściowe, ekonomiczne uzasadnienie wysokiego poziomu oprocentowania kredytów kartowych w Polsce (wydaje się jednak, że dziś w coraz mniejszym stopniu wystarczające). Można powiedzieć, że banki oczekiwały odpowiedniej rekompensaty z tytułu charakteru kredytów kartowych i związanego z nimi ryzyka wyższego niż obecnie. Jej formą były omawiane wysokie oprocentowanie (przede wszystkim), a także w pewnym stopniu opłaty za wydanie i (lub) używanie kart.

Argumenty te nie wystarczają jednak, by wykażać zasadność poziomu tego oprocentowania na gruncie moralnym. Praktyka pokazuje zaś, że obowiązującego w 2005 r. poziomu oprocentowania kredytów kartowych w wielu przypadkach nie można było uznać za moralnie usprawiedliwiony. Skutkiem m.in. tego stanu rzeczy stało się uchwalenie w Polsce ustawy antylichwiarskiej (kwestie te zostaną rozwinięte w dalszej części artykułu).

Warunki i zasady zmiany oprocentowania kredytów kartowych

Jak już wspomniano, odsetki od kredytów kartowych zazwyczaj naliczane są według zmiennej stopy procentowej. Zastrzeżenie sobie przez banki prawa do zmiany oprocentowania kredytów kartowych (w okresie umownym) ma na celu zmniejszenie ponoszonego przez nie ryzyka procentowego. Pozwala im na przetrzucenie na posiadaczy kart możliwych, niekorzystnych skutków zmian rynkowych stóp procentowych.

¹¹ Z drugiej strony można zauważyć, że silny wzrost konkurencji na rynku kart kredytowych i poprawa pozycji negocjacyjnej konsumentów mogą spowodować szybki i głęboki spadek średniego oprocentowania kredytów kartowych.

¹² W takim przypadku jego koniec wyznacza 28. (lub 27.) dzień (w zależności od długości miesiąca) od daty wystawienia wyciągu z rachunku karty kredytowej za poprzedni cykl rozliczeniowy (tzw. dzień spłaty).

Zmienny charakter oprocentowania kredytów kartowych wpływa zatem na wzrost konsumenckiego ryzyka korzystania z karty kredytowej. Jego redukcji mogą służyć m.in. postanowienia zawarte w regulaminach wydawania i używania kart kredytowych, określające warunki zmiany oprocentowania kredytów kartowych. Obowiązek wskazania tych warunków nakłada na banki ustawa z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim¹³ (jak wspomniano, kredyty kartowe są kredytami konsumenckimi w rozumieniu tej ustawy). Powinno to nastąpić w umowach zawieranych przez bank z osobami ubiegającymi się o wydanie karty kredytowej. Często zdarza się jednak, że kwestie te zostają uregulowane w regulaminach wydawania i używania kart kredytowych. Wiąże się to z tym, że banki traktują te regulaminy jako integralną część rzeczonych umów.

Precyzyjne wskazanie w regulaminach wydawania i używania kart kredytowych przesłanek uprawniających bank do zmiany oprocentowania kredytu kartowego jest o tyle istotne, że korzystanie z niego jest procesem rozłożonym w czasie. W związku z tym posiadacz karty potrzebuje pewnego rodzaju gwarancji, że w przyszłości cena kredytu kartowego nie ulegnie znacznym, nieuzasadnionym zmianom.

Szczegółowa analiza paragrafów dotyczących oprocentowania kredytów kartowych (zawartych w regulaminach) pozwala dostrzec, że brak tam jednoznacznych i precyzyjnych sformułowań określających podstawy i zasady jego zmian¹⁴. Banki, opracowując regulaminy, wykorzystują bowiem ogólnikowość sformułowań zawartych w cytowanym przepisie ustawy o kredycie konsumenckim. Występuje tu analogiczna sytuacja jak w przypadku regulaminów prowadzenia rachunków terminowych lokat oszczędnościowych dla osób fizycznych. Podstawowe mankamenty regulaminów wydawania i używania kart kredytowych to:

A. Wskazywanie stosunkowo szerokiego wachlarza przesłanek uprawniających bank do zmiany oprocentowania kredytów kartowych. W niektórych regulaminach wymienia się nawet 7 lub 8 czynników (lub grup czynników), których zmiany mogą być podstawą zmiany oprocentowania kredytów karto-

wych. Zalicza się do nich w szczególności tzw. parametry rynku finansowego, takie jak:

- poziom (stopa) inflacji,
- ustalana przez Radę Polityki Pieniężnej (RPP) stopa oprocentowania kredytu redyskontowego udzielanego przez Narodowy Bank Polski (NBP),
- ustalana przez RPP stopa oprocentowania kredytu lombardowego udzielanego przez NBP,
- ustalana przez RPP stopa referencyjna, wyznaczająca minimalną rentowność 14-dniowych bonów pieniężnych, wykorzystywanych w ramach operacji otwartego rynku,
- ustalana przez RPP stopa rezerw obowiązkowych, wysokość ich oprocentowania i zasady odprowadzania,
- stopy rentowności bonów skarbowych i obligacji emitowanych przez Skarb Państwa reprezentowany przez Ministra Finansów,
- stopy WIBOR, określające oprocentowanie krótkoterminowych kredytów udzielanych na rynku międzybankowym,
- stopy WIBID, określające oprocentowanie krótkoterminowych lokat przyjmowanych na rynku międzybankowym.

Pozytywnie można ocenić jedynie sposób ich wyliczenia. W większości przypadków nie ma ono charakteru przykładowego, lecz zamknięty (przynajmniej teoretycznie).

B. Dość ogólnikowe lub bardzo ogólnikowe określanie niektórych przesłanek uprawniających bank do zmiany oprocentowania kredytów kartowych. Przykładowo, w jednym z banków podstawą zwiększenia oprocentowania kredytów kartowych mogą być zmiany „cen środków pozyskiwanych przez bank na rynkach finansowych”, a w innym zmiany „aktualnej sytuacji rynkowej”.

C. Wskazywanie przesłanek uprawniających bank do zmiany oprocentowania kredytów kartowych, niemających związku lub wyłącznie pośrednio związanych z działalnością na rynku kart. Przykładowo, w jednym z banków podstawą zwiększenia oprocentowania kredytów kartowych mogą być zmiany „dochodów z lokowania środków pieniężnych”.

D. Brak określenia minimalnych zmian parametrów rynkowych, stanowiących podstawę zmiany oprocentowania kredytów kartowych, i ich wzajemnych relacji. Teoretycznie powodem znacznego zwiększenia oprocentowania kredytów kartowych może być zmiana stawki 3-miesięcznego WIBOR o 0,001 punktu procentowego (WIBOR, o czym przy tej okazji warto przypomnieć, może zmieniać się codziennie).

E. Sformułowania niegwarantujące, że zmiany oprocentowania kredytów kartowych nastąpią zgod-

¹³ Ustawa z dnia 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim. Dz.U. z 2001 r., nr 100, poz. 1081 z późn. zm. (art. 4 ust. 2). Dotyczący tej kwestii przepis został sformułowany dość ogólnikowo („Umowa powinna zawierać następujące dane: [...] roczną stopę oprocentowania oraz warunki jej zmiany”). Analogiczny obowiązek wynika ze wspomnianej ustawy Prawo bankowe (art. 69, ust. 2). Jednak jej przepisy stosuje się do umów kredytu i pożyczki pieniężnej, zawieranych przez bank zgodnie z przepisami ustawy o kredycie konsumenckim, tylko w zakresie nieuregulowanym w tej ustawie.

¹⁴ Przygotowując niniejszy artykuł, przeanalizowano regulaminy wydawania i używania kart kredytowych (dla osób fizycznych) wszystkich głównych wydawców kart w Polsce. Ich pełna lista ujęta jest w bibliografii. Opracowanie odzwierciedla postanowienia regulaminów według stanu na dzień 24 marca 2006 r. W 2002 r. podobną analizę przeprowadził Blajer (2002).

Tabela 3. Zmiany wybranych atrybutów podstawowych wypukłych kart kredytowych na tle zmian rynkowych stóp procentowych w Polsce w latach 2001-2006*

Karta kredytowa	Długość grace period (dni)			Standardowe oprocentowanie kredytu kartowego dla transakcji w formie bezgotówkowej (%)			Stopa referencyjna ustalana przez Radę Polityki Pieniężnej (%)		
	2 VII 2001	16 VI 2005	24 III 2006	2 VII 2001	16 VI 2005	24 III 2006	2 VII 2001	16 VI 2005	24 III 2006
Visa Classic banku nr 1	51	54	54	31,42	29,92	22			
Visa Silver banku nr 2	45	54	54	39,96	37,8	21,96			
Visa Classic banku nr 3	45	51	51	29,9	29,9	21,9	15,5	5,5	4
Visa Classic banku nr 4	50	50	50	30	30	21,9			

* Uwzględniono wyłącznie podstawowe wypukłe karty kredytowe poszczególnych banków, emitowane w okresie od lipca 2001 r. do marca 2006 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z: „Gazety Wyborczej” z 3 lipca 2001 r. i „Gazety Prawnej” z 17-19 czerwca 2005 r. oraz stron internetowych banków.

nie z kierunkiem zmian parametrów rynkowych będących do tego podstawą (np. stosownie do kształtowania się stóp procentowych NBP). Powoduje to, że od banku zależy sposób reakcji na zmiany na rynkach finansowych. Oznacza to, że np. wyraźnemu spadkowi stopy referencyjnej NBP nie musi towarzyszyć nawet niewielki spadek oprocentowania kredytów kartowych.

F. Traktowanie zmian oprocentowania kredytów kartowych jako jednostronnego uprawnienia, nie zaś zobowiązania banku do określonych zachowań na rynku kart kredytowych. Wyrazem tego są pojawiające się w regulaminach sformułowania, takie jak: „bank zastrzega sobie prawo”, „bank jest uprawniony”. Sankcjonują one nierówność stron umów zawieranych przez banki z osobami ubiegającymi się o wydanie karty¹⁵.

Wszystko to w zasadzie uniemożliwia posiadaczom kart kredytowych prognozowanie kierunku i skali zmian oprocentowania kredytów kartowych. Bankom pozwala natomiast na praktycznie w pełni swobodne kształtowanie jego poziomu. Nie jest więc spełniona, traktowana w artykule jako ważny postulat dotyczący polityki cenowej, zasada jednoczesnej ochrony ekonomicznych interesów banków i posiadaczy kart. Nie znaczy to oczywiście, że banki nągminnie wykorzystują zastrzeżone sobie prawa. Sformułowania zawarte w regulaminach pozostawiają im jednak taką możliwość.

Powyższe negatywne obserwacje nie dotyczą oczywiście wszystkich banków, ale niestety sporej ich części. Znamienne jest, że ze wszystkich przeanalizowanych regulaminów tylko w jednym bank deklaruje, iż zmieniając oprocentowanie kredytów kartowych, będzie się kierował: „zasadami należyłości i dobrych obyczajów kupieckich”. Pokazuje to, że banki, nawet jeśli widzą problem ustalania oprocentowania kredytów kartowych, to wyłącznie w kontekście prawnym. Nie dostrzegają zaś moralnego wymiaru tego zagadnienia.

Formułując taką opinię, należy podkreślić, że postanowień przeanalizowanych regulaminów zazwyczaj nie można uznać za niezgodne z literą prawa. Można je jednak uznać za niezgodne z duchem prawa i dobrymi obyczajami kupieckimi. Co pozwala na taki osąd? W zamyśle ustawodawcy wspomniany przepis ustawy o kredycie konsumenckim miał zapewnić lepszą ochronę konsumentów (będących z definicji słabszą stroną umów zawieranych z bankiem na rynkach finansowych) przed niemającymi podstaw zmianami oprocentowania kredytu kartowego. Tymczasem banki, kształtując postanowienia regulaminów tak, jak to wyżej pokazano, celowo wypaczają intencje ustawodawcy. Jednocześnie łamią dobry obyczaj kupiecki, który nakazuje precyzyjnie informować kontrahenta o cenowych warunkach transakcji i ich możliwych zmianach, literalnie nie naruszając jednak samego przepisu.

Przyjęta przez banki „interpretacja” treści rzeczonożego przepisu powoduje, że jego stosowanie przyczynia się wyłącznie do ochrony ich interesów, może zaś skutkować naruszeniem praw konsumentów. Wszystko to może świadczyć o niedocenianiu przez banki znaczenia etyki biznesu jako składnika zachowań rynkowych. Podejście takie należy ocenić negatywnie, zwłaszcza że banki jako instytucje zaufania publicznego powinny zachowywać się pod tym względem bez zarzutu.

Praktyka pokazuje, że stopa oprocentowania kredytów kartowych często jest w niewielkim stopniu skorelowana ze stopami procentowymi ustalonymi przez bank centralny w kraju emitenta karty. Korelacja tych wielkości zazwyczaj jest wyraźnie mniejsza niż korelacja oprocentowania innych kredytów dla ludności, zwłaszcza hipotecznych, ze stopami procentowymi danego banku centralnego. Przejawia się to tym, że banki, przykładowo:

- nie obniżają oprocentowania kredytów kartowych wraz ze spadkiem stóp procentowych banku centralnego lub
- obniżają oprocentowanie kredytów kartowych w stopniu niewspółmiernym do spadku stóp procentowych banku centralnego.

¹⁵ Już w 2003 r. problem ten podnoszony był przez Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową (IBnGR) w odniesieniu do umów rachunku bankowego (IBnGR 2003, s. 25-31).

Zjawisko takie występuje w szczególności na rynkach kart kredytowych charakteryzujących się niskim natężeniem konkurencji, czego przykładem do niedawna był polski rynek (zob. tabela 3). Jednak silny wzrost konkurencji w pewnym stopniu eliminuje także takie zachowania.

Kryteria i zasady różnicowania oprocentowania kredytów kartowych

Jednym z podstawowych elementów polityki cenowej banków na rynku kart kredytowych jest różnicowanie oprocentowania kredytów kartowych. Banki stosują taką taktykę, aby zrealizować swoje cele marketingowe na rynku kart, w szczególności:

- pozyskać nowych klientów korzystających z kart kredytowych,
- zwiększyć skłonność posiadaczy (i użytkowników) kart kredytowych do korzystania z ich funkcji płatniczej i zaciągania (oprocentowanych) kredytów kartowych,
- premiować lojalnych posiadaczy kart kredytowych, korzystających z innych produktów i usług banku.

Do niedawna podstawowym kryterium różnicowania oprocentowania kredytów kartowych, wykorzystywanym przez część banków w Polsce, była forma ich zaciągnięcia. Zgodnie z powszechnie przyjętą zasadą, niższe odsetki naliczane były od kredytów udzielanych w formie bezgotówkowej, wyższe od kredytów w formie gotówkowej¹⁶. Do momentu wejścia w życie wspomnianej ustawy antylichwiarskiej związane z tym różnice dochodziły nawet do 10 punktów procentowych. Obecnie są one znacznie niższe, a znaczenie analizowanego kryterium wyraźnie zmalało.

Odmienne – na preferencyjnych zasadach – ustala się również poziom oprocentowania kredytu zaciąganego przez posiadaczy kart kredytowych w celu spłaty zadłużenia z tytułu kredytu kartowego w innym banku. Z takiej możliwości mogą skorzystać konsumenci nabywający kartę kredytową określonego banku i jednocześnie rezygnujący z dotąd wykorzystywanej karty (innego banku). Usługę taką, polegającą na przeniesieniu zadłużenia z jednej karty kredytowej na inną, określa się jako tzw. *balance transfer*. Na rozwiniętych rynkach kart kredytowych jest ona standardem, w Polsce dopiero zaczyna się rozwijać. Wobec szybkiego nasilania się konkurencji na rynku kart kredytowych w Polsce należy się spodziewać silnego wzrostu jej znaczenia.

Niektóre banki stosują preferencyjne oprocentowanie kredytów kartowych także wobec swoich klientów, tj. osób jednocześnie korzystających z ROR. Dodatkowymi warunkami skorzystania z takiej oferty mogą być w szczególności:

- systematyczne wpłaty, przez określony czas, na rachunek osoby ubiegającej się o kartę kredytową oraz
- niewystępowanie na tym rachunku niedopuszczalnego salda debetowego w czasie poprzedzającym wydanie karty kredytowej.

Na rozwiniętych rynkach kart kredytowych powszechną praktyką jest także różnicowanie (lub nawet dynamiczne różnicowanie) oprocentowania kredytów kartowych ze względu na historię kredytową klienta. Działania tego rodzaju określa się jako tzw. *risk-based pricing* (*behaviour based-pricing*). Przy oferowaniu kart (nawet tego samego typu) na takich zasadach na korzystniejsze oprocentowanie mogą liczyć konsumenci legitymujący się lepszą i dłuższą historią kredytową oraz wyższą zdolnością kredytową. Co więcej, w okresie korzystania z karty ich zdolność kredytową jest nieustannie monitorowana (co jest formą *scoringu behawioralnego*). Na tej podstawie (np. w Stanach Zjednoczonych) na bieżąco zmienia się oprocentowanie kredytów kartowych (Zwiruk 2004a; Pieczkowski 1999, s. 30–32).

W Polsce te ostatnie techniki różnicowania cen kredytów kartowych nie są dotąd zbyt rozpowszechnione. Posługiwanie się nimi wymaga od banków dobrej współpracy z biurami (agencjami) informacji kredytowej i dokonania pogłębionej segmentacji rynku. Elementem tego procesu jest stworzenie przez bank stale aktualizowanych tzw. baz wiedzy o posiadaczach kart, umożliwiających tworzenie ich indywidualnych profili (profilu zachowań). Są one niezbędne do efektywnego różnicowania oprocentowania kredytów kartowych.

Brak zróżnicowania oprocentowania kredytów kartowych ze względu na historię kredytową klientów należy – w kategoriach etycznych i biznesowych – ocenić negatywnie. W praktyce prowadzi to do tego, że posiadacze kart o wyższej wiarygodności kredytowej, przynajmniej pośrednio, ponoszą koszty obsługi kredytów kartowych niespłaconych (lub spłaconych z opóźnieniem). Sytuacja taka wiąże się z tym, że banki, stosując jednakowe oprocentowanie kredytów kartowych, „uśredniają” ponoszone ryzyko kredytowe. Ryzyko to może mieć inny poziom w przypadku każdej operacji kredytowej. Narzucane wszystkim posiadaczom kart (tego samego typu) jednakowe, często bardzo wysokie, oprocentowanie jawi się więc jako forma „kary” nakładanej na najlepszych, najbardziej wiarygodnych klientów. Taki sposób postępowania trudno uznać za racjonalny. Klienci w nowoczesnych koncepcjach marketingowych są

¹⁶ W kontekście funkcji karty kredytowej stopę oprocentowania kredytu udzielonego w formie bezgotówkowej należy w takim przypadku traktować jako podstawową.

Tabela 4. Przykłady różnicowania oprocentowania kredytów kartowych w wybranych bankach w Polsce. Stan na 24 marca 2006 r. (w %)

Stosowane typy oprocentowania	Nominalna roczna stopa oprocentowania kredytu kartowego
* Forma zaciągnięcia kredytu oraz nabycie karty kredytowej jako kryterium różnicowania oprocentowania	
– oprocentowanie (promocyjne) kredytu kartowego dla pierwszych 6 cykli rozliczeniowych (liczonych od daty nabycia karty kredytowej)	9,99
– oprocentowanie (standardowe) kredytu kartowego dla transakcji zrealizowanych w formie bezgotówkowej	19,9
– oprocentowanie (standardowe) kredytu kartowego dla transakcji zrealizowanych w formie gotówkowej	21,9
* Niekorzystanie z innych usług i produktów finansowych banku jako kryterium różnicowania oprocentowania	
– oprocentowanie (specjalne) kredytu kartowego dla posiadaczy ROR	19,9
– oprocentowanie (standardowe) dla kart kredytowych wydanych na warunkach ogólnych	21,9
* Wartość dokonanych transakcji w cyklu rozliczeniowym jako kryterium różnicowania oprocentowania	
– oprocentowanie kredytu kartowego w przypadku, gdy suma płatności w cyklu rozliczeniowym jest mniejsza bądź równa 900 złotych	19
– oprocentowanie kredytu w przypadku, gdy suma płatności w cyklu rozliczeniowym jest większa niż 900 złotych, ale mniejsza bądź równa 3000 złotych	18,5
– oprocentowanie kredytu w przypadku, gdy suma płatności w cyklu rozliczeniowym jest większa niż 3000 złotych	18

* Uwzględniono wyłącznie podstawowe wypukłe karty kredytowe poszczególnych banków, emitowane w okresie od lipca 2001 r. do marca 2006 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z: „Gazety Wyborczej” z 3 lipca 2001 r. i „Gazety Prawnej” z 17-19 czerwca 2005 r. oraz stron internetowych banków.

przecież traktowani jako jeden z podstawowych niematerialnych aktywów banku. Wartość „dobrych” klientów, jako składnika aktywów, jest oczywiście wyższa niż wartość klientów „złych”, ryzykownych. Naturalne jest więc, że „dobrych” klientów powinno się nagradzać, premiować w celu pogłębienia wzajemnych relacji, a nie „karać”.

W Polsce słabo rozwinięte jest także różnicowanie oprocentowania kredytów kartowych związane ze stosowaniem tzw. elastycznych taryf. Podstawy kształtowania elastycznych taryf stwarza uwzględnienie przez bank w polityce cenowej wspomnianej możliwości rozbicia ceny kredytu kartowego. W praktyce sprowadza się to do manipulowania jej składnikami, w szczególności oprocentowaniem i opłatami za używanie kart. W takim przypadku konsumentom oferuje się karty kredytowe z:

a) niską opłatą za używanie i wysokim oprocentowaniem kredytu – jest to rozwiązanie korzystne dla posiadaczy kart kredytowych spłacających całość zadłużenia w *grace period*; w nomenklaturze bankowej tę grupę osób określa się jako tzw. nierewolwerowców (ang. *non-revolvers*) lub tzw. transaktorów (ang. *transactors*);

b) wysoką opłatą za używanie i niskim oprocentowaniem kredytu – jest to rozwiązanie korzystne dla posiadaczy kart kredytowych niespłacających przynajmniej części zadłużenia w *grace period*; w nomenklaturze bankowej osoby zaciągające kredyt na okres przekraczający *grace period* określa się jako tzw. rewolwerowców (ang. *revolvers*).

Stosowane są również rozwiązania pośrednie. Pełną ofertę kart kredytowych, „skrojoną na miarę”, ma obecnie tylko jeden bank w Polsce.

Innym stosowanym już w Polsce sposobem różnicowania oprocentowania kredytów kartowych jest różnicowanie ze względu na stopień aktywności posiadacza karty. W takim przypadku poziom oprocentowania zazwyczaj uzależnia się od wielkości wykorzystanego przez niego (w danym cyklu rozliczeniowym) limitu kredytowego. Regułą jest premiowanie aktywnych posiadaczy kart – tj. takich, którzy w danym cyklu rozliczeniowym zawierają transakcje na stosunkowo duże kwoty. Dokonuje się tego, oferując im specjalne, niższe oprocentowanie kredytów kartowych. Może ono być naliczane od całości zadłużenia bądź jego nadwyżki ponad określoną kwotę. Coraz częściej banki wprowadzają także odrębną, niższą stawkę oprocentowania dla osób mających zadłużenie z tytułu kredytu kartowego, chcących spłacać je w ratach.

Różnicowanie oprocentowania kredytów kartowych jest również powszechnie wykorzystywane przez banki jako chwyt marketingowy w akcjach promocyjnych na rynku kart kredytowych. Stosują je przede wszystkim w celu szybkiego zwiększenia sprzedaży kart kredytowych. W takich przypadkach preferencyjne oprocentowanie (zdarza się, że nawet zerowe) oferuje się nowo pozyskanym klientom. Okres jego obowiązywania z reguły nie przekracza kilku miesięcy (kilku cykli rozliczeniowych od dnia wydania karty). By go uzyskać, posiadacze kart czasami muszą spełnić dodatkowe warunki stawiane przez bank. Przykłady różnicowania oprocentowania kredytów kartowych w wybranych bankach w Polsce zaprezentowano w tabeli 4.

Szczególną kategorią oprocentowania kredytu kartowego jest tzw. oprocentowanie należności prze-

terminowanych. Jest ono jedną z dwóch podstawowych (oprócz opłat za opóźnienie spłaty i przekroczenie limitu kredytowego) form karania posiadaczy kart posługujących się nimi w sposób nieuprawniony. Ma więc charakter dyscyplinujący.

Naliczane przez banki oprocentowanie należności przeterminowanych do niedawna było o około 10 punktów procentowych wyższe od podstawowej stopy oprocentowania kredytu kartowego. Jego poziom, często wyrażany jako wielokrotność odsetek ustawowych, budził podobne zastrzeżenia, jak wysokość oprocentowania standardowego. Obecnie niektóre banki odchodzą od stosowania tego środka polityki cenowej na rynku kart kredytowych. Wiąże się to ze zmianami w otoczeniu prawnym, w szczególności z wejściem w życie ustawy antylichwiarskiej, a także orzeczeniem Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumenta z lutego 2005 r. Orzeczenie to zakazuje bankom jednoczesnego obciążania klientów wspomnianymi opłatami i podwyższonym oprocentowaniem w przypadku opóźnienia spłaty kredytu (Uswicz 2005a; 2005b)¹⁷.

Znaczenie oprocentowania kredytów kartowych w polityce marketingowej banków i decyzjach konsumenckich na rynku kart kredytowych w Polsce

Na części rozwiniętych rynków kart kredytowych, gdzie przeważają osoby niespłacające kredytów kartowych w *grace period*, oprocentowanie jest traktowane jako podstawowe kryterium wyboru karty kredytowej. Dotyczy to przede wszystkim rynków w krajach anglosaskich, zwłaszcza w Wielkiej Brytanii (zob. wykres 4) i Stanach Zjednoczonych.

Na rynkach tych bardzo wysoki jest procent transakcji kartami kredytowymi, od których naliczane i faktycznie uiszczane są odsetki (zob. tabela 5). W związku z tym odsetki od kredytów kartowych są głównym elementem wpływów emitentów kart (zob. tabela 6), a ich wysokość najsilniej wpływa na rentowność produktów tworzonych przez emitentów na bazie kart kredytowych. Wszystko to powoduje, że muszą oni przywiązywać szczególną wagę do określania poziomu oprocentowania kredytów kartowych. Na polskim rynku kart kredytowych sytuacja do niedawna wyglądała inaczej.

Jak wynika z większości szacunków, w Polsce gros kredytów kartowych w całości spłacane jest w *grace period*. Z informacji opublikowanych

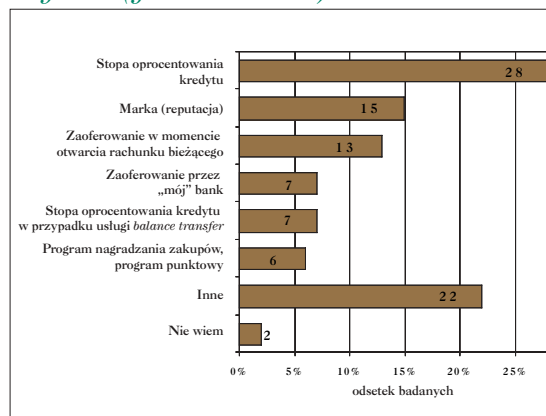
przez „Gazetę Bankową” w sierpniu 2003 i 2004 r. wynika, że czyniło to – odpowiednio – 70% i 80% posiadaczy kart (Łach 2003, s. 17; Lipiński 2004, s. 7). Podobne szacunki podawali w sierpniu 2004 r. K. Żwiruk (2004c) z portalu Karty On-line (ponad 70%) i w październiku 2005 r. przedstawiciel jednego z liderów rynku kart kredytowych w Polsce (około 80%) (Myczkowska 2005a)¹⁸. Analogiczne wnioski (ponad 70%) przynoszą opublikowane w połowie 2005 r. szacunki firmy doradczej The Boston Consulting Group (BCG) dotyczące rynku kart kredytowych w Polsce (Głogowski 2005). Osoby spłacające kredyty kartowe w *grace period* (wspomniani nierewolwerowcy) nie płacą od nich odsetek. W związku z tym wykazują niewielką wrażliwość na zmiany ich wysokości. Z tego powodu znaczenie oprocentowania jako czynnika determinującego decyzje konsumentów na rynku kart kredytowych w Polsce do niedawna było niezbyt duże, relatywnie mniejsze niż znaczenie opłat za wydanie i (lub) używanie kart kredytowych oraz zasad ich przyznawania (zob. tabela 7). Poziom oprocentowania miał zaś stosunkowo niewielki wpływ na kształtowanie się dochodów banków emitentów kart.

Z cytowanych już szacunków BCG wynika, że w Polsce średnie roczne przychody banków z odsetek od kredytów kartowych przypadające na jedną kartę kredytową (przy założeniu średniego rocznego obrotu na jej rachunku w wysokości 1700 zł) do niedawna wynosiły tylko 25–30 zł, tzn.:

– ponad jedną trzecią mniej niż uśredniona opłata za wydanie i (lub) używanie karty (opłatę tę szacuje się na 40–50 zł),

¹⁸ Są oczywiście banki, w których procent osób spłacających całość zadłużenia z tytułu kredytu kartowego w *grace period* jest mniejszy.

Wykres 4 Podstawowy czynnik decydujący o wyborze karty kredytowej w Wielkiej Brytanii (grudzień 2003 r.)



Uwaga: dane te mają charakter historyczny, ale w opinii autora w dużym stopniu zachowują aktualność.

Źródło: Silber, Marchant, Westra (2004).

¹⁷ Kwestia ta wydaje się nieco bardziej skomplikowana. W analizowanym orzeczeniu sąd wskazał również na to, że rzeczne opłaty należy traktować jako formę kary umownej. Tę zaś, zgodnie z art. 483 kodeksu cywilnego, można pobierać za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania niepieniężnego, jakim nie jest kredyt kartowy.

Tabela 5. Procent wydatków kartami kredytowymi, od których faktycznie uiszczane są odsetki w poszczególnych krajach. Stan na koniec 2002 r. (w %)

Kraj	Francja	Niemcy	Włochy	Holandia	Hiszpania	Wlk. Brytania	USA
Procent wydatków na oprocentowany kredyt	30	25	40	38	25	80	90

Uwaga: dane te mają charakter historyczny, ale w opinii autora w dużym stopniu zachowują aktualność.

Źródło: Morgan Stanley (2004), za: *The European Banker* (2004, s. 9).

Tabela 6. Struktura wpływów banków amerykańskich z tytułu wydawania kart kredytowych oraz udzielania i obsługi kredytów kartowych w 1997 r. (w %)

Źródła wpływów	Udział we wpływach		
	małe banki	średnie banki	duże banki
Odsetki	67	65	78
Opłaty roczne	4	8	1
Opłaty <i>interchange</i>	20	17	9
Inne opłaty	8	7	10
Inne	1	3	2

Uwaga: dane te mają charakter historyczny i w opinii autora nie w pełni odzwierciedlają obecną strukturę wpływów banków z tytułu wydawania kart kredytowych oraz udzielania i obsługi kredytów kartowych. Częściowo ogranicza to możliwość wnioskowania na ich podstawie.

Źródło: *American Bankers Association* (1998), zaadaptowane z: *Combs K.L., Schreft S.L.* (1999, s. 37).

Tabela 7. Czynniki decydujące o wyborze karty kredytowej (sondaż na stronie internetowej jednego z polskich tzw. banków wirtualnych, wrzesień 2004 r.)

Co jest dla Ciebie najważniejsze przy ubieganiu się o kartę kredytową?	Liczba odpowiedzi
Krótki czas oczekiwania na kartę, łatwe zasady przyznawania	723
Korzystne oprocentowanie	392
Czas spłaty zadłużenia	372
Brak opłat za wydanie karty	788

Uwagi: dane te mają charakter historyczny i służą do zilustrowania zachowań posiadaczy kart w przeszłości. Sondaż nie był reprezentatywny, ma więc charakter poglądowy.

Źródło: strona internetowa mBanku: <http://www.mBank.com.pl>.

– niewiele więcej niż średnie roczne przychody banków z opłaty *interchange* przypadające na jedną kartę (szacowane na około 25 zł) (Głogowski 2005)¹⁹.

Model posługiwania się kartą kredytową w Polsce trudno jednak (w sytuacji szybkiego rozwoju rynku i zmian w otoczeniu banków) uznać za ostatecznie ukształtowany. Należy się spodziewać jego zmian i liczyć z tym, że w poszczególnych bankach będą one następować w różnym tempie. Szczególnie istotne jest to, jak w najbliższej przyszłości będzie się zmieniać liczba osób niespłacających w *grace period* przynajmniej części zadłużenia z tytułu kredytu kartowego. Analizując przeobrażenia w otoczeniu banków w Polsce, można zidentyfikować czynniki przemawiające za tym, że pozostanie ona stabilna, a także za tym, że wzrośnie. Jej wzrost (co wydaje się bardziej prawdopodobne) wpłynąłby na zwiększenie znaczenia:

– oprocentowania kredytów kartowych jako czynnika decydującego o wyborze karty kredytowej przez konsumenta,

– oprocentowania kredytów kartowych jako instrumentu konkurencji banków na rynku kart kredytowych,

– odsetek od kredytów kartowych jako elementu wpływów banków z tytułu wydawania kart kredytowych i udzielania kredytów kartowych,

– odsetek od kredytów kartowych jako elementu przychodów banków z działalności kredytowej na rynku klientów indywidualnych.

Za zwiększeniem się liczby osób niespłacających przynajmniej części zadłużenia z tytułu kredytu kartowego w *grace period* przemawiają m.in.:

– aktywne (choć nie zawsze w pełni przemyślane) stosowanie przez banki środków promocji sprzedaży, zwiększających skłonność konsumentów do zadłużania się za pomocą karty kredytowej (jak np. promocyjne oprocentowanie)²⁰,

– zmiana profilu przeciętnego posiadacza karty kredytowej (na rynku pojawiają się stopniowo konsumenci z tzw. dolnej półki; ocenia się, że to im oraz przedstawicielom klasy średniej najczęściej zdarza się nie spłacić kredytu w *grace period*),

¹⁹ Autor nie zna metodologii badania BCG, jednak zaprezentowane wyniki budzą pewne jego wątpliwości. Dyskusyjne jest już założenie, że w Polsce średni roczny obrót na rachunku karty kredytowej wynosi 1700 zł. Sama relacja między składnikami wpływów banków z wydawania kart kredytowych oraz udzielania i obsługi kredytów kartowych również wydaje się dyskusyjna (z dzisiejszej perspektywy nieoszacowane wydają się zwłaszcza średnie przychody banków z opłaty *interchange*).

²⁰ Wydaje się, że niektóre z organizowanych przez banki programów promocji sprzedaży mogą mieć skutek odwrotny do zamierzonego. Część z wykorzystywanych w ich ramach środków promocji sprzedaży (np. niczym nieuwarunkowane zniesienie opłaty za wydanie karty) pozwala bowiem jedynie na szybkie zwiększenie liczby sprzedanych kart kredytowych. Nie gwarantuje to jednak, że konsumenci będą często ich używać, lecz stwarza ryzyko, że trafią „do szuflady”. Karty nie używane nie będą zaś generować nawet minimalnych przychodów odsetkowych.

– stopniowy spadek średniego oprocentowania kredytów kartowych, związany z nasilającą się konkurencją na rynku kart kredytowych oraz wejściem w życie ustawy antylichwiarskiej (co również zwiększa skłonność konsumentów do zadłużania się za pomocą karty kredytowej)²¹.

Należy jednak zauważyć, że w Polsce nie ma tradycji posługiwania się kartami kredytowymi w celu zaspokojenia potrzeb kredytowych. Jako bezgotówkowy instrument płatniczy znacznie większe znaczenie mają karty debetowe (wiąże się to z kilkakrotnie wyższą liczbą ich posiadaczy). Do zaspokajania bieżących potrzeb kredytowych konsumentów służą przede wszystkim kredyty ratalne, debet i kredyty odnawialne w ROR oraz kredyty i pożyczki gotówkowe. Rynek kredytów konsumpcyjnych w Polsce pod wieloma względami przypomina raczej rynek niemiecki niż rynki amerykański i brytyjski. W związku z tym w najbliższych latach nie należy oczekiwać radykalnego wzrostu wydatków za pomocą kart kredytowych, od których faktycznie będą uiszczane odsetki.

Ustawa antylichwiarska a możliwości kształtowania oprocentowania kredytów kartowych przez banki

Praktyka pokazuje, że prowadząc politykę cenową na rynku kart kredytowych, banki w wielu krajach wykorzystują małą wiedzę konsumentów o zasadach funkcjonowania kredytów kartowych. W szczególności chodzi tu o znajomość:

- sposobów różnicowania i naliczania oprocentowania kredytów kartowych,
- zasad funkcjonowania tzw. oprocentowania promocyjnego,
- następstw niespłacenia zadłużenia z tytułu kredytu kartowego w *grace period*,
- następstw posługiwania się kartą kredytową w sposób nieuprawniony.

Z takimi praktykami mieliśmy i mamy do czynienia także w Polsce. Stosując je, banki potęgują wielorakie niebezpieczeństwa związane z korzystaniem z kart kredytowych (kredytów kartowych).

W literaturze podkreśla się, że podstawowym „zagrożeniem” dla konsumentów posługujących się kartami kredytowymi jest, paradoksalnie, nadmierna swoboda dokonywania zakupów na kredyt. Powoduje ona nadmierny, często nieuzasadniony sytuacją finansową, wzrost wydatków konsumentów i, w dalszej kolejności, wzrost ich zadłużenia z tytułu kredytów kartowych.

²¹ Wydaje się, że efekt wzrostu przychodów odsetkowych, wynikający ze wzrostu liczby posiadaczy kart korzystających z oprocentowanego kredytu kartowego i ich większej skłonności do tego, będzie większy niż efekt spadku przychodów odsetkowych, związany z ogólną obniżką oprocentowania kredytów kartowych. W związku z tym można oczekiwać, że wzrośnie znaczenie odsetek jako elementu wpływów banków z tytułu udzielania kredytów kartowych.

Przyspiesza go polityka cenowa banku, wsparta intensywnymi akcjami reklamowymi i promocjami sprzedaży. Wszystko to przyczynia się do tego, że konsumenci wpadają w tzw. pułapkę nadmiernego zadłużenia. Istnieje również pogląd, że używanie kart kredytowych prowadzi do erozji kultury oszczędzania, będącej podstawą funkcjonowania bankowo zorientowanych systemów finansowych, oraz nasila uzależnienie od zakupów, zwane zakupoholizmem²². W związku z powyższym zachowania banków na rynkach kart nie zawsze można uznać za społecznie odpowiedzialne.

Rezultatem rosnącego przekonania o nierzetelnych, a także lichwiarskich praktykach wielu instytucji finansowych, w tym banków, były próby wprowadzenia przepisów ograniczających ich swobodę kształtowania oprocentowania kredytów i pożyczek. W Polsce zwieńczeniem tych starań stało się, jak już wspomniano, uchwalenie ustawy antylichwiarskiej.

Ustawa antylichwiarska, tj. ustawa o zmianie ustawy kodeks cywilny oraz o zmianie niektórych innych ustaw²³, została uchwalona 7 lipca 2005 r. i weszła w życie 6 miesięcy od dnia ogłoszenia, tj. 20 lutego 2006 r.²⁴ Jedną z podstawowych zmian, które wprowadziła, jest określenie maksymalnej wysokości odsetek wynikających z czynności prawnej, a więc także umów kredytu i umów pożyczki udzielanej przez bank. Zgodnie z ustawą (art. 1) wysokość ta „nie może w stosunku rocznym przekraczać czterokrotności wysokości stopy kredytu lombardowego NBP”. Przepis ten wprowadzono do kodeksu cywilnego. W dużym stopniu ogranicza on swobodę banków w kształtowaniu oprocentowania m.in. kredytów kartowych²⁵.

Można zatem powiedzieć, że wejście ustawy antylichwiarskiej w życie utrudniło bankom (a zasadniczo może utrudnić w dalszej perspektywie) prowadzenie polityki cenowej na rynku kart kredytowych. Wiąże się to również z drugą podstawową zmianą, którą wprowadza ustawa antylichwiarska w odniesieniu do kredytów konsumenckich, w tym kredytów kartowych. Ogranicza ona łączną kwotę wszystkich opłat, prowizji oraz innych kosztów związanych z zawarciem umowy o kredyt konsumencki, z wyjątkiem pewnych kosztów szczególnych (w tym kosztów ubezpieczenia spłaty kredytu), do 5% kwoty kredytu konsumenckiego (przepis ten wprowadzono do ustawy o kredycie konsumenckim).

²² Zob. szerzej Szpringer (2005, s. 80) oraz Stecki (1998, s. 39–40).

Wyczerpującej analizy wpływu nowoczesnych metod płatności na zachowania nabywcze konsumentów dokonuje Soman (2001, s. 460 i dalsze).

²³ Ustawa z dnia 7 lipca 2005 r. o zmianie ustawy kodeks cywilny oraz o zmianie niektórych innych ustaw, Dz.U. z 2005 r., nr 157, poz. 1316.

²⁴ Ustawa została jednak zaskarżona do Trybunału Konstytucyjnego przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych i nie wiadomo, przez jaki okres w obecnym kształcie będzie obowiązywać.

²⁵ W tym miejscu należy zaznaczyć, że ustawę antylichwiarską stosuje się do umów zawieranych przez bank z klientami po 19 lutego 2006 r., przy czym automatyczne wznowienie karty po upływie terminu jej ważności nie powoduje, że zawarta kiedyś w związku z tym umowa jest mechanicznie objęta reżimem ustawy.

Przepis ograniczający maksymalną wysokość odsetek jest negatywnie oceniany m.in. przez niektórych ekonomistów i analityków rynku bankowego, w szczególności dlatego, że (Myczkowska, Więclaw 2005; Orłowski 2005; Pawłowicz, Lepczyński, Penczar 2004; Usowicz 2005c; Witczak 2005, s. 61):

A. Nie uwzględnia specyfiki kredytów kartowych, zwłaszcza wysokiego ryzyka wiążącego się z ich udzieleniem. Ryzyko to powinno być rekompensowane przez odpowiedniej wysokości oprocentowanie, co omawiany przepis w pewnym stopniu uniemożliwia (co dodatkowo istotne, ustawa nie wprowadza też zróżnicowanej wysokości maksymalnej stopy oprocentowania dla poszczególnych typów kredytów, np. udzielanych na różne terminy czy w różnym stopniu zabezpieczonych).

B. Wiąże maksymalną rynkową stopę oprocentowania, m.in. kredytów kartowych, z oprocentowaniem kredytów lombardowych NBP. Parametr ten nie musi zaś, nawet w minimalnym stopniu, odzwierciedlać sytuacji i nastrojów na rynkach finansowych. Nie jest więc właściwym wyznacznikiem ani rynkowej, ani maksymalnej ceny kredytu kartowego. W tym przypadku postępowanie ustawodawcy szczególnie dziwi; sensowniejszy byłby już wybór jako punktu odniesienia stopy referencyjnej NBP.

C. Nie jest sformułowany wystarczająco precyzyjnie, co prowadzi do różnych interpretacji jego treści przez poszczególne banki. Przykładowo, zdaniem niektórych prawników nie jest jasne, czy przepis należy stosować do odsetek od należności przeterminowanych (odsetek karnych), co ma duże znaczenie dla działalności na rynku kart kredytowych. Tuż przed wejściem ustawy w życie pojawiały się również wątpliwości, czy odnosi się on do rocznej nominalnej (co wydaje się akurat pewne), czy wspomnianej rocznej rzeczywistej stopy oprocentowania kredytów (pożyczek).

D. *De facto* stanowi próbę powrotu do systemu cen regulowanych. W tym przypadku dotyczy to narzucania bankom maksymalnej ceny środków pieniężnych stawianych do dyspozycji klientów kredytobiorców na rynku kart kredytowych. Takie działanie – utrudniające optymalną alokację kapitałów – nie może być pozytywnie odebrane przez jakiegokolwiek kredytodawcę czy pożyczkodawcę.

W publikacjach, które ukazały się tuż przed uchwaleniem ustawy antylichwiarskiej, wskazywano, że wejście w życie analizowanego przepisu nie tylko wywoła spadek oprocentowania kredytów kartowych (co miało być podstawowym, najbardziej oczekiwanym następstwem ustawy), lecz także może zmusić banki do (Lipiński 2004, IBnGR 2005, s. 61 i następne):

a) skrócenia *grace period*, stanowiącego podstawową wartość dla większości polskich konsumentów posługujących się kartami kredytowymi; miało to być niezbędne wobec wymuszonej przez ustawę znacznej re-

dukcji oprocentowania kredytów kartowych i utrudnić funkcjonowanie podstawowego, najpopularniejszego w Polsce modelu posługiwania się kartą kredytową;

b) ogólnego zaostrzenia kryteriów udzielania kredytów kartowych, skutkującego odrzucaniem wniosków o wydanie karty kredytowej osobom zaliczonym do tzw. grupy wysokiego ryzyka; osób tych nie można bowiem – pozostając w zgodzie w ustawą – obciążyć oprocentowaniem rekompensującym bankowi wysokość ponoszonego ryzyka kredytowego;

c) zmiany liberalnego podejścia do ustanawiania prawnych zabezpieczeń spłaty kredytów kartowych; miało to w szczególności dotyczyć osób, których nie można – pozostając w zgodzie w ustawą – obciążyć oprocentowaniem rekompensującym bankowi wysokość ponoszonego ryzyka kredytowego;

d) częstszego stosowania maksymalnej dopuszczalnej stopy oprocentowania w przypadku udzielania kredytów kartowych, na czym ucierpiliby najlepší klienci (w praktyce ustawa ogranicza bankom możliwości różnicowania oprocentowania kredytów kartowych);

e) stosowania na szerszą skalę innych składników ceny kredytów kartowych, w celu zrekompensowania strat z tytułu ustawowo ograniczonego oprocentowania; dla części klientów prawdopodobnie okazałyby się one dotkliwsze niż obowiązujące do niedawna, często bardzo wysokie oprocentowanie.

Jeżeli chodzi o tę ostatnią kwestię, to było i jest to możliwe, gdyż – jak się powszechnie twierdzi – ustawa antylichwiarska ma luki, które pozwalają ominąć narzucone przez nią limity. Najprostszym sposobem jest zwiększanie poziomu opłacanych przez posiadaczy kart kredytowych składek na ubezpieczenie spłaty kredytu kartowego i zmiana charakteru tego ubezpieczenia z fakultatywnego na obowiązkowy. Zdaniem niektórych prawników możliwy jest także wzrost opłat za wydanie kart kredytowych. Pojawiają się bowiem wątpliwości, czy opłaty te (problem ten ma nie dotyczyć opłat za używanie kart) powinno się uwzględniać we wspomnianym 5-procentowym limicie wprowadzonym przez ustawę antylichwiarską (Krześniak 2006).

Pierwszy miesiąc obowiązywania ustawy antylichwiarskiej pokazuje, że znaczna część banków nie wprowadziła tego rodzaju niekorzystnych zmian dla posiadaczy kart lub że, przynajmniej na razie, nie są one zbyt dotkliwe. Przykładowo, jeden z banków, aby nie naruszyć wprowadzonego przez ustawę 5-procentowego limitu dodatkowych kosztów kredytu, podniósł minimalne limity kredytu kartowego (co może tylko pośrednio uderzyć w konsumentów). Brak jest jednak informacji o powszechnej zmianie charakteru dołączanych do kart kredytowych ubezpieczeń z fakultatywnego na obowiązkowy (choć można się obawiać, że nacisk banków na sprzedaż – teoretycznie nieobowiązkowych

– ubezpieczeń rośnie)²⁶. Publicznie nie są też znane żadne decyzje o skróceniu *grace period*. Wszystko to wynika m.in. z tego, że:

a) po pierwsze, od kilkunastu miesięcy wyraźnie nasila się konkurencja na rynku kart kredytowych (i w innych wybranych segmentach rynku kredytów dla ludności) w Polsce, co zmusza banki do uatrakcyjniania ofert kart kredytowych i zwiększania ich dostępności;

b) po drugie, banki są na etapie zdobywania udziałów w rynku kart kredytowych w Polsce; wprowadzenie wyżej zaprezentowanych zmian mogłoby więc uniemożliwić im osiągnięcie założonych celów marketingowych.

Na rynku kart kredytowych w Polsce jest za to zauważalny, w niektórych przypadkach radykalny, spadek oprocentowania kredytów kartowych (zob. tabela 3). Wynika on oczywiście przede wszystkim z tego, że w okresie poprzedzającym wejście w życie ustawy antylichwiarskiej, na przełomie lat 2005 i 2006, oprocentowanie kredytów kartowych w dużej części banków przekraczało narzucone przez nią limity. Należy przy tym zaznaczyć, że w niektórych przypadkach, jak już wspomniano, nie miało ono żadnego moralnego (zwłaszcza) ani ekonomicznego uzasadnienia. Trudno bowiem – szczególnie w kontekście poziomu rynkowych stóp procentowych – uznać za zasadne obowiązujące w tym czasie w kilku bankach oprocentowanie kredytów kartowych na poziomie około 30% (pięciokrotnie wyższe od ówczesnego oprocentowania kredytu lombardowego NBP) lub obowiązujące jeszcze kilka miesięcy wcześniej w jednym z banków oprocentowanie kredytów kartowych na poziomie 37,8%. Utrzymywanie takiego oprocentowania stanowiło niewątpliwie przejaw „drenowania” kieszeni posiadaczy kart i skutkowało osiąganiem przez banki nadmiernych w danej sytuacji i niezasadnionych zysków²⁷.

Racjonalnie można było wyjaśnić tak wysokie oprocentowanie kredytów kartowych obowiązujące na przełomie XX i XXI w. Stopy procentowe NBP były wówczas ponadtrzykrotnie wyższe niż w końcu 2005 r., a panujący w Polsce klimat ekonomiczny nie sprzyjał działalności kredytowej.

Warto wspomnieć, że obniżanie oprocentowania kredytów kartowych związane z ustawą antylichwiarską rozpoczęło się jeszcze w czerwcu 2005 r., tuż przed jej uchwaleniem. Pozwala to przypuszczać, że już intensyfikacja prac nad nią skłoniła niektóre banki do podjęcia próby wypracowania nowej, bardziej proklientowskiej polityki cenowej na rynku kart. Groźba uchwalenia ustawy (ale z pewnością także

pogorszenia pozycji na rynku) zmusiła jeden z nich (*notabene* „najdroższy”) do wyraźnej redukcji oprocentowania kredytów kartowych. Wejście ustawy w życie wymagało zaś, by wszystkie banki dostosowały cenowe parametry kart kredytowych do nowych regulacji. Przyspieszyło to wspomniany już, następujący od pewnego czasu w Polsce, spadek średniego oprocentowania kredytów kartowych (zob. tabela 2). W dniu wejścia w życie ustawy antylichwiarskiej, tj. 20 lutego 2006 r., wynosiło ono 21,83% (21,9% według szacunków firmy doradczej *zeb/rolfes.schierenbeck.associates*), a miesiąc później już tylko 20,16%. Ciągłe było jednak znacznie wyższe niż średnie oprocentowanie kredytów kartowych w Stanach Zjednoczonych (około 14% według szacunków *zeb/*, por. też tabela 1) i Wielkiej Brytanii (około 16% według szacunków *zeb/*) (Macierzyński 2006).

W tym kontekście ustawa antylichwiarska wydaje się, przynajmniej teoretycznie, jednym ze sposobów na ukrócenie dotychczasowych, często mało etycznych zachowań niektórych banków na rynku kredytów dla ludności. Jej pozytywnym następstwem może też być to, że zmusi banki do:

- doskonalenia wewnętrznych systemów scoringowych wykorzystywanych do oceny zdolności kredytowej m.in. osób ubiegających się o wydanie karty kredytowej,

- dokonywania pełnej analizy dochodowości relacji nawiązanych z każdym posiadaczem kart kredytowych,

- wprowadzenia w większym zakresie wspomnianych elastycznych taryf (w celu optymalizacji dochodów z wydawania kart kredytowych oraz udzielania i obsługi kredytu kartowego), co powinno się okazać korzystne przynajmniej dla części posiadaczy kart kredytowych.

Można zatem powiedzieć, że przynajmniej na razie ustawa antylichwiarska przyniosła posiadaczom kart kredytowych znacznie więcej korzyści niż szkód²⁸. Należy się jednak liczyć z tym, że w dłuższym okresie (o ile ustawa antylichwiarska w obecnym kształcie będzie obowiązywać) banki wprowadzą przynajmniej część wyżej zaprezentowanych, niekorzystnych dla konsumentów zmian w ofertach kart kredytowych. Stanie się tak zwłaszcza w przypadku kontynuacji spadkowego trendu stóp procentowych NBP²⁹. Maksymalne dopuszczalne oprocentowanie kredytów kartowych przestanie wówczas

²⁶ Zjawisko takie jest dobrze zauważalne na rynku kredytów i pożyczek gotówkowych.

²⁷ Było to z pewnością postępowanie nie w pełni etyczne, jednak wydaje się, że w tym przypadku nie można jeszcze jednoznacznie mówić o lichwie.

²⁸ Formułując taką opinię, należy zastrzec, że okres od wejścia w życie ustawy antylichwiarskiej jest zbyt krótki, by na tej podstawie wyciągać ostateczne wnioski co do kierunków zmian na rynku kart kredytowych w Polsce.

²⁹ Od momentu uchwalenia ustawy antylichwiarskiej do marca 2006 r. Rada Polityki Pieniężnej czterokrotnie obniżyła stopę kredytu lombardowego: z 6,5% do 5,5%. Tym samym maksymalne dopuszczalne oprocentowanie kredytów kartowych spadło z 26% do 22%.

rekompensować bankom ryzyko podejmowane wraz z wydawaniem kart kredytowych dla części osób. Przykładowo, przy stopie oprocentowania kredytów lombardowych NBP na poziomie 2,25% oprocentowanie kredytów kartowych nie mogłoby przekraczać 9%. Taki jego poziom byłby trudny do zaakceptowania przez część wydawców kart kredytowych³⁰.

Podsumowując, można stwierdzić, że uchwalenie ustawy antylichwiarskiej nie jest krokiem w najlepszym możliwym kierunku i zarazem działaniem wystarczającym. Należy oczekiwać, że ustawa w mniejszym bądź większym stopniu utrudni działalność banków na rynku kart kredytowych, w szczególności ograniczając ich swobodę kształtowania oprocentowania kredytów kartowych. Jednocześnie wcale nie musi się okazać tak korzystna dla posiadaczy kart kredytowych, jak sugerują jej autorzy. Potwierdzają to zmiany, które zaszły na rynku kart kredytowych w Polsce na przełomie 2003 i 2004 r. W okresie tym nastąpił wyraźny (później na krótki czas zahamowany) spadek średniego oprocentowania kredytów kartowych. Nie był on jednak związany ze zmianami w polskim systemie prawnym. Przede wszystkim był to wynik narastającej konkurencji, związanej z pojawieniem się na rynku nowych wydawców kart kredytowych. Warto np. przypomnieć, że oprocentowanie kredytów związanych z wówczas wyemitowanymi kartami kredytowymi sięgało tylko 15–23%. Było więc blisko dwukrotnie (a w niektórych przypadkach ponad dwukrotnie) niższe niż oprocentowanie kredytów związanych z kartami kredytowymi obecnymi na rynku od 1999 czy 2000 r.

³⁰ Jak już wspomniano, średnie oprocentowanie kredytów kartowych na dwóch najbardziej rozwiniętych, a przy tym wysoce konkurencyjnych rynkach kart kredytowych na świecie, tj. w Stanach Zjednoczonych i Wielkiej Brytanii, zauważalnie przewyższa ten poziom.

W związku z powyższym wskazane wydaje się poszukiwanie innych (niż działania legislacyjne) metod i instrumentów mogących sprzyjać kształtowaniu się odpowiedzialnych postaw i praktyk wydawców kart kredytowych na polskim rynku.

- Za kwestię co najmniej równie istotną, jak działania legislacyjne, które właśnie nastąpiły, trzeba uznać dalsze stymulowanie konkurencji na rynku kart w Polsce.

- Za działania niezbędne należy uznać dalsze podnoszenie poziomu wiedzy konsumentów o kartach kredytowych i zasadach ich używania. W niektórych segmentach rynku jest ona ciągle wysoce niezadowolająca.

- Za działanie wskazane należy uznać stworzenie wyspecjalizowanej instytucji zajmującej się ochroną praw konsumentów na rynku bankowym (w tym m.in. na rynku kart kredytowych), o kompetencjach i zadaniach porównywalnych z instytucją Rzecznika Ubezpieczonych (funkcje takie mógłby spełniać Arbiter Bankowy, o ile przyznano by mu szersze uprawnienia).

Nie oznacza to jednak, że należy negować potrzebę ustawowej regulacji poziomu cen kredytów dla ludności, mającej – realnie – charakter antylichwiarski. Zagadnienia te powinny zostać prawnie uregulowane, ale w inny sposób niż w ustawie antylichwiarskiej. Jak najszybciej należy więc podjąć prace nad jej nowelizacją. Trzeba dołożyć wszelkich starań, aby poprawiona ustawa nie naruszała istniejącego porządku prawnego i nie utrudniała obrotu gospodarczego. Znowelizowana ustawa prawdopodobnie również ograniczy swobodę banków w zakresie kształtowania oprocentowania m.in. kredytów kartowych, jednak uczyni ich decyzje cenowe moralnie i ekonomicznie bardziej uzasadnionymi. Z pewnością zaś nie załamię rynku kart kredytowych w Polsce, czego obawiali się niektórzy ekonomiści.

Bibliografia

- Blajer P. (2002), *Według własnego uznania*, „Rzeczpospolita” z 16 maja.
- Blajer P. (2004), *Kalkulator nie wystarczy*, „Rzeczpospolita” z 1 kwietnia.
- Bodył Szymala P. (2006), *O ustawie antylichwiarskiej*, „Prawo Bankowe”, nr 1.
- Capiga M. (2006), *Działalność kredytowa monetarnych instytucji finansowych*, Difin, Warszawa.
- Combs K. L., Schreft S. L. (1999), *Do Consumers Really Want Credit Card Reform?* “Economic Review”, Third Quarter.
- FRB (2006), *Federal Reserve Statistical Release*, <http://www.federalreserve.gov>.
- Głogowski (2005), *Opinie*, „Gazeta Prawna” z 7 czerwca.
- IBnGR (2003), *Zagrożenia dla konsumentów na rynku bankowości detalicznej w Polsce*, UOKiK, Warszawa.
- IBnGR (2005), *Zadłużenie konsumentów w bankach i instytucjach finansowych*, IBnGR, Gdańsk.

- Iskra J. (2001), *Jedna z talii*, „Gazeta Wyborcza” z 3 lipca.
- Janiak A. (2002), *Bankowe umowy kredytowe. Część I*, „Prawo Bankowe”, nr 4.
- Gazeta Prawna (2005), *Karty kredytowe w wybranych bankach*, „Gazeta Prawna” z 17-19 czerwca.
- Krześniak M. (2006), *Zbliża się koniec drogich kart kredytowych*, „Gazeta Prawna” z 14 lutego.
- Kwiatkowski J.W. (1995), *Bankowe karty płatnicze*, Wyd. AWA, Warszawa.
- Lach A. (2003), *Każdy bank ma to, co wypada mieć*, „Gazeta Bankowa” z 4 sierpnia.
- Lipiński S. (2004), *Najpierw policzcie*, „Gazeta Bankowa” z 30 sierpnia.
- Macierzyński M. (2006), *Na ustawie antylichwiarskiej już wygrali posiadacze kart kredytowych*, 22 lutego, <http://www.bankier.pl>.
- Manning R.D. (2001), *Credit Card Nation. The Consequences of America's Addiction to Credit*, Basic Books, New York.
- Morawiecka A. (2002), *Nie ma szans na obniżkę cen kart kredytowych*, „Puls Biznesu” z 14 października.
- Myczkowska A. (2003), *Cena darmowej pożyczki*, „Rzeczpospolita” z 9 stycznia.
- Myczkowska A. (2005a), *Rok bezprecedensowego wzrostu*, „Rzeczpospolita” z 18 stycznia.
- Myczkowska A. (2005b), *Karta sposobem na debet*, „Rzeczpospolita” z 27 października.
- Myczkowska A., Więclaw E. (2005), *Mniejsze odsetki, większe opłaty*, „Rzeczpospolita” z 10 sierpnia.
- NBP (2006a), *Liczba wyemitowanych kart płatniczych na przestrzeni kolejnych kwartałów – od 1998 r.*, <http://www.nbp.pl>.
- NBP (2006b), *Należności i zobowiązania monetarnych instytucji finansowych*, <http://www.nbp.pl>.
- Nowińska E., du Vall M., *Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji*, Wyd. Prawnicze Lexis Nexis, Warszawa
- Orłowski W.M. (2005), *Ustawa prolichwiarska*. „Gazeta Wyborcza” z 29 lipca.
- Pawłowicz L., Lepczyński B., Penczar M. (2004), *Więcej szkód niż korzyści*, „Rzeczpospolita” z 2 września.
- Pieczkowski M. (1999), *Credit scoring przy masowej emisji kart kredytowych*, „Bank”, nr 3.
- Portfel.pl (2004a), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 9.
- Portfel.pl (2004b), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 12.
- Portfel.pl (2005a), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 3.
- Portfel.pl (2005b), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 6.
- Portfel.pl (2005c), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 9.
- Portfel.pl (2005d), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 12.
- Portfel.pl (2006a), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 3.
- Portfel.pl (2006b), *Przegląd rynku bankowych produktów detalicznych*, „Biuletyn Bankowy” nr 4.
- Regulaminy kart kredytowych następujących banków: BPH PBK, Citibank Handlowy, ING Bank Śląski, Lukas Bank Millennium, BZ WBK, mBank, Multibank, PKO BP, Pekao SA, Raiffeisen Bank Polska.*
- Rogoń D. (2003), *Debet na rachunku bankowym – konstrukcja prawna i skutki*, „Prawo Bankowe”, nr 5.
- Silber M., Marchant N., Westra B. (2004), *Credit card survey*, Office of Fair Trading, www.offt.gov.uk.
- Soman D. (2001), *Effects of Payment Mechanism on Spending Behavior: The Role of Rehearsal and Immediacy of Payments*, „Journal of Consumer Research”, Vol. 27, March.
- Stecki L. (1998), *Karty kredytowe*, TNOiK „Dom Organizatora”, Toruń.
- Szczepaniec M. (2004), *Marketing relacyjny jako element strategii banków komercyjnych*, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.
- Szpringer W. (2005), *Kredyt konsumencki i upadłość konsumencka na rynku usług finansowych UE*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa.
- The European Banker (2004), *Consumer credit catch-up*, „The European Banker”, 2004.
- Usovicz E. (2005a), *Bank potrafi oskubać dwa razy*, „Gazeta Prawna” z 15 lutego.
- Usovicz E. (2005b), *Muszą wybierać: odsetki lub kara*, „Gazeta Prawna” z 15 lutego.
- Usovicz E. (2005c), *Lichwa do trybunału*, „Gazeta Prawna” z 8 listopada.
- Wąsowski W. (2004), *Ekonomia i finanse banku komercyjnego*, Warszawa, Difin.
- Witczak A. (2005), *Łatwiej o „kredytówkę”*, „Home&Market”, nr 10.
- Żwiruk K. (2004a), *Czemu wszyscy płacą tyle samo? Oprocentowanie kart kredytowych*, <http://kartyonline.net>, 9 marca.
- Żwiruk K. (2004b), *Grace period – zaszczyt czy konieczność?*, <http://kartyonline.net>, 29 marca.
- Żwiruk K. (2004c), *Oprocentowanie kart kredytowych – jak liczyć i porównywać*, <http://kartyonline.net>, 6 sierpnia.