

Anna Lewicka-Strzańska
Centrum Etyki Biznesu
Instytutu Filozofii i Socjologii PAN
i Akademii Leona Koźmińskiego
alewicka@ifispan.waw.pl

Etyczne aspekty marketingu i reklamy kredytu konsumenckiego

Sopot 20 maja 2009 r.

[Pierwsza strona](#)



**Kryzys finansowy pokazał globalne
znaczenie etycznego wymiaru
instytucji kredytu.**

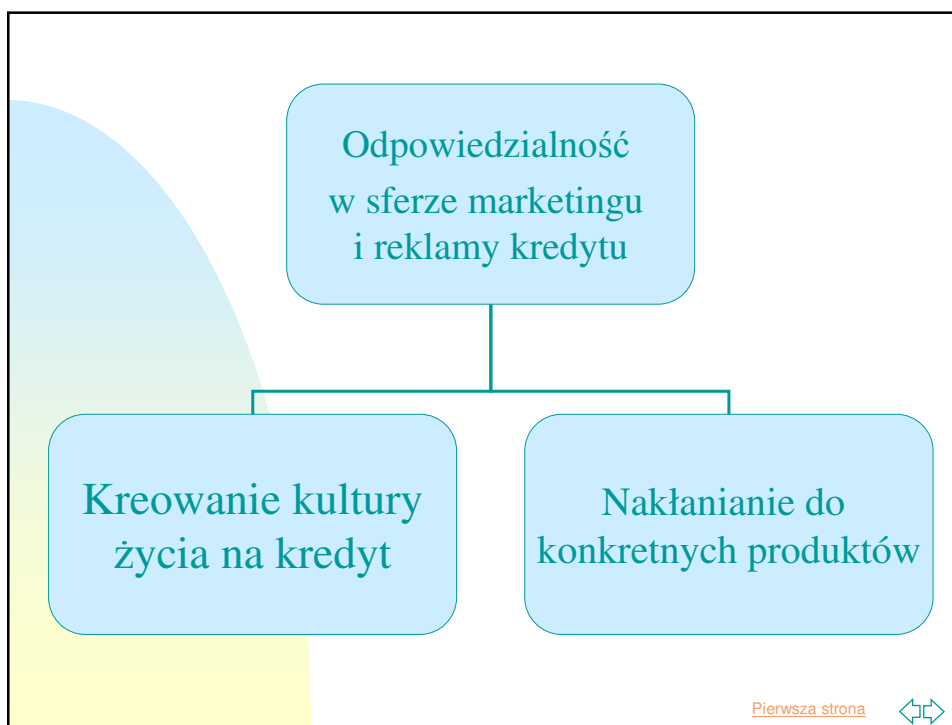
[Pierwsza strona](#)



Jedną z przyczyn załamania okazał się brak odpowiedzialności podmiotów funkcjonujących na rynku kredytów hipotecznych takich jak:

- Przedsiębiorstwa finansowe
- Agencje ratingowe
- Nadzór finansowy
- Liberalne ustawodawstwo upadłościowe
- Konsumenci

Pierwsza strona



Pierwsza strona



Kultura kredytu daje ludziom szansę pokonania ograniczeń finansowych, poprawienia poziomu życia, indywidualnego rozwoju, ale z drugiej strony stwarza pokusę korzystania z luksusowych dóbr, zaspokajania chwilowych zachcianek za niewspółmiernie wysoką cenę.

Pierwsza strona



Imperatyw oszczędzania jest coraz słabiej słyszalny i wypierany przez postulat pożyczania.

Kulturotwórcza rola kredytu ma szczególne znaczenie na rozwijających się rynkach kredytowych, w krajach takich jak Polska gdzie potencjał wzrostu poziomu penetracji na rynku kredytowym jest bardzo duży.

Pierwsza strona



Cechy kredytu wyznaczające szczególną odpowiedzialność

- Produkt niematerialny
- Długi okres konsumpcji
- Incydentalność transakcji
- Skomplikowane warunki umowy

[Pierwsza strona](#)



Pokusa kredytu

- Wszechobecność reklamy
- Promocyjne stopy oprocentowania
- Minimalne stopy oprocentowania
- Mały druk

[Pierwsza strona](#)



Pułapki kredytu kartowego

- nieznajomość zasady okresu bezodsetkowego
- wypłacanie gotówki z bankomatu
- „nieautoryzowane overdrafty”

[Pierwsza strona](#)



Doradcy finansowi

- brak formalnych wymagań
- presja na wynik
- niskie standardy etyczne

[Pierwsza strona](#)



Agresywny marketing i reklama kredytów konsumenckich nie tylko naruszają jedno z podstawowych praw konsumentów, czyli prawo do informacji, ale niszczą ich zaufanie do instytucji finansowych.

[Pierwsza strona](#)



Dziękuję za uwagę

[Pierwsza strona](#)

