

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział I. Misselling usług finansowych – ogólna charakterystyka.....	11
1.1. Istota i definicje missellingu sformułowane w literaturze.....	11
1.2. Okoliczności sprzyjające missellingowi usług finansowych (wybrane przykłady).....	15
1.3. Etyka na rynku finansowym i edukacja finansowa jako czynniki chroniące przed missellingiem usług finansowych	24
1.3.1. Zarys problemu.....	24
1.3.2. Ustawa o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami jako przykład wzmocnienia ochrony konsumenta mogący przeciwdziałać missellingowi usług finansowych.....	34
Uwagi podsumowujące.....	43
Rozdział II. Misselling usług finansowych jako nowa praktyka naruszająca zbiorowe interesy konsumentów – wprowadzenie	45
2.1. Ogólna charakterystyka praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów	45
2.2. Rynek finansowy – istota, uczestnicy	48
2.2.1. Specyfika rynku finansowego	48
2.2.2. Uczestnicy rynku finansowego	51
2.3. Regulacja prawna missellingu usług finansowych jako regulacja sektorowa dotycząca rynku finansowego	71
Uwagi podsumowujące	82
Rozdział III. Misselling a umowy dotyczące usług finansowych.....	84
3.1. Kilka uwag o konieczności wzmocnienia ochrony konsumentów przed missellingiem.....	84
3.2. Wybrane przykłady usług finansowych w Polsce zagrożone missellingiem usług finansowych.....	86

3.2.1. Umowa kredytu konsumenckiego	86
3.2.2. Umowa kredytu, w tym kredytu hipotecznego denominowanego w walucie obcej albo indeksowanego do waluty obcej	90
3.2.3. Umowy dotyczące usług finansowych zawierane na odległość	100
3.2.4. Umowy ubezpieczenia na życie z ubezpieczeniowym funduszem kapitałowym	103
3.3. Problem stosowania klauzul abuzywnych w umowach dotyczących usług finansowych w świetle orzecznictwa sądowego (wybrane zagadnienia)	113
Uwagi podsumowujące	122
 Rozdział IV. Definicja missellingu usług finansowych z art. 24 ust. 2 pkt 4 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz jej mankamenty	124
4.1. Zarys problemu	124
4.2. Brak legalnej definicji usług finansowych	133
4.3. Problem określenia formy missellingu usług finansowych na gruncie art. 24 ust. 2 pkt 4 u.o.k.k.	138
Uwagi podsumowujące	153
 Rozdział V. Prawne i ekonomiczne konsekwencje missellingu usług finansowych oraz jego ujawnianie (wybrane problemy)	155
5.1. Konsekwencje missellingu dla rynku finansowego i jego uczestników	155
5.1.1. Konsumenci i podmioty świadczące usługi finansowe	155
5.1.2. Stabilność systemu finansowego	163
5.2. Instytucja „tajemniczego klienta” jako czynnik sprzyjający wykrywaniu missellingu usług finansowych	172
5.3. Nadzór nad ochroną konsumenta – klienta rynku finansowego	176
Uwagi podsumowujące	183
 Zakończenie i postulaty <i>de lege ferenda</i>	185
 Bibliografia	191
Wykaz skrótów	215
Spis tabel	219