



DORADZTWO
PODATKOWE



MDDP SOBOŃSKA OLKIEWICZ

ANALIZA ODDZIAŁYWANIA PRZEPISÓW PRAWNYCH DOTYCZĄCYCH LEASINGU KONSUMENCKIEGO

Warszawa, sierpień 2011 r.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO
GOSPODARKI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja opracowana w ramach projektu „Reforma procesu stanowienia prawa i uproszczenie obowiązujących przepisów” współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

SPIS TREŚCI

I. Wprowadzenie – charakter leasingu konsumenckiego	4
II. Analiza szczegółowa	6
1. Leasing konsumencki – uwarunkowania prawne.....	6
1.1. Pojęcie „konsumenta” w świetle obowiązujących przepisów prawa.....	6
1.2. Umowa leasingu konsumenckiego jako umowa leasingu.....	8
1.2.1. Umowa leasingu – cechy charakterystyczne	9
1.2.2. Obowiązki konsumenta w ramach umowy leasingu.....	15
1.2.3. Odpowiedzialność finansującego z tytułu wykonania umowy leasingu	16
1.2.4. Odpowiedzialność finansującego z tytułu rękojmi i gwarancji	16
1.2.5. Przyczyny i skutki wygaśnięcia lub rozwiązania umowy	17
1.3. Umowa leasingu konsumenckiego jako umowa najmu	18
1.3.1. Umowa najmu – cechy charakterystyczne	18
1.3.2. Obowiązki najemcy	18
1.3.3. Zakres odpowiedzialności wynajmującego	19
1.3.4. Skutki wygaśnięcia lub rozwiązania umowy najmu	20
1.4. Przepisy dotyczące konsumentów	21
1.4.1. Kredyt konsumencki.....	21
1.4.2. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów	23
1.4.3. Nieuczciwe praktyki rynkowe.....	25
1.4.4. Ochrona danych osobowych	28
2. Leasing konsumencki – aspekty podatkowe	30
2.1 Leasing operacyjny	32
2.1.1 Zasady kwalifikacji	32
2.1.2 Sprzedaż lub oddanie do używania przedmiotu umowy	33
2.1.3 Skutki umowy leasingu operacyjnego na gruncie podatku VAT.....	36
2.2. Leasing finansowy	37
2.2.1 Zasady kwalifikacji	37
2.2.2 Sprzedaż przedmiotu umowy.....	38
2.2.3 Kwalifikacja umowy leasingu na gruncie podatku VAT.....	39
2.3. Umowa najmu.....	40
2.4. Ewidencja i dokumentacja	41

3. Leasing konsumencki – aspekty ekonomiczne.....	45
3.1. Model konsumpcji gospodarstw domowych i możliwość oddziaływania leasingu konsumenckiego – luka jakościowa i ilościowa na rynku samochodowym w Polsce.....	46
3.1.1. Luka ilościowa i jakościowa na rynku samochodowym w Polsce.....	47
3.2. Bieżące zaangażowanie gospodarstw domowych w produkty finansowe służące finansowaniu zakupów dóbr trwałych	49
3.3. Skutki dla gospodarki polskiej	52
3.4. Potencjał rynku leasingu konsumenckiego	54
3.4.1 Uwzględnienie w ofercie grupy gospodarstw domowych wykluczonych z rynku kredytowego – substytucja względem kredytu.....	55
3.4.2. Przewyciężenie nieufności znacznej części gospodarstw domowych do firm sektora finansowego.	58
3.4.3. Finansowanie zakupu używanych i importowanych samochodów.	59
3.4.4. Niechęć do leasingowania – chęć do posiadania	60
3.5. Wrażliwość leasingu na wahania koniunktury	61
3.6. Aspekty ekonomiczne - podsumowanie	64
III. Zakończenie – bariery w rozwoju	66
1. Wsparcie zakupów i używania nowych samochodów osobowych	67
2. Przepisy ustawy o kredycie konsumenckim	69
2.1. Nieprecyzyjny zakres wyłączeń.....	69
2.2. Nieprecyzyjny zapis dotyczący umów odrębnych	71
2.3. Restrukturyzacja umów leasingu	72
2.4. Umowa o kredyt wiązany i jej skutki	74
Załącznik 1. Model wykorzystany do szacowania popytu na kredyt w gospodarce polskiej.	76

Niniejszy raport stanowi podsumowanie prac wykonanych przez MDDP Sobońska Olkiewicz Kancelaria Adwokatów i Radców prawnych w ramach realizacji projektu dotyczącego prawnych, podatkowych i ekonomicznych uwarunkowań leasingu konsumenckiego dla Ministerstwa Gospodarki. Celem projektu była analiza ustawodawstwa oraz orzecznictwa dotyczącego przedsiębiorców oraz konsumentów, a także aspektów ekonomicznych, w świetle wprowadzenia na rynek nowego produktu w postaci leasingu konsumenckiego.

I. Wprowadzenie – charakter leasingu konsumenckiego

Omawiając zagadnienia związane z leasingiem warto pamiętać, iż jego generalne zdefiniowanie jest trudne ze względu na fakt, iż każda dziedzina prawa, w tym przede wszystkim prawo cywilne, podatkowe oraz ustawa o rachunkowości tworzą własne kryteria, na podstawie których umowa kwalifikowana jest jako umowa leasingu, w tym leasingu operacyjnego i finansowego.

Z kolei, pojęcie „leasing konsumencki” nie zostało zdefiniowane w żadnym akcie prawnym, w związku z czym do tego rodzaju leasingu zastosowanie znajdują regulacje prawa cywilnego odpowiednie dla leasingu kierowanego do przedsiębiorców. Jedynie prawo podatkowe przewiduje obecnie specyficzne regulacje w odniesieniu do umów leasingu zawieranych z osobami, które nie prowadzą działalności gospodarczej.

Trudno jest w chwili obecnej mówić o dotychczasowych doświadczeniach w stosowaniu leasingu skierowanego do konsumenta. Do tej pory bowiem firmy leasingowe rzadko decydowały się na kierowanie oferty leasingu do osób fizycznych nie będących przedsiębiorcami, co wynikało z nieprecyzyjnych w tym zakresie przepisów podatkowych. Niejasności prawa podatkowego, które do tej pory wpływały niekorzystnie na popularność oferty leasingu konsumenckiego wśród firm leasingowych, zostały usunięte ustawą z 25 marca 2011 r. o ograniczaniu barier administracyjnych dla obywateli i przedsiębiorców (Dz. U. 2011 Nr 106 poz. 622), która obowiązuje od 1 lipca 2011 r. Tym samym, zlikwidowane zostały bariery podatkowe sprawiające, iż oferta leasingu dla osób prywatnych nie była bezpieczna podatkowo z punktu widzenia firm leasingowych. Wiązało się to przede wszystkim z tym, że dotychczas obowiązujące przepisy podatkowe stworzone zostały wyłącznie z myślą o przedsiębiorcach, jako podmiotach, które są np. uprawnione do dokonywania odpisów amortyzacyjnych i zaliczania ich do kosztów uzyskania przychodów. W efekcie, np. dla kwalifikacji danej umowy jako umowy leasingu finansowego niezbędne było określenie w umowie, iż odpisów amortyzacyjnych od przedmiotu umowy dokonuje korzystający, który to warunek nigdy nie mógłby być spełniony w stosunku do umowy zawartej z konsumentem. Od 1 lipca 2011 r. znowelizowane zostały przepisy art. 17b ust. 1 pkt 2 i 17f ust. 1 pkt 3 lit. b) ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych oraz art. 23b ust. 1 pkt 2 i 23f ust. 1 pkt 3 lit. b) ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych. Nowelizacja skutkowałą uwzględnieniem możliwości zawierania umów leasingu również z konsumentami, co uznawane jest za działanie sprzyjające rozwojowi tego produktu wśród konsumentów.

Generalnie, stwierdzić należy, iż leasing konsumencki, zwany również leasingiem prywatnym, to produkt finansowy skierowany do osób fizycznych, które nie prowadzą

działalności gospodarczej, polegający na finansowaniu używania danej rzeczy (przedmiotu leasingu) i mogący prowadzić do jej zakupu. Pojęcie leasingu konsumenckiego dotyczyć będzie jednak nie tylko umów leasingu zdefiniowanych tak w przepisach prawa cywilnego. Pod pojęciem tym będą również rozumiane umowy najmu długoterminowego, które z jednej strony kwalifikowane będą jako najem na gruncie przepisów prawa cywilnego, a z drugiej, traktowane jako leasing na gruncie przepisów podatkowych.

Leasing konsumencki, podobnie jak leasing skierowany do przedsiębiorców, może dotyczyć finansowania zarówno rzeczy ruchomych (np. samochodów lub sprzętu AGD), jak i, teoretycznie, również nieruchomości. Przepisy prawa podatkowego, w przeciwieństwie jednak do przepisów prawa cywilnego, umożliwiają także leasing niektórych wartości niematerialnych i prawnych (np. licencji na programy komputerowe). Ocenia się jednak, iż w praktyce obszarem, w którym leasing konsumencki ma największe szanse rozwoju jest leasing pojazdów – zdecydowanie będzie to oferta najkorzystniejsza dla tych osób, które dążą do używania samochodu przez okres np. 3-4 lat bez ponoszenia następnie nakładu czasu związanego ze sprzedażą pojazdu. Nie bez znaczenia jest w tym przypadku również możliwość korzystania w ramach leasingu konsumenckiego z relatywnie nowych (np. 3-letnich) pojazdów, będących już uprzednio przedmiotem umów leasingu z przedsiębiorcami.

Ogólnie stwierdzić należy, iż jako narzędzie umożliwiające z jednej strony używanie rzeczy, a z drugiej nabycie tej rzeczy, leasing konsumencki może stać się alternatywą w stosunku do kredytu bankowego i sprzedaży ratalnej. Analizując produkty leasingowe oferowane dotychczas na rynku przedsiębiorcom, można stwierdzić, iż również wobec konsumenta przyjmą one różną formę, w zależności od preferencji samego konsumenta. W szczególności, możliwe będzie wyróżnienie następujących podstawowych wariantów tych umów:

- 1) umowa leasingu, zgodnie z którą z chwilą zapłaty ostatniej raty leasingowej prawo własności przedmiotu umowy przeniesione zostanie na konsumenta,
- 2) umowa leasingu zakładająca, iż po zapłaceniu ostatniej raty, korzystający jest zobowiązany do nabycia przedmiotu umowy za określoną w umowie kwotę (a finansujący jest uprawniony by żądać nabycia przedmiotu leasingu przez konsumenta),
- 3) umowa leasingu przewidująca uprawnienie korzystającego do nabycia przedmiotu umowy po określonej w umowie cenie i po zakończeniu okresu trwania umowy leasingu – w tym przypadku korzystający samodzielnie decyduje o tym czy nabędzie przedmiot umowy za z góry określoną w umowie kwotę,
- 4) umowa leasingu, która nie przewiduje możliwości nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta po zakończeniu jej trwania (tj. nie występuje w tym przypadku tzw. opcja nabycia).

W praktyce, w każdym z powyższych przypadków odmiennie ukształtowane zostaną parametry finansowe umów leasingu, różna może być w efekcie ich kwalifikacja na gruncie przepisów prawa cywilnego i podatkowego oraz w różny sposób kształtować się będą prawa i obowiązki stron umowy.

II. Analiza szczegółowa

1. Leasing konsumencki – uwarunkowania prawne

Aspekty prawne raportu oparte zostały na analizie poniższych aktów prawnych:

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 2 kwietnia 1997 r. [dalej: Konstytucja Dz. U. z 1997 r. Nr 78 poz. 483]
- ustawa z 23 kwietnia 1964 r. kodeks cywilny [dalej: KC Dz. U. z 1964 r., Nr 16 poz. 93]
- ustawa z 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej [dalej: ustawa o swobodzie działalności gospodarczej Dz. U. z 2007 r. Nr 155 poz. 1095]
- ustawa z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów [dalej: ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów Dz. U. z 2007 r. Nr 50 poz. 331]
- ustawa z 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim [dalej: ustawa o kredycie konsumenckim Dz. U. z 2001 Nr 100 poz. 1081]
- ustawa z 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim [dalej: ustawa o kredycie konsumenckim z 12 maja 2011 r., Dz. U. z 2011 r. Nr 126 poz. 715]
- ustawa z 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym [dalej: ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym Dz. U. z 2007 r. Nr 171 poz. 1206]
- ustawa z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny [ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny Dz. U. z 2000 r. Nr 22 poz. 271]
- ustawa z 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych [dalej: ustawa o ochronie danych osobowych Dz. U. z 2002 r. Nr 101 poz. 926].

1.1. Pojęcie „konsumenta” w świetle obowiązujących przepisów prawa

Zanim przejdziemy do analizy poszczególnych typów umów leasingu trzeba odpowiedzieć na pytanie, w jakim przypadku umowa leasingu zawarta będzie z konsumentem, a więc kim jest konsument. Pojęcie „konsument” w świetle obowiązujących przepisów prawa polskiego występuje w wielu aktach prawnych, w tym m.in. w:

- art. 22¹ KC: za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową;
- art. 76 Konstytucji: władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi;
- art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów: zawiera odesłanie do art. 22¹ KC;
- art. 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji: ustawa reguluje zapobieganie i zwalczanie nieuczciwej konkurencji w działalności gospodarczej, w szczególności produkcji przemysłowej i rolniej, budownictwie, handlu i usługach - w interesie publicznym, przedsiębiorców oraz klientów;
- art. 2 ust. 4 ustawy o kredycie konsumenckim: konsumentem jest osoba fizyczna, która zawiera umowę z przedsiębiorcą w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą;

- art. 5 pkt 1 znowelizowanej ustawy o kredycie konsumenckim: zawiera odesłanie do art. 22¹ KC;
- art. 18 przepisów przejściowych ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za produkt niebezpieczny: za konsumenta uważa się osobę, która zawiera umowę z przedsiębiorcą w celu bezpośrednio nie związanym z działalnością gospodarczą.

Biorąc powyższe pod uwagę można wyodrębnić 4 grupy definicji konsumenta. Pierwsza grupa aktów normatywnych posługuje się samodzielnie przez siebie zdefiniowanym pojęciem konsumenta (kodeks cywilny lub np. art. 2 pkt 18 ustawy Prawo telekomunikacyjne), druga grupa przywołuje w swej treści pojęcie konsumenta odwołując się wprost do definicji zawartej w art. 22¹ KC (np. art. 4 pkt 12 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów). Trzecia grupa przywołuje w swej treści pojęcie konsumenta nie definiując go (np. art. 76 Konstytucji RP, art. 17 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej). Natomiast czwarta grupa nie odwołuje się w swej treści wprost do definicji konsumenta mimo, że posługuje się nią (tzn. nie formułuje definicji w słowniczku pojęć np. art. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego). W takim przypadku w doktrynie przyjmuje się, że stosuje się definicję konsumenta z KC.

W Systemie Prawa Prywatnego podkreśla się, iż *„jeżeli osoba nie prowadzi działalności gospodarczej lub zawodowej, rozpoznanie w niej konsumenta jest zadaniem prostym. Sprawa komplikuje się, gdy osoba fizyczna, o której przymiot konsumencki chodzi, prowadzi działalność gospodarczą lub zawodową. W myśl art. 22¹ k.c. za konsumenta można ją uważać tylko wtedy, gdy dokonuje czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. **Pojęcie działalności gospodarczej określa art. 2 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, iż jest to zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły.** Przepis art. 22¹ k.c. przywiązuje doniosłą rolę do kryterium bezpośredniości związku czynności prawnej z działalnością gospodarczą lub zawodową kandydata na konsumenta. Istnienie tak scharakteryzowanego związku pozbawia go kwalifikacji konsumenta. Jeżeli związek, o którym mowa ma tylko charakter pośredni, dokonującemu czynności prawnej przysługuje przymiot konsumenta¹.”*

Do umów leasingu zawieranych z konsumentem w naszej ocenie powinna mieć zastosowanie definicja konsumenta przewidziana w KC. W konsekwencji konsumentem w tym przypadku jest (i)osoba fizyczna (ii)dokonującą czynności prawnej (iii)niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Nie należy do kręgu konsumentów osoba prawna ani jednostka organizacyjna nie mająca osobowości prawnej. Przykładowo rolnicy, osoby zajmujące się przetwórstwem warzyw i owoców są przedsiębiorcami². Jednocześnie, osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą

¹ System Prawa Prywatnego, Prawo cywilne część ogólna Tom I, Str. 1000.

² rolnik (jako osoba fizyczna wykonująca tę działalność we własnym imieniu) spełnia przesłanki kwalifikowania go jako przedsiębiorcy (Brożyna M. i inni komentarz LEX 2005 Komentarz do art.3 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej). Działalność polegająca na przetwórstwie warzyw i owoców jest działalnością

może występować w obrocie gospodarczym albo jako przedsiębiorca albo jako konsument (gdy dokonuje czynności niezwiązanej bezpośrednio z wykonywaną przez niego działalnością gospodarczą lub zawodową). Z praktycznego punktu widzenia osoba fizyczna zawierająca umowę leasingu jest konsumentem w następujących sytuacjach:

- i) **jeżeli nie prowadzi w ogóle działalności gospodarczej;**
- ii) **prowadzi działalność gospodarczą, jednakże zawiera umowę leasingu konsumenckiego do celów niezwiązanych bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.**

Również na gruncie przepisów prawa wspólnotowego, konsument jest osobą fizyczną, która działa w celach niezwiązanych ze swoją działalnością handlową, gospodarczą lub zawodową³.

1.2. Umowa leasingu konsumenckiego jako umowa leasingu

Zanim przeprowadzona zostanie szczegółowa analiza skutków umowy leasingu na gruncie przepisów prawa cywilnego, należy wskazać na cechy szczególne podstawowych typów umów, które zawierane będą z konsumentami. Jak już zostało wskazane, typy te obejmować będą:

- 1) umowę leasingu, na podstawie której z chwilą zapłaty ostatniej raty leasingowej prawo własności przedmiotu umowy przeniesione zostanie na konsumenta – oznacza to, iż przejście własności na konsumenta nastąpi automatycznie, z chwilą zapłaty ostatniej raty. W takim przypadku w trakcie trwania umowy konsument spłaci w ratach całkowitą wartość początkową przedmiotu umowy (tj. kwotę, którą finansujący wydał w celu nabycia tego przedmiotu). Najczęściej, jeśli chodzi o umowy zawierane z przedsiębiorcami, umowa taka przyjmuje formę umowy leasingu finansowego na gruncie przepisów prawa podatkowego. Dla potrzeb tego raportu, umowę taką określamy będziemy jako umowę (1).
- 2) umowa leasingu, zgodnie z którą po zapłaceniu ostatniej raty, korzystający **jest zobowiązany** do nabycia przedmiotu umowy za określoną w umowie kwotę (a finansujący jest uprawniony by żądać nabycia przedmiotu leasingu przez konsumenta). W tym przypadku, łączna kwota rat leasingowych oraz kwota ceny wykupu przewidziana w umowie, przekraczać będą wartość początkową przedmiotu umowy. Również ta umowa zakładać będzie przejście prawa własności na konsumenta, co będzie jednak wymagało dokonania odrębnej czynności – sprzedaży. Cena, po której korzystający będzie zobowiązany nabyć przedmiot umowy będzie, zapewne, odbiegała istotnie od wartości rynkowej podobnych rzeczy. Podobnie jak w przypadku umowy (1), umowa ta dość często przyjmuje formę leasingu finansowego dla celów podatkowych. Dla potrzeb tego raportu, umowę taką określamy będziemy jako umowę (2).

gospodarczą wykonywaną przez przedsiębiorcę (por. wyrok WSA w Warszawie z 25 maja 2006 r., VI SA/Wa 255/06, LexPolonica nr 1083964).

³ Np. art. 2 a) Dyrektywy 2005/29/WE.

- 3) umowa leasingu przewidująca uprawnienie korzystającego do nabycia przedmiotu umowy po określonej w umowie cenie i po zakończeniu okresu trwania umowy leasingu – w tym przypadku korzystający samodzielnie decyduje o tym czy nabydzie przedmiot umowy za z góry określoną w umowie kwotę. Łączna kwota rat leasingowych oraz kwota ceny wykupu przewidziana w umowie, przekraczać będą wartość początkową przedmiotu umowy. Umowa ta będzie uprawniać konsumenta do nabycia przedmiotu umowy po zakończeniu podstawowego okresu jej trwania, przy czym cena może w tym przypadku kształtować się na bardzo różnym poziomie. Co do zasady, cena ta może odbiegać od wartości rynkowej, jednak jej poziom będzie uzależniony od okresu trwania umowy, przyjętego poziomu opłat wstępnych rat leasingowych oraz preferencji samego konsumenta. Jeśli konsument zdecyduje się nabyć przedmiot umowy, będzie to wymagało dokonania odrębnej czynności – sprzedaży. W odróżnieniu od poprzednich umów, umowa ta przyjmuje najczęściej formę leasingu operacyjnego dla celów podatkowych. Dla potrzeb tego raportu, umowę taką określamy jako umowę (3).
- 4) umowa leasingu, która nie przewiduje możliwości nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta po zakończeniu jej trwania (tj. nie występuje w tym przypadku tzw. opcja nabycia). Co do zasady, w przypadku takiej umowy, strony ustalają, iż z chwilą jej rozwiązania, przedmiot umowy zostanie zwrócony na rzecz finansującego. W dotychczasowej praktyce, nawet jeśli przedsiębiorca nie był zainteresowany nabyciem rzeczy, a w szczególności pojazdu, po zakończeniu jego używania, umowa mimo wszystko przewidywała zapis mówiący o możliwości nabycia przedmiotu umowy. Wynikało to z dążenia do zakwalifikowania danej umowy dla celów podatkowych jako umowy leasingu (nawet jeśli na gruncie KC była to umowa najmu), tj. takiej umowy, w ramach której płatności, łącznie z potencjalną ceną wykupu pokrywają co najmniej wartość początkową przedmiotu umowy. W przeciwnym razie, nie tylko na gruncie prawa cywilnego, ale także na gruncie przepisów podatkowych umowa taka byłaby kwalifikowana jako najem, co w przypadku przedsiębiorców użytkujących samochody osobowe było o tyle niekorzystne, że wymagało prowadzenia uciążliwej ewidencji przebiegu pojazdu. Jako że konsument nie jest uprawniony do zaliczania wydatków związanych z użytkowaniem pojazdu do kosztów podatkowych, nie jest również zobowiązany do prowadzenia ewidencji przebiegu pojazdu. Z tego względu, nie jest już wymagane by do umów najmu wprowadzać kwotę potencjalnego wykupu – stąd też, wydaje się, iż w praktyce konsumentowi mogą być również oferowane umowy, które w ogóle nie będą przewidywały możliwości nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta. Dla potrzeb tego raportu, umowę taką określamy jako umowę (4).

1.2.1. Umowa leasingu – cechy charakterystyczne

Odnosząc się do powyższych, podstawowych typów umów, należy wskazać na podstawowe cechy umowy leasingu, zgodnie z definicją i warunkami określonymi w Tytule XVII¹ ustawy z 23.04.1964 r. kodeks cywilny [Dz.U. z 1964 r., Nr 16 poz. 93 ze zm., dalej: **KC**]. Mianowicie, zgodnie z art. 709¹ KC, na podstawie umowy leasingu finansujący zobowiązuje się nabyć rzecz od oznaczonego zbywcy i oddać tę rzecz korzystającemu do używania albo użytkowania i pobierania pożytków przez czas oznaczony, a **korzystający**

zobowiązuje się zapłacić finansującemu w uzgodnionych ratach wynagrodzenie pieniężne, równe co najmniej cenie lub wynagrodzeniu z tytułu nabycia rzeczy przez finansującego. Umowa taka powinna być zawarta na piśmie pod rygorem nieważności.

Z powyższego, jak i z następujących przepisów KC wynika, iż na gruncie prawa cywilnego umowa leasingu może być zawarta zarówno z przedsiębiorcą, jak i z konsumentem. KC nie wskazuje bowiem na to, kim powinien być odbiorca umowy. Co do zasady więc, na podstawie umowy leasingu zawartej z konsumentem firma leasingowa (określana jako finansujący) zobowiąże się do nabycia na własną rzecz przedmiotu leasingu i oddania go konsumentowi (czyli korzystającemu) do używania na oznaczony okres czasu. Natomiast korzystający zobowiąże się zapłacić w uzgodnionych ratach firmie leasingowej wynagrodzenie za używanie przedmiotu leasingu w kwocie nie niższej niż wydatkowana przez finansującego na zakup rzeczy. Przepisy dotyczące leasingu zakładają więc **obowiązkową spłatę wartości przedmiotu leasingu przez korzystającego,** co jest jednym z elementów wyróżniających umowę leasingu od innych umów. Jest to związane przede wszystkim z funkcją jaką pełni leasing, jako formuła finansowania środków trwałych, która zakłada, iż finansujący nabywa rzecz wskazaną przez korzystającego, od wskazanego dostawcy. Rolą finansującego jest więc przede wszystkim wyłożenie środków finansowych na zakup środka trwałego, stąd też, umowie leasingu towarzyszyć musi spłata środków pieniężnych wyłożonych przez finansującego. Należy przy tym zaznaczyć, iż **do sumy opłat wymaganych na podstawie umowy leasingu, w świetle KC, nie powinna być doliczana wartość wykupu tego przedmiotu po zakończeniu trwania umowy.** Jest to bowiem całkowicie odrębna transakcja, a płatność z nią związana nie wiąże się już z używaniem rzeczy przez korzystającego. Odmienne jednak reguluje tę kwestię prawo podatkowe, które wprost przewiduje, iż do sumy opłat ponoszonych w okresie trwania umowy leasingu doliczana jest wartość wykupu przedmiotu leasingu. Z tej perspektywy, istnieć będą umowy, które zawierane będą z konsumentem, i które nie będą określane jako umowy leasingu na gruncie KC, a jednocześnie będą one kwalifikowane jako umowy leasingu dla celów podatkowych.

Odnosząc się do podstawowego warunku przewidzianego w KC w zakresie kwalifikacji umowy jako umowy leasingu, stwierdzić należy, iż tylko niektóre z analizowanych typów umów będą uznane za umowy leasingu w rozumieniu KC. Niewątpliwie, umowami leasingu będą tylko te umowy, w ramach których raty leasingowe płacone przez korzystającego z tytułu używania, pokryją wartość początkową przedmiotu umowy. Umową taką będzie umowa (1), a w praktyce, również umowy (2) i (3), przy założeniu, że cena wykupu przewidziana w tych umowach będzie istotnie odbiegać od wartości rynkowej (gdyż w takim przypadku wartość początkowa przedmiotu umowy zostanie przez konsumenta spłacona już w trakcie trwania umowy leasingu, a nie w związku z wykupem przedmiotu umowy po jej zakończeniu). Jeśli jednak, jak w przypadku umowy (4), cena potencjalnego wykupu przedmiotu umowy w ogóle nie wystąpi bądź będzie relatywnie wysoka, lub suma rat leasingowych nie pokryje wartości początkowej przedmiotu umowy, umowa taka nie będzie kwalifikowana na gruncie KC jako umowa leasingu, co jednak nie oznacza, iż większość z tych umów nie będzie mogła być uznana za umowy leasingu w rozumieniu przepisów prawa podatkowego.

Jeśli dana umowa spełni warunki by uznać ją za umowę leasingu w rozumieniu KC, będzie ona wywoływać określone skutki prawne. Przede wszystkim, podczas korzystania z rzeczy na podstawie umowy leasingu zawartej z konsumentem korzystający nie będzie nabywał własności przedmiotu leasingu, tj. przez okres trwania umowy przedmiot umowy pozostanie własnością finansującego. Strony umowy mają jednak pełną swobodę w ustaleniu czy własność przedmiotu leasingu przejdzie za określoną ceną na korzystającego w momencie wygaśnięcia tej umowy, pozostanie przy finansującym lub też korzystający będzie miał prawo wyboru czy zakupić rzecz po okresie leasingu (opcja wykupu). Przepisy KC nie wymagają by leasing kończył się wykupem przedmiotu umowy przez korzystającego, ani nie regulują tej kwestii specyficznie. Jedynie art. 709¹⁶ KC odnosi się do sytuacji, w której finansujący zobowiązuje się bez dodatkowego świadczenia przenieść na korzystającego własność rzeczy po upływie okresu jej trwania. W takim przypadku, korzystający może żądać przeniesienia przez finansującego własności rzeczy w terminie miesiąca od upływu tego czasu, chyba że strony uzgodniły inny termin. Zapis ten odnosi się więc wprost jedynie do umowy (1), na podstawie której własność przechodziłaby na korzystającego automatycznie, z chwilą zapłaty ostatniej raty - KC przewiduje bowiem, iż strony umowy mogą przewidzieć inny (niż miesiąc) termin przejścia własności przedmiotu umowy.

Leasing może dotyczyć zarówno towarów specjalnie w tym celu nabytych przez finansującego, jak i towarów będących własnością finansującego (np. używanych pojazdów, będących uprzednio przedmiotem umów leasingu), co wynika z art. 709¹⁸ KC. Na tej podstawie, konsumenci będą uprawnieni by na podstawie umów leasingu korzystać nie tylko z rzeczy nowych, w tym celu nabytych przez firmę leasingową, ale także z rzeczy używanych, będących własnością finansującego.

Należy podkreślić, iż przepisy KC nie różnicują uprawnień, obowiązków stron umowy leasingu czy też zasad funkcjonowania umowy leasingu w zależności od tego czy korzystający jest przedsiębiorcą, czy też konsumentem. W odniesieniu do umów leasingu zawartych z konsumentami zastosowanie znajdują więc te same przepisy KC, które stały się podstawą do wypracowania dotychczasowej praktyki funkcjonowania umów leasingu zawieranych z przedsiębiorcami. W oparciu o dotychczasową praktykę, można wskazać na te zagadnienia, które powinny być regulowane przez umowę leasingu, w tym umowę leasingu konsumenckiego. Co do zasady jednak, **zróżnicowanie na poziomie prawnym umów leasingu zawieranych z konsumentami i przedsiębiorcami wynikać będzie z przepisów, które nie dotyczą bezpośrednio leasingu, lecz np. ochrony konsumentów, ustawy o kredycie konsumenckim czy przepisów dotyczących ochrony danych osobowych.** Elementem tym, oprócz samej umowy leasingu, poświęcona jest dalsza analiza.

W oparciu o dotychczasową praktykę można stwierdzić, iż w przypadku umowy leasingu zawartej z konsumentem, jej integralnym elementem będą tzw. Ogólne Warunki Umów Leasingu (OWUL), które dla każdej firmy leasingowej stanowią podstawowy dokument określający wzajemne prawa i obowiązki korzystającego i finansującego. W OWUL będą więc uregulowane takie kwestie jak szczegółowy zakres praw i obowiązków stron leasingu oraz zasady wzajemnych rozliczeń i sposób postępowania w związku z ubezpieczeniem przedmiotu leasingu, zasady naliczania opłat leasingowych, możliwość odstąpienia od umowy i zasady wypowiedzenia umowy. W efekcie, pomimo iż KC nie zawiera żadnych specyficznych przepisów, które odnosiłyby się wyłącznie do umów leasingu zawieranych z

konsumentem, w oparciu o przepisy prawa odnoszące się do umów zawieranych z konsumentami oraz orzecznictwo Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów można wskazać te elementy, które powinna zawierać umowa leasingu zawarta z konsumentem.

W szczególności elementy te obejmują:

- precyzyjne określenie przedmiotu umowy oraz wybranego przez konsumenta dostawcy rzeczy, a także zobowiązanie finansującego do zakupu i oddania rzeczy do użytkowania konsumentowi za wynagrodzeniem.
- określenie wartości początkowej przedmiotu umowy – w tym przypadku istotnymi elementami, które pojawiają się w wielu OWUL są sytuacje, w których wartość początkowa może ulec zmianie np. na skutek podwyższenia kosztów sprowadzenia towaru z zagranicy, zmiany stawek celnych lub podatkowych z tym związanych bądź zmiany kursu waluty jeśli cena przedmiotu umowy jest wyrażona w walucie obcej, etc.
- czas na jaki umowa zostaje zawarta – generalnie, podobnie jak w przypadku kredytu bankowego, im krótszy czas trwania umowy, tym wyższe będą związane z tym zobowiązania po stronie konsumenta. Z drugiej strony, im dłuższy czas trwania umowy, tym koszt leasingu będzie wyższy ze względu na wzrost oprocentowania.
- obowiązek wniesienia opłaty wstępnej (czynszu inicjalnego), a więc wkładu własnego konsumenta oraz określenie poziomu tej wpłaty.
- zabezpieczenia, które będą wymagane przez finansującego, w tym np. kaucja zwrotna, weksel, poręczenie, przy czym w przypadku kaucji zwrotnej umowa leasingu bądź OWUL powinny precyzować zobowiązania konsumenta, które zabezpieczać będzie kaucja oraz warunki jej zwrotu bądź zaliczenia na poczet tych zobowiązań.
- kwestie związane z własnością przedmiotu umowy po zakończeniu okresu trwania leasingu – w szczególności chodzi w tym przypadku o uregulowania, które rozstrzygałyby czy przedmiot umowy musi zostać zwrócony finansującemu po zakończeniu umowy leasingu, czy też korzystający jest uprawniony do nabycia rzeczy, bądź też korzystający jest zobowiązany do zakupu leasingowanej rzeczy lub własność przechodzi na niego automatycznie.
- określenie ceny potencjalnego wykupu przedmiotu umowy – cena ta powinna znaleźć się w umowie leasingu w każdym przypadku, gdy konsument jest uprawniony lub zobowiązany do zakupu przedmiotu umowy po zakończeniu okresu leasingu.
- sposób ustalania rat leasingowych – w szczególności umowa leasingu winna precyzować sposób obliczania odsetek, tj. czy będą one obliczane z zastosowaniem stałej, czy zmiennej stopy procentowej. W obu przypadkach umowa powinna zawierać harmonogram płatności, przy czym w przypadku zastosowania stałej stopy procentowej nie powinien on ulegać zmianie w czasie trwania umowy

leasingu. Z kolei w przypadku zastosowania zmiennej stopy procentowej (co jest dość częste w praktyce), umowa powinna precyzować w oparciu o jakie kryteria stopa ta ulegać będzie zmianie (np. w oparciu o WIBOR 3m).

- wszelkie inne koszty związane z zawarciem umowy leasingu (w tym koszty odsetek, opłat, prowizji, marż oraz koszty usług dodatkowych) oraz zasady doręczania aktualnych tabel prowizji i opłat stosowanych przez finansującego.
- zasady ubezpieczenia przedmiotu umowy, tj. czy do ubezpieczenia zobowiązany jest sam konsument i jakie obowiązki się z tym wiążą (tj. regularne dostarczanie polis ubezpieczeniowych finansującemu), czy też przedmiot umowy zostanie ubezpieczony przez finansującego. W wielu przypadkach jednak umowa ubezpieczenia może być również zawarta przez konsumenta we współpracującym z firmą leasingową towarzystwie ubezpieczeniowym, za pośrednictwem finansującego. Również ta kwestia powinna zostać uregulowana w OWUL bądź samej umowie leasingu. Umowa leasingu bądź OWUL powinny również określać zasady realizacji uprawnień wynikających z umowy ubezpieczenia, tj. zasady przekazywania środków uzyskanych przez finansującego od towarzystwa ubezpieczeń na rzecz zakładów naprawczych.
- skutki zalegania z płatnością rat leasingowych – konsument w razie zalegania z płatnością rat leasingowych winien oczekiwać, że finansujący wyznaczy mu na piśmie dodatkowy, odpowiedni termin na uregulowanie tych płatności. Dopiero brak płatności w tym terminie powodować może skutki w postaci wypowiedzenia umowy leasingu, co powinno zostać uregulowane w OWUL.
- przypadki, w których konsument jest uprawniony do odstąpienia od umowy leasingu, sposób w jaki powinien tego dokonać i skutki wypowiedzenia.
- przypadki, w których umowa może zostać wypowiedziana przez firmę leasingową – w tym przypadku nie budzą kontrowersji przypadki przewidziane wprost przez KC, w tym zaistnienie tzw. szkody całkowitej przedmiotu umowy bądź wypowiedzenie umowy na skutek zaległości z zapłatą rat leasingowych (po uprzednim wyznaczeniu dodatkowego, odpowiedniego terminu na ich uregulowanie).
- możliwości i warunki dokonania spłaty rat leasingowych przez konsumenta przed terminem płatności oraz potencjalne koszty z tym związane (np. prowizja).
- zdefiniowanie umowy jako umowy leasingu operacyjnego bądź finansowego z perspektywy przepisów podatkowych – zdefiniowanie to nie musi odbywać się wprost, gdyż w przypadku leasingu operacyjnego wystarczającym jest powstrzymanie się przez strony umowy od jakichkolwiek ustaleń dotyczących odpisów amortyzacyjnych. Jedynie w przypadku, gdyby konsument dążył do zawarcia umowy leasingu finansowego umowa powinna zawierać zapis, iż finansujący rezygnuje z dokonywania odpisów amortyzacyjnych od przedmiotu umowy.

Można uznać, w oparciu o analizy OWUL stosowane przez większość firm leasingowych, iż powyższe elementy będą najbardziej typowymi elementami, które zawarte zostaną w

umowach leasingu zawieranych z konsumentami. Niemniej jednak, o wiele bardziej sformalizowane wymogi znajdą zastosowanie do umów leasingu, które zostaną zakwalifikowane jako umowy o kredyt konsumencki (o szczegółach związanych z taką kwalifikacją piszemy w dalszej części raportu). W przypadku uznania umowy leasingu za umowę o kredyt konsumencki w świetle nowej ustawy o kredycie konsumenckim z 12.05.2011 r., która zacznie obowiązywać od 18.12.2011 r., umowa taka powinna zawierać następujące elementy:

- imię, nazwisko i adres konsumenta oraz imię, nazwisko (nazwę) i adres (siedzibę) kredytodawcy i pośrednika kredytowego,
- rodzaj kredytu i czas obowiązywania umowy,
- całkowitą kwotę kredytu oraz terminy i sposób jego wypłaty,
- stopę oprocentowania kredytu oraz warunki jej zmiany z podaniem indeksu lub stopy referencyjnej mającej zastosowanie do pierwotnej stopy oprocentowania kredytu; jeżeli umowa o kredyt konsumencki przewiduje różne stopy oprocentowania, informacje te podaje się dla wszystkich stosowanych stóp procentowych w danym okresie obowiązywania umowy,
- rzeczywistą roczną stopę oprocentowania oraz całkowitą kwotę do zapłaty przez konsumenta ustaloną w dniu zawarcia umowy o kredyt konsumencki wraz z podaniem wszystkich założeń przyjętych do jej obliczenia,
- zasady i terminy spłaty kredytu, w szczególności kolejności zaliczania rat kredytu konsumenckiego na poczet należności kredytodawcy, w tym informację o prawie, o którym mowa w art. 37 ust. 1 ustawy (tj. prawie do otrzymania na wniosek bezpłatnego harmonogramu spłaty),
- zestawienie zawierające terminy i zasady płatności odsetek oraz wszelkich innych kosztów kredytu, w przypadku gdy kredytodawca lub pośrednik kredytowy udziela karencji w spłacie kredytu,
- informację o innych kosztach, które konsument jest zobowiązany ponieść w związku z umową o kredyt konsumencki w szczególności odsetkach, opłatach, prowizjach, marżach oraz kosztach usług dodatkowych, jeżeli są znane kredytodawcy, oraz warunki na jakich koszty te mogą ulec zmianie,
- roczną stopę oprocentowania zadłużenia przeterminowanego, warunki jej zmiany oraz ewentualne opłaty z tytułu zaległości w spłacie kredytu,
- określenie skutków braku płatności,
- informację o opłatach notarialnych, o ile wystąpią,
- sposób zabezpieczenia i ubezpieczenia spłaty kredytu, jeżeli umowa je przewiduje,
- termin, sposób i skutki odstąpienia konsumenta od umowy, obowiązek zwrotu przez konsumenta udostępnionego przez kredytodawcę kredytu oraz odsetek zgodnie z ustawą, a także kwotę odsetek należnych w stosunku dziennym,
- prawo konsumenta do spłaty kredytu przed terminem,
- informację o prawie kredytodawcy do zastrzeżenia w umowie prowizji za dokonanie spłaty kredytu przed terminem i zasady ustalenia wysokości tej prowizji,
- informację o prawie, o którym mowa w art. 59 ust. 1 ustawy (tj. prawie do dochodzenia przez konsumenta od kredytodawcy roszczeń o ile sprzedawca lub usługodawca nie wykonał swoich obowiązków),
- warunki wypowiedzenia umowy oraz informację o możliwości korzystania z pozasądowego rozstrzygnięcia sporów oraz zasadach dostępu do tej procedury, jeżeli takie prawo przysługuje konsumentowi,
- wskazanie organu nadzoru właściwego w sprawach ochrony konsumentów.

Ponadto, nowa ustawa o kredycie konsumenckim wymagać będzie by w przypadku zmiany wysokości stopy oprocentowania w czasie obowiązywania umowy, konsument przed jej dokonaniem otrzymuje od kredytodawcy, na trwałym nośniku, informację o tej zmianie.

1.2.2. Obowiązki konsumenta w ramach umowy leasingu

Podstawowe obowiązki konsumenta związane z wykorzystywaniem rzeczy na podstawie umowy leasingu obejmować będą:

- dokonanie wyboru rzeczy i dostawcy - finansujący nie będzie odpowiedzialny wobec korzystającego za przydatność rzeczy do umówionego użytku.
- odbiór przedmiotu umowy, przy czym z art. 709³ KC wynika, iż brak odbioru rzeczy w ustalonym terminie na skutek okoliczności, za które odpowiada korzystający, nie będzie go zwalniać z obowiązku zapłaty rat leasingowych. Aby uchronić się przed nabyciem przedmiotu umowy i poniesieniem kosztów z tym związanych, przy jednoczesnym braku odbioru przedmiotu umowy przez korzystającego, firmy leasingowe stosują bądź opłaty wstępne (a więc własne zaangażowanie finansowe korzystającego na poziomie od ok. 10% wzwyż) albo kaucje zwrotne, które mogą być zaliczone na poczet zobowiązania korzystającego do wpłaty opłaty wstępnej. Kaucje takie w praktyce zabezpieczają więc odbiór przedmiotu umowy przez korzystającego.
- dokonywanie płatności rat leasingowych w uzgodnionych terminach. W przypadku zwłoki z zapłatą co najmniej jednej raty, finansujący jest zobowiązany wyznaczyć korzystającemu na piśmie dodatkowy termin zapłaty. Brak zapłaty w tym dodatkowym terminie może być dla finansującego podstawą do wypowiedzenia umowy leasingu.
- utrzymywanie leasingowanej rzeczy w należyтым stanie, w szczególności dokonywanie jej konserwacji i niezbędnych napraw, z uwzględnieniem jednak naturalnego zużycia rzeczy wskutek prawidłowego jej używania. Korzystający jest również zobowiązany ponosić ciężary związane z własnością lub posiadaniem rzeczy, co oznacza, iż finansujący jest uprawniony by obciążać korzystającego kosztem np. podatków wynikających z własności rzeczy (takich jak podatek od nieruchomości czy środków transportu).
- używanie rzeczy w sposób określony w umowie leasingu, a jeśli umowa tego nie określa - w sposób zgodny z właściwościami i przeznaczeniem rzeczy. Ponadto, korzystający nie będzie uprawniony by dokonywać zmian rzeczy, za wyjątkiem takich, które wynikają z przeznaczenia rzeczy. Brak usunięcia zmian po otrzymaniu pisemnego upomnienia ze strony finansującego może skutkować wypowiedzeniem umowy leasingu.
- powstrzymanie się od oddania rzeczy do używania osobie trzeciej – w tym zakresie wymagana będzie zgoda finansującego. Biorąc pod uwagę, iż w wielu przypadkach z danej rzeczy korzystać będą również członkowie rodziny konsumenta, należy ten fakt uwzględnić już na etapie konstruowania umowy i wydawania stosownych upoważnień. Naruszenie tego obowiązku przez korzystającego skutkować może wypowiedzeniem umowy leasingu.

Ponadto, umowa leasingu może nakładać na konsumenta obowiązek dokonywania napraw rzeczy u określonych dostawców usług (np. w określonej sieci autoryzowanych serwisów samochodowych). W takim przypadku KC nakłada na korzystającego obowiązek

niezwłocznego zawiadomienia finansującego o konieczności dokonania istotnej naprawy rzeczy.

1.2.3. Odpowiedzialność finansującego z tytułu wykonania umowy leasingu

Odpowiedzialnością finansującego z tytułu nienależytego wykonania umowy leasingu rządzą ogólne przepisy dotyczące prawa zobowiązań w zakresie skutków niewykonania zobowiązań z umów, z uwzględnieniem różnic dotyczących umów wzajemnych (art. 487 – 497 KC) i samej umowy leasingu. Jeśli więc finansujący nie wykona lub niewłaściwie wykona swoje zobowiązania z tytułu umowy, jest odpowiedzialny za spowodowaną przez siebie szkodę. Obowiązek naprawienia szkody obejmuje zarówno szkodę rzeczywistą jak i utracone korzyści. Jeśli finansujący dopuści się zwłoki w wykonaniu swojego zobowiązania z tytułu umowy leasingu, konsument może wyznaczyć mu dodatkowy termin do wykonania zobowiązania z zastrzeżeniem, że w razie jego bezskutecznego upływu będzie uprawniony do odstąpienia od umowy. Konsument ma również prawo do żądania wykonania zobowiązania i naprawienia szkody (bez wyznaczania dodatkowego terminu). Odstępując od umowy korzystający powinien jednak zwrócić finansującemu wszystko co od niego otrzymał na mocy umowy, z drugiej strony może żądać tego co sam świadczył i naprawienia szkody.

1.2.4. Odpowiedzialność finansującego z tytułu rękojmi i gwarancji

W ramach umowy leasingu to korzystający samodzielnie wybiera przedmiot umowy oraz dostawcę. Z tego względu, przepisy KC specyficznie regulują kwestie związane z rękojmią i gwarancją. Mianowicie, przewidują one wprost, że finansujący nie odpowiada wobec korzystającego za wady rzeczy. Z chwilą zawarcia przez finansującego umowy ze wskazanym przez korzystającego dostawcą z mocy ustawy na korzystającego przechodzą wszelkie uprawnienia z tytułu wad rzeczy przysługujące finansującemu względem dostawcy (z wyjątkiem prawa do odstąpienia od umowy).

Tym samym, pomimo iż finansujący nabył rzecz od danego dostawcy, uprawnienia z tytułu gwarancji i rękojmi przysługują bezpośrednio konsumentowi i to on winien ich dochodzić bezpośrednio od dostawcy. W tym przypadku ujawnia się rola leasingu jako instrumentu finansowego. Co więcej, korzystający nie musi nawet informować finansującego o dochodzeniu swoich roszczeń wobec dostawcy tak długo, jak nie żąda odstąpienia od umowy w związku z wadami rzeczy. Tak więc, finansujący z chwilą zawarcia umowy leasingu, zostaje zupełnie pozbawiony wszelkich praw (i obowiązków) wynikających z rękojmi. Nie ma również wpływu na sposób i zakres dochodzonych roszczeń. Ponadto z przepisów KC wynika wprost, że mimo obniżenia ceny korzystający dalej powinien płacić raty leasingowe w ustalonej wysokości. Również wymiana sprzętu w ramach rękojmi nie powinna nic zmieniać w sytuacji korzystającego.

KC nie przewiduje również obowiązku finansującego do odstąpienia od umowy leasingu w przypadku wad rzeczy. Jeśli finansujący uznaje, że wady nie są na tyle istotne, że uzasadniają odstąpienie od umowy może on odmówić wykonania tego prawa. Jeśli jednak finansujący odmówiłby odstąpienia od umowy ze zbywcą (gdy uzna żądanie korzystającego za niezasadne), korzystający może (i) wytoczyć powództwo o wydanie przez sąd „zastępczego” oświadczenia woli w trybie art. 64 KC, (ii) zażądać wyrównania ewentualnej szkody związanej z odmową odstąpienia od umowy. Podsumowując –

finansujący nie ma obowiązku odstępowania od umowy ze zbywcą jeśli uważa jego żądanie za niezasadne, w takiej sytuacji konsument może jednak dochodzić swoich praw na drodze sądowej⁴.

Analiza art. 709⁸ oraz 709⁴ §3 KC prowadzą do wniosku, iż z mocy prawa na korzystającego przechodzą wszelkie uprawnienia wynikające z wad rzeczy, w tym uprawnienia z tytułu rękojmi i gwarancji, które winien on realizować bezpośrednio w stosunku do dostawcy. W związku z tym przepisy zobowiązują finansującego do wydania korzystającemu odpisu dokumentów gwarancyjnych otrzymanych od dostawcy lub producenta.

1.2.5. Przyczyny i skutki wygaśnięcia lub rozwiązania umowy

KC przewiduje kilka sytuacji, w których umowa leasingu wygasa z mocy prawa bądź też, w których finansujący jest uprawniony do jej wypowiedzenia, a także skutki takich zdarzeń.

Podstawowym przypadkiem, w którym umowa leasingu wygasa z mocy prawa jest utrata rzeczy z powodu okoliczności, za które finansujący nie ponosi odpowiedzialności. Chodzi w tym przypadku o tzw. szkodę całkowitą, która obejmować może zarówno utratę rzeczy na skutek np. kradzieży, jak i nienaprawialne uszkodzenie lub zniszczenie przedmiotu umowy. W razie zajścia takiego zdarzenia, konsument jest zobowiązany niezwłocznie zawiadomić finansującego. W razie utraty rzeczy finansujący jest uprawniony by żądać od korzystającego natychmiastowej zapłaty wszystkich przewidzianych w umowie a niezapłaconych rat leasingowych. Kwota, której zapłaty żąda finansujący musi być jednak pomniejszona o: (i) korzyści wynikające z otrzymania rat leasingowych przed terminem ich płatności (a więc raty te powinny być zdyskontowane) oraz (ii) kwotę uzyskaną przez finansującego z tytułu ubezpieczenia rzeczy. Dlatego też tak istotną rolę pełni ubezpieczenie przedmiotu umowy – de facto chroni ono korzystającego pod względem finansowym. KC nie przewiduje wprost obowiązku ubezpieczenia przedmiotu umowy – przepis art. 709⁶ stanowi jedynie, iż w razie gdy w umowie leasingu zastrzeżono, że korzystający obowiązany jest ponieść koszty ubezpieczenia rzeczy od jej utraty, koszty te obejmują składkę z tytułu ubezpieczenia na ogólnie przyjętych warunkach. W praktyce jednak, umowa leasingu, w szczególności pojazdów, wymagać będzie ubezpieczenia przedmiotu umowy. W razie utraty pojazdu, kwota, którą konsument będzie zobowiązany zapłacić na rzecz finansującego (tytułem zwrotu wyłożonego przez leasingodawcę kapitału) automatycznie bowiem pomniejszona zostanie o kwotę ubezpieczenia wypłaconego na rzecz finansującego. Z tego względu, ubezpieczenie przedmiotu umowy chroni interesy finansowe tak korzystającego, jak i finansującego.

W określonych przypadkach, za które korzystający ponosi odpowiedzialność (np. brak zapłaty należności w dodatkowym wyznaczonym terminie), finansujący może również wypowiedzieć umowę leasingu. W takim przypadku, finansujący również może żądać od konsumenta natychmiastowej zapłaty wszystkich przewidzianych w umowie a niezapłaconych rat, pomniejszonych o korzyści, jakie finansujący uzyskał wskutek ich

⁴ Tak również T. Wiśniewski w w Komentarz do Kodeksu cywilnego, Księga trzecia, Zobowiązania t. 2, wyd. LexisNexis, Warszawa 2009 s. 439

zapłaty przed umówionym terminem. W praktyce korzyści te obejmują dyskonto, ale istotną część firm leasingowych uwzględnią w tym przypadku również kwoty uzyskane z tytułu sprzedaży bądź innego zagospodarowania przedmiotu umowy, przy czym może się pojawić wymóg by sprzedaż taka (bądź zagospodarowanie) nastąpiła w określonym czasie od wypowiedzenia umowy leasingu.

1.3. Umowa leasingu konsumenckiego jako umowa najmu

W dotychczasowej praktyce umów zawieranych z przedsiębiorcami, która, jak się wydaje, może zostać powielona wobec konsumentów, wyróżnić można również umowy, które na gruncie przepisów podatkowych kwalifikowane są jako umowy leasingu, podczas gdy nie spełniają one warunków by uznać je za umowy leasingu w rozumieniu KC. Na gruncie KC umowy te kwalifikowane są jako umowy najmu, a to przede wszystkim dlatego, że nie spełniają podstawowego warunku wymaganego dla uznania umowy za umowę leasingu w rozumieniu KC, tj. warunku by suma rat leasingowych (bez ceny potencjalnego wykupu) pokrywała co najmniej wartość początkową rzeczy. Z tej perspektywy, umowa (4), która w ogóle nie zakłada ceny wykupu przedmiotu umowy, może nie zostać zakwalifikowana jako umowa leasingu, gdyż przewidziane w niej raty leasingowe nie pokryją wartości początkowej przedmiotu umowy.

1.3.1. Umowa najmu – cechy charakterystyczne

Zgodnie z art. 659 KC, na podstawie umowy najmu wynajmujący zobowiązuje się oddać najemcy rzecz do używania przez czas oznaczony lub nie oznaczony, a najemca zobowiązuje się płacić wynajmującemu umówiony czynsz, przy czym czynsz ten może być oznaczony w pieniądzu lub w świadczeniach innego rodzaju. Co do zasady więc, umowa najmu nie będzie przewidywać spłaty wartości początkowej przedmiotu umowy. Mówiąc o możliwości zaliczenia umowy najmu do grupy umów kwalifikowanych na gruncie przepisów podatkowych jako umowy leasingu trzeba wskazać na jeszcze jedną różnicę. Otóż umowa leasingu musi być zawsze zawarta na czas oznaczony, natomiast umowa najmu – zarówno na czas oznaczony, jak i nieoznaczony. Co więcej, o ile przepisy KC wymagają formy pisemnej dla zawarcia umowy leasingu, umowa najmu niekoniecznie musi być zawarta w tej formie. W praktyce jednak umowy najmu, które zawierane będą przez firmy leasingowe z konsumentami zawierane będą niewątpliwie (i) w formie pisemnej i (ii) na czas oznaczony.

1.3.2. Obowiązki najemcy

W ramach umowy najmu obowiązki i uprawnienia konsumenta kształtować się będą odmiennie niż ich zakres wynikający z umowy leasingu. W szczególności:

- Najemca będzie zobowiązany płacić czynsz w ustalonych terminach. KC reguluje również sytuację, w której terminy płatności nie zostały w umowie określone, jednak nie należy tego rodzaju sytuacji oczekiwać w praktyce. W odróżnieniu od umowy leasingu, dopiero w razie zwłoki z zapłatą czynszu co najmniej za dwa pełne okresy płatności, wynajmujący jest uprawniony by wypowiedzieć umowę najmu bez zachowania terminów wypowiedzenia.

- Podobnie jak w przypadku umowy leasingu, najemca powinien używać najętej rzeczy w sposób określony w umowie, a jeśli umowa go nie określa - w sposób odpowiadający właściwościom i przeznaczeniu rzeczy. Co do zasady, istotne naprawy rzeczy obciążają wynajmującego, a o ich potrzebie najemca powinien niezwłocznie zawiadomić wynajmującego.
- W odróżnieniu od umowy leasingu, co do zasady najemca jest uprawniony by dokonywać zmian rzeczy – niemniej jednak, dokonanie zmian sprzecznych z umową lub z przeznaczeniem rzeczy wymagają uzyskania zgody wynajmującego. W razie używania rzeczy w sposób sprzeczny z umową lub z jej przeznaczeniem, wynajmujący winien upomnieć najemcę. Jeśli upomnienie takie nie przyniesie skutku i najemca nadal używa rzecz w sposób sprzeczny z umową wynajmujący może wypowiedzieć najem bez zachowania terminów wypowiedzenia. Uprawnienie takie przysługuje wynajmującemu również w przypadku gdy najemca zaniedbuje rzecz w sposób narażający ją na utratę lub uszkodzenie.
- Odmienne niż w przypadku umowy leasingu ukształtowane zostały kwestie związane z oddaniem przez najemcę rzeczy do używania innej osobie. W ramach umowy najmu konsument będzie uprawniony oddać wynajętą rzecz do używania osobie trzeciej, jeżeli umowa najmu nie będzie mu tego zabraniać. Tak więc, jeśli firma leasingowa chciałaby w tym zakresie wprowadzić jakieś ograniczenia, musiałyby one być wprost przewidziane w umowie najmu.
- Co do zasady, najemca jest zobowiązany zwrócić wynajmującemu rzecz po zakończeniu najmu w stanie nie pogorszonym, z uwzględnieniem jednak naturalnego zużycia rzeczy w wyniku prawidłowego jej używania. Jeżeli jednak po upływie terminu określonego w umowie najmu lub w wypowiedzeniu, najemca nadal używa rzeczy, a wynajmujący godzi się na takie używanie, uznaje się, że najem został przedłużony na czas nie oznaczony. Ponownie jednak należy wskazać, iż w praktyce sytuacje takie są mało prawdopodobne – w razie wypowiedzenia umowy najmu wynajmujący będzie dążył do odzyskania przedmiotu umowy bądź do przedłużenia umowy najmu w formie pisemnej.

1.3.3. Zakres odpowiedzialności wynajmującego

Zupełnie inaczej niż w przypadku umowy leasingu ukształtowane zostały obowiązki wynajmującego związane ze stanem rzeczy. Mianowicie, wynajmujący powinien wydać najemcy rzecz w stanie przydatnym do umówionego użytku i **utrzymywać ją w takim stanie przez czas trwania najmu**. Tym samym, wszelkie istotne naprawy i remonty rzeczy będą odpowiedzialnością wynajmującego. Przepisy KC wskazują, iż jedynie drobne nakłady połączone ze zwykłym użytkowaniem rzeczy obciążać będą najemcę. Tym samym, odpowiedzialność wynajmującego za wady rzeczy i możliwość jej używania do określonego użytku jest znacznie szersza niż odpowiedzialność finansującego w ramach umowy leasingu – ten ostatni nie ponosi bowiem odpowiedzialności ani za wady rzeczy, ani za jej przydatność do używania. W tym zakresie bowiem korzystającemu przysługują roszczenia bezpośrednio w stosunku do dostawcy towaru.

Natomiast w przypadku umowy najmu, jeśli rzecz wymaga istotnych napraw, które obciążają wynajmującego, i bez których dana rzecz nie jest przydatna do umówionego użytku, najemcy przysługuje prawo by wyznaczyć wynajmującemu odpowiedni termin do wykonania stosownych napraw. Jeśli będzie to bezskuteczne, najemca może dokonać

koniecznych napraw na koszt wynajmującego, co oznacza, iż może on obciążyć wynajmującego ich kosztem. Ponadto, jeżeli wynajęta rzecz ma wady, które ograniczają jej przydatność do umówionego użytku, najemca może również żądać odpowiedniego obniżenia czynszu za czas trwania wad. Jeżeli wynajmujący, mimo otrzymanego zawiadomienia nie usunie wad rzeczy w odpowiednim czasie bądź jeżeli wad takich nie można usunąć, najemca jest uprawniony by wypowiedzieć umowę najmu bez zachowania terminów wypowiedzenia. Uprawnienia te nie przysługują jednak najemcy, który w chwili zawarcia umowy wiedział o wadach.

Niezależnie jednak od powyższego, w razie zniszczenia rzeczy na skutek okoliczności, za które nie odpowiada wynajmujący, nie ma on obowiązku przywrócenia rzeczy do stanu poprzedniego.

1.3.4. Skutki wygaśnięcia lub rozwiązania umowy najmu

Skutki rozwiązania umowy najmu różnią się istotnie od tych, które wiążą się w rozwiązaniem umowy leasingu, co wynika z szczególnej roli leasingu jako formy finansowania zakupu rzeczy. Z tego względu, przepisy dotyczące najmu nie przewidują np. obowiązku spłaty wszystkich pozostałych rat przewidzianych w umowie, co nie wyklucza jednak możliwości zastosowania innych opłat związanych z odstąpieniem od umowy najmu przez jedną bądź drugą stronę.

Przede wszystkim, w przypadku, gdy czas trwania najmu jest oznaczony (co będzie regułą), zarówno wynajmujący, jak i najemca mogą wypowiedzieć najem w wypadkach określonych w umowie. Ponadto, jak wynika z dotychczasowej analizy, zarówno najemcy, jak i wynajmującemu w określonych sytuacjach przysługuje prawo do wypowiedzenia umowy bez zachowania terminów wypowiedzenia. W praktyce, odstąpienie od umowy najmu przez przedsiębiorcę wiąże się z koniecznością uiszczenia na rzecz wynajmującego swoistego odszkodowania (przy czym jest ono tym wyższe, czym wcześniej umowa ulega rozwiązaniu w stosunku do okresu, na który została zawarta). W przypadku umów najmu zawieranych z konsumentami tego rodzaju opłaty również będą stosowane, niemniej jednak nie powinny być one zbyt wygórowane.

KC reguluje również kwestie związane z rozliczeniem nakładów poczynionych przez najemcę w trakcie używania rzeczy. Mianowicie, zgodnie z art. 676 KC, jeżeli najemca ulepszył rzecz, w razie rozwiązania lub wygaśnięcia umowy wynajmujący może albo zatrzymać ulepszenia płacąc na rzecz najemcy kwotę odpowiadającą ich wartości w chwili zwrotu, albo żądać przywrócenia stanu poprzedniego. Umowa najmu może jednak odmiennie regulować te kwestie.

Podsumowując analizę umowy najmu, wskazać należy przede wszystkim, iż w jej przypadku znacząco szerszy będzie zakres odpowiedzialności firmy leasingowej wynajmującej rzecz za stan i przydatność rzeczy do umówionego użytku. W praktyce, wynajmem zajmują się więc wyspecjalizowane firmy leasingowe (tzw. CFM – Car Fleet Management), które oferują kompleksową obsługę wynajmowanych pojazdów, obejmującą również ich ubezpieczenie, zarządzanie naprawami i serwisem, wymianę opon i ich składowanie oraz wszelkie inne świadczenia związane z użytkowaniem pojazdów. W praktyce, biorąc pod uwagę daleko posuniętą specjalizację tych firm, należy oczekiwać, iż

również oferta w zakresie najmu pojazdów kierowana do konsumentów będzie przygotowana przede wszystkim przez te firmy.

1.4. Przepisy dotyczące konsumentów

Biorąc pod uwagę, iż w odróżnieniu od dotychczasowej praktyki firm leasingowych, umowy leasingu bądź najmu będą zawierane z konsumentem, oprócz regulacji dotyczących odpowiednio umów leasingu czy najmu, konieczne jest uwzględnienie również przepisów regulujących kwestie relacji z konsumentami, w tym przepisów dotyczących kredytu konsumenckiego oraz szeregu klauzul niedozwolonych.

1.4.1 Kredyt konsumencki

Obecnie obowiązująca ustawa o kredycie konsumenckim

Zgodnie z obecnie obowiązującą ustawą z 20 lipca 2001 r. o kredycie konsumenckim, jej przepisy mają zastosowanie do umów kredytu w jakiegokolwiek postaci (przykładowy katalog obejmuje m.in. pożyczki, kredyty bankowe, umowy z odroczeniem płatności) o ile wysokość kredytu jest mniejsza niż 80 000 zł (albo równowartość tej kwoty). Jeśli finansowanie obejmuje przedmiot opodatkowany VAT do powyższego limitu wlicza się również ten podatek. W przypadku leasingu oznacza to, że jeśli kapitał obejmuje również VAT to jego wartość wlicza się do powyższego limitu (oznacza to, że jeśli kwota kapitału, wraz z VAT wynosi 80 001 zł to takie finansowanie nie podlega ustawie o kredycie konsumenckim). Ponieważ limit ten dotyczy kwoty **udzielonego kredytu**, nie wlicza się do niego ewentualnego wkładu własnego konsumenta.

Ustawy o kredycie konsumenckim nie stosuje się do umów o odpłatne korzystanie z rzeczy lub praw, jeśli umowa nie przewiduje przejścia ich własności na konsumenta. Jak wynika z wyjaśnień UOKiK aby umowa leasingu podlegała pod przepisy ustawy przejście własności musi mieć charakter automatyczny bez konieczności podejmowania jakichkolwiek działań⁵. Na gruncie obecnie obowiązującej ustawy o kredycie konsumenckim jako umowa o taki kredyt kwalifikowana byłaby jedynie umowa (1), o ile spełniałaby również kryterium wartości. Jeśli bowiem umowa nie przewiduje automatycznego przejścia własności nie jest ona traktowana jak kredyt konsumencki.

Nowa ustawa o kredycie konsumenckim z 12 maja 2011 r.

Ustawa o kredycie konsumenckim z 12 maja 2011 r. znacząco zwiększa limit, powyżej którego nie stosuje się jej przepisów. Z momentem wejścia w życie ustawy kwota ta wyniesie 255 500 zł⁶. Jednak należy zwrócić uwagę na nową definicję całkowitych kosztów kredytu, która obejmuje także koszty usług dodatkowych w przypadku gdy ich poniesienie jest niezbędne do uzyskania kredytu⁷. Oznacza to, że w przypadku gdy z umowy leasingu będzie wynikał obowiązek zawarcia umowy ubezpieczenia przedmiotu leasingu i umowa ta

⁵ Pismo Prezesa UOKiK z 19 kwietnia 2006 r. sygn. DDK-076-118/06/VP

⁶ Art. 3 ust. 1 w zw. z art. 5 pkt 7 ustawy o kredycie konsumenckim z 12 maja 2011 r.

⁷ Art. 5 pkt 6 ustawy o kredycie konsumenckim z 12 maja 2011 r.

zostanie zawarta przez finansującego, który refakturuje składkę na konsumenta, koszt składki należy uwzględnić w wyliczeniu całkowitych kosztów kredytu.

Kolejną odmiennością w stosunku do dotychczas obowiązujących przepisów jest kwestia stosowania ustawy do umów leasingu. Ustawa z 12 maja 2011 r. zawiera w tym zakresie dwa przepisy. Po pierwsze zgodnie z art. 4 ust. 1 pkt 2 ustawy **nie stosuje się** do umów leasingu, jeśli umowa nie przewiduje **obowiązku** przeniesienia własności przedmiotu umowy na konsumenta (z literalnej wykładni wynika więc, że jeśli umowa przewiduje taki obowiązek to podlega reżimowi kredytu konsumenckiego). Po drugie, zgodnie z art. 4 ust. 4 ustawę **stosuje się** do umów leasingu lub najmu jeśli umowa odrębna od tych umów przewiduje przeniesienie własności przedmiotu tych umów, uzależniając je od żądania kredytodawcy. Przepisy te stanowią próbę transpozycji do polskiego systemu prawnego art. 2 ust. 2 pkt d) Dyrektywy 2008/48/WE. Zgodnie z tym przepisem, dyrektywy tej nie stosuje się do umów leasingu lub najmu, jeśli ani sama umowa ani inna umowa odrębna nie przewidują obowiązku nabycia przedmiotu umowy. Jednocześnie domniemuje się, że obowiązek ten istnieje, jeśli kredytodawca decyduje o tym jednostronnie. Jak widać z powyższego zestawienia polskie przepisy w sposób odmienny od prawa wspólnotowego uregulowały kwestię kwalifikowania leasingu jak kredytu konsumenckiego – jednocześnie nie jest jasne czy jest to działanie celowe czy niezamierzony błąd ustawodawcy.

Biorąc pod uwagę cel ustawy, jakim jest ochrona konsumenta można się spodziewać, że przepisy te będą interpretowane w ten sposób, że za kredyt konsumencki będą uważane te umowy leasingu, które:

- i. przewidują obowiązek przeniesienia własności przedmiotu umowy na konsumenta (stosując wykładnię historyczną – przez porównanie do dotychczasowej ustawy – można dojść do wniosku, że nie chodzi tutaj o czysty automatyzm w przeniesieniu prawa własności a każdą umowę, która przewiduje, że w określonych sytuacjach konsument może żądać przeniesienia własności przedmiotu leasingu);
- ii. przewidują obowiązek przeniesienia własności przedmiotu umowy – uzależniając go od żądania kredytodawcy (albo odrębna umowa to przewiduje).

Można argumentować, że powyższe przepisy nowej ustawy o kredycie konsumenckim realizują łącznie cytowany przepis art. 2 ust. 2 lit. d) Dyrektywy, zgodnie z którym Dyrektywy nie stosuje się do **umów najmu lub leasingu, jeżeli ani sama umowa, ani jakakolwiek umowa odrębna nie przewidują obowiązku nabycia przedmiotu umowy; domniemywa się, że taki obowiązek istnieje, jeżeli kredytodawca decyduje o tym jednostronnie**. W świetle Dyrektywy oznacza to, że dana umowa leasingu bądź najmu **nie będzie** kwalifikowana jako umowa o kredyt konsumencki pod warunkiem, że ani ta umowa, ani jakakolwiek odrębna umowa, nie przewidują obowiązku nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta **na żądanie wyrażone jednostronnie przez kredytodawcę (finansującego)**. Tym samym, na gruncie Dyrektywy, jako umowy o kredyt konsumencki kwalifikowane będą niewątpliwie te umowy leasingu, które przewidują (w samej umowie bądź odrębnej) **obowiązek nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta**. Tylko bowiem w takim przypadku, nabycie przedmiotu umowy uzależnione jest od żądania kredytodawcy (tj. finansującego) i na to żądanie musi być przez konsumenta zrealizowane. Dyrektywa wskazuje więc jednoznacznie, iż w każdym innym przypadku, tj. gdy to po stronie konsumenta leżeć będzie decyzja o nabyciu

przedmiotu umowy (a więc tzw. opcja nabycia), zaś kredytodawca będzie zobowiązany przenieść własność tego przedmiotu na żądanie konsumenta, umowa taka nie powinna być kwalifikowana jako umowa o kredyt konsumencki.

Niemniej jednak, istnieje duże prawdopodobieństwo, że organy powołane do ochrony zbiorowych interesów konsumentów staną na stanowisku przedstawionym na początku tej części raportu. Natomiast stwierdzić należy, iż większe uzasadnienie prawne ma stanowisko oparte na prowszólnotowej wykładni ustawy z 12 maja 2011 r. Niemniej jednak, powyższa nieprecyzyjna implementacja przepisów Dyrektywy stała się podstawą do zaistnienia istotnych wątpliwości co do zakresu umów leasingu, które będą kwalifikowane jako umowy o kredyt konsumencki, i które podlegać będą znacznie zaostrzonym rygorom w zakresie np. informacyjnym. Jako że wątpliwości te mogą skutkować ograniczeniem możliwości rozwoju tego produktu, zagadnieniu temu poświęcono również dalszą część raportu (punkt III).

1.4.2 Ochrona zbiorowych interesów konsumentów

Biorąc pod uwagę, iż odbiorcą umowy leasingu (bądź najmu) będzie konsument, firmy leasingowe będą musiały również uwzględnić szereg tzw. niedozwolonych klauzul umownych, których nie można stosować w obrocie z konsumentem. Ta część raportu odzwierciedla dotychczasowe orzecznictwo Prezesa UOKiK i Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumenta [**SOKiK**], w szczególności w zakresie usług finansowych takich jak kredyty, umowy rachunku bankowego, usługi ubezpieczeniowe. Jednakże specyfika umowy leasingu powoduje, że część zagadnień nie podlegała dotychczas badaniu i zarówno UOKiK jak i SOKiK wypracują zapewne nowe standardy w tym zakresie.

- **Dodatkowe produkty** - zgodnie z art. 385³ pkt 7 KC za niedozwoloną klauzulę umowną uważa się zapis, który uzależnia zawarcie, treść lub wykonanie umowy od zawarcia umowy nie mającej bezpośredniego związku z umową zawierającą oceniane postanowienia. W tym kontekście za niedozwoloną klauzulę umowną uznaje się np. zobowiązanie kredytobiorcy do posiadania rachunku w banku wypłacającym kredyt. Umowa kredytu nie powinna więc przewidywać obowiązku zawarcia tej umowy⁸. Klauzula taka widnieje również w rejestrze klauzul niedozwolonych (poz. 1140-1146). Również obciążanie konsumenta kosztami ubezpieczenia kredytu budzi wątpliwości UOKiK, w sytuacji gdy nie jest on stroną umowy ubezpieczenia lub uposażonym z umowy ubezpieczenia (a często dodatkowo ponosi ryzyko odpowiedzialności regresowej względem zakładu ubezpieczeń). W tych przypadkach UOKiK uznaje, że przedsiębiorcy przerzucają na konsumentów ryzyko prowadzenia swojej działalności gospodarczej. Jednocześnie nie są kwestionowane te klauzule, które przewidują, że to konsument jest stroną umowy ubezpieczenia lub uposażonym z tej umowy⁹. Zagadnienie to jest niezwykle istotne z punktu widzenia umowy leasingu, która często przewiduje obowiązek ubezpieczenia przedmiotu leasingu przez korzystającego lub obowiązek ponoszenia kosztów składki ubezpieczeniowej opłacanej przez finansującego. KC wprost przewiduje bowiem, że w umowie leasingu można zastrzec

⁸ Przykładowo Raport UOKiK z kontroli wzorców umownych kredytów hipotecznych, maj 2008, s. 31.

⁹ Przykładowo Raport UOKiK z kontroli wzorców umownych kredytów hipotecznych, maj 2008, s. 37.

obowiązek ubezpieczenia przedmiotu leasingu (art. 709⁶). Naszym zdaniem oznacza to, że w takim przypadku umowa ubezpieczenia nie może być uznana za nie związaną bezpośrednio z umową leasingu. Szczególnie, że w takim przypadku ubezpieczenie służy tylko i wyłącznie umowie leasingu (przedmiot ubezpieczenia jest tożsamy z przedmiotem umowy leasingu). W związku z powyższym, naszym zdaniem, zapisanie w umowie leasingu, że przedmiot tej umowy powinien być ubezpieczony nie powinno być kwestionowane z punktu widzenia ochrony zbiorowych interesów konsumentów. Kwestią kluczową jest wybranie właściwego modelu ubezpieczenia przedmiotu leasingu. Z powszechnie stosowanych w obrocie profesjonalnym wariantów, za najbezpieczniejsze z punktu widzenia prawa ochrony konsumenta wydaje się być model, w ramach którego korzystający sam ubezpiecza przedmiot leasingu.

- **Zmienność czynników wpływających na wysokość miesięcznych opłat leasingowych** - postanowienia w tym zakresie, co do zasady, nie są kwestionowane przez UOKiK. Urząd zwraca jedynie uwagę aby zapisy dotyczące sposobu ustalania zmiennego oprocentowania były jasne i precyzyjne.
- **Wcześniejsze zakończenie umowy** - Kwestia ochrony zbiorowych interesów konsumentów w przypadku wcześniejszego rozwiązania umowy powinna być rozpatrywana w dwóch aspektach – (i) przyczyn wcześniejszego rozwiązania oraz (ii) konsekwencji wcześniejszego rozwiązania umowy. Jeśli chodzi o przyczyny wcześniejszego rozwiązania umowy, zgodnie z art. 385³ pkt 14 KC za niedozwolone klauzule umowne uznaje się te postanowienia umowy, które pozbawiają wyłącznie konsumenta uprawnienia do rozwiązania umowy, odstąpienia od niej lub jej wypowiedzenia. W kontekście tego przepisu za niedozwoloną klauzulę mógłby być uznany zapis wprost wyłączający prawo konsumenta do rozwiązania umowy, odstąpienia od niej lub jej wypowiedzenia. UOKiK zwraca również uwagę, że przyczyny wypowiedzenia umowy przez przedsiębiorcę powinny być precyzyjnie określone w umowie – wyłączone w takim przypadku jest stosowanie klauzul typu „w szczególności”, „z ważnych przyczyn” czy odwołanie do regulaminów i innych aktów, które nie są integralną częścią umowy¹⁰. Nie powinny więc budzić wątpliwości klauzule przewidujące prawo rozwiązania umowy z przyczyn określonych w KC (np. utrata przedmiotu leasingu, niedozwolone zmiany przedmiotu leasingu, używanie przedmiotu leasingu w sposób sprzeczny z jego przeznaczeniem, oddanie rzeczy do używania osobie trzeciej itp.). Jeśli natomiast chodzi o konsekwencje wcześniejszego rozwiązania umowy, nie powinny budzić wątpliwości zapisy określające konsekwencje rozwiązania umowy w taki sposób jak to robi KC (czyli obowiązek korzystającego do zapłaty wszystkich przewidzianych umową rat, pomniejszonych o korzyści jakie finansujący osiągnął wskutek ich zapłaty przed terminem oraz z tytułu ubezpieczenia i naprawienia rzeczy). Kolejną kwestią są ewentualne kary umowne za wcześniejsze rozwiązanie umowy. Z orzecznictwa UOKiK wynika, że nie powinny być one zbyt wygórowane. Jednocześnie w praktycznie każdym przypadku zagadnienie to jest interpretowane bardzo kazuistycznie zarówno co do sposobu naliczania takiej kary (ryczałt lub % od wartości umowy), jak i jej wysokości, dlatego też w chwili obecnej niezwykle trudno jest jednoznacznie wskazać jak to zagadnienie będzie traktowane w przypadku leasingu konsumenckiego.

¹⁰ Przykładowo Raport UOKiK z kontroli wzorców umownych kredytów hipotecznych, maj 2008, s. 21.

- **Doręczanie korespondencji** - Za naruszające zbiorowe interesy konsumentów uznaje się te klauzule, które zakładają rażąco dysproporcję pomiędzy uprawnieniami konsumentów i ich kontrahentów oraz te, które istotnie ograniczają odpowiedzialność względem konsumenta za niewykonanie lub nienależyte wykonanie zobowiązania (art. 385³ pkt 2 KC). W zakresie doręczania korespondencji za takie zapisy uważa się np. te, które ustanawiają domniemanie doręczenia korespondencji w określony dzień po wysłaniu, przyznają przedsiębiorcy prawo do wysyłania korespondencji listem zwykłym podczas gdy konsument jest zobowiązany do nadawania przesyłek listem poleconym, wyłączają odpowiedzialność przedsiębiorcy za skutki niedoręczenia lub nieterminowego doręczenia korespondencji z przyczyn niezależnych od świadczącego usługę.
- **Właściwość miejscowa sądu do rozstrzygnięcia sporów** - Zgodnie z art. 385³ pkt 23 Kodeksu cywilnego za niedozwoloną klauzulę umowną uważa się zapis, zgodnie z którym wyłączona jest właściwość sądów polskich, spór poddany jest pod rozpoznanie sądu polubownego (polskiego lub zagranicznego) albo innego organu.
- **Zmiany w tabeli opłat i prowizji** - Wątpliwości budzą przede wszystkim takie kwestie jak (i) brak obowiązku doręczania konsumentowi zmienionej tabeli opłat i prowizji oraz (ii) nieprecyzyjne określenie przesłanek zmiany tabeli opłat i prowizji. W tworzonych umowach leasingu powinny się znaleźć zapisy regulujące zasady zmiany tabeli opłat i prowizji. Firmy leasingowe nie powinny również wprowadzać do umów zapisów, zgodnie z którymi przedsiębiorca nie ma obowiązku doręczenia zmienionej tabeli opłat i prowizji.
- **Inne** - UOKiK i SOKiK bardzo restrykcyjnie podchodzą do zapisów, które są sprzeczne z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. Klauzule takie są wpisywane do rejestru klauzul niedozwolonych a podmioty je stosujące (mimo wpisu do rejestru) są obciążane karami. Do zapisów tych należą np. (i) brak możliwości wcześniejszej niż to wynika z harmonogramu spłaty rat lub traktowanie takich płatności jak depozytu lub kaucji (zapis sprzeczny z art. 585 w zw. z art. 709¹⁷ KC oraz ustawą o kredycie konsumenckim zarówno tą z 2001 r. jak i tą z 2011 r.), (ii) wyłączenie rękojmi przy sprzedaży przedmiotu leasingu. Ponadto, UOKiK, w umowach z konsumentami kwestionuje również posługiwanie się cenami netto. Działanie takie, zdaniem UOKiK jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów polegającą na pogwałceniu obowiązku udzielania rzetelnej i pełnej informacji. Zdaniem UOKiK obowiązkiem przedsiębiorcy w obrocie z konsumentami jest posługiwanie się ceną brutto stosownie do art. 3 ust. 1 pkt 1 ustawy o cenach¹¹.

1.4.3 Nieuczciwe praktyki rynkowe

Obowiązkiem przedsiębiorcy na gruncie ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym jest prowadzenie działalności gospodarczej **wobec konsumentów** zgodnie z prawem. Ustawa ta stanowi implementację do polskiego porządku prawnego Dyrektywy 2005/29/WE.

¹¹ Raport UOKiK z kontroli wzorców umownych stosowanych w umowach deweloperskich, lipiec 2007 r., s. 65

Na podstawie tej ustawy zakazane jest stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Art. 4 ust. 1 ustawy wyraża klauzulę generalną, iż **praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu**. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności praktykę rynkową wprowadzającą w błąd oraz agresywną praktykę rynkową, a także stosowanie sprzeczne z prawem kodeksu dobrych praktyk.

Ustawodawca uznał, że to konsumentom, jako głównym beneficjentom korzyści wynikających z regulacji ustawy powinna zostać przyznana legitymacja do występowania z indywidualnymi roszczeniami z tytułu nieuczciwych praktyk rynkowych. Powództwo konsumenta może zostać wniesione w sytuacji, gdy praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorcę zagraża lub narusza interes konsumenta. Konsument może wystąpić z następującymi roszczeniami (art. 12 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym): 1) zaniechania tej praktyki; 2) usunięcia skutków tej praktyki; 3) złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie; 4) naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności żądania unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu; 5) zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów.

Ponadto, stosowanie agresywnej praktyki rynkowej zagrożone jest karą grzywny (art. 15 ustawy). Wykroczenie popełnia przedsiębiorca, który stosuje nieuczciwe praktyki rynkowe (kwalifikowane na podstawie art. 8 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym) lub zamieszczone na czarnej liście praktyk agresywnych, których stosowanie jest zakazane z mocy prawa.

W ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym zawarto katalog czarnych praktyk rynkowych (art. 7 i 9), które są uznawane za nieuczciwe w każdych okolicznościach. Żadna inna praktyka niewymieniona wprost w ustawie nie może zostać uznana za czarną praktykę. Natomiast w art. 5, 6 i 8 ustawy zamieszczono tzw. szarą listę praktyk, która obejmuje wykaz różnych zachowań przedsiębiorców, których nieuczciwość jest oceniana przez odniesienie do klauzuli generalnej (tj. z perspektywy wywoływanych skutków) i jest katalogiem przykładowym.

Szara lista praktyk obejmuje m.in.:

- **działania wprowadzające w błąd**, w tym np. rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji, rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd, działanie związane z wprowadzeniem produktu na rynek, które może wprowadzać w błąd w zakresie produktów lub ich opakowań, znaków towarowych, nazw handlowych lub innych oznaczeń indywidualizujących przedsiębiorcę lub jego produkty, w szczególności reklama porównawcza w rozumieniu art. 16 ust. 3 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji;

- **zaniechania wprowadzające w błąd**, w tym np. zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu bądź nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął;
- **praktyki agresywne** tj. takie, w ramach których poprzez niedopuszczalny nacisk w znaczny sposób ogranicza się lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta lub jego zachowanie względem produktu, i tym samym powoduje lub może powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Z kolei niedozwolone czarne praktyki rynkowe obejmują m.in.¹²:

- podawanie przez przedsiębiorcę informacji, że zobowiązał się on do przestrzegania kodeksu dobrych praktyk, jeżeli jest to niezgodne z prawdą (art. 7 pkt 1),
- posługiwanie się certyfikatem, znakiem jakości lub równorzędnym oznaczeniem, nie mając do tego uprawnienia (art. 7 pkt 2),
- twierdzenie, że kodeks dobrych praktyk został zatwierdzony przez organ publiczny lub inny organ, jeżeli jest to niezgodne z prawdą (art. 7 pkt 3),
- reklama przynęta, która polega na propozycji nabycia produktu po określonej cenie, bez ujawniania, że przedsiębiorca może mieć uzasadnione podstawy, aby sądzić, że nie będzie w stanie dostarczyć lub zamówić u innego przedsiębiorcy dostawy tych lub równorzędnych produktów po takiej cenie, przez taki okres i w takich ilościach, jakie są uzasadnione, biorąc pod uwagę produkt, zakres reklamy produktu i oferowaną cenę (art. 7 pkt 5),
- twierdzenie, że produkt będzie dostępny jedynie przez bardzo ograniczony czas lub że będzie on dostępny na określonych warunkach przez bardzo ograniczony czas, jeżeli jest to niezgodne z prawdą, w celu nakłonienia konsumenta do podjęcia natychmiastowej decyzji dotyczącej umowy i pozbawienia go możliwości świadomego wyboru produktu (art. 7 pkt 7),
- twierdzenie lub wywoływanie wrażenia, że sprzedaż produktu jest zgodna z prawem, jeżeli jest to niezgodne z prawdą (art. 7 pkt 9),
- kryptoreklama, która polega na wykorzystywaniu treści publicystycznych w środkach masowego przekazu w celu promocji produktu w sytuacji gdy przedsiębiorca zapłacił za tę promocję, a nie wynika to wyraźnie z treści lub z obrazów lub dźwięków łatwo rozpoznawalnych przez konsumenta (art. 7 pkt 11),
- przedstawianie nierzetelnych informacji dotyczących rodzaju i stopnia ryzyka, na jakie będzie narażone bezpieczeństwo osobiste konsumenta lub jego rodziny, w przypadku gdy nie nabędzie produktu (art. 7 pkt 12),
- przekazywanie nierzetelnych informacji dotyczących warunków rynkowych lub dostępności produktu, z zamiarem nakłonienia konsumenta do zakupu produktu na warunkach mniej korzystnych niż warunki rynkowe (art. 7 pkt 18),

¹² Przykłady oparte na Przewodniku Nieuczciwych Praktyk Rynkowych UOKiK, Warszawa 2008, str. 23-33.

- twierdzenie, w ramach praktyki rynkowej, że organizowany jest konkurs lub promocja z nagrodami, a następnie nieprzyznanie opisanych nagród lub ich odpowiedniego ekwiwalentu (art. 7 pkt 19),
- prezentowanie produktu jako "gratis", "darmowy", "bezpłatny" lub w podobny sposób, jeżeli konsument musi uiścić jakąkolwiek należność, z wyjątkiem bezpośrednich kosztów związanych z odpowiedzią na praktykę rynkową, odbiorem lub dostarczeniem produktu (art. 7 pkt 20),
- uciążliwe i niewywołane działaniem albo zaniechaniem konsumenta nakłanianie do nabycia produktów przez telefon, faks, pocztę elektroniczną lub inne środki porozumiewania się na odległość, z wyjątkiem przypadków egzekwowania zobowiązań umownych, w zakresie dozwolonym przez obowiązujące przepisy (art. 9 pkt 3),
- żądanie od konsumenta zgłaszającego roszczenie, w związku z umową ubezpieczenia, przedstawienia dokumentów, których w sposób racjonalny nie można uznać za istotne dla ustalenia zasadności roszczenia, lub nieudzielenie odpowiedzi na stosowną korespondencję, w celu nakłonienia konsumenta do odstąpienia od zamiaru wykonania jego praw wynikających z umowy ubezpieczenia (art. 9 pkt 4),
- wywoływanie wrażenia, że konsument już uzyskał, uzyska bezwarunkowo lub po wykonaniu określonej czynności nagrodę lub inną porównywalną korzyść, gdy w rzeczywistości nagroda lub inna porównywalna korzyść nie istnieje lub uzyskanie nagrody lub innej porównywalnej korzyści uzależnione jest od wpłacenia przez konsumenta określonej kwoty pieniędzy lub poniesienia innych kosztów (art. 9 pkt 8).

Biorąc pod uwagę powyższe, firmy leasingowe prowadząc działalność gospodarczą nie powinny stosować nieuczciwych praktyk rynkowych wobec konsumentów: 1) wprowadzających w błąd; 2) agresywnych, 3) polegających na stosowaniu sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, 4) polegających na prowadzeniu działalności w formie systemu konsorcyjnego, lub organizowaniu grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu w systemie konsorcyjnym, 5) wprowadzających w błąd, agresywnych oraz tzw. czarnych praktyk.

1.4.4 Ochrona danych osobowych

Na gruncie ustawy o kredycie konsumenckim z 12 maja 2011 r. finansujący jest zobowiązany do gromadzenia danych prowadzonych dla celów oceny ryzyka kredytowego konsumenta. Na podstawie tych danych, kredytodawca przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki jest zobowiązany do dokonania oceny ryzyka kredytowego konsumenta. Ocena ryzyka kredytowego dokonywana jest na podstawie informacji uzyskanych od konsumenta lub na podstawie informacji zawartych w bazie danych lub zbiorze danych kredytodawcy. Konsument jest zobowiązany do przedstawienia na żądanie kredytodawcy, dokumentów i informacji niezbędnych do dokonania oceny ryzyka kredytowego. Konsument zawierając umowę o kredyt (leasing) konsumencki powinien podać imię, nazwisko i swój adres.

Co do zasady, w świetle przepisów ustawy o ochronie danych osobowych, finansujący powinien zbierać tylko dane osobowe, które są potrzebne do zawarcia umowy leasingu konsumenckiego. Dane niezbędne do wykonania umowy leasingu konsumenckiego

kwalfikowanego i niekwalfikowanego jako umowa o kredyt konsumencki mogą być, w celu zawarcia lub wykonania tej umowy, przetwarzane z mocy prawa, bez odrębnej zgody. W pozostałym przypadku (jeśli przetwarzanie miałyby dotyczyć również celów marketingowych lub dane miałyby być przekazywane innym podmiotom) koniecznym będzie uzyskanie przez firmę leasingową zgody konsumenta w tym zakresie.

Co do zasady, w związku z pobieraniem i przetwarzaniem danych osobowych, firmy leasingowe będą pełniły rolę administratorów danych osobowych, co nakłada na nie szereg obowiązków, w tym również obowiązków związanych z dostosowaniem systemów informatycznych. Niemniej jednak, odnosząc się do samego procesu przetwarzania danych wskazać należy, iż przepisy ustawy o ochronie danych osobowych pozwalają na przetwarzanie danych osobowych w ściśle określonych przypadkach. Przede wszystkim dozwolone jest przetwarzanie danych osobowych za zgodą osoby, której dane dotyczą (a więc za zgodą konsumenta). Jednakże ustawa zezwala na przetwarzanie danych także bez zgody osoby, której dane dotyczą, jeżeli jest to niezbędne dla wypełnienia prawnie usprawiedliwionych celów realizowanych przez administratorów danych albo odbiorców danych, a przetwarzanie nie narusza praw i wolności osoby, której dane dotyczą.

Z tej perspektywy należy rozważyć np. uprawnienie firm leasingowych do przekazywania danych osobowych konsumentów firmom windykacyjnym. Zgodnie z art. 509 § 1 KC wierzyciel może bez zgody dłużnika przenieść wierzytelność na osobę trzecią (przelew), chyba że sprzeciwiałoby się to ustawie, zastrzeżeniu umownemu albo właściwości zobowiązania. Ponadto, należy wskazać, że art. 385³ pkt 5 KC jako niedozwolone postanowienie umowne definiuje te postanowienia, które zezwalają kontrahentowi konsumenta na przeniesienie praw i przekazanie obowiązków wynikających z umowy bez zgody konsumenta. Niemniej jednak Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z 6 czerwca 2005 r. w składzie siedmiu sędziów (sygn. I OPS 2/5) zaakceptował przekazywanie danych firmom windykacyjnym przez wierzycieli bez zgody konsumenta, jeżeli jest to niezbędne do wypełnienia prawnie usprawiedliwionych celów administratora takich danych. Jednakże NSA podkreślił, iż *„ustalenie, iż administrator danych osobowych realizuje cel prawnie usprawiedliwiony nie może przesądzać o dopuszczalności przetwarzania danych osobowych /udostępniania tych danych innemu podmiotowi/ bez zgody osoby, której dane dotyczą. Konieczne jest dokonanie oceny, czy jest to niezbędne dla realizacji tego celu, a co najważniejsze, dokonanie wyważenia interesów administratora danych i osoby, której dane dotyczą, przy uwzględnieniu celu ustawy o ochronie danych osobowych, którym jest ochrona prywatności.”* Stanowisko NSA jest akceptowane w praktyce. Przykładowo Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych w decyzji z 13 lipca 2009 r. numer DOLiS/DEC-631/09 rozpatrując sprawę udostępnienia przez operatora telekomunikacyjnego danych osobowych klientów stwierdził, iż *„zbycie wierzytelności firmie windykacyjnej (a w konsekwencji udostępnienie także danych osobowych dłużnika) mające na celu uzyskanie niezapłaconej kwoty wynikającej z tytułu świadczonych na rzecz klienta usług stanowi realizację przez administratora prawnie usprawiedliwionego celu, o którym mowa w art. 23 ust. 1 pkt 5 ustawy. (...)Wspomniany ustawowy zapis nie może „być wykorzystywany” jako podstawa uchylecia się od spełnienia zaległych zobowiązań wobec podmiotu prowadzącego legalną działalność gospodarczą.”*

W związku z powyższym, w naszej ocenie, w przypadku, gdy konsument będzie dłużnikiem firmy leasingowej, finansujący przekazując jego dane firmie zajmującej się windykacją długów, nie będzie zobowiązany do uzyskiwania zgody konsumenta.

Przekazywanie danych firmie windykacyjnej jest niezbędne dla wypełnienia prawnie usprawiedliwionych celów realizowanych przez administratorów danych.

2. Leasing konsumencki – aspekty podatkowe

Komentarz w poniższym zakresie oparty jest o przepisy następujących ustaw podatkowych:

- ustawy z 15.02.1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz.U. z 2000 r. Nr 54, poz. 654 z późn. zm., dalej: **updop**)
- ustawy z 26.07.1991 r. o podatku dochodowym od osób fizycznych (Dz.U. z 2000 r. Nr 14, poz. 176, z późn. zm., dalej **updof**) oraz
- ustawy z 11.03.2004 r. o podatku od towarów i usług (Dz.U. nr 54, poz. 535 z późn. zm., dalej: **ustawa o VAT**).

Na wstępie, zanim analizie poddane zostaną skutki podatkowe umów leasingu zawieranych z konsumentami, wskazać należy, iż konsument decydując się na zawarcie umowy leasingu w miejsce np. umowy kredytu, nie będzie osiągał żadnych korzyści na gruncie podatkowym. Podobnie jak i kredyt, również leasing czy najem nie będą uprawniały konsumenta do dokonywania jakichkolwiek odliczeń podatkowych. Ponadto, o ile w przypadku umów zawartych z przedsiębiorcami istotne, z punktu widzenia korzyści przedsiębiorcy, jest zastosowanie umowy leasingu operacyjnego bądź finansowego (w rozumieniu przepisów podatkowych), w odniesieniu do konsumenta różnice między tymi dwoma typami umów nie są już tak istotne. Przede wszystkim jednak należy odnieść się do samej terminologii, tj. sformułowań „leasing operacyjny” i „leasing finansowy”. W powszechnym rozumieniu różni je kwestia nabycia własności przedmiotu umowy, co jest całkowicie błędne. Na gruncie przepisów prawa podatkowego i przepisów dotyczących rachunkowości różnica pomiędzy tymi rodzajami leasingu polega na tym, która ze stron, tj. czy finansujący, czy korzystający, jest uprawniona do dokonywania odpisów amortyzacyjnych. W przypadku leasingu konsumenckiego korzystający nie będzie uprawniony ani do dokonywania odpisów amortyzacyjnych, ani zaliczania wydatków związanych z leasingiem do kosztów podatkowych, dlatego też różnice między tymi dwoma typami leasingu tracą znaczenie. Wreszcie, warto zauważyć, iż sformułowania „leasing operacyjny” czy „leasing finansowy” nie funkcjonują ani w przepisach prawa cywilnego, ani w przepisach podatkowych, ani rachunkowych. Może więc być tak, iż kierując się potocznym rozumieniem, konsumenci nadal utożsamiać będą leasing operacyjny z korzystaniem (używaniem) rzeczy, zaś wyłącznie leasing finansowy z możliwością jej nabycia po zakończeniu trwania umowy leasingu. Podejście takie nie będzie jednak właściwe – obie te formy mogą prowadzić do nabycia leasingowanej rzeczy.

Generalnie, odnosząc się do obu form leasingu (tj. operacyjnego i finansowego), przepisy podatkowe pozwalają na używanie leasingowanej rzeczy a następnie jej nabycie po cenie uwzględniającą dokonaną dotychczas spłatę kapitału, tj. po cenie odbiegającej od rynkowej. Tym samym, również przepisy podatkowe pozwalają uznać, iż leasing z jednej strony umożliwia używanie rzeczy, a z drugiej prowadzi do jej nabycia (o ile taka jest intencja korzystającego). Rozróżnienie na leasing operacyjny i finansowy na gruncie updop i updof ma odzwierciedlać założenia obu tych form leasingu, tj. założenie, że podstawowym celem korzystającego w przypadku leasingu operacyjnego jest używanie rzeczy, zaś w przypadku leasingu finansowego – jego nabycie. Dlatego też, w przypadku

leasingu operacyjnego leasingowaną rzecz traktuje się jako środek trwały finansującego, od którego dokonuje on odpisów amortyzacyjnych, natomiast w przypadku finansowego – jako środek trwały korzystającego. Jeśli korzystający prowadzi działalność gospodarczą, to on dokonuje odpisów amortyzacyjnych w tym przypadku, jednak jako konsument nie będzie do tego uprawniony. W efekcie, różnice w ujęciu podatkowym leasingu operacyjnego i finansowego, w przypadku umów zawartych z konsumentem, ujawnią się jedynie po stronie finansującego. W przypadku leasingu operacyjnego finansujący będzie dokonywał odpisów amortyzacyjnych od wartości przedmiotu umowy (wykazując koszt z tego tytułu) i wykazywał kwoty netto rat leasingowych należnych od korzystającego jako przychody podatkowe. W przypadku leasingu finansowego przychodem finansującego będzie natomiast jedynie nadwyżka należnych od korzystającego kwot ponad wartość początkową przedmiotu umowy, przy czym jednocześnie finansujący nie będzie dokonywał odpisów amortyzacyjnych od tej wartości. Z kolei konsument otrzymywał będzie faktury VAT na poszczególne raty leasingowe, przy czym ani w leasingu operacyjnym, ani w leasingu finansowym nie będą się z tym wiązać dla konsumenta żadne skutki podatkowe. Jedyna istotna różnica jaka może być wskazana to poziom ceny sprzedaży przedmiotu umowy po zakończeniu okresu leasingu – o ile w przypadku leasingu finansowego może ona w sposób dowolny odbiegać od wartości rynkowej, o tyle w przypadku leasingu operacyjnego, mimo że może odbiegać od wartości rynkowej, to jednak nie może być ona niższa od tzw. hipotetycznej wartości netto. W praktyce jednak różnica ta nie wydaje się szczególnie istotna biorąc pod uwagę, iż ostateczna cena wykupu przedmiotu umowy leasingu po jej zakończeniu jest uzależniona od tego jaka część wartości początkowej została spłacona przez korzystającego w trakcie trwania umowy leasingu. W efekcie, można stwierdzić, iż podatkowe zróżnicowanie na leasing operacyjny i finansowy z perspektywy konsumenta, przy tej samej wartości początkowej przedmiotu umowy i tym samym okresie jej trwania, sprowadzać się będzie do podjęcia decyzji czy przy nieco wyższej cenie wykupu uiścić niższe raty leasingowe (leasing operacyjny), czy też przy niewielkiej cenie wykupu spłacić większość wartości początkowej w trakcie trwania umowy leasingu (leasing finansowy). Decyzje w tym zakresie nie muszą być jednoznaczne, gdyż w pierwszym ze wskazanych przypadków, brak zobowiązania korzystającego do zakupu przedmiotu umowy po zakończeniu leasingu może de facto podrażać ten produkt i podwyższać raty leasingowe.

Najistotniejsza różnica w dotychczasowym traktowaniu leasingu operacyjnego i finansowego ujawni się na gruncie przepisów ustawy o VAT. W świetle tej ustawy leasing skierowany do przedsiębiorcy może być traktowany jako świadczenie usług (w uproszczeniu chodzi w tym przypadku o leasing operacyjny) bądź jako dostawa towarów (leasing finansowy). Kwalifikacja leasingu finansowego jako dostawy towarów ma bardzo istotne skutki – już z chwilą oddania rzeczy w leasing finansujący musi wystawić fakturę VAT na wszystkie przyszłe raty leasingowe i cenę wykupu, i odprowadzić ten podatek z góry do urzędu skarbowego. Korzystający przedsiębiorca musi natomiast uiścić ten podatek z góry na rzecz finansującego. Odmiennie jednak sytuacja ta będzie przedstawiać się w przypadku korzystającego konsumenta – w tym przypadku zarówno umowa leasingu operacyjnego, jak i finansowego traktowana będzie jako świadczenie usług. Tym samym, podatek VAT będzie należny i będzie doliczany przez firmę leasingową do każdej raty leasingowej. Po stronie konsumenta nie powstanie więc obciążenie, normalnie występujące w przypadku przedsiębiorców, związane z pokryciem podatku VAT od całkowitej wartości rzeczy i należnych w przyszłości odsetek już w momencie zawarcia umowy. Koszt podatku VAT dla konsumenta będzie rozłożony w czasie zarówno w leasingu

operacyjnym, jak i finansowym. Oznacza to, iż również od strony podatku VAT konsument nie odczuje typowych dla leasingu różnic.

Warto również wskazać, iż przepisy podatkowe definiują umowę leasingu szerzej niż przepisy KC. Zarówno na gruncie updop, jak i updof umowa leasingu definiowana jest jako umowa nazwana tak w KC, **a także każda inna umowa**, na mocy której jedna ze stron (finansujący), oddaje do odpłatnego używania albo używania i pobierania pożytków na warunkach określonych w ustawie drugiej stronie (korzystającemu), podlegające amortyzacji środki trwałe lub wartości niematerialne i prawne, a także grunty. Na tej podstawie, umową leasingu w ujęciu podatkowym będzie, oprócz samej umowy leasingu w rozumieniu KC, również umowa najmu, pod warunkiem, że umowy te spełniać będą określone kryteria.

Podstawowym kryterium zakwalifikowania danej umowy jako umowy leasingu w rozumieniu updop i updof jest to, by suma opłat przewidzianych w umowie odpowiadała co najmniej wartości początkowej przedmiotu umowy. Co istotne, w odróżnieniu od przepisów KC, przepisy podatkowe wskazują wprost, iż do sumy opłat wlicza się w takim przypadku również cenę, po której korzystający jest uprawniony nabyć przedmiot umowy po jej zakończeniu. Z tej perspektywy, np. umowa najmu długoterminowego, w której zawarto cenę potencjalnego wykupu, jest kwalifikowana jako umowa leasingu w rozumieniu updop i updof, nie zaś jako umowa najmu. Działanie takie wiąże się z wymiernymi korzyściami po stronie korzystającego będącego przedsiębiorcą – zawierając umowę leasingu samochodu osobowego (w rozumieniu updop i updof) jest on uprawniony do zaliczenia wydatków ponoszonych na jej podstawie do kosztów uzyskania przychodów, a jednocześnie nie jest zobowiązany do prowadzenia uciążliwej ewidencji przebiegu pojazdu. Z tego też względu, umowy najmu długoterminowego, mimo iż celem korzystających było używanie, a nie nabycie pojazdów, zawierają jednak cenę potencjalnego wykupu, gdyż dzięki niej umowa spełnia warunki do uznania jej za umowę leasingu w ujęciu podatkowym. Jako że korzystający będący konsumentem nie będzie uprawniony by zaliczać ponoszone wydatki do kosztów uzyskania przychodów, ani nie będzie zobowiązany do prowadzenia ewidencji przebiegu pojazdu, firmy z branży CFM mogą zacząć oferować konsumentom produkt, który w ogóle nie będzie leasingiem ani w rozumieniu KC, ani w rozumieniu przepisów podatkowych. Będą to natomiast umowy najmu, nieprzewidujące w ogóle możliwości wykupu przedmiotu umowy, zapewniające konsumentowi możliwość używania pojazdu, jego ubezpieczenie, serwis, wymianę i składowanie opon. De facto, spośród analizowanych podstawowych czterech produktów będą to więc umowy (4). Nie zmienia to faktu, iż oferta firm leasingowych obejmie również pozostałe typy umów, a więc umowy (1), (2) i (3), które kwalifikowane będą już jako umowy leasingu w rozumieniu przepisów podatkowych.

2.1 Leasing operacyjny

2.1.1 Zasady kwalifikacji

Podstawowe zmiany w zakresie leasingu konsumenckiego nastąpiły właśnie na gruncie ustaw o podatkach dochodowych, przy czym ich celem była taka modyfikacja dotychczasowych regulacji w zakresie leasingu, by uwzględniały one nie tylko sytuacje, w

których odbiorcą leasingu jest przedsiębiorca, ale także sytuacje, w których korzystającym jest osoba fizyczna nieprowadząca działalności gospodarczej (konsument).

W efekcie tych zmian w art. 17b ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych wprowadzono odmienne kryteria, które powinna spełniać umowa leasingu operacyjnego zawarta z konsumentem. Przede wszystkim, w odniesieniu do konsumenta umowa taka musi spełniać następujące kryteria:

- a) musi być zawarta na czas oznaczony,
- b) suma ustalonych w niej opłat, pomniejszona o należny VAT, musi odpowiadać co najmniej wartości początkowej środków trwałych lub wartości niematerialnych i prawnych (przy czym, w odróżnieniu od zasad wynikających z KC, do sumy tej doliczana jest cena, po której korzystający może nabyć przedmiot umowy leasingu po zakończeniu okresu jej trwania).

Tym samym, biorąc pod uwagę niemożność zaliczania wydatków związanych z leasingiem do kosztów podatkowych po stronie korzystającego, zrezygnowano z wymogu, zgodnie z którym okres trwania umowy leasingu wynosić musi co najmniej 40% okresu normatywnej amortyzacji bądź 10 lat w przypadku nieruchomości (który to warunek znajduje zastosowanie przy umowie leasingu zawieranej z przedsiębiorcą). Wystarczy więc by umowa leasingu operacyjnego z konsumentem zawierana była na czas oznaczony, bez względu na długość tego okresu.

Brak ograniczeń jeśli chodzi o minimalny czas trwania umowy leasingu oznacza również, iż w sposób elastyczny umowę taką będzie można skracać bądź przedłużać, w zależności od woli stron. Skrócenie bądź przedłużenie umowy leasingu powinno być każdorazowo dokonane na podstawie aneksu do umowy leasingu, kreującego nowy podstawowy okres trwania umowy leasingu oraz nowy harmonogram rat leasingowych.

Same skutki podatkowe umowy leasingu operacyjnego zawartej z konsumentem nie będą się u finansującego różnić od skutków umowy zawartej z przedsiębiorcą. Przy założeniu spełnienia warunków w zakresie oznaczonego okresu trwania umowy oraz spłaty wartości początkowej w jej trakcie, opłaty uzyskiwane przez finansującego na podstawie umowy stanowią będą jego przychód podatkowy.

Jako że korzystający nie będzie podmiotem prowadzącym działalność gospodarczą, nie będzie uprawniony do jakiegokolwiek odpisywania wydatków wynikających z umowy leasingu od swoich przychodów podatkowych. Z tej perspektywy, konsument nie będzie korzystał z podstawowej przewagi leasingu operacyjnego w porównaniu np. z kredytem, jakim jest szybsze generowanie kosztów podatkowych.

2.1.2 Sprzedaż lub oddanie do używania przedmiotu umowy

Sprzedaż na rzecz dotychczasowego korzystającego (konsumenta)

Kwestie związane ze sprzedażą przedmiotu umowy na rzecz dotychczasowego korzystającego po zakończeniu podstawowego okresu jej trwania reguluje art. 17c updog (i odpowiednio art. 23c updog), którego treść nie uległa z dniem 1.07.2011 r. żadnej zmianie. Przepis ten, odnosząc się do całego art. 17b ust. 1 updog stanowi, iż przychodem finansującego ze sprzedaży środków trwałych (lub wartości niematerialnych i prawnych)

na rzecz dotychczasowego korzystającego jest ich wartość wyrażona w cenie określonej w umowie sprzedaży. **Jeżeli jednak cena ta jest niższa od hipotetycznej wartości netto środków trwałych lub wartości niematerialnych i prawnych, przychód ten określa się w wysokości wartości rynkowej** (tj. według zasad określonych w art. 14 updop). Przepis ten odnosi się do wszystkich umów leasingu operacyjnego, tj. zarówno tych zawartych z przedsiębiorcą, jak i konsumentem. W efekcie, również w przypadku sprzedaży dokonywanej na rzecz konsumenta po zakończeniu podstawowego okresu trwania umowy leasingu, firma leasingowa stosować będzie cenę sprzedaży, która nie będzie niższa od hipotetycznej wartości netto przedmiotu umowy, tj. wartości początkowej pomniejszonej o odpisy amortyzacyjne liczone z zastosowaniem współczynnika 3. W przeciwnym razie, przychód finansującego z tytułu sprzedaży przedmiotu umowy może zostać określony przez organy podatkowe w wysokości wartości rynkowej.

W praktyce wymóg zachowania ceny sprzedaży na poziomie nie niższym niż hipotetyczna wartość netto nie powinien sprawiać problemu na etapie zawierania umowy leasingu. Niemniej jednak, zaistnieją przypadki, w których konsument dążyć będzie do wcześniejszej spłaty rat leasingowych i wcześniejszego wykupu przedmiotu umowy. Co do zasady, wcześniejsza spłata rat leasingowych i wcześniejszy wykup przedmiotu umowy przez konsumenta skutkować będzie podwyższeniem hipotetycznej wartości netto (skróci się bowiem czas amortyzacji przedmiotu umowy). Z tej perspektywy, należy oczekiwać, iż w celu uniknięcia podwyższenia ceny sprzedaży przedmiotu umowy firmy leasingowe stosować będą np. zapisy umowne, zgodnie z którymi wykup przedmiotu umowy po określonej cenie możliwy będzie wyłącznie po upływie pierwotnie ustalonego w umowie okresu, na który umowa ta została zawarta.

Niemniej jednak, jeśli konsument będzie dążył do wykupu przedmiotu umowy w związku z dokonaniem wcześniejszej spłaty rat leasingowych, rozwiązaniem, które może być również zastosowane jest skrócenie okresu trwania umowy na podstawie aneksu oraz taka zmiana jej zapisów i harmonogramu płatności, które skutkować będą przesunięciem i zaalokowaniem kwot rat leasingowych na poczet ceny sprzedaży przedmiotu umowy. Oznaczać to będzie de facto zmianę ceny wykupu przedmiotu umowy, przy jednoczesnej zmianie pozostałych do zapłaty rat leasingowych. Wydaje się więc, iż wymóg by w ramach leasingu operacyjnego cena sprzedaży przedmiotu umowy po zakończeniu umowy leasingu nie była niższa niż hipotetyczna wartość netto, nie stanowi istotnej przeszkody dla oferowania i zawierania takich umów.

Biorąc pod uwagę, iż okres trwania umowy z konsumentem może być elastycznie zmieniany przez strony w trakcie jej trwania, zagadnienie hipotetycznej wartości netto nie powinno kreować faktycznego problemu, nawet w sytuacji, gdy dana umowa leasingu operacyjnego kwalifikowana będzie jako umowa o kredyt konsumencki. Skrócenie okresu trwania umowy i zmiana harmonogramu rat leasingowych oraz ceny wykupu nie będzie bowiem skutkować podwyższeniem ogólnej kwoty przypadającej do zapłaty.

Sprzedaż na rzecz osoby trzeciej

Zmiany updop od 1.07.2011 r. nie dotyczą art. 17d updop (czy też odpowiednio art. 23d updog), zgodnie z którym w przypadku sprzedaży przedmiotu umowy leasingu operacyjnego po upływie podstawowego okresu jej trwania na rzecz osoby trzeciej (a więc niebędącej dotychczasowym korzystającym), przychód i koszt podatkowy po stronie

finansującego ustala się według zasad ogólnych. Oznacza to, iż przychód podatkowy finansującego z tytułu sprzedaży przedmiotu umowy na rzecz osoby niebędącej stroną umowy leasingu, winien być ustalany jako wartość rynkowa tego przedmiotu. Zasada ta ma zastosowanie niezależnie od tego, czy nabywcą jest konsument, czy też przedsiębiorca. W efekcie, jeśli konsument po zakończeniu podstawowego okresu trwania umowy leasingu wskazywałby np. członka swojej rodziny jako osobę, która nabędzie przedmiot umowy, sprzedaż na rzecz takiej osoby odbyłaby się już po cenie rynkowej, a nie po cenie, po której przedmiot ten mógłby nabyć dotychczasowy korzystający.

Co więcej, przepis art. 17d updog oraz odpowiadający mu art. 23d updog wskazują, iż sprzedaż przedmiotu umowy na rzecz podmiotu innego niż korzystający, **związana z wypłatą na rzecz korzystającego określonej kwoty z tytułu spłaty wartości przedmiotu umowy, skutkuje powstaniem przychodu podatkowego po stronie korzystającego w dniu jej otrzymania.**

Trudno byłoby jednak zaakceptować koncepcję, zgodnie z którą uzyskanie przez konsumenta zwrotu części uiszczonych przez niego kwot tytułem rat leasingowych byłby traktowany jako przychód podatkowy w przypadku, gdy jednocześnie nie był on uprawniony by zaliczyć dany wydatek do kosztów podatkowych. Przedmiotowa wypłata stanowi de facto zwrot części otrzymanych rat leasingowych (co należy utożsamiać z obniżeniem ceny) i, jako taka, nie powinna skutkować powstaniem przychodu po stronie konsumenta. W analizowanej sytuacji, tj. w sytuacji, w której sprzedaż przedmiotu umowy na rzecz osoby trzeciej wiązać się będzie z wypłatą określonej kwoty na rzecz dotychczasowego korzystającego (konsumenta), należałoby raczej uznać, iż konsument uzyskuje rabat retrospektywny, który winien być udokumentowany przez firmę leasingową za pomocą faktury korygującej (bądź faktur korygujących).

Uznanie wypłacanej dotychczasowemu korzystającemu kwoty za rabat powinno eliminować ryzyko uznania, iż w wyniku zwrotu części ceny na rzecz konsumenta, uzyskuje on jakikolwiek przychód podatkowy – co do zasady bowiem, uzyskiwane przez konsumentów rabaty nie są takim przychodem, co potwierdzają również liczne interpretacje organów podatkowych.

Oddanie przedmiotu umowy do dalszego używania

W ramach nowelizacji zmodyfikowany został również art. 17e updog (odpowiednio art. 23e updog). Zgodnie z nowym brzmieniem tego przepisu:

- jeżeli po upływie podstawowego okresu umowy leasingu zawartej z przedsiębiorcą finansujący oddaje przedmiot umowy korzystającemu do dalszego używania, **przychodem finansującego i odpowiednio kosztem uzyskania przychodów korzystającego są opłaty ustalone przez strony tej umowy,**
- jeżeli po upływie podstawowego okresu umowy leasingu zawartej z konsumentem finansujący oddaje przedmiot umowy korzystającemu do dalszego używania, **przychodem finansującego są opłaty ustalone przez strony tej umowy, także wtedy, gdy odbiegają znacznie od wartości rynkowej.**

Analizując brzmienie powyższego przepisu wskazać należy na zróżnicowanie użytych sformułowań w zakresie poziomu ceny. O ile w przypadku oddania do używania

przedmiotu umowy na rzecz przedsiębiorcy poprzestano na sformułowaniu, zgodnie z którym przychodem finansującego jest cena określona w umowie, o tyle w przypadku oddania do używania przedmiotu umowy na rzecz konsumenta wskazano wprost, iż zasada ta ma zastosowanie również wtedy, gdy cena ta znacznie odbiega od wartości rynkowej. Z tej perspektywy istotne jest, czy zróżnicowanie użytych sformułowań może w tym przypadku oznaczać, iż przychód finansującego z tytułu oddania do używania przedmiotu umowy na rzecz przedsiębiorcy, po upływie podstawowego okresu trwania umowy leasingu, należałoby ustalać zgodnie z art. 14 updop. W naszej ocenie, całościowa analiza przepisów updop dotyczących leasingu nie uzasadnia jednak takiego stanowiska.

Dlatego też, w naszej ocenie, każdorazowo po zakończeniu podstawowego okresu trwania umowy leasingu finansujący będzie uprawniony by oddać korzystającemu (czy to przedsiębiorcy, czy konsumentowi) rzecz do dalszego używania za cenę odbiegającą istotnie od wartości rynkowej takiego świadczenia.

2.1.3 Skutki umowy leasingu operacyjnego na gruncie podatku VAT

Korzystający będący konsumentem, a więc nieprowadzący działalności gospodarczej, nie będzie uprawniony do odliczania podatku VAT z tytułu zakupu usług leasingu.

Analizując zagadnienie od strony finansującego należy wskazać, iż na gruncie podatku VAT skutki podatkowe umowy leasingu operacyjnego zawartej z konsumentem będą identyczne do skutków takiej umowy zawartej z przedsiębiorcą. Umowa taka kwalifikowana będzie na gruncie przepisu art. 8 ustawy z 11.03.2004 r. o podatku od towarów i usług jako umowa o świadczenie usług.

Konsekwentnie, obowiązek podatkowy po stronie finansującego powstawać będzie z chwilą otrzymania od korzystającego (konsumenta) części bądź całości zapłaty, nie później niż z chwilą upływu terminu płatności. Z perspektywy korzystającego oznacza to, iż podatkiem VAT obciążone będą kolejne, miesięczne raty leasingowe, tak więc i wydatki związane z podatkiem VAT będą rozłożone w czasie. Korzystający nie będzie więc musiał ponieść wydatku związanego z podatkiem VAT na wstępie trwania umowy leasingu.

Co prawda, w przypadku kredytu możliwe jest uzyskanie go również w kwocie pokrywającej podatek VAT związany z zakupem danego dobra. Niemniej jednak, automatycznie oznacza to, iż od kwoty sfinansowanego kredytem podatku VAT naliczane są odsetki bankowe, co podraża koszt kredytu. Tymczasem, w przypadku leasingu operacyjnego, podatek VAT naliczany będzie sukcesywnie przez finansującego od wartości raty kapitałowej i odsetkowej. Jednak co do zasady, jako że finansujący jest uprawniony do odliczenia podatku VAT w związku z zakupem przedmiotu umowy leasingu, podatek ten nie wchodzi do kwoty, od której finansujący nalicza odsetki. Tym samym, w porównaniu do kredytu baza do liczenia odsetek może być niższa o prawie $\frac{1}{4}$ na korzyść leasingu.

Minusem równoważącym powyższą korzyść leasingu operacyjnego jest jednak to, że w tym przypadku zarówno rata kapitałowa, jak i odsetkowa będą podlegały opodatkowaniu podatkiem VAT z zastosowaniem stawki standardowej 23% (bądź, w przyszłości, wyższej). W efekcie, suma opłat z tytułu leasingu operacyjnego, przy tych samych parametrach, zrówna się z sumą opłat związanych z kredytem, a w przypadku wzrostu stawek VAT (co

może nastąpić już w trakcie 2012 r.) koszt leasingu może być dla konsumenta nieznacznie wyższy.

2.2. Leasing finansowy

2.2.1 Zasady kwalifikacji

W ramach modyfikacji przepisów updog i updog tak, by uwzględniały one również możliwość zawarcia umowy leasingu z konsumentem, zmodyfikowany został art. 17f updog (i odpowiednio art. 23f updog), określający warunki, które musi spełniać umowa leasingu finansowego w ujęciu podatkowym. W efekcie zmian, umową leasingu finansowego będzie również umowa zawarta na czas oznaczony, w przypadku której suma ustalonych w niej opłat netto (bez VAT), odpowiadać będzie co najmniej wartości początkowej przedmiotu umowy, i która:

- w przypadku umowy zawartej z przedsiębiorcą - zawiera postanowienie, że w podstawowym okresie umowy leasingu odpisów amortyzacyjnych dokonuje korzystający, albo
- w przypadku umowy zawartej z konsumentem zawiera postanowienie, zgodnie z którym **finansujący rezygnuje z dokonywania odpisów amortyzacyjnych**.

W wyniku powyższych zmian potwierdzone zostało, iż konsument może być odbiorcą leasingu finansowego, co na gruncie dotychczasowych przepisów było kwestionowane zarówno przez organy podatkowe, jak i sądy administracyjne. Warunkiem dla uznania przedmiotowej umowy za leasing finansowy jest modyfikacja standardowych zapisów umów leasingu finansowego, tak by wynikało z nich, iż finansujący rezygnuje z dokonywania odpisów amortyzacyjnych od wartości początkowej przedmiotu umowy (nie zaś, iż korzystający jest podmiotem dokonującym tych odpisów).

Jedyną różnicą pomiędzy umowami leasingu finansowego zawartego z przedsiębiorcą i konsumentem będą właśnie zapisy umowne – skutki podatkowe obu umów dla finansującego będą bowiem identyczne. W przypadku umowy zawartej z konsumentem **do przychodów finansującego nie będą zaliczane opłaty leasingowe w części stanowiącej spłatę wartości początkowej przedmiotu umowy** (identycznie jak ma to miejsce w przypadku umów z przedsiębiorcami). Tym samym, również w tym przypadku przychodem finansującego wynikającym z umowy leasingu będzie nadwyżka należnych rat ponad spłatę wartości początkowej przedmiotu umowy.

Z perspektywy korzystającego, skutki podatkowe nie będą się natomiast niczym różnić od skutków umowy leasingu operacyjnego – korzystający nie będzie bowiem uprawniony do dokonywania odpisów amortyzacyjnych, czy też zaliczania rat odsetkowych do kosztów podatkowych.

Można się w związku z tym zastanowić czy konsument będzie bardziej zainteresowany jedną bądź drugą formą leasingu, skoro tak czy inaczej nie będzie uprawniony do skorzystania z korzyści podatkowych związanych np. z leasingiem operacyjnym. W istotnej mierze będzie to zależało od niepodatkowych aspektów, w tym np. tego, że w powszechnym rozumieniu leasing finansowy to taki, który wiąże się z zakupem przedmiotu umowy. Konsument, którzy dążyliby do wykupu przedmiotu umowy mogliby więc chętniej

wybierać leasing finansowy, mimo iż forma leasingu pozostaje bez znaczenia dla możliwości wykupu przedmiotu umowy.

2.2.2 Sprzedaż przedmiotu umowy

Skutki podatkowe sprzedaży przedmiotu umowy leasingu finansowego przewidziane zostały w art. 17g updop (i odpowiednio w art. 23g updof) i mają charakter uniwersalny, tj. stosuje się je niezależnie od tego z kim zawarta została umowa.

Jeśli tylko umowa leasingu spełnia warunki określone w art. 17f ust. 1 updop (odpowiednio art. 23f ust. 1 updof), w przypadku sprzedaży przedmiotu umowy przez finansującego na rzecz korzystającego po upływie podstawowego okresu umowy, przychodem podatkowym z tego tytułu będzie wartość środka trwałego (wartości niematerialnej i prawnej) wyrażona w cenie określonej w umowie sprzedaży, **także wtedy, gdy odbiega ona znacznie od ich wartości rynkowej**. Tym samym, konsument spłacając wartość początkową przedmiotu umowy w trakcie jej trwania będzie uprawniony by po zakończeniu tego okresu nabyć przedmiot umowy po cenie odbiegającej od rynkowej (a więc po cenie uwzględniającej dokonaną już spłatę wartości początkowej). Co do zasady, podobnie jak i w trakcie trwania umowy, do kosztów podatkowych finansującego nie zalicza się wydatków poniesionych na nabycie środków trwałych (wartości niematerialnych i prawnych). Jednakże kosztem takim są wydatki poniesione na ich nabycie pomniejszone o spłatę wartości początkowej (koszt podatkowy może pojawić się w związku z tym np. w razie braku spłaty pełnej wartości początkowej).

Biorąc pod uwagę, iż kwalifikacja umowy leasingu finansowego nie jest uzależniona od okresu trwania umowy, w sposób dowolny można skracać bądź przedłużać podstawowy okres jej trwania. Tym samym, w razie chęci wcześniejszego zakończenia umowy leasingu przez konsumenta i dokonania wcześniejszej spłaty wartości początkowej, konieczne będzie zawarcie aneksu do umowy leasingu przewidującego nowy podstawowy okres jej trwania. Działanie takie nie wpłynie na możliwość dokonania sprzedaży przedmiotu umowy po zakończeniu ustanowionego w ten sposób nowego podstawowego okresu umowy po cenie odbiegającej od rynkowej.

Analogicznie kształtują się skutki oddania przedmiotu umowy do dalszego używania na rzecz korzystającego po upływie podstawowego okresu trwania umowy (co jednak jest bardzo mało prawdopodobne w praktyce). W takim przypadku, przychodem finansującego są opłaty ustalone w umowie, także wtedy, gdy odbiegają znacznie od wartości rynkowej. Oznacza to, iż w przypadku gdyby konsument chciał rozłożyć cenę wykupu przedmiotu umowy na raty i przedłużyć okres trwania umowy leasingu, raty te mogą odbiegać od wartości rynkowej (a więc uwzględniać dokonaną już wcześniej spłatę kapitału).

Identycznie jak w przypadku umów zawieranych z przedsiębiorcami kształtują się również skutki podatkowe sprzedaży przedmiotu umowy na rzecz osoby innej niż dotychczasowy korzystający, niezależnie od tego czy ostatecznym nabywcą będzie konsument, czy też przedsiębiorca. Na podstawie art. 17h ust. 1 updop (i odpowiednio art. 23h ust. 1 updof), sprzedaż przedmiotu umowy po upływie podstawowego okresu trwania umowy na rzecz osoby innej niż korzystający oznacza, że przychód podatkowy finansującego z tego tytułu winien być określony z zastosowaniem wartości rynkowej (tj. według zasad przewidzianych w art. 14 updop). Kosztem podatkowym finansującego jest natomiast

nadwyżka wydatków poniesionych w związku z nabyciem przedmiotu umowy ponad uzyskaną spłatę wartości początkowej.

Również w przypadku leasingu finansowego przepis art. 17h ust. 2 updog (art. 23h ust. 2 updog) przewiduje, iż w przypadku sprzedaży przedmiotu umowy na rzecz osoby trzeciej i związanej z tym wypłaty ustalonej kwoty na rzecz dotychczasowego korzystającego, otrzymana kwota stanowi przychód korzystającego. Niemniej jednak, jak już wskazaliśmy, w naszej ocenie, wypłata taka nie będzie stanowić przychodu korzystającego jako zmniejszenie ceny dotychczas nabytych świadczeń (a więc rabat w stosunku do uprzednio wpłaconych kwot).

2.2.3 Kwalifikacja umowy leasingu na gruncie podatku VAT

Na gruncie ustawy o VAT leasing kwalifikowany jest jako świadczenie usług bądź jako dostawa towarów. Co do zasady, leasing finansowy w ujęciu updog uznawany jest przez organy podatkowe za równoznaczny z dostawą towarów, co wynika z przepisu art. 7 ustawy o VAT. Niemniej jednak, analiza tego przepisu wskazuje, iż zasada ta nie będzie mieć zastosowania wobec umów leasingu finansowego zawartych z konsumentem, tak długo, jak przepisy art. 7 ustawy o VAT nie zostaną zmodyfikowane.

Jak bowiem wynika z art. 7 ust. 1 pkt 2) ustawy o VAT, dostawą towarów jest przeniesienie prawa do rozporządzania towarami jak właściciel, w tym również wydanie towarów na podstawie umowy dzierżawy, najmu, leasingu lub innej umowy o podobnym charakterze zawartej na czas określony lub umowy sprzedaży na warunkach odroczonej płatności, jeżeli umowa przewiduje, że w następstwie normalnych zdarzeń przewidzianych tą umową lub z chwilą zapłaty ostatniej raty prawo własności zostanie przeniesione.

Dookreślenie zakresu umów kwalifikowanych jako dostawa towarów tego przepisu znajduje się w ust. 9 art. 7 ustawy o VAT, zgodnie z którym umowami dzierżawy, najmu, leasingu lub innymi umowami o podobnym charakterze są w tym przypadku **umowy w wyniku których, zgodnie z przepisami o podatku dochodowym, odpisów amortyzacyjnych dokonuje korzystający oraz umowy leasingu w rozumieniu tych przepisów, których przedmiotami są grunty**. Tak więc, aby dana umowa leasingu skutkowała kwalifikacją jej jako dostawy towarów:

- (i) zgodnie z przepisami o podatku dochodowym korzystający winien dokonywać odpisów amortyzacyjnych – biorąc pod uwagę, iż konsument co do zasady nie jest do tego działania uprawniony, umowy leasingu finansowego zawarte z konsumentem nie będą spełniać tego warunku. W przypadku tych umów finansujący jedynie rezygnuje z dokonywania odpisów amortyzacyjnych, jednak prawo to nie przechodzi w żaden sposób na konsumenta.
- (ii) jej przedmiotem muszą być grunty – w tym przypadku, niewątpliwie, również umowy z konsumentem kwalifikowane będą jako umowy skutkujące dostawą towaru (gruntu).

Podsumowując powyższe należy uznać, iż w przypadku wszelkich umów leasingu finansowego zawartych z konsumentem, z wyłączeniem jednak umów, których przedmiotem byłyby grunty, będą one kwalifikowane jako umowy o świadczenie usług w rozumieniu ustawy o VAT. W efekcie, mimo iż umowa będzie miała charakter umowy leasingu finansowego, nie będzie wiązała się z obowiązkiem naliczenia i zapłaty podatku

VAT należnego z góry od wszystkich przyszłych rat leasingowych. Umowa taka, zarówno z perspektywy finansującego, jak i korzystającego (konsumenta) nie będzie różnić się od umowy leasingu operacyjnego. VAT będzie należny od każdej raty leasingowej z osobna, przy czym obowiązek podatkowy w tym zakresie powstawał będzie z chwilą otrzymania przez finansującego części bądź całości zapłaty, nie później jednak niż z upływem terminu płatności. Z kolei korzystający będący konsumentem nie będzie uprawniony by dokonać odliczenia podatku naliczonego VAT z tytułu korzystania z rzeczy.

Wyjątkiem od powyższej zasady będą umowy leasingu, których przedmiotem będą grunty – w tym przypadku skutki podatkowe umów zawartych z konsumentem na gruncie podatku VAT będą identyczne jak w przypadku umów zawartych z przedsiębiorcą. Oznacza to, iż obowiązek podatkowy z tego tytułu powstanie po stronie finansującego według zasad ogólnych właściwych dla dostawy towarów, tj. z chwilą wystawienia faktury VAT, nie później jednak niż 7 dnia od wydania gruntu na rzecz konsumenta w ramach umowy leasingu. Wyłącznie więc w tym przypadku po stronie konsumenta powstanie obowiązek wpłaty na rzecz finansującego należnego podatku VAT od wszystkich przyszłych rat leasingowych z góry, z chwilą zawarcia umowy leasingu.

2.3. Umowa najmu

Jak wynika z dotychczasowych rozważań, oprócz produktów, które kwalifikowane będą jako umowy leasingu w rozumieniu przepisów KC i/lub przepisów prawa podatkowego, firmy leasingowe oferować mogą konsumentom również produkty, które oparte będą wyłącznie na możliwości używania rzeczy (tj. umowy, które w ogóle nie będą przewidywać prawa do nabycia przedmiotu umowy, zaś wartość dokonywanych w ich trakcie płatności nie pokryje wartości początkowej przedmiotu umowy). Umowy takie kwalifikowane będą zarówno na gruncie KC, jak i przepisów ustaw podatkowych jako umowy najmu.

Zasady opodatkowania podatkiem VAT świadczeń dokonywanych w ramach umów najmu zawartych z konsumentem nie różnią się niczym od zasad właściwych dla świadczeń dokonywanych w ramach umów leasingu, czy to operacyjnego, czy finansowego. Odmiennie jednak kształtować się będą skutki takich umów na gruncie podatków dochodowych.

Jak bowiem wynika z dotychczasowej analizy, podstawową korzyścią umowy leasingu jest korzystanie z danej rzeczy za zapłatą wynagrodzenia, które to wynagrodzenie zaliczane jest jednocześnie w istotnej mierze na poczet spłaty wartości rzeczy. Pozwala to, po zakończeniu trwania umowy leasingu, na nabycie używanej dotychczas rzeczy za cenę odbiegającą od wartości rynkowej, co wprost dopuszczają przepisy updog i updog wskazując, iż zarówno w odniesieniu do leasingu operacyjnego, jak i finansowego, przychodem podatkowym finansującego z tytułu sprzedaży przedmiotu umowy na rzecz korzystającego po zakończeniu trwania tych umów jest cena ustalona przez strony, również wtedy, gdy odbiega ona od wartości rynkowej (przy czym, w przypadku leasingu operacyjnego nie może być ona jednak niższa od tzw. hipotetycznej wartości netto).

Zasady te nie znajdują zastosowania w odniesieniu do umowy najmu, która nie będzie spełniać warunków by uznać ją za umowę leasingu w rozumieniu przepisów ustaw o podatkach dochodowych. W szczególności, jeśli po zakończeniu okresu najmu korzystający chciałby jednak nabyć przedmiot umowy, co do zasady do określenia przychodu

podatkowego finansującego z tytułu takiej sprzedaży zastosowanie znajdzie art. 14 updop. Zgodnie z tym przepisem, przychodem z odpłatnego zbycia rzeczy lub praw majątkowych, jest ich wartość wyrażona w cenie określonej w umowie. **Jeżeli jednak cena bez uzasadnionej przyczyny znacznie odbiega od wartości rynkowej tych rzeczy lub praw, przychód ten określa organ podatkowy w wysokości wartości rynkowej.** W efekcie, sprzedając rzecz po cenie odbiegającej od rynkowej finansujący byłby w tym przypadku narażony na zarzut zaniżenia przychodu podatkowego i jego oszacowanie przez organ podatkowy. Z tej perspektywy, w przypadku konsumentów, którzy zainteresowani byłiby wyłącznie korzystaniem z rzeczy przez określony czas bez jej nabycia [umowy (4)], ważnym jest by decyzja taka była trwała. W przeciwnym razie, jeśli istniałoby jakiegokolwiek ryzyko, iż konsument podejmie jednak decyzję o późniejszym nabyciu przedmiotu umowy, korzystniejszym byłoby zawarcie umowy leasingu, która przewidywać będzie jednak opcję wykupu przedmiotu umowy za określoną w umowie cenę. Taka konstrukcja umowy pozwoli bowiem nabyć używaną rzecz za umówioną cenę, nawet jeśli będzie ona odbiegała od wartości rynkowej, bez kreowania ryzyk po stronie finansującego.

2.4. Ewidencja i dokumentacja

W przypadku świadczenia usług oraz dostaw towarów na rzecz osób nieprowadzących działalności gospodarczej odmiennie kształtować się będą obowiązki ewidencyjne po stronie finansującego. Przede wszystkim, zgodnie z art. 106 ust. 4 ustawy o VAT stanowi, iż podatnicy VAT nie mają obowiązku wystawiania faktur dokumentujących świadczenie usług lub dostawy towarów osobom fizycznym nieprowadzącym działalności gospodarczej. Fakturę taką są jednak zobowiązani wystawić na żądanie tych osób.

Ponadto, na podstawie art. 111 ust. 1 ustawy o VAT, podatnicy dokonujący sprzedaży na rzecz osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej oraz rolników ryczałtowych są obowiązani prowadzić ewidencję obrotu i kwot podatku należnego przy zastosowaniu kas rejestrujących. Co do zasady więc, świadczenie usług leasingu oraz następujące po nich przeniesienie własności przedmiotu umowy na rzecz konsumenta wymagałoby ewidencjonowania za pomocą kas fiskalnych. Niemniej jednak, wydaje się, iż w tym przypadku firmy leasingowe będą uprawnione by skorzystać z pewnych zwolnień przewidzianych w rozporządzeniu Ministra Finansów z 26 lipca 2010 r. w sprawie zwolnień z obowiązku prowadzenia ewidencji przy zastosowaniu kas rejestrujących¹³ [dalej: rozporządzenie w/s zwolnień].

Na podstawie § 2 ust. 1 pkt 1) tego rozporządzenia, z obowiązku ewidencjonowania zwolniono do 31 grudnia 2012 r. sprzedaż w zakresie czynności wymienionych w załączniku do rozporządzenia. Na szczególną uwagę, z perspektywy usług leasingu zasługują następujące czynności przewidziane w tym załączniku:

- (i) usługi finansowe i ubezpieczeniowe klasyfikowane w ramach kodów PKWiU 64-66 (poz. 23). Dział 64 PKWiU zawiera grupowanie PKWiU 64.91 „Usługi leasingu finansowego”, przy czym brak jest w tym przypadku definicji, która pozwalałaby

¹³ Dz.U. Nr 138, poz. 930.

ponad wszelką wątpliwość określić, w rozumieniu których przepisów umowa winna być kwalifikowana jako leasing finansowy, by zostać zaklasyfikowana do kodu PKWiU 64.91. Biorąc pod uwagę wyjaśnienia do nieobowiązującej już Klasyfikacji Usług, chodziło w tym przypadku o te umowy leasingu, na podstawie których na leasingobiorcę przechodziły ryzyka i pożytki związane z używaniem rzecz, co wskazuje jednoznacznie, iż użycie pojęcia leasing finansowy w PKWiU oparte zostało o rozumienie nadane temu znaczeniu przez przepisy ustawy o rachunkowości (a raczej o kryteria w tej ustawie zawarte). Tak więc, w przypadku, gdy umowa leasingu zawarta z konsumentem zostanie zaklasyfikowana w ramach kodu PKWiU 64.91 „Usługi leasingu finansowego”, który, w naszej ocenie, obejmuje umowy kwalifikowane jako leasing finansowy na gruncie przepisów ustawy o rachunkowości, świadczenie tych usług na rzecz konsumenta będzie zwolnione z obowiązku ewidencjonowania ich za pomocą kas rejestrujących.

- (ii) dostawa nieruchomości (poz. 35). Umowy leasingu zawarte z konsumentem, których przedmiotem będą grunty, będą kwalifikowane jako dostawa towarów na gruncie art. 7 ustawy o VAT. Niemniej jednak, dostawa ta nie będzie objęta obowiązkiem ewidencjonowania jej za pomocą kasy rejestrującej w oparciu o zwolnienie przewidziane dla dostaw nieruchomości.
- (iii) świadczenie usług, za które zapłata w całości następuje za pośrednictwem poczty, banku lub spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej (odpowiednio na rachunek bankowy podatnika lub na rachunek podatnika w spółdzielczej kasie oszczędnościowo-kredytowej, której jest członkiem), pod warunkiem, że z ewidencji i dowodów dokumentujących transakcję jednoznacznie wynika, jakiej konkretnie transakcji zapłata dotyczyła (poz. 37). Zwolnienie to nie dotyczy podatników, którzy rozpoczęli ewidencjonowanie tych czynności przed dniem 1 stycznia 2011 r. W praktyce wydaje się, iż możliwe będzie również przyjęcie takich zasad dokumentowania i płatności za usługi leasingu, które pozwolą firmom leasingowym skorzystać ze zwolnienia z obowiązku ewidencjonowania usług leasingu świadczonych na rzecz konsumentów w pozostałym zakresie, tj. w zakresie nieobjętym zwolnieniami opisanymi powyżej. W szczególności, jak się wydaje, finansujący będą każdorazowo wystawiać na rzecz konsumentów faktury VAT (pomimo braku takiego obowiązku), z których powinny jednoznacznie wynikać szczegóły transakcji. Ponadto, powszechnym zjawiskiem będzie wymóg by zapłata za usługi następowała w całości za pośrednictwem poczty, banku lub spółdzielczej kasy oszczędnościowo-kredytowej. Ze zwolnienia tego nie będą jednak mogli skorzystać ci podatnicy, którzy rozpoczęli ewidencjonowanie tych czynności przed dniem 1 stycznia 2011 r.

Biorąc pod uwagę, iż w ramach istotnej większości umów leasingu zawartych z konsumentem, po zakończeniu podstawowego okresu trwania tych umów dojdzie do sprzedaży rzeczy na rzecz konsumenta, należy również rozważyć możliwości zastosowania zwolnień z obowiązku ewidencjonowania również w tym zakresie. Na uwagę zasługuje § 3 rozporządzenia w/s zwolnień, który przewiduje szereg zwolnień o charakterze podmiotowym. W szczególności przewiduje on zwolnienie z obowiązku ewidencjonowania do 31 grudnia 2012 r. dla podatników, którzy:

- (i) dokonują sprzedaży towarów i usług wymienionych w poz. 1-32 załącznika do rozporządzenia, pod warunkiem, że w poprzednim roku podatkowym udział obrotów z tytułu tej sprzedaży w obrotach ogółem podatnika z działalności, określonej w art. 111 ust. 1 ustawy, był wyższy niż 80%,
- (ii) rozpoczynają sprzedaż, o której mowa w poz. 1-32 załącznika do rozporządzenia, na rzecz konsumentów i rolników ryczałtowych po 31 grudnia 2010 r., pod warunkiem, że przewidywany udział obrotów z tytułu tej sprzedaży w obrotach ogółem wynikających ze świadczeń realizowanych na rzecz konsumentów i rolników ryczałtowych, do zrealizowania do końca roku, w którym rozpoczęto wykonywanie sprzedaży, będzie wyższy niż 80%.

Odnosząc się do wcześniejszej analizy wskazać należy, iż zwolnienie od obowiązku ewidencjonowania za pomocą kas fiskalnych dotyczy usług leasingu finansowego, wymienionych w pozycji 23 załącznika do rozporządzenia. Zwolnienie to może być podstawą do zastosowania zwolnienia o charakterze podmiotowym, tj. objęcia nim wszelkich czynności wykonywanych przez podatnika na rzecz konsumentów. Warunkiem jest jednak by:

- w roku poprzednim udział usług leasingu finansowego świadczonych na rzecz konsumentów do całkowitego obrotu uzyskiwanego z tytułu świadczeń na rzecz konsumentów przekraczał 80%,
- w przypadku rozpoczynania sprzedaży na rzecz konsumentów (i rolników ryczałtowych) w trakcie roku, przewidywany udział obrotu z tytułu leasingu finansowego do całkowitego obrotu, który uzyskany będzie z tytułu świadczeń na rzecz tych osób, przekroczy 80%.

Przy założeniu, że większość umów leasingu zawieranych z konsumentami będzie mogła być uznana za umowy leasingu finansowego, sklasyfikowane w ramach kodu PKWiU 64.91 (co, należy pamiętać nie jest tożsame z pojęciem leasingu finansowego stosowanym w ujęciu podatkowym), w praktyce możliwym byłoby spełnienie powyższych warunków. Jeśli bowiem wartość poszczególnych rat leasingowych wynikających z umów kwalifikowanych jako umowy leasingu finansowego (PKWiU 64.91) przekraczać będzie 80% całkowitego obrotu realizowanego z tytułu świadczeń na rzecz konsumentów (w tym obrotu z tytułu umów kwalifikowanych na gruncie PKWiU jako świadczenie usług najmu i dzierżawy oraz sprzedaży przedmiotów leasingu), finansujący będzie objęty zwolnieniem podmiotowym, tj. nie będzie miał obowiązku ewidencjonowania za pomocą kas rejestrujących pozostałych świadczeń dokonywanych na rzecz konsumentów.

Podsumowując rozważania w zakresie obowiązku ewidencjonowania świadczeń na rzecz konsumentów za pomocą kas rejestrujących, wskazać należy, iż w odniesieniu do świadczeń realizowanych w ramach umów leasingu (tj. świadczenia usług) w większości przypadków możliwe będzie zastosowanie zwolnienia z obowiązku ewidencjonowania tych świadczeń. Jeśli jednak chodzi o realizację sprzedaży towarów po zakończeniu umów leasingu, możliwości zastosowania zwolnienia są ograniczone i będą mogły mieć zastosowanie pod warunkiem, że większa część umów zawieranych z konsumentami kwalifikowana będzie na gruncie PKWiU jako usługi leasingu finansowego (PKWiU 64.91) (i obrót z tego tytułu przekroczy 80% ogółu obrotu ze sprzedaży na rzecz konsumentów). W przeciwnym razie, pomimo powszechnej praktyki, która zostanie przyjęta przez firmy leasingowe i polegającej na wystawianiu na rzecz konsumentów faktur VAT, pewien zakres transakcji będzie musiał być ewidencjonowany za pomocą kas fiskalnych.

3. Leasing konsumencki – aspekty ekonomiczne

W rozwiniętych gospodarkach rynkowych możliwość korzystania przez gospodarstwa domowe z rynku finansowego spełnia ważną rolę społeczną. Przez gromadzenie oszczędności, ale głównie przez zaciąganie zobowiązań ułatwia zarządzanie finansami gospodarstwa domowego w horyzoncie przebiegu życia, a także pozwala na niwelowanie bieżących wahań w poziomie dochodu. Aktywność na rynku finansowym, dzięki powszechnemu charakterowi, sprzyja podnoszeniu zadowolenia z konsumpcji i umożliwia jej lepszą alokację w cyklu życia. Dzięki temu gospodarstwa domowe zyskują dostęp do dóbr, których zakup w innych warunkach wiązałby się z koniecznością uprzedniego zgromadzenia bardzo znaczących środków (np. samochód).

Uregulowanie leasingu konsumenckiego przekłada się na poszerzenie gamy produktów finansowych, z użyciem których gospodarstwa domowe mogą dokonywać alokacji konsumpcji w cyklu życia. Poszerzenie dostępu do produktów leasingowych należy postrzegać nie tylko jako formę zwiększania dostępności produktów finansowych dla gospodarstw domowych, ale również jako formę deregulowania rynku finansowego. Należy zatem spodziewać się skumulowania pozytywnych efektów zewnętrznych związanych ze wzrostem konkurencji w sektorze finansowym i tym samym wzrostem wielkości popytu zgłaszanego przez gospodarstwa domowe na dobra trwałe, a także wzrostem użyteczności czerpanej z konsumpcji przez gospodarstwa domowe.

Na skutek zwiększenia udziału leasingu konsumenckiego w finansowaniu konsumpcji gospodarstw domowych należy się również spodziewać zmian w obszarze wykluczenia finansowego. W tym obszarze jest ono głównie związane z ograniczeniami dochodowymi, które przekładają się na brak zdolności kredytowej i w konsekwencji uniemożliwiają zaciąganie zobowiązań kredytowych. Dodatkowo, rynek kredytowy w okresie od rozpoczęcia kryzysu został poddany szeregowi działań regulacyjnych, które zdecydowanie ograniczyły dostęp gospodarstw domowych do kredytów – głównie konsumenckich. Zwiększenie rygorystyki podejścia banków w obszarze udzielania kredytów jest głównie powodowane wejściem w życie rekomendacji T, która znacząco ograniczyła zdolność kredytową większości gospodarstw domowych. W tej sytuacji wydaje się, że wejście leasingu konsumenckiego może sprzyjać omijaniu szeregu niekorzystnych i często nieprzystających do sytuacji gospodarstwa domowego obostrzeń wynikających z tej rekomendacji¹⁴.

Niniejszy punkt poświęcony jest możliwym implikacjom jakościowym i ilościowym uregulowania rynku leasingu konsumenckiego. W podpunkcie pierwszym przedstawiony został obecny model konsumpcji w polskich gospodarstwach domowych w odniesieniu do głównego dobra, które będzie przedmiotem leasingu (samochody). Miało to na celu pokazanie poziomu ilościowego i jakościowego niedopasowania stanu posiadania (luki) między Polską i krajami wyżej rozwiniętymi. Luka ta najprawdopodobniej będzie w

¹⁴ Najbardziej jaskrawym przykładem wydaje się konieczność wliczania przez banki do zobowiązań kredytowych limitów na kartach kredytowych, bez uwzględnienia faktycznego poziomu zadłużenia wynikającego z tego tytułu. W tej sytuacji firmy leasingowe będą mogły podchodzić do tej kwestii bardziej elastycznie.

horyzoncie nadchodzących lat domykana w reakcji na wysokie aspiracje polskich gospodarstw domowych i na skutek postępującego procesu konwergencji skutkującego wzrostem dochodów. Podpunkt drugi pokazuje bieżące zaangażowanie gospodarstw domowych na rynku kredytowym w obszarze różnych grup celów zaciągania zobowiązań. Główny nacisk położony jest na korzystanie z kredytu na zakup samochodu. Podpunkt trzeci poświęcony został możliwym skutkom dla gospodarki narodowej, które pojawią się po wprowadzeniu nowego instrumentu. Wpierw przeprowadzono analizę modelowych – teoretycznych – skutków wzrostu konkurencji w sektorze. W następnym kroku pokazano wpływ wzrostu konkurencji, skutkującej spadkiem stóp procentowych, na optymalne rozwiązanie przykładowego modelu cyklu życia. Analizy przedstawione w podpunkcie czwartym mają zaś na celu pokazanie potencjału rynku leasingu konsumenckiego.

Przedstawione prognozy oparte zostały o bieżący potencjał rynku kredytowego i leasingowego w Polsce. Bazują na założeniach o substytucyjności produktów leasingowych i kredytowych oraz biorą pod uwagę doświadczenia międzynarodowe. Główny nacisk w tym punkcie położony został jednak na analizę szans i zagrożeń, które będą decydowały o dalszym sukcesie bądź porażce tego produktu. W podpunkcie piątym przedstawiona została wrażliwość rynku leasingowego w Polsce na wahania koniunktury. Przedstawione analizy oparte zostały o wnioski płynące z przeszłej analizy wrażliwości leasingu dla przedsiębiorstw w Polsce w oparciu o doświadczenia firm leasingowych z lat ubiegłych oraz doświadczenia rynku polskiego bazujące na przeszłej wrażliwości rynku kredytów konsumpcyjnych.

3.1. Model konsumpcji gospodarstw domowych i możliwość oddziaływania leasingu konsumenckiego – luka jakościowa i ilościowa na rynku samochodowym w Polsce

W pierwszej fazie rozwoju rynku leasingu konsumenckiego w Polsce, najpewniej jedynym produktem, który będzie oferowany na szerszą skalę gospodarstwom domowym z udziałem tego instrumentu, będzie leasing samochodów. Pojazdy samochodowe to właściwie jedyna grupa produktów, która umożliwi leasingodawcy skuteczne zabezpieczenie swoich roszczeń w przypadku zaniechania obsługi zobowiązań przez konsumenta. W przypadku większych wartościowo dóbr – mieszkań – o ile możliwe jest zabezpieczenie prawa własności, o tyle skuteczna egzekucja może być utrudniona ze względu na ochronę praw lokatorów. W przypadku drobnych dóbr trwałych – RTV i AGD – potencjał rynku wydaje się dość ograniczony ze względu na fakt, iż trudniej jest odzyskać środki w sytuacji, gdy leasingobiorca przestanie wywiązywać się ze swoich zobowiązań. Istnieje również o wiele łatwiejsza możliwość – niż ma to miejsce np. w przypadku samochodu – zdefraudowania leasingowanego sprzętu. Dodatkowo, dobra RTV i AGD bardzo szybko tracą wartość, więc wpłata początkowa musiałaby być bardzo znacząca aby zabezpieczyć ewentualne roszczenia. W takiej sytuacji chęć do korzystania z tej formy zakupu będzie bardzo ograniczona.

W okresie transformacji w Polsce flota samochodów gospodarstw domowych stanowiła jeden z najbardziej niedorozwiniętych sektorów rynku dóbr trwałych. Deregulacja gospodarki na początku lat 90-tych spowodowała bardzo dynamiczny wzrost popytu na samochody ze strony gospodarstw domowych. Niemniej jednak, stan finansów polskich gospodarstw domowych spowodował, że w początkowym okresie transformacji wciąż

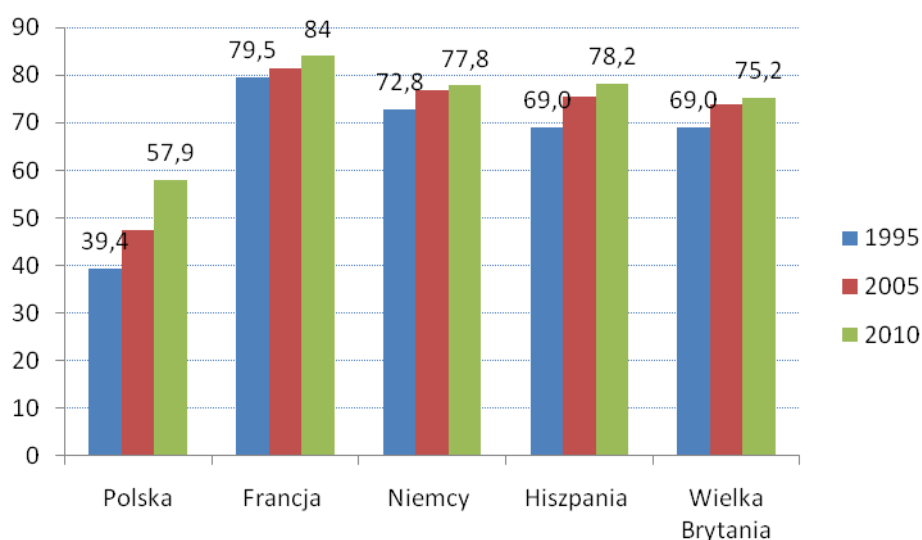
niewielka grupa gospodarstw domowych mogła sobie pozwolić na zakup samochodu, a nawet jeśli było to możliwe, nabywano głównie samochody używane i wieloletnie. W kolejnych latach luki ilościowe, związane z niedostateczną liczbą samochodów w gospodarstwach domowych, a także jakościowe, związane z zaawansowanym wiekiem posiadanych pojazdów, były w Polsce częściowo domykane. Wciąż jednak obserwować można bardzo znaczący dystans dzielący polski rynek od rynków krajów wysokorozwiniętych w tym obszarze.

W celu zbadania potencjału tego rynku i możliwych ścieżek dochodzenia do równowagi w długim okresie przedstawione zostały ilościowe i jakościowe luki występujące w obszarze posiadania samochodu w polskich gospodarstwach domowych. Występowanie tych luk jest bowiem w znacznej mierze motorem dynamicznego wzrostu akcji kredytowej służącej finansowaniu nabywania samochodów, a w przyszłości może być również motorem wzrostu wartości zawieranych rokrocznie z gospodarstwami domowymi umów leasingowych. W przypadku luki ilościowej wzrost rynku finansowania zakupu odbywa się przez prosty wzrost liczby samochodów. W przypadku luki jakościowej, jej domykane wiąże się z poprawą jakości floty samochodowej i tym samym wzrostem przeciętnej wartości użytkowanego pojazdu.

3.1.1. Luka ilościowa i jakościowa na rynku samochodowym w Polsce

Luka ilościowa jest w znacznej mierze odzwierciedleniem różnic w poziomie rozwoju gospodarczego i różnic w stopniu nasyceniu rynków samochodami. Różnice między Polską i wybranymi wysokorozwiniętymi krajami UE przedstawia wykres 1.

Wykres 1. Odsetek gospodarstw domowych posiadających samochód



Źródło: Euromonitor

Znacząco większy niż w Polsce odsetek gospodarstw domowych posiadających samochód w krajach wysoko rozwiniętych wskazuje na duży potencjał wzrostowy polskiego rynku samochodowego. Można zakładać, że przy obecnym tempie rozwoju rynku motoryzacyjnego osiągnięcie podobnego stopnia nasycenia, jak ma to miejsce w pozostałych przedstawionych na Wykresie 1 krajach (Francji, Niemczech, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii), powinno zająć polskiemu rynkowi motoryzacyjnemu – przy utrzymaniu obecnego tempa wzrostu – od 33 lat w przypadku nasycenia obserwowanego obecnie w Wielkiej Brytanii do 43 lat w przypadku nasycenia obserwowanego obecnie we Francji¹⁵.

W Polsce na wysoki potencjał rynku będzie się również przekładać spodziewany wzrost liczby gospodarstw domowych w nadchodzących latach. W związku z mniejszą skłonnością do zawierania małżeństw i mniejszą skłonnością do posiadania dzieci, przeciętna liczba osób w gospodarstwie domowym będzie się zmniejszać. W związku z rosnącą liczbą gospodarstw domowych konieczność zaspokojenia potrzeb komunikacyjnych w każdym z nich będzie się przekładała na wzrost popytu na samochody i w konsekwencji zwiększało potencjał rynku finansowania ich zakupu.

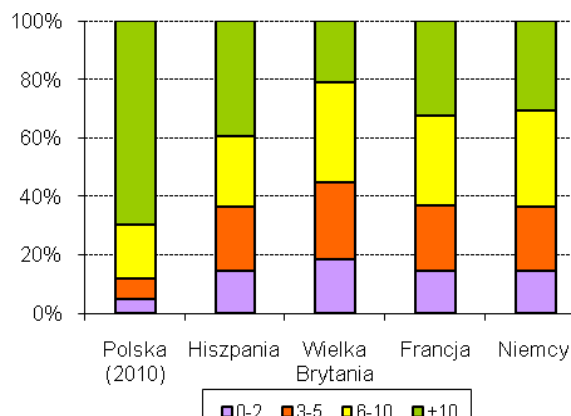
Przekładając prognozy dotyczące wzrostu liczby gospodarstw domowych posiadających samochód można wnioskować, że przeciętny potencjał rynku to ok. 200 tys. nowych gospodarstw domowych rocznie wchodzących w posiadanie samochodu¹⁶. Biorąc pod uwagę fakt, że niektóre gospodarstwa domowe będą wchodziły w posiadanie drugiego lub trzeciego samochodu, można wnioskować o nawet większym spodziewanym popycie na zakup samochodów. Należy liczyć się z poważną możliwością rewizji tych prognoz w górę. Wynika to z wcześniejszych doświadczeń Polski związanych z bardzo znaczącym importem aut używanych po otwarciu rynków w krajach UE. Wzrost liczby samochodów sięgał wtedy nawet miliona sztuk rocznie.

O ile luka ilościowa występuje i będzie skutkowała istotnym popytem zgłaszanym na samochody w kolejnych latach, o tyle wzrost popytu na samochody może być w równym lub nawet większym stopniu wspierany przez różnice jakościowe we flocie samochodowej między Polską i krajami wyżej rozwiniętymi. Różnicę w jakości floty samochodowej przedstawia wykres 2.

¹⁵ Szacunki te wynikają z oszacowanych modeli regresji logistycznej

¹⁶ Mowa tu o gospodarstwach domowych, które wcześniej samochodu nie posiadały.

Wykres 2. Struktura wieku pojazdów samochodowych w Polsce i w wybranych krajach UE.



Źródło: Dane Euromonitor i raport PZPM (2011)

Występująca luka jakościowa floty samochodowej między Polską i wybranymi krajami UE jest ogromna. Przedstawione na wykresie 2 dane wskazują, że w Polsce aż 70% zarejestrowanych samochodów ma więcej niż 10 lat (PZPM 2011). W przypadku rynków krajów wysokorozwiniętych jedynie 20 – 40% pojazdów będących w posiadaniu gospodarstw domowych ma więcej niż 10 lat. Dodatkowo dane o importowanych przez Polaków samochodach wskazują na ogromny (prawie 50%) udział aut starszych niż dziesięcioletnie. Podtrzymywanie takiej struktury wieku pojazdów jest wynikiem ciągłego napływu do Polski starych pojazdów przy bardzo niewielkim udziale w rynku transakcji kupna/sprzedaży samochodów nowych¹⁷.

Można się spodziewać, że w średnim horyzoncie czasowym również luka jakościowa będzie domykana. Stosunkowo niewielka sprzedaż samochodów nowych będzie zapewne wzrastać. Jednak wydaje się, że o wiele większe efekty będą związane z importem coraz to nowszych samochodów z zagranicy. Struktura wieku samochodów będzie zatem ulegała odmłodzeniu przez zwiększenie napływu samochodów używanych, ale o wiele nowszych niż ma to miejsce obecnie.

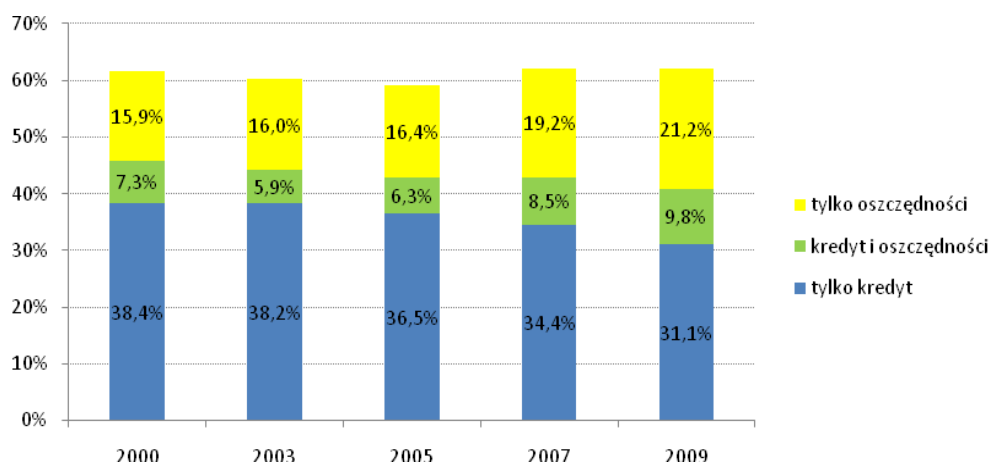
3.2. Bieżące zaangażowanie gospodarstw domowych w produkty finansowe służące finansowaniu zakupów dóbr trwałych

Leasing konsumencki najprawdopodobniej będzie spełniać rolę substytucyjną względem kredytu. Obecnie, odsetek gospodarstw domowych posiadających zobowiązanie kredytowe wynosi ok. 40%. Odsetek ten utrzymuje się na bardzo zbliżonym poziomie od początku poprzedniej dekady. Stabilizacja długookresowa obserwowana jest, pomimo że rynek kredytowy w Polsce jest wciąż stosunkowo mało dojrzały. Naturalny trend rozwoju takiego

¹⁷ W Polsce od kilku lat sprzedaż samochodów nowych oscyluje wokół 300.000 sztuk, podczas gdy import samochodów używanych wynosił w ostatnich latach przeciętnie 800.000 sztuk (Informacja o imporcie samochodów używanych PZPM, 2011)

rynku powinien zatem sprzyjać wzrostowi odsetka gospodarstw domowych korzystających z usług kredytowych banków i innych firm finansowych. Rynek kredytowy (szczególnie ten mający na celu finansowanie konsumpcji bieżącej gospodarstw domowych) pozostaje w fazie stagnacji pomimo obserwowanego w ostatnich kilku latach znaczącego wzrostu dochodów gospodarstw domowych w Polsce. Na poniższym wykresie przedstawione zostały odsetki gospodarstw domowych posiadających oszczędności, kredyt, a także oba te instrumenty w Polsce na przestrzeni ostatnich dziesięciu lat.

Wykres 3. Uczestnictwo gospodarstw domowych w rynku finansowym (posiadanie oszczędności lub kredytu) w okresie od 2000 do 2009 roku.

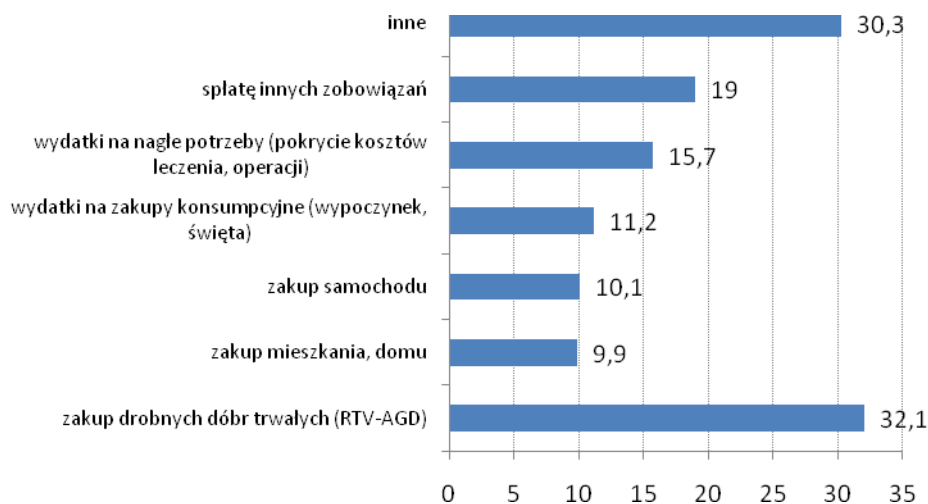


Źródło: Obliczenia własne na podstawie *Diagnozy Społecznej 2009*

Grupa gospodarstw domowych posiadających oszczędności wzrosła z 22-23% na początku wieku do 31% w 2009 r. W tym samym czasie odsetek gospodarstw domowych posiadających kredyt spadł z ok. 46% do 41%. Istotną część zadłużenia konsumpcyjnego gospodarstwa domowe przeznaczają na zakup dóbr trwałych. W przypadku tego rodzaju zakupów finansowanych kredytem kupowane dobro obecne jest w gospodarstwie domowym jeszcze po kilku latach od dokonania zakupu, co motywuje do większej moralności płatniczej. Z perspektywy leasingu konsumenckiego szczególnie istotny jest segment zakupu dóbr trwałych a w szczególności segment zakupów samochodów.

Prowadzone w cyklu kwartalnym przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce oraz Instytut Rozwoju Gospodarczego SGH *Badanie Consumer Finance* pozwala na zidentyfikowanie grupy gospodarstw domowych korzystających z rynku kredytowego na zakup poszczególnych rodzajów dóbr.

Wykres 4. Cele zaciągania zobowiązań polskich gospodarstw domowych (odsetki gospodarstw domowych)



Źródło: Badanie Consumer Finance prowadzone przez KPF i IRG SGH.

W przypadku polskich gospodarstw domowych wciąż największa grupa gospodarstw domowych korzysta z tego rynku finansując drobne zakupy RTV i AGD. Prawie co trzecie gospodarstwo domowe posiadające zobowiązanie zaciągnęło je z zamiarem sfinansowania tego typu dóbr. Istotny fragment rynku stanowią gospodarstwa domowe, które zaciągają swoje zobowiązania celem zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych, tudzież sfinansowania nagłych wydatków. Z punktu widzenia wprowadzenia instrumentu leasingu konsumenckiego najistotniejszy jest udział gospodarstw domowych finansujących zakup samochodu. Finansowanie zakupu samochodu dotyczy ok. 10% gospodarstw domowych posiadających kredyt. Oznacza to, że zakup samochodu sfinansowanego kredytem dotyczy ok. 4% wszystkich gospodarstw domowych w Polsce. Szacując wielkość rynku na podstawie tych informacji można stwierdzić, że gospodarstw domowych posiadających zadłużenie na zakup samochodu w Polsce jest ok. 600 tys.

Z tej perspektywy warto również spojrzeć na wielkość przeciętnego zobowiązania, które posiadają gospodarstwa domowe zaciągające kredyty na różne cele. Warto ponadto podjąć próbę oszacowania wielkości przeciętnego zadłużenia zaciąganego celem sfinansowania zakupu samochodu. W związku z brakiem danych ilościowych dotyczących rynku kredytów i pożyczek samochodowych w Polsce, a także biorąc pod uwagę, że rynek ten często oparty jest o nieformalne pożyczki (rodzina) lub zakup samochodu finansowany jest w oparciu o instrumenty nie mające jako podstawowej funkcji finansowania zakupu samochodu (np. kredyt konsumencki na dowolny cel, środki z karty kredytowej, itp.) oparto się na wynikach danych ankietowych. W tym celu oszacowano model regresji z zestawem zmiennych binarnych opisujących fakt posiadania zadłużenia służącego sfinansowaniu wybranego celu.

Estymowano model postaci:

$$credit.val_j = \sum_{i=1}^7 val_i \cdot bin_{i,j} + \varepsilon_j$$

gdzie: $credit.val_j$ całkowite zadłużenie j -tego gospodarstwa domowego, val_i przeciętna wartość kredytu zaciągniętego na i -ty cel¹⁸, $bin_{i,j}$ zmienna binarna opisująca, czy j -te gospodarstwo domowe posiada kredyt na i -ty cel, ε_j błąd szacunku dla j -tego gospodarstwa domowego.

Wyniki estymacji pokazały, że wielkość zadłużenia przypadająca na jedno gospodarstwo domowe zadłużone z tytułu zakupu samochodu wynosi przeciętnie 14.600 PLN. Mnożąc tą wartość przez liczbę gospodarstw domowych posiadających kredyt na zakup samochodu, można szacować, że ten segment rynku kredytowego odpowiada za ok. 9 mld PLN zadłużenia polskich gospodarstw domowych. Wydaje się zatem, że jest to obecny potencjał rynku finansowania zakupu samochodu dla gospodarstw domowych. Wejście w życie leasingu konsumenckiego będzie powodowało, że ten „kawałek tortu” będzie musiał zostać podzielony między firmy leasingowe i banki. Potencjał dla firm leasingowych w znacznej mierze zależy od ich aktywności, co przedstawiono w kolejnych podpunktach.

3.3. Skutki dla gospodarki polskiej

Określenie skutków dla gospodarki jest bardzo trudne i nawet bardzo dalekie przybliżenie musi być oparte o szereg założeń. W tym podpunkcie podjęta została próba przedstawienia, gdzie pojawiają się potencjalne korzyści dla gospodarki związane z wprowadzeniem nowego instrumentu i wzrostem konkurencji. Pokazano ponadto wyniki symulacji przeprowadzonych z wykorzystaniem modelu cyklu życia, mające na celu zilustrowanie ewentualnego wymiaru korzyści dla gospodarki w przypadku doprowadzenia przez leasing konsumencki do spadku stopy procentowej o 1 pp.

Wprowadzenie każdego instrumentu, który zapewnia konsumentom możliwość wyboru między formami finansowania zakupu, sprzyja zwiększaniu dobrobytu społecznego. Zmiana w poziomie dobrobytu nie jest jednak wynikiem wprowadzenia samego instrumentu, tylko związana jest ze wzrostem konkurencji na rynku produktów oferowanych na szeroko pojętym rynku finansowym. Ogólny poziom korzyści związany jest z nadwyżką, którą z wymiany handlowej uzyskują zarówno gospodarstwa domowe jak i firmy. Na skutek wprowadzenia nowego instrumentu, jakim jest leasing konsumencki, zwiększy się konkurencja między dostawcami, co:

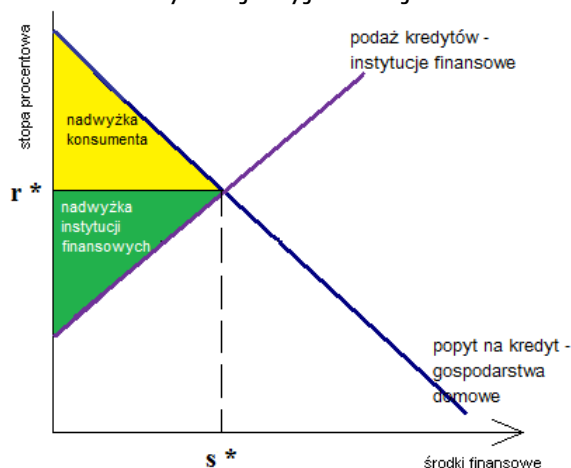
1. przełoży się na wzrost podaży środków na finansowanie zakupu samochodu przy danej stopie procentowej,
2. wpłynie na spadek oprocentowania
3. i prawdopodobnie spowoduje transfer części nadwyżki od firm oferujących obecnie kredyt samochodowy (głównie banków) do sektora gospodarstw domowych i (oczywiście) firm leasingowych.

¹⁸ Wartości i były następujące: $i=1$ finansowanie zakupu drobnych dóbr trwałych (np. sprzęt RTV-AGD); $i=2$ finansowanie zakupu mieszkania, domu; $i=3$ finansowanie zakupu samochodu; $i=4$ finansowanie wydatków na zakupy konsumpcyjne (wypoczynek, święta); $i=5$ finansowanie wydatków na nagłe potrzeby (pokrycie kosztów leczenia, wypadku, operacji, itp.); $i=6$ spłata innych zobowiązań; $i=7$ inne.

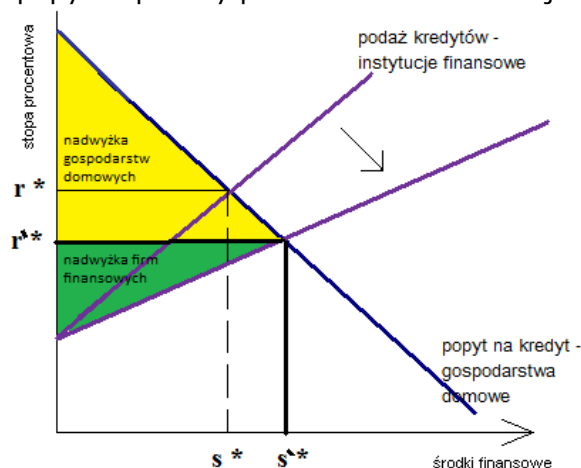
Sam spadek oprocentowania nie przynosi korzyści netto dla rynku traktowanego jako całość – szczególnie w sytuacji niskiej elastyczności popytu. Pojawia się natomiast efekt związany ze wzrostem rynku, który przekłada się na wzrost całkowitych korzyści rynkowych.

Zaistniałe zmiany można zilustrować na następujących dwóch rysunkach.

Rysunek 1. Nadwyżki popytu i podaży w sytuacji wyjściowej.



Rysunek 2. Zmiana poziomu nadwyżek popytu i podaży po wzroście konkurencji.



Źródło: Opracowanie własne.

Na skutek wzrostu konkurencji rynkowej wielkość nadwyżki gospodarstw domowych również rośnie (rysunek 1 i 2, pole w kolorze żółtym). Szczególną korzyść uzyskują zaś konsumenci, którzy zyskają na spadku oprocentowania. Jednak przy niewielkim spadku stopy procentowej wzrost sumy nadwyżek, wynikający ze wzrostu konkurencji, jest ograniczony. Dla potrzeb prowadzonej analizy przeprowadzono symulacje dla modelu cyklu życia¹⁹, w którym przyjęto standardowe założenia dotyczące kalibracji modelu²⁰.

Obliczone na podstawie symulacji wielkości półelastyczności popytu na zmiany stopy procentowej wskazują na stosunkowo niedużą wrażliwość popytu na samochody w zależności od stopy procentowej, po której dostarczany jest instrument służący zakupowi samochodu. Z przeprowadzonych analiz wynika, że w przypadku gdy stopa procentowa oferowana konsumentom dla kredytu na zakup samochodu waha się w przedziale 7 – 15%, półelastyczność popytu na samochody wynosi ok. 3%. Oznacza to, że każdy spadek stopy procentowej o 1 pp. powoduje wzrost popytu o 3%. W takiej sytuacji wzrost całkowitej nadwyżki z wymiany przedstawiającej korzyść netto dla gospodarki, w

¹⁹ Należy wziąć pod uwagę, że przedstawione tu obliczenia mają charakter czysto ilustracyjny. Na dzień dzisiejszy brak jest informacji o kształtowaniu się popytu, dokładnym zachowaniu gospodarstw domowych, etc. Przedstawione obliczenia, pomimo że bazują na formalnych modelach, obarczone mogą być dużym błędem wynikającym z przyjętego szeregu założeń upraszczających. Przedstawione liczby należy traktować zatem jako przybliżenie rzędu wielkości potencjalnych korzyści, a nie dokładny ich szacunek.

²⁰ Przedstawienie modelu i założeń, na których została oparta analiza, znajduje się w załączniku 1.

przypadku gdyby założyć, że wzrost konkurencji doprowadzi do spadku stóp procentowych o 1 pp., mógłby wynieść zaledwie ok. 2 mln PLN rocznie. Co jednak bardziej istotne, główne korzyści pojawią się w sektorze gospodarstw domowych i będą konsekwencją samego spadku stopy procentowej. Przy przyjętych założeniach można oczekiwać, że przy spadku stopy procentowej o 1 pp. do konsumentów (ale kosztem banków) trafi nadwyżka w wysokości ok. 90 mln rocznie (9 mld * 1%), która wcześniej zwiększała zyski sektora bankowego.

3.4. Potencjał rynku leasingu konsumenckiego

Podstawą do określenia potencjału rynku leasingowego jest określenie grupy, do której adresowane będą produkty leasingowe oraz zasad, na jakich dostarczany będzie ten produkt. Biorąc pod uwagę obecną aktywność gospodarstw domowych na rynku finansowym można wyróżnić kilka grup gospodarstw domowych, które nie tylko uczestniczą w rynku finansowym kupując zróżnicowane produkty, ale również charakteryzują się różnym poziomem dochodów. Zamożność gospodarstw domowych wpływa z jednej strony na potencjał rynku, gdyż wielkość uzyskiwanych dochodów przekłada się bezpośrednio na zdolność kredytową. Z drugiej jednak strony oznacza również, że wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa pewne grupy celów, których sfinansowaniu służą produkty kredytowe, nie będą dłużej występowały.

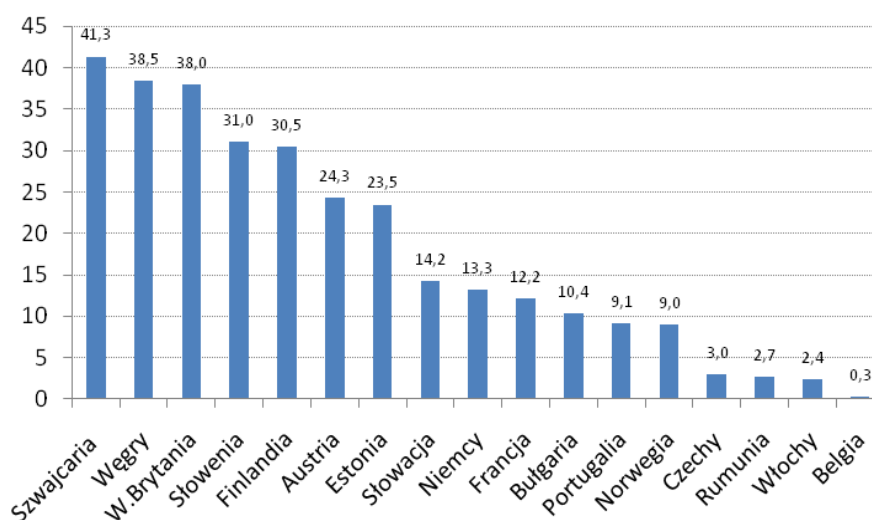
Warto podkreślić, że gospodarstwa domowe korzystające z rynku kredytowego celem sfinansowania bieżącej konsumpcji charakteryzują się dochodami na poziomie niższym od średniej obliczonej dla gospodarstw domowych ogółem (około 15 proc. poniżej średniej)²¹.

Gospodarstwa domowe nabywające za pomocą kredytu dobra trwałe lub finansujące remont mieszkania mają dochody per capita na poziomie średniej dla kraju. W przypadku kredytu na inne cele dochody są o około 7 proc. wyższe od średniej, ale szczególnie wysokie są one w grupie gospodarstw domowych posiadających zobowiązanie na zakup mieszkania. W tej grupie dochody kształtują się na poziomie o prawie 70 proc. wyższym od średniej. Dla rynku leasingowego oznacza to, że największego zainteresowania można oczekiwać w przypadku przyjęcia za grupę docelową gospodarstw domowych o średnich dochodach, które dziś stanowią trzon popytu na dobra trwałe finansowane kredytem.

O potencjale rynku leasingowego z jednej strony świadczy obecny udział kredytu służącego sfinansowaniu zakupu samochodu w polskich gospodarstwach domowych, z drugiej strony potencjalna wartość rynku szacowana na podstawie udziału leasingu konsumenckiego w krajach Europy Zachodniej. Rynek, na którym firmy leasingowe oferujące leasing dla konsumentów mogą walczyć o klienta, wynosi obecnie ok. 9 mld PLN, co odpowiada poziomowi obecnego finansowania zakupu samochodów w sektorze gospodarstw domowych. Patrząc zaś z drugiej strony, czyli z perspektywy udziału leasingu konsumenckiego w rynku leasingowym, na podstawie doświadczeń innych krajów można dojść do wniosku, że udział ten może się wahać w przedziale od 0% do nawet 50%. Udział leasingu konsumenckiego w leasingu ogółem przedstawia wykres 5.

²¹ Obliczenia zawarte w tym akapicie pochodzą z raportu przygotowanego na potrzeby Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej (Kotowska i in. 2009).

Wykres 5. Udział leasingu konsumenckiego w leasingu ogółem w różnych krajach UE.



Źródło: Leaseurope

Przyjmując średni dla Europy udział na poziomie 18% i biorąc pod uwagę, że polski rynek leasingu wynosił w 2010 r. 27 mld PLN, można szacować, że długookresowo wartość leasingu konsumenckiego może sięgnąć nawet 6 mld PLN. Wydaje się jednak, że aby tak się stało, wymagane będzie skuteczne wykorzystanie szans, których można upatrywać w:

- uwzględnieniu w ofercie produktów leasingowych grupy gospodarstw domowych wykluczonych z rynku kredytowego na skutek ostatnich regulacji w sektorze bankowym,
- ogólnym wzroście zaufania gospodarstw domowych do propozycji sektora finansowego ogółem, a w szczególności firm leasingowych,
- uwzględnieniu w ofercie potrzeb gospodarstw domowych, które kupują samochody na rynku wtórnym i importowane z zagranicy,

oraz przezwyciężenie zagrożeń, z których największym wydaje się być przekonanie Polaków do korzyści płynących z leasingowania produktów – a niekoniecznie ich nabywania.

Każdy z tych obszarów wymaga dodatkowego szerszego omówienia.

3.4.1 Uwzględnienie w ofercie grupy gospodarstw domowych wykluczonych z rynku kredytowego – substytucja względem kredytu

Wprowadzenie instrumentu finansowego zmniejszającego występowanie ograniczeń płynności na rynku poprawia sytuację gospodarstw domowych, a także wpływa pozytywnie na sytuację całej gospodarki. Ograniczenie dostępu do rynku finansowego i możliwości zaciągania zobowiązań przez gospodarstwa domowe w literaturze przedmiotu określane jest mianem wykluczenia z rynku kredytowego. Problemu wykluczenia gospodarstw

domowych z rynku kredytowego ze względu na jego charakter nie można poddać bezpośredniej i jednoznacznej kwantyfikacji. Dodatkowo analizę utrudnia fakt, że nie istnieje jednolita definicja wykluczenia z rynku kredytowego (por. m.in. Crook 2003; Attanasio 1994). Przy użyciu pojęcia wykluczenia zazwyczaj konieczne jest wyznaczenie granicy między dwoma biegunami tego zjawiska – wykluczeniem w postaci silnej i wykluczeniem w postaci słabej. O pierwszym przypadku mówi się, gdy gospodarstwa domowe nie posiadają zdolności kredytowej, w związku z czym nie mają żadnej możliwości zaciągnięcia zobowiązania nawet w sytuacji, gdy z ich strony pojawia się taka potrzeba i gdy zgłaszają taką chęć – bez względu na wysokość stopy procentowej (Crook 2003). Jest to najbardziej skrajna forma wykluczenia z rynku kredytowego, której doświadcza stosunkowo niewielka grupa gospodarstw domowych. Przeprowadzone badania wskazują, że udział gospodarstw domowych, które są wykluczone z rynku kredytowego w sposób silny, wynosi w Polsce od ok. 15% (Białowolski i Dudek 2008) do nawet 30% (Białowolski i Węziak-Białowolska 2011) wszystkich gospodarstw domowych.

Na drugim biegunie leży wykluczenie w postaci słabej. Do grupy gospodarstw domowych wykluczonych, przy założeniu wykluczenia w postaci słabej, zalicza się wszystkie te gospodarstwa, dla których stopa procentowa dla gromadzonych oszczędności jest niższa niż stopa procentowa obowiązująca przy zaciąganiu kredytu/pożyczki, czyli w praktyce definicja ta obejmuje prawie wszystkie gospodarstwa domowe. Występowanie wykluczenia w słabej postaci jest naturalną konsekwencją istnienia sektora pośrednictwa finansowego. Tworzą go banki, pośrednicy finansowi, a także firmy leasingowe. W konsekwencji występująca na rynku różnica między stopą procentową depozytu i kredytu powoduje, że dla części gospodarstw domowych najbardziej racjonalnym zachowaniem staje się:

- 1) słabsze niż by to wynikało z hipotezy cyklu życia uczestnictwo w rynku kredytowym,
- 2) całkowite zaniechanie uczestnictwa w rynku kredytowym i konsumowanie w każdym okresie dokładnie tyle, ile wynosi dochód.

Leasing konsumencki może przyczynić się do ograniczenia występowania zjawiska wykluczenia z rynku kredytowego w gospodarce polskiej. Atutem leasingu konsumenckiego jest to, że użytkowany przedmiot nie przechodzi na własność nabywcy, a zatem ze strony leasingodawcy możliwe jest zachowanie większej kontroli nad przedmiotem. Drugim atutem leasingu konsumenckiego może być zmniejszenie spreadu stopy procentowej dla gospodarstw domowych chcących sfinansować zakup samochodu z wykorzystaniem środków obcych, a zatem ograniczenie zjawiska wykluczenia w postaci słabej, które dotyka praktycznie wszystkie gospodarstwa domowe. Zakładając, że firmy leasingowe podejmują mniejsze ryzyko niż banki, jest prawdopodobne, że będą mogły dostarczyć produkty po niższej cenie. Dodatkowo, specjalizując się w dostarczaniu konkretnego typu dóbr (np. samochodów), są w stanie wynegocjować znaczące rabaty na zakup dóbr u dostawców (w przypadku samochodów – u importerów). Na znaczący potencjał dla firm leasingowych w obszarze związanym z dostarczaniem finansowania dla samochodów wyraźnie wskazuje udział gospodarstw domowych posiadających dostęp do samochodu w zależności od grupy decylowej (decyle dochodowe), w wybranych krajach.

W niższych grupach decylowych skala występowania zjawiska wykluczenia jest zdecydowanie większa, a dostęp do kredytu bankowego znacząco utrudniony.

Tabela 1. Udział gospodarstw domowych posiadających samochód w decylach dochodu w wybranych krajach.

Kraj	Decyl dochodowy									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Polska	20,8	30,9	41,5	52,0	58,5	63,8	67,9	74,3	80,5	88,5
Francja	60,9	68,9	77,8	80,7	87,0	89,4	92,8	93,2	94,6	94,6
Niemcy	35,8	52,8	66,7	76,7	83,1	87,9	90,9	92,9	94,7	96,3
Hiszpania	35,6	52,3	66,7	77,4	84,2	88,9	91,7	93,5	95,2	96,5
Wielka Brytania	33,3	47,5	63,3	73,5	81,1	86,2	88,6	91,6	92,7	94,3

Źródło: Euromonitor

Z tabeli 1 wynika, że różnice w dostępie do samochodu w największym stopniu występują w grupie gospodarstw domowych o najniższych dochodach. Średnia różnica odsetka gospodarstw domowych posiadających dostęp do samochodu między Polską i wymienionymi w tabeli krajami w pięciu najniższych decylach dochodu wynosi prawie 25 pp. Analogiczne różnice w dwóch grupach o najwyższych dochodach wynoszą już tylko ok. 10 pp. Wydaje się zatem, że potencjał do otwierania nisz rynkowych tkwi w grupach gospodarstw domowych o niższym poziomie dochodu.

Jak wspomniano, w Polsce wciąż obserwuje się istotny odsetek grupy gospodarstw domowych wykluczonych z rynku kredytowego.

Ponadprzeciętnie często z rynku kredytowego wykluczone są gospodarstwa domowe prowadzące działalność gospodarczą (Białowski 2009). W tej grupie często zdarza się, że deklarowane dochody są niższe niż faktycznie uzyskiwane. Po części odpowiedzialność za to ponosi szara strefa, ale również częstokroć wysokie deklarowane koszty uzyskania lub inwestycje. W takim przypadku, biorąc pod uwagę jedynie czynnik dochodów, okazuje się, że najbardziej innowacyjna grupa gospodarstw domowych dysponuje znacząco ograniczonym dostępem do rynku kredytowego. Wprowadzenie leasingu konsumenckiego może doprowadzić do wzrostu dostępności źródeł finansowania dla poważniejszych wydatków gospodarstw domowych z tej grupy wykluczonych.

Warto zauważyć, że w ostatnim okresie skala występowania zjawiska wykluczenia z rynku kredytowego mogła wzrosnąć na skutek wprowadzenia nowych regulacji przez Komisję Nadzoru Finansowego (dalej: KNF), głównie rekomendacji T. Jak każda regulacja wprowadzająca ograniczenia i wymuszająca podejmowanie dodatkowych działań, tak również i ta spowodowała, że banki musiały ponieść dodatkowe koszty, co nie pozostało bez skutków dla potencjalnych kredytobiorców. Pojawianie się tych skutków może być odsunięte w czasie. Konsekwencje nowych regulacji rynku finansowego mogą być dwójakiego rodzaju – wzrost oprocentowania, a także nasilanie się zjawiska wykluczenia.

W obliczu dość konserwatywnego nastawienia gospodarstw domowych do bezpieczeństwa zaciąganych zobowiązań, przedstawienie regulacji ściśle ograniczającej relację DTI (ang.

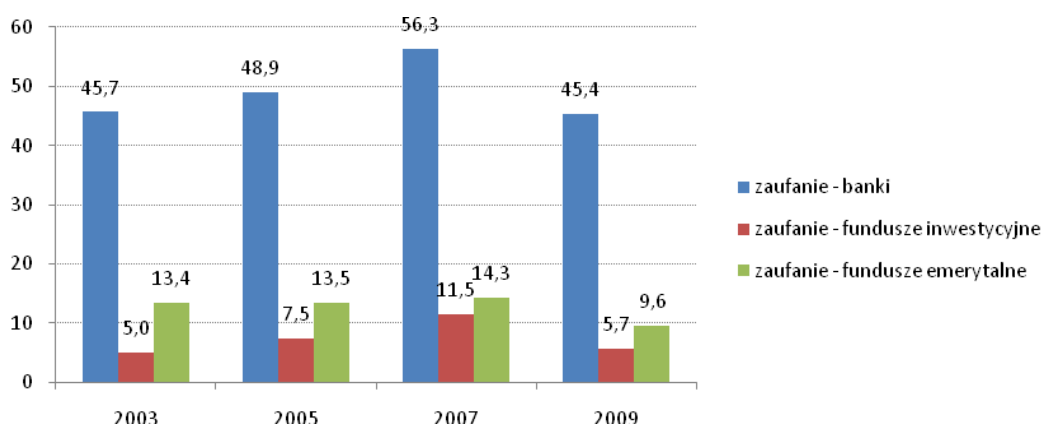
debt to income) skutkuje znaczącym wzrostem liczby podejmowanych działań administracyjnych banków i innych instytucji udzielających kredytów i pożyczek, przy jednoczesnym braku lub niewielkim wpływie na zmianę jakości portfela kredytowego.

Wprowadzenie sztywnych wartości wskaźników relacji raty do dochodu, przy założeniu, że do wielkości raty wliczane są nie tylko rzeczywiste długi, ale również potencjalne wynikające z przyznanych limitów kredytowych, zmniejszyło elastyczność podejmowanych przez banki decyzji kredytowych i spowodowało znaczny wzrost liczby decyzji negatywnych. To owocuje wyższym kosztem jednostkowym udzielenia kredytu, gdyż negatywne decyzje również wymagają zaangażowania pracy personelu, a nie prowadzą one do osiągnięcia wynagrodzenia przez kredytodawcę. Dodatkowo, bardziej rygorystyczne rekomendacje KNF mają wpływ na zmniejszenie potencjalnie możliwej do uzyskania kwoty kredytu, co może zniechęcać część gospodarstw domowych do korzystania z usług banków. Wydaje się bowiem, że część klientów nie uzyska dostatecznie wysokiego finansowania aby dokonać zakupu pożądanego przez siebie dóbr. Pojawia się w tej sytuacji furtka dla firm leasingowych, które nie muszą spełniać rygorystycznych warunków oceny zdolności kredytowej klienta i tym samym mogą zaproponować produkt bardziej dopasowany do jego potrzeb.

3.4.2. Przewyciężenie nieufności znacznej części gospodarstw domowych do firm sektora finansowego.

W Polsce pomimo funkcjonowania rynku finansowego od ponad dwudziestu lat zaufanie w relacjach między gospodarstwami domowymi i sektorem finansowym wciąż jest bardzo ograniczone. Wykres 6 prezentuje ewolucję zaufania do instytucji finansowych w Polsce na przestrzeni ostatnich lat.

Wykres 6. Zaufanie do instytucji finansowych w Polsce



Źródło: Opracowanie własne na podstawie *Diagnozy Społecznej 2009*.

Zaufanie do banków nawet w okresie największego zaufania i jednocześnie najszybszego wzrostu sektora finansowego (2007 r.) wynosiło zaledwie 56%. Oznacza to, że prawie co drugi Polak nie ufał bankom, które przecież traktowane są jako instytucje zaufania

publicznego i dodatkowo poddane są bardzo szerokiej kontroli. Jeszcze niższy poziom zaufania występuje w stosunku do innych instytucji sektora finansowego (fundusze inwestycyjne i fundusze emerytalne), które obecnie mogą liczyć na ufność jedynie mniej niż co dziesiątego Polaka. Dodatkowo wahania zaufania są podatne na kryzysy, co obrazują zmiany, zauważalne w okresie między 2007 i 2009 rokiem. W przypadku funduszy inwestycyjnych spadek zaufania wyniósł ponad połowę. Dla perspektywy rozwoju leasingu konsumenckiego istotne jest, czy leasingodawcy będą w stanie pozyskać zaufanie gospodarstw domowych.

Optymizmem, co do wzrostu roli sektora finansowego, ale również leasingu konsumenckiego napawa fakt, że zaufanie do instytucji finansowych jest ściśle powiązane z cechami społeczno-ekonomicznymi gospodarstwa domowego, zaś szczególnie silne związki występują ze względu na wiek głowy gospodarstwa domowego i dochody w przeliczeniu na osobę w gospodarstwie domowym. Ponad 60% gospodarstw domowych, w których głowa gospodarstwa domowego jest w wieku do 24 lat, wykazuje zaufanie do banków. Zaufanie znacząco spada w starszych grupach wieku. Tylko 40% gospodarstw domowych z głową w wieku powyżej 64 lat ufa bankom. Zaufanie jest też wyższe w grupach gospodarstw domowych o wyższym poziomie dochodów. Ponad 54% gospodarstw domowych, w których miesięczne dochody na osobę przekraczają 3.000 PLN, ufa bankom, zaś w grupie osiągających miesięczne dochody na osobę do 1.000 PLN zaufanie deklaruje jedynie 41,5% ankietowanych gospodarstw domowych.

Widoczne jest zatem, że w znacznej mierze niewielkie zaufanie do instytucji rynku finansowego i w konsekwencji niewielka skala aktywności gospodarstw domowych na nim związana jest z postawą ludzi starszych generacji. Wynika ona również ze stosunkowo niewielkiej zamożności społeczeństwa polskiego, która przełożyła się na fakt, iż nie wykształciły się relacje między gospodarstwami domowymi i bankami. Można się spodziewać, że w miarę wzrostu zamożności społeczeństwa i jednocześnie wchodzenia na rynek kolejnych pokoleń, poprawiać się będą relacje między sektorem finansowym i gospodarstwami domowymi, co jednocześnie będzie wpływać na tworzenie pozytywnego wizerunku leasingu konsumenckiego.

3.4.3. Finansowanie zakupu używanych i importowanych samochodów.

Szansę leasingu konsumenckiego na odegranie znaczącej roli zależą w znacznej mierze od kierunku obranego przez firmy leasingowe. Skoro jest kwestią raczej bezdyskusyjną, że początkowo leasing konsumencki będzie służył finansowaniu zakupu samochodu, pojawia się pytanie, czy będzie to tylko finansowanie nowych samochodów, czy również używanych. W pierwszym przypadku rynek jest niewątpliwie bardziej bezpieczny dla leasingodawcy, gdyż nowy samochód raczej nie posiada wad ukrytych a jego wartość stosunkowo łatwo oszacować. Dodatkowo finansowane zakupy na tym rynku będą zakupami o zdecydowanie większej wartości. Brak jest jednak motywacji zachęcającej gospodarstwa domowe do wyboru leasingu zamiast kredytu. Dodatkowo, w przypadku gospodarstw domowych kupujących nowe samochody, zazwyczaj nie występują problemy ze zdolnością kredytową, a główną motywacją do zakupu stanowi sama chęć posiadania samochodu.

Zupełnie inaczej może wyglądać sytuacja w przypadku wejścia firm leasingowych w rynek samochodów używanych, czyli zwykle samochodów o niższej wartości. W tym przypadku

rynek będzie miał do czynienia z bardzo znaczącą grupą osób, które straciły zdolność kredytową – np. po wejściu rekomendacji nadzoru finansowego – i mogą mieć trudności z uzyskaniem kredytu. Firmy leasingowe mogą wypełnić tę lukę, gdyż nie będą ponosiły tak dużego ryzyka jak banki (zachowując własność pojazdu), jak również nie będą musiały stosować rekomendacji dotyczących liczenia zdolności kredytowej, która częstokroć jest liczona w sposób nadmiernie restrykcyjny (patrz 4.1). Dodatkowo, firmy leasingowe nie będą musiały stosować się do regulacji maksymalnego oprocentowania, która w kształcie istniejącym w Polsce bardzo znacząco zwiększa ryzyko banków w przypadku spadku stopy lombardowej NBP. W przypadku leasingu konsumenckiego możliwe będzie dokonanie zakupu samochodu przez firmę leasingową i następnie udostępnienia go za satysfakcjonujący czynsz. Obecność firm leasingowych na rynku aut używanych będzie jednak związana z dodatkowym ryzykiem – w przypadku braku płacenia rat będzie występowała konieczność sprzedania pojazdu lub jego leasingu na rzecz innej osoby. O ile w przypadku nowych dóbr zajęcie ich i sprzedaż pozwalająca uniknąć strat jest stosunkowo łatwa, o tyle w przypadku dóbr o niskiej wartości (np. 15-letni samochód o wartości rzędu 5 tys. PLN) sprzedaż może być utrudniona i wiązać się z koniecznością poniesienia wysokich kosztów.

3.4.4. Niechęć do leasingowania – chęć do posiadania

W Polsce jedną z większych barier dla rozwoju rynku leasingowego może być dominująca chęć posiadania przez gospodarstwa domowe dóbr na własność. W związku z faktem, że leasing konsumencki był wcześniej stosowany w praktyce w bardzo ograniczonym zakresie, autorowi nie są znane badania dotyczące chęci-niechęci do leasingowania dóbr – zamiast ich nabywania. Przybliżonym wskaźnikiem skali niechęci do leasingowania dóbr w sytuacji gdy wiąże się ono z uzyskaniem ogromnych korzyści nad sytuacją, gdy gospodarstwo domowe pozostaje właścicielem, może być stosunek polskich gospodarstw domowych do odwróconej hipoteki. Przeprowadzone w październiku 2009 roku przez Konferencję Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce i Instytut Rozwoju Gospodarczego SGH badania wskazują, że spośród badanych gospodarstw domowych jedynie 13,3% deklaruje chęć skorzystania z takiego rozwiązania, obwarowując tą deklaracją koniecznością uzyskania satysfakcjonującej ceny za mieszkanie. Prawie 87% gospodarstw domowych, kierując się różnymi motywami, woli pozostać właścicielami mieszkań aż do śmierci, pomimo że odwrócona hipoteka gwarantuje im prawo do mieszkania do śmierci i zapewnia dodatkowe, często bardzo potrzebne wsparcie finansowe. Co ciekawe, pomimo że najmniejsze opory przed podjęciem tego typu rozwiązania miałyby osoby młode, to wciąż odwrócona hipoteka akceptację znajduje tylko wśród 25% badanych z tej grupy wieku. W przypadku odwróconej hipoteki wyniki wskazują, że pomimo ogromnego potencjału i korzyści, jakie mogłoby osobom starszym przynieść korzystanie z tego instrumentu, potencjalny popyt na nie będzie bardzo niewielki.

Podobnie może być z leasingiem konsumenckim. Z racji swojej natury jest to również instrument, który oferuje korzyści w zamian za rezygnację z prawa własności do przedmiotu. Biorąc pod uwagę wyniki badań dotyczących stosunku do odwróconej hipoteki, można zakładać, że stosunek polskich gospodarstw domowych do tego typu instrumentów jest jednak dalece nieufny. Stąd, ofercie leasingu konsumenckiego powinny towarzyszyć działania ze strony firm leasingowych mające na celu podniesienie poziomu zaufania wśród potencjalnych konsumentów (leasingobiorców) do tej formy finansowania.

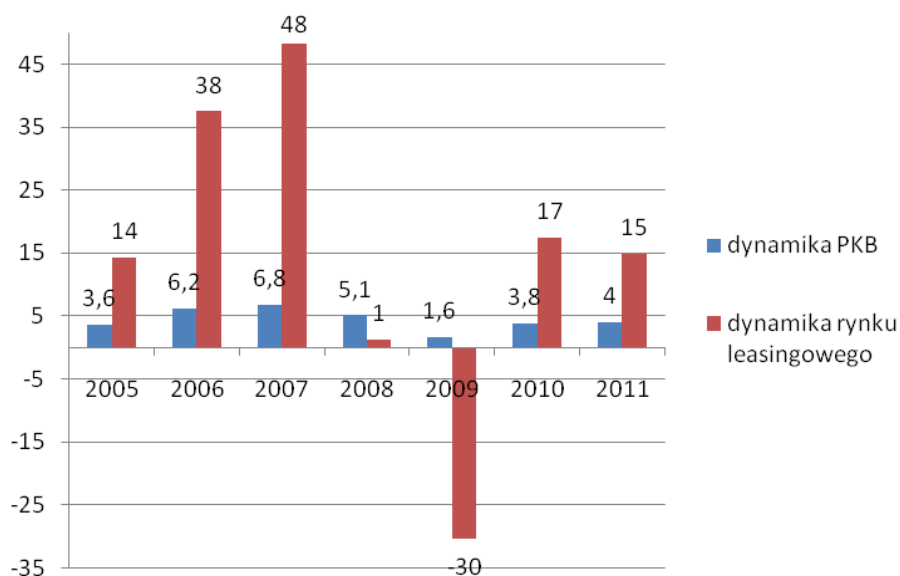
3.5. Wrażliwość leasingu na wahania koniunktury

Ocena wrażliwości leasingu konsumenckiego na wahania koniunktury w Polsce jest bardzo utrudniona, ze względu na bardzo ograniczone jako dotąd zakres stosowania tej formy finansowania na polskim rynku. Z tego względu ocena wrażliwości leasingu konsumenckiego zostanie przeprowadzona na bazie oceny wrażliwości leasingu dla przedsiębiorstw, który obecny jest na polskim rynku od dłuższego czasu, oceny wrażliwości popytu gospodarstw domowych na popyt konsumpcyjny, w której to grupie mieści się finansowanie zakupu samochodu, a także porównanie wrażliwości leasingu konsumenckiego i leasingu dla firm w krajach, w których obecne są oba te instrumenty.

3.5.1. Wrażliwość leasingu na wahania koniunktury

Dostępne dane dotyczące wartości rynku polskiego leasingu wskazują na bardzo silną współzależność tego agregatu z dynamiką Produktu Krajowego Brutto. Wartość współczynnika korelacji liniowej Pearsona między dynamiką przyrostu rynku leasingowego i dynamiką przyrostu PKB jest bardzo wysoka i wynosi 0,89. Zależność tą pokazuje również poniższy wykres.

Wykres 7. Dynamika rynku leasingowego w Polsce w okresie 2004 – 2011 na tle dynamiki PKB



Źródło: Dane Związku Polskiego Leasingu i GUS

Celem oceny przeciętnego poziomu wrażliwości dynamiki leasingu na zmiany PKB oszacowano model regresji liniowej postaci:

$$leas_t = \alpha + \beta \cdot gdp_t + \varepsilon_t, \text{ gdzie:}$$

$leas_t$ oznacza dynamikę rynku leasingowego w okresie t , gdp_t oznacza dynamikę PKB, α i β to parametry modelu, zaś ε_t reprezentuje błąd losowy w okresie t . W wyniku estymacji otrzymano następujący model:

$$leas_t = -42,2 + 12,8 \cdot gdp_t + \varepsilon_t .$$

(0,141) (0,030)

Otrzymane oszacowania wskazują na ogromną wrażliwość leasingu na wahania tempa wzrostu produktu. W przypadku wzrostu dynamiki produktu o 1 pp. oczekiwane jest przyspieszenie dynamiki wzrostu rynku leasingowego o prawie 13 pp. Dodatkowo na podstawie otrzymanych szacunków można stwierdzić, że do zapewnienia dodatniej dynamiki rynku leasingowego potrzebny jest wzrost PKB w tempie nieznacznie poniżej wzrostu potencjalnego – szacowanego na 4% w skali roku. Na podstawie otrzymanych szacunków wartość progowa wynosi 3,3%.

Otrzymane wartości implikują, że popyt na produkty finansowane z wykorzystaniem leasingu, w sytuacji gdy wzrost spowalnia, bardzo szybko maleje. Celem utrzymania systematycznego wzrostu tego rynku konieczne jest zapewnienie wysokiej dynamiki PKB.

3.5.2. Wrażliwość kredytu konsumenckiego na wahania koniunktury

Drugim z obszarów, które mogą posłużyć do przybliżenia wrażliwości leasingu konsumenckiego na wahania koniunktury, jest kredyt konsumencki. Kredyt konsumencki w Polsce jest wykorzystywany w znacznej mierze do finansowania zakupu drobnych dóbr trwałych i samochodów. W celu sprawdzenia współzależności między kredytem konsumenckim a dynamiką wzrostu PKB przeprowadzono analizę korelacji krzyżowych. Wyniki wskazują, że dynamika PKB przekłada się z rocznym opóźnieniem na wzrosty rynku kredytów konsumenckich. Współczynnik korelacji liniowej Pearsona dla wyprzedzenia o jeden okres wyniósł 0,730.²² Celem pokazania przełożenia między dynamiką PKB a wzrostem zapotrzebowania na kredyt konsumencki przeprowadzono estymację modelu postaci:

$$ccredit_t = \alpha + \beta \cdot gdp_{t-1} + \varepsilon_t , \text{ gdzie:}$$

$ccredit_t$ oznacza dynamikę rynku kredytów konsumenckich w okresie t , gdp_{t-1} oznacza dynamikę PKB z okresu $t-1$, α i β to parametry modelu zaś ε_t reprezentuje błąd losowy w okresie t . W wyniku estymacji otrzymano następujący model:

$$ccredit_t = -4,29 + 5,42 \cdot gdp_{t-1} + \varepsilon_t .$$

(7,20) (1,53)

²² Dla zależności jednoczesnej współczynnik korelacji wyniósł 0,543, zaś dla dynamiki wzrostu PKB opóźnionej o dwa okresy względem dynamiki kredytu konsumenckiego współczynnik korelacji wyniósł 0,484.

Otrzymaone oszacowania wskazują na znaczącą wrażliwość kredytu konsumenckiego na wahania tempa wzrostu produktu. W przypadku wzrostu dynamiki produktu o 1 pp. oczekiwane jest przyspieszenie dynamiki wzrostu rynku kredytowego o prawie 5,5 pp. Dodatkowo na podstawie otrzymanych szacunków można stwierdzić, że do zapewnienia dodatniej dynamiki rynku kredytów konsumenckich wystarczający był wzrost PKB w tempie nieprzekraczającym jednego punktu procentowego.

3.5.3. Podatność leasingu konsumenckiego na wahania względem leasingu dla przedsiębiorstw

Do tej pory w Polsce jedynie przedsiębiorstwa korzystały na szeroką skalę z instrumentu leasingu. Przeprowadzone w punkcie 5.1 obliczenia wskazują na bardzo dużą wrażliwość leasingu dla przedsiębiorstw na wahania dynamiki PKB. Jest to w znacznej mierze uzasadnione, gdyż firmy traktują leasing jako źródło środków na finansowanie inwestycji. Te natomiast są bardzo zmienne w przebiegu cyklu koniunkturalnego. Dla kontrastu porównaniu poddano również współzależność między dynamiką kredytu konsumenckiego i dynamiką PKB. Wyniki wskazują na mniejszą siłę reakcji dynamiki rynku kredytowego na zmiany w dynamice PKB. Ostatnim elementem jest porównanie zmian dynamiki umów leasingu konsumenckiego i leasingu dla przedsiębiorstw w krajach, w których możliwe jest to porównanie ze względu na występowanie obu tych instrumentów. Zmiany w wartości nowozawartych umów między latami 2009 i 2008 zostały przedstawione dla obu grup leasingu. Wyniki przedstawia poniższa tabela.

Tabela 2. Zmiana wartości nowych umów leasingowych dla przedsiębiorstw i leasingu konsumenckiego w wybranych krajach (w mld Euro).

Kraj	Leasing dla firm			Leasing konsumencki		
	2008	2009	Zmiana	2008	2009	zmiana
Niemcy	43300	32260	-25%	6500	5720	-12%
Wielka Brytania	30437	18278	-40%	14573	11585	-21%
Francja	28848	23155	-20%	3200	2733	-15%
Włochy	25816	16923	-34%	659	428	-35%

Źródło: Leaseurope.

Dane przedstawione w tabeli 2 pokazują, że kierunek zmian w przypadku zmian leasingu konsumenckiego i leasingu dla firm był identyczny (spadek wartości między rokiem 2008 a 2009). Wrażliwość leasingu konsumenckiego na wahania koniunktury jest jedynie nieznacznie mniejsza i stanowi ok. 70% wrażliwości leasingu dla firm.

Podsumowując, można więc stwierdzić, że leasing konsumencki, który ze znacznym prawdopodobieństwem będzie spełniał rolę substytucyjną wobec kredytu konsumenckiego, a także z racji swojego charakteru będzie również zachowywał się podobnie do leasingu oferowanego przedsiębiorstwom, będzie również znacząco narażony na wahania tempa wzrostu produktu w gospodarce. Wydaje się, że na skutek występowania wciąż znaczących luk w poziomie rozwoju rynku samochodowego, elastyczność popytu na leasing w reakcji na zmiany dynamiki PKB będzie mieściła się w przedziale 5 – 10, choć możliwe jest, że do zapewnienia wzrostu tego rynku będzie potrzebna dynamika PKB na poziomie przynajmniej 2-3%.

3.6. Aspekty ekonomiczne - podsumowanie

Rynek finansowy w Polsce, dzięki silnym fundamentom mikro i makroekonomicznym dysponuje nadal bardzo znaczącym potencjałem. Wynika on z: (1) bardzo korzystnych oczekiwań dotyczących przyszłych dochodów gospodarstw domowych, (2) poprawy obsługi zobowiązań, a także (3) wydłużaniem się okresu aktywności członków gospodarstw domowych na rynku pracy. Potencjał ten będzie również wzmacniany przez spadek liczby gospodarstw domowych konserwatywnie podchodzących do zaciągania zobowiązań i niechętnych jak dotąd wejściu na rynek finansowy. Zmiany zachodzące w tych obszarach wpływają na zwiększenie potrzeb pożyczkowych w cyklu życia, doprowadzając do wzrostu popytu na kredyt oraz przeciętnej wielkości posiadanych zobowiązań. Jest to bardzo dobry sygnał. Z powyższych względów można przypuszczać, że jest to jednocześnie bardzo dobry moment dla rozwoju rynku leasingu konsumenckiego.

O znaczącym potencjale tego rynku świadczy nie tylko sam fakt rosnących potrzeb pożyczkowych polskich gospodarstw domowych, ale również ogromny potencjał rynku samochodowego, który będzie stanowił bazę dla rozwoju leasingu. Rozmiary luki jakościowej i ilościowej w Polsce względem krajów wysokorozwiniętych są bardzo znaczące. Oznacza to, że w długim okresie gospodarstwa domowe będą chciały znacząco zwiększać swój stan posiadania samochodów, co dla leasingodawców będzie oznaczało łatwą możliwość wejścia na rynek finansowania zakupu samochodu. Dodatkowo, w trakcie prowadzonej analizy udało się określić potencjał rynku kredytowego. Obecnie jedynie ok. 4% gospodarstw domowych posiłkuje się jakimkolwiek kredytem przy zakupie samochodu i posiada przeciętne zadłużenie na ten cel w wysokości niespełna 15 tys. PLN. Oznacza to, że wraz z poprawą parku maszyn polskich gospodarstw domowych również ta liczba będzie rosła, co w konsekwencji będzie również oznaczało wzrost potencjału rynku leasingowego.

Jednocześnie wprowadzenie leasingu konsumenckiego nie powinno przełożyć się na znaczący wzrost popytu gospodarstw domowych na samochody. Wydaje się, że leasing konsumencki może przyczynić się do obniżenia oprocentowania kredytu, jednak ewentualne korzyści dla gospodarki będą bardzo niewielkie. Jeżeli dojdzie do spadku oprocentowania kredytów samochodowych, to będzie to skutkowało transferem korzyści od banków do gospodarstw domowych, jednak bez wytworzenia znaczącej nadwyżki dla gospodarki.

Biorąc pod uwagę doświadczenia międzynarodowe bardzo trudno jest stwierdzić, jaki jest potencjał rynku leasingu konsumenckiego w Polsce. Może się okazać, że dominującą rolę odegrają czynniki związane z niechęcią do pozbywania się prawa własności. Możliwe jest jednak, że w obecnej sytuacji rynkowej, kiedy banki są znacząco ograniczone w udzielaniu kredytów przez szereg regulacji w sektorze finansowym, leasing konsumencki będzie dostatecznie atrakcyjną alternatywą, która pozwoli znacznej grupie gospodarstw domowych wejść w posiadanie pożądanego dobra (np. samochodu).

Istotnym zagrożeniem dla samej branży leasingowej będzie najprawdopodobniej duża wrażliwość popytu na leasing konsumencki na wahania koniunktury. Wyniki analiz wskazują jednak, że ta wrażliwość powinna być mniejsza niż wrażliwość leasingu dla przedsiębiorstw.

Podsumowując, moment wprowadzenia instrumentu leasingu konsumenckiego należy uznać za właściwy. Odpowiednie wykorzystanie potencjału rynku będzie jednak wymagało znaczącej aktywności firm leasingowych w łamaniu stereotypów, a także będzie wymagało od leasingodawców bardzo silnej konkurencji cenowej z dotychczasowymi monopolistami na tym rynku – bankami.

III. Zakończenie – bariery w rozwoju

Analizując obecne przepisy w zakresie szeroko pojętego leasingu konsumenckiego stwierdzić należy, iż niewątpliwie korzystnymi zmianami są zmiany przepisów updog i updof, gdyż zmiany te udrażniają w ogóle możliwość oferowania produktów leasingowych na rzecz konsumentów. Również opisane w raporcie czynniki ekonomiczne, jak się wydaje, sprzyjać będą rozwojowi tej formy finansowania zakupów bądź tylko używania rzeczy, w tym przede wszystkim pojazdów.

Niemniej jednak, istnieją obszary, w których upatrywać można czynników hamujących rozwój tego produktu bądź też czynników, które spowodują, iż jego rozwój nie będzie tak dynamiczny jak mógłby być. Czynniki te należy podzielić na ogólne, związane z rozwojem branży motoryzacyjnej, zmianą struktury wiekowej użytkowanych w Polsce samochodów i poprawą bezpieczeństwa na drogach, jak i szczegółowe, wynikające z konkretnych przepisów prawa, które mogą kreować ryzyka prawne w zakresie leasingu konsumenckiego.

Jeśli chodzi o czynniki natury ogólnej, wskazać należy, iż w Polsce, w odróżnieniu od innych państw Unii Europejskiej i świata, w ostatnich latach nie wprowadzono żadnych rozwiązań, które sprzyjałyby redukcji wieku pojazdów poruszających się po polskich drogach. Wręcz przeciwnie, w sytuacji gdy inne państwa europejskie kreowały w 2008 i 2009 r. warunki do zwiększenia zakupów nowych pojazdów, w Polsce doszło do istotnego podniesienia podatku akcyzowego na samochody o pojemności silnika od 2l. Potencjalne zmiany w tym zakresie, tj. stworzenie zachęt do zakupów nowych pojazdów, miałyby na celu nie tylko pomoc branży motoryzacyjnej, ale przede wszystkim podniesienie bezpieczeństwa użytkowników dróg poprzez zmniejszenie wieku (a tym samym i poziomu awaryjności) pojazdów użytkowanych w Polsce. Zmiany tego rodzaju nie powinny dotyczyć wyłącznie leasingu konsumenckiego (z tej perspektywy nie są to zmiany w zakresie przepisów odnoszących się bezpośrednio do tej formy leasingu), ale wszelkich form nabywania bądź użytkowania nowych pojazdów.

Z kolei analizując szczegółowe czynniki mogące ograniczać rozwój leasingu konsumenckiego, za budzące najwięcej wątpliwości uznać należy przepisy nowej ustawy z 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, która wejdzie w życie 18 grudnia 2011 r., w szczególności biorąc pod uwagę wskazane w raporcie obszary dotyczące bezpośrednio umów leasingu, w których ustawa ta odbiega od rozwiązań przyjętych w przepisach prawa wspólnotowego. Przedmiotowa ustawa winna natomiast realizować cele Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/48/WE z 23 kwietnia 2008 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylającej dyrektywę Rady 87/102/EWG [Dz.U.UE L z dnia 22 maja 2008 r., dalej: **Dyrektywa**].

1. Wsparcie zakupów i używania nowych samochodów osobowych

Jak już wskazano, polskie przepisy nie przewidują, ani nie przewidywały w latach ubiegłych żadnych ułatwień, udogodnień czy zachęt dla konsumentów do zakupu nowych samochodów osobowych. Tymczasem, jak wynika z danych opracowywanych przez Instytut Samar średni wiek samochodu osobowego w Polsce w 2007 r. przekroczył poziom 14 lat.

Według danych przygotowanych przez Instytut Samar, w 2009 r. średni wiek tych samochodów zredukował się do 12,3 lat. Z kolei, zgodnie z danymi opracowanymi przez PZPM, w 2008 r. 68,19 % wszystkich samochodów osobowych w Polsce miało 11 lat lub więcej. O ile więc w innych państwach UE samochody w wieku do 10 lat stanowią ok. 70% użytkowanych pojazdów, w Polsce jest to niewiele ponad 30%.

Tak zaawansowany wiek samochodów osobowych użytkowanych na polskich drogach nie sprzyja przede wszystkim bezpieczeństwu ruchu. Oczywiście na bezpieczeństwo to składa się szereg innych czynników, w tym stan dróg oraz świadomość i umiejętności samych kierowców. Niemniej jednak, wiek pojazdów i ich awaryjność związana bezpośrednio z tym wiekiem są jednym z istotnych elementów kształtujących bezpieczeństwo ruchu drogowego.

O ile w Polsce brak jest jakichkolwiek zachęt do zredukowania wieku wykorzystywanych pojazdów, o tyle już w 2008 i 2009 inne kraje UE podjęły zdecydowane działania w tym zakresie. Programy dopłat do zakupu nowych pojazdów prowadzone były m.in. w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Włoszech, Hiszpanii, Portugalii, Rumunii, Serbii, Holandii, Japonii, Kanadzie, na Cyprze, Stanach Zjednoczonych, Austrii i na Słowacji. W szczególności wskazać tu należy na doświadczenia niemieckie, na których skorzystali również polscy dystrybutorzy samochodów.

W okresie od stycznia 2009 r., w związku z zakupem samochodu nowego (tj. nie starszego niż 1 rok) połączonego ze złomowaniem samochodu w wieku minimum 9 lat, konsument uzyskiwał dopłatę w wysokości 2,5 tys. EUR. Wysokość tej dopłaty była stała i niezależna od np. ceny auta czy też poziomu jego emisji CO₂. Warunkiem uzyskania dopłaty było ze złomowanie samochodu w wieku co najmniej 9 lat, przy czym w celu uniknięcia nadużyć wprowadzono zasadę, że osoba uzyskująca dopłatę winna być właścicielem złomowanego pojazdu co najmniej przez rok czasu. Początkowe plany zakładały przeznaczenie na dopłaty do nowych pojazdów kwoty ok. 1,5 mld EUR, ze względu na popularność programu kwota ta uległa jednak podwyższeniu do 5 mld EUR. W ciągu ośmiu miesięcy trwania programu, skorzystało z niego niemal 2 mln osób, co oznacza de facto zakup ok. 2 mln nowych pojazdów, przy jednoczesnym wzroście rejestracji nowych pojazdów w okresie od stycznia do sierpnia 2009 r. o niemal 27% w stosunku do tego samego okresu w roku ubiegłym.

Również inne kraje UE wprowadziły w ubiegłych latach różne formy zachęcania konsumentów do zakupów nowych pojazdów. We Francji dopłata z tego tytułu kształtowała się na poziomie 1 tys. EUR, przy czym w tym przypadku przewidziany został jednak limit emisji CO₂ na poziomie nie wyższym niż 160 g CO₂/km. Warunkiem uzyskania dopłaty było również ze złomowanie samochodu mającego co najmniej dziesięć lat.

Z kolei w Stanach Zjednoczonych zachęta do zakupu nowych aut oparta została o zwolnienia z podatku dochodowego, co byłoby, jak się wydaje najprostszym i najlepiej kontrolowalną formą.

Inne kraje (np. Rumunia) podjęły z kolei próbę ograniczenia napływu starych samochodów osobowych do tych krajów, np. poprzez drastyczne podwyżki podatku ekologicznego od importowanych pojazdów używanych. Próby te wzbudziły ostrą falę krytyki i nie wpłynęły korzystnie na poziom zakupów nowych pojazdów. Co więcej, działanie takie, w stosunku do samochodów osobowych przywożonych z innych państw członkowskich UE byłoby naruszeniem przepisów prawa wspólnotowego [tj. art. 110 Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej, Dz. U. Nr 90 z 2004 r., poz. 864/2 Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej (Dz. U. Nr 90 z 2004 r., poz. 864/2) zakazującego stosowania dyskryminacji podatkowej w stosunku do towarów z innych państw członkowskich UE]. Przekonała się o tym również Polska przegrywając przez Trybunałem Sprawiedliwości UE sprawę akcyzy od samochodów używanych, która rosła w miarę wzrostu wieku pojazdu [wyrok z 18.01.2007 r. w sprawie *Maciej Brzeziński przeciwko Dyrektorowi Izby Celnej w Warszawie (C-313/05)*].

W związku z powyższym, biorąc pod uwagę możliwości rozwoju nie tylko leasingu konsumenckiego, ale szerzej, rozwój rynku motoryzacyjnego oraz poprawę bezpieczeństwa na drogach w Polsce, należałoby rozważyć wprowadzenie ulg podatkowych dla osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej z tytułu zakupu bądź użytkowania (np. na podstawie umów leasingu) nowych samochodów, pod warunkiem zezłomowania dotychczas posiadanych starych pojazdów (np. co najmniej 9 – 10 letnich). Ulga taka mogłaby zostać przewidziana na gruncie updog (tj. ustawy o podatku dochodowym od osób fizycznych) i polegać na obniżeniu zobowiązania podatkowego z tytułu podatku dochodowego za rok, w którym nastąpiło nabycie lub rozpoczęcie używania nowego samochodu osobowego. Trudno w tym momencie wypowiedzieć się na temat sugerowanego poziomu tej ulgi, ale powinien on być na tyle istotny by stanowił faktyczną zachętę do nabycia nowego pojazdu. Z drugiej strony możliwe byłoby, tak jak uczyniono to we Francji, uzależnić możliwość skorzystania z tej ulgi od limitu emisji CO₂ nabywanego bądź użytkowanego pojazdu. Podstawowym warunkiem powinno być jednak ze złomowanie dotychczas posiadanego, starego samochodu osobowego. Jednocześnie, by zapobiec nadużyciom systemu należałoby:

- precyzyjnie określić warunki skorzystania z ulgi, tj. pomniejszenia zobowiązania z tytułu podatku dochodowego od osób fizycznych,
- określić zakres umów leasingu, które uprawniałyby do skorzystania z ulgi,
- w odniesieniu do umów leasingu przewidzieć mechanizm częściowego bądź całkowitego zwrotu ulgi w przypadku odstąpienia umowy w określonym, wcześniejszym terminie, a w odniesieniu do nabycia – minimalny okres posiadania własności pojazdu (tak by jeden samochód nie stał się podstawą do skorzystania z ulgi przez szereg kolejnych nabywców),
- określić mechanizmy kontrolne, tj. zakres dokumentów, który winien być przedstawiany przez konsumenta organom podatkowym w celu potwierdzenia uprawnienia do skorzystania z ulgi.

Co do zasady, wprowadzenie ulgi w postaci obniżenia zobowiązania podatkowego oznaczałoby, iż kontrolę w zakresie uprawnień konsumentów do skorzystania z ulgi

kontrolowałyby organy podatkowe. Byłoby to o tyle korzystne, że nie wymagałoby kreowania dodatkowej administracji związanej wyłącznie z kontrolą uprawnień do uzyskania ulg np. w formie dopłat.

2. Przepisy ustawy o kredycie konsumenckim

2.1. Nieprecyzyjny zakres wyłączeń

Na gruncie obecnie obowiązującej ustawy z 20.07.2001 r. o kredycie konsumenckim, z jej zakresu wyłączono umowy dotyczące odpłatnego korzystania z rzeczy lub praw, jeżeli umowa **nie przewiduje przejścia własności rzeczy lub praw na konsumenta**. Ponadto, zgodnie z wyjaśnieniami UOKiK przepis ten należy interpretować w ten sposób, że przepisy tej ustawy mają zastosowanie wyłącznie do umów leasingu, na podstawie których własność rzeczy zostanie przeniesiona automatycznie na korzystającego, a więc, jak się wydaje, umowy, które przewidują przejście prawa własności z chwilą zapłaty ostatniej raty, bez podejmowania dodatkowych czynności w tym zakresie. Umowami leasingu, które obecnie byłyby kwalifikowane jako umowy o kredyt konsumencki byłyby umowy (1).

Jednakże, na podstawie nowej ustawy o kredycie konsumenckim, która zacznie obowiązywać od 18.12.2011 r., kwalifikacja umowy leasingu jako podlegającej bądź niepodlegającej regulacjom tej ustawy nie jest jednoznaczna, szczególnie jeśli porównać przepisy tej ustawy z przepisami Dyrektywy. Otóż, zakresem regulacji nowej ustawy objęto m.in. następujące umowy o odroczeniu konsumentowi terminu spełnienia świadczenia pieniężnego, jeżeli konsument jest zobowiązany do poniesienia jakichkolwiek kosztów związanych z odroczeniem spełnienia świadczenia oraz umowy o kredyt, w której kredytodawca zaciąga zobowiązanie wobec osoby trzeciej, a konsument zobowiązuje się do zwrotu kredytodawcy spełnionego świadczenia.

W art. 4 nowej ustawy przewidziano z kolei szereg wyłączeń. W szczególności, przepis art. 4 ust. 1 pkt 2) tej ustawy przewiduje, iż ustawa nie ma zastosowania m.in. **do umów leasingu, jeżeli umowa nie przewiduje obowiązku przeniesienia własności przedmiotu umowy na konsumenta**. Ponadto, w art. 4 ust. 4 ustawy zawarte zostało zastrzeżenie, zgodnie z którym **ustawa ta ma jednak zastosowanie do umów leasingu i najmu jeżeli umowa odrębna od tych umów, przewiduje przeniesienie własności przedmiotu tych umów, uzależniając je od żądania kredytodawcy**.

Literalne brzmienie przepisu art. 4 ust. 1 pkt 2) ustawy wskazuje, iż umowa leasingu przewidująca obowiązek przeniesienia własności przedmiotu leasingu na konsumenta, w tym również na żądanie konsumenta, będzie kwalifikowana jako umowa o kredyt konsumencki. W świetle takiego brzmienia, jako umowy o kredyt konsumencki kwalifikowane byłyby zarówno (i) umowy leasingu, które przewidują automatyczne przejście własności przedmiotu umowy na konsumenta, (ii) umowy, które przewidują obowiązek nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta po zakończeniu okresu trwania leasingu, (iii) jak i te umowy, które przewidują jedynie możliwość, że konsument nabędzie przedmiot umowy (gdyż w takim przypadku na żądanie konsumenta finansujący ma obowiązek sprzedać mu przedmiot umowy). Ustawie o kredycie konsumenckim podlegałyby tym samym umowy (1), (2) i (3).

Tymczasem zupełnie inaczej reguluje te kwestię Dyrektywa. Wydaje się, iż powyższe przepisy polskiej ustawy realizują łącznie przepis art. 2 ust. 2 lit. d) Dyrektywy, zgodnie z którym Dyrektywy **nie stosuje się do umów najmu lub leasingu, jeżeli ani sama umowa, ani jakakolwiek umowa odrębna nie przewidują obowiązku nabycia przedmiotu umowy**. Domniemywa się przy tym, że taki obowiązek istnieje, jeżeli kredytodawca decyduje o tym jednostronnie. Dyrektywa stanowi więc jednoznacznie, iż umowami o kredyt konsumencki będą wyłącznie te umowy, które **zobowiązują konsumenta do zakupu przedmiotu umowy**, a nie umowy, które kreują obowiązek sprzedaży po stronie finansującego. Konsekwentnie, w świetle Dyrektywy, dana umowa leasingu bądź najmu **nie będzie** kwalifikowana jako umowa o kredyt konsumencki pod warunkiem, że ani ta umowa, ani jakakolwiek odrębna umowa, nie przewidują **obowiązku nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta na żądanie wyrażone jednostronnie przez kredytodawcę (finansującego)**. Tym samym, na gruncie Dyrektywy, jako umowy o kredyt konsumencki kwalifikowane będą niewątpliwie te umowy leasingu, które przewidują (w samej umowie bądź odrębnej) **obowiązek nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta**. Tylko bowiem w takim przypadku, nabycie przedmiotu umowy uzależnione jest od żądania kredytodawcy (tj. finansującego) i na to żądanie musi być przez konsumenta zrealizowane. Dyrektywa wskazuje więc jednoznacznie, iż w każdym innym przypadku, tj. gdy to po stronie konsumenta leżeć będzie decyzja o nabyciu przedmiotu umowy, zaś kredytodawca będzie zobowiązany przenieść własność tego przedmiotu na żądanie konsumenta, umowa taka nie powinna być kwalifikowana jako umowa o kredyt konsumencki.

Jak wskazaliśmy w raporcie, w praktyce postanowienia umów leasingu w zakresie przejścia prawa własności na konsumenta mogą się dość istotnie różnić między sobą. W szczególności mogą funkcjonować umowy leasingu, które przewidują, iż prawo własności zostanie przeniesione na korzystającego z chwilą zapłaty ostatniej raty (a więc automatycznie) oraz umowy leasingu, które przewidują, iż po zakończeniu okresu trwania tych umów, za odrębnym wynagrodzeniem korzystający nabędzie prawo własności przedmiotu umowy [w tym przypadku mówimy więc o umowach (1) i (2) zdefiniowanych na początku raportu]. W tych przypadkach finansujący ma możliwość żądania od korzystającego nabycia przedmiotu umowy po jej zakończeniu. W świetle Dyrektywy, łącznie te umowy byłyby kwalifikowane jako umowy o kredyt konsumencki.

W praktyce funkcjonować będą również umowy leasingu, które przewidywać będą, iż po zakończeniu okresu trwania tych umów **korzystający może nabyć przedmiot umowy po określonej cenie** (tzw. opcja zakupu), przy czym cena ta może kształtować się poniżej wartości rynkowej przedmiotu umowy [umowy (3)]. W tym przypadku, zgłoszenie chęci nabycia przedmiotu umowy przez korzystającego po zakończeniu umowy leasingu oznacza istnienie po stronie finansującego obowiązku sprzedaży przedmiotu umowy. Tym samym, przeniesienie własności przedmiotu umowy jest uzależnione wyłącznie od żądania wyrażanego w tym przypadku przez korzystającego (nie zaś finansującego).

Wreszcie, funkcjonować będą również umowy, które określić można jako umowy najmu, które w ogóle nie przewidywać będą możliwości zakupu przedmiotu umowy przez konsumenta [umowy (4)].

Na gruncie przepisów Dyrektywy nie ulega wątpliwości, iż tylko umowy (1) i (2) kwalifikowane będą jako umowy kredytu konsumenckiego. Natomiast przepisy nowej ustawy o kredycie konsumenckim, poprzez nieprecyzyjne wdrożenie przepisów Dyrektywy, kreują wątpliwość odnośnie kwalifikacji umów (3), a więc umów, które zobowiązują finansującego do sprzedaży przedmiotu umowy, ale nie tworzą takiego zobowiązania po stronie konsumenta. W tym przypadku bowiem umowa przewidywać będzie obowiązek dokonania sprzedaży przedmiotu umowy na żądanie korzystającego, podczas gdy art. 4 ust. 1 pkt 2) ustawy wyłączając określone umowy z zakresu jej działania przewiduje, iż ustawa nie ma zastosowania m.in. do umów leasingu, **jeżeli umowa nie przewiduje obowiązku przeniesienia własności przedmiotu umowy na konsumenta**. Zabrakło, jak się wydaje, zastrzeżenia takiego jak zawarte jest w Dyrektywie, która wyraźnie wskazuje, iż **chodzi w tym przypadku od obowiązek nabycia leasingowanej rzeczy przez konsumenta na jednostronne żądanie finansującego**.

2.2. Nieprecyzyjny zapis dotyczący umów odrębnych

Należy oczywiście zaakceptować, iż pewien zakres umów leasingu będzie kwalifikowany jako umowy o kredyt konsumencki. Niemniej jednak, praktyka funkcjonowania umów leasingu, jak i praktyka rynkowa, powodują również pewne wątpliwości co do zakresu umów odrębnych, o których mowa w art. 4 ust. 4 ustawy o kredycie konsumenckim. Przewiduje on, iż ustawa ta będzie mieć jednak zastosowanie do umów leasingu i najmu **jeżeli umowa odrębna od tych umów, przewiduje przeniesienie własności przedmiotu tych umów, uzależniając je od żądania kredytodawcy**.

W praktyce bowiem, uwzględniając fakt, iż korzystający nie są zobowiązani by nabyć przedmiot umowy leasingu, finansujący zawierają **umowy z dostawcami określonych towarów**, na podstawie których dostawcy ci zobowiązują się do zwrotnego nabycia tych towarów. Co do zasady, jako że umowy te (tzw. umowy o odkup) zawierane są z dostawcą towarów, nie zaś z korzystającym (konsumentem), są one odrębne od umów leasingu zawieranych z korzystającym. Ponadto, na podstawie przedmiotowych umów, dostawca zobowiązuje się odkupić przedmiot umowy leasingu w przypadku, gdy korzystający nie skorzysta z możliwości zakupu tego przedmiotu. Tym samym, finansujący jest uprawniony, ale wyłącznie w stosunku do dostawcy (nie zaś korzystającego), by żądać zawarcia umowy sprzedaży rzeczy.

Z tej perspektywy, mogą pojawić się wątpliwości, czy taka odrębna umowa, która przewiduje obowiązek odkupu danej rzeczy, może być uznana za umowę, o której mowa w art. 4 ust. 4 ustawy o kredycie konsumenckim. W naszej ocenie, oczywistym jest, iż ustawodawcy wspólnotowemu, jak i polskiemu chodziło o to by, za pomocą umów odrębnych od samej umowy leasingu czy najmu, **nie kreować faktycznego zobowiązania konsumenta do nabycia danej rzeczy**. Z kolei umowa o odkup rzeczy zawierana jest z zupełnie innym podmiotem niż korzystający, co oznacza, iż korzystający (konsument) nadal ma jedynie możliwość nabycia przedmiotu umowy leasingu, nie zaś obowiązek takiego nabycia. Tym samym, umowa o odkup rzeczy przez dostawcę nie kreuje żadnych obowiązków po stronie konsumenta, a jedynie po stronie podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży określonych dóbr.

Powyższe umowy o odkup powszechnie występują w przypadku np. leasingu pojazdów. Na ich podstawie pierwotny dostawca pojazdów (bądź inny podmiot prowadzący działalność

gospodarczą w zakresie sprzedaży pojazdów) zobowiązuje się nabyć dany pojazd od finansującego właśnie dlatego, że korzystający nie ma takiego obowiązku. Z tej perspektywy, skoro umowy o odkup są zawierane z innym podmiotem niż korzystający, a ponadto są zawierane właśnie dlatego, że istnieje prawdopodobieństwo, iż korzystający nie nabędzie przedmiotu umowy leasingu po jej zakończeniu, należy uznać, iż nie są to umowy, o których mowa w art. 4 ust. 4 ustawy o kredycie konsumenckim, a tym samym nie skutkują uznaniem umowy leasingu (w związku z którą zawarto taką umowę o odkup z dostawcą towaru) za umowę kredytu konsumenckiego. Niemniej jednak, stanowisko takie, mimo iż jest ze wszech miar logiczne, nie znajduje bezpośredniego odzwierciedlenia w treści przepisu art. 4 ust. 4 ustawy o kredycie konsumenckim – przepis ten odnosi się bowiem ogólnie do umów odrębnych od umów leasingu nie wskazując, iż chodzi wyłącznie o umowy odrębne zawarte z konsumentem.

Podsumowując, przepisy ustawy o kredycie konsumenckim kreują szereg obowiązków po stronie kredytodawcy (finansującego), w tym obowiązków o charakterze informacyjnym. Z tej perspektywy niezwykle istotnym jest precyzyjne określenie zakresu umów, które winny być kwalifikowane jako umowy o kredyt konsumencki, a jakie umowy podlegają wyłączeniu z tego zakresu. W nowej ustawie, właśnie poprzez nieprecyzyjne odzwierciedlenie Dyrektyw, wyłączenia z zakresu jej obowiązywania budzą szereg wątpliwości. Już w chwili obecnej stwierdzić można, iż to właśnie te wątpliwości staną się podstawową przeszkodą w szerokim oferowaniu produktu jakim jest leasing konsumencki. W związku z powyższym, wydaje się, iż najistotniejszą kwestią, która powinna być doprecyzowana by podnieść bezpieczeństwo prawne tego produktu jest modyfikacja przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, która wejdzie w życie 18 grudnia 2011 r. w sposób zgodny z Dyrektywą, tj.: uchylenie art. 4 ust. 4 ustawy o kredycie konsumenckim przy jednoczesnym zmodyfikowaniu art. 4 ust. 1 pkt 2) tej ustawy tak by wynikało z niego, iż ustawa nie ma zastosowania **do umów najmu lub leasingu, jeżeli ani sama umowa, ani jakkolwiek umowa odrębna nie przewidują obowiązku nabycia przedmiotu umowy przez konsumenta**, na jednostronnie wyrażone żądanie kredytodawcy. W takim przypadku zakres umów leasingu bądź najmu kwalifikowanych jako umowy o kredyt konsumencki będzie zbieżny z zakresem stworzonym przez Dyrektywę.

2.3. Restrukturyzacja umów leasingu

W świetle art. 3 ust. 2 pkt 3) ustawy o kredycie konsumenckim, umową o kredyt konsumencki będzie w szczególności umowa o odroczeniu konsumentowi terminu spełnienia świadczenia pieniężnego, jeżeli konsument jest zobowiązany do poniesienia jakichkolwiek kosztów związanych z odroczeniem spełnienia tego świadczenia. Przepis ten budzi wątpliwości co do zakresu objętych nim umów, w szczególności w relacji do umów leasingu, które będą zawarte z konsumentami, ale **same w sobie nie będą kwalifikowane jako umowy o kredyt konsumencki** (np. ze względu na fakt, iż nie będą przewidywać obowiązku zakupu przedmiotu umowy przez konsumenta bądź kwota udzielonego w ramach takiej umowy finansowania będzie wyższa niż 255 550 zł).

Jeśli umowa leasingu zawarta z konsumentem nie będzie spełniać któregokolwiek ze wskazanych warunków, nie będzie ona, co do zasady, stanowiła umowy o kredyt

konsumencki. Niemniej jednak, w ramach realizacji takiej umowy może wystąpić sytuacja, w której, ze względu na trudności płatnicze po stronie konsumenta, spłata rat leasingu podlegać będzie restrukturyzacji. W efekcie takiej restrukturyzacji, spłata jednej bądź kilku rat leasingowych należnych z tytułu używania rzeczy przez konsumenta, może zostać odroczone, przy czym może temu towarzyszyć pobranie przez finansującego odsetek bądź ryczałtowej opłaty. Rozłożenie na raty zaległych wpłat odbywałoby się **w ramach istniejącej umowy leasingu, bez wpływu na okres jej trwania, przy czym umowa ta, sama w sobie, nie byłaby kwalifikowana jako umowa kredytu konsumenckiego** (ze względu na brak spełnienia jednego z wymaganych łącznie warunków). Restrukturyzacja polegająca na potencjalnym odroczeniu spłaty rat leasingowych nie wynikałaby przy tym z jakiegokolwiek nowej bądź innej umowy, lecz stanowiłaby integralny element umowy leasingu, która w danym przypadku nie będzie kwalifikowana jako umowa o kredyt konsumencki. Na podstawie takiej restrukturyzacji nie dochodziłoby do udzielenia konsumentowi kredytu odrębnego od tego, który udzielony został w ramach samej umowy leasingu (niekwalifikowanej jako umowa o kredyt konsumencki).

Z tej przyczyny, w naszej ocenie uznać należy, iż samo odroczenie spłaty jednej bądź kilku rat leasingowych powiązane z naliczeniem odsetek bądź opłaty ryczałtowej przez finansującego, nie powinno powodować, iż umowa leasingu bądź samo porozumienie restrukturyzacyjne zostaną zakwalifikowane jako umowa o kredyt konsumencki w przypadku, gdy umowa leasingu, w ramach której dochodzi do restrukturyzacji:

- opiewa na kwotę wyższą niż określona w art. 3 ust. 1 ustawy o kredycie konsumenckim bądź
- nie przewiduje zobowiązania korzystającego do zakupu przedmiotu umowy leasingu.

Niemniej jednak, literalne brzmienie art. 3 ust. 2 oraz wyłączeń zawartych w art. 4 nowej ustawy o kredycie konsumenckim pozostawiają w powyższym zakresie pewne wątpliwości. W szczególności, art. 3 ust. 1 pkt 3) ustawy (zgodnie z którym za umowę o kredyt konsumencki uważa się również umowę o odroczeniu konsumentowi terminu spełnienia świadczenia pieniężnego, jeżeli konsument jest zobowiązany do poniesienia jakichkolwiek kosztów związanych z odroczeniem spełnienia świadczenia) nie wskazuje jednoznacznie by z jego zakresu wyłączone zostały takie porozumienia, które zawierane są w ramach umów, które same w sobie nie podlegają regulacjom ustawy o kredycie konsumenckim.

W związku z powyższym, sugerowana byłaby taka zmiana przepisu art. 3 ustawy o kredycie konsumenckim, np. poprzez dodanie w nim dodatkowego ustępu, która potwierdzałaby, iż art. 3 ust. 2 pkt 3) tej ustawy nie ma zastosowania w odniesieniu do rozłożenia na raty spłaty poszczególnych zobowiązań wynikających z innej umowy, która nie podlega regulacjom niniejszej ustawy. Jest to o tyle istotne, że dotyczy nie tylko umów leasingu zawieranych z konsumentami, ale wszelkich umów kredytowych, które nie spełniałyby warunków by uznać je za umowy o kredyt konsumencki.

2.4. Umowa o kredyt wiązany i jej skutki

Zgodnie z przepisami Dyrektywy i w razie stosownej modyfikacji przepisów nowej ustawy o kredycie konsumenckim (zgodnie z punktem 1 powyżej), jako umowy o kredyt konsumencki kwalifikowane byłyby wyłącznie te umowy leasingu, które przewidują zobowiązanie po stronie korzystającego do nabycia przedmiotu umowy. W przypadku tych umów finansujący jest bowiem uprawniony by żądać od korzystającego nabycia przedmiotu umowy (a więc istnieje obowiązek jego nabycia po stronie konsumenta).

W związku z powyższym pojawiają się również liczne wątpliwości dotyczące innych przepisów ustawy o kredycie konsumenckim, w szczególności jeśli porównać je z przepisami dotyczącymi bezpośrednio leasingu zawartymi np. w KC. Przede wszystkim chodzi tu o art. 59 nowej ustawy o kredycie konsumenckim, zgodnie z którym **w przypadku, gdy sprzedawca nie wykonał lub nienależycie wykonał zobowiązanie wobec konsumenta a żądanie przez konsumenta wykonania tego zobowiązania nie było skuteczne, konsumentowi przysługuje prawo dochodzenia swoich roszczeń o wykonanie tego zobowiązania od kredytodawcy.**

Powyższy przepis oznacza, iż w razie gdy dostawca towaru nie wykonuje należycie swoich zobowiązań w zakresie np. usunięcia wad dostarczonej rzeczy, konsument może żądać naprawy (usunięcia wad) rzeczy przez podmiot, który udzielił kredytu na zakup tej rzeczy. Przepis ten stanowi implementację do polskiego systemu art. 15 ust. 2 Dyrektywy, przy czym z przepisów wspólnotowych wynika wprost, iż powyższe uprawnienia przysługują konsumentowi jedynie w przypadku umowy o kredyt wiązany. Przepis art. 59 nowej ustawy co prawda nie wskazuje wprost, iż ma zastosowanie wyłącznie w przypadku umowy o kredyt wiązany, niemniej jednak, biorąc pod uwagę, iż wyłącznie w przypadku umów o kredyt wiązany (zdefiniowanych w art. 5 pkt 14 tej ustawy) kredytodawca ma pełną informację o towarze, na zakup którego udziela kredytu, należy uznać, iż wyłącznie w tym przypadku może się on stać, obok sprzedającego, podmiotem odpowiedzialnym za wady rzeczy.

Istotne wątpliwości budzi relacja przepisu art. 59 ustawy o kredycie konsumenckim oraz przepisów regulujących specyficznie umowy leasingu. Zgodnie z definicją z KC, umowa leasingu polega na tym, że finansujący zobowiązuje się nabyć rzecz od oznaczonego zbywcy i oddać tę rzecz korzystającemu do używania albo używania i pobierania pożytków przez czas oznaczony, a korzystający zobowiązuje się zapłacić finansującemu w uzgodnionych ratach wynagrodzenie pieniężne, równe co najmniej cenie lub wynagrodzeniu z tytułu nabycia rzeczy przez finansującego (art. 709¹ KC). Biorąc pod uwagę, iż rolą finansującego jest udzielenie finansowania i umożliwienie używania rzeczy przez korzystającego, przepis art. 709⁸ kodeksu cywilnego przewiduje wprost, **że finansujący nie odpowiada wobec korzystającego za wady rzeczy, a z chwili zawarcia przez finansującego umowy ze zbywcą z mocy ustawy przechodzą na korzystającego uprawnienia z tytułu wad rzeczy przysługujące finansującemu względem zbywcy** (z wyjątkiem prawa do odstąpienia od umowy). Co więcej, z przepisu tego wynika, że korzystający nie musi nawet informować finansującego o dochodzeniu tych roszczeń (tak długo jak nie żąda odstąpienia przez finansującego od umowy ze zbywcą).

Wskazany przepis art. 709⁸ KC kreuje więc sytuację, w której finansujący z chwilą zawarcia umowy leasingu **zostaje zupełnie pozbawiony wszelkich praw (i obowiązków) związanych z wadami rzeczy, w tym praw i obowiązków wynikających z rękojmi.** Finansujący nie ma również wpływu na sposób i zakres dochodzonych przez korzystającego roszczeń, gdyż nie musi nawet być o nich informowany. Wskazany przepis KC wyłącza odpowiedzialność finansującego wobec korzystającego za wszelkie wady rzeczy, ograniczając tę odpowiedzialność wyłącznie do wad, które powstały na skutek okoliczności, za które sam finansujący ponosi odpowiedzialność. Przepis odnosi się więc szeroko do wszelkich roszczeń korzystającego wynikających z wad rzeczy, a więc roszczeń wynikających z rękojmi i gwarancji. Dalszego potwierdzenia w tym zakresie dostarcza art. 709⁴ § 3 KC, zgodnie z którym **finansujący powinien wydać korzystającemu odpis dokumentu gwarancji otrzymanego od dostawcy lub producenta.** Natomiast w przypadku, gdy dokument gwarancyjny jest wystawiony na okaziciela, **wraz z jego wydaniem uprawnienia z gwarancji przechodzą na korzystającego.** W efekcie, na podstawie przepisów kodeksu cywilnego dotyczących bezpośrednio leasingu, wszelkie prawa i obowiązki wynikające z rękojmi i gwarancji przysługują nie finansującemu, lecz bezpośrednio korzystającemu względem zbywcy rzeczy. Kodeks cywilny w sposób jednoznaczny wyłącza w tym zakresie odpowiedzialność finansującego wobec korzystającego.

W związku z powyższym, w celu zapewnienia zgodności przepisu art. 59 ustawy o kredycie konsumenckim z przepisami KC regulującymi w sposób szczegółowy prawa i obowiązki finansującego i korzystającego (w tym konsumenta), należałoby dokonać takiej jego modyfikacji, która potwierdzałaby, iż ma on zastosowanie o ile odrębne, szczególne przepisy prawa nie stanowią inaczej.

Podsumowując, w naszej ocenie, najistotniejsze wątpliwości, które mogą ograniczać możliwości rozwoju leasingu konsumenckiego leżą w nieprecyzyjnych zapisach ustawy o kredycie konsumenckim. Z tego względu, zasadne jest takie zmodyfikowanie jej przepisów by potwierdzić, iż:

- umowami o kredyt konsumencki w świetle tej ustawy będą te umowy leasingu, które uzależniają przeniesienie własności przedmiotu umowy od żądania zgłoszonego wyłącznie przez finansującego,
- umowa o odkup przedmiotu umowy leasingu zawarta pomiędzy finansującym a dostawcą towarów, nie kreująca żadnych obowiązków po stronie konsumenta, nie jest umową, o której mowa w art. 4 ust. 4 tej ustawy,
- odroczenie spłaty części rat leasingowych połączone z naliczeniem odsetek bądź opłaty ryczałtowej, dokonywane w ramach umowy leasingu, która nie kwalifikuje się jako umowa o kredyt konsumencki, nie spowoduje, iż umowa taka bądź samo porozumienie restrukturyzacyjne zostaną objęte przepisami tej ustawy,
- art. 59 ustawy należy stosować o ile inne, szczególne przepisy prawa (w tym KC) nie stanowią inaczej.

Załącznik 1. Model wykorzystany do szacowania popytu na kredyt w gospodarce polskiej.

W przypadku gospodarstw domowych dochód bieżący może zostać przeznaczony na konsumpcję bieżącą lub oszczędności, które są związane z odłożeniem konsumpcji na przyszłość. Możliwa jest również trzecia forma dysponowania bieżącym majątkiem – zakup dóbr trwałych. Założono, że użyteczność, jaką czerpie gospodarstwo domowe z konsumpcji koszyka dóbr (konsumpcyjnych i trwałych), można przedstawić w ogólnym przypadku równaniem:

$$(1) \quad U(c_t, k_t) = \frac{(\alpha c_t^{1-\varepsilon} + (1-\alpha)k_t^{1-\varepsilon})^{\frac{1-\gamma}{\varepsilon}}}{1-\gamma}, \text{ gdzie}$$

k_t oznacza zasób dóbr trwałych w gospodarstwie domowym, $1/\varepsilon$ jest elastycznością substytucji między dobrem konsumpcyjnym i dobrem trwałym, γ jest parametrem awersji do ryzyka, a $1/\gamma$ jest międzyokresową elastycznością substytucji. Funkcja użyteczności przedstawiona za pomocą równania (1) jest funkcją o stałej relatywnej awersji do ryzyka (CRRA). Do analizy zamiast dobra konsumpcyjnego, z którego gospodarstwo domowe czerpie użyteczność, wykorzystywano dobro zintegrowane. Dobro zintegrowane to pojęcie łączące dobro konsumpcyjne i dobro trwałe. Konstrukcja ten można stworzyć na bazie funkcji klasy stałej elastyczności substytucji (CES) i przedstawić równaniem:

$$(2) \quad Z_t = (\alpha c_t^{1-\varepsilon} + (1-\alpha)k_t^{1-\varepsilon})^{\frac{1}{1-\varepsilon}} \quad (\text{por. Fauvel i Samson, 1991}).$$

W wyniku estymacji parametrów funkcji użyteczności postaci (1) przeprowadzonej przez Fauvel i Samson na danych kanadyjskich otrzymano wartość parametru ε zbliżoną do 1, co implikuje, że konsumpcja dobra zintegrowanego może być zapisana za pomocą funkcji Cobba-Douglasa postaci:

$$(3) \quad Z_t = \lim_{\varepsilon \rightarrow 1} (\alpha c_t^{1-\varepsilon} + (1-\alpha)k_t^{1-\varepsilon})^{\frac{1}{1-\varepsilon}} = c_t^\alpha k_t^{1-\alpha}.$$

Optymalny wybór gospodarstwa domowego podejmowany jest w oparciu o zestaw warunków równowagi uwzględniających obecność dóbr trwałych (por. Fauvel i Samson, 1991; Mankiw, 1985). Dodatkowo przyjęto założenie, że dobro trwałe jest również dobrem złożonym, w którym $1/4$ użyteczności przypisujemy samochodom, a zatem $k_t = \alpha^{0.25} a^{0.75}$, gdzie a reprezentuje udział w koszyku dóbr samochodów, a d – pozostałych dóbr trwałych.

$$(4) \quad \frac{u_{c_t}(c_{t+1}, k_{t+1})}{u_{c_{t+1}}(c_t, k_t)} = \beta(1+r), \text{ gdzie}$$

u_{c_t} to krańcowa użyteczność dobra nietrwałego, β oznacza współczynnik dyskontowania użyteczności w czasie, a r jest wielkością stopy procentowej. Warunek (4) oznacza, że gospodarstwo domowe, maksymalizując swoją użyteczność, porównuje zdyskontowane

użyteczności z dobra konsumpcyjnego w obu okresach. Jednostka dochodu wydana na konsumpcję w bieżącym okresie powinna przynosić dokładnie tyle samo użyteczności, co $\beta(1+r)$ jednostek dochodu wydane na konsumpcję w okresie przyszłym.

Drugi warunek dotyczy wymienności konsumpcji między dobrem trwałym i nietrwałym. Przedstawia się on następująco:

$$(5) \quad u_{k_t}(c_t, k_t) = u_{c_t}(c_t, k_t) - \beta(1 - \delta)u_{c_{t+1}}(c_{t+1}, k_{t+1}), \text{ gdzie}$$

u_{k_t} oznacza krańcową użyteczność czerpaną z dobra trwałego w okresie t , zaś δ pokazuje wartość współczynnika amortyzacji dobra trwałego.

Warunek (5) pokazuje, że krańcowa użyteczność, którą czerpie gospodarstwo domowe kupując jednostkę dobra trwałego, powinna być równa użyteczności, którą czerpie ono z konsumpcji dobra nietrwałego pomniejszonej o użyteczność, którą mogłoby uzyskać odsprzedając $1 - \delta$ jednostek dobra trwałego (tyle może uzyskać ze sprzedaży jednostki dobra trwałego zakupionej w okresie t) w następnym okresie i przeznaczając je na zakup dobra konsumpcyjnego.

Po uwzględnieniu ścieżki przeciętnych dochodów gospodarstwa domowego w cyklu życia, oszacowanej na podstawie danych z Badania Budżetów Gospodarstw Domowych, warunki (4) i (5) pozwalają określić:

- wielkość popytu na kredyt generowanego przez gospodarstwo domowe w cyklu życia,
- siłę wpływu występowania dóbr trwałych w funkcji użyteczności na wielkość popytu na kredyt.

Umożliwia to przedstawienie wniosków płynących z modelu cyklu życia dla popytu na kredyt gospodarstwa domowego o ścieżce przeciętnych dochodów w cyklu życia.

W przypadku analizy dla gospodarstwa domowego o przeciętnej ścieżce dochodów w cyklu życia w Polsce przyjęto współczynnik relatywnej awersji do ryzyka na poziomie 1, współczynnik preferencji czasowych na poziomie 0,97 i stopę procentową równą 4,4% dla depozytów i kredytu hipotecznego, zaś dla kredytu gotówkowego oszacowanie kształtu krzywej popytu wymagało wykorzystania różnych wartości oprocentowania. Dodatkowo ustalono za Mankiwem (1985), że udział użyteczności czerpanej z konsumpcji dóbr nietrwałych w całkowitej użyteczności wynosi ok. 5/6. Taką też wielkość przyjęto za parametr α w równaniu (1).

Literatura

1. Attanasio O., *The Intertemporal Allocation of Consumption: Theory and Evidence*, NBER Working Paper, No. 4811, 1994.
2. Białowolski, P., Węziak-Białowolska, D., *Zastosowanie analizy klas ukrytych do identyfikacji wykluczenia gospodarstw domowych z rynku kredytowego*, „Roczniki Kolegium Analiz Ekonomicznych”, nr 23/2011, s. 159-174
3. Białowolski, P., Kotowska I.E., *Obecność gospodarstw domowych na rynku finansowym i jej determinanty* [w:] *Rynek pracy i wykluczenie społeczne w kontekście percepcji Polaków*, Kotowska, I.E. (red.), Raport dla Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, Warszawa, listopad 2009
4. Białowolski P., Dudek S., *Sytuacja na rynku consumer finance – informacja sygnałna*, IV kwartał 2009, Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce
5. Białowolski P., *Households' Participation and Exclusion from the Financial Market*, Raport na zlecenie Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Gdańsk, listopad 2009 (s. 40) (wprowadzenie: Włodzimierz Szpringer)
6. Białowolski P., Dudek S., *Development of Polish Credit Market for Households in Light of Convergence Process of Polish Economy*, Gdańsk 2008.
7. Crook J., *The Demand and Supply for Household Debt: A Cross Country Comparison*, 2003, <http://www.iue.it/FinConsEU/ResearchActivities/EconomicsOfConsumerCreditMay2003/Papers/Crook.pdf> (zapisane w dniu 02.06.2008).
8. Fauvel, Y., Samson L., *Intertemporal Substitution and Durable Goods: An Empirical Analysis*, "The Canadian Journal of Economics", 1991
9. Informacja o imporcie samochodów używanych PZPM, 2011, [http://www.pzpm.org.pl/media/File/statystyka/ROZNE/Imp%20Used%20Cars%20PL%202009_2011\(2\).pdf](http://www.pzpm.org.pl/media/File/statystyka/ROZNE/Imp%20Used%20Cars%20PL%202009_2011(2).pdf) (zapisane w dniu 13.07.2011)
10. Mankiw, N.G., *Consumer Durables and the Real Interest Rate*, "The Review of Economics and Statistics", 1985
11. Raport Branży Motoryzacyjnej 2011, Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego, 2011, <http://www.pzpm.org.pl/media/File/Raport-branzy-motoryzacyjnej-2011.pdf> (zapisane w dniu 13.07.2011)