



**Raport z badania ankietowego –
Konsument na rynku usług pożyczkowych**

Warszawa, grudzień 2013

Spis treści

Wstęp

Omówienie wyników badań

Wnioski

Wstęp

W obrocie gospodarczym konsument jest stroną szczególnie narażoną na różnego rodzaju niebezpieczeństwa. Pomimo tego, że zgodnie z zasadą swobody zawierania umów, strony mogą swobodnie kształtować treść łączących je stosunków prawnych, to udział konsumenta w kształtowaniu treści umowy zawieranej z przedsiębiorcą jest co do zasady bardzo ograniczony – zazwyczaj przystępuje on do uprzednio już sporządzonego wzorca umownego (tzw. umowa adhezyjna).

Przewaga przedsiębiorców przejawia się nie tylko w tym, że to oni przygotowują treść umów zawieranych z klientami, ale również w posiadanych zasobach informacji, środków finansowych i osobowych. Ta dysproporcja jest szczególnie widoczna w przypadku podmiotów oferujących usługi finansowe. Banki, firmy pożyczkowe czy spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe korzystają zazwyczaj z pomocy prawników, ekonomistów czy specjalistów od reklamy. Pozbawiony specjalistycznej wiedzy, nieświadomy swoich praw i nierozumiejący zapisów oferowanej mu umowy konsument w starciu z takimi profesjonalistami nie będzie w stanie dobrze zadbać o własne interesy.

Zawarcie niekorzystnej umowy może mieć szczególnie brzemienne skutki, gdy umowa ta dotyczy pożyczki bądź kredytu. Nierozsądnie zaciągnięty dług może drastycznie pogorszyć sytuację ekonomiczną konsumenta, w najgorszych wypadkach doprowadzając nawet do utraty płynności finansowej i nadmiernego zadłużenia.

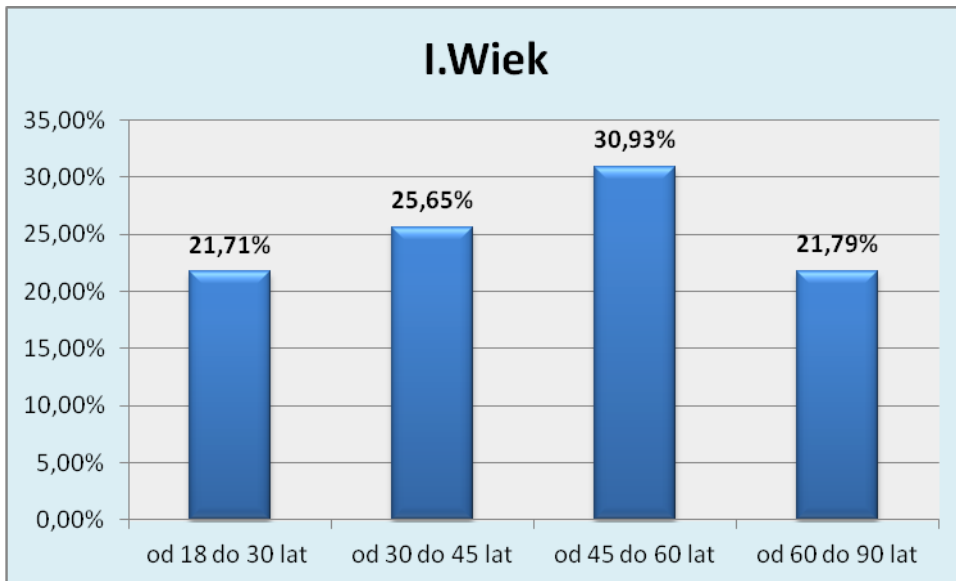
Zmniejszenie dystansu kompetencyjnego dzielącego profesjonalistów i konsumentów musi być oparte na edukacji i uświadamianiu tych ostatnich. Podjęcie jakichkolwiek działań edukacyjnych wymaga z kolei zbadania poziomu wiedzy oraz sytuacji przeciętnego konsumenta. Kierując się tymi założeniami, Federacja Konsumentów postanowiła przeprowadzić badanie ankietowe dotyczące sytuacji konsumenta na rynku pożyczkowym.

Celem ankiety było przede wszystkim zbadanie poziomu wiedzy konsumentów odnośnie pożyczek i kredytów, ich zwyczajów w zakresie zaciągania zobowiązań kredytowych oraz oszczędzania.

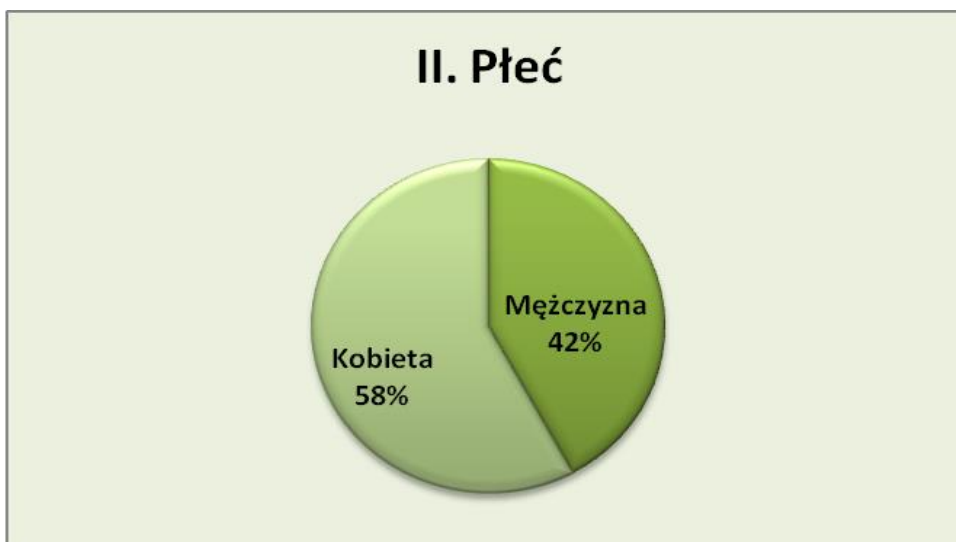
Ankieta składa się z trzech pytań wprowadzających, które miały na celu ustalenie profilu respondenta (wiek, płeć, miejsce zamieszkania) oraz z 16 pytań dotyczących tematyki badania. Badanie zostało przeprowadzone na grupie ponad 1200 respondentów w 40 oddziałach Federacji konsumentów na terenie całej Polski.

Wyniki badań oraz ich omówienie

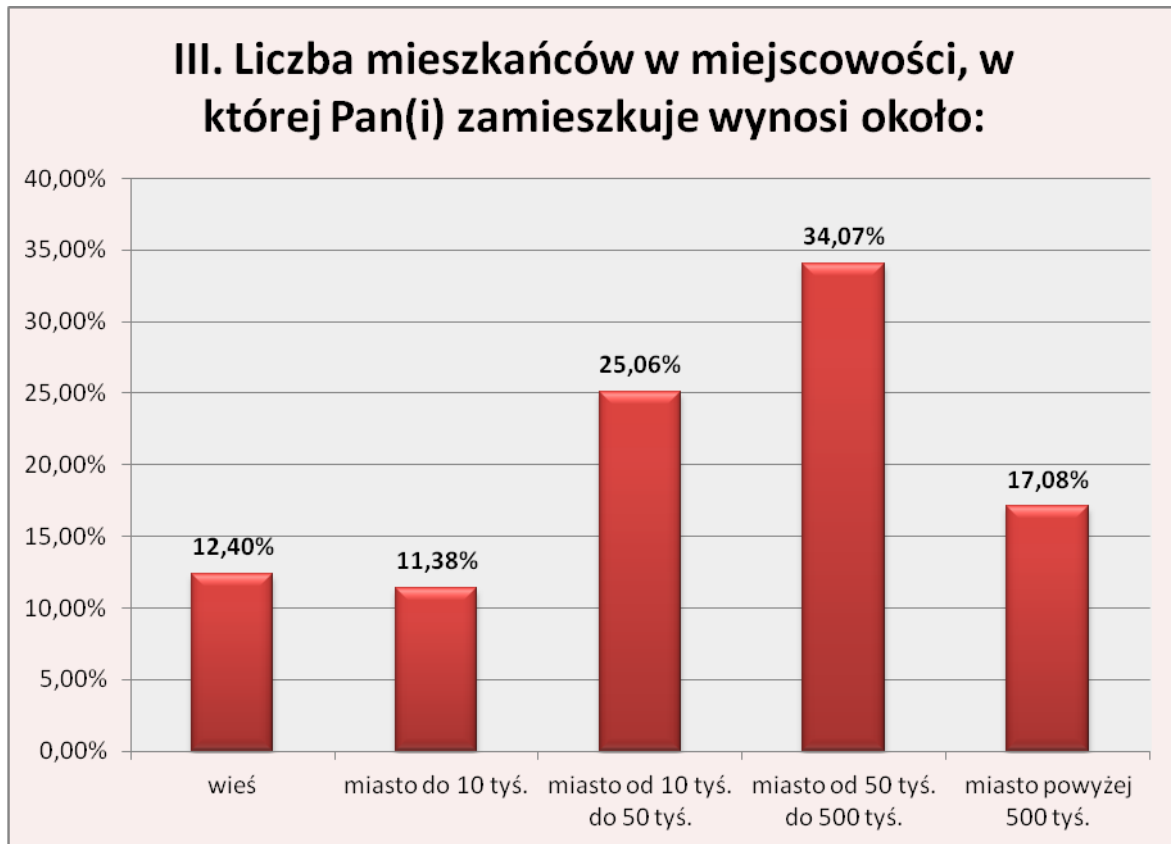
I. Wiek



II. Płeć

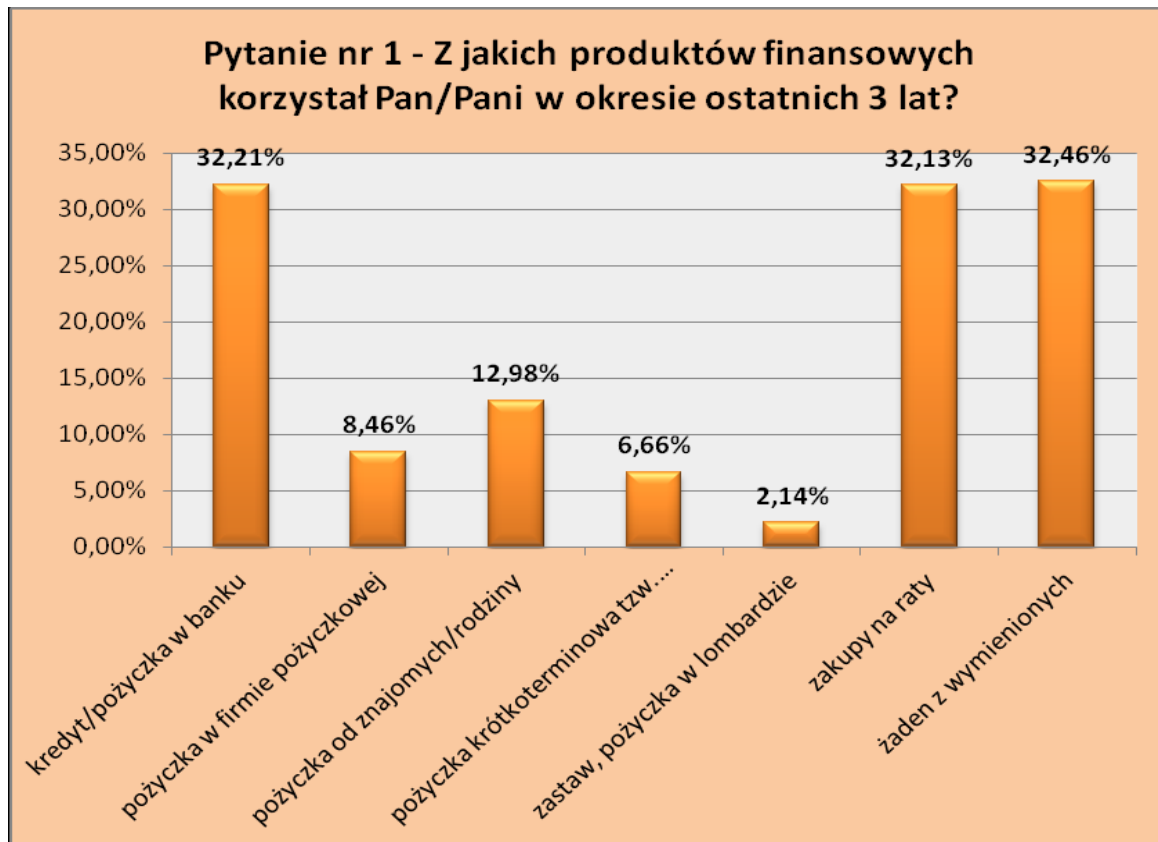


III. Liczba mieszkańców w miejscowości, w której Pan(i) zamieszkuje wynosi około:



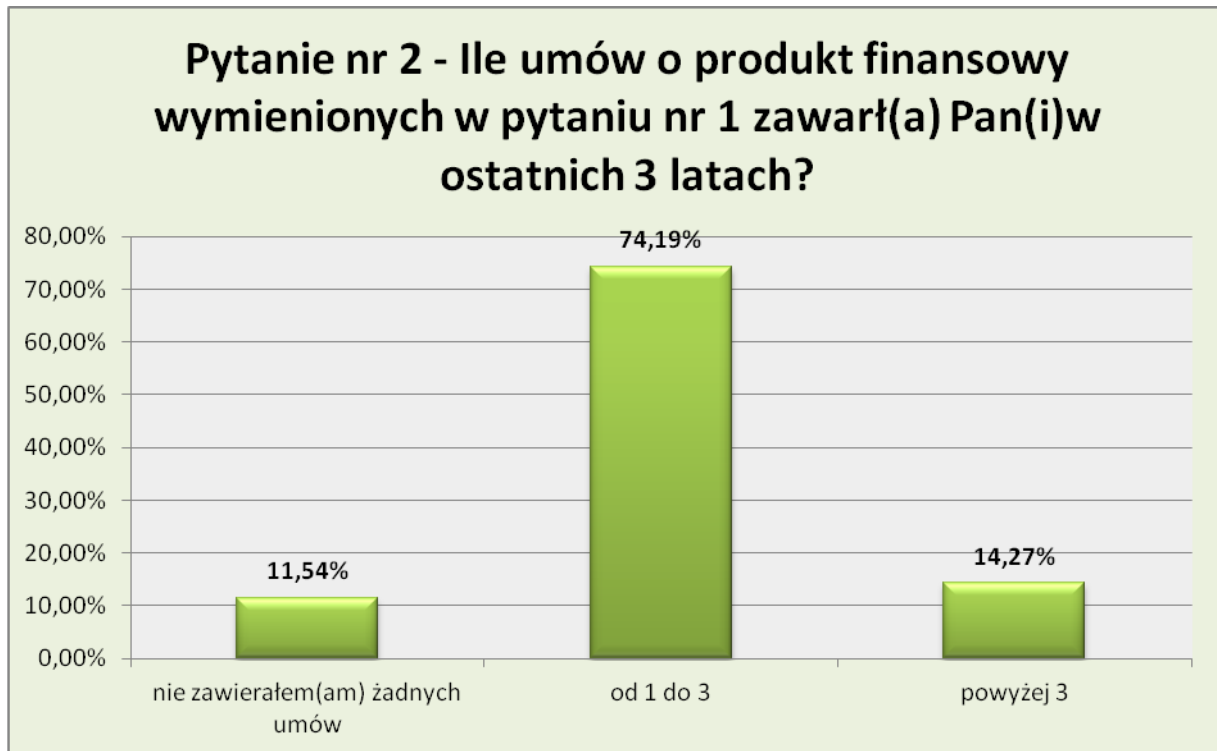
Przekrój badanych konsumentów był dość zróżnicowany wiekowo. Największą grupę stanowili konsumenci w wieku 45-60 lat (30,93 %), nieco mniej należało do grupy wiekowej 18-30 oraz 60-90 lat (po ok. 22 %). Większość przebadanych konsumentów to kobiety (58 %) oraz mieszkańcy miast od 50 tys. mieszkańców do 500 tys. mieszkańców (34,07 %). Drugim najczęściej wymienianym miejscem zamieszkania były miasta od 10 tys. do 50 tys. mieszkańców (25,06 %). Na kolejnych pozycjach znaleźli się mieszkańcy wsi (12,4 %) oraz miast do 10 tys. mieszkańców (11,38 %).

Pytanie nr 1 - Z jakich produktów finansowych korzystał Pan/Pani w okresie ostatnich 3 lat?



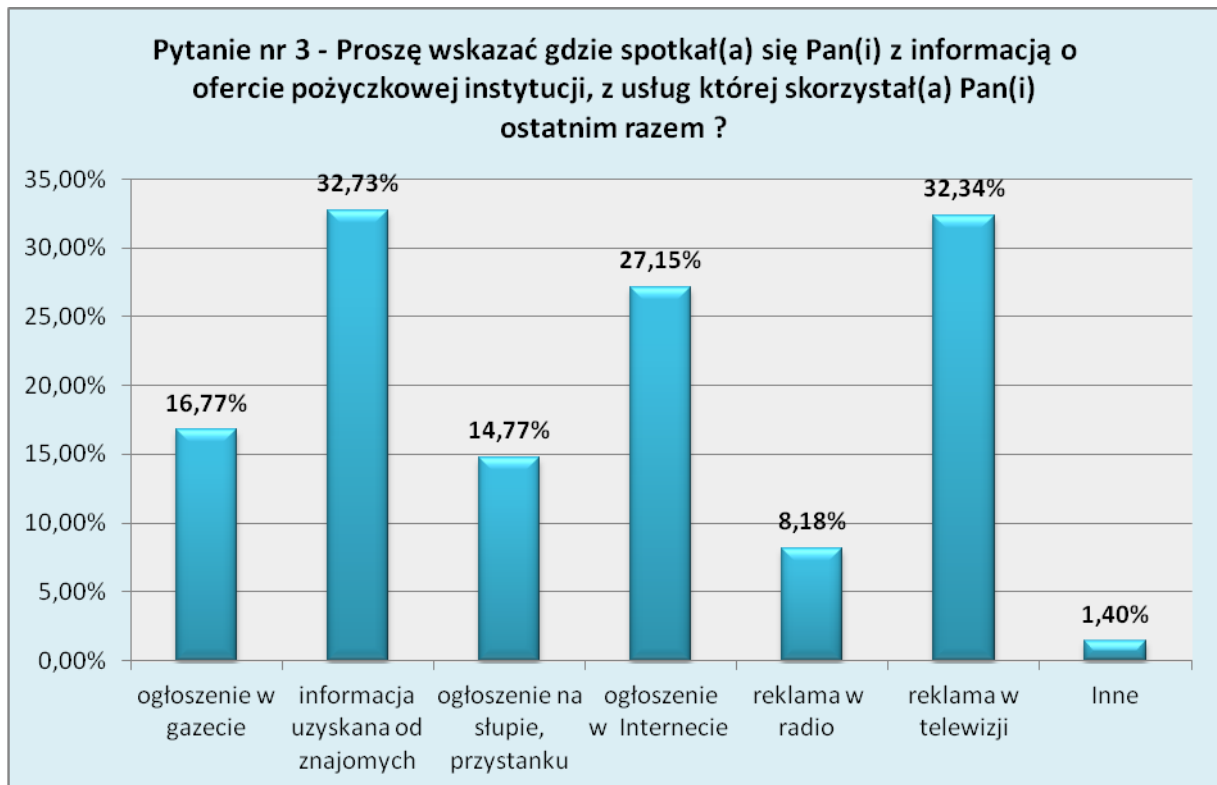
Powyższe pytanie miało na celu zbadanie tego, z jakich produktów finansowych konsumenci najczęściej korzystają. Pytanie wielokrotnego wyboru. Analiza odpowiedzi wskazuje, że ci z ankietowanych, którzy w ciągu ostatnich 3 lat zdecydowali się na skorzystanie z wymienionych produktów finansowych najczęściej wybierali kredyt bądź pożyczkę w banku lub kredyty/pożyczki mające sfinansować zakupy ratalne (po ok. 32 %). Blisko 13 % respondentów zaciągnęła pożyczkę u znajomych bądź rodziny. Na kolejnym miejscu znalazła się kategoria pożyczek w firmach pożyczkowych (8,46 %), w tym miejscu należy dodać, że chodzi o pożyczki inne niż „chwilówki”. Ta kategoria produktów znalazła się na kolejnej pozycji z 6,66 % odpowiedzi. Najmniejszy odsetek respondentów wskazał zastaw lub pożyczkę w lombardzie (2,14 %). Warto odnotować, że prawie jedna trzecia przebadanych osób (32,46 %) nie nabyła żadnego ze wskazanych w pytaniu produktów finansowych. Odsetek osób, które zadłużyły się w ten czy inny sposób w ciągu ostatnich 3 lat wyniósł aż 67 %. Osoby, które w ciągu ostatnich 3 lat nie zawarły żadnej z wymienionych umów kończyły swój udział w ankiecie na 1-szym pytaniu.

Pytanie nr 2 - Ile umów o produkt finansowy wymienionych w pytaniu nr 1 zawarł(a) Pan(i)w ostatnich 3 latach?



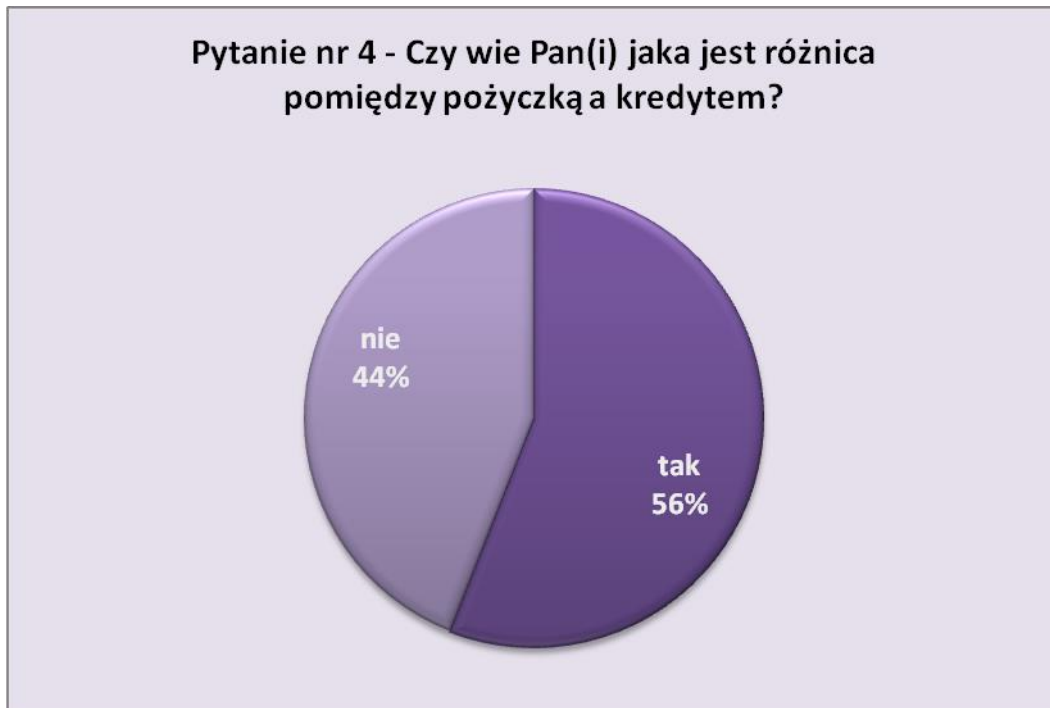
Pytanie drugie miało na celu zbadanie częstotliwości z jaką zadłużali się konsumenci. Zdecydowana większość z nich (74,19 %) w ciągu ostatnich 3 lat zawarła od jednej do trzech umów o produkty finansowe. Z kolei 14,27 % badanych zaciągnęło w tym okresie ponad 3 zobowiązania finansowe. Do grupy blisko 12 % respondentów, którzy w ciągu ostatnich trzech lat zadłużyli się, a jednocześnie nie zawarli żadnej umowy pożyczki lub kredytu należy zaliczyć osoby, które najprawdopodobniej pożyczły pieniądze bądź od rodziny bądź od znajomych. Warto zauważyć, że istnieje ryzyko u osób, które zaciągnęły ponad trzy pożyczki we wskazanym okresie możliwości utraty płynności finansowej a nawet nadmiernego zadłużenia, o ile problem ten już u tych osób nie występuje.

Pytanie nr 3 - Proszę wskazać gdzie spotkał(a) się Pan(i) z informacją o ofercie pożyczkowej instytucji, z usług której skorzystał(a) Pan(i) ostatnim razem ?



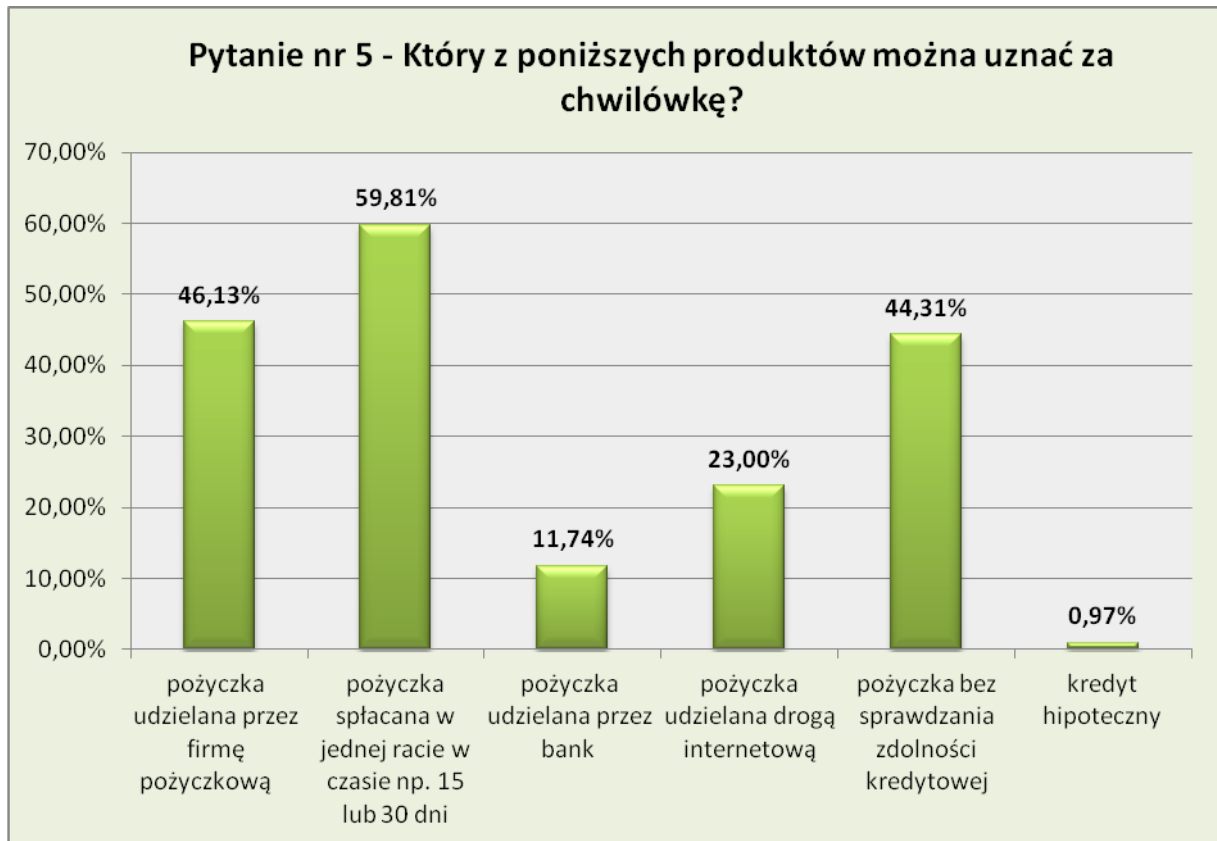
Pytanie trzecie dotyczyło sposobów w jaki konsumenci zapoznali się ofertą pożyczkową instytucji, z której usług skorzystali. Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi respondenci wiedzę o ofercie pożyczkodawcy uzyskiwali najczęściej od znajomych (32,73 %). Dla prawie takiej samej ilości badanych (32,34 %) źródłem informacji była reklama w telewizji. Na kolejnym miejscach znajdowały się ogłoszenia w Internecie (27,15 %) i gazetach (16,77 %). Blisko 15 % ankietowanych o ofercie pożyczkowej dowiedziało się z ogłoszenia zamieszczonego na słupie lub przystanku. Z kolei nieco ponad 8,18 % respondentów o ofercie pożyczkowej dowiedziało się z reklamy radiowej. Wśród wskazanych odpowiedzi szczególną uwagę zwraca wysoki odsetek respondentów, którzy wskazali na znajomych jako źródło informacji. Jak widać w dobie intensywnych kampanii reklamowych, to osoby bliskie są nadal najbardziej wiarygodnym źródłem informacji.

Pytanie nr 4 - Czy wie Pan(i) jaka jest różnica pomiędzy pożyczką a kredytem?



Pytanie czwarte miało na celu zbadać poziom wiedzy konsumentów w kwestii rozróżnienia dwóch podstawowych kategorii produktów umożliwiających zaciągnięcie zobowiązań finansowych. Z uzyskanych odpowiedzi wynika, że prawie połowa respondentów – a mówimy o osobach, które w ciągu ostatnich 3 lat podpisały umowę o pożyczkę lub kredyt – nie wiedziały, jaka jest różnica pomiędzy kredytem a pożyczką. Brak tak podstawowej wiedzy w zakresie produktów finansowych czyni tę grupę konsumentów szczególnie narażoną w kontaktach z profesjonalistami.

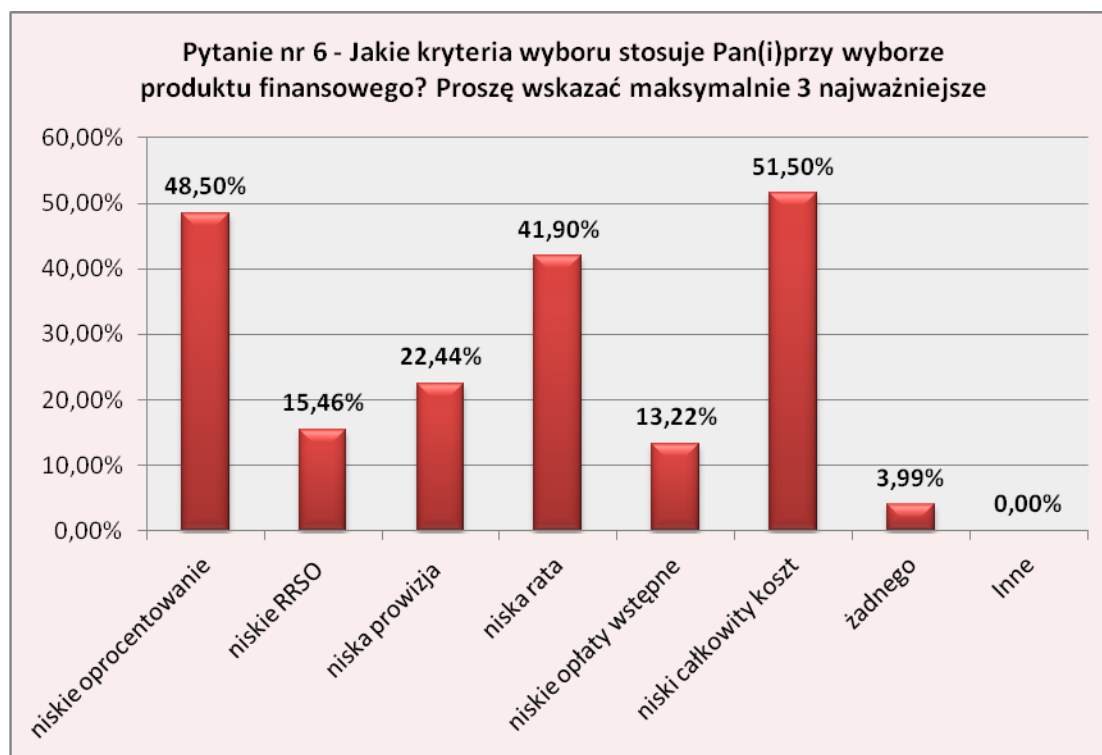
Pytanie nr 5 - Który z poniższych produktów można uznać za chwilówkę (można zaznaczyć kilka odpowiedzi)?



Pytaniem piątym chcieliśmy sprawdzić wiedzę konsumentów na temat bardzo popularnych w ostatnim czasie pożyczek krótkoterminowych tzw. „chwilówek”. Pożyczki „chwilówki” są produktami oferowanymi z reguły przez firmy pożyczkowe na, jak sama nazwa wskazuje, bardzo krótki okres czasu. Są one spłacane w jednej racie. Mogą być zawierane, tak w tradycyjny sposób w lokalu przedsiębiorcy, jak i przy wykorzystaniu Internetu lub sieci komórkowych. Charakterystyczny dla „chwilówek” jest również brak lub bardziej łagodna ocena zdolności kredytowej potencjalnych klientów.

W pytaniu tym badani mieli możliwość dokonania wielokrotnego wyboru. Największy odsetek (59,81 %) respondentów za „chwilówkę” uznał pożyczki spłacane w jednej racie po upływie 15 lub 30 dni od momentu zawarcia umowy. Z kolei ok. 46 % badanych „chwilówki” identyfikowało z pożyczkami udzielanymi przez firmy pożyczkowe. Nieco mniejszy odsetek ankietowanych (44,31 %) jako cechę charakterystyczną dla „chwilówek” wskazał brak badania zdolności kredytowej. 23 % respondentów uznało, iż „chwilówki” udzielane są drogą internetową, a kolejne 11,74 %, że udzielają ich banki. Jedynie niecały 1 % ankietowanych uznał, że „chwilówka” jest tożsama z kredytem hipotecznym.

Pytanie nr 6 - Jakie kryteria wyboru stosuje Pan(i) przy wyborze produktu finansowego? Proszę wskazać maksymalnie 3 najważniejsze.



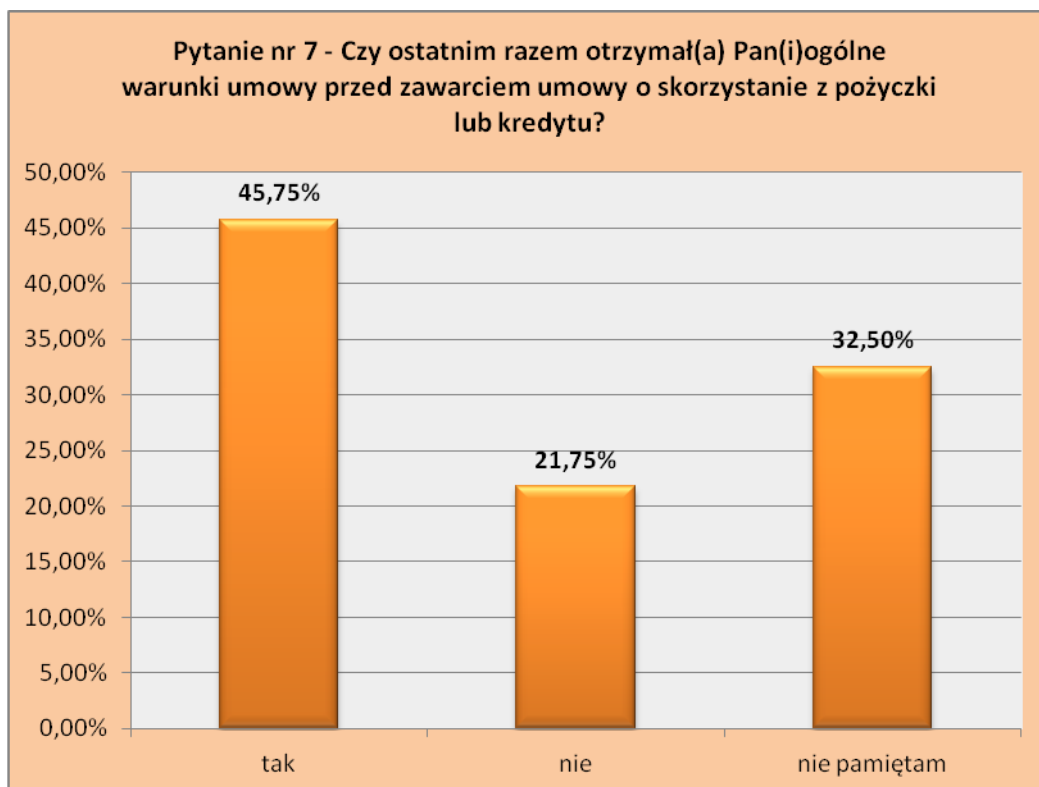
Pytanie szóste dotyczyło kryteriów wyboru, jakimi kierują się konsumenci przed zawarciem umów, takich jak pożyczka czy kredyt. Pytanie to nie tylko pokazuje preferencje badanych, ale również poziom ich wiedzy na temat istotnych z punktu widzenia konsumenta elementów umowy.

Największy odsetek ankietowanych za istotne kryterium wyboru produktu finansowego uznał niski całkowity koszt pożyczki bądź kredytu (51,50 % badanych). Prawie tyle samo osób wskazało na niskie oprocentowanie (48,50 %). Z kolei dla 41,90 % respondentów istotnym kryterium wyboru jest niska rata. Na kolejnych pozycjach znalazły się niska prowizja (22,44 %), niskie RRSO (15,46 %) oraz niskie opłaty wstępne (13,22 %). Grupa około 4 % ankietowanych nie stosuje żadnych kryteriów wyboru pożyczki.

W powyższych wynikach niepokojąca wydaje się stosunkowo mała liczba respondentów, którzy jako kryterium wyboru wskazali roczną rzeczywistą stopę oprocentowania (RRSO). Wskaźnik ten pozwala konsumentom lepiej zorientować się w kosztach kredytu aniżeli samo oprocentowanie. Zwłaszcza w przypadku pożyczek krótkookresowych oprocentowanie odgrywa minimalną lub nie odgrywa żadnej roli w strukturze kosztów ponoszonych przez

klienta – konsument w zamian jest zobowiązany pokryć, często bardzo wysokie, koszty prowizji lub innych opłat.

Pytanie nr 7 - Czy ostatnim razem otrzymał(a) Pan(i) ogólne warunki umowy przed zawarciem umowy o skorzystanie z pożyczki lub kredytu?

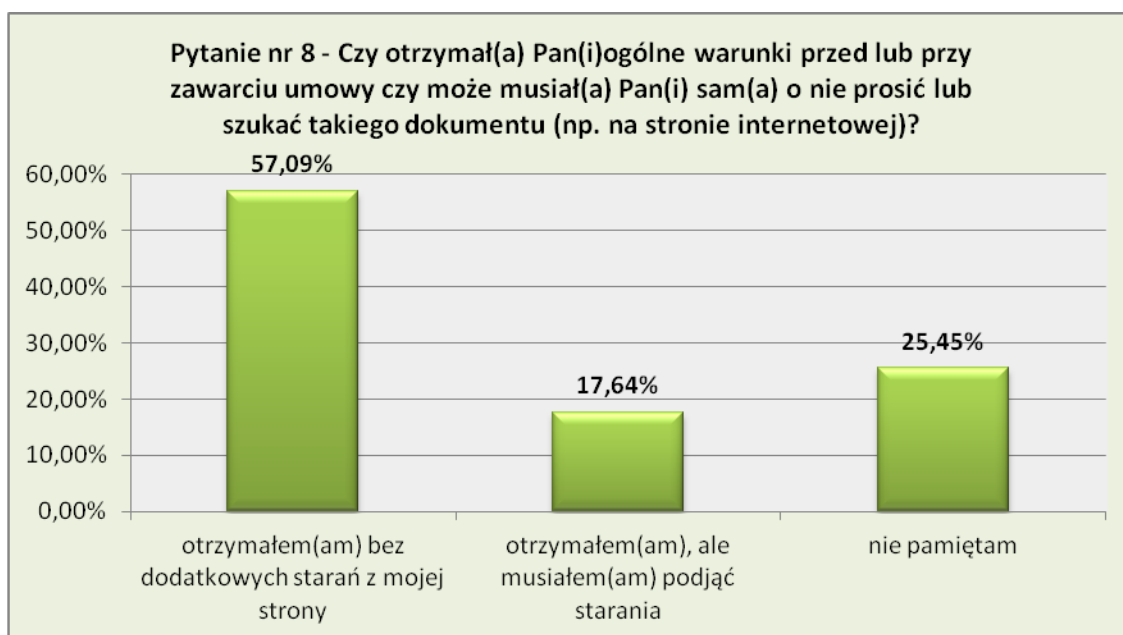


Pytanie siódme miało za zadanie zbadanie, jaki odsetek konsumentów otrzymał ogólne warunki umowy przed zawarciem umowy o skorzystanie z pożyczki lub kredytu. Zgodnie z wymaganiami ustawy z dnia 12 maja 2013 r. o kredycie konsumenckim każdy przedsiębiorca udzielający pożyczek konsumentom przed zawarciem umowy jest zobowiązany do przekazania im pewnych istotnych informacji związanych z oferowanym produktem (stopa oprocentowania, całkowita kwota kredytu itd.). Niestety odpowiedzi uzyskane od respondentów wskazują, że pożyczkodawcy nie zawsze czynią zadość temu obowiązkowi.

Jak wynika z zebranych odpowiedzi pewna otrzymania wspomnianych ogólnych warunków była niecała połowa respondentów (45,75 %). 21,75 % badanych nie otrzymało ogólnych warunków, natomiast pozostali ankietowani nie byli w stanie udzielić jednoznacznej odpowiedzi (32,5 %).

Tak wysoki odsetek osób, które nie otrzymały bardzo istotnego z punktu widzenia ochrony konsumenta dokumentu lub nie pamiętały o zaistnieniu takiego faktu jest przez Federację Konsumentów oceniany negatywnie. Pożądane jest wyeliminowanie z rynku praktyk, które uniemożliwiają konsumentowi zapoznanie się z istotnymi warunkami umowy przed jej zawarciem i tym samym naruszają jego interes.

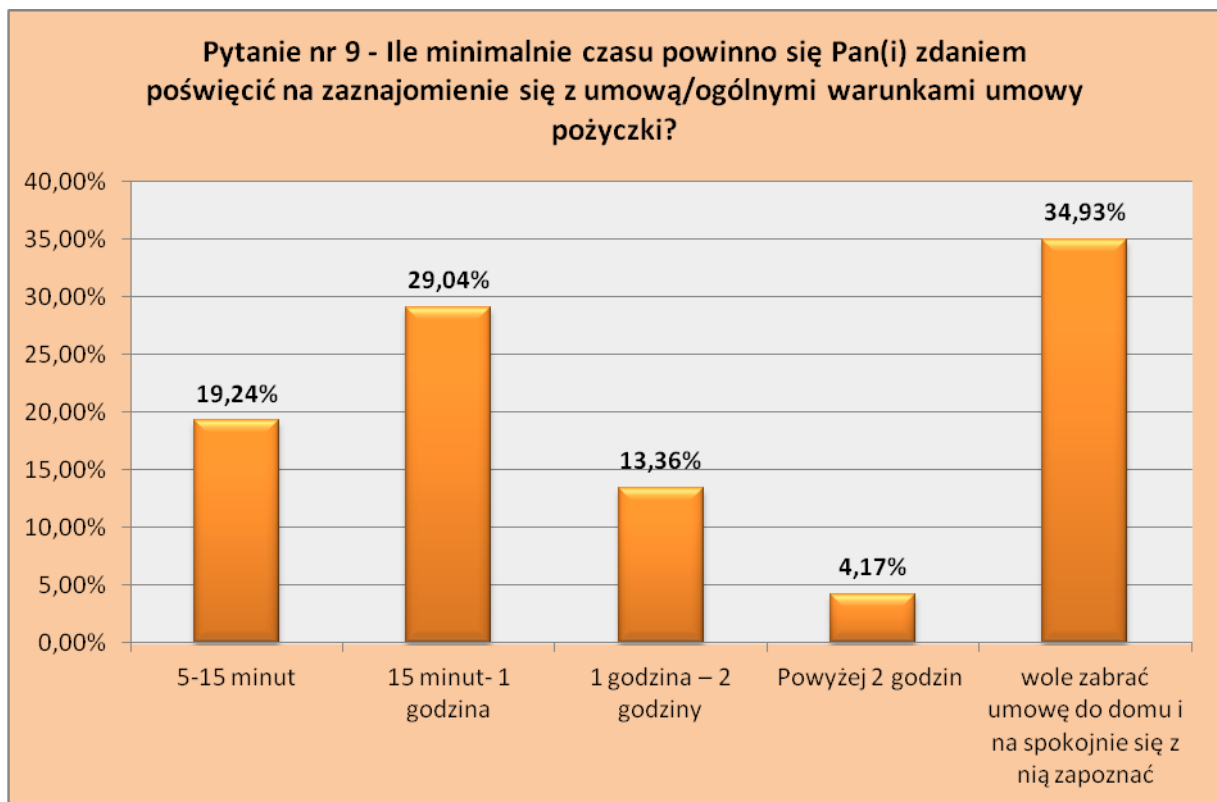
Pytanie nr 8 - Czy otrzymał(a) Pan(i) ogólne warunki przed lub przy zawarciu umowy, czy może musiał(a) Pan(i) sam(a) o nie prosić lub szukać takiego dokumentu (np. na stronie internetowej)?



Kolejne pytanie zostało skierowane jedynie do osób, które otrzymały ogólne warunki przed lub przy zawarciu umowy pożyczki lub kredytu. Większość ankietowanych (57,09 %) otrzymało wspomniane warunki bez dodatkowych starań. Z kolei niecałe 18 % respondentów otrzymało warunki po podjęciu dodatkowych starań. Pozostali badani nie pamiętali czy otrzymali wspomniany dokument bez dodatkowych starań.

Pomimo, że na pierwszy rzut oka otrzymane dane mogą się wydawać pozytywne, należy pamiętać, że dotyczą one grupy jedynie niecałych 46 % wszystkich ankietowanych, którzy w poprzednim pytaniu odpowiedzieli pozytywnie na pytanie o to, czy dostali ogólne warunki umowy.

Pytanie nr 9 - Ile minimalnie czasu powinno się Pan(i) zdaniem poświęcić na zaznajomienie się z umową/ogólnymi warunkami umowy pożyczki?



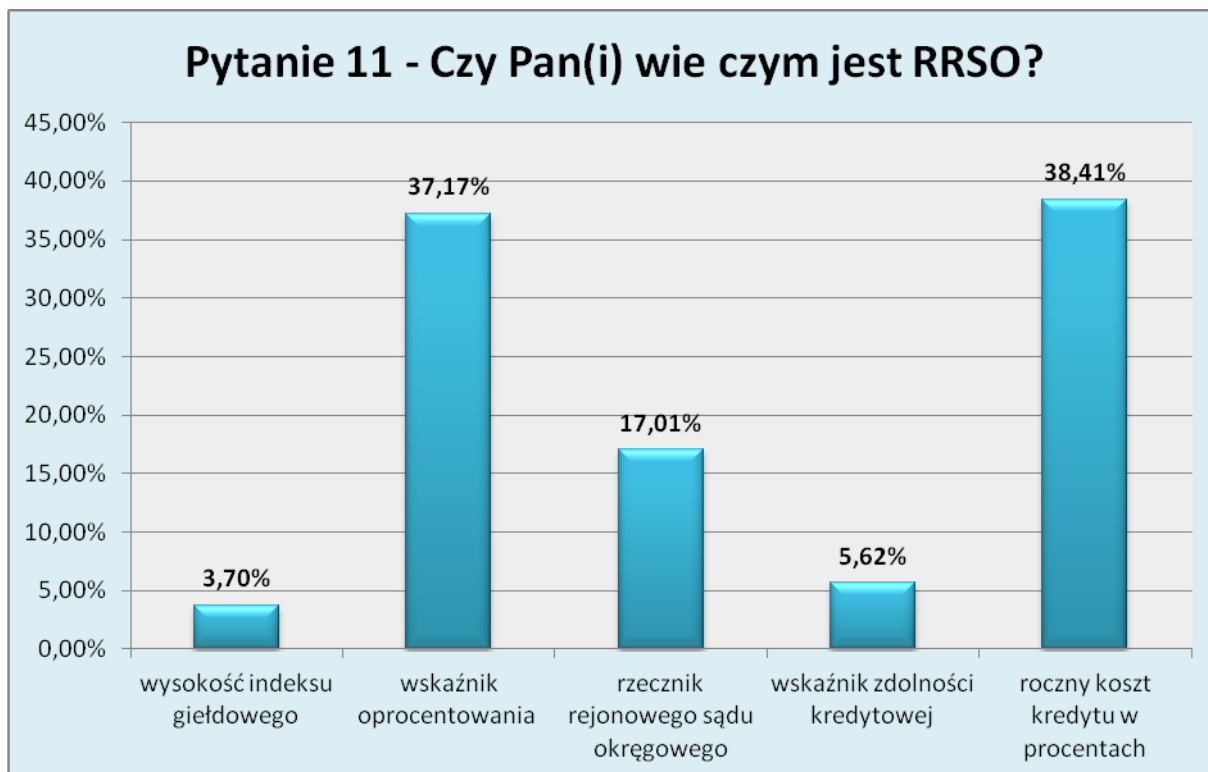
Kolejne pytanie miało na celu zbadanie tego, ile zdaniem konsumentów potrzeba czasu na zaznajomienie się z warunkami umowy pożyczki. Najwięcej, bo niecałe 35 % badanych, uznało, że najlepiej zaznajomić się z warunkami umowy w domu. Z kolei ok. 29 % badanych do zapoznania się z umową potrzebuje od 15 minut do godziny. Nieco mniejszej grupie pytanych (19,24 %) do przybliżenia sobie treści umowy wystarczy nie więcej niż 15 minut, natomiast ok. 13 % do zbadania umowy potrzebuje od godziny do dwóch. Najmniejszy odsetek badanych za zasadne uznał poświęcenie ponad 2 godzin niezbędnych do zapoznania się z umową (4,17 %). Powyższe wyniki pokazują, że niezależnie od tego co próbują przedstawić reklamy, zaciągnięcie pożyczki zdaniem klientów wymaga czasu. Ponad połowa konsumentów do zapoznania się z umową potrzebuje co najmniej godziny lub zabrania umowy do domu. Niski wskaźnik osób, które uznały, że zapoznanie się z umową jest możliwe w czasie do 15 minut pokazuje, że konsumenci mają świadomość tego, jak skomplikowane i i obszerne są umowy kredytu lub pożyczki.

Pytanie nr 10 - Czy treść ogólnych warunków umowy pożyczkowej była zrozumiała?



To, że konsumenci odbierają umowy pożyczek jako skomplikowane i niejasne znajduje swoje potwierdzenie również w pytaniu 10. Aż 52 % badanych przyznało, że nie zrozumiało otrzymanych ogólnych warunków pożyczki. Oznacza to, że ponad połowa nabywców produktów finansowych tego rodzaju zgodziło się zawrzeć umowę, której warunków nie rozumieli. Dane te pokazują, jak trudnym dla konsumenta zadaniem jest świadome zaciągnięcie pożyczki.

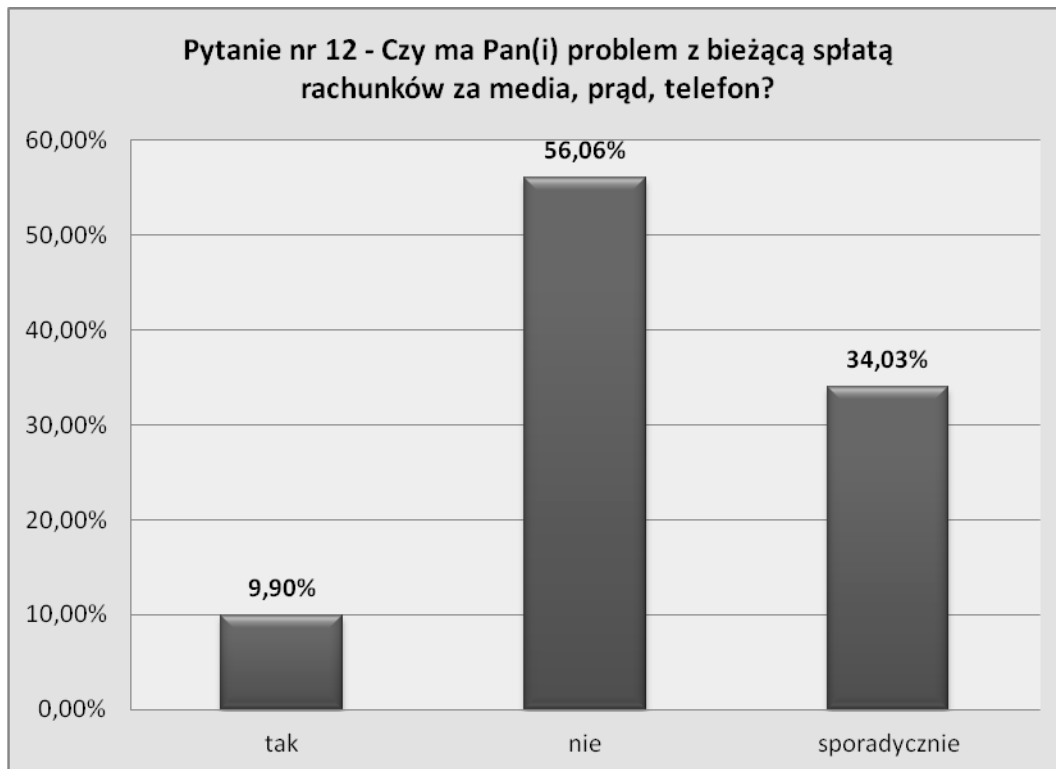
Pytanie 11 - Czy Pan(i) wie czym jest RRSO?



Pytanie 11 miało na celu zbadanie wiedzy konsumentów na temat jednego z najważniejszych wskaźników służących określeniu kosztów pożyczki lub kredytu. RRSO, czyli rzeczywista roczna stopa oprocentowania zgodnie z definicją znajdującą się w ustawie z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, jest to całkowity koszt kredytu (suma wszelkich kosztów, jakie musi ponieść konsument w związku z umową o kredyt np.: odsetek, prowizji, opłat), wyrażony jako wartość procentowa całkowitej kwoty kredytu w stosunku rocznym. Wskaźnik ten jest bardzo ważny zwłaszcza w przypadku oceny kosztów tych pożyczek, gdzie głównym źródłem zysku przedsiębiorcy, zamiast odsetek, które, jak w przypadku „chwilówek” często w ogóle nie są pobierane, są różnego rodzaju prowizje, koszty zabezpieczeń (np. składka ubezpieczeniowa) itp.

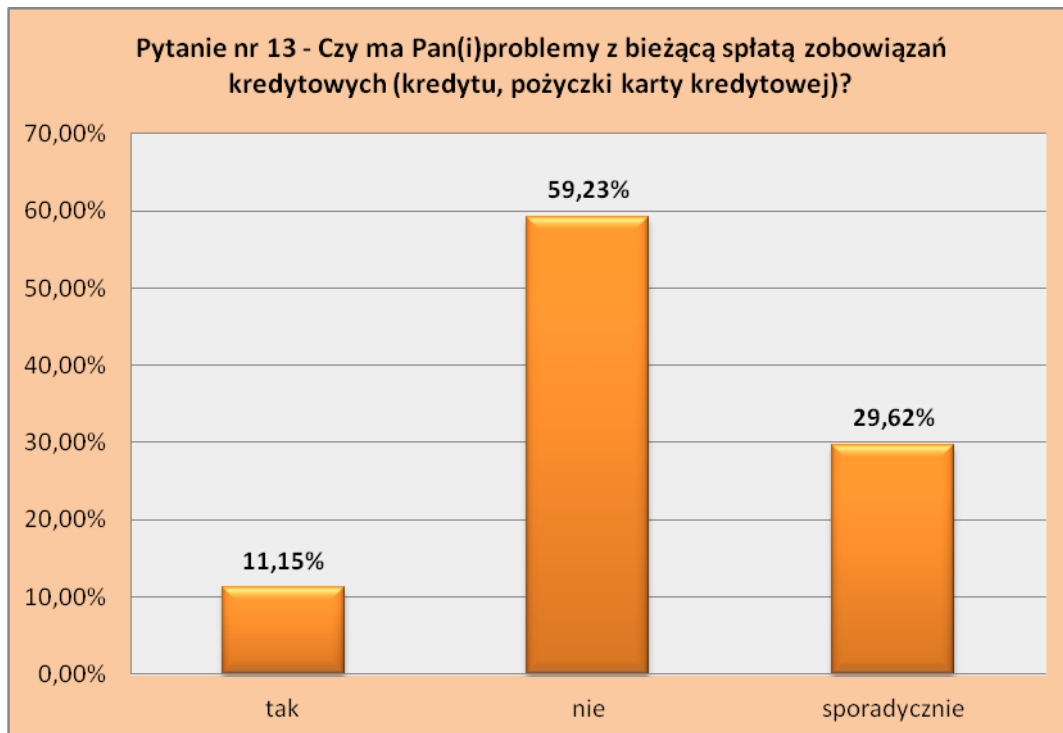
Jak wynika z odpowiedzi na to pytanie, większość konsumentów przynajmniej w przybliżeniu wie, czym jest RRSO. 38,41 % ankietowanych poprawnie zaznaczyło, że RRSO to roczny koszt kredytu w procentach, nie wiele mniejszy odsetek osób (37,17 %) wskazał, że RRSO jest bliżej wskaźnikiem oprocentowania. Z pewnością niepokojącym jest fakt, że aż 17 % respondentów uznało, że RRSO to rzecznik rejonowego sądu okręgowego, a kolejne 6 % utożsało go ze wskaźnikiem zdolności kredytowej. Niecałe 4 % badanych wyraziło przekonanie, że RRSO jest powiązane z wysokością indeksu giełdowego.

Pytanie nr 12 - Czy ma Pan(i) problem z bieżącą spłatą rachunków za media, prąd, telefon?



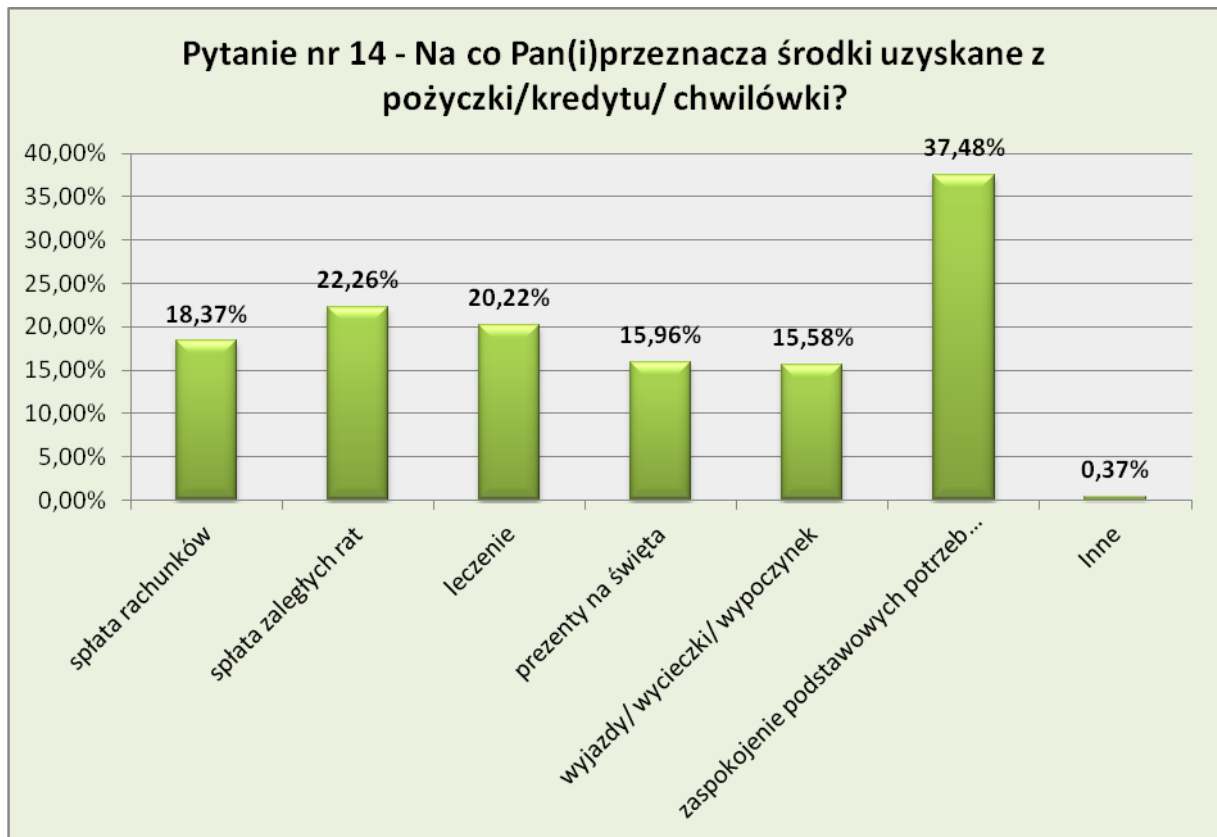
Pytanie 12 miało posłużyć w określeniu sytuacji materialnej badanych. Na pytanie „Czy ma Pan(i) problem z bieżącą spłatą rachunków za media, prąd, telefon” większość badanych osób odpowiedziała negatywnie (56,06 %). Niemniej jednak oznacza to, że blisko 44 % respondentów ma problemy z bieżącą spłatą podstawowych zobowiązań, w tym dla prawie 10 % badanych nie jest to problem sporadyczny. Wyniki te dowodzą trudnej sytuacji finansowej, w której znajduje się duża grupa konsumentów. Warto podkreślić, że to właśnie takie osoby, mające problemy z bieżącym regulowaniem podstawowych płatności, są szczególnie narażone na powstanie problemu nadmiernego zadłużenia.

Pytanie nr 13 - Czy ma Pan(i) problemy z bieżącą spłatą zobowiązań kredytowych (kredytu, pożyczki karty kredytowej)?



Pytanie 13 również miało na celu zbadanie sytuacji finansowej konsumentów. Tym razem ankietowani musieli odpowiedzieć na pytanie dotyczące regulowania swoich zobowiązań kredytowanych. Jak wynika z uzyskanych odpowiedzi liczba osób, które mają problemy z terminową spłatą swoich zobowiązań kredytowych jest niewiele niższa, aniżeli osób mających problem z bieżącym opłacaniem rachunków. Można przyjąć, że ankietowani, którzy w tym pytaniu przyznali się do problemów z terminową spłatą pożyczek bądź kredytów, w poprzednim pytaniu zaznaczyli te same odpowiedzi w stosunku do spłaty rachunków. Nieco niższy odsetek osób mających problemy ze spłatą zadłużeń kredytowych może wskazywać, że spłacanie zobowiązań kredytowych. pożyczkowych jest dla części konsumentów bardziej priorytetowe aniżeli pozostałe zobowiązania.

Pytanie nr 14 - Na co Pan(i)przeznacza środki uzyskane z pożyczki/kredytu/ chwilówki?



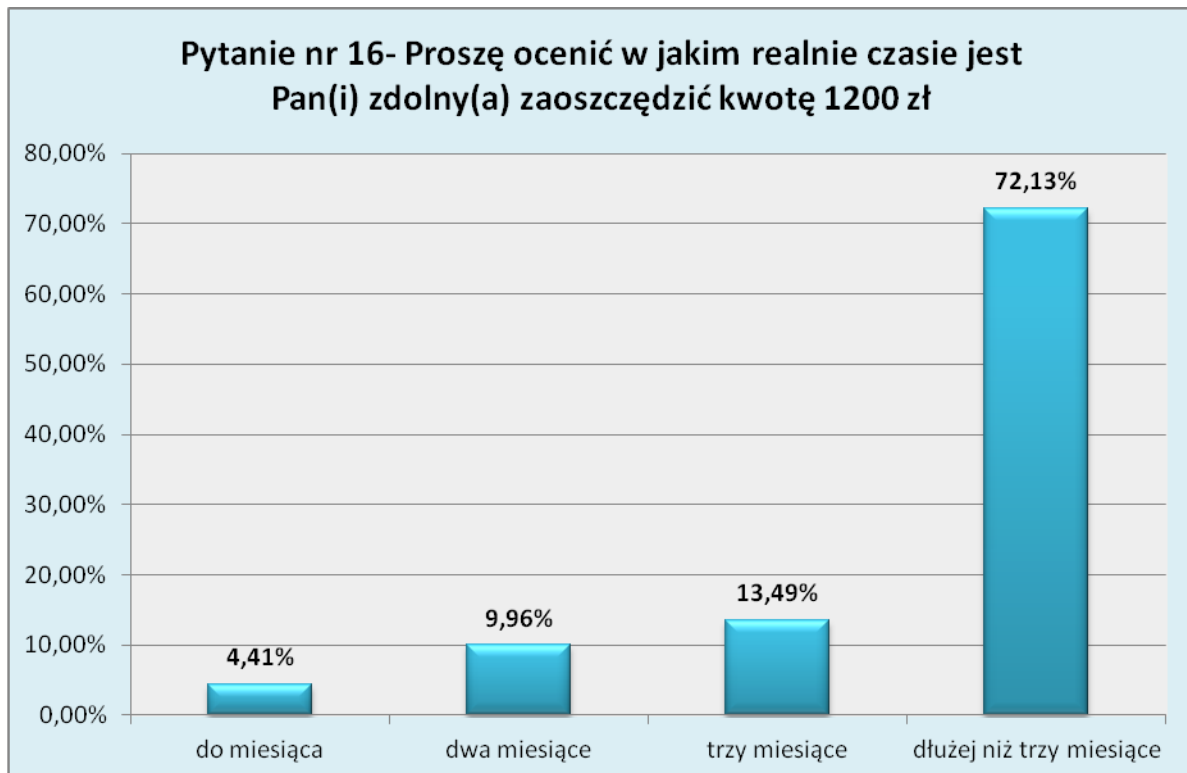
Pytanie 14 miało na celu zbadanie tego na co konsumenci przeznaczają pożyczone pieniądze. Najwięcej z nich, bo aż 37,48 % pieniądze uzyskane z kredytu lub pożyczki przeznacza na zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych. Na kolejnych miejscach znalazły się: splata zaległych rat (22,26 %), leczenie (20,22 %), splata rachunków (18,37 %). Najmniej ankietowanych przeznacza pożyczone pieniądze na prezenty świąteczne lub wycieczki (po ok 15 %). Wyniki te pokazują, że zdecydowana większość konsumentów decyduje się na zaciągnięcie zobowiązań kredytowych wtedy, gdy jest do tego przymuszona trudną sytuacją życiową.

Pytanie nr 15 - Czy Pan(i) jest w stanie przeznaczyć w miesiącu określoną kwotę na oszczędności?



Pytanie 15, w którym zapytaliśmy ankietowanych o to, czy są w stanie odłożyć określoną kwotę w ciągu miesiąca, pokazuje, że większość badanych (aż 59 %) żyje „z miesiąca na miesiąc”. Brak zabezpieczenia w budżecie domowym kwoty środków przeznaczonej na niespodziewane wydatki może powodować większe zapotrzebowanie na wykorzystanie środków pochodzących z kredytu czy pożyczki.

Pytanie nr 16- Proszę ocenić, w jakim realnie czasie jest Pan(i) zdolny(a) zaoszczędzić kwotę 1200 zł



Wyniki poprzedniego pytania znajdują swoje potwierdzenie w analizie odpowiedzi uzyskanych na pytanie 16. Konsumentów zapytani o to, w jakim czasie są w stanie zaoszczędzić kwotę 1200 złotych, w przytłaczającej większości (72,13 %) uznali, że potrzebowaliby na to ponad 3 miesiące. Zważywszy, że w poprzednim pytaniu aż 59 % respondentów uznało, że w skali miesiąca nie jest w stanie oszczędzić żadnej kwoty, można przyjąć, że zdecydowana większość z tych 72 % nie była w stanie odłożyć kwoty 1200 złotych również w okresie przekraczającym 6, 9 czy 12 miesięcy. Dane te po raz kolejny potwierdzają bardzo trudną sytuację polskich gospodarstw domowych. Druga najliczniejsza grupa ankietowanych (13,49 %) uznała, że do odłożenia 1200 złotych będzie potrzebowała 3 miesięcy. Na kolejnych miejscach znalazły się odpowiedzi wskazujące 2 miesiące (9,96 %) oraz do miesiąca (4,41 %)

Wnioski

Z przeprowadzonej ankiety wyłania się obraz konsumenta o niewystarczającej wiedzy na temat produktów finansowych takich jak kredyt czy pożyczka, słabo radzącego sobie z rozumieniem warunków umowy oraz przede wszystkim mającego niestabilną sytuację finansową.

Uderzające jest zwłaszcza to, że nawet gdy konsumenci posiadają wiedzę na temat pewnych zagadnień związanych z rynkiem kredytowym, to nie umieją jej wykorzystać w praktyce. Przykładowo spory odsetek badanych wiedział, czym jest RRSO, jednak w pytaniu o to, na co konsumenci zwracają uwagę decydując się na zaciągnięcie pożyczki, ten bardzo istotny z punktu widzenia rzeczywistych kosztów pożyczki wskaźnik został zaznaczony przez tylko 15% respondentów, ustępując zdecydowanie relatywnie mniej istotnemu oprocentowaniu nominalnemu.

Analiza sytuacji materialnej respondentów oraz celów, na jaki przeznaczają pożyczone pieniądze, wskazuje, że bardzo często decydują się oni na zawarcie umowy pożyczki lub kredytu pod wpływem trudnej sytuacji materialnej, w jakiej się znaleźli. Jak pokazują wyniki ankiety ponad 40% badanych ma problemy z regularną spłatą rachunków i zobowiązań kredytowych. Większość takich osób, kierowana przymusowym położeniem, będzie gotowa podpisać nawet bardzo niekorzystne umowy, byle tylko jak najszybciej otrzymać potrzebną na zaspokojenie podstawowych potrzeb życiowych kwotę pieniężną. Konsumenci należący do tej grupy są szczególnie narażeni na wpadnięcie w pułapkę tzw. pętli zadłużenia. Dlatego tak ważne jest, aby uczułać społeczeństwo na to, że chwilowe rozwiązanie kłopotów finansowych może w niedalekiej przyszłości skutkować kłopotami znacznie poważniejszymi.

Jeżeli do trudnej sytuacji finansowej badanych dodamy niską wiedzę na temat produktów finansowych (44 % konsumentów nie wie, jaka jest różnica pomiędzy kredytem a pożyczką) oraz problemy ze zrozumieniem zawieranych umów (dla 52 % badanych ogólne warunki umów, które zawierali były niezrozumiałe) oczywiste jest, iż ogromna część konsumentów w stosunkach z instytucjami finansowymi jest narażona na zawieranie niekorzystnych dla siebie umów.

Pożądanym jest, aby zwiększać wiedzę konsumentów w zakresie przysługujących im praw oraz innych zagadnień związanych z funkcjonowaniem rynku pożyczkowego, ale także przeprowadzać częste kontrole wzorców umownych sporządzanych przez podmioty udzielające pożyczek.