



**KURS**

Organizowanie działalności  
gospodarczej

**MODUŁ**

Ochrona konsumenta

## 6 Ochrona konsumenta

### 6.1 Państwo a konsument

#### 6.1.1 Ochrona praw konsumentów – podstawowe informacje i geneza

**Aby dowiedzieć się podstawowych informacji o ochronie praw konsumentów, wysłuchaj audiocastu pt. „Ochrona praw konsumentów – podstawowe informacje”.**

Listy praw konsumenckich, podlegających ochronie w różnych krajach, bywają odmienne. Pierwszy formalnie ogłoszony zestaw podstawowych praw konsumentów sformułowany został przez prezydenta USA Johna F. Kennedy’ego w przemówieniu w Kongresie Stanów Zjednoczonych 15 marca 1962 roku. Są to: prawo do informacji, prawo do wyboru, prawo do bezpieczeństwa i prawo do reprezentacji.

Od 1983 roku w rocznicę tego wydarzenia obchodzony jest Światowy Dzień Konsumenta (*World Consumer Rights Day* – Światowy Dzień Praw Konsumenta). W Polsce jest on obchodzony oficjalnie od 2000 roku.

Lista Kennedy’ego została jeszcze w 1962 roku rozbudowana przy udziale Międzynarodowej Organizacji Związków Konsumenckich. Wymieniono w niej następujące prawa: prawo wyboru towarów i usług o odpowiadającej cenom jakości, prawo dostępu do rzetelnej informacji o towarach, prawo do ochrony przed produktami i usługami niebezpiecznymi dla zdrowia i życia, prawo do zaspokajania podstawowych potrzeb konsumenckich, prawo do wyrażania opinii o polityce konsumenckiej państwa oraz działaniach producentów i handlowców, prawo do pozytywnego załatwiania uzasadnionych reklamacji, prawo do edukacji konsumenckiej oraz prawo do życia w zdrowym środowisku naturalnym.

W Europie polityka konsumeryzmu została zapoczątkowana w 1972 roku na szczycie Wspólnoty w Paryżu<sup>1</sup>. Podstawę do niej stanowiło zawarte już 15 lat wcześniej w preambule Traktatu Założycielskiego EWG przekonanie o potrzebie podniesienia standardu życia i ochrony zdrowia Wspólnoty. Idea ta została zawarta również w art. 2 Traktatu o Wspólnotach Europejskich<sup>2</sup>.

Pierwszy, pięcioletni program polityki konsumenckiej obejmował lata 1975-1980. Najistotniejszym jego elementem było zdefiniowanie podstawowego katalogu praw konsumentów. Katalog ten, mimo upływu czasu, zachował swoją aktualność. Podstawowe prawa konsumentów Unii Europejskiej przedstawiono na rysunku 6.1.

<sup>1</sup> Komor M., Euromarketing. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na eurorynku., PWN, Warszawa 2000, s. 45

<sup>2</sup> Traktat o Wspólnotach Europejskich, Rzym, 25 marca 1957 r.



*Rysunek 6.1 Prawa konsumenta w Unii Europejskiej*

*Źródło: Opracowanie własne na podstawie: Pierwszy Program Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej ds. Polityki na rzecz Ochrony i Informacji Konsumentów z 1975 r.*

Kolejnym ważnym dokumentem w tej dziedzinie był Jednolity Akt Europejski z 1987 roku (zmieniający art. 95 ust. 3 Traktatu o Wspólnotach Europejskich), który stanowił, że przy rozwoju rynku wewnętrznego, jako podstawę należy przyjmować „wysoki poziom ochrony” w dziedzinie zdrowia, bezpieczeństwa, ochrony środowiska i konsumentów.

W 1993 roku w Traktacie o Wspólnocie Europejskiej (powszechnie nazywanym Traktatem z Maastricht), w art. 3s po raz pierwszy, wśród podstawowych polityk Wspólnoty, wymienione zostało przyczynianie się do wzmacniania ochrony konsumenta<sup>3</sup>. Zawarto również wskazanie, by ochrona konsumenta była uwzględniana przy określaniu i realizacji innych polityk Wspólnoty. Artykuł 129a Traktatu z Maastricht (po Traktacie z Amsterdamu jest to art. 153) daje Wspólnocie Europejskiej uprawnienia do uchwalania regulacji, które wspierają, uzupełniają i monitorują działania państw członkowskich. Unia Europejska uzyskała więc uprawnienia do współtworzenia systemu ochrony konsumentów wraz z ustawodawcami krajowymi. Od tego czasu przepisy Unii Europejskiej w tej dziedzinie mogą (ale nie muszą) być przyjmowane w kontekście działań, związanych z harmonizacją przepisów krajowych z przepisami wspólnotowymi.

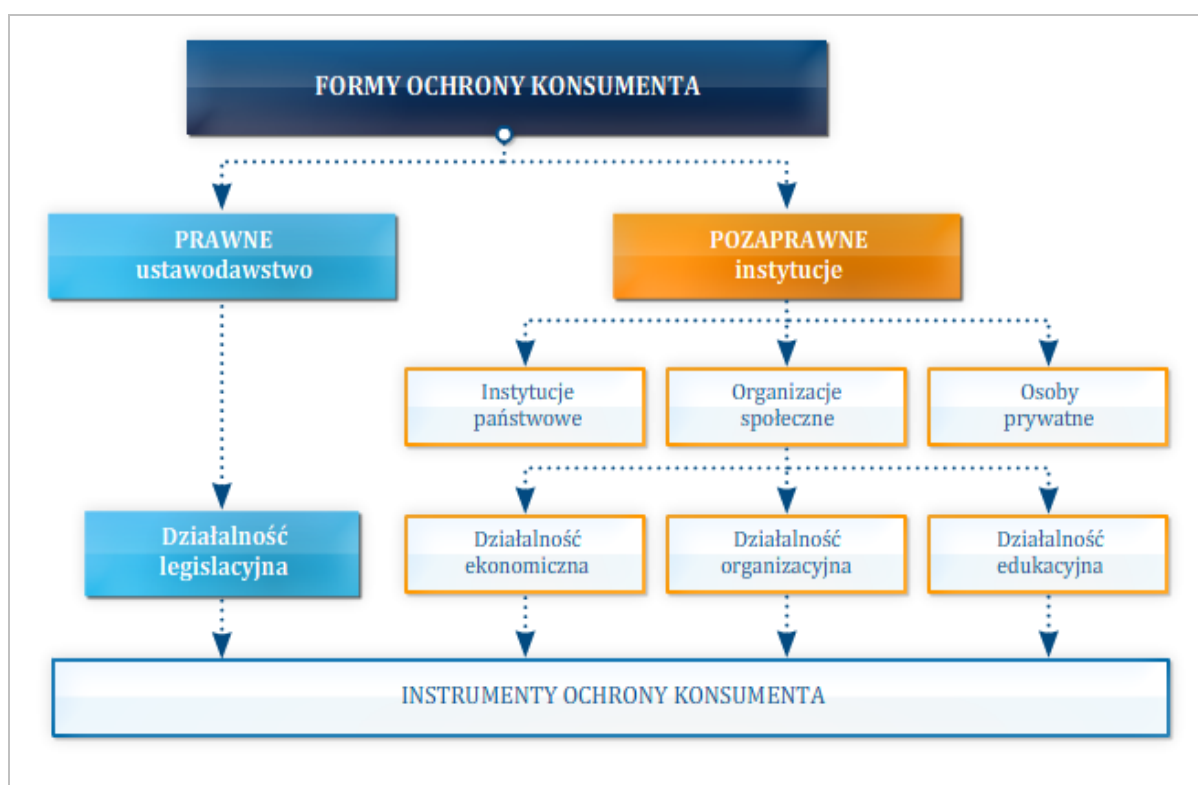
W 2007 roku Komisja Europejska opublikowała **Zieloną Księgę** w sprawie przeglądu dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta. Oprócz przeglądu dotychczasowych osiągnięć w kwestii ochrony praw konsumentów zawarto następujące stwierdzenia, stanowiące deklarację kierunku zmian w Unii Europejskiej: „Globalnym celem przeglądu jest dążenie do stworzenia rzeczywistego, wewnętrznego rynku konsumenta, opartego na właściwym zrównoważeniu wysokiego poziomu ochrony praw konsumenta z konkurencyjnością przedsiębiorstw, przy jednoczesnym ścisłym

<sup>3</sup> Traktat o Wspólnocie Europejskiej, Maastricht 1993 r.

poszanowaniu zasady pomocniczości. W ostatecznym rozrachunku zmierza się do sytuacji, w której konsumentom europejskim można będzie powiedzieć: „gdziekolwiek jesteś i skądkolwiek kupujesz na terenie Unii – nie ma to znaczenia: Twoje podstawowe prawa są takie same.”[...] Innymi słowy, powinno się umocnić zaufanie konsumenta do rynku wewnętrznego poprzez zapewnienie wysokiego poziomu ochrony jego praw w całej UE. Każdy konsument powinien mieć możliwość polegania na podobnych prawach, a w razie kłopotów – odwołania się do podobnych środków ochrony prawnej<sup>4</sup>. Jest to wyraźna zapowiedź rozszerzania procesu ujednolicania przepisów o ochronie praw konsumentów w całej Wspólnocie.

W Polsce w ostatnich latach w kwestii praw konsumenckich zachodziły duże zmiany, związane przede wszystkim ze wstąpieniem do Unii Europejskiej w maju 2004 roku i harmonizacją prawa krajowego z unijnym. Dzięki przyjęciu prawa wspólnotowego zakres ochrony konsumentów został poszerzony, wzmocniona też została kontrola przestrzegania prawa w tej dziedzinie.

Ochrona konsumentów była obecna w polskim prawie również przed przystąpieniem do Unii Europejskiej. Podstawowy obowiązek ochrony praw konsumentów w Polsce wynika bezpośrednio z zapisów Konstytucji. Zgodnie z art. 76 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami, zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony określa ustawa<sup>5</sup>. W praktyce zakres ochrony praw konsumentów jest regulowany przez wiele ustaw i rozporządzeń, dotyczących różnych aspektów życia gospodarczego.



<sup>4</sup> ZIELONA KSIĘGA w sprawie przeglądu dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta Bruksela, dnia 8.2.2007, KOM(2006) 744 wersja ostateczna

<sup>5</sup> Ustawa zasadnicza – Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483.)



### Rysunek 6.2 System ochrony konsumenta w Polsce

Źródło: Włodarczyk-Śpiewak K., System ochrony konsumenta w Polsce, Funkcjonowanie gospodarki polskiej w warunkach integracji i globalizacji, red. Kopycińska D., Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005, s. 85

W Rzeczypospolitej Polskiej ochroną konsumentów zajmują się zarówno instytucje rządowe, jak i pozarządowe. Zakres ich kompetencji jest bardzo różny i często kilka instytucji zajmuje się podobnymi sprawami. Poszczególne podmioty, działające w sferze ochrony praw konsumentów oraz zakres ich kompetencji zostaną przedstawione w kolejnej części modułu. System ochrony konsumenta w Polsce przedstawiono na rys. 6.2.

## 6.1.2 Organizacje, zajmujące się ochroną praw konsumenta

Wśród organizacji, zajmujących się ochroną praw konsumentów w Polsce, wyróżnić można instytucje państwowe, organizacje społeczne i osoby prywatne. Zgodnie z ustawą z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. z 2000r., Nr 122, poz. 1319, z późn. zm.) centralnym organem administracji rządowej, właściwym w sprawach ochrony konsumentów, jest **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**, który podlega bezpośrednio premierowi. Wykonuje on swoje zadania przy pomocy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Urząd ten pełni również zadania z zakresu nadzoru nad działalnością gospodarczą oraz zwalczania nieuczciwej konkurencji (w obszarze zainteresowania tego organu znajdują się między innymi: pomoc publiczna dla przedsiębiorców i jej nadzorowanie, kontrola fuzji, zapobieganie nadużywaniu pozycji dominującej na rynku i zwalczanie monopolii). Prezes UOKiK powoływany jest przez Prezesa Rady Ministrów, a jego kadencja trwa 5 lat. Pozycja tego organu jest bardzo silna, co ułatwia skuteczne zabieganie o interesy konsumentów. UOKiK realizuje rządową politykę ochrony konsumentów. Podstawowym zadaniem tego organu państwa w obszarze praw konsumenckich jest występowanie w interesie publicznym, to znaczy wszczynanie postępowań administracyjnych o naruszenie zbiorowych interesów konsumentów.

### Zadania prezesa UOKiK w kwestii praw konsumentów:

- przygotowywanie projektów rządowej polityki konsumenckiej;
- występowanie do przedsiębiorców i związków przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
- nadzór nad ogólnym bezpieczeństwem produktów, przeznaczonych dla konsumentów;
- opracowywanie i przedkładanie radzie ministrów projektów aktów prawnych, dotyczących ochrony interesów konsumentów oraz opiniowanie tego typu projektów;
- występowanie do wyspecjalizowanych jednostek i odpowiednich organów kontroli państwowej o wykonanie badań przestrzegania praw konsumentów;
- współpraca z organami samorządu terytorialnego oraz krajowymi i zagranicznymi organizacjami społecznymi i innymi instytucjami;
- inicjowanie badań towarów i usług, wykonywanych przez organizacje konsumenckie;

- opracowywanie i wydawanie publikacji oraz programów edukacyjnych, popularyzujących wiedzę o prawach konsumentów;
- gromadzenie i upowszechnianie orzecznictwa w sprawach z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów;
- udzielanie zgodnie z polityką państwa pomocy organom samorządu województwa i powiatu oraz organizacjom, do których zadań należy ochrona interesów konsumentów;
- prowadzenie rejestru klauzul niedozwolonych.

Z naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów ma się do czynienia wówczas, gdy bezprawna praktyka przedsiębiorcy dotyka nieograniczonej liczby osób, to znaczy potencjalnie każdy może zostać przez nią poszkodowany. Zakres działania Prezesa UOKiK w sprawach konsumenckich przedstawiono na rysunku 6.3. Poza UOKiK w Polsce funkcjonują inne organy administracji rządowej i samorządowej, chroniące interesy konsumentów.

**Państwowa Inspekcja Handlowa (PIH)** zajmuje się kontrolą jakości towarów, kontrolą rzetelności miar i wag oraz kontrolą odpowiedniego poziomu obsługi. Przy Wojewódzkich Inspektoratach Inspekcji Handlowej działają sądy konsumenckie. Rozpatrują one sprawy, związane z prawami majątkowymi, wynikającymi z umów sprzedaży i świadczenia usług, zawartych między konsumentami, a przedsiębiorcami. Zgodę na postępowanie przed sądem konsumenckim muszą wyrazić obie strony sporu. Wyroki sądu konsumenckiego, a także ugoda przed nim zawarta, mają taką samą moc, jak wyrok sądów powszechnych, po stwierdzeniu przez ten sąd ich wykonalności. Sprawę do sądu polubownego może wnieść konsument, przedsiębiorca, organizacja konsumencka, miejski (powiatowy) rzecznik konsumentów.

**Państwowa Inspekcja Sanitarna** i jej placówki terenowe, Stacje Sanitarno-Epidemiologiczne, zajmują się jakością produktów żywnościowych oraz higieną w placówkach handlowych i gastronomicznych.

**Państwowa Inspekcja Weterynaryjna** – pełni nadzór nad bezpieczeństwem zdrowotnym produkcji zwierzęcej oraz sprowadzanych do kraju zwierząt i produktów pochodzenia zwierzęcego.

**Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych** – jej głównym zadaniem w ramach ochrony interesów konsumenta jest kontrolowanie jakości handlowej artykułów rolo-spożywczych w produkcji i obrocie.

**Rzecznik Praw Konsumenta** – powoływany przez Radę Miasta lub Radę Powiatu, działa w oparciu o Ustawę o ochronie konkurencji i konsumentów.

Rzecznicy Konsumentów zajmują się sprawami indywidualnych konsumentów. Ich biura są w każdym powiecie w kraju, a głównym zadaniem jest udzielanie bezpłatnych porad i informacji konsumentom w sprawach spornych z przedsiębiorcami. Oprócz pomocy telefonicznej, bezpośredniej czy też, coraz częściej spotykanej, za pośrednictwem poczty elektronicznej, mogą występować w imieniu i na rzecz konsumenta do przedsiębiorcy. Działania te mają na celu podjęcie interwencji i próby ugodowego zakończenia sporu. Powiatowi i miejscy Rzecznicy Konsumentów są

również władni do wytaczania powództw na rzecz konsumentów. Mogą wstępować za ich zgodą do już toczącego się postępowania:

- Rzecznik Ubezpieczonych;
- Rzecznik praw Obywatelskich<sup>6</sup>.

Wymienione organizacje wspierane są przez szereg instytucji, takich jak: Polskie Centrum Badań i Certyfikacji, Polski Komitet Normalizacyjny, Urząd Regulacji Energetyki, Urząd Komunikacji Elektronicznej oraz Urząd Lotnictwa Cywilnego.

Główna odpowiedzialność za ochronę konsumenta ciąży na agencjach rządowych. Jednak w Polsce działają również powołane do tego celu instytucje pozarządowe:

- **Federacja Konsumentów** – największa w Polsce niezależna organizacja pozarządowa, zajmująca się ochroną indywidualnych konsumentów. W całym kraju funkcjonują poradnie Federacji Konsumentów;
- **Stowarzyszenie Konsumentów Polskich** – udziela bezpłatnych porad prawnych w ramach finansowanego ze środków UOKiK Konsumentckiego Centrum E-porad. Jest organizatorem Targów Wiedzy Konsumentckiej;
- **Bankowy Arbitraż Konsumentcki** – działa przy Związku Banków Polskich. Rozstrzyga spory pomiędzy konsumentami-klientami banków, a bankami, w zakresie roszczeń pieniężnych z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania przez bank czynności bankowych lub innych czynności na rzecz konsumenta;
- **Konsumentcki Instytut Jakości** – fundacja, mająca na celu popieranie konsumeryzmu i edukacji konsumenta;
- **Stowarzyszenie Ochrony Zdrowia Konsumentów.**

Najważniejszym organem, prowadzącym w Unii Europejskiej politykę konsumencką, jest Komisja Europejska. W jej ramach działają komórki szczególnie zaangażowane w sprawy konsumenckie – są to: Dyrekcje Generalne ds. Konkurencji, Dyrekcje Generalne ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów, Dyrekcje Generalne ds. Przedsiębiorstw i Przemysłu, Dyrekcje Generalne ds. Społeczeństwa Informacyjnego i Mediów oraz Dyrekcje Generalne ds. Rynku Wewnętrznego i Usług.

W państwach Unii Europejskiej działa również szereg organizacji prokonsumenckich, zarówno tych, będących organami rządowymi, poszczególnych krajów członkowskich, jak i pozarządowych. Warta wspomnienia jest Sieć Europejskich Centrów Konsumentckich (ECC-Net). Jest to sieć, istniejących w państwach, należących do Unii Europejskiej oraz w Norwegii i Islandii Europejskich Centrów Konsumentckich, która powstała w celu szybkiego, taniego i skutecznego rozwiązywania **sporów transgranicznych**. Działalność ta jest o tyle ważna, że w poszczególnych krajach uprawnienia konsumenckie różnią się, czasem nawet znacznie. Różnice dotyczą między innymi czasu, jaki przysługuje konsumentowi na odstąpienie od umowy w razie zakupów, dokonywanych na odległość, upadłości konsumentckiej, pozwów zbiorowych.

<sup>6</sup> Kępczyńska M, Śmigulska A., Ulikowska D., Poradnik kompletny. ABC prawa konsumenta, Informnext sp. z o.o., Warszawa 2009, s.121

Do zadań sieci ECK należy informowanie konsumentów o możliwościach, jakie stwarza Jednolity Rynek UE, pomoc w rozwiązywaniu indywidualnych problemów i skarg konsumenckich, związanych z transakcjami ponadgranicznymi, pomoc konsumentom w korzystaniu z pozasądowych procedur rozstrzygania sporów o zasięgu pan-Europejskim, pomoc w łatwym i świadomym korzystaniu z tych procedur w kontekście ponadgranicznym, współpraca wewnątrz sieci, a także z innymi europejskimi sieciami, takimi jak: FIN-NET (Financial Network), SOLVIT oraz Europejska Sieć Sądownicza (EJN), w sprawach cywilnych i handlowych, dostarczanie informacji na temat krajowego i unijnego prawodawstwa oraz orzecznictwa, dostarczanie analiz porównawczych w zakresie cen, legislacji i innych kwestii, istotnych dla konsumentów, a także dostarczanie Komisji Europejskiej informacji na temat problemów konsumenckich w UE.

Europejskie centra Konsumenckie nie zajmują się natomiast rozpatrywaniem sporów między przedsiębiorcami, między konsumentem, a przedsiębiorcą z tego samego kraju, ani też rozpatrywaniem spraw spoza terytorium Unii Europejskiej, Norwegii i Islandii. Europejskie Centrum Konsumenckie w Polsce (ECK) zostało powołane do życia w styczniu 2005 roku, na mocy porozumienia Komisji Europejskiej z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Projekt finansowany jest ze środków Unii Europejskiej i UOKiK. ECK Polska jest członkiem sieci Europejskich Centrów Konsumenckich (ECC-Net).

Do głównych zadań Europejskiego Centrum Konsumenckiego w Polsce należy budowanie wiedzy konsumentów poprzez przekazywanie informacji o dostępnych środkach prawnych w kraju oraz w innych państwach członkowskich Unii Europejskiej, Norwegii i Islandii, poradnictwo prawne, polubowne rozwiązywanie skarg transgranicznych (cross-border cases), popularyzacja pozasądowych/polubownych możliwości rozwiązywania sporów (ADR), prowadzenie wspólnych z mediami akcji o tematyce konsumenckiej, wspieranie kampanii informacyjnych na szczeblu Wspólnotowym, gromadzenie szczegółowych informacji o instytucjach Unii Europejskiej i poszczególnych systemach prawnych państw członkowskich oraz o historii prawa konsumenckiego, informowanie przedsiębiorców i innych środowisk opiniotwórczych o prawach oraz obowiązkach konsumentów, prowadzenie kampanii edukacyjnych i informacyjnych, jak i ścisła współpraca w ramach sieci Europejskich Centrów Konsumenckich w Europie (ECC-Net).

## 6.2 Prawa konsumenta

### 6.2.1 Zakres ochrony, wynikający z poszczególnych praw konsumenckich w Polsce

Prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa jest jednym z podstawowych praw konsumentów w Polsce, zagwarantowanym w Ustawie Zasadniczej. Uszczegółowienie ochrony konsumentów zawarte zostało w rozproszonym systemie aktów rangi ustawowej, które łącznie określają zakres ochrony konstytucyjnej.

W odniesieniu do szeregu produktów takich jak zabawki, żywność, kosmetyki, istnieją w polskim prawie odrębne przepisy, określające wymogi bezpieczeństwa. W przypadku tych produktów, w odniesieniu do których nie ma odrębnych regulacji, obowiązującym prawem jest **Ustawa o ogólnym bezpieczeństwie produktów**<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> Ustawa o ogólnym bezpieczeństwie produktów z dnia 12 grudnia 2003 r. (Dz. U. Nr 229 poz. 2275)



Zgodnie z jej przepisami przedsiębiorstwo jest zobligowane do wprowadzania na rynek wyłącznie produktów bezpiecznych. Przestrzeganie tego obowiązku podlega weryfikacji ze strony różnych organizacji (rządowych i pozarządowych), między innymi poprzez kontrole SANEPID-u czy wydawanie atestów (np. na zabawki) przez Państwowy Zakład Higieny.

Kontrola jakości produktów przeprowadzana jest przez różne organy, w zależności od tego, o jaki rodzaj produktu chodzi i na którym szczeblu dystrybucji odbywa się kontrola. Produkty w obrocie detalicznym kontroluje Inspekcja Handlowa, owoce i warzywa producentów (przed wprowadzeniem na rynek detaliczny) Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych, wyroby budowlane kontroluje Nadzór Budowlany, jakość leków w aptekach i hurtowniach bada Inspekcja Farmaceutyczna.

Wspominana wcześniej ustawa o ogólnym bezpieczeństwie produktów nakłada na Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nakaz prowadzenia **rejestru produktów niebezpiecznych**<sup>8</sup>. W rejestrze zamieszczane są dane, pozwalające na identyfikację produktu (najczęściej ze zdjęciami), informacje o rodzaju i zakresie zagrożeń, jakie wywołuje ten produkt, ale też np. o decyzji o wycofaniu produktu z rynku. Rejestr zawiera również dane o niebezpiecznych zabawkach dla dzieci, dziecięcej odzieży i innych produktach, przeznaczonych dla najmłodszych. Oprócz produktów, uznanych za niebezpieczne, w rejestrze znajduje się lista towarów, które nie spełniają wymagań, narzucanych przez przepisy, dotyczące poszczególnych kategorii produktów (w tym zabawek, sprzętu AGD i RTV, artykułów motoryzacyjnych itp.). Uzupełnieniem dla krajowego rejestru produktów niebezpiecznych jest prowadzona przez Komisję Europejską baza danych o niebezpiecznych produktach Rapex, zawierająca informacje ze wszystkich państw członkowskich Unii Europejskiej<sup>9</sup>.

**Prawo do informacji** zakłada, że konsument powinien znać i wiedzieć: co dokładnie kupuje, jakie są warunki sprzedaży i gwarancje jej towarzyszące oraz jakie jest ryzyko, które może być związane z używaniem wyrobu.

W zakresie stosunków między przedsiębiorcami, a konsumentami, rzadko która powinność, ciążyąca na stronach przyszłej umowy, jest tak powszechnie łamana, jak właśnie obowiązek rzetelnego informowania konsumenta przez jego partnera. Praktyce takiej mają przeciwdziałać przepisy, precyzujące zakres informacji, jaki przedsiębiorca jest zobowiązany dostarczyć konsumentowi. W zależności od rodzaju produktu kwestia ta regulowana jest w polskim prawie przez różne akty prawne, a obowiązek właściwego oznaczania (etykietowania) ciąży zarówno na producencie jak i na sprzedawcy. Szczegółowe zasady, związane z informowaniem o produktach, obowiązują między innymi w przypadku produktów żywnościowych, preparatów farmaceutycznych, kosmetyków, itd.

### Przykład 1. Zasady oznaczania produktów żywnościowych

Opakowanie produktu żywnościowego musi zawierać informacje o naturze, przeznaczeniu i innych właściwościach produktu, jego trwałości, o składzie wewnętrznym zawartości (w tym informacje o substancjach alergizujących),

<sup>8</sup> Rejestr produktów niebezpiecznych dostępny jest na stronie internetowej UOKiK pod adresem: [http://publikacje.uokik.gov.pl/hermes3\\_pub/WebEngine/DocumentSearchForm.aspx?CDC=PublicRWN](http://publikacje.uokik.gov.pl/hermes3_pub/WebEngine/DocumentSearchForm.aspx?CDC=PublicRWN)

<sup>9</sup> Baza danych o niebezpiecznych produktach Rapex dostępna jest pod adresem: [ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex\\_archives\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm)

pochodzeniu, metodzie wytworzenia, oraz o warunkach, sposobach przechowywania lub wykorzystania (w niezbędnym zakresie).

Oznakowanie produktu żywnościowego, przeznaczonego na rynek krajowy, musi być zrozumiałe dla konsumenta, napisy muszą być po polsku (mogą być dodatkowo oznakowane w innych językach), wyraźne, czytelne i nieusuwalne, umieszczone w widocznym miejscu, (nie mogą być ukryte, zasłonięte, przysłonięte). W ramach regulacji, dotyczących prawa do informacji, przewidziano również:

- **ochronę konsumenta przed informacją, naruszającą jego prywatność** (na przykład niechcianą informacją handlową w postaci druków ulotnych, folderów i innych materiałów reklamowych);
- **ochronę przed uciążliwą reklamą, sprzeczną z przepisami prawa**, dobrymi obyczajami, uchybiającą godności człowieka lub stanowiącą istotną ingerencję w sferę prywatności, zwłaszcza przez nagabywanie w miejscach publicznych, przesyłanie towarów niezamówionych, nadużywanie technicznych środków przekazu;
- **zakaz informacji, wprowadzającej w błąd** (na przykład stosowania oznaczeń, wprowadzających konsumenta w błąd w zakresie charakterystyki środka spożywczego, jego nazwy, rodzaju, właściwości, składu, ilości, trwałości lub miejsca pochodzenia, metod wytwarzania lub produkcji, przypisujących środkowi spożywczemu działania lub właściwości, których nie posiada, sugerujących, że środek posiada szczególne właściwości, jeżeli wszystkie podobne środki spożywcze posiadają takie właściwości, wreszcie: przypisujące środkowi spożywczemu właściwości zapobiegania chorobom lub ich leczenia).

Prawo do ochrony interesu ekonomicznego konsumenta obejmuje trzy grupy regulacji (przepisów). Jest to ochrona przy zawieraniu umowy (praktyczne porady: <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/story.php?story=20>), ochrona przed krzywdzącą treścią umowy oraz ochrona przed niewłaściwą jakością świadczenia (rękojnia, gwarancja). Ochrona przed niewłaściwą jakością świadczenia usługi – case study: <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/story.php?story=298>.

Ważną rolę w zabezpieczeniu prawa do ochrony interesu ekonomicznego konsumenta pełni, przysługujące Prezesowi UOKiK, prawo kontroli wzorców, stosowanych w umowach z udziałem konsumentów. W przypadku, gdy umowa zawiera zapisy naruszające prawa konsumentów, do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kierowane są pozwy o uznanie klauzul za niedozwolone. Postanowienia, które w oparciu o prawomocny wyrok sądu wpisane zostały do Rejestru klauzul niedozwolonych, nie mogą być używane w obrocie prawnym z udziałem konsumentów. UOKiK kontroluje również umowy pod kątem ich przejrzystości i zrozumiałości zapisów. Efekty tych kontroli na rynku usług telekomunikacyjnych oraz sygnały od konsumentów skłoniły Urząd do podjęcia działań, nakierowanych na poprawę tej sytuacji. UOKiK opracował wyjaśnienia, które mają pomóc profesjonalistom w przygotowywaniu wzorców umów. Dokument konsultowany był z izbami, zrzeszającymi przedsiębiorców telekomunikacyjnych, a w pracach nad jego przygotowaniem uczestniczyli również przedstawiciele Ministerstwa Infrastruktury oraz Urzędu Komunikacji Elektronicznej. Podobne kontrole wzorców, stosowanych w umowach, między przedsiębiorcami, a konsumentami, przeprowadzane są regularnie w wielu branżach - od szkół językowych i uczelni niepublicznych, przez organizatorów turystyki, zakłady

ubezpieczeń i banki, aż po telewizje kablowe i dostawców gazu. Regularnie opracowywane są i publikowane na stronie internetowej UOKiK raporty z przeprowadzonych kontroli wzorców umów.<sup>10</sup>

W ramach ochrony konsumenta przed niewłaściwą jakością świadczenia przewidziano w prawodawstwie dwie formy: rękojmię (udziela jej sprzedawca) i gwarancję. Kwestie **rękojmi** reguluje obowiązująca od 1 stycznia 2003 r. Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Przy sprzedaży wszystkich dóbr i usług sprzedawca ponosi odpowiedzialność za jakość sprzedanego dobra czy usługi. Odpowiedzialność z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową istnieje zawsze, niezależnie od wartości towaru oraz tego, czy jest on objęty gwarancją czy nie. Obejmuje ona zarówno wady fizyczne jak i prawne. Jeśli zakupiony towar okaże się wadliwy, konsument ma prawo żądać usunięcia wady lub żądać wymiany na towar wolny od wad. Jeśli wymiana lub naprawa są niemożliwe, wymagają zbyt dużych kosztów lub oznaczają dla kupującego znaczną niedogodność, można zażądać obniżenia ceny lub odstąpić od umowy – czyli zwrócić towar i otrzymać z powrotem zapłacone za niego pieniądze. Sprzedający ma 14 dni na ustosunkowanie się do złożonej reklamacji i jeśli w tym terminie nie podważy jej zasadności, to uznaje się, że ją zaakceptował. Musi wówczas zaoferować to, czego żąda nabywca. Sprzedawca jest odpowiedzialny za niezgodność towaru z umową przez dwa lata od chwili sprzedaży, chyba, że w chwili zawarcia umowy wiedział o niezgodności i nie zwrócił na to uwagi kupującego. Krótsze terminy odpowiedzialności za towar obowiązują dla żywności i produktów używanych.

**Za wady zawsze odpowiada sprzedawca i nie ma on prawa odsyłać konsumenta do producenta, hurtownika czy importera.**

Kodeks cywilny, art. 577.

W wypadku, gdy kupujący otrzymał od sprzedawcy dokument gwarancyjny, co do jakości rzeczy sprzedanej, poczytuje się w razie wątpliwości, że wystawca dokumentu (gwarant) jest obowiązany do usunięcia wady fizycznej rzeczy lub do dostarczenia rzeczy wolnej od wad.

**Gwarancja** jest dobrowolnym zobowiązaniem sprzedawcy, potwierdzającym jakość produktu albo usługi. Sprzedawca sam określa uprawnienia konsumenta. Nie oznacza to, że przestają go obowiązywać przepisy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Gwarancja stanowi ich uzupełnienie i kupujący zawsze może domagać się praw, które zapewnia mu ustawa, niezależnie od tego, czy są one ujęte w gwarancji czy nie. Informacja o tym powinna z mocy prawa znaleźć się na karcie gwarancyjnej. Karta gwarancyjna jest podstawowym dokumentem przy reklamacjach gwarancyjnych. Za wady z tytułu gwarancji odpowiada wystawca karty, a często nie jest nim sprzedawca, lecz producent czy importer i on też określa miejsce, do którego należy zwrócić się z reklamacją.

Poszczególne przepisy o prawach konsumenta wprowadzają w wielu przypadkach możliwość ubiegania się przez konsumenta o odszkodowanie za szkody wynikłe z łamania tych praw. Prawo do odszkodowania i ułatwień w ich dochodzeniu w odniesieniu do poszczególnych konsumentów w obszarze organów rządowych i samorządowych realizowane jest przez **rzeczników praw konsumenckich** (powiatowych lub miejskich). Ich zadania szczegółowe są następujące:

<sup>10</sup> Raporty z kontroli przeprowadzonych na przestrzeni ostatnich kilku lat dostępne są pod adresem internetowym: <http://uokik.gov.pl/raporty2.php>

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów;
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów;
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu, organami Inspekcji handlowej oraz organizacjami konsumenckimi;
- wykonywanie innych zadań, określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych;
- wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie, za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów;
- występowanie jako oskarżyciele publiczni w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów w rozumieniu przepisów Kodeksu postępowania w sprawach o wykroczenia, naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
- występowanie do Prezesa UOKiK z zawiadomieniem, dotyczącym podejrzenia stosowania praktyk, naruszających zbiorowe interesy konsumentów;
- wytaczanie powództwa w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone (art. 479 (38) § 1 ustawy Kodeks postępowania cywilnego).

Udzielanie rzecznikowi konsumentów wyjaśnień i informacji, będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub ustosunkowanie się do uwag i opinii rzecznika, stanowi ustawowy obowiązek. Za jego niedopełnienie grozi grzywna nie mniejsza, niż 2 000 zł. Również większość organizacji pozarządowych (np. Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie konsumentów Polskich) w spektrum swoich zadań ma pomóc konsumentom w dochodzeniu odszkodowań.

Prawo do reprezentacji swoich interesów sprowadza się w Polsce w praktyce do szczególnej roli organizacji konsumenckich oraz do reprezentacji interesów konsumentów także przez specjalne organy, tj. powiatowego rzecznika konsumentów i Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

### 6.2.2 Odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec konsumenta. Konsekwencje prawne stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych

Przedsiębiorstwo, które narusza podstawowe prawa konsumenckie musi ponieść prawne konsekwencje swojego działania. Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK ma możliwość **nakładania na przedsiębiorców kar finansowych za praktyki, godzące w konsumentów**. Maksymalna sankcja w takim przypadku może wynieść do **10 proc. przychodu w roku, poprzedzającym** wydanie decyzji. W zależności od tego, na jakim etapie kontaktów z konsumentem nastąpiło naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, inna jest wysokość kar finansowych, przewidzianych przez UOKiK:

- naruszenie na etapie przedkontraktowym, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy, ukierunkowane na pozyskiwanie konsumentów lub złożenie



oferty konsumentom, mające na celu skłonienie do zawarcia kontraktu – od 0,02 do 0,3% przychodu;

- naruszenie na etapie zawierania kontraktu, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumenta, wyrażającego zamiar zawarcia kontraktu, polegające na naruszeniu przepisów prawa, wpływające na treść kontraktu – od 0,05% do 0,6% przychodu;
- naruszenie na etapie wykonywania kontraktu, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy, polegające na wykorzystaniu przewagi, wynikającej z zawarcia kontraktu poprzez zniekształcanie, wynikających z przepisów praw i obowiązków stron kontraktu – od 0,1% do 0,7% przychodu.

Waga naruszenia, poprzez ocenę jego szkodliwości, będzie oceniana w ramach każdej kategorii<sup>11</sup>.

**Zapoznaj się z prezentacją pt. „Odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec konsumenta. Konsekwencje prawne stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych”, aby dowiedzieć się więcej na ten temat.**

### 6.2.3 Polskie i unijne akty prawne regulujące ochronę konsumentów

Podstawowe akty prawne związane z ochroną praw konsumenckich zaprezentowano w załączniku: *Akty normatywne w ochronie praw konsumenckich*.

## 6.3 Literatura

### 6.3.1 Literatura obowiązkowa

- Kępczyńska M, Śmigulska A., Ulikowska D., Poradnik kompletny. ABC prawa konsumenta, Infornext sp. z o.o., Warszawa 2009;
- Komor M., Euromarketing. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na eurorynku., PWN, Warszawa 2000;
- Pierwszy Program Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej ds. Polityki na rzecz Ochrony i Informacji Konsumentów z 1975 r.;
- Traktat o Wspólnocie Europejskiej, Maastricht 1993;
- Traktat o Wspólnotach Europejskich, Rzym 25 marca 1957 r.;
- Ustawa o ogólnym bezpieczeństwie produktów z dnia 12 grudnia 2003 r. (Dz. U. Nr 229 poz. 2275);
- Ustawa zasadnicza, Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997r. (Dz.U. 1997 Nr 78 poz. 483);

<sup>11</sup> Wyjaśnienia z dnia 02.03.2009.w sprawie ustalania wysokości kar pieniężnych za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów – tekst dostępny na stronie internetowej UOKiK pod adresem: [http://uokik.gov.pl/wyjasnienia\\_w\\_sprawie\\_kar2.php](http://uokik.gov.pl/wyjasnienia_w_sprawie_kar2.php)

- Włodarczyk-Śpiwak K., System ochrony konsumenta w Polsce, Funkcjonowanie gospodarki polskiej w warunkach integracji i globalizacji, red. Kopycińska D., Katedra Mikroekonomii Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2005;
- Woś J., Racocka M., Kacperek-Hoppe M., Zachowania konsumentów – teoria i praktyka, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2004;
- ZIELONA KSIĘGA w sprawie przeglądu dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta Bruksela, dnia 8.2.2007, KOM(2006) 744 wersja ostateczna.

### 6.3.2 Literatura uzupełniająca

- Rezolucja Zgromadzenia Ogólnego ONZ nr 39/248 z 09.04.1985 r.;
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r., Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 z późn. zm.).

### 6.3.3 Netografia

- [http://publikacje.uokik.gov.pl/hermes3\\_pub/WebEngine/DocumentSearchForm.aspx?CDC=PublicRWN](http://publikacje.uokik.gov.pl/hermes3_pub/WebEngine/DocumentSearchForm.aspx?CDC=PublicRWN);
- [ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex\\_archives\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm);
- <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/story.php?story=20>;
- <http://www.federacja-konsumentow.org.pl/story.php?story=298>;
- <http://uokik.gov.pl/raporty2.php>;
- [http://uokik.gov.pl/wyjasnienia\\_w\\_sprawie\\_kar2.php](http://uokik.gov.pl/wyjasnienia_w_sprawie_kar2.php).

## 6.4 Spis rysunków

Rysunek 6.1. Prawa konsumenta w Unii Europejskiej .....	3
Rysunek 6.2. System ochrony konsumenta w Polsce .....	5

## 6.5 Spis treści

6 Ochrona konsumenta .....	2
6.1 Państwo a konsument .....	2
6.1.1 Ochrona praw konsumentów – podstawowe informacje i geneza .....	2
6.1.2 Organizacje zajmujące się ochroną praw konsumenta .....	5
6.2 Prawa konsumenta .....	8
6.2.1 Zakres ochrony wynikający z poszczególnych praw konsumenckich w Polsce .....	8
6.2.2 Odpowiedzialność przedsiębiorstwa wobec konsumenta. Konsekwencje prawne stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych .....	12
6.2.3 Polskie i unijne akty prawne regulujące ochronę konsumentów .....	13
6.3 Literatura .....	13
6.3.1 Literatura obowiązkowa .....	13
6.3.2 Literatura uzupełniająca .....	14
6.3.3 Netografia .....	14



6.4	Spis rysunków .....	14
-----	---------------------	----