
MONOGRAFIE PRAWNICZE

OCHRONA KONSUMENTA
W PRAWIE POLSKIM
I UNII EUROPEJSKIEJ

Redakcja:

MARIA KRÓLIKOWSKA-OLCZAK
BEATA PACHUCA-SMULSKA



Wydawnictwo C.H.Beck

MONOGRAFIE PRAWNICZE

MARIA KRÓLIKOWSKA-OLCZAK, BEATA PACHUCA-SMULSKA (red.)
• OCHRONA KONSUMENTA W PRAWIE POLSKIM I UNII EUROPEJSKIEJ

Polecamy nasze publikacje:

Marcin Lolik

**WSPÓŁCZESNE PRAWO KONTRAKTÓW
– WYBRANE ZAGADNIENIA**

Wojciech Iwański

**UMOWA RACHUNKU BANKOWEGO OBJĘTEGO
BANKOWOŚCIĄ INTERNETOWĄ**

Konrad Politowicz

GRZYWNA AKCESORYJNA W POLSKIM PRAWIE KARNYM

Paweł Czarnecki

**POSTĘPOWANIE DYSCIPLINARNE WOBEC OSÓB
WYKONUJĄCYCH PRAWNICZE ZAWODY ZAUFANIA
PUBLICZNEGO**

Jan Lic

SPÓŁKA CYWILNA, PROBLEMY PODMIOTOWOŚCI PRAWNEJ

Joanna Zięba

RENTY STRUKTURALNE W USTAWODAWSTWIE ROLNYM

Ewa Rott-Pietrzyk

**WYKŁADNIA UMÓW W PRAWIE MODELOWYM I WSPÓLNYM
EUROPEJSKIM PRAWIE SPRZEDAŻY (CESL)**



Legalis
System Informacji Prawnej

www.ksiegarnia.beck.pl

OCHRONA KONSUMENTA W PRAWIE POLSKIM I UNII EUROPEJSKIEJ

Redakcja:

MARIA KRÓLIKOWSKA-OLCZAK
BEATA PACHUCA-SMULSKA



WYDAWNICTWO C.H.BECK
WARSZAWA 2013

Wydawca: Natalia Adamczyk

Recenzja naukowa: prof. dr hab. Andrzej Powałowski

Publikacja dofinansowana przez Uniwersytet Warmińsko-Mazurski
w Olsztynie oraz przez CanPack S.A. z siedzibą w Krakowie



© **Wydawnictwo C.H.Beck 2013**

Wydawnictwo C.H.Beck Sp. z o.o.
ul. Bonifraterska 17, 00-203 Warszawa

Skład i łamanie: Wydawnictwo C.H.Beck
Druk i oprawa: Elpil, Siedlce

ISBN 978-83-255-6222-9



ISBN e-book 978-83-255-6223-6

Spis treści

Przedmowa	XIII
Autorzy	XVII
Wykaz skrótów	XXIII
Bibliografia	XXIX
Część I. Społeczeństwo konsumpcyjne w refleksji filozoficznej i językowej.	1
Rozdział I. Fenomeny społeczeństwa konsumpcyjnego w filozofii	
<i>Hanny Arendt</i>	1
Rozdział II. „kFEEL NATURALny” – spojrzenie językoznawcy na najnowsze reklamy	12
§ 1. Wprowadzenie.....	12
§ 2. Budowa reklamy.....	14
§ 3. Charakterystyka wypowiedzi reklamowej	15
§ 4. Slogan – główna część reklamy.....	18
§ 5. Reklama a obyczaje językowe.....	22
§ 6. Podsumowanie	24
Część II. Prawo konsumenta do informacji	25
Rozdział III. Konsument – pojęcie i jego europejski model	25
§ 1. Wprowadzenie.....	25
§ 2. Definicja konsumenta w prawie polskim.....	26
§ 3. Definicja konsumenta w prawie Unii Europejskiej.....	30
§ 4. Model przeciętnego konsumenta	33
§ 5. Podsumowanie	37
Rozdział IV. Prawo do informacji i edukacji podstawą ochrony interesów konsumenta	38
§ 1. Wprowadzenie.....	38
§ 2. Pojęcie informacji	38
§ 3. Ewolucja regulacji prawnych – prawa do informacji	40
§ 4. Społeczeństwo informacyjne	42
§ 5. Prawo konsumenta do informacji	43

§ 6. Informacja handlowa a reklama	47
§ 7. Podstawy prawa do informacji w projekcie ustawy o prawach konsumenta.....	51
§ 8. Podstawy prawa do informacji w wybranych szczegółowych regulacjach prawnych	54
§ 9. Prawo do prywatności informacyjnej.....	58
§ 10. Podsumowanie	62
Rozdział V. Reklama zawodów prawniczych a interes konsumentów – na przykładzie zawodu adwokata	63
§ 1. Wprowadzenie.....	63
§ 2. Reklama	64
§ 3. Reklama a informacja.....	66
§ 4. Reklama i informacja o usługach adwokackich.....	67
I. Zakaz reklamy usług adwokackich	67
II. Informacja o usługach adwokackich	69
III. Status podmiotu świadczącego usługi prawne a reklama.....	73
1. Aplikanci adwokacy.....	73
2. Doradcy prawni.....	73
3. Promowanie Adwokatury.....	74
§ 5. Reklama adwokacka – spojrzenie konsumenta.....	74
§ 6. Podsumowanie	75
Rozdział VI. Potrzeba ochrony prawnej poszczególnych grup konsumentów jako odbiorców reklamy	77
§ 1. Wprowadzenie.....	77
§ 2. Problematyka reklamy	78
§ 3. Model współczesnego konsumenta	79
§ 4. Klasyfikacja konsumentów jako odbiorców reklamy	80
I. Dzieci jako wyjątkowi odbiorcy reklamy.....	82
II. Osoby starsze	85
§ 5. Podsumowanie	88
Część III. Konsument na rynku usług medycznych	91
Rozdział VII. Ochrona zdrowia publicznego w systemie prawnym Unii Europejskiej	91
§ 1. Wprowadzenie.....	91
§ 2. Ewolucja rozwiązań prawnych UE w zakresie zdrowia publicznego .	92
§ 3. Prawo do ochrony zdrowia w Traktacie lizbońskim	96
§ 4. Regulacje prawne dotyczące wyrobów tytoniowych a ochrona zdrowia	98

§ 5. Regulacje prawne dotyczące tzw. dopalaczy a ochrona zdrowia	99
§ 6. Podsumowanie	101
Rozdział VIII. Udostępnianie informacji o stanie zdrowia konsumenta- pacjenta przez podmiot wykonujący działalność leczniczą	102
§ 1. Wprowadzenie.....	102
§ 2. Pacjent jako konsument	103
§ 3. Udostępnianie informacji o stanie zdrowia	104
I. Udostępnianie informacji o stanie zdrowia	104
II. Udostępnianie dokumentacji medycznej.....	105
§ 4. Podsumowanie.....	111
Rozdział IX. Reklama farmaceutyczna a ochrona praw konsumenta	113
§ 1. Wprowadzenie.....	113
§ 2. Reklama farmaceutyczna.....	114
§ 3. Źródła ograniczeń stawianych reklamie farmaceutycznej	116
§ 4. Rodzaje nadzoru nad reklamą farmaceutyczną.....	117
§ 5. Roszczenia konsumenta	120
§ 6. Ochrona interesów konsumentów w postępowaniu cywilnym	128
§ 7. Podsumowanie	134
Rozdział X. Prawo konsumenta do informacji a reklama produktów leczniczych, produktów kosmetycznych, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz suplementów diety	136
§ 1. Wprowadzenie.....	136
§ 2. Konsument – nabywca produktów leczniczych, produktów kosmetycznych, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego i suplementów diety.....	137
§ 3. Prawo konsumenta do informacji	138
§ 4. Reklama w prawie farmaceutycznym.....	141
§ 5. Reklama produktów kosmetycznych i informacje o produkcie.....	144
§ 6. Reklama i informacja dotycząca środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego i suplementów diety	145
§ 7. Podsumowanie	146
Część IV. Konsument na rynku usług turystycznych	147
Rozdział XI. Ochrona konsumenta na rynku usług turystycznych	147
§ 1. Wprowadzenie	147
§ 2. Rozwój sektora usług turystycznych jako determinant konieczności ochrony turysty jako konsumenta	148
§ 3. Turysta i organizator turystyki jako strony umowy	150

I. Turysta jako konsument	151
II. Organizator turystyki	153
§ 4. Konieczne informacje przed zawarciem umowy	155
§ 5. Charakter prawny i treść umowy o podróż	158
§ 6. Odpowiedzialność kontraktowa i deliktowa organizatora turystyki	159
§ 7. Zmiany w treści umowy	161
§ 8. Podsumowanie	163
Rozdział XII. Ochrona konsumenta usług transportu lotniczego	165
§ 1. Wprowadzenie	165
§ 2. Prawa przyznane pasażerom linii lotniczych na gruncie prawa unijnego	168
§ 3. Nadzwyczajne okoliczności ograniczające lub uwalniające przewoźnika od odpowiedzialności	174
§ 4. Postępowanie reklamacyjne	179
§ 5. Proponowane zmiany w przepisach unijnych dotyczących praw pasażerów linii lotniczych	183
§ 6. Podsumowanie	186
Rozdział XIII. Ochrona konsumenta na rynku przewozów morskich	188
§ 1. Wprowadzenie	188
§ 2. Specyfika rynku przewozów morskich pasażerskich – nowe trendy, nowe wyzwania	190
§ 3. Międzynarodowy a europejski rynek morskich przewozów pasażerskich	193
§ 4. Prawo pasażera do informacji	199
§ 5. Prawa pasażerów i obowiązki przewoźnika w przypadku odwołania lub opóźnienia podróży	201
§ 6. Prawo do niedyskryminacyjnych warunków umownych osób niepełnosprawnych	204
§ 7. Skarga pasażera na działania przewoźników	208
§ 8. Odpowiedzialność przewoźnika morskiego za śmierć lub uszczerbek na zdrowiu pasażera	210
§ 9. Odpowiedzialność przewoźnika morskiego za bagaż pasażera	212
§ 10. Podsumowanie	213
Część V. Ochrona konsumenta na rynku żywnościowym	217
Rozdział XIV. Prawo konsumentów do rzetelnej informacji na rynku żywności	217
§ 1. Wprowadzenie	217

§ 2. Regulacje prawne dotyczące rzetelnej informacji o żywności w Unii Europejskiej i w Polsce	218
§ 3. Wybrane akty prawne dotyczące informowania konsumentów o niektórych rodzajach żywności.....	231
§ 4. Ochrona konsumentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi i czynami nieuczciwej konkurencji.....	234
§ 5. Podsumowanie	240
Rozdział XV. Ochrona oznaczeń geograficznych z perspektywy konsumentów	241
§ 1. Wprowadzenie.....	241
§ 2. Oznaczenie geograficzne – pojęcie	242
§ 3. <i>Ratio legis</i> ochrony oznaczeń geograficznych.....	244
I. Perspektywa konsumentów	244
1. Funkcja informacyjna	244
2. Funkcja gwarancyjna	246
II. Perspektywa producentów	247
1. Ochrona reputacji	247
2. Funkcja przyciągania klienteli.....	248
III. Perspektywa regionu i kraju.....	249
1. Ochrona obszarów wiejskich	249
2. Gastronomia turystyczna	250
§ 4. Instrumenty ochrony oznaczeń geograficznych w Unii Europejskiej	251
I. Chroniona Nazwa Pochodzenia (ChNP) oraz Chronione Oznaczenie Geograficzne (ChOG).....	251
II. Skutki rejestracji	252
§ 5. Zakres ochrony oznaczeń geograficznych.....	253
I. Bezprawne porównanie lub wykorzystanie renomy na przykładzie nazwy <i>champagne</i>	253
II. Nadużycie, imitacja, przywołanie	257
1. Gorgonzola v. Cambozola	257
2. Parmigiano Reggiano v. parmezan.....	258
3. Fałszywe i wprowadzające w błąd określenie miejsca pochodzenia	258
§ 6. Podsumowanie.....	259
Część VI. Rynek usług finansowych	261
Rozdział XVI. Skuteczność zabezpieczenia roszczeń nabywcy poprzez otwarty mieszkaniowy rachunek powierniczy w przypadku upadłości dewelopera	261

§ 1. Wprowadzenie.....	261
§ 2. Dopuszczalność realizacji przedsięwzięcia deweloperskiego na gruncie niebędącym własnością lub w użytkowaniu wieczystym dewelopera	263
§ 3. Uregulowania prawne upadłości dewelopera przed i po wejściu w życie ustawy deweloperskiej.....	268
§ 4. Odrębne masy upadłości w zakresie przedsięwzięć deweloperskich ..	272
§ 5. Pierwszeństwo w zaspokojeniu nabywców.....	274
§ 6. Zgromadzenie nabywców	276
§ 7. Podsumowanie	278
Rozdział XVII. Patologie systemu konsorcyjnego – wybrane aspekty nieuczciwej praktyki rynkowej	280
§ 1. Wprowadzenie.....	280
§ 2. System konsorcyjny	280
§ 3. Prawo karne a prowadzenie działalności w formie systemu konsorcyjnego.....	285
I. Penalizacja systemu konsorcyjnego w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji	285
II. Penalizacja systemu konsorcyjnego w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	286
§ 4. Podsumowanie	289
Rozdział XVIII. Niedozwolone klauzule umowne w umowach ubezpieczenia	291
§ 1. Wprowadzenie.....	291
§ 2. Niedozwolone postanowienia umowne w regulacji Kodeksu cywilnego	291
§ 3. Dobre obyczaje a <i>good faith</i> – problematyka klasyfikacji	294
§ 4. Wzorzec umowy – jego klasyfikacja i kontrola	295
§ 5. Niedozwolone postanowienia umowne w zakresie ubezpieczeń na podstawie wpisów do rejestru UOKiK.....	299
§ 6. Podsumowanie	302
Część VII. Ochrona konsumenta na rynku usług internetowych	305
Rozdział XIX. Ochrona konsumenta w handlu elektronicznym	305
§ 1. Wprowadzenie.....	305
§ 2. Umowy zawierane pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem w Internecie	307
I. Pojęcie umów zawieranych na odległość	307
II. Obowiązki informacyjne przedsiębiorcy.....	308

III. Prawo odstąpienia od umowy.....	312
IV. Pozostałe zagadnienia	317
§ 3. Podsumowanie	319
Rozdział XX. Konsument wobec internetowej reklamy behawioralnej	321
§ 1. Wprowadzenie.....	321
§ 2. <i>Data mining</i> , zbiory informacji o konsumentach.....	322
§ 3. Profilowanie marketingowe	326
§ 4. Internetowa reklama behawioralna – polskie i ponadnarodowe rozwiązania prawne.....	332
§ 5. Kodeksy branżowe, ochrona danych osobowych konsumentów.....	337
§ 6. Ekonomiczne znaczenie profilowania marketingowego.....	340
§ 7. Podsumowanie	345
Część VIII. Ochrona konsumenta w prawie cywilnym, prawie zamówień publicznych i postępowaniu administracyjnym	347
Rozdział XXI. Wpływ zmowy przetargowej na ograniczanie praw konsumenta	347
§ 1. Wprowadzenie.....	347
§ 2. Pojęcie porozumień ograniczających konkurencję	348
§ 3. Rodzaje zmowy przetargowej.....	350
§ 4. Formy zmowy przetargowej.....	350
I. Zmowy zamawiających z wykonawcami	352
§ 5. Postępowanie w sprawie udzielenia zamówienia publicznego a zмова przetargowa.....	352
I. Ogłoszenie o zamówieniu.....	352
II. Kryteria kwalifikacji wykonawców	353
III. Opis przedmiotu zamówienia i sporządzenie oferty	356
IV. Wadium	356
V. Unieważnienie postępowania przetargowego.....	357
§ 6. Sankcje za naruszenie prawa poprzez zawarcie zmowy przetargowej	357
§ 7. Podsumowanie	359
Rozdział XXII. Konsumentckie prawo odstąpienia od umowy	361
§ 1. Wprowadzenie.....	361
§ 2. Umowne prawo odstąpienia.....	362
I. Istota prawa odstąpienia	362
II. Termin realizacji prawa odstąpienia.....	363
III. Skutki odstąpienia od umowy	364
IV. Odstępne.....	365

§ 3. Odstąpienie od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa i umowy zawartej na odległość	366
I. Pojęcie umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa	366
II. Pojęcie umowy zawartej na odległość	368
III. Konstrukcja prawa odstąpienia od umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa i umowy zawartej na odległość	369
IV. Skutki odstąpienia	374
V. Odstąpienie od umowy a reklama.....	376
§ 4. Przypadki umownego prawa odstąpienia przez kupującego.....	376
§ 5. Odstąpienie od umowy z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową	377
I. Rękojmia a niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową....	377
II. Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową	378
III. Uprawnienia kupującego	380
§ 6. Podsumowanie	382
Rozdział XXIII. Wydawanie kopii i odpisów dokumentów w trybie przepisów KPA oraz ich znaczenie dla konsumentów	383
§ 1. Wprowadzenie.....	383
§ 2. Część merytoryczna	384
§ 3. Podsumowanie	390
Indeks rzeczowy	391

Przedmowa

Dynamiczny rozwój ochrony konsumenta w Unii Europejskiej zrewolucjonizował ochronę konsumenta w Polsce. Podstawę dla realizacji unijnej polityki konsumenckiej stanowią trzy filary prawa konsumenckiego: działania w obszarach ochrony zdrowia, bezpieczeństwa i dobrobytu gospodarczego, w tym promowanie prawa do informacji i edukacji konsumenckiej oraz ochrony interesów konsumentów, a także wzmacnianie pozycji stowarzyszeń działających na rzecz ochrony konsumentów.

Określenie treści pojęcia konsumenta nie jest sprawą prostą, ponieważ nie da się raz na zawsze ustalić kogo „uważa się” za konsumenta¹. Jest to bowiem pojęcie funkcjonalne, którego granice zależą od natury i zakresu ochrony, jaką prawodawca zamierza stworzyć w danej sytuacji lub dziedzinie obrotu. Zróżnicowanie zakresu ochrony kształtuje pojęcie konsumenta, które w istocie służy wskazaniu podmiotowego zakresu ochrony. W krajowych porządkach prawnych prawodawcy przyjmują założenie, że wobec przedsiębiorcy, profesjonalisty, konsument jest zawsze stroną słabszą, tak ze względu na stopień swoich kompetencji i dostępu do informacji, jak i możliwości ekonomicznych. Z tych względów wymaga zwiększonej ochrony prawnej. Prawodawca unijny dąży nie tyle do wyrównania osobistej pozycji konsumenta jako strony słabszej, co do wzmocnienia jego roli w mechanizmach konkurencji, bowiem tego wymaga zapewnienie równowagi i rozwoju rynku wewnętrznego. Wolna konkurencja wspiera harmonijny rozwój działalności gospodarczej i zatrudnienia, a w konsekwencji podwyższa poziom i jakość życia obywateli Unii Europejskiej. Jednocześnie ochrona przed nieuczciwymi czynami konkurencji i nieuczciwymi praktykami rynkowymi zapewnia postęp technologiczny i poprawia jakość usługi lub produktu, gwarantując tym samym obniżenie kosztów. Przynosi ona zatem korzyść konsumentom, ponieważ mogą oni dzięki temu cieszyć się produktami lub usługami wyższej jakości po lepszej cenie².

W monografii zaprezentowano analizę wybranych zagadnień dotyczących praw konsumenta w poszczególnych sektorach gospodarki. Każde opracowanie odnosi się do problemów nie tylko aktualnych, często dyskusyjnych, ale posiada nierzadko wyjątkowe znaczenie dla praktyki. Przedkładana Czytelnikowi książka została podzielona na osiem części, które zawierają problemowe potraktowanie wybranych, najciekawszych i najświeższych zagadnień. Punkt wyjścia stanowi refleksja filozoficzna i językowa dotycząca społeczeństwa konsumpcyjnego, która pozwala na ubogacenie rozważań prawniczych.

¹ Zob. *M. Pyziak-Szafnicka* (red.), *Kodeks cywilny, część ogólna. Komentarz*, Warszawa 2009, s. 224 i n.

² *Prawo i ekonomia konkurencji. Wybrane zagadnienia*, Warszawa 2010, s. 25.

Część druga, zatytułowana Prawo konsumenta do informacji wskazuje na pojęcie i europejski model konsumenta, analizuje jego prawo do informacji przez pryzmat ochrony oraz przybliża kontrowersyjną kwestię reklamy zawodów prawniczych na przykładzie zawodu adwokata z perspektywy interesu konsumentów. Ostatnie opracowanie w tej części odnosi się do analizy rozwiązań prawnych ochrony adresatów reklamy przed niekorzystnym jej wpływem, w szczególności w odniesieniu do dzieci i osób starszych.

Trzecią część – Konsument na rynku usług medycznych – otwierają rozważania obejmujące działania Unii Europejskiej w dziedzinie ochrony zdrowia publicznego, które z jednej strony uzależnione są od systemu organizacji służby zdrowia w państwach członkowskich, z drugiej strony zauważa się istotny wpływ prawa unijnego na unormowania krajowe. Zaakcentować trzeba, że poprzez zbliżanie ustawodawstw dotyczących bezpieczeństwa żywności, przeciwdziałanie obrotowi dopalaczami, czy legislacją obejmującą informacje i ostrzeżenia zdrowotne w zakresie wyrobów tytoniowych następuje zobowiązanie państwa do uchwalania aktów prawnych, których rezultaty są przeznaczone dla potencjalnie każdego członka społeczeństwa. Znakomicie uzupełnia tę problematykę kolejna praca odnosząca się do zjawiska udostępniania danych o stanie zdrowia pacjenta przez podmiot udzielający świadczeń medycznych. Autor wyjaśnia, że pacjent, który sam płaci za wykonywanie usług medycznych, jak i pacjent, którego leczenie jest opłacane przez NFZ są konsumentami. W części tej podnosząc, że zdrowie publiczne jest chronione przez Konstytucję RP, ustosunkowano się również do reklamy farmaceutycznej oraz roszczeń jakie przysługują konsumentom – odbiorcom reklamy w sytuacji naruszenia ich praw. Nie pominięto również prawa konsumenta do reklamy i informacji w przedmiocie produktów leczniczych, produktów kosmetycznych, środków spożywczych specjalnego przeznaczenia żywieniowego oraz suplementów diety.

Niezwykle szybko rozwijający się sektor usług turystycznych rodzi potrzebę coraz większej prawnej ochrony turysty, jako konsumenta na rynku usług turystycznych (część czwarta). W pełni kompatybilne są również wywoływy obejmujące ochronę konsumenta na rynku usług lotniczych i przewozów morskich. Opracowania poddają analizie system ochrony praw przysługujących pasażerom linii lotniczych, odpowiedzialności przewoźników i możliwości jej wyłączenia, a także dochodzenia roszczeń w kontekście ogólnych wymogów ochrony konsumentów. Poruszono, jakże istotną kwestię odpowiedzialności cywilnej za szkody powstałe w związku z przewozem lotniczym osób, wynikłe w szczególności wskutek odmowy przyjęcia na pokład, opóźnienia lotu lub jego odwołania. Rynek przewozów morskich jest uregulowany odmiennie od przewozów lotniczych i lądowych. Zauważa się obecnie dążenie na rzecz zwiększenia praw pasażerów statków, do której przyczyniły się polityka transportu morskiego oraz polityka bezpieczeństwa i ochrony środowiska morskiego.

Na problematykę części piątej – Prawo konsumenta na rynku żywnościowym – składa się prawo konsumentów do rzetelnej informacji i edukacji o cechach oferowanej żywności, jej cenie, o procedurach reklamacyjnych, jak również problem ochrony oznaczeń geograficznych z punktu widzenia konsumenta. Nie sposób nie zauważyć, że coraz większe znaczenie w odbiorze konsumentów zaczynają odgrywać: jakość produktów rozumiana jako ich różnorodność, szczególne walory, stanowiące o ich wyjątkowości, które

są często związane z pochodzeniem geograficznym. W tym kontekście oznaczenia geograficzne, czyli nazwy służące oznaczaniu produktów pochodzących z określonego miejsca, z którym łączona jest określona jakość wyrobu takie jak szampan, oscypek czy basmati mogą niewątpliwie ułatwiać konsumentom identyfikację i wybór produktu. Z kolei prawna ochrona nazw geograficznych chroni konsumentów przed nieuczciwymi praktykami producentów i wprowadzeniem w błąd przy zakupie wyrobu.

Część szósta odnosi się do zagadnień rynku usług finansowych przez prezentację skuteczności zabezpieczenia nabywcy lokalu poprzez otwarty mieszkaniowy rachunek powierniczy, który nie jest zabezpieczony gwarancją bankową lub ubezpieczeniową. Kolejny rozdział został poświęcony patologii systemu konsorcyjnego. Autor przedstawia założenia tego systemu, poświęcając się studium przypadków. Dokonuje analizy przepisów prawnokarnych zawartych w ustawie o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, dotyczącym nieuczciwej praktyki jaką jest prowadzenie działalności w formie systemu konsorcyjnego, tzw. systemu argentyńskiego. Bezwzględny zakaz organizowania i prowadzenia działalności w ramach systemu argentyńskiego wynika z tego, że jest szczególnie niekorzystny dla konsumentów. Rozważania tej części zamyka opracowanie klauzul niedozwolonych w umowach z konsumentami.

Powstanie rynku usług internetowych, dzięki nowoczesnym technikom komunikacji, digitalizacji oraz globalnej dostępności do sieci komputerowych, stało się także impulsem do dyskusji na temat ochrony konsumenta (część siódma). Istotnym elementem rozważań jest stworzenie ram prawnych w zakresie ochrony interesów konsumentów w handlu elektronicznym. Niezwykle ważne w praktyce zagadnienie, poruszone w kolejnym rozdziale, dotyczy rozwoju form przekazu informacji, który jest skorelowany z poszukiwaniem nowych nośników reklamy. Rynek reklamy internetowej nieustannie rozwija się, a nowe kanały komunikacji są źródłem reklamy behawioralnej, zakazanej, nieetycznej. Profilowanie marketingowe zarówno jawne jak i niewymagające uzyskania informacji bezpośrednio od użytkownika, jak każda płaszczyzna komunikacji elektronicznej, wiąże się tworzeniem baz zawierających dane osobowe uczestników wymiany informacji.

Ochrona konsumenta w prawie cywilnym, prawie zamówień publicznych i administracyjnym postępowaniu egzekucyjnym stanowi przedmiot refleksji prawniczej ostatniej części publikacji. W rozdziale XXI tej części odniesiono się do zmowy przetargowej jako jednej z form naruszeń konkurencji, która może również ograniczyć prawa konsumenta. Negatywny wpływ zmowy przetargowej przejawia się m.in. ograniczeniem dostępu przedsiębiorców do konkurencyjnego udziału w postępowaniu przetargowym, brakiem stymulacji do rozwoju gospodarczego, ustalaniem cen i brakiem motywacji w podnoszeniu jakości. Konsekwencją zawarcia porozumień takich jak zмова przetargowa jest naruszenie interesów majątkowych konsumentów. Istnienie konkurencji w zamówieniach publicznych przyczynia się również do ochrony praw konsumenta, ponieważ powoduje niższe ceny, bogatą i zróżnicowaną ofertę, wyższą jakość towarów i usług oraz możliwość dokonywania zakupów, które najbardziej zaspokajają potrzeby konsumenta. W rozdziale kolejnym poruszono kwestie konsumentckiego prawa odstąpienia od umowy w świetle rozwiązań prawnych określonych ustawowo i ewentualne umowne odstąpienie. Autorka podnosi, że w polskim ustawodawstwie nie została przewidziana możliwość

zwrotu towaru niewadliwego, z którą to sytuacją można spotkać się w praktyce. Materia ostatniego rozdziału, chociaż o ogromnym znaczeniu dla konsumenta, jest w doktrynie pomijana. Autorka mając świadomość znaczenia zagadnienia wydawania kopii i odpisów dokumentów w trybie przepisów kpa, znakomicie wypełnia tę lukę. Wskazując na różnice między kopią, a odpisem dokumentu oraz ich uwierzytelnieniem przez organ administracji zwraca uwagę, że możliwość ich uzyskania stanowi istotną gwarancję ochrony interesów konsumentów i wzmacnia ich pozycję wobec organu.

Publikacja adresowana jest do prawników, ekonomistów, urzędników, przedsiębiorców, studentów i nauczycieli akademickich, konsumentów – tych wszystkich, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę o prawach konsumenta.

*W imieniu Redaktorek
prof. dr hab. Maria Królikowska-Olczak*

Autorzy

dr Małgorzata Augustyniak – adiunkt w Katedrze Teorii i Filozofii Prawa i Państwa na Wydziale Prawa i Administracji na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie. Jej zainteresowania badawcze wiążą się z historią myśli politycznej i prawnej, która stanowi tło rozważań o społeczeństwie obywatelskim, populizmie oraz wybranych zagadnieniach z zakresu etyki.

dr Mirosław Borkowski – nauczyciel akademicki (adiunkt). Autor publikacji z zakresu prawa własności intelektualnej, ochrony konsumenta i praw człowieka. Członek krajowych towarzystw naukowych. Uczestnik licznych konferencji naukowych – krajowych i międzynarodowych.

Szymon Michał Buczyński – doktorant w Katedrze Kryminologii i Polityki Kryminalnej, na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Przygotowuje dysertacje pod opieką naukową prof. UWM dr. hab. Wiesława Pływaczewskiego. W pracy naukowo-badawczej koncentruje się na zagadnieniu *white collar crimes*, kryminologii kulturowej, ekokryminologii i problematyce ochrony dziedzictwa kulturowego. Autor oraz współautor szeregu publikacji w tym prac wyróżnianych przez Polskie Towarzystwo Kryminalistyczne. Stypendysta Fundacji Fulbrighta oraz Fundacji im. Lesława Pagi.

dr Oksana Cabaj – adiunkt w Katedrze Prawa Międzynarodowego Publicznego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Absolwentka studiów doktoranckich na Wydziale Prawa Uniwersytetu w Bari. Realizowała wykłady, jako *visiting professor*, na uniwersytetach włoskich oraz na Litwie. Prowadziła specjalistyczne szkolenia w ramach projektów realizowanych w Ministerstwie Spraw Wewnętrznych i Administracji RP oraz Ministerstwie Sprawiedliwości RP. W działalności naukowo-dydaktycznej zajmuje się m.in. zagadnieniami związanymi z międzynarodowym prawem morza, ale także ochroną praw człowieka oraz ochroną środowiska w prawie międzynarodowym i unijnym.

dr Anna Chodorowska – adiunkt na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Autorka kilkudziesięciu publikacji z zakresu prawa karnego, prawa wykroczeń oraz innych dziedzin prawa. Jej naukowe zainteresowania skupiają się przede wszystkim na problematyce przestępstw seksualnych.

r. pr. Hanna Frąckowiak – od 2008 r. zatrudniona na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie na stanowisku asystenta. Od 2011 r. radca prawny w Olsztyńskiej Izbie Radców Prawnych. Swoje zainteresowania koncentruje w obszarze problematyki związanej z procedurą cywilną, prawem kobiet, oraz prawem

medycznym w szczególności zaś trybem dochodzenia roszczeń z tytułu szkód medycznych. Opiekun merytoryczny Studenckiej Poradni Prawa. Autorka publikacji z zakresu postępowania cywilnego, praw człowieka, oraz prawa medycznego z punktu widzenia procesualisty.

dr Kamil Frąckowiak – adiunkt w Katedrze Prawa Karnego Materialnego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. W latach 2012–2013 Przewodniczący Wojewódzkiej Komisji ds. Orzekania o Zdarzeniach Medycznych w Olsztynie, do 2014 r. członek Wojewódzkiej Komisji. W 2008 r. uzyskał stopień naukowy doktora nauk prawnych na Wydziale Prawa Uniwersytetu w Białymstoku – specjalność prawo karne materialne. W 2007 r. ukończył Szkołę Prawa Amerykańskiego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Gdańskiego z językiem wykładowym angielskim. Autor publikacji z zakresu prawa karnego, karnego skarbowego, policyjnego, medycznego, praw człowieka oraz nauk o bezpieczeństwie.

dr Anna Górczyńska – adiunkt w Katedrze Europejskiego Prawa Gospodarczego na Wydziale Prawa i Administracji na Uniwersytecie Łódzkim. Ukończyła studia prawnicze na Uniwersytecie Łódzkim. Studiowała również na uniwersytetach w Niemczech (Muenster, Giessen, Bonn) oraz odbyła staże w instytucjach lobbingowych w Brukseli. Specjalizuje się przede wszystkim w polskim i europejskim prawie zamówień publicznych, partnerstwie publiczno-prywatnym, funduszach strukturalnych UE, e-administracji oraz szeroko rozumianym europejskim prawie gospodarczym. W latach 2007–2012 kierownik Studium Podyplomowego Fundusze UE, a od 2013 r. kierownik Studium Podyplomowego E-administracja. Regularnie uczestniczy jako wykładowca w konferencjach zagranicznych oraz prowadzi gościnne wykłady na uczelniach zagranicznych (m.in. w Niemczech, GB, Danii, Chinach). Doświadczony trener na szkoleniach adresowanych do administracji samorządowej i rządowej oraz przedsiębiorców. Autorka licznych polskich i zagranicznych publikacji naukowych.

Piotr Jankowski – aplikant radcowski w Okręgowej Izbie Radców Prawnych w Olsztynie. Ukończył studia na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie na kierunku prawo oraz dziennikarstwo. Jest również absolwentem studium podyplomowego z zakresu prawnych aspektów inwestycji budowlanych prowadzonego na Uniwersytecie Warmińsko-Mazurskim w Olsztynie

dr Dariusz Kasprzycki – adiunkt w Katedrze Prawa Własności Intelektualnej na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego. Ukończył również psychologię na Uniwersytecie Jagiellońskim. Specjalista i autor licznych publikacji z zakresu prawa konkurencji, prawa konsumenckiego, prawa Internetu oraz zarządzania własnością intelektualną. Kierownik wielu krajowych i międzynarodowych projektów badawczych z zakresu zarządzania własnością intelektualną oraz prawa konsumenckiego.

dr Agnieszka Kowalska - adiunkt w Katedrze Prawa Cywilnego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie, wykładowca prawa cywilnego i praw pacjenta, Przewodnicząca Wojewódzkiej Komisji do Spraw Orzekania o Zdarzeniach Medycznych w Olsztynie, założycielka i opiekun Koła Naukowego Prawa Medycznego „Salus aegroti suprema lex esto”, z którym w 2013 r. zrealizowała projekt

edukacyjny „Pacjencie poznaj swoje prawa!” w ramach programu Młodzież w działaniu, akcja 1.2. Inicjatywy młodzieżowe.

prof. UWM dr hab. Maria Królikowska-Olczak – profesor Uniwersytetu Łódzkiego, kierownik Katedry Europejskiego Prawa Gospodarczego na Wydziale Prawa i Administracji UŁ w Łodzi oraz profesor Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, kierownik Katedry Prawa Gospodarczego na Wydziale Prawa i Administracji UWM w Olsztynie. Adwokat. Autorka publikacji, opracowań i ekspertyz z zakresu europejskiego prawa gospodarczego, publicznego prawa gospodarczego, prawa konkurencji, prawa pomocy publicznej, prawa zamówień publicznych, prawa farmaceutycznego, funduszy unijnych. Wykładała na zaproszenie organizacji pozauniwersyteckich, w tym m. in. Instytutu Europejskiego w Łodzi, Okręgowej Rady Adwokackiej w Łodzi, szkolenia sędziów i prokuratorów, wykłady dla przedsiębiorców Łódzkiej Izby Przemysłowo-Handlowej w Łodzi. Wykłady jako *visiting profesor* na Wydziałach Prawa: w Burgos, San Sebastian, Walencji (Hiszpania), w Bari (Włochy), w Helsinkach (Finlandia).

Ewa Lewandowska – asystent w Katedrze Prawa Cywilnego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Ukończyła z tytułem magistra dwa kierunki studiów: prawo i ekonomię (UWM w Olsztynie). Odbyła kurs dokształcający w zakresie doskonalenia pedagogicznego nauczycieli akademickich zorganizowany przez Wydział Nauk Społecznych UWM w Olsztynie. Realizowała wykłady, jako *visiting professor*, na uniwersytecie Instituto Politecnico do Cavado e do Ave w Barcelos (Portugalia). Członek Komisji ds. Kategoryzacji i Ankietyzacji WPiA UWM w Olsztynie. Zainteresowania Autorki skupiają się wokół prawa kontraktów, w tym umów konsumenckich, prawa spadkowego oraz dóbr osobistych. Autorka publikacji w języku polskim i angielskim w tym zakresie.

adw. Paweł Lewandowski – asystent w Katedrze Prawa Gospodarczego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie. Jest absolwentem Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko – Mazurskiego w Olsztynie, gdzie ukończył dwa kierunki studiów: administrację oraz prawo. Adwokat. Zainteresowania Autora skupiają się wokół problematyki reglamentacji działalności gospodarczej, konkurencji, prawa spółek, umów handlowych oraz prawa cywilnego.

Sylwia Łazarewicz – absolwentka Wydziału Prawa i Administracji oraz Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego, asystent w Katedrze Prawa Gospodarczego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego, ukończyła studia podyplomowe z zakresu odpowiedzialności odszkodowawczej na Uniwersytecie Warszawskim oraz Akademię Spółek w Szkole Głównej Handlowej, członek OIRP w Warszawie. Prowadzi badania naukowe w obszarze prawa gospodarczego, ze szczególnym uwzględnieniem prawa spółek. Autorka publikacji z zakresu prawa cywilnego i handlowego.

prof. SGGW dr hab. Irena Ozimek – pracownik naukowo-dydaktyczny Katedry Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji na Wydziale Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, zatrudniona w SGGW na stanowisku profesora nadzwyczajnego. Prowadzi liczne badania naukowe,