

Irena Ozimek

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

e-mail: irena_ozimek@sggw.edu.pl

ORCID: 0000-0003-3430-8276

Ochrona interesów ekonomicznych konsumentów w Unii Europejskiej i w Polsce – nowe wyzwania i zmiany

Cytuj jako: Ozimek, I. (2023). Ochrona interesów ekonomicznych konsumentów w Unii Europejskiej i w Polsce – nowe wyzwania i zmiany. W: M. Sobocińska (red.), *Konsument i rynek – Badania marketingowe – Strategie i działania marketingowe. Księga jubileuszowa z okazji 50-lecia pracy twórczej prof. zw. dr hab. Krystyny Mazurek-Łopacińskiej* (s. 200–217). Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu.

Streszczenie: Celem autorki jest przedstawienie najważniejszych kierunków zmian w obszarze ochrony konsumentów zarówno w UE, jak i w Polsce oraz działań kontrolnych i edukacyjnych w Polsce w zakresie ochrony interesów ekonomicznych. Przyjęte „Nowy ład dla konsumentów”, a następnie „Nowy program na rzecz konsumentów” i nowe rozwiązania prawne powinny w znacznym stopniu wpłynąć na relacje gospodarcze między przedsiębiorcami a konsumentami i przyczynić się do ograniczenia występowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Biorąc pod uwagę szybkie tempo postępu technologicznego i dynamicznie zmieniającą się sytuację rynkową, należy stwierdzić, że szczególnie istotne jest popularyzowanie alternatywnych form rozwiązywania sporów oraz przeprowadzanie różnorodnych działań edukacyjnych z zakresu ochrony konsumentów, skierowanych nie tylko do konsumentów, ale również do innych uczestników rynku.

Słowa kluczowe: ochrona konsumentów, nieuczciwe praktyki rynkowe, regulacje prawne

1. Wprowadzenie

Konsument powinien być chroniony na rynku jako: adresat działalności promocyjnej przedsiębiorstwa, nabywca produkcyjnych dóbr lub świadczonych usług oraz ich użytkownik. W każdym z tych obszarów interesy konsumenta mogą być zagrożone lub naruszone, np. przez stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych, czynny

nieuczciwej konkurencji czy też przez wykorzystanie niedozwolonych postanowień (klauzul) umownych stosowanych w umowach z konsumentami. Zagrożenia te mogą wynikać m.in. z niewystarczającej znajomości przez konsumentów działania mechanizmów rynkowych, ale także z niezajomości praw przysługujących konsumentom, zarówno przez konsumentów, jak i przez innych uczestników rynku. Ponadto możemy mieć na rynku do czynienia z tzw. praktykami naruszającymi zbiorowe interesy konsumentów, czyli z sytuacją, gdy bezprawne działanie przedsiębiorcy może dotyczyć nieograniczonej liczby osób. Konsument będący niewątpliwie słabszą stroną obrotu powinien więc być szczególnym podmiotem ochrony prawnej. Dlatego też w krajach gospodarki rynkowej ochrona konsumenta stanowi niezwykle ważny obszar aktywnego oddziaływania państwa i musi wkraczać wciąż na nowe obszary. Jej podstawowym celem jest wzmocnienie pozycji konsumenta, zapewnienie bezpieczeństwa konsumpcji oraz wysokiego poziomu ochrony. Wyraża się to przede wszystkim w tworzeniu regulacji prawnych zabezpieczających interesy nabywców, w tym w zapewnieniu lepszej ochrony konsumentom szczególnie podatnym na zagrożenia, oraz w rozwoju infrastruktury organizacyjno-funkcjonalnej służącej egzekwowaniu praw konsumenckich. Jak podkreślają Jagielska, Podgórski i Sługocka-Krupa (2020, s. VII), zapewnienie należytego poziomu ochrony na poziomie prawa materialnego samo w sobie nie jest jednak wystarczające, konieczne staje się udostępnienie konsumentom środków ochrony prawnej, za pomocą których mogliby efektywnie dochodzić swoich praw.

Skuteczna polityka ochrony konsumentów gwarantuje prawidłowe i skuteczne funkcjonowanie jednolitego rynku. System ochrony praw konsumentów jest częścią prawa Unii Europejskiej, a ochrona konsumentów jest również jedną z czołowych polityk UE i powinna być uwzględniana we wszystkich odpowiednich obszarach polityk objętych prawodawstwem UE. Obecnie ochrona konsumentów jest ujęta w Traktacie o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE) oraz w Karcie praw podstawowych Unii Europejskiej (Podrecki i in., 2018, s. 12; Ratcliff i in., 2021). W art. 4 ust. 2 lit. f TFUE podkreślono, że Unia Europejska i jednocześnie jej państwa członkowskie wspólnie odpowiadają za ochronę konsumentów w ramach tzw. kompetencji dzielonych. Ochrona praw konsumentów wyznacza w szczególności ramy dla określenia i urzeczywistniania innych polityk unijnych (art. 12 TFUE). Zgodnie z art. 169 TFUE, „dążąc do popierania interesów konsumentów i zapewnienia wysokiego poziomu ochrony konsumentów, Unia przyczynia się do ochrony zdrowia, bezpieczeństwa i interesów gospodarczych konsumentów, jak również wspierania ich prawa do informacji, edukacji i organizowania się w celu zachowania ich interesów”. Ponadto przy ustanowieniu przepisów dotyczących praw konsumentów przyjmuje się w szczególności wysoki poziom ochrony, uwzględniając wszelkie zmiany oparte na faktach naukowych (art. 114 ust. 3 zd. 1 TFUE) (Traktat o funkcjonowaniu..., 2012, s. 51, 54, 124, 94). Z kolei w art. 38 Karty praw podstawowych

Unii Europejskiej podkreślono, że zapewnia się wysoki poziom ochrony konsumentów w politykach Unii (Karta praw..., 2016, s. 401).

W Polsce doniosłość problematyki ochrony konsumentów w Polsce podkreśla fakt jej uwzględnienia w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, gdzie w art. 76 stwierdzono: „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” (Konstytucja..., 1997, s. 16).

Celem opracowania jest przedstawienie najważniejszych kierunków zmian w obszarze ochrony konsumentów w Unii Europejskiej i w Polsce oraz wskazanie wyników wybranych działań kontrolnych i edukacyjnych prowadzonych w Polsce, w szczególności przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zwłaszcza w obszarze ochrony interesów ekonomicznych konsumentów.

2. Zmiany w zakresie wybranych regulacji prawnych dotyczących ochrony konsumentów

Unijne przepisy dotyczące ochrony konsumentów oceniane są jako jedne z najlepszych w świecie, jednakże przegląd unijnych przepisów w zakresie ochrony konsumentów oraz przypadki naruszenia tych przepisów w całej Unii Europejskiej pokazały, że ich pełne egzekwowanie w praktyce jest trudne, i aby lepiej chronić konsumentów, niezbędne są dalsze działania, takie jak wzmocnienie unijnych praw konsumenckich i ich realizowanie. Ponadto, jak wskazuje praktyka, obowiązujące regulacje prawne są niezrozumiałe dla przeciętnego konsumenta, co wynika nie tylko z braku specjalistycznej wiedzy, ale również z złożoności prawnych, stwarzających problemy interpretacyjne. Z tego powodu działania legislacyjne podejmowane na poziomie UE oraz Polski mają za zadanie wprowadzić mechanizmy wspierające dochodzenie roszczeń, zarówno przez indywidualnego konsumenta, jak i przez podmioty upoważnione do działania na jego rzecz (Jagielska i in., 2020, s. VII).

Warto podkreślić, że w ramach strategii jednolitego rynku cyfrowego Komisja Europejska zrealizowała wiele inicjatyw, aby dostosować przepisy w zakresie ochrony konsumentów w obszarze Internetu, np. przez zniesienie opłat roamingowych czy też wyeliminowanie nieuzasadnionego blokowania geograficznego. Ponadto wprowadzono zmiany w rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004, co przyczyniło się do poprawy egzekwowania przepisów przez organy publiczne oraz do usprawnienia transgranicznej współpracy między organami ochrony konsumentów. Nie skuteczne bowiem ściganie w przypadku naruszeń transgranicznych, w tym naru-

señ w otoczeniu cyfrowym, pozwalało przedsiębiorcom poprzez zmianę miejsca prowadzenia działalności w obrębie Unii Europejskiej unikać sytuacji, w których egzekwuje się względem nich przepisy (Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394, 2017, s. 2).

11 kwietnia 2018 r. Komisja Europejska przedstawiła pakiet zmian nazwany „Nowym ładem dla konsumentów”, którego celem było zwiększenie ochrony praw konsumentów i zapewnienie możliwości korzystania przez konsumentów w pełni z praw należnych im na mocy prawa unijnego. Jak podkreślają Jagielska i in. (2020, s. VII), intencją Komisji Europejskiej było to, żeby „Nowy ład dla konsumentów” służył wzmocnieniu pozycji konsumentów, a także wspieraniu uczciwości i budowaniu zaufania.

Nowy ład dla konsumentów dotyczył następujących pięciu aspektów.

1. Wzmocnienie praw konsumentów w Internecie. Zwrócono uwagę na konieczność większej przejrzystości w przypadku zakupów dokonywanych przez Internet. Stwierdzono, że konsumenci będą musieli m.in. być jasno informowani o tym, czy kupują towary lub usługi od przedsiębiorstwa, czy też od osoby prywatnej. Jest to istotne z tego względu, że w przypadku wystąpienia jakichkolwiek problemów, konsumenci powinni wiedzieć, czy są chronieni przez prawo konsumenckie. Kwestia większej przejrzystości dotyczy również wyników wyszukiwania przez konsumentów na platformach internetowych. Muszą oni być wyraźnie informowani o tym, czy wynik wyszukiwania został opłacony przez przedsiębiorstwo, a także o głównych parametrach określających ranking wyników (Komisja Europejska [KE], 2018). Wyższe bowiem plasowanie lub też jakiegokolwiek wyeksponowanie ofert handlowych wśród wyników wyszukiwania prezentowanych przez dostawców funkcji wyszukiwania internetowego ma istotny wpływ na decyzje zakupowe podejmowane przez konsumentów (Małobęcka-Szwast, 2021). Również prawo odstąpienia od umowy, zgodnie z zapowiedzią w tym dokumencie, miałyby objąć nie tylko płatne, ale także „bezpłatne” usługi cyfrowe, w przypadku których konsumenci dostarczają swoje dane osobowe, lecz nie płacą za te usługi (np. usługi przechowywania w chmurze, media społecznościowe czy też konta poczty elektronicznej) (KE, 2018).
2. Zapewnienie konsumentom narzędzi umożliwiających wykonywanie ich praw i uzyskanie odszkodowania. Upoważnione podmioty niekomercyjne, takie jak np. organizacje konsumenckie, spełniające ścisłe kryteria kwalifikowalności i monitorowane przez organy publiczne, będą miały w imieniu grupy konsumentów, którzy zostali poszkodowani w wyniku nielegalnych praktyk handlowych, możliwość dochodzenia roszczeń, takich jak odszkodowanie, wymiana lub naprawa (tzw. zbiorowe dochodzenie roszczeń). Wskazano, że taka możliwość zostałaby wprowadzona we wszystkich państwach UE, co pozwoliłoby

zagwarantować unijnym konsumentom pełne korzystanie z praw i możliwości uzyskania odszkodowania, a jednocześnie uniknąć ryzyka nadużywania drogi sądowej lub nieuzasadnionych sporów sądowych. Przewidziano zapewnienie konsumentom we wszystkich państwach członkowskich prawa do złożenia wniosku o indywidualne środki zaradcze (np. rekompensatę finansową lub odstąpienie od umowy), w przypadku gdy dotkną ich takie nieuczciwe praktyki handlowe, jak agresywny lub wprowadzający w błąd marketing (KE, 2018).

3. Wprowadzenie skutecznych kar za naruszanie prawa konsumenckiego UE. Zwrócono z jednej strony uwagę, że wprowadzenie skutecznych kar za naruszanie prawa konsumenckiego UE jest utrudnione, ponieważ obecny poziom kar znacznie się różni w zależności od państwa członkowskiego i jest często zbyt niski, zwłaszcza dla przedsiębiorstwa prowadzącego działalność transgraniczną na dużą skalę. Z drugiej zaś podkreślono, że organy ochrony konsumentów UE nie są dobrze przygotowane do karania za praktyki, które mają wpływ na wielu konsumentów w całej UE. Stąd też krajowe organy ochrony konsumentów będą miały uprawnienia do nakładania proporcjonalnych oraz odstraszających kar w sposób skoordynowany. Maksymalna grzywna ma wynosić 4% rocznych obrotów przedsiębiorstwa w każdym danym państwie członkowskim, przy czym warto podkreślić, że państwa członkowskie będą mogły wprowadzić wyższe maksymalne grzywny (KE, 2018).
4. Zwalczanie podwójnej jakości produktów konsumenckich. Podkreślono, że zwalczanie podwójnej jakości produktów konsumenckich jest związane z wprowadzaniem do obrotu produktów jako identycznych w kilku państwach członkowskich, podczas gdy ich skład lub cechy charakterystyczne znacznie się różnią (KE, 2018). W przyjętej 13 września 2018 r. przez Parlament rezolucji w sprawie podwójnej jakości produktów na jednolitym rynku uznano to za praktykę dyskryminującą i sprzeczną z oczekiwaniami konsumentów (Ratcliff i in., 2021).
5. Poprawa warunków prowadzenia działalności gospodarczej. Powinno to nastąpić przez usunięcie niepotrzebnych obciążeń dla przedsiębiorstw, w tym m.in. związanych ze zniesieniem zobowiązań przedsiębiorstw w odniesieniu do prawa odstąpienia od umowy przez konsumenta. Wskazano również na większą elastyczność w sposobie komunikowania się przedsiębiorstw z konsumentami, umożliwiając im korzystanie z formularzy internetowych lub czatów zamiast e-maili, pod warunkiem że konsumenci będą mogli śledzić swoją komunikację z przedsiębiorcą (KE, 2018).

W „Nowym ładzie dla konsumentów” wskazano na zmiany dotyczące konkretnych dyrektyw. Były to zapewnienie lepszego egzekwowania prawa w dziedzinie ochrony konsumentów oraz nowelizacja tych przepisów, zwłaszcza w świetle rozwoju technologii cyfrowych, stąd też dotyczył on zmiany następujących dyrektyw:

- ▶ dyrektywy w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich,
- ▶ dyrektywy w sprawie ochrony konsumenta przez podawanie cen produktów oferowanych konsumentom,
- ▶ dyrektywy dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów,
- ▶ dyrektywy w sprawie praw konsumentów (KE, 2018).

Konsekwencją „Nowego ładu dla konsumentów” było przyjęcie 27 listopada 2019 r. dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161). W tym akcie prawnym, nazwanym też dyrektywą „Omnibus”, ujęto m.in. kwestię nieuczciwej praktyki handlowej dotyczącej stosowania przez przedsiębiorców „sztucznego” zawyżania cen obowiązujących przed obniżką, aby zmniejszyć rozmiar rzeczywistej promocji. Tego typu nieuczciwe praktyki wprowadzają konsumentów w błąd, aby zachęcić ich do nabycia towaru lub usługi. Najważniejsza ze zmian dotyczy zobowiązania przedsiębiorców do prezentowania, obok informacji o obniżonej cenie, również informacji o najniższej cenie towaru lub usługi, jaka obowiązywała w ciągu 30 dni przed wprowadzeniem obniżki. Odnosi się to również do reklamy towaru czy usługi. Ponadto dyrektywa ta spowoduje m.in., że będzie obowiązywał nowy sposób ustalania cen towarów, które szybko się psują lub mają krótki termin przydatności. Jak podkreśla Mazurek-Łopacińska (2021, s. 141), wyrazem współczesnych trendów w dystrybucji produktów konsumpcyjnych jest korzystanie przez konsumentów z różnych kanałów sprzedażowych. Jednakże trwająca od marca 2020 r. pandemia COVID-19 niewątpliwie wpłynęła na branżę e-commerce w Polsce. Według badania „E-Commerce w Polsce 2021” przeprowadzonego przez firmę Gemius 2021 r. był kolejnym rokiem z odnotowanym wzrostem liczby osób deklarujących robienie zakupów *online* (w 2021 r. zadeklarowało dokonywanie zakupów *online* 77% respondentów, w porównaniu z 2020 r. nastąpił wzrost o 4 p.p.) (Gemius Polska, 2021, s. 18). Dotychczasowe przepisy nie były dostosowane do rozwoju narzędzi cyfrowych i oferowania konsumentom coraz bardziej skomplikowanych towarów lub usług, dlatego w dyrektywie zapisano konieczność zagwarantowania konsumentom większej przejrzystości podczas zakupów dokonywanych w Internecie (np. wtedy, gdy przedsiębiorcy będą informować konsumenta przed zawarciem umowy o przyczynach plasowania ofert w danej kolejności w internetowych platformach handlowych). Poza tym w tym akcie prawnym podkreślono, że niektóre obowiązki informacyjne nałożone na przedsiębiorców są zbyt ciężkie (np. niemożliwe do realizacji lub powtarzające się na różnych etapach przed zawarciem umowy) (Dmitrowski, 2021; Ordyk i Janik, 2021; Zaliwska, 2022).

Państwa członkowskie, zgodnie z art. 7 wspomnianej dyrektywy, miały obowiązek przyjąć i opublikować przepisy niezbędne do jej wykonania do 28 listopada 2021 r. (Ordyk i Janik, 2021; Zaliwska, 2022). Zmiany wynikające z implementacji tej dyrektywy objęły w szczególności jedne z ważniejszych regulacji prawnych w Polsce dotyczących ochrony konsumentów:

- ▶ ustawę z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta,
- ▶ ustawę z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym,
- ▶ ustawę z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług,
- ▶ ustawę z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

Drugi kierunek wskazany w „Nowym ładzie dla konsumentów” dotyczył powództw zbiorowych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów oraz uchylecia dyrektywy 2009/22/WE w sprawie nakazów zaprzestania szkodliwych praktyk. Działanie to miało na celu usprawnienie narzędzi służących powstrzymaniu nielegalnych praktyk oraz ułatwienie konsumentom dochodzenia należnych im praw, w przypadku gdy wielu z nich pada ofiarą tego samego naruszenia przepisów, czyli w sytuacji wystąpienia tzw. szkody zbiorowej (KE, 2018). Cel ten osiągnięto, przyjmując dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828 z dnia 25 listopada 2020 r. w sprawie powództw przedstawicielskich wytaczanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów i uchylającą dyrektywę 2009/22/WE (Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828, 2020).

13 listopada 2020 r. przyjęto program działań UE w obszarze polityki ochrony konsumentów pt. „Nowy program na rzecz konsumentów”, który przedstawia zaktualizowaną wizję polityki ochrony konsumentów na lata 2020–2025 pod hasłem „Poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy”. Przedstawiono go, bazując na poprzednim programie na rzecz konsumentów z 2012 r. oraz na nowym ładzie dla konsumentów z 2018 r. Celem tego programu było również odniesienie się do pilnych potrzeb konsumentów w kontekście trwającej pandemii COVID-19 oraz do zwiększenia ich odporności (KE, 2020). Program ten objął pięć obszarów priorytetowych:

1. Transformacja ekologiczna. Ze względu na to, że konsumenci z całej Europy wykazują coraz większe zainteresowanie możliwością osobistego zaangażowania się w działania służące zapewnieniu neutralności klimatycznej, ochronie zasobów naturalnych i różnorodności biologicznej, wyzwaniem to polega na odblokowaniu tego potencjału za pomocą środków wzmacniających pozycję konsumentów, które zapewnią im wsparcie i pozwolą im pełnić aktywną rolę w procesie zielonej transformacji, bez narzucania im określonego stylu życia, a także bez dyskryminowania ich ze względu na pochodzenie społeczne, a zrównoważone produkty powinny być dostępne dla każdego (KE, 2020).
2. Transformacja cyfrowa. Oznacza stworzenie bezpieczniejszej strefy cyfrowej

dla konsumentów, w której ich prawa są chronione, oraz zapewnienie równych warunków działania, aby dzięki innowacjom świadczyć wszystkim unijnym konsumentom nowsze i lepsze usługi; transformacja może jednocześnie utrudnić konsumentom podejmowanie świadomych decyzji i przyczynić się do tego, że trudniej będzie zapewnić należytą ochronę ich interesów, ponieważ „ukryte mechanizmy gromadzenia i przetwarzania danych w połączeniu z narzędziami służącymi do analizowania zachowań konsumentów i popełnianych przez nich błędów poznawczych mogą być wykorzystywane do nakłaniania konsumentów, by podejmowali decyzje, które mogą być sprzeczne z ich najlepiej pojmowanym interesem” (KE, 2020).

3. Możliwość dochodzenia roszczeń i egzekwowanie praw konsumentów obejmuje skuteczne egzekwowanie i dochodzenie roszczeń, ukierunkowane na zajęcie się wpływem pandemii COVID-19 na prawa konsumentów oraz zwalczanie wprowadzających w błąd twierdzeń dotyczących ekologiczności i nieuczciwych praktyk handlowych w kontekście internetowych technik wywierania wpływu i personalizacji.
4. Uwzględnianie szczególnych potrzeb konsumentów, tj. tych konsumentów, którzy w pewnych sytuacjach mogą być podatni na zagrożenia i wymagają dodatkowych gwarancji, co może wynikać z okoliczności społecznych lub być spowodowane cechami szczególnymi osób lub grup konsumentów.
5. Współpraca międzynarodowa. Podkreślono, że istotna jest ochrona konsumentów w kontekście globalnym przed nieuczciwymi praktykami stosowanymi przez podmioty spoza UE, dzięki nadzorowi nad rynkiem i ścisłej współpracy z właściwymi organami w krajach partnerskich UE (KE, 2020; Ratcliff i in., 2021).

W 2022 r. Europejski Komitet Regionów wydał pozytywną opinię na temat „Nowego programu na rzecz konsumentów – poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy” (Europejski Komitet Regionów, 2022).

3. Wybrane przykłady działań w obszarze ochrony interesów ekonomicznych konsumentów w Polsce

W ramach kompetencji zapisanych w ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów (Ustawa z dnia 16 lutego 2007) Prezes UOKiK m.in. wydaje decyzje w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, czyli sytuacji, gdy bezprawne działanie przedsiębiorcy może dotyczyć nieograniczonej liczby osób. Przy tym nie jest jednak zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, w szczególności:

- ▶ naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;
- ▶ nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji;
- ▶ proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów, lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (tzw. *mis-selling*) (Ustawa z dnia 16 lutego 2007).

Jednakże, jak podkreślono, ochrona zbiorowych interesów konsumentów przewidziana w ustawie nie wyłącza ochrony wynikającej z innych ustaw, w szczególności z przepisów o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Ochrona konsumentów, zapewnienie im realnych możliwości dochodzenia swych praw oraz zwalczanie i zapobieganie nieuczciwym praktykom rynkowym to najważniejsze cele ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, która określa nieuczciwe praktyki rynkowe w działalności gospodarczej i zawodowej oraz zasady przeciwdziałania tym praktykom w interesie konsumentów i w interesie publicznym (Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007). Co jest istotne, praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta: przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu (art. 4, ust. 1 ustawy). Za nieuczciwą praktykę rynkową uznaje się w szczególności: praktykę rynkową wprowadzającą w błąd, agresywną praktykę rynkową, stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk, jeżeli działania te spełniają przesłanki określone w ust. 1 (Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007). W ramach nieuczciwych praktyk rynkowych ustawodawca wyróżnił też praktyki, zarówno wprowadzające w błąd, jak i agresywne, które zawsze uznawane są za nieuczciwe – „w każdych okolicznościach”. Praktyki te określane są mianem tzw. czarnych praktyk (art. 7 i 9 ustawy) (Podrecki i in., 2018, s. 53–55; Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [UOKiK], 2008, s. 8). Lista tych czarnych praktyk będzie jeszcze rozszerzona po dokonaniu transpozycji do polskiego prawa tzw. dyrektywy Omnibus.

Prezes UOKiK przeciwdziała także stosowaniu niedozwolonych postanowień wzorców umów (tzw. klauzul abuzywnych), które kształtują prawa i obowiązki konsumentów w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami i rażąco naruszają ich interesy, o których mowa w art. 385¹ § 1 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964). Wzorce umów zawierają wystandaryzowane postanowienia, powszechnie używane w obrocie z konsumentami, bez możliwości ich indywidualnego negocjowania (np. regulaminy, tabele opłat stosowane w umowach świadczenia m.in. usług telekomunikacyjnych czy też ban-

kowych). W lutym 2020 r. UOKiK rozpoczął realizację 3-letniego projektu współfinansowanego ze środków UE „Artificial Intelligence for Consumer Protection Empowerment”, który ma na celu opracowanie i wdrożenie narzędzia opartego na sztucznej inteligencji, służącego zwiększeniu efektywności wykrywania naruszeń praw konsumentów. Dotyczy to w szczególności analizy wzorców umów pod kątem postanowień niedozwolonych (UOKiK, 2021).

UOKiK na bieżąco monitoruje zachowanie przedsiębiorców oraz analizuje skargi konsumenckie. Uzyskane w ten sposób dane stanowią impuls do dalszych działań. W 2020 r. do Urzędu wpłynęło 13 321 skarg, czyli dwa razy więcej niż w roku poprzednim, co wynikało z problemów konsumentów dotyczących sytuacji pandemii wywołanej COVID-19. Ponadto w ramach systemu dotacji UOKiK w 2020 r. udzielono 118 543 porady w sprawach konsumenckich zgłoszonych w ramach infolinii konsumenckiej i systemu e-porad. W 2020 r. skargi, które bezpośrednio wiązały się z pandemią koronawirusa, dotyczyły zwłaszcza usług turystycznych, transportowych (np. odwołanych wycieczek, lotów) (UOKiK, 2021).

W sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz w sprawach o uznanie postanowień wzorca umowy za niedozwolone w 2020 r., podobnie jak i 2021 r., Prezes UOKiK wszczął po 49 postępowań, a w 2021 r. nałożył łącznie 153,8 mln zł sankcji pieniężnych. Prezes UOKiK może bez wszczynania postępowania wystąpić do przedsiębiorcy o przedstawienie wyjaśnień lub zmianę niezgodnej z prawem praktyki. Tego typu działania miękkie są stosowane przede wszystkim w przypadku mniej szkodliwych zachowań przedsiębiorców. W porównaniu ze sformalizowanymi postępowaniami administracyjnymi szybciej eliminują nieprawidłowości z rynku. W 2020 r. Prezes Urzędu skierował 360 wystąpień z zakresu ochrony konsumentów, a w 2021 r. – 408 wystąpień do przedsiębiorców o zmianę praktyki (UOKiK, 2021, 2022).

W szczególnych przypadkach Prezes UOKiK może wydać ostrzeżenie konsumenckie dotyczące działań konkretnego przedsiębiorcy i ich potencjalnych skutków. Rozwiązanie to jest stosowane, gdy z zebranych w postępowaniu informacji wynika, że dane praktyki przedsiębiorcy mogą narazić duży krąg konsumentów na dotkliwe konsekwencje, np. znaczne straty finansowe. Ostrzeżenia publikowane są na stronie www.uokik.gov.pl oraz mogą być ogłaszane nieodpłatnie w publicznym radiu i telewizji. Prezes UOKiK przekazuje również istotne informacje w sprawach sądowych z zakresu ochrony konsumentów. Dzięki specjalistycznej wiedzy UOKiK służy pomocą sądowi powszechnemu w kompleksowym rozpoznaniu sprawy. W 2020 r. Prezes UOKiK wydał 561 tego typu opinii, które, podobnie jak we wcześniejszych latach, dotyczyły głównie rynku ubezpieczeń i bankowości, a w 2021 r. – 442 opinie. Ponadto w 2021 r. Prezes Urzędu kontynuował karanie tzw. naganiaczy namawiających konsumentów do udziału w nielegalnych systemach typu piramida (UOKiK, 2021, 2022).

4. Wybrane przykłady działań edukacyjnych z zakresu ochrony konsumentów w Unii Europejskiej i w Polsce

Konsumentom przysługuje prawo do rzetelnej informacji o towarach i usługach oraz do edukacji konsumenckiej, co należy interpretować jako prawo do możliwości dokonywania świadomego (racjonalnego) wyboru dóbr i usług konsumpcyjnych na rynku. Prawo do edukacji konsumenckiej jest jednym z niezbywalnych praw przysługujących konsumentowi. Celem edukacji powinno być aktywne oddziaływanie na motyw i postawy konsumentów zmierzające w kierunku wykształcenia optymalnych dla konsumenta wzorców zachowań rynkowych, ale także uświadomienie mu przysługujących praw i obowiązków. Edukacja na temat rynku, produktów, zagrożeń oraz praw jest bardzo ważnym czynnikiem kształtowania świadomych zachowań rynkowych. Wiedza z tego zakresu z jednej strony zabezpiecza konsumenta w określonym obszarze przed dokonaniem nieudanego zakupu, a z drugiej strony stanowi narzędzie samoobrony. Pełna i powszechnie dostępna informacja o produkcie i regulacjach prawnych jest niezbędna, aby konsument mógł dokonać racjonalnego i trafnego wyboru, a w razie zakupu produktu niespełniającego wymogów mógł dochodzić roszczeń (Dąbrowska i in., 2005, s. 143).

Zdaniem Czarneckiej (2017, s. 131) konsumenci nadal są często zdezorientowani w gąszczu rozmaitych informacji, wynikających z samego prawa, a tym samym w nadmiarze konkurencyjnych ofert. Konieczne jest podanie konsumentom obowiązkowo informacji, które są im niezbędne do podjęcia decyzji, np. o cenie, okresie trwania umowy oraz wypowiedzeniu ewentualnych kar i zasad składania reklamacji. Konsumenci powinni mieć jasne i przejrzyste informacje dotyczące zawieranych umów, bo tylko wtedy będą mogli racjonalnie podejmować decyzje. Pozostałe informacje powinny być przedstawiane przez przedsiębiorców w wersji ogólnodostępnych zbiorów praw lub regulaminów, ze wskazaniem jedynie miejsca, gdzie konsument może się zapoznać z tym dokumentem.

Jednakże lepsze informowanie konsumentów i pogłębienie ich wiedzy na temat przysługujących im praw może zwiększyć zaufanie konsumentów. UE organizuje działania na rzecz edukacji konsumentów na różnych poziomach, np. dzięki stopniowemu włączaniu edukacji konsumenckiej do programów szkół podstawowych i średnich. Jednym z pierwszych przykładów interaktywnego internetowego narzędzia edukacji konsumentów był projekt „Dolceta”, skierowany do osób prowadzących szkolenia i nauczycieli, ale również do konsumentów, obejmujący m.in. kwestie podstawowych praw konsumenta, bezpieczeństwa produktów, a także edukacji finansowej. Obecnie jedną z takich inicjatyw jest Consumer Classroom, wielojęzyczna strona internetowa dla nauczycieli, zawierająca dużo publikacji na temat edukacji konsumentów z całej UE, a także będąca interakcyjnym narzędziem współpracy pomagającym przygotować i przeprowadzić lekcje z uczniami, a także

podzielić się nimi z innymi nauczycielami (Ratcliff i in., 2021). Warto wspomnieć m.in. o portalu konsument.edu.pl, który jest narzędziem edukacyjnym dla nauczycieli i starszych uczniów, promującym prawa konsumenta w Internecie. Strona jest symulatorem portalu społecznościowego, w ramach którego inicjowanych jest 10 zdarzeń-pułapek realnie spotykanych w sieci, takich m.in. jak: oszustwo zakupowe, wyłudzenie kodu BLIK, pułapka na subskrybenta, piramida finansowa. Innym interesującym programem edukacyjnym jest portal <https://prawakonsumenta.uokik.gov.pl>, w którym przedstawiane są prawa konsumentów dotyczące zawierania umów i dochodzenia roszczeń z tytułu rękojmi lub gwarancji. W tym kontekście warto też wspomnieć o kampaniach społecznych prowadzonych przez UOKiK, m.in. kampania „Policz i nie przelicz się!” zwracała konsumentom uwagę na ryzyko utraty oszczędności, a także konieczność zachowania ostrożności przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, w tym na rynku nieruchomości¹.

W odpowiedzi na sygnalizowane problemy UOKiK utworzył na swojej stronie internetowej specjalną sekcję z poradami dotyczącymi praw konsumentów w sytuacjach związanych z pandemią (np. odwołanych lotów czy wycieczek). Liczne porady udzielane były także w ramach projektów finansowanych przez Urząd: infolinii konsumenckiej i e-porad (UOKiK, 2021).

Konsumentów w poradach wspomaga również Europejskie Centrum Konsumenckie Polska (ECK) działające w strukturach UOKiK, utworzone w 2005 r. (UOKiK, 2021). Należy ono do sieci ECC – Europejskich Centrów Konsumenckich, która obejmuje 30 centrów we wszystkich 27 państwach członkowskich UE, a także w Wielkiej Brytanii, Islandii i Norwegii. Europejskie centra konsumenckie bezpłatnie informują konsumentów o ich prawach w Unii Europejskiej oraz pomagają w polubownym rozwiązywaniu sporów transgranicznych z przedsiębiorcami mającymi siedziby w tych 30 krajach. Konsumenty mogą zgłaszać do ECK swoje pytania i skargi na nieuczciwe praktyki, np. zagranicznych biur podróży, hoteli, linii lotniczych, wypożyczalni samochodowych czy też sklepów internetowych. Warunkiem udzielenia pomocy w przypadku sporu z zagranicznym przedsiębiorcą jest spełnienie następujących kryteriów: konsumenckiego charakteru sprawy; transgranicznego charakteru sprawy (z obszaru UE, Wielkiej Brytanii, Norwegii lub Islandii), wyczerpania procedury reklamacyjnej (np. otrzymanie niesatysfakcjonującej odpowiedzi od przedsiębiorcy lub brak odpowiedzi na reklamację w ciągu 30 dni); a także przesłanie opisu sprawy oraz kopii pełnej dokumentacji. Usługi lotnicze oraz zakup odzieży i obuwia są niezmiennie najczęstszym przedmiotem transgranicznych skarg zgłaszanych do ECK Polska. W 2021 r. polscy konsumenci najczęściej skarżyli się na przedsiębiorców z Niemiec (18% transgranicznych zgłoszeń), Irlandii

¹ Przykłady działań edukacyjnych można znaleźć na stronie internetowej UOKiK: https://uokik.gov.pl/dzialania_educacyjne_konsumenci.php.

dii (13% transgranicznych zgłoszeń) oraz z Wielkiej Brytanii (12% transgranicznych zgłoszeń). Najczęściej na polskich sprzedawców skarżyli się konsumenci z Niemiec i Litwy (po 13% zgłoszeń) (Europejskie Centrum Konsumentckie, 2022).

Równolegle działająca sieć FIN-NET pełni tę samą funkcję w odniesieniu do reklamacji dotyczących transgranicznych usług finansowych. Jej celem jest zapewnienie konsumentom łatwego dostępu do alternatywnych metod rozwiązywania problemów (ADR) w sporach transgranicznych dotyczących świadczenia usług finansowych, a także wspieranie współpracy pomiędzy krajowymi rzecznikami finansowymi² (KE, b.d.).

Z kolei SOLVIT to system służący rozwiązywaniu sporów wynikających z naruszeń prawa UE, w jego ramach dąży się do znalezienia szybkich, skutecznych i nieformalnych rozwiązań dla osób fizycznych i przedsiębiorstw, gdy ich prawa na rynku wewnętrznym nie są przestrzegane przez organy publiczne (Ratcliff i in., 2021).

Warto również podkreślić, że zgodnie z zapisem ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zadania w dziedzinie ochrony interesów konsumentów w zakresie określonym ustawą oraz odrębnymi przepisami wykonują również: samorząd terytorialny, a także organizacje konsumenckie i inne instytucje, do których statutowych lub ustawowych zadań należy ochrona interesów konsumentów (Ustawa z dnia 16 lutego 2007). Aczkolwiek w art. 38 wspomnianej ustawy podkreślono, że zadaniem samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów jest prowadzenie edukacji konsumenckiej, jednakże w kolejnym wskazano, że zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów wykonuje powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów, który zapewnia bezpłatne poradnictwo konsumenckie i informację prawną (Ustawa z dnia 16 lutego 2007, s. 28, 29). Organizacje konsumenckie mają prawo do prowadzenia nieodpłatnego poradnictwa konsumenckiego oraz udzielania nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń, chyba że statut organizacji stanowi, że działalność ta jest wykonywana odpłatnie (Ustawa z dnia 16 lutego 2007). Wśród organizacji konsumenckich na szczególną uwagę pod kątem realizacji prawa do rzetelnej informacji i edukacji zasługują najstarsza organizacja konsumencka w Polsce – Federacja Konsumentów³, założona w 1981 r., prowadząca bezpłatne porady prawne i działalność edukacyjną, oraz m.in. Fundacja Konsumentów, założona w 2013 r.⁴

Utworzono również wiele portali informacyjnych, takich jak „Twoja Europa” w obszarze rynku wewnętrznego czy też portal „e-Sprawiedliwość” w obszarze sprawiedliwości, aby informować użytkowników o przepisach Unii i przepisach krajowych. W przypadku portalu „Twoja Europa” (*Your Europe*) (<https://europa.eu/>

² Informacje o działalności Rzecznika Finansowego działającego w Polsce znajdują się na stronie internetowej: <https://rf.gov.pl>.

³ Więcej: www.federacja-konsumentow.org.

⁴ Więcej: <https://konsumentci.org>.

youreurope) należy podkreślić, że odgrywa on istotną rolę w zapewnianiu dostępu do wiarygodnych informacji na temat polityki ochrony konsumentów oraz w gromadzeniu różnych źródeł informacji w jednym miejscu. Dostęp do informacji będzie ulepszony za pomocą jednolitego portalu cyfrowego. Zgodnie z rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1724 z 2018 r. w sprawie utworzenia jednolitego portalu cyfrowego w celu zapewnienia dostępu do informacji, procedur oraz usług wsparcia i rozwiązywania problemów, a także zmieniającego rozporządzenie (UE) nr 1024/2012 został utworzony przez Komisję Europejską i państwa członkowskie jednolity portal cyfrowy. Portal ten składa się ze wspólnego interfejsu użytkownika zarządzanego przez Komisję, który jest zintegrowany z portalem „Twoja Europa” oraz umożliwi dostęp do odpowiednich unijnych i krajowych stron internetowych, w tym dostęp do wielu informacji na temat praw, obowiązków i przepisów określonych w prawie Unii i w prawie krajowym. W załączniku do tego rozporządzenia sprecyzowano m.in. wykaz obszarów informacji, które mają znaczenie dla obywateli korzystających ze swoich praw na rynku wewnętrznym:

- „1) zakup towarów, treści cyfrowych lub usług (w tym usług finansowych) w innym państwie członkowskim, przez Internet lub osobiście;
- 2) posiadanie rachunku bankowego w innym państwie członkowskim;
 - 3) przyłączenie do sieci infrastruktury technicznej, np. gazowej, elektroenergetycznej, wodnej, kanalizacyjnej, telekomunikacyjnej i internetowej;
 - 4) płatności, w tym polecenia przelewu, opóźnienia w płatnościach transgranicznych;
 - 5) prawa i gwarancje konsumenckie związane z kupnem towarów i usług, w tym procedury rozwiązywania sporów konsumenckich i procedury odszkodowawcze;
 - 6) bezpieczeństwo produktów konsumpcyjnych;
 - 7) wynajem pojazdu silnikowego” (Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1724, s. 4, 33).

Warto podkreślić, że współczesny rynek charakteryzuje się stałym wzrostem liczby zawieranych transakcji krajowych i transgranicznych. Z tego powodu instytucje, takie jak ADR (Alternative Dispute Resolution), zajmujące się alternatywnym, pozasądowym rozstrzygnięciem sporów, i europejskie centra konsumenckie są gwarancją szybkiego i skutecznego rozpatrywania sporów, a ujednolicone zasady dochodzenia roszczeń mają decydujący wpływ na poziom zaufania konsumentów i ich poczucie bezpieczeństwa (Kancelaria Senatu, 2018). Podmiotami ADR są niezależne podmioty oferujące przejrzyste i bezstronne rozwiązywanie sporów bez udziału sądów, takie jak mediatorzy, rzecznicy praw czy rozjemcy w postępowaniu pojednawczym, wpisane do rejestru prowadzonego przez właściwy organ. Na poziomie UE powstała platforma zajmująca się rozstrzygnięciem sporów *online* ODR (Online Dispute Resolution), oferująca prosty i bezpłatny dostęp wszystkim konsumentom z UE do procedur ADR w przypadku każdego rodzaju sporu pomiędzy kon-

sumentem a przedsiębiorcą, niezależnie od sektora rynku, którego dotyczy (dostępna pod adresem: <https://ec.europa.eu/consumers/odr/>). W Polsce na stronie internetowej <https://polubowne.uokik.gov.pl> można również znaleźć informacje dotyczące zasad i podmiotów zajmujących się polubownym rozwiązywaniem sporów. Jeżeli przedsiębiorca nie uznał reklamacji towaru lub usługi, to konsument może skorzystać z polubownego rozwiązania sporu – z sieci stałych sądów polubownych przy wojewódzkich inspektoratach inspekcji handlowej⁵.

5. Podsumowanie

Reasumując, należy podkreślić, że polityka ochrony konsumentów jest podstawowym celem polityki unijnej i jest szczególnie ważna, wręcz niezbędna dla efektywnego działania rynku. Polityka ta jest jednym z ważniejszych obszarów aktywności UE. Przy tym należy zwrócić uwagę, że polityka ochrony konsumentów w dziedzinie usług internetowych i cyfrowych to obszar szczególnych zainteresowań w UE. Należy zwrócić uwagę, że „Nowy ład dla konsumentów”, a następnie „Nowy program na rzecz konsumentów” i związane z tymi dokumentami uchwalone nowe rozwiązania prawne powinny w znacznym stopniu wpłynąć na relacje gospodarcze między przedsiębiorcami a konsumentami, a także być odpowiedzią na wiele aktualnych problemów konsumenckich i przyczynić się do ograniczenia występowania nieuczciwych praktyk rynkowych. Jednakże biorąc pod uwagę szybkie tempo postępu technologicznego i dynamicznie zmieniającą się sytuację rynkową i jej wpływ na doświadczenia konsumentów, należy prowadzić ustawiczne działania w tym obszarze. Z jednej strony regulacje prawne dotyczące ochrony konsumentów muszą nadążać za zmianami gospodarczymi, technologicznymi i społecznymi. Z drugiej zaś należy pamiętać, że słabsza pozycja konsumenta na rynku wynika często nie tylko ze stosowania niedozwolonych, nieuczciwych praktyk rynkowych, lecz także z braku dostępu do rzetelnej informacji, a przecież to świadomy konsument staje się równorzędnym partnerem i wzmacnia swoją pozycję na rynku. Ważne są przy tym również rozwiązania dotyczące sposobów poprawy nie tylko ilości, ale i jakości informacji przekazywanych konsumentom. Stąd też dla podniesienia poziomu ochrony konsumentów bardzo istotne jest nie tylko tworzenie nowych regulacji w tym zakresie, prowadzenie działań kontrolnych, weryfikujących przestrzeganie praw konsumentów przez przedsiębiorców, którzy nie tylko powinni prowadzić działalność zgodną z prawem, ale także pamiętać o zasadach etyki. Istotne jest także popularyzowanie alternatywnych form rozwiązywania sporów, tym bardziej że zakres ochrony i wsparcia konsumentów jest bardzo podobny w większości krajów UE, ale

⁵ Więcej: https://uokik.gov.pl/stale_sady_polubowne.php.

również szczególnie ważne jest tworzenie i doskonalenie różnorodnych działań edukacyjnych z zakresu ochrony konsumentów, skierowanych nie tylko do konsumentów, lecz także do innych uczestników rynku.

Literatura

- Czarnecka, M. (2017). Ekonomiczna analiza prawa ochrony konsumentów. *Studia Ekonomiczne. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach*, (321), 118–135.
- Dąbrowska, A., Janoś-Kresło, M. i Ozimek, I. (2005). *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*. Warszawa: PWE.
- Dmitrowski, W. (2021). Implementacja tzw. dyrektywy Omnibus. Zmiany w prawie konsumenckim. *Biuletyn Euro Info*, (9). Pobrane z <https://www.parp.gov.pl/component/content/article/76083:implementacja-tzw-dyrektywy-omnibus-zmiany-w-prawie-konsumenckim>
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta (OJ L 328)
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828 z dnia 25 listopada 2020 r. w sprawie powództw przedstawicielskich wytaczanych w celu ochrony zbiorowych interesów konsumentów i uchylająca dyrektywę 2009/22/WE (OJ L 409)
- Europejski Komitet Regionów. (2022). *Opinia Europejskiego Komitetu Regionów – Nowy program na rzecz konsumentów – poprawa odporności konsumentów na potrzeby trwałej odbudowy* (Dz.U. UE 2022/C 61/07). Pobrane z <https://www.prawo.pl/akty/dz-u-ue-c-2022-61-30,69533684.html>
- Europejskie Centrum Konsumentkie. (2022, 16 lutego). *Informacja prasowa. Transgraniczne spory konsumentów*. Pobrane z <https://konsument.gov.pl/dla-mediow/>
- Gemius Polska. (2021). *E-commerce w Polsce 2021*. Pobrane z <https://www.gemius.pl/wszystkie-artykuly-aktualnosci/raport-e-commerce-w-polsce-2021.html>
- Jagielska, M., Podgórski, K. i Sługocka-Krupa, E. (2020). Wstęp. W: M. Jagielska, K. Podgórski, E. Sługocka-Krupa (red.), *Dochodzenie roszczeń konsumenckich. Nowy ład dla konsumentów* (s. VII–VIII). Warszawa: C.H. Beck.
- Kancelaria Senatu. (2018). *Ochrona praw konsumentów w Polsce i w wybranych krajach*. Opracowania tematyczne OT–668. Pobrane z <https://www.senat.gov.pl/gfx/senat/pl/senatopracownia/165/plik/ot-668.pdf>
- Karta praw podstawowych Unii Europejskiej. (2016). (Dz.U. UE C 202/389). Pobrane z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT&from=DE>
- Komisja Europejska [KE]. (2018). *Nowy ład dla konsumentów: Komisja wzmacnia unijne prawa konsumenckie i ich egzekwowanie*. Pobrane z https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP_18_3041
- Komisja Europejska [KE]. (2020). *Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego i Rady. Nowy program na rzecz konsumentów*. COM(2020) 696 final. Pobrane z <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0696&from=PL>
- Komisja Europejska [KE]. (b.d.). *Informacje o sieci FIN-NET*. Pobrane 22 lutego 2022 z https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/banking-and-finance/consumer-finance-and-payments/retail-financial-services/financial-dispute-resolution-network-fin-net/fin-net-network/about-fin-net_pl

- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz. U. z 1997 r. Nr 78, poz. 483 z późn. zm.)
- Małobęcka-Szwast, I. (2021, 1 marca). *Nowy ład konsumencki: bardziej przejrzyste zasady plasowania ofert* [Wpis na blogu]. Pobrane z <https://www.traple.pl/2021/03/01/nowy-lad-konsumencki-bardziej-przejrzyste-zasady-plasowania-ofert/>
- Mazurek-Łopacińska, K. (2021). *Zachowania konsumentów na współczesnym rynku. Perspektywa marketingowa*. Warszawa: PWE.
- Ordyk, M. i Janik, W. (2021). *Duże zmiany w prawach konsumenta – dyrektywa Omnibus*. Infor. Pobrane z <https://www.infor.pl/prawo/nawosci-prawne/5326591,Duze-zmiany-w-prawach-konsumenta-dyrektywa-Omnibus.html>
- Podrecki, P. (red.), Uchańska, J. (red.), Wiese, K. i Mroczek, M. (2018). *Prawa konsumentów w Unii Europejskiej. Praktyczny poradnik dla przedsiębiorców*. Warszawa: Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości.
- Ratcliff, C., Franco, D., Wosyka, M. i Martinello, B. (2021). *Polityka ochrony konsumentów: zasady i instrumenty*. Pobrane z <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/46/polityka-ochrony-konsumentow-zasady-i-instrumenty>
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/2394 z dnia 12 grudnia 2017 r. w sprawie współpracy między organami krajowymi odpowiedzialnymi za egzekwowanie przepisów prawa w zakresie ochrony konsumentów i uchylające rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 (OJ L 345)
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/1724 z dnia 2 października 2018 r. w sprawie utworzenia jednolitego portalu cyfrowego w celu zapewnienia dostępu do informacji, procedur oraz usług wsparcia i rozwiązywania problemów, a także zmieniające rozporządzenie (UE) nr 1024/2012 (Dz. U. UE L 295/1)
- Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (wersja skonsolidowana). (2012). (Dz. U. UE C 326/49) Pobrane z <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12012E/TXT:PL:PDF>
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [UOKiK]. (2008). *Nieuczciwe praktyki rynkowe. Przewodnik*. Warszawa: UOKiK, Departament Polityki Konsumenckiej.
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [UOKiK]. (2021). *Sprawozdanie z działalności UOKiK – rok 2020*. Warszawa: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Pobrane z https://uokik.gov.pl/kompetencje_prezesa_uokik.php#faq3472
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów [UOKiK]. (2022). *Działalność UOKiK w 2021 roku*. Pobrane z https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18392
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (tekst jedn.: Dz. U. z 2023 r., poz. 1610 z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz. U. z 2023 r., poz. 1689 z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (tekst jedn.: Dz. U. z 2023 r., poz. 845)
- Ustawa z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług (tekst jedn.: Dz. U. z 2023 r., poz. 168)
- Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jedn.: Dz. U. z 2020 r., poz. 287 z późn. zm.)
- Zaliwska, A. (2022). *Nowe zasady wyprzedaży – jakie zmiany w e-commerce (i nie tylko) wprowadzi dyrektywa Omnibus*. Infor. Pobrane z <https://www.infor.pl/prawo/prawa-konsumenta/nawosci/5402723,Nowe-zasady-wyprzedazy-jakie-zmiany-w-ecommerce-i-nie-tylko-wprowadzi-dyrektywa-Omnibus.html>

Strony internetowe

<https://ec.europa.eu/consumers/odr>

<https://europa.eu/youreurope>

<https://polubowne.uokik.gov.pl>

<https://rf.gov.pl>

https://uokik.gov.pl/dzialania_educacyjne_konsumenci.php

https://uokik.gov.pl/stale_sady_polubowne.php