

Irena Ozimek
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Nieuczciwe praktyki rynkowe w kontekście regulacji prawnych i działań instytucji zajmujących się ochroną konsumentów w Polsce

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie problematyki nieuczciwych praktyk rynkowych w kontekście obowiązujących regulacji prawnych oraz wyników działań Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów i powiatowych/miejskich rzeczników w tym zakresie. Przedsiębiorcy prowadzący działalność gospodarczą, w każdym podejmowanym przez siebie działaniu polegającym na relacji z konsumentem, powinni mieć na uwadze obowiązujące regulacje prawne. Nawet niecelowe i nieświadome zachowanie bądź zaniechanie może bowiem stanowić podstawę do zastosowania dotkliwych dla przedsiębiorcy sankcji. Ponadto negatywne dla przedsiębiorcy rozstrzygnięcie Prezesa UOKiK może skutkować nie tylko m.in. koniecznością zmian dotychczasowych strategii marketingowych, ale przede wszystkim utratą zaufania klientów.

Słowa kluczowe: ochrona konsumentów, nieuczciwe praktyki rynkowe, praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

Kody JEL: D18, K10

Wstęp

Ochrona konsumentów stanowi niezwykle ważny zakres działań w Unii Europejskiej. Jednak obszarem, w którym konsument powinien być chroniony, jest nie tylko zawieranie umowy, podczas której konsument podejmuje decyzję rynkową, ale również etap przed lub po zawarciu umowy. Ponadto, zakres ochrony konsumentów wciąż podlega przemianom w związku z zachodzącymi zmianami gospodarczymi i społecznymi, zwłaszcza dokonującymi się na rynku żywności, energii, finansów, transportu i technologii cyfrowych. Znajduje to swój wyraz m.in. w tworzeniu regulacji prawnych określających prawa i obowiązki, zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów, zabezpieczających interesy nabywców, w tym regulacji dotyczących ochrony interesów ekonomicznych konsumentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Przy czym działania przedsiębiorców na rynku nie tylko mogą dotyczyć nieuczciwych praktyk rynkowych wobec klientów indywidualnych, mogą również obejmować działania określane mianem „praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów”, wskutek których każdy potencjalny konsument może zostać przez nie poszkodowany.

Na mocy ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów ochroną konsumentów w Polsce zajmują się w szczególności: Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji

i Konsumentów (centralny organ administracji rządowej odpowiedzialny za ochronę konsumentów i ochronę konkurencji w Polsce oraz m.in. za kształtowanie polityki konsumenci-ckiej); a także powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów (do zadań którego należy m.in. zapewnienie konsumentom bezpłatnego poradnictwa i informacji prawnej w zakresie ochrony ich interesów).

Stąd też celem artykułu jest przedstawienie regulacji prawnych, w których ujęto problematykę nieuczciwych praktyk rynkowych, mogących również niekiedy stanowić rodzaj praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a także omówienie wyników działań Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) oraz powiatowych/miejskich rzeczników w tym zakresie. W ramach badań dokonano analizy danych wtórnych, tj. aktów prawnych, decyzji Prezesa UOKiK dotyczących praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, publikowanych na stronie internetowej Urzędu, a także wyników sprawozdań Prezesa UOKiK oraz powiatowych (miejskich) rzeczników konsumentów.

Nieuczciwe praktyki rynkowe w świetle regulacji prawnych

Jednym z niewłaściwych działań przedsiębiorców może być naruszenie interesów konsumentów w postaci stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych. O docenieniu rangi ochrony konsumentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi świadczy zapis w Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej (1997), zgodnie z którym, władze publiczne chronią konsumentów m.in. przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Warto zwrócić uwagę, że również w ustawie z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej podkreślono, że „przedsiębiorca wykonuje działalność gospodarczą na zasadach uczciwej konkurencji i poszanowania dobrych obyczajów oraz słuszných interesów konsumentów”.

Na poziomie Unii Europejskiej istotne było w tym zakresie uchwalenie dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (związanych m.in. z promocją, sprzedażą lub dostawą produktu do konsumentów). W Polsce ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym dokonuje transpozycji tej dyrektywy. Działaniami podlegającymi ocenie w świetle unormowań zawartych w tej ustawie są praktyki przedsiębiorców w relacjach z konsumentami (B2C). Zgodnie z klauzulą generalną zawartą w art. 4 ust. 1 tej ustawy, nieuczciwą praktyką rynkową jest każde działanie przedsiębiorcy wobec konsumenta, które jest sprzeczne z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta przed, w trakcie lub po zawarciu umowy. Aby można było więc stwierdzić, że praktyka jest nieuczciwa, muszą zostać spełnione łącznie te dwie przesłanki: naruszenie dobrych obyczajów (polegające m.in. na niewłaściwym informowaniu konsumentów o przysługujących uprawnieniach, braku rzetelnego traktowania konsumenta, wykorzystywaniu uprzywilejowanej pozycji przez przedsiębiorcę), a także istotne zniekształcenie (lub sama możliwość takiego zniekształcenia) zachowania rynkowego przeciętnego konsumenta, które wpływa na jego decyzję dotyczącą umowy. Definicję pojęcia „przeciętny konsument”,

do którego odwołano się w klauzuli generalnej, przedstawiono w art. 2 pkt 8 wspomnianej ustawy. Należy przyjąć, że jest to osoba dostatecznie dobrze poinformowana, uważna i ostrożna. Jednak nie można uznać, że ten poziom wiedzy jest kompletny i umożliwi przeciętnemu konsumentowi zrozumienie wszystkich kierowanych do niego informacji, a następnie wykorzystanie ich do podjęcia racjonalnej decyzji. Dlatego też pojęcie przeciętnego konsumenta należy każdorazowo definiować, dopasowując do okoliczności, uwzględniając charakter odbiorcy. Nie jest on bowiem profesjonalistą, nie ma też obowiązku znać się na wszystkich cechach oferowanych mu towarów lub usług, jak również nie musi mieć świadomości istnienia określonych regulacji prawnych w zakresie ich sprzedaży. Wzorzec przeciętnego konsumenta nie jest więc stały. Oceny tej powinno się dokonywać z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych i językowych oraz przynależności danego klienta do określonej grupy, ze względu na konkretne cechy, takie jak m.in. wykształcenie, wiek, sprawność umysłowa czy też fizyczna (Ustawa... 2007, *Nieuczciwe...* 2008).

Nieuczciwe praktyki rynkowe można podzielić m.in. na: praktyki wprowadzające w błąd oraz agresywne praktyki rynkowe. Praktyki wprowadzające w błąd polegają na działaniu lub zaniechaniu przedsiębiorcy, które skutkuje lub może skutkować podjęciem przez konsumenta decyzji związanych z umową, których by nie podjął, gdyby przedsiębiorca zachował się w prawidłowy sposób. Wprowadzanie w błąd może dotyczyć cech produktu, w szczególności związanych z jego pochodzeniem geograficznym lub handlowym, a także dotyczących ilości, jakości, sposobu wykonania, składników, daty produkcji, przydatności, możliwości i spodziewanych wyników zastosowania produktu, wyposażenia dodatkowego, testów i wyników badań lub kontroli przeprowadzanych na produkcie, zezwoleń, nagród lub wyróżnień uzyskanych przez produkt, ryzyka i korzyści związanych z produktem. Ponadto, może dotyczyć np. istnienia produktu, rodzaju lub dostępności, obowiązków przedsiębiorcy w czasie wykonywania umowy lub praw przysługujących konsumentom, a także wysokości czy też sposobu obliczenia ceny lub istnienia szczególnych korzyści cenowych lub reklam. Z kolei agresywne praktyki rynkowe polegają na stosowaniu przez przedsiębiorcę niedopuszczalnych nacisków na konsumenta, które w znaczny sposób ograniczają lub mogą ograniczyć swobodę jego wyboru lub zachowania względem produktu, i tym samym powodują lub mogą powodować podjęcie przez niego decyzji związanych z umową, których inaczej by nie podjął. Poza tym istotne jest również zróżnicowanie praktyk z podziałem na tzw. czarną i szarą listę praktyk. W art. 7 i 9 wspomnianej ustawy dokonano wyliczenia praktyk z tzw. czarnej listy, które zawsze, zostaną uznane za nieuczciwe. Przykładowe praktyki z tzw. szarej listy praktyk przedstawiono w art. 5, 6 oraz 8 ustawy (Ustawa... 2007). Ocenia się je, czy są zakazane, pod kątem spełnienia przesłanek wynikających z tzw. klauzuli generalnej.

Przedsiębiorca powinien być świadomy, że konsument, którego interes został naruszony (lub nawet zagrożony naruszeniem) w wyniku stosowania przez przedsiębiorcę nieuczciwych praktyk rynkowych, jak również Rzecznik Praw Obywatelskich, Rzecznik Finansowy, krajowa lub regionalna organizacja, której celem statutowym jest ochrona interesów konsumentów czy też powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów, mają prawo żądać od tego przedsiębiorcy: zaniechania stosowania praktyki; złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści w odpowiedniej formie; a także zasądzenia odpo-

wiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej, ochroną dziedzictwa narodowego lub ochroną konsumentów. Z kolei wyłącznie konsument może żądać usunięcia skutków praktyki; naprawienia wyrządzonej szkody na zasadach ogólnych, w szczególności unieważnienia umowy z obowiązkiem wzajemnego zwrotu świadczeń oraz zwrotu przez przedsiębiorcę kosztów związanych z nabyciem produktu (Ustawa... 2007).

W przypadku nieuczciwych praktyk rynkowych, to przedsiębiorca wykazać musi, iż zarzucane mu działanie nie stanowi nieuczciwej praktyki rynkowej. Ma to istotne znaczenie dla konsumentów, jak też innych podmiotów legitymowanych w ustawie do wystąpienia z wybranymi roszczeniami, ponieważ ułatwia im drogę sądową do dochodzenia ewentualnych roszczeń w razie niezgodnego z prawem działania przedsiębiorcy.

Ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym zapewnia przede wszystkim indywidualnym konsumentom szerokie możliwości działania w zakresie występowania przeciwko przedsiębiorcom na drodze powództwa cywilnego, w związku ze stosowaniem nieuczciwej praktyki rynkowej. Jednak wobec przedsiębiorcy może zostać wszczęte postępowanie administracyjne w sprawie stosowania nieuczciwej praktyki rynkowej przez Prezesa UOKiK. Zgodnie bowiem z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów, zadaniem Prezesa UOKiK jest między innymi nadzór nad przestrzeganiem zbiorowych interesów konsumentów. W sytuacji, w której stosowanie nieuczciwej praktyki rynkowej narusza zbiorowe interesy konsumentów, Prezes UOKiK może podjąć działania, zmierzające do wyeliminowania stosowania tej praktyki. W tym jednak przypadku postępowanie nie będzie toczyć się w imieniu i na rzecz określonego, indywidualnie wskazanego konsumenta, lecz będzie miało ogólny charakter (*Nieuczciwe...* 2008).

W art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów podkreślono, że zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przedstawiono w niej również otwarty katalog praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Do nich zaliczono w szczególności godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, tj.: 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 (Ustawa... 2007).

Jednak warto podkreślić, że nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów. Z naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów mamy do czynienia wówczas, gdy bezprawna praktyka przedsiębiorcy dotyczy nieograniczonej liczby konsumentów, zagrażając interesom każdego konsumenta będącego lub mogącego być potencjalnie kontrahentem przedsiębiorcy. Oznacza to, że każdy potencjalny konsument może zostać poszkodowany przez tego rodzaju praktykę. Przedmiotem ochrony nie są zatem interesy indywidualnego konsumenta ani grupy indywidualnych konsumentów, ale wszystkich – aktualnych lub potencjalnych – klientów, traktowanych jako grupa uczestni-

ków rynku zasługująca na szczególną ochronę. Z kolei konsumenci, którzy chcą zgłosić do UOKiK zawiadomienie o podejrzeniu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, powinni złożyć je w formie pisemnej pod adresem Urzędu.

Prezes UOKiK w ramach postępowania administracyjnego jest uprawniony do wydawania wiążących rozstrzygnięć. W tym celu może on przeprowadzić postępowanie wyjaśniające. Prezes UOKiK wszczyna postępowanie administracyjne przeciwko konkretnemu przedsiębiorcy, wskazując mu przy tym bezprawne działania. Warto też nadmienić, że może on występować do przedsiębiorców z żądaniem przekazania wszelkich koniecznych informacji, a obowiązkiem przedsiębiorcy jest udzielenie Prezesowi UOKiK wszelkich niezbędnych informacji i dokumentów. Jeżeli przedsiębiorca choćby nieumyślnie – nie udzieli tych informacji, bądź udzieli informacji nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd, może zostać obciążony koniecznością zapłacenia kary pieniężnej. Postępowanie kończy się decyzją administracyjną, w której może on nakazać zaniechanie stosowania bezprawnych działań, a także nałożyć na przedsiębiorcę karę finansową wynoszącą do 10% obrotu osiągniętego w roku poprzedzającym jej nałożenie. Zwłaszcza w przypadku mniej szkodliwych zachowań, pozwalając na ich szybsze wyeliminowanie z rynku, niż w wyniku sformalizowanych postępowań, mogą być podjęte tzw. wezwania miękkie, np. możliwość dobrowolnego zobowiązania się przedsiębiorcy do zmiany kwestionowanego zachowania (bierze się tu pod uwagę zasadność takiego rozwiązania, w tym faktyczną eliminację z rynku szkodliwych praktyk lub ich skutków dla konsumentów w wyniku podjętego zobowiązania). UOKiK ma również możliwość zwrócenia się do przedsiębiorcy z wezwaniem do zaprzestania stosowania danej praktyki (*Sprawozdanie... 2017*).

Należy też podkreślić, że w dniu 17 kwietnia 2016 r. weszła w życie nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, która wprowadziła m.in.: możliwość wydawania decyzji tymczasowych w toku postępowania w sprawach konsumenckich; instytucję tajemniczego klienta, pozwalającą na uzyskanie informacji dowodowych dla prowadzonych spraw; a także wydłużony okres przedawnienia dla praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz możliwość emitowania bezpłatnych komunikatów i ostrzeżeń w publicznym radiu i telewizji. Dzięki publikacji w publicznym radiu i telewizji (w formie i czasie uzgodnionymi z nadawcą) możliwe jest szybkie i skuteczne ostrzeżenie konsumentów o zachowaniach lub zjawiskach, które istotnie zagrażają ich interesom. Ostrzeżenia publiczne (wydawane na podstawie art. 73a). W ramach ostrzeżenia na stronie internetowej Urzędu publikowane są zgromadzone w toku postępowania informacje o zachowaniu przedsiębiorcy i jego prawdopodobnych skutkach. Ostrzeżenia są publikowane na podstawie postanowienia. Mogą też być wydawane komunikaty dotyczące zachowań lub zjawisk mogących stanowić istotne zagrożenie dla interesów konsumentów, do publikacji których nie jest konieczne wszczęcie postępowania wyjaśniającego lub postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Warto też nadmienić, że 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.

Należy podkreślić fakt, że w 2013 r. Komisja Europejska opublikowała pierwszą ocenę stosowania dyrektywy w krajach UE oraz analizę działań potrzebnych dla zmaksymalizowania korzyści z niej wynikających. Stwierdzono wówczas, że organy krajowe przyczyniły się do ograniczenia szerokiego zakresu wprowadzających w błąd i agresywnych praktyk rynkowych, jednak podkreślono również, że konieczne są dalsze działania, aby zapewnić wysoki poziom ochrony konsumentów, zwłaszcza na szczeblu transgranicznym. W 2016 roku Komisja opublikowała zaktualizowane wytyczne w sprawie wdrażania i stosowania dyrektywy i stworzyła dostępną publicznie bazę danych dotyczącą praw krajów UE związanych z dyrektywą, orzecznictwa, decyzji administracyjnych, odnośników do publikacji prawnych i innych powiązanych materiałów. Umożliwia to porównywanie decyzji i wyroków wydawanych w krajach UE (Nieuczciwe praktyki... 2018). Baza danych jest dostępna za pośrednictwem portalu „e-Sprawiedliwość” od 2017 roku.

Ponadto, od dnia 17 stycznia 2020 r. będzie stosowane 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. Ponieważ obecnie jest nieskuteczne ściganie naruszeń transgranicznych, zwłaszcza tych cyfrowych, pozwala to nieuczciwym przedsiębiorcom chronić się przed egzekwowaniem przepisów w innym miejscu w UE. Przepisy tego rozporządzenia mają zwiększyć zaufanie konsumentów do e-handlu. Dzięki nim krajowe instytucje ochrony konsumentów zdobędą większe uprawnienia, na mocy których będą mogły np. sprawdzać, czy działające w sieci sklepy internetowe uniemożliwiają konsumentów dostęp do towarów i usług ze względu na to, w jakim kraju przebywa klient, albo prowadzą sprzedaż na warunkach niezgodnych z prawem UE. Ponadto, KE stworzy unijny system szybkiego reagowania, który pozwoli na szybsze wykrywanie nieuczciwych przedsiębiorców m.in. dzięki informacjom pozyskiwanym od konsumentów i od organizacji handlowych.

Wyniki działań instytucji w zakresie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz nieuczciwych praktyk rynkowych

Analizując liczbę decyzji wydanych przez Prezesa UOKiK, warto zwrócić uwagę na fakt, że prowadzi on postępowania tylko w przypadkach praktyk najistotniejszych z punktu widzenia interesów zbiorowości konsumentów. Weryfikacja spraw odbywa się na podstawie następujących kryteriów:

- skala naruszenia (tj. potencjalnie szeroki krąg konsumentów będących adresatami bezprawnej praktyki przedsiębiorcy);
- stopień naruszenia (tj. potencjalnie poważny uszczerbek albo zagrożenie ekonomicznym interesom konsumentów);
- sposób naruszenia (tj. charakter bezprawnych działań przedsiębiorcy);

- dostępność instrumentów indywidualnej ochrony prawnej (możliwość ochrony przed negatywnymi skutkami bezprawnej praktyki przedsiębiorcy z wykorzystaniem instrumentów indywidualnej ochrony prawnej);
- potencjalnie wysokie korzyści płynące z władczej interwencji dla zbiorowości konsumentów (tj. zakładane wysokie korzyści dla zbiorowych interesów konsumentów płynące z władczego rozstrzygnięcia Prezesa UOKiK w stosunku do nakładów niezbędnych do ich osiągnięcia).

Tabela 1**Decyzje Prezesa UOKiK dotyczące ochrony zbiorowych interesów konsumentów wg klasyfikacji PKD w latach 2003-2017**

	Klasyfikacja PKD	Liczba praktyk	Udział %
A.	Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	3	0,1
B.	Górnictwo i wydobywanie	0	0,0
C.	Przetwórstwo przemysłowe	110	2,9
D.	Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych	90	2,3
E.	Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją	290	7,6
F.	Budownictwo	312	8,1
G.	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle	663	17,3
H.	Transport i gospodarka magazynowa	114	3,0
I.	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	33	0,9
J.	Informacja i komunikacja	361	9,4
K.	Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	543	14,2
L.	Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości	395	10,3
M.	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	68	1,8
N.	Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	306	8,0
O.	Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	0	0,0
P.	Edukacja	428	11,2
Q.	Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	10	0,3
R.	Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	35	0,9
S.	Pozostała działalność usługowa	75	2,0
T.	Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; Gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby	0	0,0
U.	Organizacje i zespoły eksterytorialne	0	0,0
	Ogółem	3836	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie: https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf [dostęp: 05.01.2018].

Na podstawie analizy internetowej bazy danych zawierającej informacje dotyczące decyzji Prezesa UOKiK wydanych w latach 2003-2017 w zakresie ochrony zbiorowych interesów konsumentów według klasyfikacji PKD (por. tabela 1), należy stwierdzić, że najczęściej tego rodzaju decyzji zapadło w odniesieniu do działalności „Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle” (663 decyzji, co stanowiło 17,3% wszystkich wydanych decyzji) oraz działalności finansowej i ubezpieczeniowej (543 decyzje, tj. 14,2%)¹.

Dokonując analizy decyzji z uwzględnieniem występowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, najczęściej decyzji dotyczących ochrony zbiorowych interesów konsumentów wydał Prezes UOKiK w województwie mazowieckim, a następnie śląskim i pomorskim (por. tabela 2).

Tabela 2

Decyzje Prezesa UOKiK dotyczące ochrony zbiorowych interesów konsumentów wg województw w latach 2003-2017

Wyszczególnienie	Liczba praktyk	Udział %
Dolnośląskie	314	8,8
Kujawsko-pomorskie	124	3,5
Łódzkie	213	5,9
Lubelskie	204	5,7
Lubuskie	73	2,0
Małopolskie	289	8,1
Mazowieckie	821	22,9
Opolskie	54	1,5
Podkarpackie	93	2,6
Podlaskie	66	1,8
Pomorskie	401	11,2
Śląskie	412	11,5
Świętokrzyskie	94	2,6
Warmińsko-mazurskie	61	1,7
Wielkopolskie	257	7,2
Zachodniopomorskie	110	3,1

Uwaga: Decyzje publikowane są na podstawie art. 31 pkt 15 ustawy z 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2015 r. poz. 184), w związku z art. 23 ust. 1 pkt 2 ustawy z 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych (t.j. Dz.U. z 2014 r. poz. 1182), i nie zawierają tajemnicy przedsiębiorstwa, ani żadnych innych informacji chronionych na podstawie odrębnych przepisów.

Źródło: jak w tabeli 1.

¹ Nowelizacja ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, która weszła w życie w dniu 17 kwietnia 2016 r., wprowadziła m.in. zmianę modelu kontroli postanowień wzorców umów. Obecnie to Prezes UOKiK, a nie Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w decyzji administracyjnej rozstrzyga o niedozwolonym charakterze postanowienia wzorca umowy i zakazuje jego dalszego wykorzystywania. Przed tą nowelizacją w katalogu praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów wymieniano również niedozwolone postanowienia umowne.

Prowadzone w latach 2014-2016 przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów przedstawiono w tabeli 3. Należy podkreślić, że w 2016 roku UOKiK wszczął 98 postępowań w sprawie tego rodzaju praktyk oraz 212 postępowań wyjaśniających w tym zakresie. Łączna kwota kar za stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w 2016 roku wyniosła 102,4 mln zł (*Sprawozdanie... 2017*).

Tabela 3

Liczba postępowań Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów w latach 2014-2016

Wyszczególnienie	2014	2015	2016
Postępowania w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w tym:	401	232	175
– wszczęte	209	106	98
Postępowania w sprawie nałożenia kary na przedsiębiorcę*, w tym:	26	21	25
– wszczęte	22	13	19
Postępowania wyjaśniające, w tym:	872	754	445
– wszczęte	543	473	212

*Statystyka obejmuje postępowania w sprawie nałożenia kary na przedsiębiorców za niewykonanie lub zwłokę w wykonaniu decyzji, za nieudzielenie UOKiK żądanych informacji lub udzielenie informacji nieprawdziwych bądź wprowadzających w błąd, za brak współdziałania w toku kontroli.

Zródło: *Sprawozdanie... (2017)*.

Liczba decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazujące jej zaniechanie, wydanych w latach 2014-2016 przez Prezesa UOKiK zmniejszyła się z 53 (w 2014 roku) do 15 w roku 2016 (por. tabela 4). Również w analizowanym okresie zmniejszeniu uległa liczba decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzające jej zaniechanie (z 82 do 28).

O skali problemów konsumenckich w Polsce świadczą dane dotyczące działalności powiatowych/miejskich rzeczników konsumentów. W 2016 roku udzielili oni 494 878 porad, 67 701 razy występowali w sprawach konsumentów do przedsiębiorców, wytoczyli (lub przygotowali) 4027 pozwów. Konsumentów potrzebowało najwięcej (223 779) porad związanych z tradycyjną sprzedażą towarów, najczęściej dotyczyły one reklamacji obuwia i odzieży (83 401), sprzętu RTV i AGD (46 093), przedmiotów wyposażenia wnętrz (23 807). Na drugim miejscu uplasowały się porady związane z dostawcami usług (206 584), w tym przypadku skargi najczęściej dotyczyły: operatorów telekomunikacyjnych (54 646), dostawy mediów, np. energii, gazu (27 472), usług finansowych (20 177), ubezpieczeniowych (16 077), windykacyjnych (12 280) i remontowo-budowlanych (11 892). Na trzecim miejscu znalazły się problemy dotyczące sprzedaży produktów poza lokalem i na odległość (64 429).

Tabela 4**Liczba decyzji wydanych przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w latach 2014-2016**

Wyszczególnienie	2014	2015	2016
Decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazujące jej zaniechanie	53	24	15
Decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzające jej zaniechanie	82	40	28
Decyzje zobowiązujące*	142	80	29
Suma	277	144	72
Decyzje w sprawie nałożenia kary na przedsiębiorcę**	17	8	8
Decyzje w sprawie umorzenia postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, w tym:	8	1	7
– z powodu niestwierdzenia stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów	1	0	1
– z innych powodów	7	1	6
Postępowania zakończone w drodze postanowienia lub w inny sposób	2	2	3***

* Liczba dotyczy także decyzji, w których obok zobowiązania pojawiało się inne rozstrzygnięcie (np. stwierdzenie zaniechania).

** Statystyka obejmuje postępowania w sprawie nałożenia kary na przedsiębiorców za niewykonanie lub zwłokę w wykonaniu decyzji, za nieudzielenie UOKiK żądanych informacji lub udzielenie informacji nieprawdziwych bądź wprowadzających w błąd, za brak współdziałania w toku kontroli.

*** W tym postępowanie zakończone wewnętrzną notatką m.in. ze względu na zawieszenie działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę i brak możliwości ustalenia nowej siedziby firmy.

Źródło: jak w tabeli 3.

Odnosząc się do działalności powiatowych/miejskich rzeczników konsumentów w latach 2011-2016 wzrosła ogólna liczba działań rzeczników konsumentów wynikających z ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (por. tabela 5).

Tabela 5**Ogólna liczba działań rzeczników konsumentów wynikających z ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym w latach 2011-2016**

Wyszczególnienie	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Ogólna liczba działań rzeczników konsumentów wynikających z ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	210	243	305	426	620	566

Źródło: *Działania...* (2017).

Rzecznicy zawiadamiali UOKiK o stosowaniu przez przedsiębiorców nieuczciwej praktyki, w celu doprowadzenia do zaniechania jej stosowania i usunięcia jej skutków (por. tabela 6). Najwięcej tego rodzaju zgłoszeń w roku 2016 wpłynęło do delegatury UOKiK w Katowicach.

Tabela 6

Liczba zawiadomień UOKiK dokonana przez rzeczników o stosowaniu przez przedsiębiorców nieuczciwej praktyki, w celu doprowadzenia do zaniechania jej stosowania i usunięcia jej skutków

Realizacja zadań wynikających z:	Delegatura UOKiK									
	Ogólna liczba	Kraków	Poznań	Lublin	Wrocław	Łódź	Warszawa	Bydgoszcz	Gdańsk	Katowice
ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym	636	59	10	54	102	100	40	34	60	177

Źródło: jak w tabeli 5.

Należy podkreślić, że w 2016 roku odnotowano wzrost liczby działań powiatowych/miejskich rzeczników konsumentów, związanych z instytucją nieuczciwych praktyk rynkowych, rzecznicy docenili tę bardzo korzystną dla konsumentów regulację prawną i nauczyli się z niej korzystać (*Sprawozdanie... 2017*).

Podsumowanie

Przedsiębiorca prowadząc działalność gospodarczą w każdym podejmowanym przez siebie działaniu powinien uwzględniać regulacje prawne obejmujące kwestię nieuczciwych praktyk rynkowych oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Pamiętać przy tym należy o tym, że nawet nieświadome zachowanie bądź zaniechanie może stanowić podstawę do zastosowania dotkliwych sankcji dla przedsiębiorcy, zarówno cywilnych, jak i karnych. Nie tylko może się to wiązać z koniecznością zapłaty kary pieniężnej, ale również zamieszczenia oświadczeń w prasie, czy też upublicznienie decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów na koszt przedsiębiorcy (np. w prasie, na stronie internetowej danej firmy, na stronie internetowej UOKiK). Te nieuczciwe praktyki mogą też spowodować konieczność zmiany całej strategii marketingowej przedsiębiorstwa. Jednakże przede wszystkim nie można zapominać o tym, że nieuczciwe praktyki rynkowe przedsiębiorców w relacjach z konsumentami mogą skutkować utratą zaufania, zarówno dotychczasowych, jak i też potencjalnych klientów.

Bibliografia

Działania powiatowych i miejskich rzeczników konsumentów w roku 2016 (2017), Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Departament Ochrony Interesów Konsumentów, Warszawa.

- Nieuczciwe praktyki handlowe* (2018), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=LEGISSUM:l32011> [dostęp: 10.02.2018].
- Nieuczciwe praktyki rynkowe. Przewodnik* (2008), Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa.
- Sprawozdanie z działalności UOKiK* (2017), Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa, https://www.uokik.gov.pl/bip_sprawozdania_z_dzialalnosci_urzedu2.php [dostęp: 05.01.2018].
- Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jedn.: Dz.U. z 2017 r. poz. 229 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz.U. z 2017 r. poz. 2168 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. (tekst jedn.: Dz.U. z 2017 r. poz. 2070).
- https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf [dostęp: 05.01.2018].

Unfair Market Practices in the Context of Legal Regulations and Activities of Institutions Dealing with Consumer Protection in Poland

Summary

The aim of the article is to present the issues of practices infringing collective consumer interests and unfair market practices in the context of applicable legal regulations and results of activities of the Office of Competition and Consumer Protection and district/urban ombudsmen of this subject. Entrepreneurs running economic activities should bear in mind these regulations in every action they undertake in their relationship with the consumer, because even inexpedient and unconscious behaviour or omission can be the basis for the application of sanctions which are increasingly onerous for the entrepreneur. Moreover, the negative decision of the President of the Office of Competition and Consumer Protection may result in the necessity to change the existing marketing strategies, but most of all, the loss of trust of customers.

Key words: consumer protection, practices infringing collective consumer interests, unfair market practices, legal regulations

JEL codes: D18, K10

Недобросовестные рыночные практики в контексте законодательных регуляций и действий учреждений, занимающихся защитой потребителей в Польше

Резюме

Цель статьи – представить проблематику нечестных рыночных практик в контексте действующих правовых регуляций и результатов действий Пре-

зидента Управления по вопросам защиты конкуренции и прав потребителей и повятовых/городских омбудсманов в этом отношении. Предприниматели, осуществляющие хозяйственную деятельность, в каждом предпринимаемом ими действии, заключающемся в отношении с потребителем, должны иметь в виду действующие правовые регуляции. Даже нецелесообразное и неумышленное поведение или его отсутствие может представлять собой основу для принятия уязвимых для предпринимателя санкций. Кроме того, негативное для предпринимателя решение Председателя Управления может вести, в частности, не только к необходимости ввести изменения в прежние маркетинговые стратегии, но и, прежде всего, к потере доверия клиентов.

Ключевые слова: защита потребителей; недобросовестные рыночные практики; практики, нарушающие коллективные интересы потребителей.

Коды JEL: D18, K10

Artykuł zaakceptowany do druku w kwietniu 2018 roku

Afiliacja:

prof. dr hab. Irena Ozimek

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

Wydział Nauk Ekonomicznych

Katedra Polityki Europejskiej i Marketingu

ul. Nowoursynowska 166

02-776 Warszawa

e-mail: irena_ozimek@sggw.pl

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3430-8276>