

*Ochrona prawna konsumenta w uregulowaniach publicznonprawnych*, pod red. Jana Kufła, Zeszyt Naukowy AE, Poznań 1998, ss. 183.

Konsument jest obiektem badań i analiz wielu dyscyplin. Konsumentem jest każdy, kto kupuje, spożywa (zużywa), użytkuje, a nawet niszczy dobra i usługi. W literaturze ekonomicznej stosunkowo mało jest opracowań dotyczących prawnych aspektów problematyki konsumenckiej, a w literaturze prawniczej nie ma z kolei kompleksowych studiów dotyczących konsumenta. Recenzowany Zeszyt Naukowy zawiera opracowania, w których przedstawione zostały różne aspekty ochrony prawnej konsumenta.

Zeszyt otwiera artykuł dwóch Autorów (J. Kufel, H. Mruk) nt. *Konsument jako instytucja ekonomiczna i prawna* o charakterze teoretycznym. Zawarte w tym opracowaniu treści mają podstawowe znaczenie dla wszystkich pozostałych opracowań poruszających różne aspekty prawnej ochrony konsumenta.

Rozważania Autorów w tym opracowaniu koncentrują się nad istotą pojęcia konsument. Autorzy dokonują wnikliwej analizy terminów: klient, konsument, nabywca, użytkownik, odbiorca ukazując całą złożoność i trudności w prawidłowym definiowaniu tych pojęć zarówno na gruncie nauk ekonomicznych, jak i prawnych. Uzgodnienia w zakresie terminologicznym są zdaniem Autorów niezbędne szczególnie w procesie porządkowania prawa, a wręcz konieczne w kontekście procesu integracji z Unią Europejską. Na tle analizy źródeł słabości konsumenta wskazują na potrzebę jego ochrony, a przede wszystkim ochrony prawnej. Formułują tezę, że wsparcie społeczne i powszechna akceptacja idei ochrony konsumenta winny znaleźć prawne odzwierciedlenie. Początkiem szerszych w tej mierze dokonań prawnych powinno być jednoznaczne rozumienie istoty konsumenta jako podmiotu działającego w sferze rynku.

Artykuł I. Antczak-Bogajczyk: *Prawne środki ochrony konsumenta w dziedzinie reklamy* prezentuje rozwiązania dotyczące prawnych aspektów reklamy. Autorka przytacza definicję reklamy zawartą w art. 2 § 1 dyrektywy Rady Ministrów Wspólnoty nr 38/450 oraz wskazuje na wynikające z art. 69 Układu Europejskiego dyrektywy dotyczące reklamy. Przedmiotem szczegółowych analiz w opracowaniu są: cywilnoprawny charakter reklamy, stosunek ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji do zjawiska reklamy, problem prawnej regulacji reklamy w mediach oraz reklama usług świadczonych przez prawników (adwokaci, radcy prawni). Autorka podjęła próbę zdiagnozowania stanu prawnego w zakresie reklamy, wskazując na ciągły rozwój ustawodawstwa w tym zakresie szczególnie w perspektywie integracji Polski z Unią Europejską.

A. Igliński w artykule *Konsument w orzecznictwie Sądu Antymonopolowego* przedstawia problem publicznoprawnej ochrony konsumenta czyli ochrony nie jego indywidualnego interesu, ale ochrony pozycji rynkowej konsumenta. Publicznoprawny charakter ochrony konsumenta zakłada bowiem prymat interesu ogólnego nad interesem indywidualnym, który jest chroniony tylko wtedy, gdy powstaje zagrożenie dla interesu ogólnospołecznego lub doszło do jego naruszenia. Autor dokonuje przeglądu spraw o wyraźnym prokonsumenckim charakterze toczących się przed Urzędem Antymonopolowym oraz Sądem Antymonopolowym. Dobrym tłem do tych prezentacji jest dokonana przez Autora próba klasyfikacji istniejącego już orzecznictwa antymonopolowego. Wśród spraw rozstrzyganych na podstawie przepisów ustawy antymonopolowej wyróżnić można sprawy o wyraźnym prokonsumenckim charakterze (w tym sprawy przeciwko monopolistom naturalnym i sprawy przeciwko pozostałym przedsiębiorstwom uciekającym się do praktyk monopolistycznych) oraz pozostałe sprawy. Autor prezentuje orzeczenia Sądu Antymonopolowego gdzie stroną była Telekomunikacja Polska S.A., przedsiębiorstwo wodno-kanalizacyjne, przedsiębiorstwa prowadzące działalność w zakresie przesyłania i dostawy energii, producent samochodów i korporacja budowlana.

Rynek konsumenta stwarza odpowiednie warunki dla prawidłowego funkcjonowania znaków towarowych, które wymagają także odpowiedniej regulacji prawnej. M. Janczyk w artykule *Znak towarowy jako instrument ochrony konsumenta* omawia problemy znaku towarowego w aspekcie ochrony konsumenta. Przedmiotem szczegółowych rozważań są następujące zagadnienia: czy i w jaki sposób znak towarowy służy ochronie interesów konsumentów oraz z czego ten typ ochrony wynika. Autor przytacza definicję znaku towarowego wynikające z ustawodawstwa prawnego. Definiuje także występujące w obrocie gospodarczym takie oznaczenia towarów jak: geograficzne

oznaczenie pochodzenia oraz nazwę przedsiębiorstwa (firmę). Szeroko omawiane są funkcje znaku towarowego i ich znaczenie dla ochrony interesów konsumenta. Autor formułuje tezę, że ochrona znaku towarowego służy ochronie interesów konsumentów. Ustawa o znakach towarowych przewiduje dwojaki sposób ochrony, a mianowicie przez przepisy prawa cywilnego i karnego. Analiza przepisów prawnych regulujących funkcjonowanie znaków towarowych pozwoliła Autorowi na postawienie wniosków dotyczących roli znaku towarowego w ochronie interesów konsumentów oraz na ocenę ustawodawstwa prawnego w zakresie znaku towarowego.

Znaczenie firmy w zakresie ochrony konsumenta można ocenić poprzez określenie roli, jaką spełnia firma w obrocie gospodarczym. W recenzowanym artykule M. Janczyk: *Ochrona konsumenta w świetle prawa do firmy* podjęta została próba wskazania czy i w jakim zakresie obowiązujące przepisy prawne, dotyczące firmy i prawa do firmy, mogą służyć ochronie konsumenta. Autorka dokonuje prawnej charakterystyki firmy. Firma jako nazwa spółki i jej przedsiębiorstwa odróżnia się od znaku towarowego i oznaczenia pochodzenia, które identyfikują towar. Dla konsumentów szczególne znaczenie ma usytuowanie w przepisach kodeksu handlowego tzw. zasad prawa firmowego. Firma zgodnie z tymi zasadami spełnia dwie podstawowe funkcje, tzn. indywidualizuje spółkę handlową oraz prowadzoną przez nią działalność gospodarczą, a także pełni funkcję reklamową – przyciągając konsumentów do zakupu jej towarów lub usług. Autorka omawia sposób realizacji tych funkcji przez firmę. Z analizy przepisów prawnych dotyczących firmy wynika, że niektóre rozwiązania przyjęte przez ustawodawcę nie uwzględniają interesów konsumentów. Autorka formułuje wnioski zawierające propozycje zmian w obowiązujących przepisach prawnych.

W literaturze dotyczącej ubezpieczeń stosunkowo mało uwagi poświęcono do tej pory prawno-karnej ochronie interesu konsumenta usługi ubezpieczeniowej. Artykuł W. Jarochoa pt.: *Prawno-karna ochrona konsumenta usługi ubezpieczeniowej* wypełnia istotnie lukę w tym zakresie. Na wstępie Autor przyjmuje, że konsumentem usługi ubezpieczeniowej w ujęciu prawnym jest osoba fizyczna, która występuje w charakterze ubezpieczającego do celów niezwiązanych z działalnością gospodarczą. W artykule Autor charakteryzuje możliwe zagrożenia konsumentów usługi ubezpieczeniowej oraz omawia prawno-karne środki ochrony ubezpieczonych, uwzględniając zmiany wprowadzone nową kodyfikacją przepisów karnych z 1997 roku. Analizując stan w zakresie prawno-karnej ochrony konsumenta usługi ubezpieczeniowej Autor zgłasza postulaty *de lege ferenda*, mające na celu poprawę tego stanu i zwiększenia skuteczności istniejących przepisów karnych. Wskazuje jednocześnie na potrzebę dalszego rozpoznawania zachowań wymagających właściwych regulacji prawnych i penalizacji.

Usługi o charakterze finansowym świadczone przez banki i zakłady ubezpieczeń są w szerokim zakresie uregulowane właściwymi przepisami prawnymi. Są to w szczególności regulacje zawarte w przepisach kodeksu cywilnego. Biorąc usługi finansowej może być przedsiębiorca, konsument oraz inny podmiot prawa. W przypadku biocy usługi finansowej zachodzi konieczność szczególnej ochrony jego interesów. J. Kufel w artykule *Ochrona prawna konsumentów usługi finansowej* dokonuje przeglądu wybranych instytucji chroniących interesy majątkowe konsumenta usługi finansowej. Wskazuje na instytucje regulaminów bankowych i ogólnych warunków ubezpieczeń, które w znaczący sposób kształtują sytuację prawną konsumenta usług finansowych.

T. Kulig w artykule pt.: *Finansowoprawne instrumenty ochrony konsumenta* podejmuje próbę przedstawienia prawnych rozwiązań zabezpieczenia roszczeń klientów banków i zakładów ubezpieczeniowych, które znalazły się w stanie upadłości. W celu podniesienia bezpieczeństwa obrotu oraz zaufania do banków i zakładów ubezpieczeniowych ustawodawca zdecydował się na stworzenie wyodrębnionych funduszy – instytucji wyposażonych w osobowość prawną (Bankowy Fundusz Gwarancyjny i Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny). Autor omawia zakres ochrony, jaką gwarantują Fundusze klientom banków i zakładów ubezpieczeniowych. W szczególności przedstawia zadania i źródła finansowania w odniesieniu do Bankowego Funduszu Gwarancyjnego. Omawia przedmiotowy i podmiotowy zakres ochrony depozytów złożonych przez klientów banku oraz tryb postępowania w celu realizacji roszczeń. Prezentuje podstawowe wymogi Unii Europejskiej, które polskie ustawodawstwo musi spełniać w zakresie gwarantowania depozytów bankowych. Ubezpieczeniowy Fundusz Gwarancyjny, który jest przedmiotem szczegółowej analizy działa w dwóch płaszczyznach. Po pierwsze, spełnia funkcję ochronną w stosunku do osób poszkodowanych gwarantując (w ściśle wyznaczonym zakresie) wypłatę odszkodowań w sytuacji, gdy sprawca szkody nie został zidentyfikowany lub też nie był ubezpieczony. Po drugie, zapewnia realizację świadczeń odszkodowawczych w przypadku upadłości zakładu ubezpieczeń.

Artykuł R. Mleczaka *Rozstrzygnięcie sporów konsumenckich przed sądami państwowymi* jest próbą diagnozy sytuacji konsumenta wykorzystującego drogę procesu w dochodzeniu roszczeń. Tytuł artykułu wskazuje, że rozważania w nim zawarte dotyczyć będą instytucji procesowych w sprawach konsumenckich. W artykule omówione zostały funkcje sądu w sprawach konsumenckich w warunkach postępowania zwykłego, postępowań odrębnych (nakazowego i upomnieniowego) oraz postępowania pojednawczego. Zaprezentowano także przewidziane prawem możliwości wspomaganie konsumenta przez Sąd i organy współdziałające w czynnościach w toku procesu oraz w czynnościach inicjujących drogę procesu. Przegląd trybów rozstrzygnięcia sporów konsumenckich wskazuje, iż regulacje tych trybów w żaden szczególnie sposób nie preferują konsumenta jako strony procesu. Konsument jest „słabą” stroną procesu jako podmiot z natury rzeczy pozbawiony aparatu fachowego do prowadzenia spraw.

Jednym z elementów systemu ochrony konsumenta na rynku jest prawo antymonopolowe. Prawo to uzależnia i nakazuje stosować swoje instrumenty nie w każdym przypadku, który formalnie spełnia wszystkie ustawowe znamiona praktyki monopolistycznej, ale wyłącznie wtedy, kiedy określona praktyka monopolistyczna narusza jeden z przedmiotów ochrony wynikający z ustawy. R. Ruskowiak w artykule *Ochrona konsumenta w ustawie o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym* konstatuje, że istotą praktyki monopolistycznej jest ograniczenie samodzielności konsumentów wymuszające uczestnictwo w obrocie na zasadach mniej korzystnych (niż miałyby to miejsce w warunkach wolnej konkurencji) przez podmiot gospodarczy lub grupę (związek) takich podmiotów w następstwie niezgodnego z prawem nadużycia władzy rynkowej, jaką daje pozycja zajmowana na rynku. Przedmiotem zainteresowania ustawodawstwa antymonopolowego jest przede wszystkim przeciwdziałanie monopolizacji rynku. W artykule Autor dokonuje przeglądu definicji rynku istotnych w kontekście praktyk monopolistycznych. Omawia także instrumenty ochrony antymonopolowej. Swoje rozważania kończy przykładem praktyk monopolistycznych w działalności ubezpieczeniowej.

K. Szuma w artykule pt.: *Publicznoprawne zagadnienia dostarczania energii elektrycznej konsumentom* podejmuje próbę przedstawienia istniejącej regulacji (prawa pozytywnego) i jej oceny z punktu widzenia budowania optymalnych stosunków pomiędzy dostawcą i odbiorcą energii. Dostarczanie energii elektrycznej jest specyficzną działalnością, do której odpowiednie zastosowanie mają przepisy kodeksu cywilnego. Występujący na rynku dostawca energii jest zazwyczaj monopolistą. Taka sytuacja wynikająca ze specyfiki dostarczanego dobra, powoduje powstanie szeregu niekorzystnych zjawisk prawnych na styku dostawcy i odbiorcy (konsumenta) energii, którzy są zdani na jedyne występującego na rynku kontrahenta. Przeciwdziałaniu negatywnym zjawiskom w tym zakresie służyć ma w szczególności ustawa antymonopolowa. Zastosowanie tej ustawy dla umów o dostawę energii elektrycznej jest przedmiotem rozważań w recenzowanym artykule. Istotne znaczenie dla optymalizowania zachowań na zmonopolizowanym rynku ma także orzecznictwo sądowe, a w szczególności orzecznictwo Sądu Najwyższego i Sądu Antymonopolowego. Sądy te, w dotychczasowym orzecznictwie w sposób dość zdecydowany opowiadają się za ochroną interesów podmiotów rynkowo słabszych. W grudniu 1997 roku weszła w życie nowa ustawa – prawo energetyczne. Rozwiązania tej ustawy zdaniem Autora nie zawierają jednak oczekiwanych regulacji prawnych w sposób istotny poprawiających sytuację odbiorcy na rynku energii. Nadal więc istotną rolę będzie odgrywało orzecznictwo sądowe, a w szczególności kształtowane w oparciu o normy prawa antymonopolowego.

P. Szymczak w artykule *Konsument przed sądem polubownym* omawia podstawy prawne funkcjonowania sądów polubownych oraz prezentuje Polubowne Sądy Konsumenckie jako przykład stałych sądów polubownych. Na tym tle dokonuje oceny sądownictwa polubownego z punktu widzenia interesów konsumenta. Autor swoje rozważania rozpoczyna stwierdzeniem, że konsument, którego interesy zostały naruszone może dochodzić swych praw zarówno przed sądem powszechnym, jak i przed sądem polubownym. Postępowanie przed sądem polubownym jest jednak mniej sformalizowane, trwa krócej i jest tańsze. Z tej przyczyny konsumenci często wykorzystują ten tryb dochodzenia roszczeń. Sądy polubowne charakteryzują się tym, iż nie mają charakteru sądów państwowych, a swoją kompetencję do rozstrzygnięcia sporu opierają na umowie stron. Sądy polubowne nie są związane przepisami postępowania cywilnego (poza normami bezwzględnie obowiązującymi). Wyrok takiego sądu podlega wykonaniu po stwierdzeniu przez sąd państwowy jego wykonalności i nadaniu mu klauzuli wykonalności. Sądy polubowne orzekające w sprawach konsumenckich działają przy terenowych jednostkach Państwowej Inspekcji Handlowej. Funkcjonują

one w oparciu o regulaminy, które wprowadzają w zakresie postępowania przed tymi sądami pewne odrębności w stosunku do uregulowań kodeksu postępowania cywilnego. W opinii Autora sądy polubowne spełniają ważną rolę w ochronie interesów konsumenta. Niskie koszty i niesformalizowana procedura to okoliczności przesadzające o wyborze takiego trybu dochodzenia roszczeń.

Przedmiotem rozważań w artykule K. Zyto *Ochrona praw konsumentów w świetle przepisów prawa karnego* są uregulowania zawarte w normach prawa karnego, służących ochronie praw konsumentów. Normy prawa karnego mają charakter subsydialny w zakresie ochrony praw konsumenta. Kodeks karny nie zawiera definicji konsumenta, jak i rozdziału dotyczącego przestępstw przeciwko interesom konsumentów. Wśród czynów stypizowanych w kodeksie karnym, a mogących służyć ochronie konsumenta wskazać należy na przestępstwo oszustwa oraz przestępstwa w handlu na szkodę nabywcy. Również przepisy kodeksu wykroczeń zawierają normy służące ochronie praw konsumenta. Normy prawa karnego ze względu na swój charakter nie mają decydującej roli dla ochrony praw konsumenta. Sam fakt zagrożenia określonych zachowań sankcją karną ma charakter prewencyjny i odstrasza niektórych sprawców od popełnienia przestępstwa, przy czym ta funkcja norm prawa karnego jest przedmiotem szerokiej dyskusji wśród przedstawicieli doktryny. Normy prawa karnego w obowiązującym stanie prawnym nie służą w sposób bezpośredni i znaczący ochronie praw konsumentów.

Opracowania zawarte w recenzowanym Zeszyście Naukowym mają duże walory poznawcze i praktyczne. W istotny sposób uzupełniają i wzbogacają o prawne aspekty literaturę dotyczącą konsumenta jako podmiotu rynku i konsumpcji.

Zofia Kędzior

Jan Róg, *Przemiany w stosunkach polsko-czeskich na pograniczu (na przykładzie Śląska Opolskiego)*, Opole 1998, Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego, ss. 118

Zdaniem J. Roga pogranicze polsko-czeskie jest specyficznym terenem pogranicza; tu zamieszkałi bowiem ludzie, którzy zostali odcięci od swoich korzeni i wyrwani ze swego środowiska kulturowego (po odkryciu w XVIII wieku węgla na Śląsku napływali tu ludzie z Moraw, Czech, Galicji) ponadto w XX wieku miało tu miejsce kilka „fal migracyjnych”.

Recenzowana książka składa się z sześciu rozdziałów. Pierwszy dotyczy teoretycznych modeli funkcjonowania pogranicza a Autor określa w nim pogranicze jako obszar położony na obrzeżach państwa, zróżnicowany etnicznie i kulturowo, ponadto proponuje rozszerzenie pojęcia pogranicza także na sfery kontaktów międzygrupowych.

Rozdział drugi przedstawia charakterystykę geograficzno-społeczną regionu jesenicko-nyckiego nie będą go jednak omawiała – przejdę do rozdziałów kolejnych, omawiających problemy badawcze wysunięte przez Autora.

Pierwszy z nich (III) to *Współpraca samorządów lokalnych*. J. Róg stwierdza w nim, iż model normatywny samorządu terytorialnego oraz wspierająca go ideologia lokalizmu nie zostały w pełni przyswojone w świadomości społecznej, oceny samorządu terytorialnego formułowane są głównie w oparciu o to, czego mieszkańcy doświadczają w praktyce, obserwując działanie rad gmin i zarządów w swojej miejscowości. Mimo, iż mieszkańcy danego terenu z mocy prawa zyskali status „wspólnot samorządowych”, to jednak społeczność lokalne w niewielkim stopniu wyzbyły się przyswojonego we wcześniejszych latach poczucia ubezwłasnowolnienia. Zmiana postaw z bezradności do zaradności staje się bardzo trudna.

Dotychczasowe formy współpracy polsko-czeskiej na omawianym terenie ograniczają się do wymiany imprez sportowych, artystycznych i kościelnych; na szczeblu samorządowym zgłaszane są uwagi o braku uprawnień do podejmowania decyzji w wielu sprawach gospodarczych i komunalnych. Na szczeblu wojewódzkim realizowana jest współpraca w zakresie ochrony wód, ochrony roślin, melioracji przyległych terenów i ochrony parków krajobrazowych.