

## **Sprawozdanie z V Międzynarodowej Konferencji Naukowej pn. „Wpływ norm prawnych i etycznych na stosowanie prawa konsumenckiego”, Kraków, 1–2 marca 2018 r.**

W dniach 1–2 marca 2018 r. na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie (UEK) odbyła się V Międzynarodowa Konferencja Naukowa pn. „Wpływ norm prawnych i etycznych na stosowanie prawa konsumenckiego” zorganizowana przez Katedrę Prawa Cywilnego i Gospodarczego Wydziału Finansów i Prawa UEK oraz Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów. Honorowy patronat nad konferencją objęli: Wiceprezes Rady Ministrów, Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego dr Jarosław Gowin, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Marek Niechciał oraz Rektor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie dr hab. Andrzej Chochół, prof. UEK.

Zgodnie z tematem konferencji, podczas dwudniowych obrad, dokonano analizy wpływu norm prawnych i etycznych na stosowanie prawa konsumenckiego. Konferencja stanowiła forum wymiany poglądów na temat optymalnego modelu ochrony praw konsumenta przedstawicieli krajowych i zagranicznych środowisk naukowych, podmiotów działających na rzecz ochrony konsumentów (m.in. Prezesa UOKiK i rzeczników konsumentów) oraz organizacji przedsiębiorców. Obrady konferencji zostały podzielone na sesje oraz panele dyskusyjne. Dodatkowo, po zakończeniu obrad plenarnych w pierwszym dniu konferencji odbyło się pięć paneli naukowych, w ramach których referaty wygłosiło ponad dwudziestu niesamodzielnych pracowników naukowych reprezentujących zarówno krajowe, jak i zagraniczne ośrodki uniwersyteckie.

Zebranych uczestników powitała prof. dr hab. Bogusława Gnela – kierownik Katedry Prawa Cywilnego i Gospodarczego UEK, która oddała następnie głos Rektorowi dr hab. Andrzejowi Chochółowi, prof. UEK, aby uroczystie otworzył konferencję, oraz Dziekanowi Wydziału Finansów i Prawa dr hab. Mariuszowi Andrzejewskiemu, prof. UEK. Głos zabrał także Prezes UOKiK, Marek Niechciał, który wystąpienie rozpoczął od podkreślenia roli rzeczników konsumentów w krajowym systemie ochrony konsumentów, zwracając uwagę na konieczność zapewnienia łatwego dostępu do pomocy rzecznika niezależnie od miejsca zamieszkania konsumenta. Prezes UOKiK zwrócił uwagę na wybrane zagrożenia, czyhające na konsumentów na rynku usług finansowych, zarówno w przeszłości (np. brak rzetelnej informacji ze strony banków o niebezpieczeństwach związanych z udzielaniem kredytów denominowanych w walucie obcej, upadłość Amber Gold), jak i obecnie (boom na kryptowaluty, który przyrównał do spekulacji tulipanowej w XVII-wiecznej Holandii oraz praktyki na rynku walutowym FOREX – z badań KNF wynika, że w ok. 80% przypadków te transakcje generują straty). Odniósł się również do kwestii ochrony konsumenta na rynku usług deweloperskich.

Po wystąpieniu Prezesa UOKiK, Krzysztof Podgórski – Prezes Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów odczytał list, jaki do uczestników konferencji skierował Wiceprezes Rady Ministrów, Minister Nauki i Szkolnictwa Wyższego, dr Jarosław Gowin.

W ramach I sesji pt. „Wybrane zagadnienia ochrony konsumenta w państwach europejskich” (moderator: dr hab. Monika Jagielska, prof. UŚ) referaty wygłosili przedstawiciele zagranicznych ośrodków naukowych.

Jako pierwsza głos zabrała prof. Maria Teresa Alvarez (Uniwersytet w Madrycie), która w referacie pt. „Korzystanie z towarów lub usług online: Dostawcy i pośrednicy, platformy elektroniczne” poruszyła kwestie sprzedaży konsumentom towarów i usług online oraz omówiła mechanizm funkcjonowania platform elektronicznych: Amazon – w odniesieniu do sprzedaży oraz edreams.com – w przypadku świadczenia usług. W zakresie platform dostarczających usługi zwróciła uwagę na regulacje dyrektywy 2000/31/WE o handlu elektronicznym, formułując m.in. definicję usługodawcy oraz przesłanki jego odpowiedzialności za zwykły przekaz, caching i hosting (art. 12–14 dyrektywy 2000/31/WE). Powołane przepisy oraz inne akty prawne z zakresu ochrony konsumentów nie regulują wprost statusu prawnego internetowych serwisów pośredniczących. Choć niektóre usługi świadczone przez platformy są odpłatne (zwłaszcza dla przedsiębiorców), podmioty nimi zarządzające nie ponoszą odpowiedzialności wobec konsumenta (np. z tytułu braku dostawy bądź jej niezgodności z umową). Warto zatem rozważyć wprowadzenie takiej odpowiedzialności.

W kolejnym wystąpieniu prof. Francisco Oliva Blázquez (Universidad Pablo de Olavide, Sewilla) omówił zagadnienie praw pacjenta jako konsumenta usług medycznych w prawie hiszpańskim. Ta sama kwestia, z perspektywy prawa słoweńskiego, stanowiła przedmiot wystąpienia prof. Suzany Kraljić z Uniwersytetu w Mariborze.

Następny referat prof. Regina Hućkova (Uniwersytet w Koszycach) poświęciła problemowi arbitrażu konsumenckiego. Opierając się na doświadczeniach słowackich, wskazała na podstawowe cechy arbitrażu: jego jednoinstancyjność oraz brak formalizmu, skutkujące szybszym załatwieniem spraw. Prelegentka pokreśliła, że konsekwencją wdrożenia do prawa słowackiego postanowień dyrektywy 93/13/EWG w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich było przyjęcie, że postanowieniem umownym, które może być uznane za nieuczciwe, jest wyłączenie lub ograniczenie prawa konsumenta do wystąpienia z powództwem lub skorzystania z innego środka zabezpieczającego polegające m.in. na żądaniu od konsumenta poddania sporów wyłącznie pod arbitraż nieobjęty przepisami prawa. Zwróciła uwagę, że w wielu państwach członkowskich UE spory konsumenckie wyłączono spod klasycznego arbitrażu, zastrzegając je dla organów arbitrażowych o specjalnym statusie. W prawie słowackim obowiązuje szczególna regulacja dotycząca arbitrażu konsumenckiego zawarta w ustawie nr 391/2015 w sprawie alternatywnych metod rozwiązywania sporów konsumenckich, wprowadzająca m.in. obowiązek uzyskania przez stałe sądy polubowne zezwolenia Ministra Sprawiedliwości na objęcie swoją działalnością sporów konsumenckich. Ustawa ta wdraża do prawa słowackiego dyrektywę 2013/11/UE w sprawie ADR w sporach konsumenckich.

W kolejnych wystąpieniach prof. Markéta Selucká (Uniwersytet Masaryka w Brnie) poruszyła problem górnej granicy odszkodowania w przypadku niewypłacalności biura podróży w prawie czeskim, natomiast prof. Angelo Viglianisi Ferraro (Uniwersytet w Reggio Calabria) omówił instrumenty ochrony praw konsumentów zawarte we włoskim prawie antymonopolowym.

Problem stosowania prawa konsumenckiego do ochrony innych podmiotów słabszych stanowił przedmiot I panelu dyskusyjnego (moderator: prof. dr hab. Bogusława Gnela).

Odpowiadając na pytanie moderatora, czy wobec normowania się sytuacji inaczej określonych podmiotów słabszych dalsze utrzymywanie pojęcia „konsumenta” ma jeszcze sens, prof. M. Jagielska stwierdziła, że jej zdaniem tradycyjne podejście do pojęcia „konsumenta” powoli traci na znaczeniu z uwagi na rozwój technologiczny, rewolucję cyfrową, a także zmiany ustawodawcze i orzecznicze w prawie europejskim. Rośnie liczba podmiotów, które jawią się jako strona słabsza i wymagają stosownej ochrony. Również motywy ochrony, takie jak asymetria informacyjna, czy brak materialnej równości między stronami, tradycyjnie odnoszone do konsumentów, dotyczą obecnie znacznie szerszego kręgu podmiotów. Można zastanowić się nad przyznaniem ochrony nie tyle „konsumentowi”, ile np. „klientowi”. Prelegentka zwróciła uwagę na zagrożenia dla słabszej strony obrotu wynikające z rozwoju nowych technologii i rewolucji cyfrowej. Wpływają one tak na sam przedmiot umów konsumenckich, w których na znaczeniu traci tradycyjny podział na rzecz i usługę, jak i na czynniki motywujące klienta do zakupu. Cena i rzecz *per se* przestają być elementem decydującym. Przykładowo, kiedy kupujemy nawigację do samochodu, to największe znaczenie wydaje się mieć nie to, jakie urządzenie kupujemy, ale co do nawigacji jest dołączone, a więc oprogramowanie, kto jest dostawcą oprogramowania tej nawigacji, jak często jest aktualizowana itd. Nie cena zatem ma zasadnicze znaczenie, ale przede wszystkim oprogramowanie, funkcjonalność i kompatybilność. To zaś wpływa na zakres informacji, które podmiot powinien otrzymać, a także na rodzaj umów, które zawiera (np. umowy licencyjne). W tym kontekście chroniony powinien być każdy, nie tylko tradycyjny konsument. Profesorka M. Jagielska stwierdziła, że istnieje coraz większa świadomość zagrożeń związanych z ochroną danych osobowych, a także sposobów ochrony prywatności przed wykorzystywaniem tych danych, gdyż problem ten to nie tylko kwestia zalewu niechcianymi informacjami, lecz przede wszystkim profilowania. Efekt może być taki, że nie wiadomo czy otrzymane informacje będą obiektywne, czy też sprofilowane pod konkretne potrzeby danej osoby. Problem nie wystąpi, jeżeli dany zakup będzie świadomą decyzją klienta, natomiast w innym wypadku profilowanie służyć może zdobyciu kontroli nad tym, co jest nam dostarczane. Dlatego nie możemy już mówić o prostej ochronie konsumenta. Raczej chodzi o relację między jednostką, w tym „zwykłym” przedsiębiorcą, a potentatami na rynku, takimi jak Facebook czy Amazon, które to relacje zaczynają przypominać stosunki między jednostką wymagającą ochrony i poszanowania jej praw, a państwem. W tym kontekście każdy, a nie tylko tradycyjny konsument, wymaga ochrony. Natomiast w dalszym ciągu są osoby, które wymagają szczególnej ochrony: osoby starsze, wykluczone cyfrowo, dzieci itd. Być może to one właśnie powinny być dodatkowo chronionymi konsumentami.

Kontynuując ten wątek, prof. B. Gnela zwróciła się do dr hab. M. Namysłowskiej, prof. UŁ z pytaniem o to, jak w prawie unijnym kształtuje się relacja pomiędzy prawem konsumenckim a prawem innych podmiotów słabszych.

Odpowiadając na to pytanie prof. M. Namysłowska zwróciła uwagę na chaos pojęciowy panujący w prawie unijnym, a w ślad za nim w prawie krajowym, wynikający z funkcjonowania wielu pojęć służących do oznaczenia podmiotów słabszych. Obok podstawowego pojęcia „konsumenta”, unijne akty prawne posługują się pojęciami „użytkownika”, „pacjenta”, „podróżnego”, „klienta” itp. W naturalny sposób rodzi to pytania o zakresy tych pojęć, a także regulacji, w których je użyto. Prelegentka krytycznie oceniła wyrok TS z dnia 19 października 2017 r. w sprawie C-295/16, w którym Trybunał zinterpretował prawo konsumenckie (dyrektywę 2005/29/WE dotyczącą

nieuczciwych praktyk rynkowych) dla krajowych przepisów pomiędzy przedsiębiorcami, a więc już nie nawet wobec podmiotów słabszych. Pewne nadzieje prof. M. Namysłowska wiąże z pracami Komisji Europejskiej nad „Nowym ładem dla konsumentów” formułującym m.in. propozycje zmian głównych dyrektyw konsumenckich. Uporządkowaniu wzajemnych relacji pomiędzy zakresami dyrektyw konsumenckich służyć będą ponadto przyszłe wyroki TS zapadłe w odpowiedzi na pytania prejudycjalne sądów krajowych (m.in. polskich i włoskich).

Mając na uwadze unijną oraz kodeksową definicję konsumenta, prof. B. Gnela zwróciła się do prof. dr hab. Ewy Bagińskiej (Uniwersytet Gdański) z pytaniem o dopuszczalność stosowania w prawie polskim reguł prawa konsumenckiego do osób prawnych lub tzw. niepełnych osób prawnych.

W ocenie prof. E. Bagińskiej na tak postawione pytanie należy udzielić odpowiedzi negatywnej. Podkreśliła jednocześnie, że podział na definiowanie konsumenta i przedsiębiorcy nie koresponduje współcześnie z rzeczywistością prawną i ekonomiczną. Zagadnienie nierówności ekonomicznej nie ma bowiem związku jedynie z osobą fizyczną i jej prawami. Dlatego m.in. w niektórych państwach zachodnioeuropejskich (a przez krótki okres również w Polsce) przepisy o niedozwolonych postanowieniach umownych znajdują zastosowanie także w odniesieniu do małych i średnich przedsiębiorców (niekoniecznie będących osobami fizycznymi), a nie jedynie do konsumentów. Profesor zwróciła uwagę na problem wspólnot mieszkaniowych działających przez zarząd (w skład którego wchodzi właściciele lokali), które formalnie nie mają statusu konsumenta, natomiast w praktyce wiedza osób wchodzących w skład zarządu jest taka sama, jak w przypadku indywidualnych mieszkańców. Nie istnieje zatem jakiegokolwiek uzasadnienie ekonomiczne bądź aksjologiczne dla różnicowania tego statusu. Warto *de lege ferenda* rozważyć przyznanie szczególnych przywilejów (na wzór konsumencki) osobom prawnym nieprowadzącym działalności gospodarczej. W aktualnym stanie prawnym można natomiast podjąć próbę uznania zarządu wspólnoty mieszkaniowej za grupę osób fizycznych działających razem i z tego względu *de facto* posiadających status konsumenta. Taka interpretacja jest jednak nierealna z uwagi na formalistyczne podejście sądów do stosowania prawa cywilnego. Można by ją przyjąć jedynie w tych sytuacjach, w których nie ma obowiązku stosowania kodeksowej definicji konsumenta. Profesor E. Bagińska zwróciła również uwagę na zmiany w standardzie przeciętnego konsumenta. Upowszechnienie Internetu powoduje, że konsument jest często lepiej poinformowany niż przedsiębiorca. A przecież właśnie asymetriami informacyjnymi uzasadnianie jest przyznanie konsumentowi szczególnej ochrony. Uzasadnione jest także rozważenie (np. na rynku finansowym) wprowadzenia kwotowej granicy ochrony jako strony słabszej, np. w odniesieniu do konsumenta-inwestora.

Jako kolejny głos zabral prof. dr hab. Fryderyk Zoll (Uniwersytet Jagielloński), który poruszył problem dostosowania prawa konsumenckiego do potrzeb ochrony korzystających z nowych technologii.

Swoje wystąpienie rozpoczął od przywołania austriackiego prawnika Maxa Schremsa, który w sporze przeciwko Facebookowi doprowadził do rozstrzygnięcia przez TS kwestii statusu konsumenta w umowach o charakterze ciągłym, w wypadku, gdy umowę zawiera osoba fizyczna działająca poza zakresem prowadzonej działalności gospodarczej bądź zawodowej, która z czasem zaczyna korzystać ze świadczonych przez portal usług w sposób profesjonalny. W wyroku w sprawie C-498/16 z dnia 25 stycznia 2018 r. TS uznał, że o konsumenckim charakterze danej



umowy przesądza status podmiotu w momencie jej zawarcia. W ocenie prof. F. Zolla pojęcie konsumenta ma sens jedynie wówczas, gdy jest ujmowane wąsko. Ponadto, role konsumenta i przedsiębiorcy mają charakter stypizowany. Nawet zatem w sytuacji, gdy stroną umowy będzie osoba fizyczna dysponująca większą wiedzą w odniesieniu do przedmiotu transakcji w stosunku do przedsiębiorcy, należy uznać ją za konsumenta. Rozwój nowoczesnych technologii na nowo rodzi jednak pytania o sprawiedliwość takiego sztywnego przypisania ról. Układ pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą zaczyna się chwiać, ponieważ nie odpowiada współczesnym realiom. Niekiedy ochroną są bowiem objęte osoby, które jej nie potrzebują, a jednocześnie pozbawione są jej takie podmioty, którym ochrona taka powinna zostać przyznana. Profesor podkreślił, że tendencja do posługiwania się pojęciem „klienta” oznacza rezygnację z prawa konsumenckiego. Normy, które znajdują zastosowanie do wszystkich są normami powszechnymi. Ponadto opowiedział się przeciwko analogicznemu stosowaniu regulacji konsumenckich w odniesieniu do innych kategorii podmiotów – w jego ocenie jest to dla prawa konsumenckiego zabójcze i oznacza w praktyce rezygnację z pojęcia „konsumenta”. W ocenie prelegenta doszliśmy do takiego momentu, w którym pojęcie „konsumenta” traci jakikolwiek sens. Symbolem tej utraty sensu są m.in. takie orzeczenia, jak w sprawie Maxa Schremsa, czynności o mieszanym celu, a także tendencje do rozciągania pojęcia „konsumenta” na inne podmioty, w tym na małych i średnich przedsiębiorców. Rozwiązaniu wskazanych problemów mogą służyć badania nad tzw. prawem granularnym, u podstaw którego leży idea przejścia od prawa opartego na powszechnym stosowaniu do prawa bardziej spersonalizowanego opartego na normach, które są dostosowane do poszczególnych adresatów.

Odpowiadając na pytanie prof. B. Gnelli o to, w jakim zakresie prawo konsumenckie może być stosowane do pasażera, dr hab. Jerzy Gospodarek, prof. SGH zauważył, że nie każdy pasażer jest zarazem konsumentem. Również w prawie unijnym przez dziesięciolecia nie postrzegano pasażerów jako konsumentów. Zmiany w tym podejściu można jednak dostrzec w kolejnych komunikatach KE w sprawie strategii polityki konsumenckiej, w których z czasem uwzględniono problem ochrony praw pasażerów. Ponadto w jednej z rezolucji z 2012 r. Parlament Europejski uznał pasażerów za konsumentów wrażliwych m.in. z uwagi na trudności językowe związane z przebywaniem w obcym państwie, czy też niedogodności związane z opóźnieniem podróży. W zakresie ochrony praw pasażerów istotne znaczenie mają regulacje przyjmowane w ramach polityki transportowej UE w odniesieniu do transportu lotniczego, kolejowego, żeglugi śródlądowej oraz transportu drogowego. Pozytywne zmiany w zakresie praw pasażerów w prawie unijnym nie w pełni znajdują jednak odzwierciedlenie w prawie polskim. Widać to dobitnie analizując zakres kolejnych nowelizacji ustawy z dnia 15 listopada 1984 r. – Prawo przewozowe.

Prelegent podkreślił, że dyrektywa 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów co do zasady wyłącza swoje zastosowanie do usług pasażerskich. W analogiczny sposób kwestie te reguluje ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (dalej: upk).

Problem ochrony pacjenta zawierającego umowę o usługę leczniczą na odległość przedstawiła prof. dr hab. Teresa Mróz (Uniwersytet w Białymstoku). Zwróciła uwagę na podobieństwa występujące pomiędzy pojęciem „pacjenta” a kodeksową definicją „konsumenta” z art. 22<sup>1</sup> k.c. Pacjent jest osobą fizyczną, usługi medyczne (działalność medyczna) są działalnością gospodarczą, ich świadczenie na rzecz pacjenta nie ma zaś bezpośredniego związku z jego działalnością gospodarczą bądź zawodową. Uznanie pacjenta za konsumenta umożliwia stosowanie względem

niego przepisów ochronnych zawartych w kodeksie cywilnym, m.in. w odniesieniu do klauzul niedozwolonych. Wśród innych przepisów chroniących pacjenta profesor wskazała na ustawę z dnia 6 listopada 2008 r. o prawach pacjenta i Rzeczniku Praw Pacjenta (upp) oraz ustawę z dnia 5 grudnia 1996 r. o zawodach lekarza i lekarza dentysty. Wynikający z powyższych aktów prawnych obowiązek informowania pacjenta o jego stanie zdrowia nie ma charakteru przedkontraktowego (odnosi się już do etapu leczenia) i nie obejmuje w ogóle (inaczej niż w przypadku konsumenta) sfery jego interesów majątkowych. Między innymi z tego powodu obszar ten został wyłączony z działania ustawy o prawach konsumenta. W odniesieniu do usług medycznych świadczonych na odległość (np. telemedycyny) pojawia się pytanie, czy przedkontraktowych obowiązków informacyjnych nie można wywieść z innych aktów prawnych, takich jak np. ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną. W praktyce zakres informacji udzielanych pacjentowi jest inny (szerszy) w przypadku usług komercyjnych w stosunku do usług medycznych świadczonych przez NFZ.

Jako ostatni w tej części głos zabrał dr hab. Lesław Góral, prof. UŁ, który odpowiedział na pytanie, w jakim zakresie polskie prawo konsumenckie uwzględnia potrzebę ochrony osób fizycznych, wykluczonych finansowo w relacjach z bankami. W ocenie prelegenta za inne podmioty słabsze na rynku usług finansowych należy uznać osoby starsze oraz osoby wykluczone z rynków finansowych. W dalszej kolejności wskazał na przyczyny wykluczenia osób starszych z rynku usług bankowych (m.in. mniejsze zdolności analityczne, deficyt informacji). Problemy te zostały dostrzeżone przez prawodawcę francuskiego już w latach 80. XX w. W porównaniu z rozwiązaniami francuskimi polskie regulacje chroniące osoby starsze na rynku usług bankowych są skromne. Pewne znaczenie należy przypisać nowym regulacjom dotyczącym podstawowego rachunku płatniczego, wprowadzonym do ustawy z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych, które stanowią implementację dyrektywy 2014/92/UE.

W dyskusji zwrócono m.in. uwagę na występującą niekiedy potrzebę ochrony przedsiębiorcy przed konsumentem, np. w sytuacji nadużywania przez niego (także w sposób złośliwy) ustawowego prawa odstąpienia od umowy po to, by generować koszty po stronie przedsiębiorcy. W ocenie prof. F. Zolla w przypadku zjawiska tzw. *Zalando party* nie jest wykluczone odwołanie się do konstrukcji nadużycia prawa podmiotowego (w prawie polskim art. 5 k.c.) pod warunkiem prawidłowego zastosowania funkcji prawa odstąpienia od umowy. Trybunał Sprawiedliwości nie odrzuca generalnie stosowania klauzul prawa krajowego, które *a limine* obniżają standard ochrony konsumenta. Jest to jednak dopuszczalne jedynie w szczególnych sytuacjach.

Kolejny (II) panel dyskusyjny poświęcono problematyce ochrony konsumentów (odbiorców w gospodarstwie domowym) na rynku energetycznym (moderator: dr hab. Marcin Trzebiatowski, prof. KUL).

W otwierającym panel wystąpieniu dr hab. Tomasz Długosz (UJ) omówił zagadnienie konsumenta w klastrze energii i spółdzielni energetycznej. Oprócz podstawowego celu równoważenia interesów przedsiębiorstw energetycznych i odbiorców paliw i energii nasila się regulacja prawa energetycznego, która ukierunkowana jest bezpośrednio na ochronę interesów odbiorcy końcowego energii i paliw, czyli konsumenta energii. Tendencja, by wzmacniać rolę konsumenta energii jest widoczna w tzw. pakiecie zimowym, a więc w propozycjach zmian legislacyjnych, które KE przedstawiła pod koniec 2016 r. Klastr energii oraz spółdzielnię energetyczną wprowadzono niedawno w ramach nowelizacji ustawy z dnia 20 lutego 2015 r. o odnawialnych źródłach energii.

Spółdzielnia energetyczna i klaster energii wpisują się w pojęcie lokalnej wspólnoty (społeczności) energetycznej z projektu nowej dyrektywy o rynku wewnętrznym energii elektrycznej, zaangażowanych w pełnienie różnych funkcji związanych z zaopatrzeniem energetycznym, które mają być „zorientowane bardziej na wartość niż na zyski” i które poddane mają być sprzyjającym regulacjom prawnym. W ocenie panelisty, wydaje się, że uczestnictwo konsumentów energii w tych tzw. kooperatywach energetycznych służy różnym interesom tych podmiotów, również finansowym, ale istotnie zmienia również instytucjonalne ramy ochrony tych odbiorców energii.

Jako kolejna głos zabrała dr Marzena Czarnecka (Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach), która odpowiedziała na pytanie, czy przepisy prawa chronią konsumenta na rynku energii elektrycznej. Jak zauważyła, na rynku energii elektrycznej pojęcie „konsumenta” w zasadzie nie występuje. Zamiast niego używane jest określenie odbiorca w gospodarstwie domowym. W jej ocenie przepisy prawa energetycznego nie gwarantują należytej ochrony konsumenta w zakresie prawa do informacji z uwagi na ilość i stopień skomplikowania tych informacji. Rozwiązaniem nie jest jednak ich włączenie do treści wzorców umownych albo dostarczenie odbiorcom w postaci kopii zbioru praw konsumenta. Wynika to z faktu, że jedynie niewielki odsetek osób zapoznaje się z ich treścią. Uzasadnione wydaje się zatem ograniczenie zakresu informacji umownych jedynie do takich, które z perspektywy konsumenta są najistotniejsze.

Grzegorz Lot (Wiceprezes zarządu Tauron Sprzedaż Sp. z o.o.) przedstawił konsekwencje dla sprzedawców energii elektrycznej wynikające z wejścia w życie z dniem 25 maja 2018 r. ogólnego rozporządzenia o ochronie danych (tzw. RODO). Podzielił pogląd poprzedniczki o nadmiarze informacji adresowanych do konsumenta. Ich ilość wciąż się przy tym zwiększa. Zwrócił uwagę na działania podejmowane przez zarządzaną przez niego Spółkę w celu uproszczenia przekazu językowego, co wychodzi naprzeciw oczekiwaniom konsumentów.

Maciej Czapliński (UOKiK) omówił kwestię nieuczciwych praktyk rynkowych w sektorze energii elektrycznej, w szczególności na etapie sprzedaży. Polegają one m.in. na przekazywaniu konsumentowi nieprawdziwych bądź niepełnych informacji o warunkach zawieranej umowy, bądź niepozostawieniu u konsumenta kopii tej umowy. W efekcie konsument może dowiedzieć się o tym, że zawarł umowę dopiero na etapie postępowania egzekucyjnego. W skali roku UOKiK otrzymuje setki takich skarg. Pomimo podejmowanych interwencji, wciąż pojawiają się nowi nieuczciwi przedsiębiorcy. Panelista zaapelował do rzeczników konsumentów o jak najszybsze informowanie UOKiK o nieuczciwych praktykach. Wyraził jednocześnie nadzieję, że podejmowane przez UOKiK działania pozwolą „ucywilizować” rynek energii elektrycznej.

Jako ostatni głos zabrał Radosław Fotyga (Przewodniczący Sekcji Energii i Paliw Krajowej Izby Gospodarczej Elektroniki i Telekomunikacji), który scharakteryzował proces zmiany sprzedawcy na rynku energii elektrycznej. Samo prawo klienta do zmiany dostawcy energii elektrycznej wynika z przepisów prawa energetycznego, natomiast kwestie techniczne regulowane są w umowach międzyoperatorskich oraz w instrukcjach opracowanych samodzielnie przez poszczególnych operatorów sieci dystrybucyjnej (OSD). Wynikają z tego liczne problemy praktyczne. W aktualnym stanie prawnym Prezes URE nie ma uprawnień do narzucania wzoru instrukcji oraz generalnej umowy dystrybucyjnej łączącej sprzedawcę z operatorem sieci dystrybucyjnej. Prelegent przedstawił także związane zasady funkcjonowania dwóch kategorii sprzedawców wyróżnionych przez prawo energetyczne: sprzedawców z urzędu oraz spółki obrotu krajowego świadczące usługi sprzedażowe.

Ostatni (III) panel plenarny w pierwszym dniu konferencji poświęcono prawnym i etycznym aspektom ochrony konsumentów (klientów) na rynku usług finansowych. Inicjując dyskusję, prowadząca panel dr hab. Monika Szaraniec (UEK) zwróciła uwagę na niespójność terminologiczną w określaniu podmiotu słabszego. Poprosiła zatem dr hab. Marcina Orlickiego, prof. UAM o zwięzłe omówienie reżimu ochronnego słabszej strony w umowach ubezpieczeń gospodarczych.

Już na wstępie prelegent przewrotnie stwierdził, że na rynku ubezpieczeniowym ochrona konsumenta poszła tak daleko, że w zasadzie przestała być potrzebna. Przykładowo, o ile jeszcze kilka lat temu istniał spór czy poszkodowany w wypadku komunikacyjnym może być traktowany jako konsument, to obecnie nikt się nad tym nie zastanawia. Wynika to m.in. z malejącego znaczenia kodeksu cywilnego w zakresie regulacji prawa ubezpieczeniowego. Przepisy kodeksowe są wypierane przez regulacje szczególne. Proces dekodyfikacji przyspieszył zwłaszcza po uchwaleniu ustawy z dnia 11 września 2015 r. o działalności ubezpieczeniowej i reasekuracyjnej. Przepisy prywatnoprawne w niej zawarte w wielu wypadkach przypominają tradycyjne przepisy prawa konsumenckiego (np. w zakresie doręczenia wzorca umownego i jego interpretacji na korzyść klienta). Podmiotem chronionym na rynku ubezpieczeniowym jest jednak klient, a nie konsument. Od pojęcia „konsumenta” abstrahuje także ustawa z dnia 5 sierpnia 2015 r. o rozpatrywaniu reklamacji przez podmioty rynku finansowego i o Rzeczniku Finansowym, która (w wersji obowiązującej od 1 października 2018 r.) dopuści składanie reklamacji nie tylko przez osoby fizyczne, lecz także przez osoby prawne oraz spółki niemające osobowości prawnej. Tradycyjne środki prawa konsumenckiego są zatem rozciągane przez nią na inne kategorie podmiotów (klientów) nieposiadających statusu konsumenta. Pojęcie „konsumenta” nie występuje też w ustawie z dnia 15 grudnia 2017 r. o dystrybucji ubezpieczeń, która również operuje szerokim pojęciem „klienta”. W tym kontekście prelegent zwrócił uwagę na niebezpieczeństwa wynikające z rozwodnienia prawa konsumenckiego: „jak się chroni wszystkich, to nie chroni się nikogo”. W ocenie prof. M. Orlickiego należy rozważyć powrót do korzeni i objęcie ochroną jedynie tych podmiotów, które rzeczywiście zajmują pozycję słabszą.

Odpowiadając na pytanie moderatora, czy bezgotówkowe instrumenty płatnicze dobrze chronią konsumenta, Robert Łaniewski (Prezes Fundacji Rozwoju Rynku Bezgotówkowego) zwrócił uwagę na skomplikowanie systemu płatności bezgotówkowych w Polsce. Ochronie konsumenta na tym rynku służą m.in. takie instrumenty, jak *chargeback*, regulowany wewnętrznymi przepisami organizacji płatniczych; wprowadzenie limitu odpowiedzialności płatnika za nieautoryzowane transakcje płatnicze do wysokości równowartości w walucie polskiej 150 euro (50 euro w przypadku płatności bezstykowych) czy zakaz pobierania opłat od transakcji wykonywanych elektronicznymi instrumentami płatniczymi. Z punktu widzenia ochrony interesów przedsiębiorców istotne znaczenie ma np. wprowadzenie terminu, w którym konto powinno zostać uznane środkami z transakcji płatniczej.

W nawiązaniu do pozaprawnych instrumentów ochrony konsumenta na rynku usług płatniczych Andrzej Roter (Prezes zarządu Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce) podkreślił rolę kodeksów dobrych praktyk w zapewnieniu ochrony praw konsumenta. W jego ocenie, kodeksy dobrych praktyk jako akty prawa miękkiego mogą pełnić tę funkcję pod warunkiem należytego monitorowania ich stosowania oraz egzekwowania ich nieprzestrzegania przez przedsiębiorców. Istotną rolę w tym względzie powinna odgrywać współpraca ze środowiskiem rzeczników praw konsumentów.



Problem prawnej ochrony konsumenta w zakresie reklamy usług finansowych poruszyła Monika Zakrzewska (Prezes Fundacji Rozwoju Rynku Finansowego), w ocenie której funkcją przepisów jest nie tyle ochrona konsumenta, ile raczej ułatwienie dokonania odpowiedzialnego wyboru odpowiadających jego potrzebom usług finansowych. Nadmiar informacji zawartych w reklamie nie tylko utrudnia jej odbiór, lecz także wpływa na tempo podjęcia decyzji o wyborze optymalnych z punktu widzenia jej odbiorcy usług. Reklama nie może przy tym wprowadzać w błąd.

W kolejnym wystąpieniu Robert Damski (Komornik sądowy, członek zespołu ekspertów do spraw alimentów przy RPO i RPD) odniósł się do kwestii, w jaki sposób na postrzeganie wizerunku instytucji finansowej wpływa egzekucja komornicza oraz czy komornik ma prawo (lub obowiązek) wyjaśniać dłużnikowi-konsumentowi powody powstania zadłużenia. Panelista podkreślił, że zaciąganie zobowiązań finansowych wiąże się często z brakiem rozwagi po stronie dłużnika, polegającym na przecenianiu własnych możliwości finansowych, lekceważeniu ryzyka oraz braku wiedzy o zawartej umowie. Wskazał m.in. na powszechną praktykę finansowania spłaty dotychczasowych zobowiązań finansowych nowymi pożyczkami, konsekwencje utraty pracy przez małżonków czy też źle pojmowany wstyd przed przyznaniem się do niezrozumienia warunków zawartej umowy.

Na kwestię edukacji jako efektywnego instrumentu ochrony klienta zwróciła uwagę Agnieszka Szczepanik (Dyrektor ds. Edukacji w Wonga, odpowiedzialna za platformę edukacyjną Kapitalni.org). Rola edukacji konsumenckiej na rynku finansowym nabiera szczególnego znaczenia w świetle przeprowadzonych badań, z których wynika brak wiedzy konsumentów o zasadach funkcjonowania tego rynku. Co więcej, blisko 50% respondentów nie szuka wiedzy na tematy finansowe bądź szuka jej sporadycznie, dla 40% zaś wiedza finansowa jest zbędna. W działaniach edukacyjnych należy zatem skupić się nie na ich zasięgu, co raczej na efektywności, tak by zmieniać w ten sposób postawy konsumentów. Edukacja, która wpływa na motywację konsumenta jest najbardziej skuteczna.

Po zakończeniu obrad plenarnych odbyło się pięć paneli naukowych, podczas których nie-samodzielni pracownicy naukowcy wygłosili ponad 20 referatów na tematy związane z ogólnymi i szczegółowymi zagadnieniami dotyczącymi prawno-etycznej ochrony konsumenta, środkami ich ochrony na rynku finansowym oraz konsumencką problematyką najmu oraz turystyki.

Drugi dzień rozpoczęła II sesja plenarna pt. „Wybrane zagadnienia prawa konsumenckiego” (moderator: prof. dr hab. Ewa Bagińska).

Jako pierwszy zabrał głos prof. dr hab. Volodymyr Kossak (Państwowy Uniwersytet im. Iwana Franki we Lwowie), który wygłosił referat pt. „Problemy etyczno-prawne stosowania norm prawa w zakresie ochrony interesów konsumentów”. Wystąpienie rozpoczął od podkreślenia znaczenia norm moralnych i etycznych w zapewnieniu należytego poziomu ochrony praw konsumenta jako słabszej strony stosunku umownego. Na przykładzie doświadczeń ukraińskich wskazał na obszary, w których szczególnie często dochodzi do ich naruszenia. Jest to m.in. sfera usług medycznych, pogrzebowych, transportowych, handlu oraz usług finansowych. Poważnym problemem jest także naruszanie konsumenckiego prawa do prywatności, np. przez przesyłanie niezamówionej informacji handlowej (spamu). W podsumowaniu podkreślił, że sądy na Ukrainie opierają się prawie wyłącznie na normach prawnych, sporadycznie jedynie odwołując się do klauzul generalnych odsyłających do norm etycznych (moralnych) obowiązujących w społeczeństwie.

W kolejnym referacie pt. „Wiedzieć, umieć, chcieć – o ochronie praw konsumentów” dr Aneta Wiewiórowska-Domagalska (Uniwersytet w Osnabrück) postawiła pytanie, jak chronić konsumenta. Asumptem do rozważań była analiza zamieszczonej na stronie internetowej UOKiK informacji podsumowującej działalność miejskich i powiatowych rzeczników konsumentów za rok 2016. Wnika z niej, że 371 rzeczników udzieliło 494 878 porad, w 67 701 przypadkach wystąpiło w sprawach konsumentów do przedsiębiorców, składając do sądu (lub przygotowując do złożenia) 4027 powództw. W 2016 r. konsumenci zgłosili rzecznikom 223 779 spraw związanych z tradycyjną sprzedażą towarów, wśród których 83 401 reklamacji odnosiło się do obuwia i odzieży. Ponad 206 tysięcy spraw dotyczyło problemów z dostawcami usług (telekomunikacyjnych, dostawy mediów, finansowych, ubezpieczeniowych, windykacyjnych i remontowo-budowlanych), zaś 64 429 przypadków dotyczyło sprzedaży konsumentom produktów poza lokalem i na odległość. W jej ocenie, z powyższych statystyk wynika, że od dziesięcioleci największym problemem polskiego konsumenta jest wciąż niewłaściwa jakość obuwia. Na kanwie powyższych informacji prelegentka sformułowała wiele pytań adresowanych do przedstawicieli środowiska zajmującego się ochroną konsumentów. Czy organizacje zajmujące się ochroną konsumenta (z wyłączeniem UOKiK) są w stanie sprecyzować swoje cele? W jaki sposób cele te zdefiniować i rozpisać na etapy? Wiąże się z tym pytanie, co tak naprawdę jest największym problemem polskiego konsumenta? Na jakich zasadach powinna odbywać się współpraca pomiędzy różnymi uczestnikami dyskursu: sądem, organizacjami pozarządowymi, przedstawicielami środowisk akademickich oraz UOKiK? Jak zapewnić transparentność funkcjonowania środowiska? Jakie są zasady finansowania osób uczestniczących w dyskursie oraz jakie powinny być zasady współpracy z lobbystami? Jak weryfikować efektywność podejmowanych działań? W jaki sposób używać Internetu do kontaktu z konsumentami? W ocenie dr A. Wiewiórowskiej-Domagalskiej, warunkiem przetrwania środowiska konsumenckiego jest uświadomienie konsumentom jego przydatności przez wyraźne sformułowanie celów oraz metod ich realizacji. Na przykładzie tzw. frankowiczów zwróciła uwagę na znaczenie Internetu w mobilizacji społeczeństwa. To dzięki ich aktywności szczególnej doniosłości nabral problem klauzul abuzywnych stosowanych przez banki w umowach kredytowych.

Przedmiotem kolejnego referatu, wygłoszonego przez dr hab. Edytę Rutkowską-Tomaszewską (Uniwersytet Wrocławski), była rola norm etycznych w zapewnieniu ochrony konsumenta usług finansowych. W ocenie prelegentki kryzys finansowy zapoczątkowany w 2007 r. uświadomił podmiotom świadczącym usługi na runku finansowym doniosłość kwestii etycznych w finansach. Z analizy działań podejmowanych przez UOKiK oraz Rzecznika Finansowego wynika jednak, że skala zachowań nieetycznych jest wciąż bardzo duża. Zachęceniu do refleksji nad tą kwestią służą m.in. organizowane przez Komisję Etyki Bankowej przy Związku Banków Polskich kolejne polskie edycje konkursu „Etyka w finansach”. W wymiarze praktycznym istotne znaczenie mają także Zasady Dobrych Praktyk przyjęte do stosowania przez przedsiębiorców zrzeszonych w Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Kodeks Etyki Bankowej przyjęty przez Związek Banków Polskich, czy też Kanon Dobrych Praktyk Rynku Finansowego opracowany pod auspicjami KNF. W tym kontekście prelegentka zadała pytanie, w jaki sposób na potrzeby ochrony konsumenta usług finansowych można powiązać wskazane powyżej dokumenty formułujące reguły etyczne z klasycznymi instytucjami prawa umów. W jej ocenie możliwość taką stwarzają znane prawu umów klauzule generalne (np. dobrych obyczajów) stanowiące element

definicji niedozwolonych postanowień umownych i nieuczciwych praktyk rynkowych. Niestety sądy, ustalając znaczenie pojęcia „dobrych obyczajów” nie odwołują się do kodeksów etycznych. Pojęcie „kodeksu dobrych praktyk” wprowadziła do prawa polskiego w art. 2 pkt 5 ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Za nieuczciwą praktykę rynkową uznano m.in. stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk. Ponadto przykładem praktyki rynkowej wprowadzającej w błąd jest nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk, a także twierdzenie, że kodeks dobrych praktyk został zatwierdzony przez organ publiczny lub inny organ, jeżeli jest to niezgodne z prawdą. W konkluzji podkreśliła, że dopóki orzecznictwo sądowe nie będzie egzekwować wypracowanych przez środowisko finansowe zasad dobrych praktyk, dopóty nie mają one szans na realne zaistnienie.

Nawiązując do referatu prelegentki, dr Piotr Cybula (AWF w Krakowie) zadał pytanie, kiedy sądy powinny stosować kodeksy dobrych praktyk – czy w każdym przypadku, czy jedynie w odniesieniu do tych przedsiębiorców, którzy takie kodeksy przyjęli do stosowania.

W ocenie dr hab. Edyty Rutkowskiej-Tomaszewskiej należy odróżnić dwie sytuacje – gdy badaniu podlega kwestia nieuczciwych praktyk rynkowych stosowanych w działalności danego przedsiębiorcy, warunkiem odwołania się do kodeksu dobrych praktyk jest uprzednie przystąpienie przez przedsiębiorcę do takiego kodeksu. Natomiast w kontekście kwalifikacji zachowania danego przedsiębiorcy jako zachowania sprzecznego z dobrymi obyczajami kodeksy dobrych praktyk wypełniają tę klauzulę treścią niezależnie do tego, czy dany przedsiębiorca jest ich sygnatariuszem.

Następny referat pt. „Reklama kredytu konsumenckiego a prawo konsumenta do uzyskania rzetelnej informacji” Marcin Czugan (Wiceprezes zarządu Konferencji Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce) rozpoczął od zwięzłej charakterystyki aktów prawnych regulujących reklamę kredytu konsumenckiego w prawie polskim, a zwłaszcza zmian wprowadzonych ustawą z dnia 23 marca 2017 r. o kredycie hipotecznym oraz o nadzorze nad pośrednikami kredytu hipotecznego i agentami, która znowelizowała m.in. ustawę z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim w zakresie przepisów o reklamie. Prelegent wyróżnił trzy rodzaje reklam: wizerunkowe, kosztowe (zawierające dane dotyczące kosztu kredytu konsumenckiego) oraz bezkosztowe. Wskazał także na nowe zasady podawania konsumentowi wymaganych informacji w odniesieniu do reklamy kosztowej oraz bezkosztowej. Uzupełnieniem regulacji reklamy z ustawy o kredycie konsumenckim są Zasady Dobrych Praktyk Reklamowania Kredytu Konsumenckiego, których sygnatariuszami są Związek Banków Polskich, Polski Związek Instytucji Pożyczkowych, Konferencja Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, Provident Polska, Fundacja Rozwoju Rynku Finansowego oraz Kasa Krajowa SKOK. Zasady te formułują szczegółowe rozwiązania dotyczące reklam telewizyjnych, radiowych, internetowych oraz outdoorowych.

Kolejny referent dr J. Raciborski (AWF w Krakowie) poruszył problematykę ochrony klientów korzystających z usług kosmetologii i odnowy biologicznej, wobec których mogą znajdować także zastosowanie przepisy o ochronie pacjenta. Z zestawienia pojęć: „pacjenta” (z ustawy o prawach pacjenta) oraz „konsumenta” (z art. 22<sup>1</sup> k.c.) wynika, że pacjent zawierający umowę działa w charakterze konsumenta. Ta zbieżność zakresu pojęć może niekiedy pozostawiać wątpliwości co do wyboru odpowiedniej regulacji, gdy pojawiają się rozbieżności (np. w odniesieniu

do zasad przetwarzania danych dokumentacji medycznej i innej). Zarówno działalność lecznicza, jak i podstawowe zawody medyczne są regulowane w interesie bezpieczeństwa pacjentów, jednak regulacja ta nie pozwala na jednoznaczne określenie granic pomiędzy działalnością regulowaną a innymi usługami związanymi ze zdrowiem, a przez zbyt szerokie definiowanie wyłącznych kompetencji powoduje także kolizje pomiędzy zawodami regulowanymi. Potrzeba określenia relacji usług kosmologii i odnowy biologicznej do działalności leczniczej wynika z kwestii definicyjnych: kosmologia to nauka zajmująca się wyglądem (pięknem) człowieka, pojęcie „odnowy biologicznej” odwołuje się do pewnych ukierunkowanych działań, które mają przyspieszyć naturalne procesy regeneracji organizmu, natomiast działalność lecznicza definiowana jest głównie przez świadczenia zdrowotne, te z kolei przez pojęcia „zdrowia” i „choroby” lub szerzej określenie dobrostanu fizycznego, psychicznego i społecznego jednostki. Możliwa jest kolizja usług kosmologii oraz odnowy biologicznej z takimi specjalnościami medycyny, jak dermatologia, chirurgia czy fizjoterapia. Źródłem tej kolizji może być fakt, że omawiane sfery usług realizują różne cele z wykorzystaniem podobnych środków (w tym wyrobów medycznych), a także podobnych metod, zwykle wywodzących się z medycyny. Zawód kosmologa definiowany jest jako zawód medyczny, zawód specjalisty odnowy biologicznej wywodzi się z fizjoterapii, łączy je wykorzystywanie środków charakterystycznych dla działalności leczniczej dla osiągnięcia innych celów niż leczenie. Jednak środki wykorzystywane w praktyce tych zawodów (nieregulowanych) mogą stwarzać zagrożenie dla zdrowia klientów, dlatego pilne jest określenie standardów świadczeń kosmologii, odnowy biologicznej i innych usług odnoszących się do wartości zdrowia, chociaż niepolegających na leczeniu chorób.

Jako ostatni głos zabrał dr Grzegorz Kądziałowski (Wiceprezes zarządu Grupa Azoty S.A.), który wygłosił referat pt. „Rolnictwo 4.0 a polityka bezpieczeństwa żywności. Aspekty prawne i etyczne”. Tytułowe rolnictwo 4.0 to rolnictwo precyzyjne, oparte na technologiach cyfrowych (wykorzystujących m.in. system nawigacji satelitarnej GPS, przetwarzanie danych w chmurze, drony, internet rzeczy). Prelegent zwrócił uwagę na zalety oraz zagrożenia związane z rozwojem rolnictwa precyzyjnego. Zwiększeniu wydajności produkcji rolnej (co jest zjawiskiem pożądanym zarówno z uwagi na procesy demograficzne, jak i skalę marnotrawstwa żywności) towarzyszy niebezpieczeństwo utraty przez rolnika kontroli nad procesem produkcji (wynikające m.in. z narzucania określonych praktyk agronomicznych). Dodatkowe zagrożenia wiążą się z nierównomiernym dostępem do nowych technologii (zwłaszcza na terenach wiejskich) oraz możliwymi praktykami koncentracyjnymi i manipulacyjnymi. Dostrzegając powyższe zagrożenia, prelegent wyraził pogląd, że rozwojowi rolnictwa precyzyjnego (4.0) powinien towarzyszyć rozwój instrumentów prawnych, których zadaniem byłaby ochrona zarówno rynku, jak i działających na nim konsumentów.

Tematem IV panelu dyskusyjnego (moderator: Elżbieta Sługocka-Krupa, Wiceprezes Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów, Powiatowy Rzecznik Konsumentów w Krośnie) był „Pacjent na rynku usług medycznych – zagadnienia prawno-etyczne”.

Jako pierwszy w tej części obrad głos zabrał prof. dr hab. Andrzej Śmieja (Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu), który podjął próbę odpowiedzi na pytanie o dopuszczalność uznania pacjenta za konsumenta. W jego ocenie nie ulega wątpliwości, że z aksjologicznego punktu widzenia pacjent jest konsumentem. Po pierwsze, jego kontrahentem jest profesjonalista. Po drugie zaś, znajduje się wobec niego w pozycji słabszej, co widać wyraźnie zwłaszcza wtedy, gdy



zestawi się ze sobą pacjenta z konsumentem w obrocie towarowym. Wynika to z przymusowej sytuacji, w której na ogół znajduje się pacjent. Uznanie pacjenta za konsumenta jest natomiast z prawnego punktu widzenia zagadnieniem bardziej złożonym, choć w wielu wypadkach nie budzi wątpliwości. Pacjent jest osobą fizyczną, nie korzysta ze świadczeń zdrowotnych w związku z prowadzoną przez siebie działalnością gospodarczą bądź zawodową. W przeważającej liczbie przypadków, wobec postępującej komercjalizacji rynku świadczeń zdrowotnych, będzie się stykał z przedsiębiorcą w rozumieniu art. 43<sup>1</sup> k.c. (spółka, prowadzący indywidualną praktykę lekarz). Problem kwalifikacji prawnej występuje natomiast w odniesieniu do samodzielnych publicznych zakładów opieki zdrowotnej (SPZOZ). Z ustawy z dnia 15 kwietnia 2011 r. o działalności leczniczej wynika bowiem, że SPZOZ nie jest przedsiębiorcą, co uniemożliwia stosowanie wprost art. 22<sup>1</sup> k.c. W efekcie podmioty zawierające umowy cywilnoprawne są konsumentami, natomiast ogromna większość osób korzystających z usług szpitali publicznych i podobnych placówek za konsumentów uznana być nie może. Powstałą niekonsekwencję próbuje się rozwiązać w różny sposób. Wątpliwości związane z dopuszczalnością kwalifikacji pacjenta jako konsumenta wiążą się także ze sformułowanym w art. 22<sup>1</sup> k.c. wymogiem, by konsument dokonywał z przedsiębiorcą czynności prawnej. W ocenie prelegenta można jednak uznać, że pacjent, zgłaszając się do zakładu opieki zdrowotnej i oświadczając zamiar skorzystania z tej opieki, składa określone oświadczenie woli, w którym można się doszukać mniej lub bardziej wyraźnej czynności prawnej. Przyjęcie takiej interpretacji umożliwia uznanie pacjenta za konsumenta. Odpowiadając na pytanie o korzyści wynikające z uznania pacjenta za konsumenta prof. A. Śmieja podkreślił, że prawa pacjenta są chronione zarówno przez ustawę o prawach pacjenta i Rzeczniku Praw Pacjenta, jak i przez ustawy regulujące poszczególne zawody medyczne. Problem polega na tym, że powyższe prawa nie zawsze są realizowane. Częściowo wynika to z paternalistycznego podejścia lekarza do pacjenta, którego przejawem jest m.in. udzielanie pacjentowi informacji o jego stanie zdrowia w hermetycznym, niezrozumiałym dla niego języku. Uznanie pacjenta za konsumenta stwarza np. możliwość badania umów zawieranych przez prywatne zakłady opieki zdrowotnej bądź lekarzy wykonujących indywidualną praktykę z pacjentami pod kątem ich ewentualnej abuzywności.

W dalszej kolejności prowadząca panel zapytała Mariusza Mamczarka (Naczelnik w Zespole Postępowań Sądowych oraz Postępowań w sprawach Praktyk Naruszających Zbiorowe Prawa Pacjenta w Wydziale Prawnym w Biurze Rzecznika Praw Pacjenta) o różnice pomiędzy ochroną praw pacjenta a ochroną konsumenta. Prelegent podkreślił, że ochronę tę należy podzielić na indywidualną oraz kolektywną. W przypadku ochrony kolektywnej, zarówno ustawa o prawach pacjenta i Rzeczniku Praw Pacjenta, jak i ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów zawierają postanowienia dotyczące zwalczania praktyk naruszających zbiorowe interesy tak pacjentów, jak i konsumentów. Ustawodawca dostrzega zatem potrzebę ochrony zbiorowych praw tej kategorii podmiotów. W odniesieniu do ochrony indywidualnej, jednym z zadań Rzecznika Praw Pacjenta (RPP) jest prowadzenie postępowań wyjaśniających w zakresie oceny czy doszło do naruszenia praw konkretnego pacjenta. Analogicznego mechanizmu brakuje natomiast na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów. Stwierdzenie przez RPP faktu naruszenia konkretnego prawa pacjenta skutkuje wydaniem rozstrzygnięcia w tym przedmiocie. Pacjent, który uzna, że z tytułu zawinionego naruszenia swoich praw poniósł krzywdę, może żądać zadośćuczynienia. Odnosząc się do relacji pojęć „pacjent” i „konsument” podkreślił,

że nie w każdym przypadku osobę fizyczną wchodzącą w relację z podmiotem wynikającym z zawodu medycznego (np. lekarzem) można uznać za pacjenta. Pewne obszary usług medycznych (np. w zakresie szeroko pojętej medycyny estetycznej) są bowiem wyłączone spod ochrony przyznanej ustawą o prawach pacjenta i Rzeczniku Praw Pacjenta. Stwierdzenie przez RPP, że w konkretnym stanie faktycznym nie występują świadczenia terapeutyczne spowoduje odmowę wszczęcia postępowania. Podgląd powyższy (w odniesieniu do zabiegu liposukcji) został podtrzymany w orzecznictwie sądów administracyjnych.

Jako kolejny głos zabrał dr hab. Mariusz Fras (Uniwersytet Śląski), który odniósł się do kwestii zakresu informacji, jakich należy udzielić pacjentowi. Jak zauważył, choć orzecznictwo sądowe podkreśla autonomię pacjenta, w praktyce wciąż dominuje model paternalistyczny, u podstaw którego leży przekonanie, że „lekarz wie lepiej”. Problemem jest także zakres obowiązku informacyjnego. Paradoksalnie, nadmiar informacji przekazywanych pacjentowi o wszelkich możliwych konsekwencjach poddania się danemu zabiegowi medycznemu może oddziaływać na niego odstręczająco. Pozytywnym zjawiskiem jest natomiast ukształtowanie się pod wpływem orzecznictwa sądowego określonych standardów przekazywania pacjentowi informacji. Informacje te mają być jasne, przejrzyste, adekwatne do konkretnego wypadku, adresowane nie do pacjenta abstrakcyjnego, lecz konkretnego o indywidualnych cechach osobniczych.

Odpowiadając na pytanie o ilość skarg, które wpływają do biur RPP na komercyjne usługi medyczne, Mariusz Mamczarek podkreślił, że spośród ok. 70 tys. zgłoszeń większość skarg odnosi się do świadczeń finansowanych przez NFZ. W odniesieniu do skarg na usługi komercyjne (niefinansowane przez NFZ lub finansowane w niewielkim stopniu) przeważająca część z nich odnosi się do świadczeń stomatologicznych, ortopedycznych oraz z zakresu medycyny estetycznej. Ich przedmiotem jest przede wszystkim jakość udzielanych świadczeń oraz trudności w dostępie do dokumentacji medycznej. Niekiedy pacjenci poszukują także pomocy w dochodzeniu roszczeń pieniężnych. Wynika to z faktu, że RPP ma prawo do udziału w postępowaniu cywilnym na prawach przysługujących prokuratorowi.

Na trudności z wypracowaniem optymalnego modelu ochrony indywidualnych praw konsumenta-pacjenta zwróciła również uwagę Dorota Karczewska (Wiceprezes UOKiK). Z chronologicznego punktu widzenia kwestia ochrony praw pacjenta pojawiła się działalności Prezesa UOKiK (a jeszcze wcześniej Urzędu Antymonopolowego) w związku z funkcjonowaniem Kas Chorych pozbawiających pacjenta (konsumenta) prawa do swobodnego wyboru świadczeniodawcy. Wydawane w tym zakresie decyzje Prezesa UOKiK stały się przyczynkiem do przyjęcia nowych rozwiązań legislacyjnych. Prelegentka zgodziła się ze stanowiskiem prof. A. Śmieji co do wzajemnego stosunku pojęć „pacjenta” i „konsumenta”. Jak zauważyła, Prezes UOKiK w szeroki sposób interpretuje w swoich rozstrzygnięciach pojęcie „przedsiębiorcy”. Samodzielne publiczne zakłady opieki zdrowotnej wykonują co prawda zadania zlecone przez administrację w ramach stosunków pozaumownych, ale z orzecznictwa TS wynika, że w przypadku stwierdzenia jakiegokolwiek usługi (aktywności) bez względu na charakter (publiczny bądź prywatny) podmiotu ją świadczącego drugą stroną tego stosunku prawnego należy uznać za konsumenta. Wskazała ponadto na nieprawidłowości związane z organizowaniem usług medycznych (w tym zwłaszcza w zakresie sprzedaży abonamentów medycznych). Odpowiadając na pytanie, czy przepisy skutecznie chronią pacjentów-konsumentów przed nieuczciwymi praktykami, zwróciła uwagę na treść

art. 3 ust. 1 pkt 7 upk wyłączającego świadczenie usług zdrowotnych z zakresu przedmiotowego ustawy o prawach konsumenta. Na przepis ten powołują się m.in. pomioty oferujące abonamenty medyczne, uzasadniając w ten sposób pozbawienie konsumenta prawa odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa. Tymczasem umowy o abonamenty medyczne nie mieszczą się w zakresie pojęcia „umów dotyczących usług zdrowotnych”. Tego rodzaju praktykom należy szybko i skutecznie przeciwdziałać.

Swoją wypowiedź poświęconą optymalnemu modelowi ochrony praw osób starszych, samotnych, niesamodzielnych Jerzy Gramatyka (Miejski Rzecznik Konsumentów w Krakowie, Wiceprzewodniczący Rady Konsultacyjnej ds. Ochrony Konsumentów działającej przy Zarządzie Województwa Małopolskiego) rozpoczął od wyliczenia sytuacji, w których dochodzi do naruszenia podstawowych praw pacjentów-konsumentów (m.in. braki w dokumentacji medycznej, kontrowersje co do kwalifikacji prawnej zawieranych umów o świadczenie usług medycznych). Osoby poszukujące pomocy zwracają się z reguły do rzecznika praw konsumenta *post factum* – gdy dany zabieg, procedura medyczna zakończyły się niepowodzeniem. Coraz częstsze są sytuacje, w których jedynie z uwagi na wyłączenie ustawowe wynikające z art. 3 ust. 1 pkt 7 upk do głównego przedmiotu świadczenia przedsiębiorcy dodawane są fikcyjne usługi medyczne wspomagające leczenie jedynie po to, by wyłączyć ustawowe prawo konsumenta do odstąpienia od zawartej umowy. Powszechną praktyką (np. w odniesieniu do usług stomatologicznych) jest nieudzielanie pacjentowi przed poddaniem się danej procedurze medycznej informacji co do zasad odpłatności. Dodatkowym utrudnieniem w skutecznym dochodzeniu roszczeń przez pacjenta są wskazane powyżej braki w zakresie dokumentacji medycznej. W swoich działaniach Rada Konsultacyjna ds. Ochrony Konsumentów zwróciła się m.in. z apelem o wprowadzenie przez władze ustawodawcze zakazu prowadzenia handlu poza lokalem przedsiębiorstwa wyrobami medycznymi i paramedycznymi, w szczególności adresowanego do osób starszych oraz rozważenie wprowadzenia takiego zakazu również w zakresie handlu na odległość. Ponadto przyjęła stanowisko dotyczące konieczności podjęcia przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji oraz Komisję Etyki Reklamy działań ograniczających reklamę leków, medykamentów i parafarmaceutyków. W ciągu ostatniego dziesięciolecia liczba reklam w tym zakresie wzrosła o 2000%. Jest to najszybciej rozwijający się rynek reklamowy w skali europejskiej. W związku z procesem starzenia się społeczeństwa problem reklamy leków oraz możliwych naruszeń prawa pacjenta-konsumenta do informacji będzie narastał.

Przedstawiając problem kształtowania się praktyki sądowej w zakresie orzekania o zadośćuczynieniu pieniężnym za naruszenie praw pacjenta i osób bliskich, dr hab. M. Fras podkreślił rosnące znaczenie powództw o utratę szansy wyleczenia – w obcych porządkach prawnych jest to szkoda podlegająca naprawieniu („wynagradzana”). Zwrócił uwagę na treść art. 4 ust. 1 upp, zgodnie z którym w razie zawinionego naruszenia praw pacjenta sąd może przyznać poszkodowanemu odpowiednią sumę tytułem zadośćuczynienia pieniężnego za doznaną krzywdę na podstawie art. 448 k.c. W wielu przypadkach jest to dla powoda szybsza droga dochodzenia roszczeń niż w przypadku próby wykazania błędu medycznego. Panelista podkreślił także coraz wyższe kwoty dochodzonych roszczeń w procesach o błąd w sztuce lekarskiej. Do problemu podstaw prawnych roszczeń odszkodowawczych przysługujących pacjentowi w razie nieprawidłowego spełnienia świadczenia medycznego odniósł się również prof. A. Śmieja.

W nawiązaniu do wypowiedzi Mariusza Mamczarka prof. dr hab. Ewa Bagińska zwróciła uwagę na zamieszczony na stronie internetowej RPP rejestr decyzji wydanych w sprawach praktyk naruszających zbiorowe prawa pacjentów. W jej ocenie może on być cennym źródłem informacji dla rzeczników konsumentów. Zapytała jednocześnie dlaczego nie są publikowane informacje o nałożonych przez Rzecznika karach administracyjnych. Odpowiadając na to pytanie, Mariusz Mamczarek podkreślił, że publikacja rejestru nastąpiła z inicjatywy samego RPP – takiego obowiązku nie przewidziano bowiem w ustawie o prawach pacjenta i Rzeczniku Praw Pacjenta. Z powołanej ustawy wynika, że RPP jest uprawniony do nakładania kar pieniężnych, ale jego kompetencje są inne niż Prezesa UOKiK. W razie wydania przez Rzecznika decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe prawa pacjentów nakazuje on jej zaniechanie lub wskazuje działania niezbędne do usunięcia skutków naruszenia zbiorowych praw pacjentów, wyznaczając jednocześnie terminy podjęcia tych działań. W przypadku niepodjęcia działań określonych w tej decyzji, w terminie w niej wskazanym, Rzecznik nakłada na podmiot udzielający świadczeń zdrowotnych, w drodze decyzji, karę pieniężną do wysokości 500 000 złotych (największa dotychczas wymierzona kara wyniosła 210 000 złotych).

Kolejny (V) panel dyskusyjny poświęcono prawnym i etycznym aspektom ochrony konsumentów na rynku żywności (moderator: Jarosław Król, Prezes fundacji Mercatus et Civis).

Odpowiadając na pytanie o aktualne tendencje w znakowaniu żywności Ryszard Mróz (Wojewódzki Inspektor Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych w Krakowie) zwrócił uwagę na nasilającą się praktykę umieszczania na produktach żywnościowych przeznaczonych do sprzedaży detalicznej informacji (słownych, graficznych) niezgodnych z rzeczywistością. Odnosi się to zwłaszcza do produktów najczęściej kupowanych przez konsumentów (np. pieczywa, nabiału, mięsa). Na podstawie wyników badania jakości handlowej w Województwie Małopolskim można przyjąć, że funkcją oznaczeń umieszczonych na produktach rolno-spożywczych jest często oddziaływanie na psychikę konsumenta przez wywołanie u niego złudnego przekonania o wyjątkowości nabywanego produktu, podczas gdy w rzeczywistości jest to produkt o typowych właściwościach. W ocenie panelisty, producent zamieszczający na opakowaniu określone informacje powinien być w stanie wykazać, że są one prawdziwe, co powinno być dodatkowo weryfikowalne w drodze badań przeprowadzonych przez niezależne ośrodki.

Zagadnieniu wpływu znaków towarowych i oznaczeń geograficznych na decyzje zakupowe konsumenta poświęciła swoje wystąpienie dr Aleksandra Nowak-Gruca (UEK). Umieszczanie przez producentów na opakowaniach tzw. nieobligatoryjnych oznaczeń służy budowaniu pozytywnego wizerunku towarów, kreowaniu asocjacji pomiędzy przedsiębiorcą a oferowanym przez niego produktem. Znakiem towarowym jest każde oznaczenie, które można przedstawić w sposób graficzny, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżnienia towarów jednego przedsiębiorcy od towarów innego przedsiębiorcy. Wymowa przedstawieniowa znaków towarowych jest bardzo bogata. Mogą być to nie tylko logotypy, ale też znaki dźwiękowe, przestrzenne, interaktywne. W UE rozważa się coraz częściej możliwość rejestracji zapachów. Znaki towarowe pełnią wiele funkcji: informacyjną, jakościową, gwarancyjną oraz reklamową. Pod wpływem orzecznictwa TS coraz częściej wskazuje się na potrzebę ochrony ich funkcji komunikacyjnej. Znaki towarowe zaczynają być postrzegane jako wizerunek towaru, wpływając coraz częściej na decyzje zakupowe konsumentów. Również oznaczenia geograficzne odgrywają w odniesieniu do artykułów spożywczych



istotną rolę, wskazując na szczególne właściwości produktu związane z jego pochodzeniem z określonego miejsca. Wskazane oznaczenia odróżniające chronią nie tylko przedsiębiorcę, zapewniając mu wyłączność rynkową, lecz także konsumenta, zapewniając mu prawo do informacji stanowiącej ważny element komunikacji rynkowej.

Problem praktyk dezinformacji konsumentów na rynku artykułów żywnościowych poruszył Jarosław Sroczyński (Radca prawny, partner w kancelarii Markiewicz & Sroczyński). Producenci w przekazach adresowanych do konsumentów, a wyrażających się np. w oznaczeniach umieszczonych na opakowaniach produktu, posługują się niejednokrotnie stwierdzeniami niezgodnymi z rzeczywistością, co stanowi naruszenie norm tak etycznych (w tym uniwersalnej zasady: nie kłam), jak i prawnych (w tym klauzuli dobrych obyczajów – do pojęcia tego odwoływał się wielokrotnie w swoich decyzjach Prezes UOKiK). Przekaz reklamowy rządzi się swoimi prawami, ale musi być weryfikowalny. Na marginesie zauważył, że w zakresie ochrony konsumentów w Polsce podstawowe znaczenie ma model administracyjny. Nie oznacza to jednak braku rozwiązań cywilnoprawnych oraz działań podejmowanych przez samych przedsiębiorców, m.in. w formie kodeksów dobrych praktyk.

W kolejnym wystąpieniu Michał Jakimczyk (Radca prawny, Lidl Polska sp. z o.o.) przedstawił inicjatywy podejmowane przez Lidl Polska z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu, wskazując m.in. na wsparcie udzielane WOŚP, Caritas Polska oraz bankom żywności. Omawiając działania prokonsumenckie, zwrócił uwagę na dodatkowe uprawnienia konsumenta (np. w zakresie zwrotu produktów przemysłowych zakupionych w placówkach stacjonarnych) wykraczające poza minimalny poziom ochrony wyznaczony prawem. Niekiedy inicjatywy te opierają się na doświadczeniach wyniesionych z działalności gospodarczej prowadzonej na innych rynkach europejskich. Zwrócił jednocześnie uwagę na zjawisko nieetycznego postępowania niektórych konsumentów polegające na nadużywaniu przyznanych im uprawnień.

Pozytywny aspekt zaangażowania przedsiębiorców w akcje z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu podkreślił także Krzysztof Podgórski (Prezes Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów, Miejski Rzecznik Konsumentów w Tarnowie). W jego ocenie społeczna odpowiedzialność biznesu analizowana przez pryzmat zachowań konsumenckich służy pośrednio ukształtowaniu wśród nich określonych postaw, np. lojalnego nabywcy kojarzącego określony produkt i jego producenta.

Jako ostatnia w tej części konferencji głos zabrała Magdalena Musiał (Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Krakowie). Odpowiadając na pytanie o nieprawidłowości, z jakimi spotykają się inspektorzy WIIH podczas działań kontrolnych, rozpoczęła od zwięzłej charakterystyki zadań Inspekcji określonych w ustawie z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych. Opierając się na najnowszych statystykach za rok 2017, wskazała, że na 8520 artykułów żywnościowych, w tym do kontaktu z żywnością, inspektorzy zakwestionowali 25% spośród nich, a w gastronomii 24,5%. Stwierdzone nieprawidłowości obejmowały m.in. przerobienie daty ważności, a także niewłaściwe oznaczenie oferowanych produktów (np. sok zamiast nektaru). Inspektorat kontroluje również przestrzeganie przepisów sanitarno-porządkowych w placówkach handlowych i gastronomicznych (w 2017 r. z tytułu ich naruszenia nałożono 350 mandatów) oraz prawidłowość podawania konsumentom cen zarówno jednostkowych, jak i za jednostkę miary. W tym zakresie panelistka zwróciła uwagę na zasadniczą dysproporcję skali naruszeń w sklepach

małych (z tradycyjną obsługą) oraz samoobsługowych – o ile ok. 90% sklepów małych nie podawało cen jednostkowych, o tyle w przypadku sklepów samoobsługowych odsetek ten wyniósł jedynie 4,5%. Przypomniała, że podanie ceny na żądanie konsumenta nie jest sposobem realizacji obowiązku wynikającego z ustawy z dnia 9 maja 2014 r. o informowaniu o cenach towarów i usług. Pozostałe działania kontrolne Inspekcji obejmują m.in. kontrolę legalizacji wag w handlu i gastronomii, a także kontrolę odważania towarów wg wagi brutto. Pytana o reakcje przedsiębiorców podkreśliła, że w zdecydowanej większości przypadków stwierdzone nieprawidłowości eliminowane są już podczas kontroli. Nieliczne są sytuacje, w których przedsiębiorca nie przyjmuje mandatu. Jedynie ok. 12% wydanych przez Inspekcję decyzji administracyjnych podlega zaskarżeniu.

Ostatni panel dyskusyjny<sup>1</sup> poświęcono zagadnieniom ochrony konsumentów (podróżnych) na rynku usług turystycznych. Szczególnie interesująca była próba oceny nowych regulacji zawartych w ustawie o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych dokonana zarówno z perspektywy przedstawicieli środowiska akademickiego (wystąpienia dr Piotra Cybuli oraz dr Doroty Ambrożuk), jak i biur podróży reprezentowanych przez Polską Izbę Turystyki (wystąpienie Prezesa PIT Pawła Niewiadomskiego). Dotychczasowe działania Europejskiego Centrum Konsumentckiego (ECK) Polska służące ochronie konsumentów na rynku usług turystycznych oraz nowe zadania stojące przed tym Centrum w związku z wejściem w życie ustawy o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych przedstawił Karol Muż (Koordynator ECK Polska). Jako ostatni w tej części głos zabrał Maciej Wojnar (Kierownik działu reklamacji P4 Sp. z o.o.), który omówił aktualne problemy związane z korzystaniem z roamingu podczas podróży zagranicznych wynikłe z przyjęcia w państwach członkowskich EOG w czerwcu 2017 r. mechanizmu *roam like at home*.

Na zakończenie obrad krótkiego podsumowania dokonała prof. dr hab. Bogusława Gnela, która podkreśliła znaczenie cyklicznych konferencji organizowanych przez uczelnie wyższe oraz Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów jako forum wymiany poglądów przedstawicieli środowiska akademickiego oraz praktyki na tematy związane z ochroną konsumentów i podziękowała uczestnikom za udział w konferencji. Do podziękowań skierowanych do przedstawicieli środowisk naukowych, rzeczników konsumentów, przedstawicieli organów zajmujących się ochroną konsumentów oraz przedstawicieli przedsiębiorców dołączyła także Wiceprezes Stowarzyszenia Rzeczników Konsumentów, Elżbieta Sługocka-Krupa.

### **dr Piotr Kukuryk**

Katedra Prawa Cywilnego i Gospodarczego UEK w Krakowie

e-mail: piotr.kukuryk@uek.krakow.pl

<sup>1</sup> Szczegółowe sprawozdanie z tego panelu ukazało się w iKAR 2018, nr 3.