

<http://dx.doi.org/10.16926/gea.2025.01.01.14>

dr Anna WOJTKOWIAK

<https://www.orcid.org/0000-0003-1000-7292>

Uniwersytet Jana Długosza w Częstochowie

e-mail: a.wojtkowiak@ujd.edu.pl

Publiczno-prawna ochrona interesów konsumentów – wybrane zagadnienia

Streszczenie

Jednym z celów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (dalej: u.o.k.k.) jest ochrona zbiorowych interesów konsumentów. Umieszczając w u.o.k.k. przepisy zakazujące przedsiębiorcom stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca umożliwił Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podejmowanie w interesie publicznym interwencji w przypadku stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorców zasad obrotu konsumenckiego¹. Z przeprowadzonej przeze mnie analizy przepisów prawa oraz zaprezentowanych poglądów przedstawicieli doktryny i orzecznictwa wynika, że zawarta w art. 24 u.o.k.k. definicja praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest wystarczająco pojemna, aby zapewnić konsumentom, jako najsłabszym uczestnikom obrotu gospodarczego, skuteczną ochronę przed praktykami przedsiębiorców naruszającymi ich zbiorowe interesy. Ponadto z przedstawionych przeze mnie rozważań oraz zaprezentowanych poglądów przedstawicieli nauki oraz wytycznych dotyczących wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady wynika potrzeba wprowadzenia zmiany w definicji przedsiębiorcy zawartej w art. 4 pkt. 1 tej ustawy, ponieważ jak wykazałam definicja ta nie nadąża za współczesnym obrotem gospodarczym.

Słowa kluczowe: interes publiczny, konsument, pojęcie przedsiębiorcy, prawo antymonopolowe, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, zbiorowe interesy konsumentów.

1. Wprowadzenie

Jednym z celów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów² jest ochrona zbiorowych interesów konsumentów. Geneza

¹ D. Miąsik, *Zakaz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2014, s. 749.

² T.j.: Dz.U. z 2024 r. poz. 1616, ze zm., dalej: u.o.k.k., ustawa antymonopolowa.

ochrony zbiorowych interesów konsumentów w Polsce jest związana z przyjęciem przez Polskę jako państwo członkowskie Unii Europejskiej *acquis communautaire* i opiera się na modelu wspólnotowym. Idea ochrony interesów zbiorowych (kolektywnych) dopełnia wspólnotowy model ochrony konsumentów. Charakterystyczne dla prawa Unii Europejskiej jest przekonanie, że błędem jest redukovanie realizacji praw konsumentów tylko do perspektywy skargi indywidualnego konsumenta³. Umieszczając w u.o.k.k. przepisy zakazujące przedsiębiorcom stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca umożliwia Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów⁴ podejmowanie, w interesie publicznym⁵, interwencji w przypadku stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorców zasad obrotu konsumenckiego. Celem regulacji jest wyeliminowanie z obrotu prawnego tych działań przedsiębiorców, które nie mają charakteru praktyk monopolistycznych, a jedynie antykonsumencki charakter, którego źródłem nie jest siła ekonomiczna przedsiębiorców, lecz ich przewaga nad nieprofesjonalnymi uczestnikami rynku⁶, jakimi bez wątpienia są konsumenci.

Ustawa chroni interesy konsumentów w dwojaki sposób. Po pierwsze bezpośrednio przez przepisy zakazujące stosowania niedozwolonych postanowień wzorców umów oraz normy zakazujące stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Po drugie pośrednio, przez ochronę konkurencji. Występowanie konkurencji na rynku jest istotne z punktu widzenia konsumentów. Konsumenci są bowiem uczestnikami rynku, którzy kształtują popyt na poszczególne towary i usługi⁷.

W początkowym okresie obowiązywania prawa konkurencji w Polsce brak było wydzielonych przepisów odnoszących się do zbiorowych interesów konsumentów. Dopiero pod wpływem rozwiązań prawa UE w takie regulacje wyposażono nasze prawo krajowe. Ze względu na generalny charakter u.o.k.k. właśnie w tej ustawie wprowadzono specjalny dział poświęcony tej problematyce⁸.

³ C. Banasiński, E. Piontek [w:] C. Banasiński, E. Piontek, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2009, art. 24., <https://sip.lex.pl/#/commentary/587550182/347622/banasinski-cezary-red-piontek-eugeniusz-red-ustawa-o-ochronie-konkurencji-i-konsumentow-komentarz?cm=URELATIONS> [dostęp: 24.01.2025].

⁴ Dalej: Prezes Urzędu lub Prezes UOKiK.

⁵ Szerzej na temat interesu publicznego zob. M. Bernatt, A. Jurkowska, T. Skoczny, *Podstawy i zakres publicznoprawnej ochrony konkurencji*, [w:] M. Kępiński (red.), *System Prawa Prywatnego*, t. 15: Prawo konkurencji, Warszawa 2014, s. 735, zob. też A. Wojtkowiak, *Ochrona interesu publicznego w ustawodawstwie antymonopolowym*, „Administracja. Teoria – Dydaktyka – Praktyka” 2018, nr 2.

⁶ D. Miąsik, op. cit., s. 749.

⁷ A. Wojtkowiak, *Ochrona interesu publicznego...*, s. 162.

⁸ J. Olszewski, *Praktyki ograniczające konkurencję*, [w:] J. Olszewski (red.), *Publiczne prawo gospodarcze*, Warszawa 2012, s. 229.

Celem artykułu jest próba udzielenia odpowiedzi na pytanie: czy znajdująca się w u.o.k.k. definicja praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest wystarczająco pojemna, aby zapewnić tym najstabszym uczestnikom obrotu gospodarczego skuteczną ochronę przed praktykami przedsiębiorców, chcącymi wykorzystać tę sytuację, oraz czy umieszczone w u.o.k.k. pojęcie przedsiębiorcy jest dostosowane do wymagań współczesnego obrotu gospodarczego.

2. Definicja praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów.

2.1. Wprowadzenie

W art. 24 u.o.k.k. została zawarta definicja praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. W myśl tego przepisu przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami zachowanie przedsiębiorcy, polegające w szczególności na: naruszaniu obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji, nieuczciwych praktykach rynkowych lub czynach nieuczciwej konkurencji oraz proponowaniu 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.

Definicja praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów umieszczona w ustawie składa się z dwóch części. W pierwszej części definicji znajduje się klauzula generalna, dotycząca każdej praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast druga jej część wymienia przykładowe działania przedsiębiorców, które mogą, jeśli spełniają przesłanki określone w klauzuli generalnej, stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.

2.2. Pojęcie praktyki

Odnosząc się do pierwszej części omawianej definicji należy wyjaśnić, co oznacza **pojęcie praktyki** naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. W literaturze przedmiotu pojawia się pytanie o interpretację słowa „praktyka” użytego w komentowanym przepisie. W opinii M. Sieradzkiej „powszechne jego rozumienie sugerowałoby objęcie tym pojęciem tylko tych działań przedsiębiorcy, które nie stanowią jednorazowych zachowań, lecz którym można przypisać cechę powtarzalności”⁹. Na potwierdzenie tej tezy Autorka przytacza Wyrok SN z dnia 10.04.2008 r., w którym Sąd przyjął, że przez pojęcie praktyki naruszającej

⁹ M. Sieradzka, *Zakaz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2024, s. 659.

zbiorowe interesy konsumentów należy rozumieć takie zachowanie przedsiębiorcy, które

podejmowane jest w warunkach wskazujących na powtarzalność zachowania w stosunku do indywidualnych konsumentów wchodzących w skład grupy, do której adresowane są zachowania przedsiębiorcy, w taki sposób, że potencjalnie ofiarą takiego zachowania może być każdy konsument będący klientem lub potencjalnym klientem przedsiębiorcy¹⁰.

Jednocześnie w doktrynie podkreśla się, że definiując praktykę, nie należy zawęzić tego pojęcia wyłącznie do działań powtarzalnych. Oznacza to, że w zakresie tego pojęcia będzie się mieścić również jednorazowe, incydentalne czy też okazjonalne zachowanie przedsiębiorcy, jeśli tylko jego skutkiem będzie naruszenie zbiorowych interesów konsumentów¹¹.

Zgodnie z poglądami występującymi w doktrynie i orzecznictwie¹² **poprzez praktykę** rozumie się zarówno „działania” a także „zaniechania” przedsiębiorców. Oznacza to, że praktykę może stanowić aktywne zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumentów (np. namawianie ich do zakupu danego towaru lub wykonania na ich rzecz jakiejś usługi) jak i zaniechanie, czyli niedokonanie jakiejś czynności na rzecz konsumenta, do której wykonania przedsiębiorca był zobowiązany (np. nieudzielenie konsumentowi informacji o możliwości odstąpienia przez niego od umowy zawartej poza siedzibą przedsiębiorcy) na podstawie przepisów prawa lub tzw. dobrych obyczajów. Takie rozumienie pojęcia praktyki znajduje także swoje uzasadnienie w dyrektywie 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych¹³ uznającej zaniechanie za jedną z postaci zakazanych praktyk. Omawiając pojęcie praktyki, należy również zauważyć, że występuje ono w dwóch ustawach, do których odnosi się art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.k., w myśl którego poprzez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się nieuczciwe praktyki rynkowe¹⁴ lub czyny nieuczciwej konkurencji¹⁵.

¹⁰ Wyrok SN z dnia 10.04.2008 r., III SK 27/07, OSNP 2009/13–14, poz. 188.

¹¹ A. Jurkowska, D. Miąsik, T. Skoczny, M. Szydło, *Nowa uokik z 2007 r. – kolejny krok w kierunku doskonalenia podstaw publicznej ochrony konkurencji w Polsce*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2007, nr 4, s. 17, zob. też decyzję Prezesa UOKiK z 11.03.2005 r., RGD-16/2005.

¹² Zob. K. Strzyczkowski, *Prawo gospodarcze publiczne*, Warszawa 2023, s. 393; M. Sieradzka, *Zakaz praktyk naruszających...*, s. 660; A. Wędrzychowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska, *Zakaz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, [w:] A. Stawiski, E. Stawicki (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2016, s. 630; Decyzja PUOKiK z 29.9.2006 r., Nr RLU-28/2006, Dz. Urz. UOKiK Nr 4, poz. 56; decyzja PUOKiK z dnia 31 marca 2007 Nr DDK-5/2007.

¹³ Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym, t.j.: Dz. Urz. UE 2005 L 149/22.

¹⁴ Pojęcie nieuczciwych praktyk rynkowych zostało uregulowane w ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, t.j.: Dz. U. z 2023 r., poz. 845 z zm., dalej: u.p.n.p.r.

¹⁵ Pojęcie czynów nieuczciwej konkurencji zostało umieszczone w ustawie z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, t.j.: Dz.U. z 2022 r., poz. 1233 ze zm., dalej: u.z.n.k.

2.3. Praktyka naruszającą zbiorowe interesy konsumentów

W myśl art. 24 ust. 2 u.o.k.k. warunkiem kwalifikacji danego działania (zaniechania) przedsiębiorcy jako praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest spełnienie następujących przesłanek: sprzeczność działania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami, godzenie w interesy konsumentów i naruszenie ich zbiorowych interesów.

2.3.1. SPRZECZNOŚĆ DZIAŁANIA PRZEDSIĘBIORCY Z PRAWEM LUB DOBRYMI OBYCZAJAMI

O bezprawności w rozumieniu art. 24 u.o.k.k. możemy mówić, gdy zachowanie przedsiębiorcy jest sprzeczne z powszechnie obowiązującym porządkiem prawnym, czyli zarówno z normami prawnymi, jak również z zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami. Bezprawność jest przy tym obiektywnym czynnikiem. Jest niezależna od winy i jej stopnia, a także od wystąpienia szkody. Bez znaczenia jest również świadomość istnienia naruszeń przez podejmującego bezprawne działania przedsiębiorcę¹⁶. Jednocześnie jak słusznie zauważył SOKiK należy podkreślić, że nie wszystkie bezprawne zachowania przedsiębiorcy naruszają interesy konsumentów¹⁷, ponieważ żeby było możliwe ustalenie, iż nastąpiło takie naruszenie, niezbędne jest istnienie związku między czynem bezprawnym a interesem konsumentów¹⁸. Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, w myśl u.o.k.k., są czynami bezprawnymi, czyli niedozwolonymi. W związku z tym są one zakazane *ex lege*, bez potrzeby wydawania odpowiedniej decyzji przez Prezesa Urzędu¹⁹. Z zakazem praktyk powiązana jest również kompetencja tego organu do podjęcia postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

Przy czym, jak słusznie podnosi się w doktrynie, Prezes UOKiK powinien wszcząć postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów także w związku z taką praktyką, która naruszając zbiorowe interesy konsumentów, narusza jednocześnie interesy innych przedsiębiorców. Dotyczy to w szczególności takich praktyk, jak reklamy wprowadzające w błąd konsumentów i powodujące, że podejmują oni decyzję o nabyciu towarów nieuczciwie reklamującego się przedsiębiorcy zamiast towarów jego konkurenta (przy czym można założyć, że gdyby nie istniała reklama wprowadzająca w błąd to prawdopodobnie konsumenci podjęliby inną decyzję dotyczącą zakupionych przez nich towarów). W takich przypadkach dochodzi do naruszenia nie tylko interesów konsumentów, lecz także przedsiębiorców oferujących im swoje towary i pozbawionych zysku z powodu, iż produkty ich konkurentów zostały w nieuczciwy sposób zareklamowane, co nakłoniło konsumentów do ich zakupu²⁰.

¹⁶ XVII AmA 76/14 - Wyrok Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, LEX nr 2155531.

¹⁷ Zob. Wyrok SOKiK z 23.05.2011 r., XVII AmA 212/09, LEX nr 1545386.

¹⁸ C. Banasiński, E. Piontek, art. 24, op. cit.

¹⁹ M. Sieradzka, *Zakaz praktyk naruszających...*, s. 583.

²⁰ A. Wędrychowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska, op. cit., s. 628.

Sprzecznosc działania przedsiębiorcy z prawem lub dobrymi obyczajami oznacza naruszenie przepisów zawartych w różnych aktach prawnych (np. ustawie z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, ustawie z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, ustawie z dnia 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów²¹), z których wynikają pewne uprawnienia konsumentów i powiązane z nimi obowiązki przedsiębiorców²² oraz tzw. dobrych obyczajów, czyli uznanych w społeczeństwie zasad moralnych lub przyjętej w obrocie uczciwości²³. W wyroku Sądu Najwyższego z dnia 9 października 2019 r. została wyrażona opinia, iż „wszystkie czyny zdefiniowane w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji są sprzeczne z dobrymi obyczajami”²⁴. Ponadto Sąd przyjął, że

ustalenie dobrych obyczajów w rozumieniu ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji następuje z uwzględnieniem celu ustawy, jakim jest zapewnienie równych i niezakłóconych warunków konkurencji. W kontekście relacji z konsumentami, jako sprzeczne z dobrymi obyczajami, należy uznać działania, które zmierzają do niedoinformowania, dezorientacji, wywołania błędnego przekonania u klienta, wykorzystania jego niewiedzy lub naiwności, czyli takie działanie, które potocznie określone jest jako nieuczciwe, nierzetelne, odbiegające in minus od przyjętych standardów postępowania. O tym, czy dane działanie jest sprzeczne z dobrymi obyczajami, decyduje przy tym całokształt okoliczności, a zwłaszcza cel, użyte środki i konsekwencje przedsięwziętych działań²⁵.

Z punktu widzenia ochrony zbiorowych interesów konsumentów taka interpretacja pojęcia dobrych obyczajów zasługuje w pełni na aprobatę.

2.3.2. GODZENIE W INTERESY KONSUMENTÓW

Analizując przepisy u.o.k.k., należy przyjąć, że godzenie w interesy konsumentów oznacza ich naruszenie, jak i zagrożenie ich naruszenia²⁶. Wynika to z treści art. 3 u.z.n.k., zgodnie z którym czynem nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, jeżeli **zagroża** lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub **klienta**, a naruszenie przez przedsiębiorcę u.z.n.k. – w myśl art. 24 ust. 2 pkt 3 u.o.k.k. – jest praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów. Skoro zatem do praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zaliczamy czyny nieuczciwej konkurencji, to należy uznać, że już samo zagrożenie interesu klientów przedsiębiorcy (którymi bez wątpienia są konsumenci) wystarczy, aby dany czyn uznać za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

²¹ T.j.: Dz. U z 2021 r. poz. 222, ze zm.

²² K. Strzyczkowski, op. cit., s. 393.

²³ Zob. Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 7 listopada 2014 r., VI ACa 161/14, LEX nr 1661260.

²⁴ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 9 października 2019 r., I NSK 61/18, LEX nr 2727446.

²⁵ Zob. wyrok Sądu Najwyższego z dnia 9 października 2019 r., I NSK 61/18, LEX nr 2727446.

²⁶ Inaczej K. Strzyczkowski, op. cit., s. 393.

2.3.3. NARUSZENIE ZBIOROWYCH INTERESÓW KONSUMENTÓW

Przepisy u.o.k.k. chronią interesy konsumentów w wymiarze zbiorowym, a w konsekwencji interes publiczny²⁷. Naruszeniem zbiorowych interesów konsumentów jest działanie przedsiębiorcy wobec nieokreślonego, szerokiego kręgu osób, bądź kręgu osób wyodrębnionych ze względu na wspólną cechę rodzajową, tworzących określoną, odrębną kategorię konsumentów. Przy czym bez znaczenia dla kwalifikacji praktyki jako naruszającej zbiorowe interesy konsumentów jest to, czy działanie (zaniechanie) przedsiębiorcy ma charakter jednorazowy, czy też powtarzalny²⁸. Jednocześnie należy zauważyć, że w większości przypadków praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów będą dotyczyły zachowań przedsiębiorców wobec ogółu konsumentów, czyli powtarzających się²⁹.

O tym, czy dane zachowanie przedsiębiorcy godzi w zbiorowy, czy indywidualny interes konsumentów będą decydowały cechy tego postępowania, czyli fakt, czy jest to postępowanie odnoszące się do nieograniczonej liczby konsumentów (np. dotyczy reklamy wprowadzającej w błąd, wadliwego oznakowania produktów)³⁰, czy umowy zawieranej z pojedynczym konsumentem. Przy czym trzeba pamiętać, że zgodnie z art. 24 ust. 3 u.o.k.k. nie jest zbiorowym interesem konsumentów suma indywidualnych interesów konsumentów.

3. Zakres podmiotowy pojęcia przedsiębiorcy w odniesieniu do praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów

3.1. Pojęcie przedsiębiorcy w u.o.k.k.

Ponieważ praktyką naruszającą zbiorowe interesy konsumentów jest działanie lub zaniechanie **przedsiębiorcy** w jego relacjach z konsumentami, omawiając tę problematykę, należy również określić zakres podmiotowy tego pojęcia. Analizując to zagadnienie, warto zauważyć, że art. 4 pkt. 1 u.o.k.k. zawiera definicję przedsiębiorcy stworzoną specjalnie na jej potrzeby. Zakres pojęciowy tej definicji obejmuje przede wszystkim przedsiębiorców w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców³¹ oraz inne wymienione w niej podmioty, które nie są przedsiębiorcami w rozumieniu Prawa przedsiębiorców, czyli m.in. jednostki samorządu terytorialnego – jako organizatorów usług o charak-

²⁷ M. Pawełczyk, *Publiczne prawo konkurencji*, [w:] R. Blicharz (red.), *Publiczne prawo gospodarcze. Zarys wykładu*, Warszawa 2015, s. 133.

²⁸ A. Jurkowska, D. Miąsik, T. Skoczny, op. cit., s. 7.; zob. też M. Sieradzka, *Wykładnia pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” na tle orzecznictwa*, „Glosa” 2008, nr 3, s. 102.

²⁹ A. Wędrzychowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska, op. cit., s. 631.

³⁰ Ibidem, s. 663.

³¹ Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców, t.j.: Dz. U z 2024 r. poz. 236 ze zm.

terze użyteczności publicznej, jednostki organizacyjne tych podmiotów oraz osoby fizyczne, którym powierzono wykonywanie zadań z zakresu gospodarki komunalnej na podstawie ustawy o gospodarce komunalnej³², a także osoby fizyczne wykonujące zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzące działalność w ramach wykonywania takiego zawodu oraz związki przedsiębiorców, z wyłączeniem przepisów dotyczących koncentracji.

W świetle orzecznictwa na podstawie tej definicji do grona przedsiębiorców zostały zaliczone: gminy, powiaty³³, kościelne jednostki organizacyjne (np. parafie)³⁴, Polski Związek Piłki Nożnej³⁵, Narodowy Fundusz Zdrowia³⁶, podmiot prowadzący szkołę niepubliczną³⁷, uczelnia państwowa³⁸.

Jak słusznie podnosi się w doktrynie zakres pojęciowy definicji przedsiębiorcy stworzony na potrzeby ustawy Prawo przedsiębiorców nawiązuje do tradycyjnego rozumienia przedsiębiorcy, które nie nadąża za współczesnym obrotem gospodarczym, którego jednym z przejawów jest np. dynamicznie rozwijająca się sprzedaż internetowa, którą zajmują się osoby fizyczne prowadzące tzw. działalność nieewidencjonowaną³⁹. Osoby te nie są przedsiębiorcami w rozumieniu Prawa przedsiębiorców i u.o.k.k. Biorąc pod uwagę powyższy tok rozumowania, należałoby przyjąć, że praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów stosowane przez te osoby, w ramach prowadzonej przez nie działalności (np. w formie aukcji elektronicznej), nie podlegają kontroli Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów na podstawie u.o.k.k. Sytuacja ta powoduje pewną bezkarność tych osób w odniesieniu do pokrzywdzonych przez nie konsumentów.

3.2. Pojęcie przedsiębiorcy w rozumieniu przepisów prawa Unii Europejskiej

Prowadząc rozważania na temat ochrony zbiorowych interesów konsumentów w polskim systemie prawnym, należy również odnieść się do pojęcia przed-

³² Szerzej na temat pojęcia przedsiębiorcy w odniesieniu do jednostek samorządu terytorialnego w u.o.k.k. zob. A. Wojtkowiak, *Jednostki samorządu terytorialnego i ich jednostki organizacyjne jako przedsiębiorcy w ustawodawstwie antymonopolowym*, „Gubernaculum et Administratio” 2016, nr 2(10).

³³ zob. wyrok SN z dnia 3 września 2009 r., III SK 9/09, OSNP 2011, nr 11-12, poz. 168, w którym Sąd Najwyższy uznał miasto i powiat za przedsiębiorców w rozumieniu u.o.k.k.

³⁴ Wyrok SA z dnia 23 kwietnia 2001 r., XVII Ama 49/00, Dz. Urz. UOKiK, nr 1, poz. 11.

³⁵ Wyrok SOKiK z dnia 27 lutego 2007 r., XVII Ama 98/06, Dz. Urz. UOKiK, nr 2, poz. 22.

³⁶ Wyrok SOKiK z dnia 17 grudnia 2007 r., XVII Ama 62/07.

³⁷ Wyrok SN z dnia 9 marca 2006 r. I CSK 135/05, OSNC 2006, nr 12, poz. 205.

³⁸ Wyrok SN z 7 kwietnia 2004 r., III SK 22/04, Dz. Urz. UOKiK nr 4, poz. 225.

³⁹ Osoby fizyczne na podstawie art. 5 Prawa przedsiębiorców mogą prowadzić tzw. działalność nieewidencjonowaną, która nie stanowi działalności gospodarczej (w rozumieniu tej ustawy) pod warunkiem, że przychód należny z tej działalności nie przekracza w żadnym miesiącu 75% kwoty minimalnego wynagrodzenia, o którym mowa w ustawie z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę, (t.j.: Dz. U. z 2024 r. poz. 1773, ze zm.) i jeżeli osoba fizyczna w okresie ostatnich 60 miesięcy nie wykonywała działalności gospodarczej.

siębiorcy w rozumieniu przepisów prawa Unii Europejskiej⁴⁰, do których respektowania nasze państwo jest zobowiązane na podstawie traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej⁴¹. Pojęcie przedsiębiorcy odnoszące się do relacji tego podmiotu z konsumentami znajduje się m.in. w dyrektywie 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych⁴², która została uznana za jeden z najważniejszych aktów prawnych pochodzących z Brukseli⁴³. Dyrektywa ta zakazała wszystkich nieuczciwych praktyk handlowych na podstawie klauzuli generalnej zawartej art. 5. Fakt ten spowodował, że pojęcie „nieuczciwości” stało się pojęciem unijnym. Poza klauzulą generalną, dyrektywa zawiera także zakaz praktyk handlowych wprowadzających w błąd i agresywnych praktyk handlowych oraz załącznik I, nazywany czarną listą 7, w którym umieszczono zakazy w każdych okolicznościach (*per se*) 31 praktyk handlowych. Zakres podmiotowy dyrektywy 2005/29/WE objął wyłącznie konsumentów, regulując tylko praktyki handlowe przedsiębiorców stosowane wobec nich⁴⁴.

W trakcie obowiązywania dyrektywy niepewność prawną wzbudziła definicja podstawowego dla dyrektywy pojęcia „przedsiębiorcy”. W związku z powyższym Trybunał Sprawiedliwości Unii Europejskiej stwierdził, że konieczne jest nadanie temu pojęciu wykładni autonomicznej i jednolitej, którą należy ustalić, uwzględniając kontekst przepisu i cel danego uregulowania, ponieważ treść tego przepisu prawa UE nie zawiera wyraźnego odesłania do prawa państw członkowskich dla określenia jego znaczenia i zakresu⁴⁵.

Opierając się na orzecznictwie opracowanym na podstawie dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych, Trybunał szeroko zinterpretował pojęcie „przedsiębiorcy”. Według TSUE używane w dyrektywie 2005/29/WE pojęcie „przedsiębiorcy” dotyczy „każdej osoby fizycznej lub prawnej”, w przypadku gdy

⁴⁰ Szerzej na ten temat zob. G. Materna, *Zakaz porozumień ograniczających konkurencję*, [w:] A. Jurkowska-Gomułka, A. Piszcz (red.), *System Prawa Unii Europejskiej. Prawo konkurencji*, Warszawa 2024 r., s. 110–113.

⁴¹ Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, t.j.: Dz. U. z 2004 Nr 90, poz. 864, ze zm., <https://sip.lex.pl/#/act/17099384/3457694/traktat-o-funkcjonowaniu-unii-europejskiej-rzym-1957-03-25?keyword=Traktat%20o%20funkcjonowaniu%20Unii%20Europejskiej&cm=SFIRST>, [dostęp: 17.01.2025].

⁴² Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11.05.2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych), t.j.: Dz. Urz. UE L 149 z 2006 r., s. 22, dalej jako dyrektywa 2005/29/WE lub dyrektywa.

⁴³ G. Howells, H.-W. Micklitz, Th. Wilhelmsson, *European Fair Trading Law. The European Unfair Commercial Practices Directive*, Ashgate 2006, s. XIX.

⁴⁴ M. Namysłowska, *Dziesięć lat dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2016, nr 3, s. 1.

⁴⁵ Wyrok TSUE z dnia 3 października 2013 r. w sprawie C-59/12, BKK Mobil Oil, pkt 25, Dz. Urz. UE C z 2013, poz. 634.

proceedzi ona działalność zarobkową, i nie wyklucza z zakresu jej stosowania ani podmiotów realizujących zadania leżące w interesie ogólnym, ani podmiotów mających status podmiotu prawa publicznego. Przy czym znaczenie i zakres pojęcia „przedsiębiorcy”, o którym mowa w dyrektywie, powinny być określone w odniesieniu do związanego z nim, lecz przeciwnastawnego mu pojęcia „konsumenta”, który znajduje się w słabszej pozycji, gdyż należy uznać go za stronę gospodarczo słabszą i mniej doświadczoną pod względem prawnym od jego kontrahenta⁴⁶.

Jednocześnie należy zauważyć, że w wytycznych dotyczących wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE zwrócono uwagę na fakt, że zakres definicji przedsiębiorcy nie jest możliwy do ustalenia *in abstracto* i często trudno jest przesądzić, czy praktyka handlowa dotyczy w danym stanie faktycznym relacji biznesowej pomiędzy firmą a klientem indywidualnym (B2C⁴⁷). W praktyce życia gospodarczego mogą bowiem występować sytuacje, w których wydaje się, że osoby fizyczne są konsumentami sprzedającymi produkty innym konsumentom, jednak faktycznie osoby te są przedsiębiorcami stosującymi tzw. sprzedaż ukrytą zachodzącą między nimi a konsumentami lub działającą na zlecenie przedsiębiorców („ukryta sprzedaż B2C”)⁴⁸. W opinii TSUE przy rozstrzyganiu tej kwestii krajowe organy egzekwowania prawa powinny dokonać oceny, uwzględniając następujące aspekty: czy sprzedawca kieruje się chęcią zysku; liczbę, kwoty i częstotliwość transakcji; uzyskany przez sprzedawcę obrót ze sprzedaży; czy sprzedawca zakupuje produkty z myślą o ich odsprzedaży. W związku z tym zakres definicji przedsiębiorcy mógłby obejmować również osoby, których główną działalnością jest bardzo częsta sprzedaż produktów z domów przez Internet za pośrednictwem stron internetowych, na których organizowane są aukcje, ponieważ w relacjach z konsumentami osoby te są nastawione na osiągnięcie zysku lub kupują produkty w celu ich odsprzedaży po wyższej cenie i w związku z powyższym można przyjąć, że z tego powodu mieszczą się w zakresie pojęcia przedsiębiorcy⁴⁹. Ze względu na to w literaturze przedmiotu dostrzega się potrzebę zaliczenia tej kategorii osób fizycznych do grona „przedsiębiorców” i oceny ich działalności z perspektywy ochrony praw konsumentów⁵⁰.

⁴⁶ Wyrok TSUE z dnia 3 października 2013 r. w sprawie C-59/12, BKK Mobil Oil, pkt 32–33, pkt 35 i pkt 41, poz. 634.

⁴⁷ B2C to rodzaj relacji biznesowej między firmą a klientem indywidualnym. Skrót B2C oznacza w języku angielskim *business-to-consumer*.

⁴⁸ Zawiadomienie Komisji – Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym, op. cit., <https://sip.lex.pl/#/act/69518873>, pkt 2.2., [dostęp: 2.01.2025].

⁴⁹ M. Namysłowska, op. cit., s. 5.

⁵⁰ A. Wędrzychowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska, op. cit., s. 632.

Moim zdaniem skutkiem tego postulatu powinna być zmiana definicji przedsiębiorcy w ustawie antymonopolowej, poszerzająca tę definicję o osoby fizyczne prowadzące tzw. działalność nieewidencjonowaną, które w praktyce uczestniczą w obrocie gospodarczym, konkurując z przedsiębiorcami w obecnym rozumieniu u.o.k.k. oraz oferują swoje towary konsumentom. W celu dostosowania pojęcia przedsiębiorcy w u.o.k.k. do potrzeb współczesnego obrotu gospodarczego należy posłużyć się m.in. wytycznymi dotyczącymi wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym⁵¹.

3.3. Pojęcie przedsiębiorcy w ustawach: o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym i o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

Omawiając problematykę ochrony zbiorowych interesów konsumentów warto też zwrócić uwagę na fakt, że zgodnie z art. 2 pkt 1 u.p.n.p.r. za przedsiębiorców uznaje się osoby fizyczne, które prowadzą działalność gospodarczą lub zawodową, nawet jeżeli działalność ta nie ma charakteru zorganizowanego i ciągłego, a także osoby działające w ich imieniu lub na ich rzecz. W związku z tym za przedsiębiorców naruszających zbiorowe interesy konsumentów, w myśl art. 24 ust. 1 pkt. 3 u.o.k.k. w związku z art. 2 pkt 1 u.p.n.p.r., mogą być uznane również osoby fizyczne prowadzące w sposób stały sprzedaż towarów na rzecz konsumentów (np. za pośrednictwem aukcji internetowych)⁵², a także osoby wykonujące tzw. działalność nieewidencjonowaną w rozumieniu ustawy Prawo przedsiębiorców. W mojej opinii taka kwalifikacja działań osób fizycznych, jako praktyk przedsiębiorców zasługuje w pełni na aprobatę.

Regulację prawną umożliwiającą uznanie osób fizycznych wykonujących działalność nieewidencjonowaną za przedsiębiorców zawiera także u.z.n.k., ponieważ zgodnie z art. 2 tej ustawy przedsiębiorcami są osoby fizyczne, które prowadząc, chociażby ubocznie, działalność zarobkową lub zawodową, uczestniczą w działalności gospodarczej.

Moim zdaniem polski ustawodawca wzorując się na dwóch wymienionych wyżej ustawach oraz wytycznych dotyczących wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE powinien dostosować pojęcie przedsiębiorcy znajdujące się w art. 4 pkt. 1 u.k.k. do współczesnych realiów gospodarczych, aby w sposób jednoznaczny objąć jego zakresem ochronę zbiorowych interesów konsumentów jako najbliższych uczestników rynku.

⁵¹ Zawiadomienie Komisji – Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, op. cit., <https://sip.lex.pl/#/act/69518873>, pkt 2.2., [dostęp: 2.01.2025].

⁵² A. Wędrychowska-Karpińska, A. Wiercińska-Krużewska, op. cit., s. 632.

4. Podsumowanie

Jednym z celów ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów jest ochrona zbiorowych interesów konsumentów. Umieszczając w u.o.k.k. przepisy zakazujące przedsiębiorcom stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, ustawodawca umożliwia Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów podejmowanie, w interesie publicznym, interwencji w przypadku stwierdzenia naruszenia przez przedsiębiorców zasad obrotu konsumenckiego. Celem regulacji jest wyeliminowanie z obrotu prawnego tych działań przedsiębiorców, które mają antykonsumencki charakter, którego źródłem jest ich przewaga nad konsumentami, jako nieprofesjonalnymi uczestnikami rynku⁵³. Definicja praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów zawarta w art. 24 u.o.k.k. składa się z dwóch części. W pierwszej części definicji znajduje się klauzula generalna, dotycząca każdej praktyki (działania lub zaniechania) naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast druga jej część wymienia przykładowe działania przedsiębiorców, które mogą, jeśli spełniają przesłanki określone w klauzuli generalnej, stanowić praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów. Z przeprowadzonej przeze mnie analizy przepisów prawa oraz zaprezentowanych poglądów przedstawicieli nauki i orzecznictwa wynika, że tak sformułowana definicja praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów, mająca na celu możliwie jak najlepsze eliminowanie tych szczególnie niekorzystnych dla konsumentów zachowań rynkowych przedsiębiorców, spełnia postawione przez nią zadanie. Definicja ta jest wystarczająco pojemna, aby zapewnić konsumentom, jako najsłabszym uczestnikom obrotu gospodarczego, skuteczną ochronę przed praktykami przedsiębiorców chcącymi wykorzystać tę sytuację.

Ponadto z przedstawionych przeze mnie rozważań oraz zaprezentowanych poglądów przedstawicieli nauki oraz wytycznych dotyczących wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady wynika, w mojej ocenie, potrzeba wprowadzenia w u.o.k.k. zmian dotyczących definicji przedsiębiorcy zawartej w art. 4 pkt. 1 tej ustawy, ponieważ jak wykazałam, definicja ta nie nadąża za współczesnym obrotem gospodarczym. Uważam, że definicja przedsiębiorcy w u.o.k.k. powinna zostać uzupełniona w taki sposób, aby zostały nią objęte osoby fizyczne prowadzące tzw. działalność nieewidencjonowaną, które w praktyce uczestniczą w obrocie gospodarczym, konkurując z przedsiębiorcami w obecnym rozumieniu u.o.k.k. oraz oferując swoje towary konsumentom za pośrednictwem, np. aukcji elektronicznych prowadzonych przez nie na platformach internetowych.

⁵³ D. Miąsik, op. cit., s. 749.

Bibliografia

Wykaz literatury

- Banasiński C., Piontek E., *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2009.
- Bernatt M., Jurkowska A., Skoczny T., *Podstawy i zakres publicznoprawnej ochrony konkurencji*, [w:] M. Kępiński (red.), *System Prawa Prywatnego*, t. 15: *Prawo konkurencji*, Warszawa 2014.
- Blicharz R. (red.), *Publiczne prawo gospodarcze. Zarys wykładu*, Warszawa 2015.
- Howells G., Micklitz H.-W., Wilhelmsson Th., *European Fair Trading Law. The European Unfair Commercial Practices Directive*, Ashgate 2006.
- Jurkowska A., Miąsik D., Skoczny T., *Nowa uokik z 2007 r. – kolejny krok w kierunku doskonalenia podstaw publicznej ochrony konkurencji w Polsce*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego” 2007, nr 4.
- Jurkowska-Gomułka A., Piszcz A. (red.), *System Prawa Unii Europejskiej. Prawo konkurencji*, Warszawa 2024.
- Kępiński M. (red.), *System Prawa Prywatnego*, t. 15: *Prawo konkurencji*, Warszawa 2014.
- Kohutek K., Sieradzka M., *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008.
- Kohutek K., Sieradzka M., *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2024.
- Materna G., *Zakaz porozumień ograniczających konkurencję*, [w:] A. Jurkowska-Gomułka, A. Piszcz (red.), *System Prawa Unii Europejskiej. Prawo konkurencji*, Warszawa 2024.
- Miąsik D., *Zakaz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, [w:] T. Skoczny (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2014.
- Namysłowska M., *Dziesięć lat dyrektywy 2005/29/WE o nieuczciwych praktykach handlowych*, „Europejski Przegląd Sądowy” 2016, nr 3.
- Olszewski J., *Praktyki ograniczające konkurencję*, [w:] J. Olszewski (red.), *Publiczne prawo gospodarcze*, Warszawa 2012.
- Olszewski J. (red.), *Publiczne prawo gospodarcze*, Warszawa 2012.
- Pawełczyk M., *Publiczne prawo konkurencji*, [w:] R. Blicharz (red.), *Publiczne prawo gospodarcze. Zarys wykładu*, Warszawa 2015.
- Sieradzka M., *Wykładnia pojęcia „zbiorowy interes konsumentów” na tle orzecznictwa*, „Glosa” 2008, nr 3.
- Sieradzka M., *Zakaz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2008.

- Sieradzka M., *Zakaz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, [w:] K. Kohutek, M. Sieradzka, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2024.
- Stawiski A., Stawicki E. (red.) *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2016.
- Skoczny T. (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2014.
- Strzyczkowski K., *Prawo gospodarcze publiczne*, Warszawa 2023.
- Wędrychowska-Karpińska A., Wiercińska-Krużewska A., *Zakaz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów*, [w:] A. Stawiski, E. Stawicki (red.), *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz*, Warszawa 2016.
- Wojtkowiak A., *Jednostki samorządu terytorialnego i ich jednostki organizacyjne jako przedsiębiorcy w ustawodawstwie antymonopolowym*, „Gubernaculum et Administratio” 2016, nr 2(10).
- Wojtkowiak A., *Ochrona interesu publicznego w ustawodawstwie antymonopolowym*, „Administracja. Teoria – Dydaktyka – Praktyka” 2018, nr 2.

Akty prawa

AKTY PRAWA UE

- Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej wersja skonsolidowana t.j.: Dz. Urz. UE C z 2016 r., Nr 202.
- Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 11.05.2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym oraz zmieniająca dyrektywę Rady 84/450/EWG, dyrektywy 97/7/WE, 98/27/WE i 2002/65/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz rozporządzenie (WE) nr 2006/2004 Parlamentu Europejskiego i Rady (dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych), t.j.: Dz. Urz. UE L 149 z 11.06.2006 r.
- Wytyczne dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym, t.j.: Dz. Urz. UE.C. z 2021, poz. 526.

AKTY PRAWA RP

- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, t.j.: Dz.U. z 2022 r. poz. 1233 ze zm.
- Ustawa z dnia 10 października 2002 r. o minimalnym wynagrodzeniu za pracę, t.j.: Dz. U. z 2024 r. poz. 1773, ze zm.
- Ustawa z dnia 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów, t.j.: Dz. U. z 2021 r. poz. 222 ze zm.

Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów, t.j.: Dz. U. z 2024 r. poz.1616 ze zm.

Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym t.j.: Dz. U. z 2023 r. poz. 845 ze zm.

Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców, t.j.: Dz.U. z 2024 r. poz. 236 ze zm.

Wykaz orzecznictwa

ORZECZNICTWO TSUE

Wyrok TSUE z dnia 3 października 2013 r. w sprawie C-59/12, BKK Mobil Oil, Dz. Urz. UE. C z 2013, poz. 634.

ORZECZNICTWO KRAJOWE

Wyrok SN z dnia 10 kwietnia 2008 r., III SK 27/07, OSNP 2009/13–14, poz. 188.

Wyrok SN z dnia 9 października 2019 r., I NSK 61/18, LEX nr 2727446.

Wyrok SA z dnia 23 kwietnia 2001r., XVII Ama 49/00, Dz. Urz. UOKiK, nr 1, poz. 11.

Wyrok SA z dnia 7 listopada 2014 r., VI ACa 161/14, LEX nr 1661260.

Wyrok SN z 7 kwietnia 2004 r., III SK 22/04, Dz. Urz. UOKiK nr 4, poz. 225.

Wyrok SN z dnia 9 marca 2006 r. I CSK 135/05, OSNC 2006, nr 12, poz. 205.

Wyrok SOKiK z dnia 27 lutego 2007 r., XVII Ama 98/06, Dz. Urz. UOKiK, nr 2, poz. 22.

Wyrok SOKiK z dnia 17 grudnia 2007 r., XVII Ama 62/07.

Wyrok SN z dnia 3 września 2009 r., III SK 9/09, OSNP 2011, nr 11-12, poz. 168.

Wyrok SOKiK z dnia 23 maja 2011 r., XVII AmA 212/09, LEX nr 1545386

Wyrok SOKiK z dnia 8 grudnia 2015 r., XVII AmA 76/14, LEX nr 2155531

Inne rozstrzygnięcia

Decyzja PUOKiK z dnia 11 marca 2005 r., RGD-16/2005.

Decyzja PUOKiK z dnia 29 września 2006 r., Nr RLU-28/2006, Dz. Urz. UOKiK Nr 4, poz. 56.

Decyzja PUOKiK z dnia 31 marca 2007 r., Nr DDK-5/2007.

Public and legal protection of consumer interests – selected issues

Abstract

One of the objectives of the Act of 16 February 2007 on Competition and Consumer Protection is to protect the collective interests of consumers. By including provisions in the Act on Competition and Consumer Protection prohibiting entrepreneurs from using practices infringing the col-

lective interests of consumers, the legislator has enabled the President of the Office of Competition and Consumer Protection to intervene in the public interest in the event of a violation of the rules of consumer trade by entrepreneurs. From my analysis of the provisions of law and the views presented by representatives of the doctrine and jurisprudence, it follows that the definition of a practice infringing the collective interests of consumers contained in Article 24 of the Act on Competition and Consumer Protection is broad enough to provide consumers, as the weakest participants in business transactions, with effective protection against the practices of entrepreneurs infringing their collective interests. In addition, from the considerations presented by me and the views presented by representatives of science and guidelines concerning the interpretation and application of Directive 2005/29/EC of the European Parliament and of the Council, there is a need to amend the definition of an entrepreneur contained in Article 4 point 1 of the said Act, because, as I have shown, this definition does not keep up with contemporary business transactions.

Keywords: public interest, consumer, the concept of entrepreneur, antitrust Law, President of the Office of Competition and Consumer Protection, collective interests of consumers.