

BEZPIECZEŃSTWO INTERESÓW EKONOMICZNYCH KONSUMENTÓW

SECURITY OF THE ECONOMIC INTERESTS OF CONSUMERS

Katarzyna CYRKUN

Uniwersytet Rzeszowski

Abstrakt. Skuteczna polityka ochrony konsumentów zapewnia prawidłowe oraz skuteczne funkcjonowanie jednolitego rynku. Ma ona na celu zagwarantowanie praw konsumentów w stosunku do sprzedawców, a także zapewnienie zwiększonej ochrony konsumentów podatnych na zagrożenia. Zasady ochrony konsumentów mogą potencjalnie poprawić wyniki rynkowe całej gospodarki. Sprawiają, że rynki są bardziej sprawiedliwe, a dzięki lepszej jakości informacji dostarczanych konsumentom mogą prowadzić do bardziej ekologicznych oraz społecznych wyników rynkowych. Wzmocnienie pozycji konsumentów i skuteczna ochrona ich bezpieczeństwa, a także interesów gospodarczych stały się podstawowymi celami polityki UE. Celem artykułu jest diagnoza ładu prawnego zapewniającego ochronę interesów ekonomicznych konsumentów. Sformułowano problem badawczy: Za pomocą jakich środków można chronić interesy ekonomiczne obywateli? W celu rozwiązania tego problemu odwołano się do metod badania dokumentów źródłowych oraz analizy i syntezy.

Abstract. An effective consumer protection policy ensures the proper and effective functioning of the single market. It aims to guarantee the rights of consumers vis-à-vis sellers and to provide increased protection for vulnerable consumers. Consumer protection rules have the potential to improve the market performance of the economy as a whole. They make markets fairer and, by better information to consumers, can lead to greener and more social market outcomes. Strengthening the position of consumers and effective protection of their safety as well as economic interests have become the main objectives of EU policy.

Słowa kluczowe: bezpieczeństwo, konsumenci, interesy ekonomiczne, prawa konsumentów, polityka, etyka, rękojmia, gwarancja.

Keywords: safety, consumers, economic interests, consumer rights, politics, ethics, warranty, guarantee.

Wstęp

Potrzeba kierowania przez państwo szczególnej polityki konsumenckiej, wynikająca wprost z konstatacji, że zasady związane z wolnym rynkiem nie są w stanie zagwarantować równej pozycji podmiotów na nim działających, stała się obecna w ekonomii światowej w latach 60. XX wieku (Kieźel 2007, s. 28-30). W Stanach Zjednoczonych został zapoczątkowany ten trend, państwo to jako pierwsze wprowadziło do swojego prawodawstwa ustawy chroniące prawa konsumentów (Łętowska 2002, s. 9-10). Ówczesny prezydent J. F. Kennedy przemawiając w Kongresie, zauważył potrzebę wsparcia oraz instytucjonalnego wzmocnienia pozycji tej grupy na rynku. Cytując słowa J. F. Kennedy'ego: „Wszyscy jesteśmy konsumentami. Konsumenci

stanowią największą grupę ekonomiczną w gospodarce, wpływającą oraz pozostającą pod wpływem prawie każdej publicznej i prywatnej decyzji ekonomicznej. Ale jednocześnie są oni często jedyną ważną grupą, której zdanie nie jest wysłuchiwane” (Jurczyk, Majewska-Jurczyk 2015, s. 11).

Słowa te zostały wypowiedziane 15 marca 1962 roku. Tę datę przyjmuje się za dzień powstania prawa konsumenckiego. Uchwalone w tych czasach ustawy zawierały pięć podstawowych praw, które po dziś dzień stanowią podstawę rozwiązań legislacyjnych zarówno w systemach prawnych poszczególnych państw, jak i w prawodawstwie Unii Europejskiej. Są to (Jagielska i in. 2018, s. 25):

1. Prawo do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia.
2. Prawo do informacji i edukacji.
3. Prawo do ochrony interesów ekonomicznych.
4. Prawo do zrzeszania się i reprezentacji.
5. Prawo do efektywnego dochodzenia roszczeń.

O ważnej roli tego wydarzenia dla wzmocnienia pozycji oraz bezpieczeństwa konsumentów świadczy to, iż rokrocznie 15 marca obchodzony jest Światowy Dzień Praw Konsumentów.

Kolejnym ważnym wydarzeniem w aspekcie praw konsumentów oraz jego bezpieczeństwa było przyjęcie przez Radę Europy rezolucji nr 543 z 17 maja 1973 roku o karcie ochrony konsumenta, a w szczególności rezolucji Rady EWG z 14 kwietnia 1975 roku w sprawie wstępnego programu EWG dotyczącego ochrony i informacji konsumentów. W związku z ochroną tej grupy Organizacja Narodów Zjednoczonych, przyjęła w 1985 roku rezolucję zawierającą wytyczne w aspekcie ochrony konsumentów (Maliszewska-Nienartowicz 2003, s. 102-104). Głównym celem tych regulacji było m.in. (Mazuruk 2011, s. 44):

- zapewnienie odpowiedniego poziomu całej populacji konsumentów,
- wzrost etyki producentów oraz sprzedawców,
- przeciwdziałanie nieuczciwym praktykom w biznesie,
- rozszerzenie międzynarodowej współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów.

Unia Europejska formalnie uznała ochronę konsumenta za jedną ze swoich polityk w Traktacie z Maastricht podpisanym 7 lutego 1992 roku. Następnie 2 października 1997 roku w Traktacie Amsterdamskim przyjęto plan działania w zakresie ochrony konsumenta na lata 1999-2014 przewidujący wzmocnienie pozycji konsumentów oraz zapewnienie im bezpieczeństwa poprzez respektowanie ich ekonomicznych interesów. Te szczególne dokumenty nadały polityce konsumenckiej autonomiczny charakter oraz zbudowały fundamenty do stworzenia instytucjonalnych rozwiązań.

Wśród praw przysługujących konsumentom wyróżniane jest prawo do ochrony interesów ekonomicznych, które oznacza ich ochronę przed przedsiębiorcami, zwłaszcza tymi, którzy z racji swojej pozycji rynkowej mogą narzucać m.in. niekorzystne warunki umowy czy nieuczciwe praktyki rynkowe.

W codziennym życiu bardzo często konsumenci nie mają możliwości negocjowania warunków umów, które chcą zawierać. Takie działania powodują, iż w umowach mogą znaleźć się klauzule, które nie będą dla nich korzystne. Kodeks cywilny stanowi o tym, że postanowienia umowy zawieranej z konsumentem, które nie zostały uzgodnione w indywidualny sposób nie wiążą go wtedy, gdy kształtują jego prawa oraz obowiązki w sposób niezgodny z dobrymi obyczajami i w sposób rażący naruszają jego interesy (EWG 93/13, 1993). Jedynym wyjątkiem są zapisy dotyczą oświadczenia stron, gdy zostały sformułowane w sposób jednoznaczny (art. 3851 § 1 KC) (Żuławska 1999, s. 50-54). Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) przeprowadza rokrocznie kontrole wzorców zastosowywanych w umowach zawieranych przez przedsiębiorców z konsumentami. W przypadku, gdy w konsekwencji kontroli zajdzie podejrzenie, że w umowie są stosowane niekorzystne dla konsumenta postanowienia umowne, zostaje skierowany pozew do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (SOKiK). Omawiane postanowienia umowne, które zostaną uznane prawomocnym wyrokiem SOKiK za niedozwolone są umieszczane w rejestrze klauzul niedozwolonych.

Prezes UOKiK tworzy rejestr tych umów od 2002 roku. Gdy zostaje umieszczone niedozwolone postanowienie umowne w rejestrze, jego stosowanie jest zakazane. Normy prawne zezwalają również każdej osobie, która ma jakiegokolwiek podejrzenie, iż w umowie mogą znaleźć się niedozwolone postanowienia umowne, wytoczyć powództwo przed SOKiK. W przypadku gdy umowa, którą konsument podpisał zawiera niedozwolone postanowienia umowne, takie klauzule nie wiążą w żaden sposób konsumenta z mocy obowiązującego prawa.

Obecnie rejestr klauzul niedozwolonych obejmuje ok. 2500 niedozwolonych postanowień umownych. Najwięcej klauzul dotyczy kwestii związanych z usługami turystycznymi. Na podium pod względem liczebności są klauzule z takich kategorii, jak system argentyński, nieruchomości oraz kategoria tzw. inne usługi, w co można wliczyć np. usługi kurierskie, usługi drogowe, kolejno edukacja, usługi bankowe, usługi internetowe itd. (Dąbrowska, Janoś-Kresło, Ozimek 2005, s. 39-42).

Zakres definicyjny

Określenie „ekonomiczne prawa konsumenta” nie jest jednoznaczne. Sankcje, z którymi wiąże się naruszenie innych prawa konsumenta:

- do ochrony życia,
- zdrowia,
- bezpieczeństwa osobistego,
- prawa do informacji,

mają również ekonomiczny charakter (Łętowska 2004, s. 103-104). Z tego też powodu w prawie wspólnotowym wskazuje się raczej na ochronę „ekonomicznego

interesu konsumenta” (Dz. Urz. UE L 166 z 11.06.1998 r.). W praktyce w tym zakresie wyróżnia się trzy grupy przepisów, dotyczące zagadnień:

- ochrony przy zawieraniu umowy,
- ochrony przed krzywdzącą treścią umowy,
- ochrony przed niewłaściwą jakością świadczenia (rękojmia, gwarancja).

W obszarze ochrony konsumenta przed niewłaściwą jakością świadczenia przewidziano w prawodawstwie dwie formy:

- rękojmię,
- gwarancję.

Rękojmia

Kwestie rękojmi reguluje obowiązująca od 1 stycznia 2003 r. Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej (Kurzyńska 2007, s. 54 -57). Rękojmia jest to ustawowa odpowiedzialność sprzedawcy za wady fizyczne i prawne sprzedanego towaru. Obok gwarancji jest to jedna z dwóch możliwości reklamowania niezgodnego z umową produktu.

Rękojmia przysługuje konsumentom na podstawie art. 558 § 1 Kodeksu cywilnego. Podstawą odpowiedzialności przedsiębiorcy wobec konsumenta jest wada fizyczna lub prawna (art. 556 KC). Konsument może wnioskować o naprawę towaru lub wymianę na nowy, obniżki ceny lub też odstąpienia od umowy w sytuacji, gdy wada jest istotna.

W przypadku gdy pierwszym z żądań kupującego jest obniżka ceny lub odstąpienie od umowy, przedsiębiorca może nie uwzględnić tego roszczenia. W takiej sytuacji sprzedawca powinien niezwłocznie oraz bez nadmiernych niedogodności dla kupującego wymienić rzecz wadliwą na wolną od wad albo wadę, która wystąpiła usunąć. Naprawa bądź wymiana towaru powinna odbyć się w rozsądnym terminie, ważnym aspektem jest to, że jest wolna od opłat. Należy mieć na uwadze to, że od umowy można odstąpić jedynie wówczas, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest istotna (Kierzyk 2004, s. 100-103).

Sprzedawca odpowiada za zakupiony przez konsumenta towar przez okres dwóch lat. W stosunku do nieruchomości okres ten jest wydłużony do pięciu lat. Odpowiedzialność sprzedawcy może być skrócona do roku, jeżeli konsument kupił towar, który był używany. Przed zawarciem umowy konsument powinien zostać poinformowany o skróconym terminie odpowiedzialności sprzedawcy.

Reklamacja może być złożona w dowolnej formie. Należy zachować potwierdzenie, dlatego warto wybrać formę pisemną. Taka reklamacja powinna zawierać opis wady, a także roszczenia konsumenta. W prawie polskim konsument ma obowiązek złożyć reklamację w ciągu roku od wykrycia niezgodności z umową. W innych państwach Unii Europejskiej okres ten może być inny, ale nie krótszy niż dwa miesiące od wykrycia wady.

W Polsce sprzedawca powinien rozpatrzyć reklamację konsumenta w czasie 14 dni kalendarzowych od jej złożenia. Niestosowanie się do tego terminu oznacza uznanie reklamacji za zasadną. Zgodnie z polskim prawem wada, która ujawniła się w ciągu roku istniała w momencie sprzedaży. Dla konsumenta oznacza to, iż na sprzedawcy ciąży obowiązek udowodnienia, że powstała z winy konsumenta. Okres ten może być inny w pozostałych krajach UE, ale nie może być krótszy niż sześć miesięcy.

W przypadku gdy jednak wada uwidoczniła się w okresie 12-24 miesięcy, to konsument musi udowodnić, że taka wada zaistniała w momencie zakupu.

Koszty naprawy czy też wymiany towaru ponosi sprzedawca. Podobnie sytuacja wygląda w przypadku odesłania wadliwego towaru na adres wskazany przez sprzedawcę.

Gwarancja

Gwarancja to jedna z podstaw złożenia reklamacji. Taka forma reklamacji to dobrowolne oświadczenie dotyczące jakości towaru złożone przez przedsiębiorcę, czyli gwaranta. Gwarantem może być producent, importer, dystrybutor czy też sprzedawca.

Dokument gwarancyjny powinien wskazywać co najmniej:

- nazwę oraz adres gwaranta,
- zakres terytorialny,
- czas trwania gwarancji,
- pozostałe podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń z gwarancji.

Czas gwarancji może być różny, ponieważ jest on zależny od woli gwaranta. W praktyce może on wynosić pół roku, rok, pięć, a nawet dziesięć lat czy też obowiązywać dożywotnio. Informacje na temat czasu obowiązywania gwarancji powinny znajdować się w karcie gwarancyjnej. Jeżeli nie określono czasu obowiązywania gwarancji, termin ten wynosi dwa lata od dnia wydania rzeczy kupującemu, tak samo jak w przypadku rękojmi.

Czas na naprawę gwarancyjną powinien być określony w karcie gwarancyjnej. Jeżeli go nie wskazano, to musi być to wykonane niezwłocznie, ale nie później niż w terminie 14 dni.

Jeżeli w wyniku reklamacji, gwarant zwrócił rzecz wolną od wad albo dokonał istotnych napraw w reklamowanej rzeczy, termin gwarancji liczony jest na nowo od momentu dostarczenia rzeczy kupującemu. W przypadku gdy w wyniku reklamacji gwarant wymienił części w reklamowanej rzeczy, termin gwarancji biegnie na nowo dla wymienionych części.

W innych przypadkach termin gwarancji wydłuża się o czas, w którym osoba uprawniona nie mogła korzystać z rzeczy z powodu jej wady. Konsument powinien dostarczyć wadliwy produkt na koszt gwaranta, w miejsce przez niego wskazane.

Można wyróżnić różnice pomiędzy rękojmią a gwarancją, są nimi w szczególności:

- konsument może skorzystać z rękojmi za wady fizyczne niezależnie od przyznanej gwarancji,
- skorzystanie z uprawnień przysługujących na podstawie gwarancji nie ma wpływu na odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi.

Przy sprzedaży wszystkich dóbr oraz usług sprzedawca ponosi odpowiedzialność za jakość sprzedanego dobra czy usługi. Odpowiedzialność w aspekcie niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową istnieje w każdym przypadku, niezależnie od wartości towaru i tego, czy jest on objęty gwarancją czy nie. Taka odpowiedzialność obejmuje wady fizyczne, jak i prawne. Jeżeli nabyty towar okaże się wadliwy, konsument ma prawo żądać usunięcia wady lub żądać wymiany na towar wolny od wad. W przypadku gdy wymiana lub naprawa są niemożliwe, wymagają zbyt dużych kosztów czy też oznaczają dla kupującego znaczną niedogodność, można zażądać tego, aby cena została obniżona lub odstąpić od umowy, czyli zwrócić towar oraz otrzymać z powrotem pieniądze wydane na towar. Sprzedający ma 14 dni na ustosunkowanie się do złożonej reklamacji i jeśli w tym terminie nie podważy jej zasadności, to uznaje się, że ją zaakceptował. Musi zaoferować to, czego żąda nabywca.

Sprzedawca jest odpowiedzialny za niezgodność towaru z umową przez okres dwóch lat od chwili sprzedaży, z wyjątkiem, gdy w chwili zawarcia umowy wiedział o niezgodności oraz nie zwrócił na to uwagi kupującego. Skrócone terminy odpowiedzialności za towar obowiązują dla żywności oraz produktów używanych. Za wystąpienie wad w każdym przypadku odpowiada sprzedawca. Sprzedawca nie ma prawa odsyłać konsumenta do producenta, hurtownika czy importera.

Kodeks cywilny, art. 577 – w wypadku, gdy kupujący otrzymał od sprzedawcy dokument gwarancyjny, co do jakości rzeczy sprzedanej, poczytuje się w razie wątpliwości, że wystawca dokumentu, czyli gwarant jest bezpośrednio obowiązany do usunięcia wady fizycznej rzeczy czy też do dostarczenia rzeczy wolnej od wad. Istotnym aspektem jest to, że gwarancja jest dobrowolnym zobowiązaniem sprzedawcy, który ma za zadanie potwierdzić jakość produktu lub usługi. Sprzedawca sam określa uprawnienia konsumenta, ale to nie oznacza, iż przestają go obowiązywać przepisy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową.

Gwarancja stanowi ich uzupełnienie oraz kupujący w każdym przypadku może domagać się praw, które zapewnia mu ustawa, niezależnie od tego, czy są one ujęte w gwarancji czy nie. Taka informacja powinna z mocy prawa znaleźć się na karcie gwarancyjnej (Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.). Omawiana karta gwarancyjna jest podstawowym dokumentem przy reklamacjach gwarancyjnych. Za zaistniałe wady z tytułu gwarancji odpowiada wystawca karty, a często nie jest nim sprzedawca, ale producent czy też importer i on też określa miejsce, do którego należy zwrócić się z takim rodzajem reklamacji. Konkretnie przepisy o prawach konsumenta wprowadzają w wielu przypadkach możliwość ubiegania się przez konsumenta o odszkodowanie za szkody wynikłe z łamania tych praw.

Aspekty prawne

Prawo do odszkodowania i ułatwień w ich dochodzeniu w odniesieniu do poszczególnych konsumentów w obszarze organów rządowych i samorządowych jest realizowane przez rzeczników praw konsumenckich (powiatowych lub miejskich) (Kierzyklauk 2002, s. 24-26).

Udzielanie rzecznikowi konsumentów wyjaśnień i informacji, będących przedmiotem wystąpienia rzecznika lub ustosunkowanie się do uwag i opinii rzecznika, stanowi ustawowy obowiązek. Za jego niedopełnienie grozi grzywna nie mniejsza niż 2000 zł.

Można wyszczególnić również, że większość organizacji pozarządowych w tym np. Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich w obszarze swoich zadań mają pomóc konsumentom w dochodzeniu odszkodowań. Prawo do reprezentacji swoich interesów sprowadza się w Polsce w praktyce do szczególnej roli organizacji konsumenckich oraz do reprezentacji interesów konsumentów także przez specjalne organy, takie jak powiatowy rzecznik konsumentów czy prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Przedsiębiorstwo, które narusza podstawowe prawa konsumenckie ma obowiązek ponieść prawne konsekwencje swojego działania (ZBRKFK 2000, s. 44-46). W zgodności z Ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów prezes UOKiK może nakładać na przedsiębiorców kary finansowe za praktyki godzące w konsumentów. Maksymalna kara w takim przypadku może wynieść do 10% przychodu w roku poprzedzającym wydanie decyzji.

W odniesieniu od tego, na jakim etapie kontaktów z konsumentem wystąpiło naruszenie zbiorowych interesów konsumentów, różna jest wysokość kar finansowych, przewidzianych przez UOKiK:

- naruszenie na etapie przedkontraktowym, którego szczególną istotą jest zachowanie przedsiębiorcy ukierunkowane na pozyskiwanie konsumentów lub złożenie oferty konsumentom, mające na celu skłonienie do zawarcia kontraktu – od 0,02 do 0,3% przychodu,
- organizowanie działalności gospodarczej oferty konsumentom, mające na celu skłonienie do zawarcia kontraktu – od 0,02 do 0,3% przychodu,
- naruszenie na etapie zawierania kontraktu, jego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy wobec konsumenta, które wyraża się w zawarciu kontraktu, polegające na naruszeniu przepisów prawa, wpływające na treść kontraktu – od 0,05 do 0,6% przychodu,
- naruszenie na etapie wykonywania kontraktu, którego istotą jest zachowanie przedsiębiorcy, polegające na wykorzystaniu przewagi, wynikającej z zawarcia kontraktu poprzez zniekształcanie, wynikających z przepisów praw i obowiązków stron kontraktu – od 0,1 do 0,7% przychodu.

Podsumowanie

Słabsza pozycja konsumenta na rynku wynika z różnych czynników, m.in. z:

- braku dostępu do rzetelnej informacji,
- stosowania niedozwolonych praktyk rynkowych marketingowych.

Zrównanie pozycji podmiotów na rynku wymaga szczególnie interwencji ze strony państwa, nie tylko poprzez zagwarantowanie uczciwych zasad konkurencji, ale również w dużym stopniu przez objęcie konsumentów ochroną instytucjonalną, w sporach zbiorowych, jak i indywidualnych, a także zwalczanie nieuczciwych praktyk stosowanych przez przedsiębiorców.

Podstawowym warunkiem efektywności takiej polityki jest zastosowanie aktów prawnych zawierających rozwiązania dotyczące:

1. Funkcjonowania stowarzyszeń oraz innych organizacji konsumenckich poprzez określenie ich statusu prawnego oraz zakresu działania.
2. Wyszczególnienia zasad współpracy instytucji państwowych z organizacjami konsumenckimi oraz wzmocnienia znaczenia tych drugich.
3. Sformułowania konkretnych definicji pojęć.
4. Stworzenia dogodnego otoczenia instytucjonalnego.
5. Wyszczególnienia organów odpowiedzialnych za prowadzenie polityki oraz określenie ich zadań, a także w szczególności kompetencji.
6. Identyfikacji oraz zwalczania nieuczciwych praktyk handlowych, a także marketingowych.
7. Bezpieczeństwa produktów i usług na rynku, ustalania norm oraz badania zgodności z nimi.
8. Zastosowania mechanizmów pomocy dla konsumentów poprzez wsparcie informacyjne, a także prawne czy też mediacje oraz ułatwienie dochodzenia ich praw przed sądami, określenie procedur i sankcji.
9. Prowadzenia akcji informacyjnej obejmującej różne aspekty.

Zakres regulacji, które zawierają się w prawie konsumenckim, powinien w szczególności opierać się na przepisach prawa finansowego, cywilnego, administracyjnego i karnego. W części krajów zasady ochrony praw konsumentów są wyszczególnione w konstytucji.

W Polsce prawo konsumenckie jest realizacją art. 76 Konstytucji, który stanowi, iż „władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi”.

Konstytucja wskazuje zatem organy państwa jako podmioty, które są odpowiedzialne za realizację tej zasady. Zasadę tę zawierają także konstytucje Bośni i Hercegowiny, Turcji, Hiszpanii czy Serbii. Prawo odnoszące się do konsumentów w krajach UE stanowi implementację przepisów unijnych. Na szczeblu europejskim stworzone zostały ujednoczone ramy prawne ochrony praw konsumenta we wszystkich krajach członkowskich.

BIBLIOGRAFIA

- [1] KIEŻEL, E., 2007. *Ochrona interesów konsumentów w Polsce w aspekcie integracji europejskiej*. Warszawa.
- [2] JURCZYK, Z., MAJEWSKA-JURCZYK, B., 2015. *Model ochrony konsumentów w Unii Europejskiej*. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 380.
- [3] JAGIELSKA, M., 2018. *Prawa konsumenta w teorii i praktyce*. [W:] Jagielska M., Podgórski K., Sługocka-Krupa E., Frasz M. (red.). Warszawa.
- [4] MALISZEWSKA-NIENARTOWICZ, J., 2003. *Programy ochrony konsumenta w prawie Wspólnot Europejskich*. „SE 2003, nr 4.
- [5] MAZURUK, P., 2011. *Ochrona praw konsumenta w Rzeczypospolitej Polskiej w odniesieniu do prawodawstwa Unii Europejskiej*. Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management, Nr 51.
- [6] ŻUŁAWSKA, C., 1999. *Komentarz do Kodeksu cywilnego. Zobowiązania. Księga III*. [W:] G. Bieńka (red.). Warszawa.
- [7] DĄBROWSKA, A., JANOŚ-KRESŁO, M., OZIMEK, I., 2005. *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*. Warszawa.
- [8] ŁĘTOWSKA, E., 2004. *Europejskie prawo umów konsumenckich*. C. H. Beck.
- [9] KURZYŃSKA, A., 2007. *Rękojmia a ustawowa odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru z umową porównanie sytuacji konsumenta pod rządami poprzedniej i obecnej regulacji prawnej*. Zeszyty Naukowe PWSZ im. Witelona w Legnicy, nr 1, s. 82, Legnica.
- [10] KIERZYK, T., 2004. *Odpowiedzialność za niezgodność produktu z umową*. Rejent, nr 7.
- [11] KIERZYKLAUK, T., 2002. *Prawo konsumenckie*. Legnica.
- [12] ZBRKFK, 2000. *Zespół Biura Rady Krajowej Federacji Konsumentów, System ochrony konsumentów w krajach Unii Europejskiej*. Warszawa.
- [13] ŁĘTOWSKA, E., 2002. *Prawo umów konsumenckich*. Warszawa.
- [14] Dyrektywa EWG 93/13 z 5 kwietnia 1993 r. OJ L 95/29 z 21 kwietnia 1993 r.
- [15] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 19 maja 1998 r. w sprawie nakazów zaprzestania szkodliwych praktyk w celu ochrony interesów konsumentów (Dz. Urz. UE L 166 z 11.06.1998 r.).
- [16] Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. z 2007 r. Nr 50, poz. 331 ze zm.).