SPIS TREŚCI

Jan Kufel: Wprowadzenie 5

Jan Kufel, Henryk Mruk: Konsument jako instytucja ekonomiczna i prawna 7

Izabela Antczak-Bogajczyk: Prawne środki ochrony konsumenta w dziedzinie reklamy – wybrane zagadnienia 23

Artur Igliński: Konsument w orzecznictwie Sądu Antymonopolowego 38

Marek Janczyk: Znak towarowy jako instrument ochrony konsumenta 50

Maria Janczyk: Ochrona konsumenta w świetle prawa do firmy 60

Waldemar Jaroch: Prawnokarna ochrona konsumenta usługi ubezpieczeniowej 76

Jan Kufel: Ochrona prawna konsumenta usługi finansowej 90

Tomasz Kulig: Finansowoprawne instrumenty ochrony konsumenta 102

Ryszard Mleczak: Rozstrzyganie sporów konsumenckich przed sądami państwowymi 114

Robert Ruskowiak: Ochrona konsumenta w ustawie o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym 126

Krzysztof Szuma: Publicznoprawne zagadnienia dostarczania energii elektrycznej konsumentom 139

Paweł Szymczak: Konsument przed sądem polubownym 151

Krzysztof Żyto: Ochrona praw konsumentów w świetle przepisów prawa karnego 169

Wprowadzenie

Rozważania zawarte w prezentowanym zeszycie naukowym poświęcone są tym problemom ochrony konsumenta, które są normowane przepisami prawnymi. Pierwotnym założeniem było ograniczenie rozważań głównie do zagadnień z zakresu prawa publicznego. Już w toku realizacji poszczególnych tematów skonstatowano, iż zachowanie czystości i zupełne pomijanie problematyki ochrony konsumenta w kontekście uregulowań prywatnoprawnych napotyka na trudności. W tym miejscu należy jednak zwrócić uwagę na fakt, że tak podjęta problematyka związana z prawną ochroną konsumenta, jak i jej regulacja normatywna, nie zawsze pozwalają na ścisłe oddzielenie spojrzenia publicznoprawnego od prywatnoprawnego. Ulpianowski podział prawa na publiczne i prywatne ma swoje wiekowe tradycje, pozwala zachować przejrzyste kryterium w kwestii dychotomicznego podziału prawa i uzyskanego stąd rezultatu. Jednakże z punktu widzenia prowadzonych badań i rozważań, a nadto gdy mają one być użyteczne dla praktyki gospodarczej oraz procesu dydaktycznego, konsekwentne ograniczenie się do analiz z zakresu konsumenckiego prawa publicznego nie wydało się celowe. Stąd nastąpiła pewna modyfikacja zakładanego pierwotnie podejścia. Przy generalnym założeniu koncentrowania się głównie na problematyce instytucji publicznoprawnej ochrony konsumenta w pewnym zakresie dotknięto też kwestii ochrony konsumenta realizowanej przez regulacje prywatnoprawne.

Stąd też tytuł ma po części charakter konwencjonalny; sygnalizuje i podkreśla, iż głównym (ale – jak wskazano – nie jedynym) wątkiem rozważań artykułów zawartych w publikacji są zagadnienia publicznoprawne ochrony konsumenta.

Przedstawione opracowania korzeniami swymi nawiązują do konstytucyjnej zasady nakładającej na władze publiczne obowiązek ochrony konsumentów przed działaniami zagrażającymi w szczególności ich bezpieczeństwu oraz nieuczciwymi praktykami rynkowymi (art. 76 konstytucji).

Podejmowana problematyka nie została w literaturze szerzej naświetlona, zwłaszcza w przedstawionym ujęciu, które łączy spojrzenie doktrynalne ze spojrzeniem praktycystycznym.

Odrębnego podkreślenia wymaga fakt, że opracowanie mieści się w zasadniczym profilu zainteresowań i badań pracowników naszej Uczelni, jakim jest spojrzenie mikroekonomiczne na zachodzące procesy gospodarowania. Ma to z jednej strony swoje odzwierciedlenie w sformułowaniach przedstawiających misję Aka-

demii Ekonomicznej w Poznaniu[1], z drugiej – w realizowanych tematach prac badawczych. Zespół pracowników Katedry Prawa Gospodarczego już dawno włączył się w ten nurt, czego niniejszy zeszyt naukowy jest kolejnym tylko dowodem.

Na rynku wydawniczym odczuwa się brak opracowań zajmujących się prawnymi aspektami ochrony konsumenta. Opracowanie powinno więc spotkać się z szerszym zaiteresowaniem, w tym również studentów i uczestników licznych, prowadzonych przez Akademię Ekonomiczną w Poznaniu, studiów podyplomowych.

W prezentowanym zeszycie naukowym niemal wyłącznie ograniczono się do rozważań prawnych (wynika to już z samego tytułu opracowania), w których dokonano analizy podstawowych instytucji prawnych wyznaczających zasady i ramy ochrony konsumenta jako uczestnika rynku. Jedynie pierwszy artykuł, stanowiący wstęp do szczegółowych rozważań prawnych, ma charakter ekonomiczno-prawny. Konsument jest bowiem przedmiotem analizy różnych dyscyplin naukowych. Analiza aspektów prawnych ochrony każdego uczestnika rynku winna mieć swoje zakotwiczenie w naukach ekonomicznych, zwłaszcza wtedy, gdy analizują je prawnicy mający bliski profesjonalny kontakt z ekonomistami.

Zeszyt ma – mimo jego praktycznej przydatności dla procesu dydaktycznego (co zdaje się mieć dodatkowy walor) – charakter naukowy. Stanowi on przede wszystkim promocję dorobku naukowego każdego z młodych Autorów, pracowników Katedry Prawa Gospodarczego Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, jak i promocję prac badawczych prowadzonych w ramach Katedry.

W poszczególnych opracowaniach uwzględniono stan prawny na dzień 1 stycznia 1998 roku.

Jan Kufel

---

[1] W sformułowanej i przyjętej we wrześniu 1996 r. „Misji Akademii Ekonomicznej w Poznaniu" w części określającej tożsamość Uczelni podkreślono, że w nawiązaniu do siedemdziesięcioletniej tradycji, Uczelnia koncentruje swą główną uwagę badawczą i dydaktyczną między innymi na przedsiębiorstwie i jego otoczeniu, na konsumencie, gospodarstwie domowym i rodzinie.