

Spis treści

Table of Contents	XXXIII
Wykaz skrótów	LV
Przedmowa do II wydania	LIX
Wprowadzenie	LXI
1. Dlaczego adresujemy tę książkę do sędziów i adwokatów i dlaczego jako „punkt odniesienia” przyjmujemy europejskie standardy ochrony konsumenta	LXI
2. Ochrona konsumentów, prawo konsumenckie, czy prawa kon- sumenta	LXVI
3. Ujęcie książki: „jak jest”, czy raczej: „jak powinno być i jak się da to osiągnąć”	LXVII
Część I. Ochrona konsumenta jako problem polityki prawa	1
Rozdział I. Aksjologia i strategie ochrony konsumenta	2
I. Ochrona konsumenta w Polsce – ofiarą zamętu aksjolo- gicznego	2
1. Geneza zagrożeń konsumenta	
2. Akceptacja potrzeby ochrony konsumenta	
3. Zmiana ustroju gospodarczego a wrażliwość prokonsumencka	
4. Prawo europejskie a polski rynek	
5. „Pech” problematyki ochrony konsumenta	
II. Zmiany „na mapie zagrożeń” w konsekwencji zmiany ustroju gospodarczego w Polsce	5
1. Przesunięcia na mapie zagrożeń	
2. Pojawienie się w Polsce nieznanym zagrożeń konsumenta	
3. Niewydolność systemu ochrony wobec zmienionej organizacji i struktury rynku	
4. Sędzia jako konsument	
5. Brak zrozumienia konsumenckiej aksjologii	
III. Upośledzona mniejszość, czyli ochrona konsumenta jako <i>public</i> <i>interest law</i> w USA	10
1. Ochrona konsumenta w USA jako problem konstytucyjno-poli- tyczny	
2. Pojęcie <i>public interest law</i> w USA	
3. Indywidualistyczna koncepcja <i>public interest law</i>	
4. „Grupy interesu publicznego”	
5. Cel ochrony	

IV. Strategia ochrony konsumenta w prawie europejskim: od nastawienia „produktywistycznego” ku autonomizacji polityki ochrony konsumenta.....	14
1. Rozwój prawa konsumenckiego w prawie wspólnotowym	
2. Ochrona konsumenta w prawie wspólnotowym	
3. Cele polityki integracyjnej a ochrona konsumenta	
4. Programy i działania w zakresie ochrony konsumenta	
V. Ochrona wolności wyboru i prawa decyzji konsumenta jako główny motyw jego ochrony	22
1. Europejska ochrona konsumenta oparta na paradygmacie przejrzystości informacji	
2. Działania na rzecz zrekompensowania braków wiedzy i orientacji konsumenta	
VI. Instrumenty służące w Unii Europejskiej zwiększeniu przejrzystości niezbędnej dla wolnej decyzji i wyboru konsumenta	23
1. Ogólna charakterystyka dyrektyw konsumenckich	
2. Przegląd prawa konsumenckiego Wspólnoty	
3. Ochrona życia i zdrowia konsumentów poprzez zwiększenie wiedzy o niebezpieczeństwach i ryzykach	
4. Akty edukacyjne o charakterze raportów i informacji	
5. Perspektywy rozwoju prawa konsumenckiego	
VII. Ochrona prywatności konsumenta w prawie europejskim – dodatkowy motyw ochrony konsumenta	32
1. Handlowe napastowanie konsumenta	
2. Ochrona prywatności konsumenta w dyrektywach europejskich	
3. Filiacje z ochroną praw człowieka	
4. Systemowe powiązania z koncepcją ochrony praw człowieka	
5. Dyrektywa 2000/31 z 18.6.2000 r. o niektórych prawnych aspektach usług społeczeństwa informacyjnego	
VIII. Realizacja strategii ochrony konsumenta w prawie europejskim	34
1. Prace nad harmonizacją prawa	
2. Ogólna ocena konsumenckiego prawa umów w ramach Wspólnoty	
3. Akty konsumenckie Rady Europy	
4. Edukacyjne znaczenie mnogości aktów prawa europejskiego	
Rozdział II. Pojęcie konsumenta	40
I. Trudności w precyzyjnym określeniu podmiotowego zakresu ochrony w prawie konsumenckim.....	40
1. Trudności definicyjne	
2. Pojęcie „konsumenta końcowego”	
3. Kryterium jednostronnej profesjonalności transakcji	
4. Stanowisko polskiego prawa	
II. Pojęcie konsumenta w prawie Wspólnoty	45
1. Konsument jako adresat przedsięwzięć ochronnych	
2. Brak dyscypliny terminologicznej w zakresie definiowania konsumenta	
3. Minimalny charakter dyrektyw konsumenckich a problem ich zakresu podmiotowego	
4. Autonomiczność definicji konsumenta w ramach poszczególnych dyrektyw	

5. Rozszerzenie pojęcia konsumenta w prawie Wspólnoty na usługi publiczne	
6. Dookreślenia pojęcia konsumenta przez cel transakcji, związek z działalnością profesjonalną, działanie w ramach przedsiębiorstwa	
7. Pojęcie zobiektywizowanego celu transakcji	
III. Paternalistyczny czy liberalny model ochrony konsumenta	
– model świadomego konsumenta	52
1. Ochrona konsumenta w Polsce i krytyka oparta na zarzucie propagowania paternalizmu	
2. Wzorzec konsumenta podlegającego ochronie	
3. Konsekwencje priorytetu polityki ochrony konkurencji nad interesem ochrony konsumenta w prawie Wspólnot Europejskich	
4. Konsekwencje zasady wzajemnego uznania dla wzorca chronionego konsumenta jako konsumenta rozsądnego	
5. Dopuszczalność wprowadzania przez państwa UE restrykcji w obrocie, motywowanych ochroną konsumenta	
6. Kwestia ochrony konsumenta w państwach, które zamierzają przystąpić do Wspólnot	
Rozdział III. Jakich zmian wymaga prawna ochrona konsumenta w Polsce?..	63
I. Konstytucjonalizacja problemu i jej skutki	63
1. Regulacje w art.76 Konstytucji	
2. Zadania władzy publicznej czy prawo konstytucyjne jednostki	
3. Art.76 – piśmiennictwo i orzecznictwo	
4. Ryzyka podlegające ochronie	
5. Zaniechanie i odpowiedzialność odszkodowawcza	
6. Dobra chronione	
7. Zakres ochrony	
8. Dochodzenie praw	
9. Ustawa zwykła a normowanie konstytucyjne	
10. Instrumentarium ochronne	
11. Kontrola nad wykonywaniem powinności przez ustawodawcę	
II. Granice swobody polskiego ustawodawcy w realizacji konstytucyjnego zadania ochrony konsumenta	73
1. Konieczność akceptacji prawa wspólnotowego	
2. <i>Acquis communautaire</i>	
3. Poziom ochrony konsumenta w Polsce a prawo Wspólnot	
III. Realizacja harmonizacji polskiego prawa konsumenckiego z prawem Wspólnoty	76
1. Krytyczna ocena poziomu ochrony konsumenta w Polsce – prawo obowiązujące	
2. Niewykorzystywanie w praktyce istniejących w prawie możliwości	
3. Próby skonstruowania programu ochrony konsumenta w Polsce	
4. Brak wewnętrznej spójności w tekstach i opracowaniach, dotyczących ochrony konsumenta	
5. Brak troski o wielopłaszczyznową implementację istniejącego prawa	
6. Idea opracowania jednej ustawy o ochronie konsumenta	

7. Potrzeba interpretacji przepisów prawa „w duchu” konsumenckim	
8. Bilans na połowę 2001 r.	
Część II. Bezpieczeństwo i zdrowie konsumentów	91
Rozdział IV. Odpowiedzialność za produkt niebezpieczny – jako szczególny typ odpowiedzialności wytworzony przez praktykę	93
I. Terminologia i ewolucja odpowiedzialności	93
1. Terminologia jako odbicie ewolucji: od odpowiedzialności za wadę do odpowiedzialności za niebezpieczeństwo	
2. W poszukiwaniu normatywnej podstawy odpowiedzialności umożliwiającej przewyższenie „prywatności kontraktu”	
3. Terminologia: odpowiedzialność za produkt o cechach niebezpiecznych	
II. Podmiotowy zakres odpowiedzialności	99
1. Brak ograniczenia tylko do konsumenta	
2. Motyw przypisania odpowiedzialności: „czyż zysk, tego ryzyko”	
3. Odpowiedzialność za wprowadzenie do obrotu czy za wyprodukowanie przedmiotu niebezpiecznego – konsekwencje w zakresie podmiotowego kręgu odpowiedzialnych	
III. Dyrektywa europejska 85/374 o odpowiedzialności za wadliwe produkty	101
1. Zmiana w KC	
2. Podwyższenie poziomu ochrony w prawie krajowym	
3. Charakterystyka odpowiedzialności za wadliwe produkty	
4. Odpowiedzialność na podstawie dyrektywy	
Rozdział V. Odpowiedzialność za produkt o cechach niebezpiecznych w obowiązującym prawie polskim	105
I. Wprowadzenie do polskiego prawa odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny	105
1. Zbieg roszczeń odszkodowawczych <i>ex contractu</i> i <i>ex delicto</i> (art. 443 KC)	
2. Dogodność roszczenia deliktowego	
3. Podstawa odpowiedzialności deliktowej (art. 415 KC – czyn własny)	
4. Odpowiedzialność za szkodę wyrządzoną przez produkt w polskim prawie cywilnym	
II. Charakterystyka odpowiedzialności za produkt w KC	112
1. Przyjęcie dodatkowej podstawy odpowiedzialności	
2. Odpowiedzialność podmiotów	
3. Przedmiotowy zakres odpowiedzialności	
4. Ochrona konsumenta	
5. Rezygnacja z górnego progu odpowiedzialności	
6. Upływ terminu	
7. Wina anonimowa	
8. Zbieg reżimów odpowiedzialności	
III. Źródło szkody podlegającej naprawieniu w ramach odpowiedzialności za produkt	114

1. „Wprowadzenie do obrotu” jako zdarzenie decydujące o odpowiedzialności	
2. Początek (moment początkowy) odpowiedzialności za produkt	
3. Zakres podmiotowy odpowiedzialności za produkt	
4. Warunek komercyjnego udziału w obrocie	
5. Tkanki, krew jako produkt	
6. Domniemanie identyfikacji pochodzenia produktu	
7. Produkt niebezpieczny – cechy	
8. Przesłanka „oczekiwanego bezpieczeństwa”	
9. Czyje oczekiwanie bierze się pod uwagę jako kryterium oceny?	
10. Normalne użycie produktu – zakres przedmiotowy	
11. Okoliczności z chwili wprowadzenia produktu do obrotu	
12. Reklama	
13. Informacje o towarze	
14. Normy, certyfikaty, atesty	
15. Zwolnienia oraz wyłączenia odpowiedzialności za produkt	
16. Moment przypisania odpowiedzialności	
17. Rozumienie momentu wprowadzenia do obrotu	
18. Pojawienie się na rynku produktów ulepszonych	
19. Grupa produktów niebezpiecznych <i>per se</i>	
20. Pojęcie produktu	
21. Energia – regulacja odpowiedzialności	
IV. Podmioty objęte ochroną	127
1. Uniwersalne określenie poszkodowanego	
2. Ograniczenia pojęcia poszkodowanego	
3. Rzeczy „zwykle przeznaczone” nie do użytku osobistego	
4. Wyłączenie pracowników producenta, producenta i jego rodziny	
5. Odpowiedzialność wobec poszkodowanego na skutek kontaktu z rzeczą będącą wynikiem jej własnego czynu niedozwolonego	
6. Osoby nabywające produkt niebezpieczny w ramach przedsiębiorstwa	
V. Podmioty odpowiedzialne.....	129
1. Producent-główny odpowiedzialny	
2. Wyłączna odpowiedzialność producenta	
3. Wielość producentów	
4. Odpowiedzialność producenta finalnego	
5. Okoliczność, że cecha niebezpieczna może wystąpić tylko w komponencie produktu	
6. Odpowiedzialność <i>quasi</i> -producentów	
7. Zakres odpowiedzialności importera	
8. <i>Quasi</i> -producent ani importer nie są współtwórcami z art. 449 ⁵	
9. Dystrybutorzy, sprzedawcy – podmioty odpowiedzialne w wypadku produktów anonimowych	
10. Egzoneracja dystrybutora	
11. Zakaz klauzuli zwalniającej	
12. Odpowiedzialność za korzystanie z licencji i franchisingu	
13. Solidarna odpowiedzialność osób uczestniczących we „wprowadzaniu produktu do obrotu”	
14. Rozliczenia między współodpowiedzialnymi	
15. Zbieg odpowiedzialności deliktowej i odpowiedzialności za produkt	

16. Zasada ryzyka jako podstawa odpowiedzialności	
VI. Zakres ryzyka – egzoneracja	134
1. Możliwości egzoneracyjne podmiotów odpowiedzialnych	
2. Konieczne przesłanki egzoneracyjne	
3. Zwolnienie od odpowiedzialności producenta materiału, surowca, części składowej	
4. Odpowiedzialność zastępcza dystrybutora	
5. „Przyczyna tkwiąca poprzednio w produkcji”	
6. Możliwość powołania się na ryzyko rozwojowe	
7. Związek przyczynowy uzasadniający odpowiedzialność odszkodowawczą	
VII. Szkoda i jej naprawienie	139
1. Szczególne cechy odpowiedzialności za produkt	
2. Wprowadzenie do obrotu rzeczy niebezpiecznej – czynnik stwarzający stan zagrożenia	
3. Odpowiedzialność za produkt w zakresie szkody na mieniu	
4. Przyczynienie się konsumenta jako przesłanka ograniczająca odpowiedzialność	
VIII. Przedawnienie roszczeń	144
1. Regulacja przedawnienia roszczeń w art. 449 ⁸	
2. Kwestia przedawnienia przy odpowiedzialności za produkt niebezpieczny oraz przy odpowiedzialności deliktowej	
3. Określenie początkowego momentu terminu trzyletniego	
Rozdział VI. Bezpieczeństwo produktu	146
I. Charakterystyka strategii i instrumentów prawnych we Wspólnocie Europejskiej	146
1. Bezpieczeństwo produktu jako jedno z podstawowych praw konsumenta	
2. Zapewnienie „bezpieczeństwa produktów” zadaniem państw członkowskich	
3. System kontroli następczej bezpieczeństwa	
4. Wymiana informacji o wypadkach	
5. System informacji Państw Członkowskich	
6. Dyrektywa Rady 92/52 EWG o ogólnym bezpieczeństwie produktu	
7. Znaczenie scharakteryzowanego systemu dla indywidualnego konsumenta i jego bezpieczeństwa	
II. Sytuacja w Polsce <i>de lege lata</i> . Wzmianka	153
III. Znaczenie prewencyjnych środków dla roszczeń konsumentów	156
Część III. Prawo do informacji	159
Rozdział VII. Prywatność konsumenta jako granica emitowania i żądania informacji handlowej	163
I. Emisja informacji handlowej przejawem wolności informacji	163
1. Informacja handlowa	
2. Ochrona <i>commercial speech</i> i przed <i>commercial speech</i> w Europejskiej Konwencji Praw Człowieka	

3. Konieczność ograniczenia informacji komercyjnej dyktowana ochroną prywatności konsumenta	
II. Prywatność konsumenta – granicą informacji handlowej.....	167
1. Wzmoczona potrzeba ochrony prywatności konsumenta	
2. Czego nie wolno w ramach <i>commercial speech</i> (informacji) z uwagi na prywatność konsumenta	
3. Bezprawność działania emitenta informacji naruszającego prywatność informowanego	
4. Korzystanie z prywatnych urządzeń konsumenta w celu przesyłania mu informacji handlowych	
III. Ochrona dóbr osobistych jako podstawa ochrony konsumenta przed naruszeniem prywatności przez emisję informacji handlowej.....	172
1. Ochrona dóbr osobistych konsumenta w polskim prawie (art. 24 KC)	
2. Zadośćuczynienie za doznaną krzywdę	
3. Możliwość działania prokuratora i organizacji społecznych	
IV. Ochrona przed uciążliwą reklamą jako normatywna podstawa ochrony konsumenta przed naruszeniem prywatności przez emisję informacji handlowej	174
1. Przepisy o niedozwolonej reklamie (reklama uciążliwa)	
2. „Istotność” naruszenia	
3. Wąskie ujęcie praktyk naruszających prywatność konsumenta na tle reżimu prawnego uciążliwej reklamy	
4. Naruszenie prywatności jako czyn nieuczciwej konkurencji i związane z tym sankcje	
V. Ochrona prywatności przed posługiwaniem się informacją dotyczącą konsumenta i żądaniem od niego informacji	176
1. Problem posługiwania się danymi osobowymi	
2. Możliwość żądania informacji od konsumenta przez jego kontrahenta	
3. Drastyczne formy żądania informacji wkraczających w prywatność konsumenta	
4. Ochrona prywatności w orzecznictwie Trybunału Konstytucyjnego	
Rozdział VIII. Zakaz informacji wprowadzającej w błąd – kwestie nieuczciwej reklamy	182
I. Informacja a reklama	182
1. Model adresata informacji – odesłanie	
2. Informacja – dezinformacja – reklama	
3. Reklama zakazana w prawie Wspólnoty	
4. Reklama zakazana w polskim prawie	
5. Reklama zakazana z uwagi na jej dezinformacyjne aspekty	
II. Zakaz reklamy wprowadzającej w błąd.....	191
1. Sytuacja w prawie Wspólnot Europejskich	
2. Reklama wprowadzająca w błąd – rozwiązanie polskie	
3. Zakaz reklamy nierzeczowej	
4. Reklama ukryta	
5. Zakaz wprowadzającego w błąd znakowania środków spożywczych	
III. Ograniczony zakres dopuszczalności reklamy porównawczej	204
1. Informacyjny element reklamy porównawczej	

2. Prawdziwość i użyteczność informacji – przesłankami dozwolonej reklamy porównawczej	
3. Regulacja w zakresie reklamy porównawczej w prawie wspólnotowym	
IV. Konsekwencje naruszenia ograniczeń reklamy.....	206
1. System sankcji w ZNKU	
2. Odesłanie do reżimu prawnego odpowiedzialności w KC	
3. Sankcje karne w przypadkach reklamy zakazanej	
4. Odpowiedzialność cywilna w ZNKU	
5. Zaliczenie na poczet odszkodowania wartości wyrobów i innych przedmiotów związanych z czynem nieuczciwym konkurencji	
6. Przedawnienie roszczeń z art. 18 ZNKU	
7. Legitymacja czynna do wystąpienia z roszczeniami w zakresie art. 18 ust. 1 pkt 1–3 ZNKU	
8. Żądanie odszkodowania i zadośćuczynienia na rzecz indywidualnego konsumenta	
9. Dopuszczalność powództwa Rzecznika Praw Obywatelskich na podstawie art. 19 ZNKU w wypadku nieuczciwej reklamy	
10. Wprowadzenie w błąd w reklamie otwartego funduszu ubezpieczeniowego	
11. Wielość prawnych instrumentów ochrony konsumenta na tle ZNKU – ubóstwo praktyki	
Rozdział IX. Informacje, do których konsument ma prawo	215
I. Informacja przedmiotem obowiązku profesjonalisty i prawa konsumenta	215
1. Obowiązek informowania partnera jako konsekwencja powinności lojalnego zachowania stron umowy	
2. Informacja jako towar	
II. Wybór techniki legislacyjnej w zakresie obowiązku informowania konsumenta	218
1. Uprawnienie konsumenta do odpowiedniego poziomu informacji a normowanie obowiązku informacji przez profesjonalistę	
2. Metoda określenia prawa/powinności informacji	
III. Ogólny obowiązek informacji konsumenta przez profesjonalistę	222
1. Kompetencja i staranność jako wyznaczniki obowiązku informacji	
2. Informowanie jako przedmiot świadczenia głównego i ubocznego profesjonalisty	
3. „Informacja” jako przedmiot świadczenia głównego profesjonalisty	
4. Obowiązek ostrzeżenia	
5. Doradztwo	
6. Informacja jako przesłanka dokonania wyboru i podjęcia decyzji	
7. Element doradztwa istniejący w obowiązku informowania konsumenta	
8. Określenie miernika staranności w obowiązku informowania	
9. Oznaczanie towarów jako realizacja obowiązku informowania	
10. Przedmiot informacji o towarze	
IV. Szczegółowo regulowane wypadki powinności udzielenia konsumentowi informacji o towarze.....	228
1. Prawo żywnościowe	

2. Leki i wyroby farmaceutyczne	
3. Kosmetyki	
4. Inne produkty	
V. Informacja o towarze – ostrzeżenia. Znaczenie atestów i oznaczeń zgodności z normą.....	233
1. Ostrzeżenia zawierające informacje o niebezpieczeństwie	
2. Polska Norma: znaki i znakowania	
3. Naruszenie obowiązku oznaczania wyrobów (zaniechanie powinności ich uzyskiwania)	
4. Certyfikat i atest jako zapewnienie o jakości rzeczy	
VI. Informacja o cechach transakcji. Cena	236
1. Informacja o cenie	
2. Oznaczenie ceny w ustawie o cenach	
3. Oznaczanie cen w prawie wspólnotowym	
VII. Informacja o cechach transakcji (<i>animus contrahendi</i> , oznaczenie kontrahenta konsumenta, rodzaju transakcji)	239
1. Świadomość decyzja konsumenta o rodzaju transakcji	
2. Wskazanie zamiaru handlowego wobec konsumenta (<i>animus contrahendi</i>)	
3. Oznaczenie kontrahenta konsumenta	
4. Przykłady nieporozumień co do cech transakcji	
5. Obowiązek informacji konsumenta – dyrektywy konsumenckie 85/577 i 97/7 i ich implementacja w Polsce	
6. Regulacja art. 97 KC jako zrekompensowanie braku informacji klienteli	
VIII. Informacja o cechach transakcji. Szczególne obowiązki informacyjne w europejskich umowach konsumenckich	243
1. Obowiązek informacji o terminie odstąpienia od umowy	
2. Brak takiego obowiązku w polskim prawie	
3. Szczególny obowiązek informacji w europejskich dyrektywach konsumenckich dotyczący kwestii drażliwych	
4. Obowiązek formy pisemnej dla niektórych informacji	
IX. Język informacji	245
1. Jasność i zrozumiałość informacji	
2. Problem języka w prawie wspólnotowym	
3. Język informacji w prawie polskim	
4. Jednakowy skutek uchybień merytorycznych i formalnych w zakresie informowania	
5. Język informacji w zakresie prawa żywnościowego – odesłanie	
6. Kwestia podpisów elektronicznych	
X. Konsekwencje uchybień obowiązkowi informacji – odesłanie	250
Część IV. Ekonomiczne prawa konsumenta.....	251
Rozdział X. Umowy zawierane w lokalu handlowym (art. 97 KC).....	252
I. Ochrona przed niewłaściwą reprezentacją w lokalu handlowym a ochrona konsumenta	252
II. Charakterystyka instytucji uregulowanej w art. 97 KC	253
1. Zakres umów	

2. Kryterium stosowania art. 97 KC	
3. „Osoba czynna w lokalu”	
4. Podstawa umocowania	
5. Zwrot: „w razie wątpliwości”	
6. Wyłączenie ochrony	
Rozdział XI. Umowy zawierane poza lokalem handlowym	256
I. Normatywne wyodrębnienie umów zawieranych poza lokalem handlowym w prawie europejskim.....	256
1. Wyodrębnienie normatywne umów w prawie europejskim – dyrektywa Rady 85/577 EWG	
2. Główna zasada dyrektywy: osłabienie zasady <i>pacta servanda sunt</i>	
II. Charakterystyka rozwiązania normatywnego dyrektywy 85/577.....	257
1. Uprawnienie konsumenta do odstąpienia od umowy	
2. Zakaz umownego zrzeczenia się lub ograniczenia uprawnienia do odstąpienia od umowy	
3. Umowa zawarta poza lokalem czy inicjatywa zawarcia umowy podjęta poza tym lokalem?	
4. Sytuacje objęte działaniem dyrektywy	
5. Wyjątki od zasad stworzonych przez konwencję	
6. Zakres swobody państw członkowskich przy implementacji	
III. Umowy zawarte poza lokalem handlowym.....	261
1. Regulacje ustawy z 2.3.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów	
2. Miejsce zawarcia umowy – źródłem zagrożenia dla konsumenta	
3. Realizacja ochronnego celu regulacji	
4. Umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa – pojęcie	
5. Ciężar dowodu	
6. Pojęcie przedsiębiorcy	
7. Pojęcie lokalu przedsiębiorstwa przeznaczonego do obsługiwan	
publiczności	
8. Uprawnienie do odstąpienia od umowy w czasie okresu <i>cooling off</i>	
9. Forma pisemna odstąpienia	
10. Termin 10-dniowy	
11. Początek biegu terminu	
12. Termin 10-dniowy – termin zawity	
13. Odstąpienie od pakietu umów	
14. Skutki odstąpienia	
15. Nakaz zapłaty odsetek	
16. Zwiększony obowiązek informacyjny profesjonalisty	
17. Komunikacyjne funkcje formy pisemnej	
18. Wyłączenie niektórych umów	
19. Wyłączenie dostarczania do domu artykułów spożywczych	
20. Transakcje powszechnie zawierane w bieżących sprawach życia codziennego	
21. Wyłączenia – podsumowanie	
22. Zakres działania reżimu prawnego	
23. Wyłączenie umów o roboty budowlane	
Rozdział XII. Umowy zawierane na odległość	272

I. Reżim prawny dyrektywy Parlamentu i Rady 97/7 WE o ochronie konsumenta w umowach zawieranych na odległość	272
1. Dyrektywa Parlamentu i Rady 97/7 WE	
2. Reżim prawny dyrektywy	
3. Wyłączenie usług finansowych	
4. Zaproszenie do składania zamówień (ofert) przez konsumenta – czynność inicjująca handlowy kontakt	
5. Niebezpieczeństwo naruszenia prywatności	
6. Prawo konsumenta do odstąpienia od umowy	
7. Ograniczenia prawa odstąpienia	
8. Zamówienie; przejściowa niemożność świadczenia	
9. Świadczenia nie zamówione	
10. Zapłata kartą płatniczą	
11. Minimalny charakter dyrektywy	
12. Świadczenie zastępcze	
II. Regulacja umów zawieranych na odległość w prawie polskim.....	278
1. Charakterystyka	
2. Stosunek przepisów o umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość	
3. Elementy konstrukcyjne umowy zawieranej na odległość	
4. Wyłączenia spod reżimu prawnego umów zawieranych na odległość	
5. Ochrona prywatności konsumenta	
6. <i>Animus contrahendi</i>	
7. Język	
8. Funkcja niezachowania powinności chroniących prywatność konsumenta	
9. Możliwość odstąpienia od umowy	
10. Początek biegu terminu	
11. Wyłączenia prawa odstąpienia	
12. Wyłączenia z art. 16 ustawy	
13. Koszty zwrotu świadczeń	
14. Szeroko ujęty obowiązek informacyjny	
15. Propozycje zawarcia umowy	
16. Forma udzielenia informacji przedkontraktowej	
17. Sankcje niewykonania powinności informacji	
18. Nakaz transparencji informacji	
19. Utrata prawa do odstąpienia	
20. Pierwszeństwo świadczenia rzeczowego	
21. Preferencje ocen na rzecz konsumenta co do oznaczenia miejsca i sposobu składania reklamacji	
22. Niedostępność przedmiotu świadczenia	
23. <i>Iunctim</i> w wypadku odstąpienia od umowy	
24. Sposób wykonania odstąpienia od umowy kredytu	
25. Niewłaściwe wykonanie	
26. Zakaz tzw. <i>inertia-selling</i>	
27. Jednostronnie dyspozytywny charakter umów zawieranych na odległość	
28. Wybór prawa obcego dla umowy	
29. Pominięcie skargi zbiorowej w ustawie	

Rozdział XIII. Wzorce umowne	292
I. Prezentacja problematyki.....	292
1. Pojęcie wzorców i niebezpieczeństwa z nimi związane	
2. Problemy teoretyczne na tle wzorców	
3. Możliwości i techniki kontroli wzorców	
4. Tworzenie i stosowanie wzorców a swoboda umów	
5. Wzorce a umowa adhezyjna	
II. System wzorców w polskim prawie cywilnym.....	296
1. Wzorce w KC przed nowelą z 2.3.2000 r.	
2. Słabość dawnej regulacji problematyki wzorców	
III. Ogólna charakterystyka prawnego reżimu wzorców wprowadzonego do KC w wyniku noweli z 2.3.2000 r.	300
1. Utrzymanie chwiejności nazewnictwa wzorców	
2. Likwidacja podziału na wzorce kwalifikowane i niekwalifikowane	
3. Podmiotowe zróżnicowanie prawnego reżimu wzorców	
4. Konieczność opracowania na nowo wzorców znajdujących się w obrocie	
5. Rygoryzm polskiego ustawodawcy w stosunku do proponentów – instytucji finansowych	
6. Doręczanie wzorca przy zawarciu umowy – zasada generalna i odstępstwa od niej	
7. Uzupełnienia kodeksowego reżimu prawnego wzorca	
8. Postulowane zmiany w dotychczasowej praktyce posługiwania się wzorcami	
IV. Problem dawnych wzorców normatywnych.....	304
1. Eliminacja możliwości wydania ogólnych warunków umów przez Radę Ministrów	
2. Utrzymanie dawnych aktów wydanych na podstawie d.art.384 KC	
3. Inne normatywne upoważnienia do wydawania wzorców – rozporządzenie	
V. Upoważnienie do wydania dawnych wzorców kwalifikowanych.....	306
1. Akty zawierające ustawowe upoważnienie do wydania wzorca	
2. Ogólne warunki umów ubezpieczenia	
3. Wzorce kontrolowane przez organ państwowy	
4. Nowy typ wzorca, dotyczący umów o świadczenie usług powszechnych w ramach prawa telekomunikacyjnego	
VI. Prawny reżim wzorców w KC – analiza.....	312
1. Opracowanie wzorca jako emanacja przysługującej proponentom swobody umów	
2. Wzorce dotyczące ubezpieczeń	
3. Opracowanie wzorca jako konsekwencja swobody umów	
4. Ograniczenia dotyczące treści wzorca	
5. Umowy bagatelne	
6. Odmienne sposoby udostępniania klientowi wzorca	
7. Odstępstwa od reguł ogólnych w przypadku banków	
8. Specyficzna regulacja dotycząca umów ubezpieczenia	
9. „Doręczenie” a „łatwe zapoznanie się z treścią” wzorca	

10. Obowiązek doręczenia całości wzorca konsumentowi
11. Konieczność doręczenia wzorca przed zawarciem umowy
12. Pokwitowanie doręczenia wzorca
13. Stworzenie możliwości zapoznania się z treścią wzorca w łatwy sposób – alternatywa wobec doręczenia wzorca
14. Łatwe udostępnianie wzorca, wywieszenie
15. Konieczność umożliwienia zapoznania się z treścią wzorca przed zawarciem umowy
16. Zrozumiałość wzorca
17. Wzorzec „źle” udostępniony
18. Sposób oddziaływania wzorca na konkretny stosunek prawny
19. Prawny charakter wzorców w KC
20. Wykładnia wzorców
21. Reżim prawny wzorców wydanych w czasie stosunku ciągłego
22. Wydanie wzorca po raz pierwszy oraz zmiana wzorca
23. Klauzula modyfikacyjna
24. Zmiana treści wzorca
25. Uprawnienie kontrahenta proferenta do wypowiedzenia umowy
26. Stosowanie art. 384¹ KC do umów zawartych na czas oznaczony
27. Znaczenie oceny treści wzorca
28. Odpowiedzialność proponenta za nieprawidłowe posługiwanie się wzorcem
29. Priorytet umowy wobec wzorca
30. Wyłączenie przez strony stosowania wzorca

Rozdział XIV. Kontrola wzorców	328
I. Kontrola wzorca przez kontrolę klauzul nieuczciwych (abuzywnych) w dyrektywie Rady EWG 93/13	328
1. Ogólna charakterystyka dyrektywy	
2. Założenia dyrektywy	
3. Zakres dyrektywy	
4. Lista klauzul zakazanych	
II. System kontroli wzorców w KC w umowach z udziałem konsumentów	334
1. Specjalne instrumenty kontroli, wprowadzone do KC w wyniku noweli z 2000 r. dotyczą tylko umów konsumenckich	
2. Mechanizmy kontroli wzorca	
3. Specjalne mechanizmy kontrolne dotyczące treści wzorca	
4. Charakter spraw o kontrolę treści wzorca	
5. Właściwość sądu w sporze o kontrolę	
6. Wzajemny stosunek między poszczególnymi rodzajami kontroli	
III. Kontrola przez klauzulę generalną	338
1. Klauzula generalna z art. 385 ¹ KC	
2. Działanie ochronne klauzuli generalnej	
3. Definicja „indywidualnego uzgodnienia”	
4. Kryteria abuzywności w klauzuli generalnej	
5. Nowa klauzula generalna – „dobre obyczaje”	
6. Rażące naruszenie interesów konsumenta	
7. Określenie kryteriów posługiwania się klauzulą dobrych obyczajów	

8. Postanowienia dotyczące <i>essentiale</i> sformułowane jednoznacznie jako wyjątek od reguły art. 385 ¹ KC	
9. Sankcja stwierdzenia abuzywności klauzuli umownej	
10. Zasada trwałości umowy	
IV. Incydentalna kontrola wzorca w umowach z udziałem konsumentów: lista klauzul podejrzanych o abuzywność.....	343
1. Lista klauzul abuzywnych z art. 385 ³ KC	
2. Charakterystyka ogólna listy klauzul	
3. Treść klauzul objętych listą	
4. Skutki kontroli wzorca przy pomocy kryterium klauzul „z listy”	
V. Kontrola abstrakcyjna wzorców	354
1. Regulacja normatywna kontroli abstrakcyjnej wzorców	
2. Postępowanie w sprawie abstrakcyjnej kontroli wzorca	
3. Geneza regulacji – dyrektywy europejskie	
4. Wymagania dotyczące kontroli sądowej wzorców	
5. Cechy charakterystyczne postępowania w sprawie abstrakcyjnej kontroli wzorca	
6. Ograniczanie czynności dyspozytywnych powoda	
7. Legitymacja czynna	
8. Legitymacja bierna	
9. Kryteria kontroli wzorca	
10. Termin wystąpienia z roszczeniem	
11. Treść wyroku	
12. Uznawanie klauzuli za abuzywną działa <i>erga omnes</i>	
13. Wpis do rejestru postanowień wzorców umownych uznanych za niedozwolone	
Rozdział XV. Kontrola treści i wykonania umowy	361
I. System kontroli umowy	361
II. Sprzeczność wykonywania prawa podmiotowego z zasadami współżycia społecznego jako podstawa kontroli umowy wykonywanej w interesie konsumenta.....	364
III. Kontrola umowy poprzez badanie zgodności jej treści z zasadami współżycia społecznego i obowiązującymi przepisami (art. 58 KC i 353 ¹ KC).....	366
1. Mechanizm stwierdzania nieważności na podstawie art. 58 KC	
2. Niezgodność treści umowy z zasadami współżycia społecznego jako umożliwienie kontroli sądowej dokonywanej w interesie konsumenta	
3. Kontrola treści umowy poprzez ocenę jej zgodności z przepisami określającymi granice swobody umów	
IV. Kontrola dokonywana w interesie konsumentów poprzez orzecznictwo antymonopolowe.....	373
Rozdział XVI. Odpowiedzialność za jakość świadczenia: rękojmia i gwarancja	378
I. Rękojmia i gwarancja jako instytucje chroniące konsumenta	378
1. Rękojmia i gwarancja: różnica wobec odpowiedzialności z tytułu niewłaściwego wykonania zobowiązania	
2. Rękojmia i gwarancja: podobieństwa i różnice	

3. Przesłanki różnicowania reżimu konsumenckiego przy rękojmi i gwarancji	
II. Dyrektywa 1999/44/ECC z 25 maja 1999 r. o niektórych aspektach sprzedaży konsumenckiej i związanych z nią gwarancjach	383
1. Założenia dyrektywy	
2. Geneza dyrektywy	
3. Pojęcie konsumenta według dyrektywy	
4. Przedmiot gwarancji	
5. Pojęcie sprzedaży według dyrektywy oraz KC	
6. Pojęcie nienależytej jakości towaru jako braku zgodności z umową	
7. Dwie płaszczyzny obrony sprzedawcy	
8. Termin gwarancji	
9. Podmiot odpowiedzialny i przesłanki jego odpowiedzialności	
10. Obowiązki sprzedawcy	
11. Konsekwencje reklamacji w zakresie terminu gwarancji	
12. Regulacja dotycząca gwarancji dobrowolnej (handlowej)	
13. Postanowienia wspólne dotyczące obu rodzajów gwarancji	
14. Porównanie dyrektywy z prawem polskim	
15. Prace nad dostosowaniem polskiego prawa do wymagań dyrektywy	
III. Kodeksowy reżim rękojmi przy sprzedaży konsumenckiej.....	394
1. Zakres swobody kontraktowej	
2. Pojęcie wady	
3. Znajomość wady przez nabywcę	
4. Chwila powstania wady	
5. Uprawnienia z rękojmi. Zakres ich stosowania wobec rzeczy oznaczonych co do tożsamości i <i>in genere</i>	
6. Charakter prawny wyboru uprawnienia. Wybór uprawnienia należy do konsumenta	
7. Charakter prawny uprawnień nabywcy	
8. „Kontruprawienie” sprzedawcy	
9. Odstąpienie od umowy	
10. Zwrot rzeczy	
11. Obniżenie ceny	
12. Usunięcie wady i naprawa rzeczy	
13. Wymiana rzeczy oznaczonej co do gatunku	
14. Odszkodowanie	
15. Akty staranności. Zawiadomienie o wadach	
16. Terminy dochodzenia uprawnień z rękojmi	
17. Podstęp sprzedawcy i zapewnienie o braku wad	
18. Realizacja odpowiedzialności z tytułu rękojmi	
19. Szczególne reżimy rękojmi w Kodeksie cywilnym: towary spożywcze, zwierzęta, sprzedaż komisowa, leasing	
IV. Odpowiedzialność za nienależyłą jakość towaru w rozporządzeniu o sprzedaży rzeczy ruchomych z udziałem konsumentów.....	414
1. Ogólna charakterystyka odpowiedzialności za wady rzeczy sprzedanej w rozporządzeniu Rady Ministrów z 1995 r. o sprzedaży rzeczy ruchomych z udziałem konsumentów	
2. Pojęcie reklamacji i jej prawny charakter	

3. Terminy: rękojmi, zgłoszenia wady (reklamacji) a termin przydatności towaru – problem generalny	
4. Terminy przydatności towaru a terminy rękojmi i reklamacji	
5. Cechy towaru reklamowanego	
6. Przedstawienie reklamowanego towaru do oględzin	
7. Rozkład obowiązków w zakresie przedstawienia towaru do oględzin determinuje także sprawę tego, czym kosztem i staraniami towar jest przedstawiany do oględzin.	
8. Forma zgłoszenia reklamacji	
9. Merytoryczne ustosunkowanie się do treści reklamacji	
10. Miejsce załatwienia reklamacji	
11. Termin załatwienia reklamacji	
12. Konsekwencje uchybienia wymaganym terminom załatwienia reklamacji	
13. Brak zawiadomienia o nieuwzględnieniu reklamacji	
14. Obowiązek zwrotu rzeczy w wypadku nieuznania reklamacji; brak powinności odebrania rzeczy przez konsumenta	
15. Treść żądania reklamacyjnego nabywcy	
V. Gwarancja – charakterystyka ujęcia Kodeksu cywilnego.....	427
1. Granice autonomii kontraktowej	
2. Zakres zastosowania gwarancji (do jakich rzeczy się odnosi)	
3. Wada uzasadniająca gwarancję musi dotyczyć cech użytkowych rzeczy	
4. Podmioty gwarancji	
5. Serwis gwarancyjny	
6. Charakter udzielenia gwarancji	
7. Zawarcie umowy sprzedaży z udzieleniem gwarancji	
8. Uprawnienia gwarancyjne	
9. Usuwanie wady (naprawa rzeczy)	
10. Wymiana rzeczy na niewadliwą	
11. Brak wymagania aktów staranności przy gwarancji	
12. Koszty transportu rzeczy	
13. Odszkodowanie przy gwarancji	
14. Termin gwarancji	
15. Termin i zakres notyfikacji wady	
16. Przeróbka, zdekompletowanie, uszkodzenie towaru	
VI. Wzajemny stosunek rękojmi i gwarancji.....	434
1. Konsument „niewolnikiem gwarancji” – ranga problemu	
2. Zmiana art. 579 KC w 1996 r. i rozbieżności interpretacyjne na tym tle	
3. Rękojmia i gwarancja jako wypadek kumulatywnego zbiegu roszczeń	
4. Wykluczenie jednego roszczenia o mieszanym charakterze	
5. Definitywność wyboru odstąpienia od umowy w ramach rękojmi i jego skutki	
6. Gra na zwłokę przez zobowiązanych z rękojmi i gwarancji a możliwość zmiany reżimu odpowiedzialności	
7. Kwestie intertemporalne zmiany art. 579 KC	
Część V. Zagadnienia szczegółowe	445

Rozdział XVII. Umowy konsumenckie zawierane w „przeznaczonych do tego miejscach” (ogólne warunki umów konsumenckich wydawane na podstawie art. 384 KC) – w dawnym brzmieniu	446
I. Prawny reżim umowy zawieranej z konsumentami w „przeznaczonych do tego miejscach” przez osoby prowadzące działalność gospodarczą.....	446
1. Obowiązujące prawo	
2. Prawna podstawa rozporządzenia Rady Ministrów z 1995 r.	
3. Charakter przepisów rozporządzenia Rady Ministrów z 1995 r.: <i>ius cogens</i> , czy <i>ius dispositivum</i>	
4. Zakres przedmiotowy rozporządzenia	
II. Charakterystyka rozporządzenia w zakresie instrumentów ochronnych służących zawarciu umowy i jej wykonaniu	449
1. Miejsce „przeznaczone do zawarcia umowy”	
2. Możliwość ochrony wynikającej z art. 97 KC	
3. Istota ochronnego działania reżimu prawnego umów	
4. Forma umowy	
5. Wzorce umowy sprzedaży	
6. Rękojmia za wady w umowach sprzedaży konsumenckiej pod rządą rozporządzenia Rady Ministrów z 1995 r.	
Rozdział XVIII. Usługi finansowe	453
I. Usługi finansowe – szczególne zagrożenia dla konsumenta	453
1. Niebezpieczeństwa ekonomiczno-socjalne	
2. Niebezpieczeństwa wynikające z niejasności zakresu reżimu ochronnego	
II. Usługi finansowe w prawie wspólnotowym.....	458
1. Kwestie ogólne	
2. Dyrektywy ubezpieczeniowe	
3. Ochronne działanie dyrektyw kredytowych	
III. Handel elektroniczny – wzmianka.....	468
1. Handel elektroniczny w prawie Wspólnot Europejskich	
2. Charakterystyka handlu elektronicznego jako zjawiska obrotu	
3. Podpis elektroniczny	
4. Dyrektywa o handlu elektronicznym	
IV. Fragmentaryczność i nienowoczesność prawnego reżimu usług finansowych w Polsce	474
1. Unormowanie usług ubezpieczeniowych	
2. Prawna regulacja innych usług finansowych (w tym kredytu konsumenckiego)	
3. Zasada swobody umów w sferze usług bankowych	
4. Leasing	
5. Podstawowe różnice generalne między wspólnotowym a dotychczas praktykowanym w Polsce sposobem regulowania obowiązku informacji konsumenta	
Rozdział XIX. Usługi turystyczne. Umowa o podróż.....	488
I. Standard ochrony konsumenta wynikający z prawa europejskiego	488

1. Szczególne zagrożenie konsumenta usług turystycznych	
2. Charakterystyka dyrektywy 90/314 EWG	
II. Stan prawny w zakresie usług turystycznych w Polsce	495
1. Ustawa o usługach turystycznych jako próba implementacji dyrektywy 90/314	
2. Konieczność uzupełnienia implementacji dyrektywy 90/314 w zakresie pozostawionych luk	
III. Zakres ochrony konsumenta usług turystycznych na podstawie ustawy o usługach turystycznych oraz Kodeksu cywilnego (stan <i>de lege lata</i>).....	500
1. Niejasność co do zakresu reżimu prawnego ustawy o usługach turystycznych	
2. Obowiązek informacyjny: zakres i skutki	
3. Obligatoryjna treść umowy	
4. Obowiązek zawarcia umowy ubezpieczenia NW i kosztów leczenia na rzecz konsumenta	
5. Forma umowy	
6. Zmiana ceny – ograniczenia	
7. Odpowiedzialność za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy	
8. Ocena ogólna standardu ochrony konsumenta w Polsce	
Rozdział XX. Timesharing	516
I. <i>Timesharing</i> w systemie usług konsumenckich	516
1. Usługa określana terminem „ <i>timesharing</i> ”	
2. <i>Timesharing</i> – zagrożenia dla konsumenta	
3. Atrakcyjność gospodarcza <i>timesharingu</i>	
4. Brak stałej „istoty prawnej” <i>timesharingu</i>	
II. Regulacja <i>timesharingu</i> w prawie wspólnotowym	519
1. <i>Timesharing</i> jako przedmiot dyrektywy 94/47 EWG	
2. Charakterystyka treści dyrektywy 94/47 EWG	
III. <i>Timesharing</i> w prawie polskim.....	524
1. Praktyka na tle <i>timesharingu</i>	
2. Początki ochrony prawnej beneficjentów <i>timesharingu</i> – ustawa o usługach turystycznych	
3. Ustawa z 13.7.2000 r. o <i>timesharingu</i>	
Rozdział XXI. Podarki, premie, konkursy sprzężone ze sprzedażą lub usługą	534
I. Zjawisko i wynikające z niego zagrożenia	534
1. Transakcje konsumenckie sprzężone ze świadczeniami promocyjnymi	
2. Trudności w ocenie prawnej praktyk promocyjnych sprzężonych ze sprzedażą lub usługą	
II. Kwalifikacja prawna: sprzedaż z prawem udziału w losowaniu nagrody, czy sugestia wydania nagrody uwarunkowanej dokonaniem zakupu; nieuczciwa reklama; ustawa o grach, zakładach wzajemnych i grach na automatach.....	538
1. Sprzedaż z prawem udziału w losowaniu nagrody	
2. Ocena prawna z punktu widzenia nieuczciwej reklamy	

3. Prawna kwalifikacja konkursów i loterii promocyjnych z punktu widzenia prawa o grach i zakładach	
III. Prawna kwalifikacja stosunku prawnego (stosunków prawnych) na tle sprzedaży z przyrzeczeniem udziału w losowaniu nagrody w wypadku konkursu i loterii promocyjnej	541
1. Sprzężenie ze sprzedażą przyrzeczenia publicznego	
2. Ogłoszenie konkursu	
3. Sprzedaż z szansą losowania	
Rozdział XXII. Usługi medyczne	544
1. Zmiany w prawnym reżimie usług medycznych w Polsce	
2. Paternalizm stosunków pacjent-lekarz	
3. Prawa zasadnicze pacjenta	
4. Sankcja naruszenia zasadniczych praw pacjenta	
5. Reżim prawny świadczeń na rzecz pacjentów-zmiany	
6. Prawne reżimy odpowiedzialności za niewykonanie lub nienależyte wykonanie usługi medycznej	
7. Wielość podmiotów odpowiedzialności	
8. Art. 419 KC jako podstawa roszczeń wobec władzy publicznej	
9. Odpowiedzialność solidarna za szkodę medyczną	
10. Podmiot odpowiedzialny za lekarza	
11. Regulaminy organizacyjne zoz	
12. Odpowiedzialność kasy powszechnego ubezpieczenia zdrowotnego	
13. Problem ubezpieczenia OC	
14. Deficyt ochrony pacjenta jako konsumenta usług medycznych	
Rozdział XXIII. Dziecko jako konsument – status cywilnoprawny; zakaz dyskryminacji	559
1. Status dziecka-nabywcy w prawie cywilnym	
2. Dziecko jako podmiot praw majątkowych	
3. Zakaz dyskryminacji małoletnich w placówkach handlowych i usługowych	
4. Ustawowe zakazy nabywania niektórych dóbr i usług	
5. Niekompletność regulacji – dylemat legislacyjny	
6. Niepełnoletni a reklama i informacja (prawo polskie)	
7. Niepełnoletni a reklama i informacja (prawo wspólnot europejskich)	
Część VI. Realizacja praw konsumentów	567
1. Realizacja praw konsumentów czy spory konsumenckie?	
2. Dostęp konsumentów do efektywnego wymiaru sprawiedliwości	
3. Problematyka proceduralnej ochrony konsumentów	
4. Konflikty powstające na tle umów z udziałem konsumentów	
Rozdział XXIV. Realizacja praw konsumentów – perspektywa prawa europejskiego	570
I. Działania Wspólnot Europejskich	570
1. Dostęp konsumentów do sprawiedliwości jako przedmiot zainteresowania prawa wspólnotowego	
2. Propozycje reformy postępowań sądowych	
3. Polepszenie dialogu między przedsiębiorcami a konsumentami	
4. Problem ochrony praw kolektywnych	
II. Problematyka kolizyjno-prawna	576

1. Akty prawa wspólnotowego	
2. Umowy konsumenckie w Konwencji Rzymskiej	
3. Umowy konsumenckie w Konwencji Lugańskiej	
III. „Środki ochronne” w poszczególnych dyrektywach konsumenckich	579
IV. Ochrona interesów grupowych przed naruszeniami dyrektyw konsumenckich	583
1. Ogólna charakterystyka dyrektywy 98/27 WE	
2. Zakres przedmiotowy dyrektywy 98/27	
3. Zakaz szkodliwych praktyk	
4. Kwalifikowane ciała jako inicjator postępowania	
5. Postępowanie ugodowe	
6. Próba oceny	
7. Próby implementacji dyrektywy 98/27 w Polsce	
V. Pozasądowe rozpatrywanie sporów konsumenckich – rekomendacja Komisji z 30.3.1998 r. i inne inicjatywy	587
1. Rekomendacja Komisji z 30.3.1998 r. o zasadach, jakim powinny odpowiadać ciała zajmujące się pozasądowym rozstrzygnięciem sporów konsumenckich	
2. Cechy, jakim powinno odpowiadać ciało rozstrzygające spory – zasady	
3. Formularz skargi konsumenckiej	
Rozdział XXV. Realizacja praw konsumenta w Polsce – próba bilansu	593
I. Sądowe rozstrzyganie sporów konsumenckich	593
1. Brak zainteresowania specyfiką sporów konsumenckich w sądach	
2. Sprawy konsumenckie w postępowaniu uproszczonym w KPC	
3. Stosunek sporów konsumenckich do spraw gospodarczych	
4. Sprawy o kontrolę wzorca umownego <i>in abstracto</i>	
II. Rozstrzyganie sporów konsumenckich poza sądownictwem powszechnym.....	599
1. Polubowne Sądy Konsumenckie	
2. Postępowanie mediacyjne w ramach Inspekcji Handlowej	
III. Organy o charakterze ombudsmańskim.....	603
1. Rzecznik Praw Obywatelskich	
2. Rzecznik Praw Ubezpieczonych	
IV. Rzecznik Praw Konsumentów	606
V. Udział organizacji konsumenckich w realizacji praw konsumentów przed sądem powszechnym i w innych postępowaniach.....	606
1. Zasady generalne	
2. Sprawy o ochronę konsumentów wskazane w art. 61 § 1 i 3 KPC	
3. Wytaczanie powództw na rzecz konsumentów (art. 61 KPC)	
4. Wstępowanie do sprawy przez organizację społeczną	
5. Przedstawianie stanowiska organizacji (działanie jako <i>amicus curiae</i>)	
6. Ocena ujęcia Kodeksu postępowania cywilnego w kwestii udziału organizacji konsumenckich w postępowaniu sądowym	

7. Kompetencje organizacji konsumentów przewidziane w prawie materialnym: art. 19 ust.1 pkt 1 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – odesłanie	
8. Uprawnienia organizacji konsumenckich w prawie antymonopolowym	
VI. Prawo międzynarodowe prywatne.....	615
VII. Cechy prawa materialnego powodujące nadmierną konieczność angażowania sądów w rozstrzyganie konfliktów konsumenckich	616
1. Wymagania co do standardu ochronnego konsumenta	
2. Zasada realnego wykonywania zobowiązania	
3. Konsument jako końcowy adresat świadczenia	
4. Technika legislacyjna w zakresie prawa umów	
5. Ciężar dowodu	
6. Odpowiedzialność odszkodowawcza a interes konsumenta	
7. Rygoryzm zasady <i>pacta sunt servanda</i>	
8. Problem formy czynności prawnej	
9. Akcentowanie materialnej a nie formalnej dostępności dokumentu	
10. Połowiczność tradycyjnych sankcji za wprowadzenie w błąd	
11. Uczynienie procedury z wprowadzenia w błąd co do cech oferowanego świadczenia, jego przedmiotu czy okoliczności transakcji	
12. Zagrożenie dla ważnego dla konsumenta realnego wykonania umowy	
13. Połowiczność cywilnoprawnej sankcji nieważności na tle umowy kredytu	
14. Połowiczność sankcji nieważności na tle problematyki klauzul abuzywnych	
Indeks rzeczowy	627