

Mira Malczyńska –Biały
Rzeszów
mira19@interia.pl

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta jako podmiot polityki ochrony konsumenta we współczesnej Polsce

Office of competition and consumer protection as subject of consumer protection policy in modern Poland

Streszczenie:

Artykuł dotyczy pozycji i roli Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w kreowaniu polityki ochrony konsumenta we współczesnej Polsce. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest ukazany na tle innych podmiotów ochrony konsumenta poprzez scharakteryzowanie jego genezy, struktury organizacyjnej, podstawy prawnej oraz głównych zadań w zakresie polityki konsumenckiej. W kolejnej części publikacji przeanalizowane zostaną wybrane aspekty rządowej *Strategii polityki konsumenckiej na lata 2007-2009*, która określa obecne oraz przyszłe zadania „Urzędu”.

Słowa kluczowe: Federacja Konsumentów, konsument, ochrona konsumenta, polityka konsumencka, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Urząd Antymonopolowy, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

Summary:

The article presents the position and role of the “Office of Competition and Consumer Protection” in creation consumer protection policy in modern Poland. The “Office of competition and consumer protection” has been showed on background of other consumer protection subjects, through description of its origin, development, organizational structure, legal base and the main inflection in range of consumer policy. It this publication also resolve the governmental Consumer Policy Strategy 2007-2009 which outlines the basis of the activities of the “Office” nowadays and in the future.

Keywords : Antimonopoly Office, Association of Polish Consumers, Consumer, Consumer Federation, consumer policy, consumer protection, Office of Competition and Consumer Protection, Subjects of consumer protection.

1. Uwagi wstępne

O rozwoju polityki ochrony konsumenta w Polsce faktycznie możemy mówić dopiero po 1989 roku, kiedy to dokonująca się transformacja ustrojowa pociągnęła za sobą wiele przemian mających na celu tworzenie efektywnej i nowoczesnej gospodarki rynkowej. Wprowadzenie zasad wolnego rynku spowodowało powstanie realnego zagrożenia interesów konsumenta, wynikającego głównie z braku odpowiednich norm prawnych oraz niekontrolowanej działalności podmiotów gospodarczych¹. Odpowiednia polityka konsumencka² jest podstawowym instrumentem wzmocnienia pozycji konsumenta, który jest słabszą stroną układu rynkowego. Prowadzenie polityki konsumenckiej jest działaniem niezbędnym do tworzenia uczciwego, konkurencyjnego i zrównoważonego rynku. W myśl art. 76 Konstytucji RP³ ochrona konsumentów w Polsce „przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi” należy do władz publicznych. Prowadzenie polityki konsumenckiej jest jedną z głównych powinności państwa wobec obywateli. Aby pobudzać właściwe funkcjonowanie gospodarki, trzeba zmniejszyć do minimum zagrożenia płynące ze strony konsumenta. Jeżeli konsument ma słabą pozycję na rynku, nie może być pełnowartościowym partnerem wpływającym na rozwój gospodarki⁴.

2. Podmioty polityki konsumenckiej we współczesnej Polsce

Zgodnie z Ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów⁵ podmiotami ochrony konsumentów⁶, kształtującymi politykę konsumencką w Polsce są: Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), który jest centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów; Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, przy pomocy którego Prezes UOKiK wykonuje swoje zadania; podległa Prezesowi UOKiK pełniąca funkcję kontrolną

¹ Por. J. Maliszewska-Nienartowicz, *Ewolucja ochrony konsumenta w europejskim prawie wspólnotowym*, Toruń 2004, s.11.

² Polityka konsumencka – ogół świadomych działań państwa zmierzających do ukształtowania takich warunków, które umożliwiają realizację dążeń konsumentów do możliwie najpełniejszego zaspokojenia, za pomocą posiadanych dochodów odczuwalnych potrzeb. Zob. M. Niepokulczycka, *Polityka konsumencka w Polsce-aspekt integracyjny*, w: *Socjoekonomiczna i prawna sytuacja konsumentów w Polsce w obliczu integracji z Unią Europejską*, red. K. Gutkowska, I. Ozimek, Warszawa 1998, s.105.

³ Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 roku, (Dz. U. nr 78 poz. 483).

⁴ I. Sowa, *Polityka konsumencka w Unii Europejskiej i Polsce*, red. E. Kieźel, *Ochrona interesów konsumentów w aspekcie integracji europejskiej*, Warszawa 2007, s. 30.

⁵ Ustawa z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów, (Dz. U. nr 331, poz. 50 z późn. zm.).

⁶ Zob. *Vademecum konsumenta*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa 2003, s. 6.

na rynku Inspekcja Handlowa; powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów, który realizuje zadania samorządu terytorialnego w zakresie ochrony praw konsumentów poprzez prowadzenie edukacji konsumenckiej, wprowadzenie elementów wiedzy konsumenckiej do programów nauczania w szkołach publicznych; organizacje konsumenckie reprezentujące interesy konsumentów wobec organów administracji rządowej i samorządowej, uczestniczące w realizacji rządowej polityki konsumenckiej np. Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Polskie Towarzystwo Ekonomiki Gospodarstwa Domowego; organizacje arbitrażu branżowego: Rzecznik Ubezpieczonych, Arbiter Bankowy; organizacje społeczne: Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Polskie Towarzystwo Ekonomiki Gospodarstwa Domowego⁷. Podmiotem posiadającym uprawnienia do ochrony konsumentów w Polsce jest również Rzecznik Praw Obywatelskich⁸. Stoi on na straży wolności i praw człowieka i obywatela, określonych w konstytucji oraz innych aktach normatywnych⁹.

3. Geneza i działalność Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta

Pierwszym dokumentem programowym w Polsce mającym na celu wzmocnienie pozycji konsumenta i egzekwowanie jego praw była przyjęta przez Radę Ministrów dnia 15 września 1998 roku *Polityka konsumencka Rządu na lata 1998-1999*¹⁰. W dokumencie określone zostały podstawowe problemy ochrony konsumenta w Polsce, cele, kierunki i instrumenty polityki konsumenckiej, oraz harmonogram działań realizacyjnych na lata 1998-1999. W „*Polityce*” położono szczególny nacisk na prace legislacyjne związane z implementacją przepisów prawa krajowego w obszarze ochrony konsumenta do wymogów wspólnotowych, w związku ze zbliżającymi się negocjacjami akcesyjnymi z Unią Europejską.

W Polsce brak było organu rządowego koordynującego i monitorującego całościowo działań politycznych w ww. zakresie, co powodowało ich rozproszenie i obniżało skuteczność. Sytuacja ta uległa zmianie w 1990 roku wraz z przekształce-

⁷ Zob. szerzej A. Streżyńska, *Ochrona konsumentów w Unii Europejskiej i Polsce*, Warszawa 2000, s.14.

⁸ Ustawa z dnia 15 lipca 1987 roku o Rzeczniku Praw Obywatelskich, (tekst jednolity Dz. U. z 2001 roku, nr 14, poz. 147 z późn. zm.).

⁹ Por. A. Zoll, *Skargi konsumentów w praktyce Rzecznika Praw Obywatelskich*, w: *Ochrona konkurencji i konsumentów w Polsce i Unii Europejskiej (studia prawno-ekonomiczne)*, red. C. Banasiński, Warszawa 2005, s. 241.

¹⁰ *Rządowy projekt polityki konsumenckiej na lata 1998-1999*, Biuletyn Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów nr 18-19, Warszawa 1998, s. 17.

niem Urzędu Antymonopolowego¹¹ w Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK), któremu przyznano szczególną rolę w kształtowaniu polityki konsumenckiej¹².

W 1996 roku Urząd Antymonopolowy przejął zadania związane z kreowaniem polityki konsumenckiej w Polsce oraz ochroną słabszych uczestników rynku. Wówczas zmieniono również jego nazwę na Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Podporządkowano mu Państwową Inspekcję Handlową (obecnie Inspekcję Handlową). Zmiana ta miała na celu integrację polityki konsumenckiej i konkurencyjnej oraz większą skuteczność ich ochrony¹³.

Statut UOKiK z dnia 5 lutego 1997 roku¹⁴ określał UOKiK jako urząd administracji rządowej obsługujący Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, działający zgodnie z jego zarządzeniami, decyzjami i wytycznymi oraz będący pod jego bezpośrednim kierownictwem. Kolejną zmianą dokonaną w związku z reformą ustrojową państwa była zmiana tytułu ustawy z Ustawy o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym na Ustawę o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym i ochronie interesów konsumentów. Poszerzono również kompetencje Prezesa UOKiK w zakresie ochrony konsumentów¹⁵. Powyższe zabiegi wskazują, że ustawodawca coraz większą wagę zaczął przypisywać do problematyki konsumenckiej.

Istotne znaczenie dla rozwoju polityki ochrony konsumenta miała uchwalona 15 grudnia 2000 roku Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów¹⁶. Określała ona zasady funkcjonowania całego systemu ochrony konkurencji i konsumentów, w którym centralne miejsce zajmował wyłaniany w drodze konkursu Prezes UOKiK¹⁷. „Urząd” rozpoczął nadzorowanie ogólnego bezpieczeństwa produktów. Rok później zakres jego zadań poszerzono o monitoring pomocy publicznej udzielanej przedsiębiorcom w Polsce. W 2002 roku UOKiK podjął działania mające na celu stworzenie

¹¹ Urząd Antymonopolowy powołany został Ustawą z dnia 24 lutego 1990 roku o przeciwdziałaniu praktykom monopolistycznym (tekst jednolity Dz. U z 1991 r. Nr 89, poz. 403 z późn. zm.). Głównym jego zadaniem było przeciwdziałanie zawieraniu antykonkurencyjnych porozumień i nadużywaniu pozycji dominującej na rynku oraz kontrola koncentracji przedsiębiorców.

¹² M. Niepokulczycka, *Polityka konsumencka i ochrona interesów konsumentów. Materiały dla pracowników i działaczy samorządów terytorialnych*, Warszawa 1999, s. 31.

¹³ A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło, I. Ozimek, *Ochrona i edukacja konsumentów we współczesnej gospodarce rynkowej*, Warszawa 2005, s. 61.

¹⁴ Rozporządzenie Prezesa Rady Ministrów z dnia 5 lutego 1997 roku w sprawie nadania statutu Urzędowi Ochrony Konkurencji i Konsumentów (Dz. U. Nr 12, poz. 66).

¹⁵ Ustawa z dnia 24 lipca 1998 roku o zmianie niektórych ustaw określających kompetencje organów administracji publicznej w związku z reformą ustrojową państwa (Dz. U. Nr 106, poz. 668 z późn. zm.).

¹⁶ Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 roku o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 122 poz. 1319 z późn. zm.).

¹⁷ Zob. E. Modzelewska-Wąchal, *Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów: komentarz*, Warszawa 2002, s. 182.

systemu nadzoru rynku dla wyrobów podlegających dyrektywom wspólnotowym oraz systemu monitorowania jakości paliw. Akcesja Polski do Unii Europejskiej z dniem 1 maja 2004 roku dla UOKiK oznaczała przede wszystkim zakończenie procesu harmonizacji polskiego prawa antymonopolowego i konsumenckiego z regulacjami unijnymi. Obecnie obowiązuje nowa Ustawa z dnia 16 lutego 2007 roku o ochronie konkurencji i konsumentów¹⁸. Dział V Ustawy poświęcony jest organizacji ochrony konkurencji i konsumentów. Określa strukturę organizacyjną UOKiK oraz kompetencje Prezesa UOKiK. Prezes Urzędu jest centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów. Prezes Rady Ministrów sprawuje nadzór nad działalnością Prezesa Urzędu. W myśl art. 31 Ustawy, Prezes UOKiK kontroluje przestrzeganie przez przedsiębiorców przepisów Ustawy; wydaje decyzje w sprawach praktyk ograniczających konkurencję, w sprawach koncentracji przedsiębiorców oraz w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów; prowadzi badania stanu koncentracji gospodarki oraz zachowań rynkowych przedsiębiorców; współpracuje z krajowymi i międzynarodowymi organami i organizacjami, do których zakresu działania należy ochrona konkurencji i konsumentów; wykonuje zadania i kompetencje organu ochrony konkurencji państwa członkowskiego Unii Europejskiej; opracowuje i przedkłada Radzie Ministrów projekty aktów prawnych dotyczących ochrony konkurencji i konsumentów; przedkłada Radzie Ministrów okresowe sprawozdania z realizacji rządowych programów rozwoju konkurencji i polityki konsumenckiej; współpracuje z organami samorządu terytorialnego, w zakresie wynikającym z rządowej polityki konsumenckiej, inicjuje badania towarów, wykonywanych przez organizacje konsumenckie; opracowuje i wydaje publikacje oraz programy edukacyjne popularyzujące wiedzę o ochronie konkurencji i konsumentów; występuje w stosunku do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów; realizuje zobowiązania międzynarodowe Rzeczypospolitej Polskiej w zakresie współpracy i wymiany informacji w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów oraz pomocy publicznej; gromadzi i upowszechnia orzecznictwo w sprawach z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów; współpracuje z Szefem Krajowego Centrum Informacji Kryminalnych w zakresie niezbędnym do realizacji jego zadań ustawowych. Na mocy Ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji¹⁹ Prezes UOKiK został upoważniony w razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji do występowania w interesie konsumentów przed sądem powszechnym z roszczeniami zaniechania w interesie konsumenten-

¹⁸ Dz. U. Nr 50, poz. 331

¹⁹ Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jednolity Dz. U. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.).

tów niedozwolonych działań, usunięcia ich skutków oraz złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia powszechnej treści i w odpowiedniej formie.

W skład UOKiK wchodzi Centrala w Warszawie oraz delegatury. Centrala UOKiK zajmuje się zadaniami o charakterze ogólnokrajowym. W jej skład wchodzi komórki organizacyjne mające status departamentu. Obecnie funkcjonuje 9 departamentów²⁰. Departament Prawny i Orzecznictwa Europejskiego zajmuje się przygotowaniem i opiniowaniem projektów aktów normatywnych dotyczących ochrony konkurencji i konsumentów oraz reprezentowaniem Prezesa UOKiK w postępowaniach sądowych. Departament przygotowuje dokumenty i informacje niezbędne do reprezentowania Polski w sprawach dotyczących pomocy publicznej toczących się przed Komisją Europejską, Trybunałem Sprawiedliwości i Sądem Pierwszej Instancji. Prowadzi obsługę prawną Urzędu, przygotowuje projekty najważniejszych przepisów z zakresu prawa antymonopolowego i konsumenckiego, opiniuje projekty przygotowywane w departamentach merytorycznych. Ponadto, reprezentuje Prezesa Urzędu w postępowaniach przed Sądem Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Sądem Apelacyjnym i Sądem Najwyższym (w sprawach kasacji wniesionych od wyroków Sądu Apelacyjnego), a także sądami administracyjnymi oraz innymi organami orzekającymi²¹. Departament Prawny i Orzecznictwa Europejskiego wydaje opinie prawne w zakresie interpretacji przepisów ustawy antymonopolowej oraz innych ustaw, z których wynikają określone zadania i kompetencje Prezesa UOKiK oraz podległej mu Inspekcji Handlowej. Wyjaśnia wątpliwości prawne powstające w trakcie prac różnych komórek organizacyjnych Urzędu. Zajmuje się gromadzeniem orzecznictwa zarówno krajowego, jak i wspólnotowego z zakresu ochrony konkurencji, konsumentów, pomocy publicznej. Prowadzi rejestr odwołań i zażaleń kierowanych do osądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, apelacji wnoszonych do Sądu Apelacyjnego, kasacji wnoszonych do Sądu Najwyższego oraz skarg do sądów administracyjnych. Departament Prawny i Orzecznictwa Europejskiego analizuje orzecznictwo oraz wybrane zagadnienia z zakresu polskiego i wspólnotowego prawa ochrony konkurencji i konsumentów, redaguje również Dziennik Urzędowy UOKiK. Departament Ochrony Konkurencji podejmuje działania, w imieniu Prezesa UOKiK które, mają na celu przeciwdziałanie porozumieniom antykonkurencyjnym oraz praktykom nadużywania dominującej pozycji rynkowej przez przedsiębiorców. Odpowia-

²⁰ Por. *Ochrona konsumentów. Aspekty prawne i instytucjonalne. Nowe uregulowania*, Tom I, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa 2000, s. 168.

²¹ Zob. M. du Vall, *Pozycja procesowa Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w zakresie postępowania sądowego w sprawach o zwalczanie nieuczciwej konkurencji*, w: *Ochrona konsumenta. Cz.1, Opracowanie analityczne*, red. E. Traple, M. du Vall, Warszawa 1998, s. 231.

da za prowadzenie postępowań, a także przygotowuje decyzje i postanowienia w tym zakresie. Departament opracowuje stanowisko Prezesa Urzędu w związku z ewentualnymi odwołaniami, zażaleniami i kasacjami, jednocześnie kontroluje wykonanie wydanych decyzji i wyroków. Pracownicy Departamentu Ochrony Konkurencji reprezentują Urząd w pracach legislacyjnych związanych z zagadnieniami polityki konkurencji, przygotowują projekty rządowych programów rozwoju konkurencji i okresowe sprawozdania z ich realizacji. Departament Ochrony Konkurencji współpracuje z Departamentem Prawnym i Orzecznictwa Europejskiego oraz z Departamentem Analiz Rynku. Głównym zadaniem Departamentu Analiz Rynku jest analizowanie informacji o stanie konkurencji na poszczególnych rynkach krajowych. Prowadzi analizy sektorów, w których dochodzi do zakłóceń konkurencji będących przedmiotem prowadzonych postępowań, a także tych o wrażliwej strukturze najczęściej narażanych na naruszenia prawa antymonopolowego. W przypadku podejrzenia, że doszło do naruszenia prawa, zawiadamia kierownictwo Urzędu o konieczności wszczęcia postępowania. W ostatnich latach przedmiotem szczególnego zainteresowania Departamentu Analiz Rynku były rynki m.in.: telefonii stacjonarnej i komórkowej, wyrobów farmaceutycznych, paliw oraz usług świadczonych przez przedstawicieli wolnych zawodów, a także rynek produktów i usług finansowych. Departament Analiz Rynku koordynuje działania analityczne prowadzone w innych jednostkach Urzędu, przygotowuje plany badań, uczestniczy w pracach nad kształtem rządowej polityki konkurencji. Monitoruje zmiany zachodzące we wspólnotowej polityce konkurencji, sporządza raporty z prowadzonych badań na potrzeby UOKiK, a wyniki analiz są wykorzystywane m.in. w publikacjach wydawanych przez Urząd. Ponadto, Departament zarządza bazami danych na temat konkurencji w polskiej gospodarce, a także wspiera departamenty orzecznicze przy prowadzonych przez nie postępowaniach wykonując analizy ekonomiczne. Departament Kontroli i Koncentracji odpowiedzialny jest za monitorowanie poziomu koncentracji na poszczególnych rynkach krajowych oraz prowadzenie postępowań antymonopolowych. Przygotowuje i opiniuje również akty prawne, decyzje w sprawach koncentracji lub podziału przedsiębiorców oraz kar pieniężnych. Departament ściśle współpracuje z organami Unii Europejskiej i krajów członkowskich Unii w zakresie kontroli koncentracji. Departament Monitorowania Pomocy Publicznej dokonuje wstępnej oceny zgodności z prawem wspólnotowym projektów programów pomocowych oraz przypadków pomocy indywidualnej (udzielanej na podstawie decyzji albo umów), jak również wyraża stanowisko wobec obowiązku ich notyfikacji do Komisji Europejskiej. Departament przygotowuje dokumenty i informacje niezbędne do reprezentowania Polski w sprawach dotyczących pomocy publicznej toczących się przed Komii-

sją Europejską, Trybunałem Sprawiedliwości i Sądem Pierwszej Instancji. Jest odpowiedzialne za monitorowanie pomocy publicznej udzielanej przedsiębiorcom w Polsce. Przygotowuje coroczny raport na ten temat zawierający dane ilościowe i jakościowe oraz ogólną ocenę wpływu przyznanego wsparcia na stan konkurencji na rynku. Podstawowym zadaniem Departamentu Polityki Konsumenckiej jest kształtowanie i realizowanie rządowej polityki konsumenckiej. Głównie narzędzie stanowi prowadzenie postępowań administracyjnych w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Departament inicjuje ponadto prace legislacyjne nad tworzeniem i nowelizacją przepisów dotyczących konsumentów. Do kompetencji Departamentu Polityki Konsumenckiej należy wytaczanie (w porozumieniu z Departamentem Prawnym i Orzecznictwa Europejskiego) powództw o uznanie postanowień wzorców umownych za niedozwolone. Departament Polityki Konsumenckiej wspiera jednostki samorządu terytorialnego, krajowe organizacje społeczne i inne instytucje, w realizacji zadań z zakresu ochrony interesów konsumentów. Inicjuje również badania towarów i usług. Departament Nadzoru Rynku monitoruje poszczególne sektory w celu eliminowania z nich produktów niebezpiecznych, towarów nie spełniających zasadniczych wymagań oraz paliwa złej jakości. W zakresie ogólnego bezpieczeństwa produktów Departament Nadzoru Rynku zatwierdza plany kontroli i monitoruje ich przebieg oraz poddaje ocenie ich skuteczność. Departament dokonuje ewidencji produktów niebezpiecznych, a także zbiera na ich temat informacje, które następnie przekazuje właściwym organom. Gromadzi ponadto powiadomienia przekazywane przez producentów i dystrybutorów o wprowadzonych na rynek wyrobach nie spełniających wymagań bezpieczeństwa. W imieniu Prezesa UOKiK Departament Nadzoru Rynku monitoruje działanie systemu kontroli zgodności wyrobów z zasadniczymi wymaganiami określonymi w aktach prawnych wprowadzających do polskiego prawa tzw. dyrektywy nowego podejścia. Współpracuje z organami wyspecjalizowanymi, opiniując ich plany kontroli i przekazując informacje o wprowadzanych do obrotu wyrobach nie spełniających zasadniczych wymagań. Prowadzi również rejestr takich wyrobów. Departament Nadzoru Rynku wykonuje zadania Prezesa UOKiK związane z zarządzaniem systemem monitorowania i kontrolowania jakości paliw oraz przygotowuje programy kontroli stacji i hurtowni (przeprowadzanych przez Inspekcję Handlową). Sporządza okresowe raporty przekazywane Radzie Ministrów i Komisji Europejskiej. Prowadzi także bazę danych koniecznych do podejmowania działań kontrolnych (wykaz przedsiębiorców, stacji paliw i hurtowni oraz laboratoriów posiadających certyfikaty akredytacyjne na prowadzenie badań paliwa). Departament Współpracy z Zagranicą i Komunikacji Społecznej jest odpowiedzialny

za kształtowanie oraz realizację polityki informacyjno-edukacyjnej Urzędu²² oraz współpracę międzynarodową w zakresie ochrony konkurencji i konsumentów. Do jego głównych zadań należy inicjowanie i przeprowadzanie kampanii społecznych, realizacja projektów wydawniczych i promocyjnych, współpraca ze środkami masowego przekazu oraz zarządzanie serwisami internetowymi Urzędu. Departament Budżetu i Administracji zajmuje się prowadzeniem zamówień publicznych, bieżącą obsługą Urzędu oraz sprawami administracyjno-gospodarczymi. Odpowiada za planowanie i wykonywanie budżetu resortu oraz prowadzenie rejestru kar pieniężnych. Departament monitoruje sprawy kadrowe z zakresu płac i administrowania środkami na wynagrodzenia. Jest odpowiedzialny za sprawne funkcjonowanie systemu informatycznego centrali Urzędu i delegatur. Departament ściśle współpracuje z komórkami merytorycznymi, np. z Departamentem Polityki Konsumentkiej przy przyznawaniu dotacji i realizacji zadań zleczanych przez Urząd jednostkom pozarządowym w zakresie ochrony konsumentów²³.

Zgodnie z art. 33 ust. 1 Ustawy o ochronie Konkurencji i konsumentów, delegatury UOKiK realizują zadania mające zasięg lokalny. Każda z delegatur wchodzących w skład Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów realizuje zadania w imieniu Prezesa UOKiK w obrębie swojego regionu. Kontroluje przestrzeganie przez przedsiębiorców przepisów Ustawy, nakładając przewidziane prawem kary pieniężne, bada stan konkurencyjności gospodarki oraz zachowania rynkowe przedsiębiorców, prowadzi postępowania wyjaśniające, antymonopolowe oraz w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów²⁴. Oprócz spraw należących do ich właściwości mogą załatwiać inne sprawy przekazane przez Prezesa Urzędu. Prezes Rady Ministrów określa, w drodze rozporządzenia, właściwość miejscową i rzeczową delegatur Urzędu w sprawach z zakresu działania Prezesa Urzędu, uwzględniając charakter i liczbę spraw występujących na danym terenie. Obecnie działa 9 delegatur tj. we Wrocławiu, Bydgoszczy, Łodzi, Lublinie, Krakowie, Warszawie, Gdańsku, Katowicach, i Poznaniu. W szczególnie uzasadnionych przypadkach Prezes Urzędu może sprawę należącą do właściwości delegatury przejąć lub przekazać do załatwienia innej delegaturze Urzędu. Może również sprawę należącą do swojej właściwości przekazać do załatwienia wskazanej delegaturze. Podmiotem odpowiedzialnym za prowadzenie rejestru wniosków o udostępnienie informacji publicznej oraz za koordynację spraw związanych z realizacją przepisów ustawy

²² Zob. szerzej: A. Dąbrowska, M. Janoś-Kresło, s. 152.

²³ http://www.uokik.gov.pl/pl/o_urzedzie/organizacja/departamenty/[odczyt: 11.01.2008]

²⁴ *Broszura informacyjna*, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów Warszawa 2004, s. 10.

o działalności lobbingowej w procesie stanowienia prawa jest Sekretariat Prezesa. Odpowiada również za prowadzenie wykazu skarg na działalność Urzędu oraz jego pracowników. Ponadto, Sekretariat Prezesa czuwa nad prawidłowym obiegiem korespondencji kierowanej do Urzędu, przygotowuje materiały dla kierownictwa UOKiK na posiedzenia Rady Ministrów i jej organów pomocniczych oraz koordynuje wykonywanie przez komórki organizacyjne zadań zleconych. Do obsługi kancelaryjnej i administracyjno-biurowej Dyrektora Generalnego oraz realizacji spraw pracowniczych, w tym zatrudniania, awansowania, szkolenia oraz organizowania staży i praktyk studenckich zostało powołane Biuro Dyrektora Generalnego. Biuro wykonuje również kontrole wewnętrzne w Departamentach objętych budżetem Urzędu.

4. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów a perspektywy polityki konsumenckiej

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów uczestniczy w kreowaniu polityki konsumenckiej również poprzez przedkładanie Radzie Ministrów projektów i dokumentów rządowych o charakterze programowym. Najnowszym dokumentem określającym perspektywy polityki konsumenckiej jest *Strategia polityki konsumenckiej na lata 2007-2009*²⁵. Niniejszy dokument opracowywany przez UOKiK stanowi piątą już z kolei strategię działań Rządu Rzeczypospolitej Polskiej podejmowanych w celu wzmocnienia poziomu ochrony praw konsumentów na polskim rynku oraz zapewnienia im równych szans na rynku wspólnotowym²⁶. Strategia składa się z trzech części. Pierwsza część to wstęp, zawierający założenia programowe, druga część ma charakter opisowy i dotyczy sposobu realizacji polityki konsumenckiej w latach 2004-2006. Ostatnia określa cele polityki konsumenckiej. Tak jak w poprzednich programach, koordynacja zadań związanych z realizacją polityki konsumenckiej przynależna jest Prezesowi UOKiK. Niniejszy dokument wskazuje, że niezbędnym elementem dla prawidłowej i pełnej realizacji zadań z zakresu ochrony konsumentów jest kontynuowanie współpracy z organizacjami konsumenckimi, co winno przejawiać się przede wszystkim w zleceniu im zadań z zakresu realizacji polityki konsumenckiej, a także podjęciu starań zmierzających do zapewnienia im odpowiedniego poziomu środków finansowych. Istotnym działaniem w ramach realizacji Strategii pozostaje rozszerzenie współpracy z organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców.

Polityka konsumencka Rządu na lata 2007 – 2009 odwołuje się do podstawo-

²⁵ Uchwała Rady Ministrów z dnia 5 grudnia 2007 roku w sprawie przyjęcia Strategii polityki konsumenckiej na lata 2007-2009, <http://www.kprm.gov.pl/s.php?doc=1179>, [odeczyt: 11.01.2008].

²⁶ Por. I. Sowa, s. 44.

wych wartości europejskich, takich jak zasada demokracji, solidarności i subsydiarności. Zasada subsydiarności sprowadza się w tym miejscu do projektowania polityki konsumenckiej i kierunków jej działań przez Prezesa UOKiK. Jednakże realizacja tej polityki dokonywana jest już wspólnie z poszczególnymi ministerstwami, pozarządowymi organizacjami konsumenckimi i szczeblem samorządowym (rzecznicy konsumentów). *Strategia Polityki Konsumenckiej na lata 2007 – 2009* ukierunkowana jest na realizację i wzmocnienie czterech podstawowych celów: stymulacji bezpiecznego i pro-konsumenckiego rynku; dalszego rozwoju dialogu konsumenckiego i wzmocnienia mechanizmów samoregulacyjnych; wzmocnienia i rozwoju efektywnego i skutecznego systemu poradnictwa i dochodzenia roszczeń konsumenckich oraz prowadzenia pro-aktywnej polityki informacyjno – edukacyjnej.

Realizacja celów polityki konsumenckiej wymaga wzmocnienia dotychczas stosowanych metod i sposobów działania. Poważny problem stanowią braki kadrowe (zarówno na szczeblu administracji rządowej jak i samorządowej oraz pozarządowych organizacji konsumenckich), uniemożliwiające podejmowanie działań na szerszą skalę. Wykonalność wielu zaplanowanych działań zależna jest właśnie od wzmocnienia kadrowego ale i także zapewnienia odpowiednich środków na ich realizację (dotyczy to przede wszystkim organizacji konsumenckich). W minionych latach część strategicznych działań realizowanych było ze środków unijnych. W związku z kilkuletnim już członkostwem Polski w UE, dotacje Unijne na te cele nie będą miały tak dużego wymiaru.²⁷

5. Uwagi końcowe

Powstanie w 1996 roku Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jako rządowego organu koordynującego całokształt polityki konsumenckiej było zdecydowanie pozytywną zmianą w sferze infrastruktury instytucjonalnej ochrony konsumenta w Polsce. UOKiK poprzez całokształt działań podejmowanych na rzecz konsumentów jest jednym z najprężniej działających podmiotów polityki konsumenckiej. Misją Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest podnoszenie dobrobytu konsumentów poprzez ochronę i tworzenie warunków dla funkcjonowania konkurencji. Dzięki tym działaniom wzmocniona zostaje konkurencyjność przedsiębiorstw działających na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej, co bezpośrednio sprzyja rozwojowi gospodarce Polski.

²⁷ Por. *Strategia polityki konsumenckiej UE na lata 2007-2013*, Urząd Oficjalnych Publikacji Wspólnot Europejskich, Luksemburg 2007, s. 15.