

Spis treści

Wstęp	11
Rozdział 1. Pojęcie konsumenta	17
1.1. Ekonomiczne ujęcie konsumenta	17
1.2. Marketingowe ujęcie konsumenta	21
1.3. Prawne ujęcie konsumenta	26
1.4. Społeczne ujęcie konsumenta	31
Rozdział 2. Prawa konsumenta	34
2.1. Perspektywy praw konsumenta	34
2.2. Prawo do zaspokojenia podstawowych potrzeb	42
2.3. Prawo wyboru	43
2.4. Prawo do zdrowego środowiska	44
2.5. Prawo do bezpieczeństwa	46
2.6. Prawo do informacji	52
2.7. Prawo do edukacji konsumenckiej	55
2.8. Prawo do efektywnego dochodzenia roszczeń	57
2.9. Prawo do bycia wysłuchanym	57
Rozdział 3. Legitymizacja praw konsumenta	59
3.1. Geneza legitymizacji praw konsumenta	59
3.2. Źródła prawa europejskiego	61
3.3. Europejskie podstawy prawa ochrony konsumentów	63
3.4. Projekt „Nowego ładu dla konsumentów”	69
3.5. Egzekwowanie prawa ochrony konsumentów	71
Rozdział 4. Kodeksy dobrych praktyk w ochronie praw konsumenta	77
4.1. Podręcznik dobrych praktyk UNCTAD	77
4.2. Standard dobrych praktyk ISO	81
4.3. Sektorowe dobre praktyki ochrony konsumentów	84
Rozdział 5. Polityka ochrony praw konsumentów w Unii Europejskiej	144
5.1. Pojęcie polityki ochrony praw konsumentów	144
5.2. Zarys rozwoju polityki ochrony praw konsumentów	146
5.3. Program na lata 2020–2025	153

Rozdział 6. Ochrona praw konsumentów w Polsce	159
6.1. Podstawy prawne	162
6.2. Ochrona praw konsumentów w handlu tradycyjnym	165
6.2.1. Umowa sprzedaży	165
6.2.2. Gwarancja	169
6.2.3. Reklamacja	171
6.2.4. Rękojmia	174
6.2.5. Obowiązki informacyjne przedsiębiorców	178
6.3. Ochrona praw konsumentów w handlu elektronicznym	184
6.3.1. Regulamin sklepu	185
6.3.2. Odstąpienie od umowy	186
6.3.3. Obowiązki informacyjne przedsiębiorców	190
6.4. Ochrona praw konsumentów usług	193
6.4.1. Ochrona praw konsumenta usług bankowych	193
6.4.2. Ochrona praw konsumenta usług turystycznych	196
6.4.3. Ochrona praw konsumenta usług lotniczych	199
6.4.4. Ochrona praw konsumenta usług finansowych	208
6.4.5. Ochrona praw konsumenta usług cyfrowych	210
6.4.6. Ochrona praw konsumenta usług hotelarskich	214
6.4.7. Ochrona praw konsumenta usług ubezpieczeniowych	215
Rozdział 7. Odpowiedzialność za produkt	218
7.1. Podstawy prawne	218
7.2. Dyrektywy Nowego Podejścia	224
7.3. Odpowiedzialność producenta	235
Rozdział 8. Ochrona zbiorowych interesów konsumentów w Polsce	240
8.1. Podstawa prawna	240
8.2. Polityka ochrony praw konsumentów	241
8.3. Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów	247
8.4. Nieuczciwe praktyki rynkowe	252
8.5. Klauzule abuzywne	259
8.6. Sankcje prawne	265
Rozdział 9. Instytucje ochrony praw konsumentów w Polsce	270
9.1. Podstawy prawne	271
9.2. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów	273
9.3. Inspekcja Handlowa	275
9.4. Rzecznik konsumentów	278
9.5. Federacja Konsumentów	280
9.6. Organizacje konsumenckie	281
9.7. Stowarzyszenie Konsumentów Polskich	282
9.8. Rzecznik Finansowy	283
9.9. Rzecznik Praw Pacjenta	286
9.10. Rzecznik Praw Pasażera Kolei	288
9.11. Sądy powszechne	291

Rozdział 10. Instytucje ochrony praw konsumentów w Europie	294
10.1. Międzynarodowa Sieć Ochrony Konsumenta	294
10.2. Międzynarodowa Organizacja Konsumentów	295
10.3. Sieć Europejskich Centrów Konsumentckich	295
10.4. Federacje organów krajowych	298
Rozdział 11. Alternatywne dochodzenie roszczeń	299
11.1. Arbitraż	300
11.2. Mediacje	302
11.3. Standard ADR	305
11.4. Platforma ODR	312
Rozdział 12. Wytyczne Międzynarodowej Organizacji Normalizacyjnej	319
12.1. Wytyczne dotyczące kodeksów postępowania	319
12.2. Wytyczne dotyczące postępowania z reklamacjami	322
12.3. Wytyczne dotyczące rozstrzygania sporów na zewnątrz organizacji	329
Zakończenie	334
Bibliografia	339
Spis załączników	348
Załączniki	349
Indeks rzeczowy	370