URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

KODEKSY DOBRYCH PRAKTYK UZUPEŁNIENIEM PORZĄDKU PRAWNEGO

7 marca 2006 r.

Autor:

Agnieszka Zawartko

Istota samoregulacji

- Dobrowolne ograniczenie swobody swojego działania przez podmioty funkcjonujące na rynku - wskutek ustaleń dokonywanych przez zrzeszające je organizacje, związki branżowe itp.

- Istotą samoregulacji jest zbudowanie systemu samoograniczeń oraz czuwanie nad przestrzeganiem zasad ujętych w kodeksach, przez:

- działania ex ante
- działania ex post

Korzyści płynące z samoregulacji

- działalność profilaktyczna i wprowadzanie różnego rodzaju zabezpieczeń uprzednich,
- łatwość i stosunkowo niskie koszty przygotowania regulacji,
- możliwość aktualizowania regulacji w odpowiedzi na zmiany warunków rynkowych,
- fachowość organów prowadzących działalność samokontrolną - uwzględniających specyfikę branżową,
- elastyczność i szybkość działania w rozpatrywaniu skarg (w porównaniu z systemem sądowym lub prawno-administracyjnym),
- wydawanie umotywowanych decyzji - utworzone w tym celu organy w ramach organizacji samokontrolnych posiadają uprawnienia rozstrzygania spraw z zakresu nieuczciwej konkurencji, nieuczciwej reklamy i innych praktyk marketingowych, działając w tym zakresie jako sąd polubowny. Przedmiotem rozpatrywania są skargi pochodzące od społeczeństwa (konsumentów) lub od konkurencyjnych przedsiębiorstw.

Ograniczenia samoregulacji

- brak w pełni skutecznych sankcji (wiele organów samokontrolnych nie dysponuje środkami przymusu w stosunku do przedsiębiorstw, które nie odpowiedzą na wezwanie do zaprzestania prowadzenia działań niezgodnych z regułami kodeksów),
- zawężony zakres podmiotowy samokontroli do przedsiębiorstw, które są członkami danej organizacji – brak powszechności,
- tendencja do minimalizowania zakresu i stopnia ograniczeń.

Efektywność systemu samoregulacyjnego

O efektywności decyduje:

- stan rozwiązań prawnych, istniejących na danym rynku,
- stopień powiązania i współdziałania systemu samoregulacyjnego z systemem administracyjnym.

Samoregulacja może być traktowana wyłącznie jako uzupełnienie, a nie – jako zastępowanie systemu prawnego.

Takie stanowisko zajmuje Parlament Europejski (vide: PE 328.827/62, p. 17) oraz Komisja UE (vide: art. 5 dyrektywy z 10 września 1984 r. o reklamie wprowadzającej w błąd; art. 10 dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych).

Samoregulacje w pracach Komisji Europejskiej (1)

- Komisja Europejska zajmuje zdecydowane stanowisko w kwestii oceny miejsca samoregulacji w całości systemu ochrony konsumentów i regulacji sfery stosunków rynkowych, w szczególności – jej relacji w stosunku do systemu sądowego i administracyjno-prawnego.
- Znalazło ono wyraz w art. 5 Dyrektywy Rady 84/450/EWG dotyczącej reklamy wprowadzającej w błąd, w którym stwierdza się: „*Niniejsza dyrektywa nie wyklucza dobrowolnej kontroli wprowadzającej w błąd reklamy przez organy samokontrolne i postępowania przed takimi organami, o ile odpowiednie postępowanie przed takimi organami jest do dyspozycji jako dodatkowa możliwość, obok wymienionego w art. 4 postępowania sądowego lub administracyjnego*."

  (W dyrektywie 97/55/WE z dnia 6 października 1997 r. uzupełniającej wymienioną dyrektywę o uregulowanie reklamy porównawczej, a więc w 13 lat później, artykuł ten uzupełniono zdaniem: „*Państwa Członkowskie mogą taką dobrowolną kontrolę wspierać*.")

Samoregulacje w pracach Komisji Europejskiej (2)

- O znaczeniu systemów samoregulacyjnych w systemie prawnym UE świadczy najnowsza polityka konsumencka KE, powiązana ze strategią budowania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.

- Działania te z jednej strony, mają przyczynić się do wyodrębnienia etyki biznesu jako oddzielnej dziedziny badawczej; z drugiej – do promowania samoregulacji i samokontroli w działalności gospodarczej.

Samoregulacje w pracach Komisji Europejskiej - „Zielona Księga” (3)

- Księga systematyzuje koncepcje CSR i przygotowuje Program prac w zakresie tworzenia standardów działalności gospodarczej na rynku wewnętrznym obejmujący:
- wdrażanie kodeksów dobrych praktyk współokreślających reguły „staranności profesjonalnej” – i stanowiących podstawę zorganizowanej samokontroli przedsiębiorstw,
- wdrażanie idei „staranności profesjonalnej” – przyjętej jako subkryterium uczciwości praktyki handlowej, określonej w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady o nieuczciwych praktykach handlowych.

  Dyrektywa, traktując zgodność z wymogami staranności profesjonalnej jako kryterium uczciwości praktyki handlowej, przyznaje kodeksom dobrych praktyk, ważną rolę w zwalczaniu nieuczciwych praktyk rynkowych.

Dlaczego samoregulacje są korzystne dla przedsiębiorców?

Dla sukcesu ekonomicznego – ochrony własnych interesów - przedsiębiorcy niezbędne jest:

- osiągnięcie pewnego poziomu zaufania społecznego - konieczne jest zatem ograniczenie praktyk podważających to zaufanie
- uporządkowanie i wzajemne przestrzeganie zasad prowadzenia działalności gospodarczej/ konkurowania