



RGD-61-16/14/AW

Gdańsk, dnia 24 grudnia 2014 r.

DECYZJA NR RGD.26/2014

Stosownie do art. 33 ust. 4, 5 i 6 ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 ze zmianami) – działając w imieniu Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - po przeprowadzeniu postępowania w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, wszczętego z urzędu przeciwko przedsiębiorcy: Szczecińskiej Szkole Wyższej Collegium Balticum w Szczecinie:

- I. Na podstawie art. 27 ust. 1 i 2 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje się za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, określoną w art. 24 ust. 1 i ust. 2 pkt 3 tej ustawy, działania przedsiębiorcy Szczecińskiej Szkoły Wyższej Collegium Balticum w Szczecinie, polegające na: rozpowszechnianiu w formie reklam informacji o rekrutacji na nowy kierunek studiów pn. fizjoterapia pomimo nie uzyskania akredytacji Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w przedmiocie wydania pozwolenia na prowadzenie tego kierunku studiów w Szczecińskiej Szkole Wyższej Collegium Balticum, które to działanie może wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej zawarcia umowy o kształcenie na ww. Uczelni, co wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 i 2 w związku z art. 5 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206) i stwierdza się zaniechanie stosowania tej praktyki z dniem 1 października 2014 r.
- II. Na podstawie art. 77 ust. 1 w związku z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz na podstawie art. 264 § 1 ustawy Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) w związku z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów obciąża Szczecińską Szkołę Wyższą Collegium Balticum w Szczecinie kosztami opisanego na wstępie postępowania w sprawie stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz zobowiązuje się tego przedsiębiorcę do zwrotu Prezesowi Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów kosztów postępowania w kwocie 11,40 zł (słownie: jedenaście złotych 40/100), w terminie 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji.

UZASADNIENIE

- [1] Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów Delegatura w Gdańsku (dalej: Prezes Urzędu, Prezes UOKiK), w związku z otrzymaną skargą, wszczął z urzędu postępowanie wyjaśniające (sygn. RGD. 405-31/14 AW) w sprawie wstępnego ustalenia, czy działania Szczecińskiej Szkoły Wyższej Collegium Balticum w Szczecinie (zwaną dalej zamiennie Uczelnia, szkoła wyższa), polegające na przekazywaniu kandydatom na studia w formie reklam informacji o naborze na nowy kierunek studiów pn. fizjoterapia, przed uzyskaniem akredytacji Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego na jego otwarcie, mogły wprowadzać konsumentów w błąd i czy uzasadniają wszczęcie postępowania w sprawie zakazu stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów
- [2] W toku postępowania ustalono, że Uczelnia przeprowadziła akcję promocyjną związaną z rekrutacją na kierunek studiów pierwszego stopnia o nazwie fizjoterapia, mimo nie zakończonego postępowania administracyjnego prowadzonego przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w przedmiocie wydania pozwolenia na prowadzenie tego kierunku studiów w SSW Collegium Balticum. W tym czasie, reklamy, ulotki, plakaty i banery przygotowane przez Uczelnię promowały różne kierunki studiów, w tym fizjoterapię i zawierały na przemian informacje z gwiazdką o treści: „Kierunek uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW”, „Kierunki uruchomione po uzyskaniu zgody MNiSW”.
- [3] Analiza materiałów reklamowych, prezentowanych przez Uczelnię wykazała, iż zawierają one informacje o prowadzonym naborze na kierunek studiów fizjoterapia, w sposób mogący wprowadzać w błąd, gdyż zawierały one sformułowanie na tyle niejednoznaczne, że nie wynikało z nich, czy kierunek/kierunki zostały już uruchomione, czy dopiero będą uruchomione po uzyskaniu zgody MNiSW. [4] Mając na uwadze powyższe ustalenia, Prezes UOKiK postanowieniem z dnia 17 października 2014 r. wszczął postępowanie w związku z podejrzeniem, stosowania praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów, polegające na rozpowszechnianiu w formie reklam informacji o rekrutacji na nowy kierunek studiów pn. fizjoterapia mimo nie uzyskania akredytacji Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w przedmiocie wydania pozwolenia na prowadzenie tego kierunku studiów w SSW Collegium Balticum, które to działanie może wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej zawarcia umowy o kształcenie na ww. Uczelni co może stanowić nieuczciwą praktykę rynkową zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 w związku z art. 5 ust. 1 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206). oraz godzić w zbiorowe interesy konsumentów, stanowiąc naruszenie art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy okik;
- [5] Postanowieniem z dnia 12 grudnia 2014 r. Prezes UOKiK zaliczył w poczet dowodów w niniejszym postępowaniu dokumenty uzyskane w ramach przeprowadzonego postępowania wyjaśniającego o sygn. RGD-405-31/14/AW.

- [6] Zawiadamiając Szkołę Wyższą, pismem z dnia 17 października 2014 r., o wszczęciu przedmiotowego postępowania, Prezes UOKiK wezwał stronę do ustosunkowania się do zarzutów przedstawionych w sentencji postanowienia o wszczęciu postępowania.
- [7] Odpowiadając na wystąpienia Prezesa Urzędu - po pierwsze - pismem z dnia 23 lipca 2014 r. SSW Collegium Balticum (w czasie postępowania wyjaśniającego) udzieliło następujących wyjaśnień:
1. Uczelnia nie otrzymała jeszcze akredytacji MNiSW na otwarcie kierunku „fizjoterapia”. W chwili obecnej trwa postępowanie administracyjne w sprawie wniosku SSW Collegium Balticum o ponowne rozpatrzenie sprawy zakończonej decyzją Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 marca 2014 r. nr DKN.ZNU.6022.214.2013.6.AZ/IŻ odmawiającą nadania Wydziałowi Ochrony Środowiska i Nauk o Zdrowiu SSW Collegium Balticum z siedzibą w Szczecinie uprawnienia do prowadzenia kształcenia na kierunku „fizjoterapia” na poziomie studiów pierwszego stopnia o profilu praktycznym. W związku z tym w przedmiotowej sprawie nie zapadła jeszcze decyzja ostateczna.
 2. Uczelnia przy okazji reklamowania kierunków, które posiadają już akredytację informowała o ewentualnym uruchomieniu „fizjoterapii” w następujący sposób:
 - a. w treści każdego ogłoszenia prasowego była zamieszczona informacja z tzw. gwiazdką, która informowała konsumentów, iż kierunek zostanie uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW,
 - b. informacje na stronach internetowych: info.stargard.pl, stargard.com.pl, stargardzka.pl, infoludek.pl, szczecinie.pl, zchoszczno.pl, www.starv.pl miały ten sam układ graficzny, co pozostałe, tj. zawierały informację z tzw. gwiazdką, która informowała konsumentów, iż kierunek zostanie uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW,
 - c. ulotki plakaty, banery informacyjne (podczas różnorodnych akcji promocyjnych Uczelnia reklamowała kierunek fizjoterapii rozdając ulotki osobom indywidualnym czy też zamieszczając banery i plakaty w miejscach publicznych) informacja z tzw. gwiazdką, która informowała konsumentów, iż kierunek zostanie uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW.
- [8] Natomiast, w odpowiedzi na zawiadomienie o wszczęciu postępowania Szkoła Wyższa w piśmie z dnia 7 listopada 2014 r. (karta nr 6-11) ustosunkowała się do zarzutów postawionych w postanowieniu o wszczęciu postępowania, oświadczając, między innymi iż „działania informacyjne SSW Collegium Balticum o naborze na kierunek „fizjoterapia” nie wprowadzały konsumentów w błąd i zawsze były prawdziwe oraz rzetelne.” Szkoła prezentowała ponadto stanowisko, że każda informacja o naborze na kierunek fizjoterapia opatrzona była zastrzeżeniem, tzw. gwiazdką, która informowała potencjalnych kandydatów, iż kierunek ten zostanie uruchomiony pod warunkiem uzyskania zgody Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Zapisu takiego nie można było odczytywać jako niejednoznaczny. Podniesiono również, iż w przypadku innych reklamowanych kierunków nie było dodatkowych znaków i informacji, podobnych - jak w przypadku kierunku fizjoterapia. Ponadto wskazano, iż kandydat na studia podczas procesu rekrutacyjnego informowany był o tym, iż kierunek „fizjoterapia „uruchomiany zostanie o ile uczelnia otrzyma zgodę Ministerstwa. Kandydaci podczas deklaracji przystąpienia do studiowania na tym kierunku wypełniali

oświadczenie, według którego, mogli w przypadku braku uruchomienia tego kierunku wybierać inny kierunek studiów spośród oferty edukacyjnej SSW Collegium Balticum, tak więc mieli możliwość przepisania się na inne kierunki lub rezygnacji z nauki, bez żadnych dodatkowych kosztów. W konsekwencji, po poinformowaniu 35 osób deklarujących wolę studiowania na tym kierunku, o braku otrzymania zgody MNiSW na uruchomienie tego kierunku, osoby te nie zawarły umów o proces edukacyjny i nie zdecydowały się na naukę na Uczelni. Jedynie jedna, z tych osób, wybrała inny kierunek kształcenia w tej szkole. Nikt z tej grupy osób nie wniósł skargi na wprowadzenie go w błąd, co zdaniem Uczelni, wskazuje, iż przedsięwzięte działania były czytelne i jasne.

- [9] Reasumując, zdaniem strony postępowania, jej postępowanie nie były sprzeczne z prawem, a w szczególności z dobrymi obyczajami. Podczas działań reklamowych konsumenci uzyskiwali odpowiednie i pełne informacje w sposób wyczerpujący i rzetelny.
- [10] Pismem z dnia 12 grudnia 2014 r. Szkoła została zawiadomiona o zakończeniu zbierania materiału dowodowego w niniejszym postępowaniu oraz o możliwości zapoznania się z materiałem zgromadzonym w aktach sprawy w siedzibie Delegatury UOKiK w Gdańsku.

PREZES URZĘDU USTALIŁ STAN FAKTYCZNY, JAK NIŻEJ.

- [11] Szczecińska Szkoła Wyższa Collegium Balticum w Szczecinie jest uczelnią niepubliczną wpisaną do Rejestru Uczelni niepublicznych i związku Uczelni Niepublicznych prowadzonego przez Ministra właściwego ds. szkolnictwa wyższego pod numerem 176, prowadzącą kształcenie na różnych kierunkach studiów.
- [12] Podstawą stwierdzenia spełnienia przez uczelnię wymogów niezbędnych do prowadzenia kształcenia na danym kierunku studiów stanowią przepisy ustawy z dnia 27 lipca 2005 r.- Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz.U. z 2012 r poz. 572, z późn. zm) oraz akty wykonawcze do w/w ustawy, w szczególności rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 5 października 2011 r. w sprawie warunków prowadzenia studiów na określonym kierunku i poziomie kształcenia (Dz.U. Nr 243, poz.1445, z późn.zm.).
- [13] Wydział Ochrony Środowiska i Nauk o Zdrowiu Szczecińskiej Szkoły Wyższej Collegium Balticum z siedzibą w Szczecinie, do dnia wydania przedmiotowej decyzji nie otrzymał uprawnienia do prowadzenia kształcenia na kierunku „fizjoterapia” na poziomie studiów pierwszego stopnia o profilu praktycznym. Ostatecznie, decyzją Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 06.08 2014 r nr DKN.ZNU.6022.77.2014.7.KT utrzymano w mocy wcześniejszą decyzją Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego odmawiającą nadania szkole uprawnień do prowadzenia kształcenia na tym kierunku studiów.(Dowód: decyzja MNiSW z dnia 06.08.2014 r. karta 104-108)

- [14] Szkoła wyższa w latach 2012 – 2014, jak wynika z otrzymanych wyjaśnień, stosowała w obrocie z konsumentami następujące materiały reklamowe zachęcające do rozpoczęcia nauki na tej uczelni, między innymi:
- plakat ogólny informujący o kształceniu w Szczecińskiej Szkole Wyższej Collegium Balticum oraz w Stargardzkiej Szkole Wyższej Stargardinum, na studiach I i II stopnia: na kierunkach bezpieczeństwo wewnętrzne, pedagogika; oraz na studiach I stopnia na kierunkach: fizjoterapia, informatyka, ekonomia, filologia, z odnośnikiem – gwiazdką - przy kierunku fizjoterapia, wyjaśnioną w dolnej części plakatu, o treści „kierunek uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW”
 - kserokopia reklamy z dnia 30 września 2013 r. zamieszczonej w Gazecie Wyborczej, o rekrutacji do Szczecińskiej Szkoły Wyższej Collegium Balticum oraz w Stargardzkiej Szkole Wyższej Stargardinum, na studiach I i II stopnia: na kierunkach bezpieczeństwo wewnętrzne, pedagogika; oraz na studiach I stopnia na kierunkach: fizjoterapia, informatyka, ekonomia, filologia, z odnośnikiem – gwiazdką przy kierunku fizjoterapia: wyjaśnioną w dolnej części reklamy, o treści „kierunek uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW”
 - kserokopia reklamy z dnia 16 lipca 2013 r. zamieszczonej w gazecie Głos Szczeciński, o rekrutacji do Szczecińskiej Szkoły Wyższej Collegium Balticum oraz w Stargardzkiej Szkole Wyższej Stargardinum, na studiach I i II stopnia: na kierunkach bezpieczeństwo wewnętrzne, pedagogika; oraz na studiach I stopnia na kierunkach: fizjoterapia, informatyka, ekonomia, filologia, z odnośnikiem – gwiazdką przy kierunku fizjoterapia: wyjaśnioną w dolnej części reklamy, w ten sposób, że: „kierunek uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW”
 - kserokopie ulotek z roku 2013 reklamujących studia licencjackie, inżynierskie, magisterskie, podyplomowe w Szczecińskiej Szkole Wyższej Collegium Balticum oraz w Stargardzkiej Szkole Wyższej Stargardinum, na kierunkach bezpieczeństwo wewnętrzne, pedagogika, fizjoterapia, informatyka, ekonomia, filologia, z odnośnikiem – gwiazdką przy kierunku fizjoterapia: wyjaśnioną w dolnej części reklamy, w ten sposób, że: „kierunek uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW”
 - reklamy na stronach internetowych, w tym na stronie <http://www.szkolnictwo.pl/index.php?id=D00178> /wydruk z dnia 20.05.2014 r. zawierającej między innymi, informacje o kształceniu na studiach licencjackich na kierunku fizjoterapia, bez odnośnika – informacji o otwarciu kierunku po uzyskaniu zgody MNiSW.

W niektórych drukach reklamowych, zamieszczanych w prasie, banerze na stronie głównej uczelni oraz grafice Facebook zamiennie, w przypadku kierunku kształcenia „fizjoterapia”, umieszczana była adnotacja o treści: „kierunek zostanie uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW” (dowód: pismo Szczecińskiej Szkoły Wyższej Collegium Balticum z dnia 23 lipca 2014 r. wraz z załącznikami karty 57-103 akt administracyjnych).

- [15] Według wyjaśnień Szkoły dokumenty aplikacyjne na kierunek fizjoterapia (licencjat) były przyjmowane od 06.05.2013 r. W chwili obecnej, w związku z

rozpoczęciem i trwaniem nowego roku akademickiego, braku uzyskania akredytacji, nabór na ten kierunek studiów nie jest prowadzony.

MAJĄC NA UWADZE ZEBRANY MATERIAŁ DOWODOWY, PREZES URZĘDU ZWAŚYŁ, CO NASTĘPUJE.

- [16] Możliwość rozstrzygnięcia sprawy w oparciu o przepisy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uzależniona jest od uprzedniego stwierdzenia, czy zagrożony został w niej interes publicznoprawny. Prezes Urzędu jest bowiem upoważniony do realizacji zasadniczego celu powołanej ustawy, którym, zgodnie z art. 1 ust. 1, jest określanie warunków rozwoju i ochrony konkurencji oraz zasad podejmowanej w interesie publicznoprawnym ochrony interesów przedsiębiorców i konsumentów. Jeśli natomiast przesłanka interesu publicznego nie występuje Prezes Urzędu nie jest upoważniony do podjęcia sprawy. Rozpatrywana sprawa ma, w ocenie Prezesa Urzędu, charakter publicznoprawny, albowiem dotyczy ochrony interesu szerszej grupy konsumentów, którzy są lub mogą być studentami szkoły wyższej. Oferta była adresowana do z góry nieoznaczonej grupy liczby konsumentów (niedookreślonej grupy osób). Tymczasem, zbiorowe interesy konsumentów podlegają ochronie przed działaniami przedsiębiorców, które są sprzeczne z prawem, zasadami współżycia społecznego i dobrymi obyczajami.
- [17] W postępowaniu, które kończy niniejsza decyzja, przedsiębiorcy postawiono zarzut naruszenia art. 24 ust. 1 i art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.
- Zgodnie z art. 24 ust. 1 zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, z kolei ust. 2 tego artykułu stanowi, że przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:
- 1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone (pkt 1),
 - 2) naruszenie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji (pkt 2),
 - 3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji (pkt 3).
- Aby działania przedsiębiorcy mogły zostać uznane za sprzeczne z powołanymi wyżej przepisami art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, niezbędne jest wykazanie, iż spełniają one łącznie następujące przesłanki:
- ujawniają się w obrocie konsumenckim, a więc dotyczą relacji przedsiębiorca-konsument,
 - stanowią działanie bezprawne,
 - naruszają zbiorowe interesy konsumentów.
- [18] Zakaz naruszenia zbiorowych interesów konsumentów odnosi się do przedsiębiorców. Przepis art. 4 pkt 1 ustawy oikik zawiera legalną definicję przedsiębiorcy, zgodnie z którą pod tym pojęciem rozumie się przedsiębiorcę w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności

gospodarczej (tekst jedn. Dz. U. z 2013 r. poz. 672, ze zm.), a także: (a) osobę fizyczną, osobę prawną, a także jednostkę organizacyjną nie mającą osobowości prawnej, której ustawa przyznaje zdolność prawną, organizującą lub świadczącą usługi o charakterze użyteczności publicznej, które nie są działalnością gospodarczą w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, (b) osobę fizyczną wykonującą zawód we własnym imieniu i na własny rachunek lub prowadzącą działalność w ramach wykonywania takiego zawodu, (c) osobę fizyczną, która posiada kontrolę, w rozumieniu pkt 4, nad co najmniej jednym przedsiębiorcą, choćby nie prowadziła działalności gospodarczej w rozumieniu przepisów o swobodzie działalności gospodarczej, jeżeli podejmuje dalsze działania podlegające kontroli koncentracji, o której mowa w art. 13, (d) związek przedsiębiorców w rozumieniu pkt 2 – na potrzeby przepisów dotyczących praktyk ograniczających konkurencję oraz praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Natomiast w myśl art. 4 ust. 1 ustawy o swobodzie działalności gospodarczej, przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną – wykonująca we własnym imieniu działalność gospodarczą. Właściwą dla przedsiębiorcy działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły (art. 2 ww. ustawy).

Podmiotem, któremu ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przypisuje status przedsiębiorcy jest również uczelnia, w tym także uczelnia niepaństwowa, która odpłatnie i systematycznie prowadzi zajęcia dydaktyczne, wykonuje we własnym imieniu działalność usługową w sposób zorganizowany i ciągły, i stąd uznana została za prowadzącą działalność gospodarczą (vide uchwała SN z dnia 3 lipca 2003r., III CZP 38/3). Kierując się tym poglądem uczelnia niepubliczna posiada status przedsiębiorcy na gruncie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów nawet bez potrzeby odwoływania się do art. 4 pkt. 4 lit a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, mimo że także taka uczelnia prowadzi działalność w sferze użyteczności publicznej. Tym samym oznacza to, iż zachowanie Szczecińskiej Szkoły Wyższej Collegium Balticum podlega kontroli dokonywanej na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.

W przedmiotowej sprawie fakt oferowania przez szkołę wyższą - konsumentom [usług](#) edukacyjnych i podpisywaniem umów o naukę, nie budzi wątpliwości, co przesądza o tym, iż pierwszą z przesłanek określonych w art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów należy uznać za spełnioną.

- [19] Jako bezprawne naleŹy kwalifikować takie zachowania danego przedsiębiorcy, które są sprzeczne z prawem, zasadami współŹycia społecznego lub dobrymi obyczajami, bez względu na winę, a nawet świadomość sprawcy. Dla ustalenia bezprawności działania wystarczy, Źe określone zachowanie koliduje z przepisami prawa (por. Komentarz do ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji pod red. Janusza Szwaji, Wyd. CH Beck, Warszawa 2000 r., s. 117-118).

W przedmiotowej sprawie Prezes Urzędu postawił przedsiębiorcy zarzut sto-sowania działań bezprawnych związanych ze stosowaniem nieuczciwej

praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206).

- [20] Art. 24 ust. 2 pkt 3 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów uznaje za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych lub czynów nieuczciwej konkurencji.
- [21] Zgodnie z treścią art. 4 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym Praktyka rynkowa stosowana przez przedsiębiorców wobec konsumentów jest nieuczciwa, jeżeli jest sprzeczna z dobrymi obyczajami i w istotny sposób zniekształca lub może zniekształcić zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta przed zawarciem umowy dotyczącej produktu, w trakcie jej zawierania lub po jej zawarciu.
- [22] Pojęcie dobrych obyczajów nie zostało w prawie zdefiniowane, ale podobnie jak zasady współżycia społecznego, jest przedmiotem wielu orzeczeń sądowych oraz opracowań doktryny.¹ Wskazuje się w nich, że dobre obyczaje to uczciwe zasady postępowania i ustalone zwyczaje w ujęciu etycznomoralnym, a na ich treść składają się elementy etyczne i socjologiczne kształtowane przez oceny moralne i społeczne stanowiące uzupełnienie porządku prawnego.

W wyroku z dnia 16 stycznia 2013 r., w sprawie o sygn. akt XVII AmC 5406/11, Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, definiując pojęcie dobrych obyczajów wskazał, że poprzez dobre obyczaje rozumiemy pewien powtarzalny wzorzec zachowań, który jest aprobowany przez daną społeczność lub grupę. Są to pozaprawne normy postępowania, którymi przedsiębiorcy winni się kierować. Ich treści nie da się określić w sposób wyczerpujący, ponieważ kształtowane są przez ludzkie postawy uwarunkowane zarówno przyjmowanymi wartościami moralnymi, jak i celami ekonomicznymi i związanymi z tymi praktykami życia gospodarczego. Wszystkie one podlegają zmianom w ślad za zmieniającymi się ideologiami politycznymi i społeczno-gospodarczymi oraz przewartościowaniami moralnymi. W szczególności zaś, dobre obyczaje to normy postępowania polecające na nienadużywaniu w stosunku do słabszego uczestnika obrotu posiadanej przewagi ekonomicznej.

- [23] Zgodnie z art. 2 ust. 7 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, przez decyzję dotyczącą umowy rozumie się podejmowaną przez konsumenta decyzję, co do tego, czy, w jaki sposób i na jakich warunkach dokona zakupu lub zapłaci za produkt, bez względu na to, czy konsument postanowi dokonać określonej czynności, czy też powstrzyma się od jej dokonania. W związku z tym, nieuczciwa praktyka rynkowa może dotyczyć decyzji zarówno, co do potencjalnej możliwości zawarcia umowy, jak i umowy rzeczywiście zawieranej.

Należy jednak podkreślić, że praktyka określona w art. 4 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym odnosi się do decyzji podejmowanych przez przeciętnego konsumenta, za którego uznaje się konsumenta dobrze poinformowanego, uważnego i ostrożnego. Oceny tej należy dokonać z uwzględnieniem czynników społecznych, kulturowych,

¹ Np. wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z 13 listopada 1991 r., I ACr 411/91, Wokanda 1992/4, J. Szwaia w: Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – Komentarz, Warszawa 2000, s. 122133, R. Stefanicki, Dobre obyczaje w prawie polskim, Przegląd Prawa Handlowego, 2002/5.



językowych i przynależności danego konsumenta do szczególnej grupy konsumentów, przez którą rozumie się dającą się jednoznacznie zidentyfikować grupę konsumentów, szczególnie podatną na oddziaływanie praktyki rynkowej lub produkt, którego praktyka rynkowa dotyczy ze względu na szczególne cechy, takie jak: wiek, niepełnosprawność fizyczna lub umysłowa (art. 2 ust. 2 tej ustawy). Definicja przeciętnego konsumenta precyzuje więc pewien zespół cech mentalnych konsumenta, jego przeciętność, polegającą na tym, że z jednej strony możemy wymagać od takiego konsumenta pewnego stopnia wiedzy i orientacji w rzeczywistości, lecz z drugiej strony nie możemy uznać, że jest to wiedza kompletna i profesjonalna i że konsument - mimo tej ogólnej orientacji w rzeczywistości - ma prawo pewnych rzeczy nie wiedzieć. Należy także wskazać, że adresatem praktyki stosowanej przez Uczelnię jest szeroka grupa konsumentów. Oferta kształcenia - zawarcia ze szkołą umowy o proces kształcenia jest kierowana do osób posiadających co najmniej średnie wykształcenie, którzy zdali egzamin dojrzałości, legitymujących się posiadaniem świadectwa maturalnego. Chęć kontynuowania kształcenia w szkole wyższej, nie wymaga natomiast posiadania i uzyskania przez tę grupę konsumentów szczególnej wiedzy fachowej, w zakresie obowiązującej procedury i zasad uzyskiwania przez szkoły wyższe akredytacji, pozwalającej danej szkole otworzyć i prowadzić określony kierunek kształcenia, a więc obowiązku posiadania wiedzy większej, niż przeciętna, poza ogólną orientacją o kierunkach kształcenia oferowanych przez poszczególne wyższe szkoły niepubliczne. W związku z powyższym praktyki stosowane przez szkołę wyższą należy oceniać przez pryzmat wyżej opisanego modelu przeciętnego konsumenta, który jest adresatem działania Uczelni i adresatem stosowanej przez nią praktyki rynkowej. Dlatego też to na przedsiębiorcy spoczywa obowiązek rzetelnego poinformowania swoich klientów/konsumentów o ich uprawnieniach wynikających i dotyczących nawiązanego stosunku prawnego.

- [24] Postawiony przedsiębiorcy zarzut dotyczy podejmowania przez Szczecińską Szkołę Wyższą Collegium Balticum w Szczecinie, działań polegających na rozpowszechnianiu w formie reklam informacji o rekrutacji na nowy kierunek studiów pn. fizjoterapia pomimo nie uzyskania akredytacji Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w przedmiocie wydania pozwolenia na prowadzenie tego kierunku studiów, które to działanie może wprowadzać przeciętnego konsumenta w błąd i powodować podjęcie przez niego decyzji dotyczącej zawarcia umowy o kształcenie na ww. Uczelni, co wyczerpuje znamiona nieuczciwej praktyki rynkowej zdefiniowanej w art. 4 ust. 1 i 2 w związku z art.5 ust. 1 i ust 2 pkt 2 ustawy z dnia 23 sierpnia 2007r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (Dz. U. Nr 171, poz. 1206). W trakcie podjętych czynności Prezes Urzędu ustalił, że przedsiębiorca reklamując otwarcie nowego kierunku studiów, posługiwał się reklamami, ulotkami, plakatami i banerami które promowały różne kierunki studiów, w tym fizjoterapię i zawierały na przemian informacje z gwiazdką o treści: „Kierunek uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW”, „Kierunki uruchomione po uzyskaniu zgody MNiSW”. Informacje, o treści cytowanej powyżej, czytane literalnie, wyrażone zostały – co wymaga podkreślenia - w czasie przeszłym w trybie dokonanym, sugerowały więc jednoznacznie i wyraźnie,

iż Szkoła promując ten kierunek kształcenia, otrzymała już zgodę Ministerstwa na rozpoczęcie kształcenia. Takie informacje mogły więc wprowadzać w błąd, gdyż były co najmniej na tyle niejednoznaczne, że nie wynikało z nich wyraźnie, czy kierunek ten zostały już uruchomiony, czy dopiero będzie uruchomiony po uzyskaniu zgody MNiSW. Tym samym, należy uznać, że sformułowania użyte w materiałach reklamowych dotyczące prowadzenia naboru na kierunek studiów, wbrew argumentom przedsiębiorcy nie informowały w sposób jasny i precyzyjny, że kierunek ten zostanie otworzony po uzyskaniu akceptacji Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego, lecz odwrotnie mogły wskazywać, iż taka pozytywna decyzja już zapadła, a więc jego otworzenie i rozpoczęcie naboru jest/było/ skutkiem i konsekwencją uzyskania takowej zgody Ministerstwa. Taki sposób prezentacji informacji i użyte sformułowania - oznaczone gwiazdką - mogły spowodować, że konsument uznał, iż nabór na ten kierunek studiów jest prowadzony w związku z uzyskaniem (otrzymaniem) zgody na jego otwarcie. Dlatego nie sposób zgodzić się z twierdzeniem Uczelni, że zakwestionowane przez Prezesa UOKiK materiały reklamowe zawierały informacje dotyczące oferowanego kierunku kształcenia, przedstawione w sposób jasny i precyzyjny, natomiast działania informacyjne SSW Collegium Balticum o naborze na kierunek „fizjoterapia” nie wprowadzały konsumentów w błąd i zawsze były prawdziwe i rzetelne. Wymaga przy tym zaznaczenia, iż do wprowadzenia konsumenta w błąd nie jest konieczne mylące przedstawienie wszystkich elementów oferty szkoły wyższej. Wystarczy, aby chociaż jeden z nich był zaprezentowany w nieprawidłowy sposób. W przedmiotowej sprawie konsument z naruszeniem dobrych obyczajów był wprowadzony w błąd, poprzez brak jasnego i jednoznacznego poinformowania o braku posiadania przez Uczelnię akredytacji Ministerstwa zezwalającej na utworzenie nowego kierunku studiów, w chwili i w czasie prowadzenia naboru na ten kierunek studiów. Prezes Urzędu jest zatem zdania, że mylne przekonanie nawet uważnego i świadomego konsumenta, iż reklamowany kierunek kształcenia uzyskał akceptację Ministerstwa Szkolnictwa Wyższego i Nauki i rzeczywiście zostanie utworzony, wynikało z wprowadzającego w błąd sformułowania reklam sugerującego otrzymanie przez Uczelnię stosownej i wymaganej akredytacji. Bez znaczenia pozostają więc także wyjaśnienia przedsiębiorcy, iż kandydaci podczas składania deklaracji przystąpienia do studiowania na tym kierunku wypełniali oświadczenia według którego mogli w przypadku nieuruchomienia kierunku wybierać inny kierunek spośród ofert. W takiej sytuacji po otrzymaniu informacji, iż uczelnia nadal nie ma decyzji ministerstwa akredytującej kierunek fizjoterapia mieli możliwość przepisania się na inne kierunki lub rezygnacji z nauki bez żadnych dodatkowych kosztów. Takiej konstatacji, nie niweczy okoliczność, iż część materiałów promocyjnych zawierała informację, że ten kierunek zostanie uruchomiony, pod warunkiem uzyskania zgody Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Uczelnia naruszyła zatem uprawnienie konsumenta do transparentności przekazu profesjonalisty (należytego poinformowania), które ma kardynalne znaczenie dla świadomego procesu decyzyjnego konsumenta. Brak czytelnego przekazu reklamowego może bowiem skutkować tym, iż nawet przeciętny konsument nie będzie w stanie wykorzystać swojej wiedzy, ostrożności, racjonalnego postrzegania

rzeczywistości i prawidłowo ocenić atrakcyjność oferowanego przez przedsiębiorcę produktu. W tak zakłóconych warunkach przeciętny konsument nie będzie miał możliwości podjęcia świadomej decyzji. Ponadto takie działanie dodatkowo naruszało dobre obyczaje. W przypadku praktyki stwierdzonej w sentencji decyzji dobre obyczaje należy utożsamiać z prawem konsumenta do rzetelnej i jednoznacznej informacji o możliwości utworzenia i kształcenia studentów przez szkołę wyższą na kierunku „fizjoterapia” na studiach licencjackich pierwszego stopnia. Niewątpliwie, szkoła wyższa naruszyła je, prezentując w materiałach reklamowych informacje o ofercie kształcenia, w sposób mogący wprowadzać w błąd co do realnej i rzeczywistej możliwości otwarcia nowego kierunku studiów o nazwie „fizjoterapia”, pomimo nie uzyskania akredytacji Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego, w przedmiocie wydania pozwolenia na prowadzenie tego kierunku studiów w Szczecińskiej Szkole Wyższej Collegium Balticum. Tak zaprezentowana informacja mogła mieć wpływ na podjęcie decyzji dotyczącej zamiaru podjęcia kształcenia na tej uczelni, było to bowiem jej celem. Otwarcie nowego kierunku kształcenia oferowanego przez przedsiębiorcę w rzeczywistości zaś nie było pewne. Mogło to i miało zachęcić konsumenta do skorzystania z oferty tej szkoły i spowodowania rezygnacji z poszukiwania ofert innych uczelni. [25] Biorąc powyższe pod uwagę, Prezes Urzędu wskazuje, że zgodnie z art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym za nieuczciwą praktykę rynkową ustawodawca uznał w szczególności działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Skutek i zachowanie, w takim przypadku, mogą mieć charakter hipotetyczny. Wprowadzającym w błąd działaniem może być w szczególności rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd (art. 5 ust. 2 pkt 2 ustawy pnpr). Ekspozowanie przez szkołę wyższą w materiałach reklamowych informacji o otwarciu nowego kierunku kształcenia i prowadzonym naborze, w sposób co najmniej sugerujący posiadanie zgody na jego otwarcie, stanowiło właśnie działanie wprowadzające w błąd, o którym mowa w art. 4 ust. 1 i 2 w zw. z art. 5 ust. 1 i ust. 2 pkt 2 ustawy pnpr i stanowiło praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów w rozumieniu art. 24 ust. 2 pkt 3 w zw. z art. 24 ust. 1 ustawy okik.

Uwzględniając przedstawione wyżej stanowisko, Prezes UOKiK uznał, iż druga przesłanka, niezbędna do uznania działań Uczelni za praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów, tj. przesłanka bezprawności, została spełniona.

- [26] Zdaniem Prezesa Urzędu, za spełnioną należy uznać także i trzecią przesłankę, bowiem naruszenie zbiorowych interesów konsumentów ma miejsce wtedy, gdy działanie przedsiębiorcy godzi w interesy konsumentów jako zbiorowości, to jest w sytuacji, gdy skierowane jest nie tylko do indywidualnych konsumentów, lecz szerszego, nieograniczonego liczbowo kręgu osób, do których dotarła i dotrzeć może oferta przedsiębiorcy. Zbiorowy interes konsumentów oznacza interes dotyczący ogółu, a naruszenie tego interesu może mieć miejsce, gdy skutkami działań sprzecznych z ustawą okik dotknięty jest szerszy krąg uczestników rynku

– konsumentów. O tym, czy naruszony został interes zbiorowy, nie zawsze przesądza kryterium ilościowe, ponieważ niekiedy jeden ujawniony przypadek naruszenia prawa konsumenta może być przejawem często lub nawet powszechnie stosowanej praktyki naruszającej interes zbiorowy. Do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów konieczne jest, by działanie przedsiębiorcy zostało skierowane nie do konkretnego adresata, lecz do adresata, którego nie da się z góry oznaczyć indywidualnie. Wobec tego działanie to jest w stanie wywołać niekorzystne następstwa w odniesieniu do każdego z konsumentów (a nie jedynie wobec określonego konsumenta) i zagraża ono, przynajmniej potencjalnie, interesom każdego z członków zbiorowości konsumentów. Interes konsumentów należy przy tym rozumieć jako interes prawny (a nie faktyczny), a więc uznany przez ustawodawcę za zasługujący na ochronę i zabezpieczenie². Naruszenie zbiorowego interesu konsumentów powiązane jest z naruszaniem interesów gospodarczych konsumentów. Pod tym pojęciem należy rozumieć zarówno naruszenie interesów stricte ekonomicznych (o wymiarze majątkowym), jak również prawo konsumentów do uczestniczenia w przejrzystych i niezakłóconych przez przedsiębiorcę warunkach rynkowych, zapewniających konsumentom dokonywanie transakcji handlowych z przedsiębiorcami przy całkowitym zrozumieniu rzeczywistego sensu ekonomicznego i prawnego warunków dokonywanych czynności na etapie przedkontraktowym, czego urzeczywistnieniem jest m.in. abstrakcyjnie pojmowane prawo do rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji w komunikacji pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. W tym też aspekcie w niniejszej sprawie nastąpiło naruszenie interesu konsumentów, poprzez skierowanie do nich przekazu reklamowego wprowadzającego w błąd. Zniekształcało to wiedzę konsumentów w zakresie rzeczywistej, możliwej w realizacji oferty szkoły. Dotknięty tym naruszeniem mógł być każdy z potencjalnych konsumentów chcących skorzystać z oferty szkoły. W ocenie Prezesa UOKiK, działania przedsiębiorcy opisane w sentencji decyzji mogą naruszać interes konsumentów. Działania te polegają bowiem, co zostało udowodnione, na stosowaniu w obrocie z konsumentami wprowadzających w błąd materiałów reklamowych. W niniejszej sprawie bez wątplenia mamy do czynienia z naruszeniem praw licznej grupy konsumentów – szerokiej grupy absolwentów legitymujących się wykształceniem maturalnym, którzy mogli zawrzeć z umową z uczelnią. Praktyki były więc skierowane do szerokiej i nieokreślonej liczby konsumentów. Oferta kształcenia miała charakter ogólnie dostępny. Tym samym kwestionowane przez Prezesa UOKiK działanie Przedsiębiorcy mogło naruszać interes znacznej liczby konsumentów, których nie sposób zindywidualizować. Uprawnionym jest zatem, że bezprawne zachowanie Szkoły nie dotyczyło interesów poszczególnych osób, których sprawy mają charakter jednostkowy, czy indywidualny, lecz naruszało ono uprawnienia szerokiego kręgu nieprofesjonalnych uczestników rynku. Powyższe wskazuje na naruszenie w przedmiotowej sprawie zbiorowego interesu konsumentów, przez który należy rozumieć prawo wszystkich konsumentów do otrzymania

² K. Kohutek, M. Sieradzka, „Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów. Komentarz”, Lex 2008.



niewprowadzającej w błąd informacji zawartej w skierowanych do nich materiałach reklamowych stosowanych przez Szkołę.

- [27] Mając powyższe na uwadze stwierdza się, iż wszystkie wskazane wcześniej przesłanki wynikające z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zostały spełnione.
- [28] Na podstawie art. 26 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu wydaje decyzję o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania jeżeli stwierdzi naruszenie zakazu określonego w art. 24 tej ustawy.
- [29] Zgodnie z art. 27 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, Prezes Urzędu nie wydaje decyzji o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i nakazującą zaniechanie jej stosowania jeżeli przedsiębiorca zaprzestał stosowania praktyki. W takim wypadku Prezes Urzędu wydaje decyzje o uznaniu praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów i stwierdzającą zaniechanie jej stosowania. W niniejszej sprawie, w związku z brakiem uzyskania akredytacji oraz rozpoczęciem i trwaniem nowego roku akademickiego, w którym nauczanie na kierunku studiów o nazwie „fizjoterapia” nie jest prowadzone, stwierdzić należy, iż z dniem 1 października 2014 r, tj. z rozpoczęciem nowego roku akademickiego, przedsiębiorca zaniechał stosowania zakwestionowanej praktyki.

Mając na uwadze te ustalenia Prezes Urzędu postanowił, jak w pkt I sentencji decyzji.

- [30] Zgodnie z art. 80 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu rozstrzyga o kosztach w drodze postanowienia, które może być zamieszczone w decyzji kończącej postępowanie. W myśl art. 77 ust. 1 tej ustawy, jeżeli w wyniku postępowania Prezes Urzędu stwierdził naruszenie przepisów ustawy, przedsiębiorca, który dopuścił się tego naruszenia, jest obowiązany ponieść koszty postępowania. Niniejsze postępowanie w sprawie stosowania przez przedsiębiorcę praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów zostało wszczęte z urzędu, a w jego wyniku Prezes Urzędu orzekł jak w punkcie I sentencji decyzji.

Prezes Urzędu w przedmiotowej decyzji uznał, że przedsiębiorca dopuścił się stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Kosztami niniejszego postępowania są wydatki związane z korespondencją prowadzoną przez Prezesa Urzędu ze stroną. W związku z powyższym postanowiono przedsiębiorcę obciążyć kosztami postępowania w wysokości 11,40 zł (słownie: jedenaście złotych 40/100).

W związku z tym orzeczono jak w punkcie II sentencji niniejszej decyzji.

POUCZENIA:

Na podstawie art. 264 § 1 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 r. Kodeks postępowania administracyjnego (tekst jednolity: Dz.U. z 2013 r., poz. 267) w zw. z art. 83 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wyznaczył stronie termin 14 dni od dnia uprawomocnienia się niniejszej decyzji na uiszczenie kosztów niniejszego postępowania w wysokości 15,20 zł. Powyższą kwotę należy wpłacić na konto Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Warszawie:

NBP O/O WARSZAWA 511010101000787822 31000000.

Stosownie do treści art. 81 ust 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, w związku z art. 479²⁸ § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2014 r., poz. 101), od niniejszej decyzji przysługuje stronie odwołanie do Sądu Okręgowego w Warszawie - Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów - Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku.

W przypadku kwestionowania wyłącznie postanowienia o kosztach zawartego w punkcie II niniejszej decyzji, stosownie do art. 81 ust. 5 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów w związku z 479³² § 1 i § 2 ustawy z dnia 17 listopada 1964 r. - Kodeks postępowania cywilnego (Dz.U. z 2014 r., poz. 101), należy wnieść zażalenie do Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, za pośrednictwem Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów – Delegatury Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Gdańsku w terminie tygodnia od dnia doręczenia niniejszej decyzji.

Otrzymuje: