

Rozdział I. Nieprofesjonalny uczestnik rynku finansowego

§ 1. Konsument na rynku finansowym

Konsument wyróżniany jest spośród ogółu podmiotów zaangażowanych w procesy społeczne i gospodarcze państwa. Jego ochrona, wraz z wejściem w życie Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej z 2.4.1997 r.¹, stała się wartością konstytucyjną². Zgodnie z art. 76 Konstytucji RP, władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Konstytucja nie definiuje konsumenta³, odsyłając do jego regulacji ustawowych. Jego pojęcie zachowuje jednak autonomiczne, konstytucyjne znaczenie⁴, którego zakres nie jest determinowany przez inne akty prawne⁵.

Ochrona konsumenta nie oznacza jego protekcyjnistycznego faworyzowania, lecz podejmowanie szeregu działań na rzecz zrekompensowania jego mniejszej wiedzy, doświadczenia i pozycji kontraktowej. Odbywa się to m.in. przez budowanie rozwiązań prawnych, które regulują realne wypełnienie zasady równorzędności stron stosunków cywilnoprawnych⁶. Nie stwarza tym samym przywilejów tej grupie społecznej, ale urzeczywistnia idee spoczywające u źródeł swobody umów, przywracając możliwość właściwej oceny sytuacji rynkowej w środowisku dynamicznie rozwijającej się nowoczesnej pro-

¹ Dz.U. z 1997 r. Nr 78, poz. 483 ze zm., dalej: Konstytucja RP.

² Wcześniej obowiązujące w Polsce ustawy konstytucyjne nie wyróżniały konsumenta jako odrębnego podmiotu ochrony.

³ Co do pojęcia konsumenta w Konstytucji RP zob. szerzej *P. Mikłaszewicz*, komentarz do art. 76, w: *M. Saffjan, L. Bosek* (red.), Konstytucja RP, t. I.

⁴ TK w orzeczeniu z 23.9.2003 r. (sygn. akt K 20/02) orzekł, że: „pojęcia konstytucyjne mają charakter autonomiczny i nie stanowią mechanicznej transpozycji konstrukcji normatywnych istniejących na gruncie ustawodawstwa zwykłego”.

⁵ Wyr. TK z 2.12.2008 r., K 37/07, OTK-A 2008, Nr 10, poz. 172.

⁶ Wyr. TK z 11.7.2011 r., P 1/10, Legalis.

dukcji, handlu czy marketingu⁷. Ochrona obejmuje podmioty, które są stroną strukturalnie słabszą, jeśli chodzi o pozycję rynkową, ekonomiczną, negocjacyjną oraz zakres dostępu do informacji⁸.

Odnotowanie desygnatów konstytucyjnego pojęcia konsumenta nie opiera się wyłącznie na jego przymiotach podmiotowych (np. statusie osoby fizycznej)⁹ czy też przedmiotowych (np. rodzaju zawieranych umów, związanych z konsumpcją). Istotniejszy jest cel regulacji, którym jest zapewnienie ochrony podmiotom, w szczególności osobom fizycznym, które zajmują słabszą pozycję w relacji z profesjonalnymi uczestnikami gry rynkowej¹⁰. Zakres pojęcia konsumenta zmierza więc ku jego funkcjonalnemu znaczeniu. Niespójne pozostaje to, czy konsumentem w świetle jego konstytucyjnego znaczenia może być wyłącznie osoba fizyczna. Wykładnia systemowa prowadzi do wniosku, że ochrona wskazana w art. 76 Konstytucji RP dotyczy praw i wolności obywatela¹¹, choć TK opowiada się za szerszym rozumieniem konsumenta, obejmującym nie tylko osoby fizyczne, ale szerszą kategorię podmiotów zajmujących słabszą pozycję względem profesjonalisty¹².

Adresatem nakazu ochrony są władze publiczne. W pierwszej kolejności skierowany jest on do ustawodawcy, który zobowiązany został do określenia jej zakresu w drodze regulacji ustawowej. Obowiązek zapewnienia stosownej ochrony spoczywa jednak na każdym organie i instytucji, w tym również na organizacjach społecznych i podmiotach prywatnych, jeśli wykonują część

⁷ E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2002, s. 19.

⁸ L. Garlicki, komentarz do art. 76, w: L. Garlicki (red.), *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej. Komentarz*, t. 3, Warszawa 2003, s. 1.

⁹ Wykładnia systemowa prowadzi do wniosku, że konstytucyjne pojęcie konsumenta odnosi się do osób fizycznych, art. 76 Konstytucji RP jest zamieszczony w rozdziale II Konstytucji RP, a więc rozdziale dotyczącym wolności, praw i obowiązków człowieka i obywatela.

¹⁰ Wyr. TK z 13.9.2005 r., K 38/04, OTK-A 2005, Nr 8, poz. 92. O tym, że pojęcie konsumenta jak szeroko rozumiane świadczy to, że termin ten odnosi się także do pracowników w ramach stosunku pracy (wyr. TK z 13.9.2005 r., K 38/04, OTK-A 2005, Nr 8, poz. 92).

¹¹ Wyr. TK z 13.9.2011 r., K 8/09, Legalis.

¹² Wyr. TK z 13.9.2005 r., K 38/04, Legalis. Zdaniem TK, przepis ten stanowi podstawę do wskazania, że obowiązki ochronne spoczywające na władzach publicznych obejmują konieczność zapewnienia określonych, minimalnych gwarancji ustawowych wszelkim podmiotom, w szczególności osobom fizycznym, które, jakkolwiek ich stosunki kształtowane są na zasadzie autonomii woli, to jednak zajmują słabszą pozycję, przede wszystkim, choć nie wyłącznie, ekonomiczną w ramach ich relacji z profesjonalnymi uczestnikami gry rynkowej.

władztwa publicznego¹³, których kompetencje obejmują kwestie dotyczące konsumentów. Artykuł 76 Konstytucji RP uzasadnia wprowadzenie ograniczeń praw i wolności konstytucyjnych, w szczególności wolności działalności gospodarczej i daje podstawy do ingerencji w stosunki cywilnoprawne¹⁴.

Konstytucyjny przepis dotyczący ochrony konsumenta jest normą programową, mającą charakter optymalizacyjny. Wyznacza cele, które państwo ma realizować i wprowadza wymóg użycia przez ustawodawcę adekwatnego i proporcjonalnego środka prowadzącego do ochrony słabszych uczestników rynku¹⁵. Z treści art. 76 Konstytucji RP TK wywiódł obowiązek dostarczania konsumentowi niezbędnej i użytecznej informacji, umożliwiającej mu świadome uczestnictwo w obrocie i dokonywanie swobodnych wyborów rynkowych¹⁶. Informacje te powinny być przedstawiane w jasny i zrozumiały sposób, szczególnie w zakresie skomplikowanych usług występujących na rynku finansowym¹⁷. W doktrynie występują poglądy wskazujące, że przepis ten jest źródłem konstytucyjnego prawa podmiotowego beneficjentów wyrażonej w nim normy i może stanowić podstawę skargi konstytucyjnej¹⁸, jak również przeciwnie, że ma on zastosowanie tylko pośrednie¹⁹. Z pewnością jednak dopuszczalne jest badanie zgodności aktów prawnych z art. 76 Konstytucji RP, również w zakresie ochrony konsumentów na rynku finansowym²⁰.

¹³ M. Jagielska, M. Jagielski, Możliwości interpretacyjne art. 76 Konstytucji RP w świetle europejskiego prawa ochrony konsumenta, w: C. Mik (red.), Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z 1997 r. a członkostwo Polski w Unii Europejskiej, Toruń 1999, s. 412.

¹⁴ Wyr. TK z 10.10.2000 r., P 8/99, Legalis; wyr. TK z 17.5.2006 r., K 33/05.

¹⁵ T. Gizbert-Studnicki, A. Grabowski, Normy programowe w Konstytucji, w: J. Trzciński (red.), Charakter i struktura norm Konstytucji, Warszawa 1997, s. 95 i n.; E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, s. 68.

¹⁶ Wyr. TK z 21.4.2004 r., K 33/03, OTK-A 2004, Nr 4, poz. 31.

¹⁷ Szeroki obowiązek informacyjny został nałożony na banki wobec konsumenta jako nieprofesjonalnego uczestnika obrotu na rynku bardzo skomplikowanych usług (wyr. TK z 26.1.2005 r., P 10/04, Legalis).

¹⁸ J. Trzciński, Zakres podmiotowy i podstawa skargi konstytucyjnej, w: J. Trzciński (red.), Skarga konstytucyjna, Warszawa 2000, s. 62 i 63; M. Saffjan, Konstytucja RP, t. I. Komentarz do art. 1–86, Warszawa 2016, s. 794; A. Mączyński, A. Łyszkowska, Bezpośrednie stosowanie Konstytucji RP przez Trybunał Konstytucyjny, w: K. Działocha (red.), Bezpośrednie stosowanie Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej, Warszawa 2005, s. 39; P. Miłkaszewicz, Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej, Warszawa 2008, s. 115.

¹⁹ Z. Czeszejko-Sochacki, Skarga konstytucyjna w prawie polskim, Przeg. Sejm. 1998, Nr 1, s. 36; K. Wojtyczek, Konstytucyjny status jednostki w państwie polskim. Zagadnienia ogólne, w: P. Sarnecki (red.), Prawo konstytucyjne RP, Warszawa 2005, s. 101.

²⁰ Por. wyr. TK z 11.7.2011 r., P 1/10, Legalis (dotyczący niezgodności art. 194 ustawy z 27.5.2004 r. o funduszach inwestycyjnych w części, w jakiej nadaje moc prawną dokumentu

Na tworzenie normatywnych gwarancji ochrony konsumentów na poziomie konstytucyjnym istotny wpływ miały rozwiązania obowiązujące w UE. Zgodnie z Układem Europejskim ustanawiającym stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską a Wspólnotami Europejskimi i ich Państwami Członkowskimi z 16.12.1991 r.²¹, Polska została zobowiązana do podjęcia wszelkich starań w celu zapewnienia zgodności prawa polskiego z prawem UE, w tym w dziedzinie ochrony konsumentów. Od chwili akcesji Polski do UE, *ius communitae* stało się bezpośrednim, istotnym elementem krajowego porządku prawnego. Ochrona konsumenta postrzegana jest jako warunek *sine qua non* prawidłowego funkcjonowania rynku wewnętrznego, w szczególności w ramach działania mechanizmów konkurencji. Została wyodrębniona na poziomie traktatowym jako samodzielny cel działań i polityk UE w art. 169 TFUE. Miało to przyczyniać się do ochrony zdrowia, bezpieczeństwa oraz interesów gospodarczych konsumentów, a także do wzmacniania ich prawa do informacji, edukacji oraz zrzeszania się w celu skutecznego dochodzenia tych interesów. Wskazane powyżej cele realizowane są za pomocą środków przyjmowanych przez Parlament Europejski i Radę na podstawie art. 114 TFUE, zmierzających do zbliżania przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich w zakresie ustanawiania i funkcjonowania rynku wewnętrznego. Obejmują one również instrumenty wspierające, uzupełniające i nadzorujące politykę prowadzoną przez państwa członkowskie. Jednocześnie państwa te zachowują prawo do utrzymania lub wprowadzania bardziej rygorystycznych środków ochronnych, zgodnych z postanowieniami Traktatów, które podlegają obowiązkowi notyfikacji Komisji.

Fundamentalne znaczenie ma klauzula horyzontalna zawarta w art. 12 Traktatu o Unii Europejskiej²² wskazująca, że wymogi ochrony konsumentów muszą być uwzględniane przy określaniu i realizacji innych polityk i działań UE²³. Ochrona konsumenta jest istotnym obszarem regulacji art. 38 Karty praw podstawowych UE²⁴. Początkowo Karta została przyjęta jako deklaracja, wyraz zobowiązania się sygnatariuszy do kierowania się w swoich działaniach

urzędowego księgom rachunkowym i wyciągom z ksiąg rachunkowych funduszu sekurytyzacyjnego w postępowaniu cywilnym prowadzonym wobec konsumenta), lub – wyr. TK z 26.1.2005 r., P 10/04, Legalis (orzekający o zgodności art. 96 ust. 1 w zw. z art. 97 ust. 1 PrBank, dotyczącego wystawiania bankowych tytułów egzekucyjnych).

²¹ Dz.U. z 1994 r. Nr 11, poz. 38.

²² Dz.Urz. UE C Nr 326, poz. 13, dalej: TUE.

²³ Por. Opinia EKES 2012/C 24/06, pkt 1.2, 1.5, 2.1.1, 3.7.

²⁴ Dz.Urz. UE C Nr 329, s. 391.

jej postanowieniami. Zmieniło się to na mocy art. 6 ust. 1 TUE w brzmieniu nadanym Traktatem z Lizbony, w którym UE uznała prawa, wolności i zasady określone w Karcie i nadała im moc prawną równą Traktatom.

Pierwotna strategia wyrażająca się w ochronie konsumenta przez podejmowanie działań na rzecz integracji rynku europejskiego, ochrony konkurencyjności i braku dyskryminacji gospodarczej nie wymagała opracowania na użytek unijnych aktów normatywnych ogólnej definicji konsumenta. Był on obywatelem, uczestnikiem wspólnego rynku, jego „istotnym, ale biernym elementem”²⁵. W dokumentach o charakterze politycznym i programowym przyjmuje się zwykle ekonomiczne i polityczne znaczenie, według którego jest on adresatem wszelkich działań podejmowanych przez oferentów dóbr konsumpcyjnych. Pojęcie konsumenta używane w Traktatach ma autonomiczne znaczenie, a powodem wyróżnienia tej kategorii podmiotów jest ich słabsza pozycja na wolnym rynku względem profesjonalistów. Ochronie podlegają tak istotne wartości jak zdrowie, bezpieczeństwo i interesy gospodarcze. Traktaty podkreśliły rolę zwiększania umiejętności finansowych, jak również potrzebę organizowania się konsumentów dla ich skuteczniejszej reprezentacji. Decydujące znaczenie dla ustalenia statusu konsumenta ma to, czy określona grupa podmiotów znajduje się na słabszej pozycji w grze wolnorynkowej. Wymaga to interwencji regulatora w celu wyrównania szans, niezbędnego dla urzeczywistnienia idei wolnego rynku. Decyzje transakcyjne podejmowane są na nim w sposób dobrowolny, świadomy i uczciwy, zgodnie z najlepszym interesem uczestników i najwyższą użytecznością nabywanych dóbr lub usług.

W prawie wtórnym UE nie wykształciła się jednolita definicja konsumenta, która mogłaby mieć uniwersalne zastosowanie. W ogólnym ujęciu jest on podmiotem, który końcowo nabywa dobra lub usługi dla własnych, prywatnych potrzeb²⁶. Podstawowym wyzwaniem dla ujednolicenia polityki ochrony konsumenta prowadzonej przez UE były zróżnicowane regulacje występujące w systemach prawnych poszczególnych państw członkowskich. Odmienne procedury oraz katalog praw i obowiązków sprawiły, że w skali paneuropejskiej ochrona była niejednolita. Ograniczało to w sposób faktyczny swobodę działalności gospodarczej na terenie UE, przez bariery w transgranicznej

²⁵ B. Gneta, Uwagi o kodeksowej definicji konsumenta oraz jej zgodności z prawem unijnym, w: M. Jagielska, E. Rott-Pietrzyk, A. Wiewiórowska-Domagalska (red.), *Kierunki rozwoju europejskiego prawa prywatnego. Wpływ europejskiego prawa konsumenckiego na prawo krajowe*, Warszawa 2012, s. 169.

²⁶ A. Kunkiel-Kryńska, *Metody harmonizacji prawa konsumenckiego w Unii Europejskiej i ich wpływ na procesy implementacyjne w państwach członkowskich*, Warszawa 2013, s. 260 i n.

sprzedaży usług i towarów lub przez segmentację klientów w oparciu o ich kraj zamieszkania. Nieproporcjonalne rozdrobnienie regulacji podważało również zaufanie do jednolitego rynku wewnętrznego.

Początkowo dyrektywy zmierzające do uregulowania statusu prawnego konsumenta oparte były na harmonizacji minimalnej. Państwa członkowskie mogły w istotny sposób wpływać na sposób implementacji dyrektyw²⁷, szczególnie w zakresie zwiększania uprawnień konsumentów i ich ochrony. Wprowadziło to jednak zróżnicowanie regulacji w poszczególnych państwach członkowskich. Rodziło też negatywne konsekwencje dla konsumenta, który nie wiedział jakie prawa mają zastosowanie w innym państwie, co zniechęcało go do aktywności transgranicznej. Przedsiębiorcy rozpoczynając działalność w innych państwach ponosili ryzyko organizacyjne oraz znaczne koszty opracowania odmiennych strategii biznesowych. Zobowiązani byli do odrębnej oceny regulacji chroniących konsumenta w każdym państwie członkowskim, w którym zamierzali prowadzić działalność²⁸. Zdaniem Komisji Europejskiej, badającej przyczyny niepowodzenia harmonizacji minimalnej, doprowadziła ona do fragmentarycznych rozwiązań i iluzji ochrony²⁹.

Wady harmonizacji minimalnej doprowadziły do stopniowego przyjmowania koncepcji pełnej harmonizacji. Opiera się ona na obowiązku pełnego implementowania dyrektyw, z ograniczoną możliwością wprowadzenia tzw. opcji narodowych, dostosowanych do specyfiki rynku krajowego. Zwiększyła poziom ujednolicenia przepisów chroniących konsumenta w skali państwa europejskiej i usunęła niepewność co do jego praw w poszczególnych państwach członkowskich. Idea harmonizacji pełnej jako preferowanej metody tworzenia wspólnotowego prawa konsumenckiego nabrała szczególnego znaczenia w Zielonej Księdze w sprawie ochrony konsumentów i znajdowała potwierdzenie w strategiach przyjmowanych na kolejne lata³⁰. Ważnymi źródłami diagnozy i rekomendacji zmian były *Consumer Protection Aspects of*

²⁷ C. Mik, Metodologia implementacji europejskiego prawa wspólnotowego w krajowych porządkach prawnych, w: C. Mik (red.), Implementacja prawa integracji europejskiej w krajowych porządkach prawnych, Toruń 1998, s. 28–29.

²⁸ G. Howells, T. Wilhelmsson, EC Consumer Law; Has It Come of Age?, European Law Review 2003, No. 3, s. 370 i n.

²⁹ Por. również Zielona Księga w sprawie przeglądu dorobku wspólnotowego w dziedzinie praw konsumenta Bruksela, 8.2.2007 r., COM (2006) 744.

³⁰ Więcej o metodach harmonizacji por. A. Kunkiel-Kryńska, Metody harmonizacji prawa konsumenckiego, s. 61 i n.

Financial Services, a także *Green Paper on Retail Financial Services*³¹. W dokumentach tych ustalono zalecenia dotyczące wzmocnienia i ujednolicenia systemu ochrony konsumentów na europejskim rynku usług finansowych, dotyczące dostosowania oferowanych w sposób właściwy i rzetelny usług adekwatnych do ich potrzeb. Istotne stało się eliminowanie niewłaściwie proponowanych umów, powodujących straty u konsumentów (transakcje typu *misselling*).

Konsumenta usług finansowych wyodrębniono jako szczególny podmiot ochrony w ramach programu działań w dziedzinie polityki ochrony konsumentów³² przez wprowadzenie obowiązku zapewnienia mu możliwości dochodzenia i egzekwowania roszczeń³³. Z uwagi na negatywne konsekwencje rozdrobnienia regulacji uchwalono dyrektywę 2011/83/WE, która miała skonsolidować definicje konsumenta zawarte w różnych aktach prawnych i zharmonizować regulacje w poszczególnych systemach prawnych państw członkowskich UE. Wbrew oczekiwaniom rynku, dyrektywa tylko częściowo spełniła swój cel. Uporządkowała podstawowe prawa i obowiązki konsumenta, a dzięki przyjęciu harmonizacji pełnej ujednoliciła przepisy w poszczególnych państwach członkowskich, jednak wiele istotnych obszarów pozostało poza jej regulacją.

Zgodnie z art. 2 dyrektywy 2011/83/WE, definicja konsumenta obejmuje osoby fizyczne działające w celach niezwiązanych z ich działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wykonywaniem wolnego zawodu. Choć nie jest to bezpośrednio wskazane w definicji, z treści dyrektywy wynika, że umowy o charakterze konsumenckim zawierane są z przedsiębiorcą. Ustalając status konsumenta, uwzględnić należy treść motywu 17 preambuły tego aktu prawnego, który w odniesieniu do umów o podwójnym charakterze (*mixed purposes contracts*) nakazuje objęcie zakresem podmiotowym osobę fizyczną zawierającą umowę „w celach, które częściowo są związane z działalnością handlową danej osoby, a częściowo nie są z nią związane, a cel handlowy

³¹ Green Paper on Retail Financial Services. Better products, more choice, and greater opportunities for consumers and businesses, European Commission, Brussels, 10.12.2015, COM 2015, 630 final.

³² Decyzja nr 1926/2006/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z 18.12.2006 r. ustanawiająca program działań Wspólnoty w dziedzinie polityki ochrony konsumentów (2007–2013), Dz.Urz. UE L 404, s. 39.

³³ D. Wojtczak, Repulsywne mechanizmy ochrony konsumenta usług bankowych – nowe perspektywy, Pr.Bank 2008, Nr 4, s. 64.

jest do tego stopnia ograniczony, że nie jest dominujący w ogólnym kontekście umowy”.

Dyrektywa 2011/83/WE nie wyczerpuje całego obszaru ochrony konsumenta na rynku finansowym, nie wprowadza jego uniwersalnego modelu, nie wskazuje katalogu cech mu przypisywanych, pozwalających na jednoznaczne jego wyodrębnienie spośród uczestników rynku finansowego. Zbliżone definicje, które odnoszą się do cech podmiotowych (posiadanie osobowości fizycznej) oraz rodzaju zawieranych umów, znajdują się również w innych dyrektywach, regulujących określone usługi świadczone na rynku finansowym, np. umowy o kredyt konsumencki³⁴, konsumenckich umów o kredyt związanych z nieruchomościami mieszkalnymi³⁵, opłat związanych z rachunkami płatniczymi³⁶ i usług płatniczych³⁷. Obowiązujące dyrektywy konsumenckie można podzielić na trzy grupy: definiujące pojęcie konsumenta w wąski sposób, najczęściej związane z tradycyjnymi umowami konsumenckimi (np. kredytem konsumenckim), dyrektywy obejmujące ochroną także inne podmioty niż tradycyjnie rozumiany „konsument” (np. usługobiorcy usług finansowych) oraz dyrektywy, które jakkolwiek mają na celu również ochronę konsumentów, to w ogóle nie zawierają definicji tego pojęcia (np. regulacje dotyczące reklamy).

Podstawowa i najczęściej przytaczana definicja konsumenta w polskim prawie zawarta jest w art. 22¹ ustawy z 23.4.1964 r. – Kodeks cywilny³⁸. Określa się go jako osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Definicja ta znajduje szerokie zastosowanie w pozostałych regulacjach prawa cywilnego, w związku z zasadą jedności prawa cywilnego. Jest również czę-

³⁴ Dyrektywa 2008/48/WE art. 3 lit. a): „konsument” oznacza osobę fizyczną, która w transakcjach objętych niniejszą dyrektywą działa w celach niezwiązanych ze swoją działalnością handlową, gospodarczą lub zawodową.

³⁵ Dyrektywa 2014/17/UE art. 4: Do celów niniejszej dyrektywy stosuje się następujące definicje: 1) „konsument” oznacza konsumenta zgodnie z definicją zawartą w art. 3 lit. a) dyrektywy 2008/48/WE.

³⁶ Dyrektywa 2014/92/UE art. 2 ust. 1: „konsument” oznacza każdą osobę fizyczną, która działa w celach innych niż jej działalność handlowa, gospodarcza, rzemieślnicza lub zawodowa.

³⁷ Dyrektywa 2015/2366 w art. 4 pkt 20 definiuje konsumenta jako osobę fizyczną, która w ramach umów o usługę płatniczą objętych niniejszą dyrektywą działa w celach innych niż jej działalność handlowa, gospodarcza lub zawodowa.

³⁸ T.j. Dz.U. z 2024 r. poz. 1061 ze zm., dalej: KC – art. 22¹ dodany ustawą z 14.2.2003 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. Nr 49, poz. 408), która weszła w życie 25.9.2003 r.

sto punktem odniesienia dla regulacji prawa publicznoprawnego, w tym przez bezpośrednie do niej odesłania. Definicja ta zastąpiła wcześniejszą, zawartą w art. 384 § 3 KC³⁹, która uznawała za konsumenta osobę (a więc każdy podmiot prawa cywilnego), która zawiera umowę z przedsiębiorcą w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą. Zakres pojęcia konsumenta uległ więc ograniczeniu wyłącznie do osób fizycznych, jednocześnie zrezygnowano z wyróżnika nieprofesjonalnego celu działania, kładąc nacisk na brak bezpośredniego związku pomiędzy tą czynnością a prowadzoną przez osobę fizyczną działalnością gospodarczą lub zawodową.

Definicja wprowadzona w KC nie oddaje w pełni konstytucyjnej idei ochrony konsumenta, w której termin ten ma szersze znaczenie⁴⁰. Wyłącza z tego zakresu wszelkie jednostki organizacyjne niebędące osobami fizycznymi, niezależnie od rodzaju prowadzonej działalności lub celów ich funkcjonowania nawet w przypadku potencjalnej lub rzeczywistej nierównowagi stron. U podstaw tego wykluczenia stoi przekonanie, że jednostki takie posiadają (lub należy od nich oczekiwać, że powinny posiadać) równorzędną wobec instytucji finansowych wiedzę i pozycję rynkową. Często prowadzą one działalność gospodarczą i są nastawione na optymalizację zysku, a w ramach należytej staranności powinny uzyskać informacje oraz podjąć działania wystarczające do podjęcia świadomej decyzji dotyczącej zawarcia umowy. Nie jest to jednak jednoznaczne z prawdziwością założenia, że podmioty te są (lub powinny być) równorzędnymi partnerami wobec instytucji finansowych, jeśli chodzi o pozycję ekonomiczną, wiedzę i doświadczenie na rynku finansowym. Występuje cały szereg jednostek organizacyjnych powołanych dla realizacji innych celów niż działalność gospodarcza. Przykładem mogą być małe wspólnoty mieszkaniowe, stowarzyszenia lub fundacje, powoływane dla realizacji określonego w ich statucie celu społecznego.

Kolejnym elementem definicyjnym konsumenta jest dokonywanie czynności prawnej. Zgodnie z poglądem dominującym w polskiej nauce prawa, na czynność prawną składa się co najmniej oświadczenie woli nakierowane na wywołanie określonych skutków prawnych w postaci ustanowienia, zmiany lub zniesienia stosunku cywilnoprawnego. Konsumentem w rozumieniu KC

³⁹ Wprowadzoną do KC ustawą z 2.3.2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zm.).

⁴⁰ Por. wyr. TK z 2.12.2008 r., K 37/07, OTK-A 2008, Nr 10, poz. 172, zgodnie z którym: „Tym samym można i należy uznać, że użyty w Konstytucji termin «konsument» ma znaczenie szersze od nadanego mu w art. 22¹ KC”.

nie jest więc osoba, którą łączą z przedsiębiorcą stosunki prawne, ale nie w oparciu o dokonanie czynności prawnej, lecz z innych podstaw. Przykładem może być osoba poszkodowana w wypadku komunikacyjnym, która nie zawiera umowy z ubezpieczycielem, a zgłoszenie przez nią roszczenia wobec sprawcy szkody (ubezpieczonego w zakresie odpowiedzialności cywilnej) oraz skorzystanie z *actio directa* wobec ubezpieczyciela nie stanowią czynności prawnej w rozumieniu art. 22¹ KC⁴¹. Wymóg dokonania czynności prawnej może pozbawić statusu konsumenta podmioty na etapie przedkontraktowym nie tylko w zakresie reklamy, ale również negocjacji zmierzających do zawarcia umowy i ustalenia jej treści. Ochrona podmiotów nieprofesjonalnych niezbędna jest już na etapie przedkontraktowym lub pozakontraktowym. W szczególności dotyczy obowiązku przekazania przez przedsiębiorcę wszelkich informacji niezbędnych dla podjęcia świadomej decyzji co do złożenia oświadczenia woli oraz jego treści⁴². Wada takiej definicji jest szczególnie widoczna w odniesieniu do ustaw stanowiących transpozycję dyrektyw UE. Te ostatnie wprowadzają element „działania” konsumenta, który jest szerszy, aniżeli dokonywanie czynności prawnych, przyjęte w prawie polskim.

Do uzyskania statusu konsumenta niezbędny jest brak bezpośredniego związku między dokonywaną czynnością prawną a działalnością gospodarczą. Konsumentem może być więc osoba fizyczna będąca przedsiębiorcą, o ile związek pomiędzy dokonaną czynnością a prowadzoną działalnością jest tylko pośredni. Zazwyczaj przyjmuje się kryterium odwołujące się do zbieżności typu i przedmiotu danej transakcji z zakresem działalności gospodarczej lub zawodowej osoby, która miałaby być kwalifikowana jako konsument. Bezpośredni związek między czynnością prawną osoby fizycznej z jej działalnością gospodarczą lub zawodową nie zachodzi wówczas, gdy charakter tej działalności zasadniczo nie wiąże się z dokonywaniem czynności prawnych danego rodzaju. Przykładem może być zawarcie umowy kredytu na zakup nieruchomości będą-

⁴¹ Por. uchw. SN(7) z 17.11.2011 r., III CZP 5/11, Legalis: „skoro poszkodowany w wypadku komunikacyjnym nie zawiera umowy, a zgłoszenie przez niego roszczenia wobec sprawcy szkody (ubezpieczonego w zakresie odpowiedzialności cywilnej) oraz skorzystanie z *actio directa* wobec ubezpieczyciela nie stanowią czynności prawnej w rozumieniu art. 22¹ KC – tym samym ów poszkodowany nie może być uznany za konsumenta usługi ubezpieczeniowej”.

⁴² Co do problemu braku spójności definicji z art. 22¹ KC z przepisami o ochronie konsumenta na etapie przedkontraktowym zob. P. Kukuryk, Definicje konsumenta w kodeksie cywilnym (obecnym i przyszłym) w kontekście najnowszych unijnych dyrektyw konsumenckich, PPH 2014, Nr 5, s. 19.

dającą siedzibą przedsiębiorcy, o ile jego działalność gospodarcza nie obejmuje nabywania nieruchomości⁴³.

W zakresie powyższej problematyki mieści się kwalifikacja tzw. umów mieszanых, tj. takich, które tylko w części zawierane są w ramach prowadzonej działalności. Rozstrzygający jest przeważający cel umowy w dacie jej zawierania. Nie dzieli się umowy częściowo na konsumencką a częściowo na profesjonalną, szukając odpowiednich proporcji. Nawet jeśli konsument częściowo wykorzystywał nieruchomość dla celów działalności gospodarczej, ale w większej części dla zaspokojenia potrzeb mieszkaniowych, umowa w całości ma status umowy konsumenckiej. Podobnie jest w sytuacji, gdy kredyt udzielany był wspólnie kilku osobom i w części został przeznaczony dla celów związanych z działalnością gospodarczą lub zawodową kredytobiorcy, a w części wykorzystany został przez innego kredytobiorcę, który nie działał w ramach swojej działalności gospodarczej lub zawodowej, jeżeli cel działalności gospodarczej lub zawodowej jest tak ograniczony, że nie jest on dominujący w ogólnym kontekście tej umowy⁴⁴. TSUE w orzeczeniu C-347/23⁴⁵ potwierdził, że nawet jeśli nieruchomość, na którą zaciągnięty został kredyt, kupowana była z myślą o jej wynajmie, kredytobiorcy zachowują status konsumenta, jeśli wynajem mieszkań nie mieścił się w ramach ich działalności gospodarczej.

W doktrynie wskazuje się, że konsument występuje najczęściej jako „końcowe ogniwo procesu ekonomicznego przebiegającego od wyprodukowania towaru, przez wszelkie możliwe formy obrotu handlowego, aż do osoby, która ma towar użyć, zużyć czy używać, nie traktując go jednak jako towaru na rynku, nadającego się do dalszego obrotu, a dobro mające służyć jej samej lub jej gospodarstwu domowemu”⁴⁶. Powyższe cechy należy w kontekście niniejszej pracy uzupełnić o to, że konsument jest podmiotem istotnie słabszym, o mniejszych zasobach poznawczych, wiedzy i doświadczeniu, a tym samym bardziej podatnym na nadużycia ze strony profesjonalnych podmiotów. Podstawowym powodem ochrony konsumenta na rynku finansowym jest więc nie to, że nabywa on usługi w celu zaspokojenia własnych potrzeb, ale że nabywa

⁴³ Przykładem może być wyr. TSUE z 3.9.2015 r., C-110/14, *Horațiu Ovidiu Costea v. SC Volksbank România SA.*, ECLI:EU:C:2015:538, wskazujący, że osobę fizyczną wykonującą zawód adwokata i zawierającą umowę kredytu z bankiem, w której to umowie nie zostało określone przeznaczenie kredytu, można uznać za „konsumenta” w rozumieniu przytoczonego przepisu, jeżeli wspomniana umowa nie jest związana z działalnością zawodową tego adwokata.

⁴⁴ Por. wyr. TSUE z 8.6.2023 r., C-570/21, *I.S. i K.S. v. YYY. S.A.*, ECLI:EU:C:2023:456.

⁴⁵ Wyr. TSUE z 24.10.2024 r., C-347/23, *LB i JL v. Getin Noble Bank S.A.*, ECLI:EU:C:2024:919.

⁴⁶ E. Łętowska, *Europejskie prawo umów konsumentów*, Warszawa 2004, s. 45.

je na rynku, na którym równowaga mechanizmów rynkowych może zostać zaburzona w stopniu, który istotnie może wpływać na pozycję rynkową stron, generując sprzeczne z wartościami tego rynku nierówności.

§ 2. Racjonalność i jej ograniczenia w decyzjach finansowych

Dla właściwego określenia zakresu ochrony nieprofesjonalnego uczestnika rynku finansowego, niezbędne jest przeprowadzenie analizy jego wyborów finansowych. Początkowo przyjmowane modele ekonomiczne (ekonomia klasyczna) funkcjonowały w oparciu o teorie racjonalności zachowań ludzi⁴⁷. Zakładano, że decyzje finansowe uczestników rynku podejmowane są w drodze racjonalnego procesu, który przypisuje określoną wartość pożądanemu towarowi lub usłudze w oparciu o jego użyteczność. Modelowy „człowiek ekonomiczny” (*homo economicus*) wykorzystuje ograniczone zasoby w taki sposób, aby zmaksymalizować uzyskaną w zamian za nie użyteczność. Zachowania konsumentów wyjaśniane były przede wszystkim czynnikami ekonomicznymi, w szczególności ceną. Jej zmiana wprost wpływała na popyt na określone dobro lub usługę. Zakładano również, że konsument ma określone potrzeby i potrafi je zdefiniować i wartościować oraz dokonuje wyborów rynkowych w taki sposób, aby maksymalnie je zaspokoić (maksymalizuje zadowolenie, satysfakcję, użyteczność całkowitą).

Wadą powyższego modelu było ustalenie niemal pełnej i bezpośredniej korelacji między czynnikami ekonomicznymi a zachowaniem ludzi. Znacznie ułatwiało to tworzenie modeli ekonomicznych, ponieważ analizując zachowania, badano użyteczność, jaką miały określone dobra lub usługi oraz jaką posiadały wartość. Przez zmianę tej wartości (głównie ceny), tworzone modele rynkowych zachowań ludzi. Teoria ta skupiała się na zagregowanych zachowaniach całego społeczeństwa, traktując je homogenicznie i przyjmując, że jego indywidualny uczestnik zachowuje się jak „przeciętny członek populacji”. Występujące odstępstwa poszczególnych jednostek od zachowań racjonalnych, w skali całej populacji wzajemnie się neutralizowały, nie burząc predykcji modelu.

⁴⁷ Współtwórcami teorii klasycznej byli A. Smith (1723–1790), który w 1776 r. opublikował dzieło pt. „Badania nad naturą i przyczynami bogactwa narodów” i D. Ricardo (1772–1823), który w 1817 r. wydał monografię pt. „Zasady ekonomii politycznej i opodatkowania”.

Teoria *homo economicus* pozwalała na częściowe wyjaśnienie badanych zjawisk społecznych, jednak jej nadmierne uproszczenie i ograniczenie do wartości ekonomicznych w wielu przypadkach dawało wyniki nieadekwatne do rzeczywistości. Zauważono, że człowiek dokonując wyboru bierze pod uwagę nie tylko czynniki ekonomiczne, ale uwzględnia znacznie szerszy zakres elementów wpływających na podejmowane decyzje. Użyteczność danego dobra nie zawsze opiera się na podłożu ekonomicznym, często istotne znaczenie mają inne wartości pożądane przez ludzi. Teoria ta nie uwzględniała też w pełni złożoności ludzkich cech psychicznych, w szczególności emocjonalnych⁴⁸. Doprowadziło to do powstania teorii racjonalnego wyboru, wpisującej się w nurt teorii neoklasycznych⁴⁹.

Teoria racjonalnego wyboru pojawia się zwykle w dwóch wariantach. W pierwszym wybór uznaje się za racjonalny, gdy jest przemyślany, spójny, zamierzony i nastawiony na osiągnięcie określonego skutku. Podejmujący go przemyślał decyzję i może logicznie uzasadnić, że środki mające służyć do realizacji określonych celów zostały dobrane rozsądnie z punktu widzenia osiągnięcia tych celów. Drugie rozumienie odnosi się do wyboru dokonywanego przez ludzi o przechodnich preferencjach, którzy według szerszej definicji, dążą do maksymalizacji użyteczności, w ramach pewnych ograniczeń, a według węższej, mają na celu realizację własnych interesów polegającą na maksymalizacji własnego bogactwa (dobrobytu) w ujęciu finansowym⁵⁰. Zgodnie z tą teorią, „kupujący nie wybierają przypadkowo. Racjonalność jest jedynym rozsądnym wyjaśnieniem reakcji na zmianę cen”⁵¹. Racjonalny wybór dotyczyć może nie tylko dóbr lub usług, ale również wyboru pomiędzy normami prawnymi. Bodźce tworzone przez prawo mają wpływ na działanie racjonalnych podmiotów podejmujących wybory. Projektujący regulacje mogą zatem za pomocą prawa skłaniać członków społeczeństwa do zachowań pozwalających na osiągnięcie pożądanych społecznie celów.

Podstawowym założeniem teorii racjonalnego wyboru, poza racjonalnością, było posiadanie przez uczestnika rynku pełnej wiedzy o warunkach trans-

⁴⁸ J. Brzezicka, Teoria wyboru konsumenta w świetle ekonomii behawioralnej – wybrane zagadnienia, *Ekonomia* 2012, Nr 4(21), s. 67.

⁴⁹ Prekursorami ekonomii neoklasycznej byli W.S. Jevons (1835–1882), A. Marshall (1842–1924) i J.B. Clark (1847–1938).

⁵⁰ J. Beldowski, K. Metelska-Szaniawska, *Law & Economics – geneza i charakterystyka ekonomicznej analizy prawa*, *BiK* 2007, Nr 10, s. 54.

⁵¹ R.A. Posner, *Rational Choice, Behavioral Economics, and the Law*, *Stanford Law Review* 1998, Vol. 50, No. 5, s. 1556.

akcji, w tym możliwościach rynkowych, różnorodności cen i specyfiki użyteczności poszczególnych dóbr. Dostęp do informacji traktowany był jako bezkosztowy, tzn. nie wymagał nakładu czasu, zdolności poznawczych i innych ograniczonych zasobów, które utrudniałyby ich uzyskanie⁵². Zgodnie z tą teorią rynki dążą do modelu konkurencji doskonałej, w której uczestnicy toczą wolną grę, opartą na zasadzie *fair play*.

Teoria racjonalnego wyboru przyczyniła się do rozwoju i popularności trendu ekonomicznej analizy prawa (*law and economic*). Jednym z podstawowych jej postulatów jest efektywność (*efficiency*) prawa. W naukach prawnych jest ona zwykle utożsamiana ze skutecznością realizacji celu, który został wyznaczony przez ustawodawcę, podczas gdy w naukach ekonomicznych efektywność odnosi się do wartości wytwarzanej przez społeczeństwo w ramach ograniczonych zasobów. Założeniem ekonomicznej analizy prawa jest to, że ludzie podejmują wybór w celu maksymalizacji nabywanej użyteczności, w oparciu o stały zestaw preferencji, posiadając optymalny zasób informacji. Zadaniem prawodawcy jest natomiast zdeterminowanie prawne implikacji takiego zachowania i ewentualnie jego korygowanie przez odpowiednio sformułowane normy⁵³.

Ekonomiczna analiza prawa stanowiła znaczny postęp zarówno w naukach prawnych, jak i ekonomicznych, przez powiązanie tych dwóch dziedzin nauki. Przyczyniła się do skonstruowania metodologii pozwalającej na bardziej precyzyjne ustalanie norm i konsekwencji ich wprowadzenia. Krytycy ekonomicznej analizy prawa argumentują, że nie należy oceniać prawa na podstawie efektywności ekonomicznej. Pełni ono inne funkcje, w szczególności dążąc do realizacji celu nadrzędnego, którym jest dobro i sprawiedliwość (w myśl rzymskiej paremi *ius es art boni et aequi*). Ekonomia nie zawsze jest w stanie udzielić odpowiedzi na pytanie, co jest sprawiedliwe, niezbędne jest więc wprowadzenie przesłanek natury aksjologicznej. Efektywne prawo nie zawsze jest prawem sprawiedliwym, dlatego normatywne cele prawa powinny być realizowane nawet kosztem utraty efektywności. Uznając powyższe zarzuty za słuszne należy jednak stwierdzić, że niewątpliwą zaletą tej koncepcji było to, że ustawodawca

⁵² Nie występuje lub nie ma zasadniczego znaczenia zjawisko asymetrii informacyjnej między stronami – konsument może zdobyć każdą informację o produktach – informacja traktowana jest jako dobro wolne, w związku z czym nie mają racji bytu instytucje pozarynkowe dostarczające, weryfikujące prawdziwość informacji czy zmniejszające koszty ich poszukiwania i przetwarzania.

⁵³ C. Jolls, C.R. Sunstein, R. Thaler, A Behavioral Approach to Law and Economics, Stanford Law Review 1998, No. 50, s. 1471, 1475.

zaczął brać pod uwagę ekonomiczną efektywność, nawet jeśli uznawał, że w danej regulacji nie ma ona priorytetowego znaczenia⁵⁴.

Teorie „człowieka ekonomicznego” i racjonalnego wyboru, z uwagi na ich bezpośrednie odniesienie do czynników ekonomicznych, pełnią istotną rolę w badaniu modeli zachowań uczestników rynku finansowego. Paradoksalnie jednak właśnie w tym obszarze uwidaczniają się największe wady tych teorii. Podstawowym warunkiem dokonania racjonalnego wyboru jest pełna wiedza o rynku, usługach i wszystkich jej substytutach oraz cenach. Wbrew założeniom tych teorii, uzyskanie informacji nie jest neutralne pod względem kosztów. Często wymaga znacznych nakładów czasu i wysiłku intelektualnego w celu ich zdobycia, przyswojenia, przetworzenia i wykorzystania w działaniu. W niektórych przypadkach stopień skomplikowania usług finansowych jest tak duży, że przeciętny uczestnik rynku nie posiada wystarczających zasobów czasu, uwagi i wiedzy, aby podjąć racjonalną decyzję nawet, jeśli zostaną mu udzielone pełne informacje. Nie dysponuje pełnym zasobem informacji o zbiorze wariantów decyzyjnych, nie ma nieograniczonych zasobów obliczeniowych, aby ustalić oczekiwaną użyteczność dla każdej z alternatyw. Działa pod wpływem emocji i intuicji, a także presji społecznej i otoczenia w momencie wyboru wariantu decyzyjnego. Niekiedy nie posiada odpowiednich umiejętności, aby przewidzieć i zrozumieć konsekwencje zawieranych umów. Powoduje to, że decyzje opiera nie na logicznej analizie i kalkulacji ekonomicznej, ale na zestawie heurystyk, które znacznie upraszczają proces podejmowania wyborów. Teorie te zakładały również, że indywidualne różnice w zachowaniach poszczególnych jednostek znoszą się wzajemnie, co pozwala na ogólne formułowanie modeli ekonomicznych. Często stosowany był algorytm decyzyjny uwzględniający niesystematyczne wariancje, które w szerszym zbiorze zachowań rynkowych wzajemnie się neutralizowały. Takie narzędzie predykcyjne nie było jednak wystarczająco precyzyjne. Indywidualne odstępstwa od „racjonalności” mogły narastać systemowo, wpływając na rzeczywiste zachowania uczestników rynku, nie uwzględniało również zdarzeń nietypowych i istotnych dla rynku (tzw. czarnych łabędzi⁵⁵).

Założenia o racjonalnym wyborze wynikają m.in. z następczego racjonalizowania podejmowanych wyborów. Ludzie rzadko kiedy zdają sobie świa-

⁵⁴ K. Koźmiński, Krytyka Ekonomicznej analizy prawa, Przegląd Prawniczy Uniwersytetu Warszawskiego 2016, Nr 1, s. 31–60.

⁵⁵ Pojęcie czarnego łabędzia wprowadzone zostało przez N. Talebą w książce pt. „Czarny łabędź. Jak nieprzewidywalne zdarzenia rządzą naszym życiem”, Warszawa 2023.

domie sprawę z tego, że decyzje, które podejmują, opierają nie na racjonalnych przesłankach, ale często na emocjach, błędach poznawczych i heurystykach. Dopiero po ich podjęciu, decyzje uzasadniane są przesłankami mającymi wykazać sens podejmowanych działań, w celu obrony własnej racjonalności. Tym samym, nawet jeśli decyzje oparte są na emocjach (np. strachu, jak często dzieje się w przypadku paniki na rynku finansowym), ludzie starają się je racjonalizować. Dodatkowo na rynkach finansowych występuje szczególnego rodzaju usługa, którą jest zarządzanie ryzykiem, szczególnie widoczne w usługach ubezpieczeniowych. Ograniczenia behawioralne powodują, że istotnie zaburzona jest decyzyjność dotycząca transakcji z tym związanych. Badania R. Thaler'a ujawniły ogromne rozpiętości „ceny kupna” i „sprzedaży” ryzyka⁵⁶. Ta różnica w cenie jest jedną z wielu niewytłumaczalnych w perspektywie *homo economicus* nieprawidłowości w podejmowaniu decyzji⁵⁷.

Ekonomia behawioralna zaczęła się kształtować w latach 50. i 60. XX w.⁵⁸ Początkowo określano ją ekonomią psychologiczną, a sformułowania ekonomia behawioralna użyto po raz pierwszy w 1958 r., podkreślając objęcie badaniem tych aspektów ludzkich wyobrażeń oraz poznawczych i emocjonalnych struktur, które mają wpływ na decyzje ekonomiczne⁵⁹. Jedną z pierwszych koncepcji ograniczonej racjonalności były teorie H. Simona, laureata nagrody Banku Szwecji im. Alfreda Nobla w dziedzinie nauk ekonomicznych z 1978 r., wręczonej za pionierskie badania nad procesem podejmowania decyzji wewnątrz organizacji gospodarczych oraz teorię ich podejmowania⁶⁰. Uważał on, że teoria oczekiwanej użyteczności nie jest w ogóle możliwa do zastosowania w warunkach dnia codziennego. Wskazywał, że ludzie zwykle nie mają odpowiednich zdolności poznawczych, pozwalających im podejmować decyzje pozostające w zgodzie z aksjomatami teorii oczekiwanej użyteczności. Zmierzają

⁵⁶ R. Thaler ankietując badanych zadał dwa pytania: 1) ile byłbyś skłonny zapłacić za wyeliminowanie ryzyka nagłej śmierci wynoszącego 1/1000 oraz 2) ile należałoby Ci zapłacić za zaakceptowanie dodatkowego ryzyka nagłej śmierci wynoszącego 1/1000. Odpowiedź na pierwsze pytanie wynosiła średnio: nie więcej niż 200 USD, na drugie: nie zaakceptuję go nawet za 10 000 USD. Ponieważ zmiana prawdopodobieństwa w obu kierunkach jest taka sama, cena powinna być również zbliżona – por. R. Thaler, Toward a Positive Theory of Consumer Choice, Journal of Economic Behavior and Organization 1980, No. 1, s. 44–45.

⁵⁷ R. Thaler, Quasi Rational Economics, Russel Sage Foundation, New York 1994, s. 11–12.

⁵⁸ H. Hosseini, G. Katona, A founding father of old behavioral economics. The Journal of Socio-Economics 2011, No. 40, s. 977.

⁵⁹ E. Angner, G. Loewenstein, Behavioral economics, w: U. Mäki (red.), Handbook of Philosophy of Science: Philosophy of Economic, Amsterdam 2012, s. 658.

⁶⁰ Nagroda za badanie procesów decyzyjnych w gospodarce.