

KIERUNKI ZMIAN LEGISLACYJNYCH W POLSKIM MODELU OCHRONY KONSUMENTA

Ochrona konsumenta stanowi szczególny obszar zainteresowania w prawie Unii Europejskiej, wywierając przez to ogromny wpływ na ustawodawstwa krajowe poszczególnych państw członkowskich. Wynika to z faktu, iż konsumpcja stanowi podstawową sferę życia jednostki, jak również całego społeczeństwa, które wskazuje na ewolucję potrzeb, warunków i okoliczności ich zaspakajania. Rynek z kolei powinien gwarantować konsumentom możliwość podejmowania racjonalnych oraz efektywnych decyzji. W tym kontekście należy dążyć do zapewnienia ochrony interesów konsumenta, z jednoczesnym eliminowaniem powstających zagrożeń, czego wyrazem jest dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE, zaostřejająca obowiązki przedsiębiorców w zakresie praw konsumentów, którą do dnia 13 czerwca 2014 roku państwa członkowie Unii Europejskiej są zobowiązane implementować. Celem artykułu jest przybliżenie systemu ochrony konsumenta funkcjonującego w Polsce w świetle nowych regulacji prawnych.

M. Paczyńska
doktorant
Uniwersytet Łódzki
m. Łódź,
Polska

Słowa kluczowe: ochrona konsumenta, prawo konsumenckie, prawo Unii Europejskiej.

DIRECTIONS OF LEGISLATIVE CHANGES IN POLISH MODEL OF CONSUMER RIGHTS PROTECTION

224

Consumer protection is a special area of interest in EU law, thereby exerting a huge influence on the national legislation of each Member State. This is due to the fact that consumption represents a basic sphere of the individual as well as society as a whole, which shows the evolution of the needs, conditions and circumstances of their realization. The market should guarantee the consumers opportunity to make rational and effective decisions. In this context, the aim must be to protect the interests of the consumer, while the elimination of how emerging threats, which is reflected in the Directive of the European Parliament and of the Council 2011/83/EU, exacerbating the obligations of entrepreneurs in the range of consumer rights, which until 13 June 2014 Member States of the European Union are required to implement. The purpose of the article is to introduce functioning system of consumer protection in Poland in the light of new regulations.

Keywords: consumer protection, consumer law, European Union law.

НАПРЯМИ ЗАКОНОДАВЧИХ ЗМІН В ПОЛЬСЬКІЙ МОДЕЛІ ОХОРОНИ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

Захист прав споживачів є особливим напрямом інтересу в законодавстві ЄС, тим самим надаючи величезний вплив на національне законодавство держави-членів. Це пов'язано з тим, що споживання є важливу сферу життя людини, а також суспільства в цілому, що вказує на еволюцію потреб, умов та обставин їх задоволення, а ринок, в свою чергу, повинен гарантувати споживачам можливість приймати раціональні та ефективні

рішення. В цьому контексті, слід прагнути до захисту інтересів споживача, і в той же час до усунення виникаючих загроз, що знайшло відображення в директиві Європейського Парламенту та Ради 2011/83 / EU, яка розширює зобов'язання підприємців в області прав споживачів, яку до 13 червня 2014 держави-члени Європейського Союзу повинні імплементувати. Метою статті є представлення функціонуючої в Польщі системи захисту прав споживачів в світлі нових правил.

Ключові слова: захист прав споживачів, споживче право, право Європейського Союзу.

Prawo konsumenckie jest dynamicznie rozwijającą się dziedziną prawa, wyodrębnioną ze względów dydaktycznych, praktycznych i naukowych. Tworzą je przepisy prawa konstytucyjnego administracyjnego, cywilnego, karnego, finansowego, dotyczące stosunków prawnych, zachodzących między przedsiębiorcami a konsumentami, określające szczególne wymagania wobec przedsiębiorców, oferujących usługi i produkty konsumentom [1, s.11]. Wskazuje się na trzy filary prawa konsumenckiego, którymi są działania w obszarach ochrony zdrowia, bezpieczeństwa i dobrobytu bezpieczeństwa i dobrobytu gospodarczego, w tym promowanie prawa do informacji i edukacji konsumenckiej oraz ochrony interesów konsumentów, a także wzmacnianie pozycji stowarzyszeń działających na rzecz ochrony konsumentów, będące podstawą dla realizacji unijnej polityki konsumenckiej. Na gruncie polskiego ustawodawstwa doniosłość problematyki ochrony konsumenta, podkreśla Konstytucja RP w art. 76, stanowiącym, że władze publiczne chronią konsumentów, użytkowników i najemców przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi. Zakres tej ochrony określa ustawa [2]. Należy jednak zaznaczyć, że w Polsce większość regulacji konsumenckich inspirowana jest rozwiązaniami przyjętymi w UE. Do podstawowych zagadnień należą sprzedaż konsumencka, umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, umowy zawierane na odległość, usługi turystyczne, usługi w systemie timeshare, promocje sprzedaży, ochrona konsumenta przed nieuczciwą reklamą, kredyt konsumencki, niedozwolone postanowienia umowne, bezpieczeństwo produktów i cywilnoprawna odpowiedzialność za produkt niebezpieczny, a także ochrona zbiorowych interesów konsumentów [3, s. 32]. Regulacje te są rozproszone, częściowo znajdują się w k.c. [4] i w ustawach szczegółowych. Obecność norm o charakterze prywatnoprawnym oraz publicznoprawnym sprawia, że polskie prawo konsumenckie można nazwać mieszanym. Nie jest możliwym określenie miejsca regulacji konsumenckich w polskim systemie prawa, w związku z czym, nie mieszczą się one ani w modelu regulacyjnym prawa konsumenckiego (znajdującego swoje odzwierciedlenie w przyjęciu ogólnej ustawy konsumenckiej), ani w modelu przejawiającym się w funkcjonowaniu zwartej regulacji konsumenckiej w Kodeksie cywilnym. Polskie prawo konsumenckie nie należy też do modelu „wąskiego – pozakodeksowego” [5, s.33]. Trudno więc dopasować go do konkretnych, obowiązujących wzorców.

W literaturze przedmiotu problem stwarza określenie pojęcia konsument, ale jego granice związane są naturą i zakresem ochrony, jaką ustawodawca przewiduje dla danej sytuacji lub dziedziny obrotu. Na gruncie prawa polskiego funkcjonuje definicja legalna zawarta w art. 221 k.c. Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Wskazać można w elementach tej definicji kryterium podmiotu, przedmiotu i celu transakcji. O ile pierwsze dwa aspekty nie budzą wątpliwości, to już wskazanie czynności bezpośrednio lub pośrednio związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową, należy rozpatrywać przez pryzmat kryterium typowości stosunków prawnych, w których uczestniczy przedsiębiorca ze względu na rodzaj prowadzonej

działalności. Wydaje się, że w razie wątpliwości, należy konkretną czynność zaliczyć jako pośrednio dotyczącą działalności gospodarczej lub zawodowej. Ratio legis wprowadzenia pojęcia konsument, wiąże się z faktyczną asymetrią relacji uczestników obrotu cywilnoprawnego, którymi z jednej strony jest osoba fizyczna, z drugiej przedsiębiorca. Powodem tej nierówności może być m. in. zróżnicowany poziom ich wiedzy – informacji, wynikający z faktu, że jedne podmioty dokonują stale czynności prawnych określonego typu, inne natomiast czynią to tylko okazjonalnie [5, s. 54]. W tego typu relacjach konsument jest oczywiście stroną słabszą pod względem ekonomicznym, organizacyjnym, mającym mniejsze doświadczenie, czy umiejętności. Przyjęta w k.c. definicja dotyczy całego obrotu prawnego, o ile przepisy szczególne nie stanowią inaczej [6].

Prawo konsumenckie prywatnie posługuje się szczególnymi środkami ochrony interesów konsumentów. Jako typowe rozwiązania służące ochronie konsumenta należy wskazać: obowiązki informacyjne spoczywające na przedsiębiorcy, prawo konsumenta do odstąpienia od umowy, czy dostęp do wymiaru sprawiedliwości. Zadania w zakresie ochrony konsumenta spoczywają na poszczególnych państwach członkowskich UE, które są sukcesywnie cedowane na organy UE, przede wszystkim Komisję Europejską [7, s. 281]. Założenia i cele europejskiej ochrony konsumenta formułowane są w strategiach, programach i planach, które realizują odpowiednie organy UE [8, s. 21 – 25]. Główny nacisk podczas realizacji poszczególnych planów położony jest na wielką liczbę konkretnych działań implementacyjnych, podejmowanych w celu realizacji ochrony tych planów [8, s.25].

Obecnie w polskim sejmie trwają prace nad przygotowywanym w Ministerstwie Sprawiedliwości projektem ustawy o prawach konsumenta, który w założeniu porządkuje i poszerza obowiązki informacyjne sprzedawców, ujednocila zasady odstępowania od umów, skutkuje też zmianami w k.c. dotyczącymi odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej [9, s. 6]. Przyczynami tych zmian jest konieczność transponowania dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów oraz uporządkowanie i zintegrowanie obowiązujących przepisów [10]. Przepisy dotyczące prawa odstąpienia przez konsumenta od umowy uregulowane w ustawie z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny przestaną obowiązywać. W praktyce wdrożenie dyrektywy doprowadzi do ujednoclenia i doprecyzowania przepisów dotyczących umów konsumenckich zawieranych w okolicznościach typowych (w lokalu przedsiębiorstwa) w zakresie obowiązków informacyjnych oraz umów konsumenckich zawieranych w warunkach nietypowych (poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość, np. przez internet). Wskazane umowy stanowią bardzo wysoki odsetek ogólnie zawartych umów konsumenckich, np. zakupy przez internet, od akwizytorów, dokonywanych na specjalnie przygotowywanych prezentacjach, czy pielgrzymkach. Jednakże niosą one ze sobą duże ryzyko, że zakupiona rzecz nie tylko będzie nosiła wady, ale będzie niewłaściwie, nieczytelnie lub niezgodnie ze stanem faktycznym jej właściwości oznaczona, przez co konsument w „normalnych warunkach sklepowych” na pewno nie zdecydowałby się na jej zakup.

Nowa ustawa wprowadzi rozbudowany katalog obowiązków informacyjnych dla przedsiębiorców. Niezachowanie ich w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa będzie skutkowało wydłużeniem terminu na odstąpienie od umowy przez konsumenta oraz zniesienia obowiązku zwrotu kosztów w przypadku takiego odstąpienia, a także stanowić będzie wykroczenie zagrożone karą grzywny. Pozytywnie ocenić należy wydłużenie do 14 dni terminu na odstąpienie od umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, co w konkretnych okolicznościach, gdy konsument podejmuje decyzję pod wpływem chwili, ma istotne znaczenie. Zauważa się tendencję ujednoclenia terminów procesowych o charakterze zawitym w zakresie środków zaskarżenia, czy środków

odwoławczych. Wydłużenie do 14 dni terminu na odstąpienie od umowy z pewnością jest zabiegiem korzystnym dla konsumenta. Ponadto, na przedsiębiorcy ciążyć będzie obowiązek odbioru rzeczy na swój koszt w miejscu zamieszkania konsumenta, jeżeli rzecz została dostarczona konsumentowi do tego miejsca, a ze względu na charakter rzeczy nie ma możliwości jej odesłania drogą pocztową.

Zmiany dotyczyć będą również k.c., w którym ujednoczone zostaną z kolei przepisy w zakresie odpowiedzialności za jakość rzeczy sprzedanej. Swoistym novum będzie możliwość żądania obniżenia ceny bądź odstąpienia od umowy od razu po stwierdzeniu wady, bez konieczności skorzystania najpierw z żądania naprawy bądź wymiany rzeczy. Nie zmieni się natomiast ostateczny okres, w trakcie którego klienci mogą reklamować towar. Tak jak dotychczas wyniesie on dwa lata.

Projekt ustawy trafił do sejmu i 5 lutego br. odbyło się jego pierwsze czytanie, zaś 7 maja br. miało miejsce drugie czytanie, a następnie ponownie skierowano go do Komisji w celu przedstawienia sprawozdania. Prace legislacyjne nie powinny potrwać zbyt długo, z uwagi na fakt, że zgodnie z dyrektywą UE w sprawie praw konsumenta, przepisy ją wdrażające powinny wejść w życie do 13 czerwca 2014 r. [10, s. 6] Komisja Gospodarki zaproponowała, aby ustawa o prawach konsumenta weszła w życie po upływie 6 miesięcy od dnia ogłoszenia. Propozycja nie została jeszcze zatwierdzona.

Zgodnie z przewidzianymi w projekcie przepisami przejściowymi do umów zawartych, zanim zaczną obowiązywać nowa ustawa, stosuje się regulacje dotychczasowe – a więc zawarte w dotychczasowej ustawie, mimo, że zostanie ona uchylona. Projekt zakłada, że nowe przepisy będą miały zastosowanie do umów zawieranych dopiero od 13 czerwca 2014 r. Z kolei do umów zawartych do tego dnia zastosowanie będą miały przepisy dotychczasowe. Konsekwencje niedostosowania się przedsiębiorców do wprowadzanych przepisów będą dla nich kosztowne, ponieważ w niektórych wypadkach zawarte umowy sprzedaży mogą okazać się nieważne, a w przypadku odstąpienia przez konsumenta od umowy, przedsiębiorca zobligowany będzie zwrócić koszty odesłania towaru.

Prawo umów konsumenckich dotyczy milionów obywateli Unii Europejskiej. Wydaje się, że pojawiające się w praktyce dnia codziennego trudności i zagrożenia związane z jego stosowaniem dla konsumenta, nie powinny być przez ustawodawcę krajowego odkładane do momentu przyjęcia stosownych rozwiązań w prawie wspólnotowym. Różnice kulturowe, mentalność i moralność społeczeństw państw członkowskich UE sprawiają i sprawiać będą problemy w stworzeniu jednego aktu prawnego dla całej UE. Co więcej, przeszkodą formalnoprawną może być stanowisko ETS [11], odmawiające Wspólnocie prawa do zbyt daleko idącej harmonizacji lub unifikacji prawa kontraktowego. Praktyka implementacji dyrektyw konsumenckich jest zadaniem niezwykle skomplikowanym, ponieważ często sprowadza się do przepisania tekstów dyrektyw do poszczególnych ustaw. Fakt, że przepisy znajdują się w hierarchii krajowych aktów prawnych, nie oznacza zintegrowania systemowego. Stąd, tak ważna jest jakość dokonywanych implementacji. Należy pamiętać, że dyrektywa wyznacza jedynie minimalny poziom ochrony, jaki powinno się zapewnić konsumentom, a przepisy prawa krajowego danego państwa mogą zapewnić wyższy poziom ochrony. Niepokoi fakt, że polski ustawodawca zdaje się nie zauważać pewnych problemów, na jakie w praktyce napotykają konsumenci, a ogranicza się jedynie do „przejmowania gotowych rozwiązań prawnych”, koniecznych wyłącznie ze względu na proces harmonizacji z prawem wspólnotowym.

Spis źródeł

1. M. Janczyk, Prawo konsumenckie, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Poznań 2008;

2. Konstytucja z dnia 2 kwietnia 1997 r.
3. F. Grzegorzcyk, Prawo konsumenckie w Unii Europejskiej, Lexis Nexis, Warszawa 2009 r.
4. Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, Dz. U. 1964, Nr 16, poz. 93. ze zm., zwany dalej k.c.
5. E. Gniewek (red.), Kodeks cywilny. Komentarz, C.H. Beck Warszawa 2011.
6. Odmiennie ujmowane pojęcie konsumenta związane jest ze specyfiką danego typu obrotu i wymaga szerszego lub węższego ujęcia, np. w prawie telekomunikacyjnym, w ustawie o udostępnianiu informacji gospodarczych, czy ustawie o Inspekcji Handlowej.
7. M. Ziętek, Europejskie prawo konsumenckie jako wyraz technokratycznej koncepcji prawa umów [w:] M. Jagielska, E. Rott – Pietrzyk, A. Wiewiórowskiej – Domagalskiej, Kierunki rozwoju europejskiego prawa prywatnego. Wpływ europejskiego prawa konsumenckiego na prawo krajowe, C.H. Beck 2012.
8. E. Łętowska, Prawo umów konsumenckich, Warszawa 2004.
9. K. Lis, Nowa ustawa, pewniejszy konsument, Na wokandzie 2 (20)/2014 r.
10. W szczególności regulacji stanowiących transpozycję dyrektywy 99/44/WE o sprzedaży konsumenckiej, wdrożonej do polskiego porządku prawnego ustawą z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej.
11. Zob. Orzeczenie ETS C-376/98, Zb. Orz. 2000, s. I-08419.