

Wstęp

Przyjęcie dyrektywy 2011/83/UE o prawach konsumenta miało na celu ujednoczenie niektórych norm prawnych państw członkowskich w zakresie ochrony konsumentów i podniesienie przyznanego konsumentowi poziomu ochrony. Jednocześnie jednak polski ustawodawca dokonał istotnej nowelizacji przepisów odnoszących się do umowy sprzedaży. Nowe rozwiązania stanowią w istocie reimplementację do polskiego porządku prawnego rozwiązań przyjętych w dyrektywie UE 99/44 poświęconej sprzedaży konsumenckiej, która w obrocie konsumenckim odgrywa istotną rolę jako główny typ umowy zawieranej pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. Zaistniałe zmiany wpłynęły odpowiednio na postrzeganie przez przeciętnego konsumenta rzeczywistości w jakiej się znajduje. W miejsce obowiązującej przez ostatnie dwanaście lat dychotomii rozwiązań zawartych odpowiednio w ustawie z 27.7.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej i w Kodeksie cywilnym, regulacja prawna umowy sprzedaży ponownie w pełni znalazła się w Kodeksie cywilnym, niezależnie od tego czy mówimy o obrocie profesjonalnym, powszechnym, czy wreszcie konsumenckim. W odróżnieniu od unormowania ustawy o sprzedaży konsumenckiej, Kodeks cywilny reguluje nie tylko sprzedaż rzeczy ruchomych, lecz także nieruchomości, praw, energii elektrycznej, czy wody. Ze względu na złożoność problematyki i skutków jakie nowelizacja z 2014 r. przyniosła, istotne jest ujęcie tematyki sprzedaży nieco szerzej, nie zapominając o umowach wiązanych, takich jak sprzedaż połączona z kredytem konsumenckim czy hipotecznym. W kontekście przyjętych zmian należy także dokonać analizy prawnej umowy sprzedaży pod kątem okoliczności jej zawarcia, a więc zarówno tej zawieranej w sposób tradycyjny, jak również na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.

Nowe przepisy prawne mogą powodować trudności interpretacyjne zarówno dla konsumentów, jak i przedsiębiorców. Wydaje się zatem konieczne wskazanie obszarów, w których problemy występują lub mogą wystąpić

oraz spróbować znaleźć odpowiednie rozwiązania. Niewątpliwie cenne w tej materii są rozważania przedstawicieli świata nauki i praktyków, prowadzone podczas obrad II. Międzynarodowej Konsumentckiej Konferencji Naukowej pt. „Sprzedaż w obrocie konsumentckim”, zorganizowanej przez Katolicki Uniwersytet Lubelski i Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów, która miała miejsce 14–15.5.2015 r. w Lublinie. Ze względu na porządek obrad, problematyka została zebrana i ujęta w rozdziałach dotyczących tradycyjnej sprzedaży konsumentckiej, mediów jako przedmiotu sprzedaży, kredytu konsumentckiego jako umowy wiązanej, konsumenta na rynku nieruchomości oraz sprzedaży na odległość i poza lokalem. Oprócz artykułów naukowych, publikacja zawiera sprawozdania z prowadzonych dyskusji panelowych, które łącznie tworzą komplementarną całość.

Wymiana myśli zarówno teoretyków prawa, jak i praktyków w zakresie ochrony konsumentów co do sprzedaży w obrocie konsumentckim, której owocem jest niniejsza monografia, daje obraz aktualnego stanu prawnego i problemów z nim związanych. Publikacja zmusza do refleksji nad koniecznością podejmowania działań w zakresie ochrony konsumentów, w tym także tworzenia nowych regulacji prawnych, po wcześniejszym wysłuchaniu głosów różnych środowisk, przede wszystkim praktyków, którzy na co dzień stosują rozwiązania prawne przyjęte w celu zapewnienia wysokiego poziomu ochrony konsumentów.

*Monika Jagielska
Elżbieta Sługocka-Krupa
Krzysztof Podgórski
Rafał Biskup*

Lublin, 2016 r.