

Barbara Majewska-Jurczyk  
[ORCID: 0000-0003-4698-4001]

## Ochrona praw konsumentów na przykładzie umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość

**Abstrakt.** Z punktu widzenia ochrony konsumentów istotne znaczenie ma treść umów zawieranych przez przedsiębiorców z konsumentami. Zarówno dyrektywy unijne, jak i polska ustawa o prawach konsumenta zawierają wymogi odnoszące się do treści umów, w szczególności umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa. W artykule przedstawiono prawa przysługujące konsumentom przy zawieraniu umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa wynikające z treści Dyrektywy Rady i PE nr 2011/83/UE oraz dokonano oceny harmonizacji polskiej ustawy o prawach konsumenta z 2014 r. z powyższą dyrektywą. Ponadto z przeprowadzonej wśród konsumentów ankiety wyciągnięto wnioski co do rzetelności realizacji przez przedsiębiorców przepisów polskiej ustawy o prawach konsumenta w zakresie ochrony ekonomicznych interesów konsumentów w umowach na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa.

**Słowa kluczowe:** ochrona konsumentów, umowy zawierane na odległość, umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa

### Wprowadzenie

Zgodnie z art. 169 Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE), celem Unii Europejskiej (UE) jest wzmocnienie ochrony praw i interesów konsumentów. Cel ten może zostać osiągnięty w szczególności poprzez zastosowania przez właściwe instytucje unijne oraz Państwa Członkowskie aktów prawnych wzmacniających bezpieczeństwo umów zawieranych przez konsumentów z przedsiębiorcami. Zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów w UE ma miejsce zarówno w unijnym prawie pierwotnym i wtórnym oraz w prawie Państw Członkowskich.

Prawo do ochrony ekonomicznych interesów konsumentów polega przede wszystkim na skutecznej ochronie konsumentów przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi stosowanymi przez przedsiębiorców, a przede wszystkim przed jednostronnie korzystnymi umowami.

Przedmiotem rozważań w niniejszym artykule jest porównanie przepisów zawartych zarówno w Dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 2011/83 w sprawie praw konsumentów oraz polskiej Ustawie z 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta, odnoszących się do umów zawieranych poza lokalem przedsiębior-

stwa i na odległość. Ponadto zostanie dokonana analiza (na podstawie przeprowadzonych badań własnych – ankiety) opinii konsumentów na temat zawierania przez nich umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość oraz oceny konsumentów o rzetelności realizacji wspomnianych umów przez przedsiębiorców.

Z przepisów Traktatu o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej oraz orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej (TSUE) wynika, iż w celu sprawnego funkcjonowania rynku wewnętrznego organy Państw Członkowskich odpowiedzialne za egzekwowanie przepisów prawa chroniącego konsumentów muszą współpracować ze sobą, a dyrektywy unijne powinny wywierać bezpośredni skutek w krajowym porządku prawnym.

Z uwagi na fakt, że dyrektywy skierowane są do Państw Członkowskich, a ich celem jest zacieranie różnic pomiędzy porządkami prawnymi tych państw, nie mogą one przy realizacji dyrektyw powoływać się na wewnętrzne normy prawne. Ponadto skuteczność ścigania naruszeń na poziomie krajowym powinna być taka, by nie występowała dyskryminacja między transakcjami krajowymi i wewnątrz-wspólnotowymi.

Artykuł 4 TFUE wymienia dziedzinę, do których stosuje się kompetencje dzielone między Unię a Państwa Członkowskie<sup>1</sup>, co oznacza pozostawienie Państwom Członkowskim swobody korzystania z uprawnień do działania na podstawie dyrektyw unijnych, a organom chroniącym zbiorowe interesy konsumentów do działań zgodnie z kryteriami przewidzianymi w prawie krajowym. Dyrektywy unijne określają minimalne kryteria harmonizacji przepisów prawnych, a Państwa Członkowskie w przepisach krajowych, zapewniając wyższy stopień ochrony konsumentów, mogą przyjąć lub utrzymać bardziej rygorystyczne normy prawne (art. 169 pkt 4 TFUE).

W literaturze przedmiotu przeważa pogląd, że dyrektywy unijne mają charakter regulacji minimalnej, co sugeruje, iż Państwa Członkowskie nie mogą określić ochrony konsumentów na niższym poziomie niż wyznaczony w dyrektywach<sup>2</sup>.

Dyrektywa Parlamentu Europejskiego (PE) i Rady UE 2011/83/UE z 25 października 2011 r. rezygnuje jednak z harmonizacji minimalnej przyjętej we wcześniejszych dyrektywach, umożliwiając Państwom Członkowskim utrzymanie lub przyjęcie własnych przepisów w odniesieniu do umów zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa<sup>3</sup>. Nie oznacza to jednak, że do wspomnianych

<sup>1</sup> Traktat o Funkcjonowaniu Unii Europejskiej, (wersja skonsolidowana), Dz.Urz. UE Nr C 115/47, z 9.05.2008, art. 4.

<sup>2</sup> E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2002, s. 383; E. Kieźel, *Ochrona interesów konsumentów w Polsce w aspekcie integracji europejskiej*, Warszawa 2007, s. 59-65; T. Jurczyk, *Prawa jednostki w orzecznictwie Europejskiego Trybunału Sprawiedliwości*, Warszawa 2009, s. 157.

<sup>3</sup> Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE, Dz.Urz. UE Nr L 304 z 22.11.2011 zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE PE i Rady oraz uchylająca dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę PE i Rady 97/7/WE.

umów harmonizacja przepisów krajowych z dyrektywami UE nie jest niezbędna, zgodnie z art. 26 ust. 2 TFUE rynek wewnętrzny obejmuje bowiem obszar bez granic, na którym istnieje wysoki poziom ochrony konsumentów. Zbliżenie ustawodawstw Państw Członkowskich odgrywa szczególną rolę w kwestiach związanych z gospodarką i aspektami społecznymi, do których między innymi zaliczana jest prawna ochrona konsumentów.

### **1. Umowy zawierane na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa w świetle przepisów Dyrektywy PE i Rady 2011/83/UE**

Umowy zawierane na odległość stają się coraz bardziej popularne wśród konsumentów Państw Członkowskich UE, jednak niosą one liczne zagrożenia z punktu widzenia możliwości naruszenia ich interesów ekonomicznych.

Zgodnie z art. 2 pkt 7 i 8 Dyrektywy PE i Rady 2011/83/UE umowy zawierane na odległość między przedsiębiorcą i konsumentem sprowadzają się do dokonania transakcji kupna-sprzedaży bez udziału obu stron z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy<sup>4</sup>. Do wspomnianych środków dyrektywa zalicza: sprzedaż wysyłkową, Internet, telefon lub faks. Szeroka definicja umowy zawieranej na odległość obejmuje również sytuacje, w których konsument udaje się do lokalu przedsiębiorstwa jedynie w celu uzyskania informacji o towarach lub usługach, a następnie zawiera i negocjuje umowę na odległość.

W celu zabezpieczenia interesów konsumentów powyższa dyrektywa wprowadza wymóg udzielenia konsumentowi w jasny i zrozumiały sposób informacji dotyczących między innymi głównych cech towarów lub usług w zakresie, w jakim jest to właściwe dla danego środka przekazu, danych dotyczących przedsiębiorcy (w szczególności numeru telefonu, faksu, adresu mailowego, aby umożliwić konsumentowi szybki kontakt z przedsiębiorcą), łącznej ceny towarów lub usług wraz z podatkami, kosztów korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy w przypadku, jeżeli koszt ten jest obliczany w sposób inny niż na podstawie taryfy podstawowej, warunków płatności, terminu, w jakim przedsiębiorca zobowiązuje się do dostarczenia towarów lub świadczenia usług oraz stosowane przez przedsiębiorcę procedury rozpatrywania reklamacji, warunków i terminów prawa do odstąpienia od umowy<sup>5</sup>.

W 2012 r. TSUE orzekł, iż wykorzystywanie środków porozumiewania się na odległość nie może zmniejszać ilości informacji przekazywanych konsumentowi<sup>6</sup>. Z uwagi na fakt, że informacje rozpowszechniane za pomocą niektórych techno-

<sup>4</sup> Dyrektywa PE i Rady 2011/83/UE, art. 2 pkt 7 i 8.

<sup>5</sup> *Ibidem*, art. 6.

<sup>6</sup> Wyrok TS UE z 5.07.2012 r. w sprawie C-49/11, curia.europa.ue/juris/dokument z 2011 r.

logii elektronicznych mają często charakter ulotny, nie są bowiem przekazywane na trwałym nośniku, konsument, w opinii Trybunału, winien otrzymywać je w formie pisemnej. Podobnie z wykładni przepisów dyrektywy 2011/83/UE wynika, iż istotne jest zapewnienie, aby konsument w przypadku umów zawieranych na odległość dokonanych za pośrednictwem stron internetowych miał możliwość przeczytania i zrozumienia głównych elementów umowy przed złożeniem zamówienia<sup>7</sup>.

Umowy zawierane na odległość, w szczególności za pomocą stron internetowych, wchodzą w zakres pojęcia usługi społeczeństwa informacyjnego, co oznacza, że dotyczą każdej usługi świadczonej za wynagrodzeniem na odległość drogą elektroniczną na indywidualne żądanie usługobiorcy. Artykuł 8 pkt 2 dyrektywy wprowadza wymóg, aby konsument w momencie składania zamówienia przyjął do wiadomości, że zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty. Dlatego, jeżeli w celu złożenia zamówienia wymagane jest aktywowanie przycisku lub podobnej funkcji, przycisk lub podobna funkcja muszą być oznaczone w łatwo czytelny sposób.

Mając na uwadze ochronę konsumenta przy zawieraniu umów na odległość, należy zwrócić uwagę na fakt, że konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w przypadku umowy zawieranej na odległość przez okres 14 dni, bez podawania jakichkolwiek powodów i bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów<sup>8</sup>. Jeżeli przedsiębiorca nie udzielił konsumentowi wszystkich wymaganych informacji, zgodnie z zapisem art. 10 dyrektywy, okres na odstąpienie od umowy upływa po 12 miesiącach od zakończenia początkowego okresu na odstąpienie od umowy. Ponadto konsument, wykonując przysługujące mu na mocy art. 11 prawo do odstąpienia od umowy, posługuje się wzorem właściwego formularza bądź składa inne jednoznaczne oświadczenie, w którym informuje o swojej decyzji odstąpienia od umowy. W przypadku odstąpienia konsumenta od umowy ponosi on jedynie bezpośrednie koszty zwrotu towarów, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta, że musi on ponieść te koszty<sup>9</sup>.

Odpowiedzialność konsumenta w przypadku odstąpienia od umowy jest również związana z wszelkim zmniejszeniem wartości towarów wynikającym z obchodzenia się z towarami w sposób inny niż konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania towarów. Jeżeli jednak przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie do odstąpienia od umowy, konsument nie odpowiada za zmniejszenie wartości towarów. Choć przedsiębiorca może w świetle art. 14 pkt 2 dyrektywy pociągnąć konsumenta do odpowiedzialności za wszelkie zmniejszenie wartości towarów wynikające z niewłaściwego obchodzenia się nimi podczas

<sup>7</sup> Dyrektywa 2011/83/UE, pkt 19.

<sup>8</sup> *Ibidem*, art. 9, Wyrok TSUE w sprawie nr C-511/08 z 15.04.2010 r.

<sup>9</sup> *Ibidem*, art. 14, pkt 1.

trwania okresu na odstąpienie od umowy, to jednak musi on zwrócić konsumentowi otrzymane od niego kwoty po uzyskaniu dowodu, że towary zostały odesłane.

Szczególną cechą umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest to, że to przedsiębiorca rozpoczyna negocjacje dotyczące zawarcia umowy, na które konsument jest nieprzygotowany i które są dla niego zaskoczeniem. Często konsument nie ma możliwości porównania jakości oraz ceny z innymi ofertami<sup>10</sup>. Istotą umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest wymóg fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa, a umowa taka jest uważana za zawartą, gdy po nawiązaniu kontaktu z konsumentem poza lokalem przedsiębiorstwa, umowa zostaje zawarta w lokalu przedsiębiorstwa<sup>11</sup>.

Podobnie jak przy umowach zawieranych na odległość, dyrektywa 2011/83/UE wprowadza, w celu zabezpieczenia interesów konsumentów, wymóg udzielania konsumentowi przez przedsiębiorcę w jasny i zrozumiały sposób informacji dotyczących między innymi głównych cech towarów lub usług, danych dotyczących przedsiębiorcy, łącznej ceny towarów lub usług, warunków płatności, warunków i terminów prawa do odstąpienia od umowy.

Należy zwrócić uwagę na fakt, że konsument zawierający umowę poza lokalem przedsiębiorstwa ma większe uprawnienia niż kupujący w sklepie. Polegają one między innymi na tym, że może on odstąpić od umowy bez podania przyczyn, składając odpowiednie oświadczenie w ciągu 10 dni od zawarcia umowy. W razie odstąpienia od umowy jest ona uznana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań.

W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, ze względu na to, że konsument jest często zaskakiwany, powinno przysługiwać mu przedstawienie na piśmie prawa do odstąpienia od umowy ze względu na potencjalny element zaskoczenia czy presję psychologiczną<sup>12</sup>.

Do wejścia w życie wspomnianej dyrektywy poszczególne Państwa Członkowskie UE stosowały różne długości okresów na odstąpienie od umowy w zakresie umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Prowadziło to do niepewności prawa i do powstawania kosztów związanych z przestrzeganiem przepisów. W opinii PE i Rady, do wspomnianych powyżej umów powinien mieć zastosowanie taki sam okres na odstąpienie od umowy, biorąc pod uwagę zarówno umowy o świadczenie usług, jak i umowy sprzedaży. Termin ten powinien wygasać po upływie 14 dni. Natomiast przepisy odnoszące się do rozwią-

<sup>10</sup> Wyrok TSUE z dnia 15.04.2010 r. w sprawie C-215/08, S. Weatherill, *EU Consumer Law and Policy*, London 2013, s. 143.

<sup>11</sup> *Ibidem*, art. 2, pkt 8.

<sup>12</sup> Wyrok Trybunału z 10.04.2008 r. w sprawie C-412/06, wyrok TSUE w sprawie C-511-08.

zania lub niewykonalności umowy nie powinny naruszać przepisów ustawowych i wykonawczych Państw Członkowskich.

Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem Trybunału Sprawiedliwości UE, a przed wejściem w życie dyrektywy 2011/83/UE, Trybunał<sup>13</sup> zobowiązał organy UE do wprowadzenia przepisów nadających konsumentowi prawo do odstąpienia od umowy, zwracając szczególną uwagę na koszty ponoszone przez konsumenta w przypadku odstąpienia od umowy. Koszty te (jak zauważono powyżej) muszą ograniczać się, zdaniem Trybunału, jedynie do bezpośrednich kosztów zwrotu towarów. Ponadto istotny jest fakt, że prawo do odstąpienia od umowy ma na celu ochronę konsumenta w szczególnej sytuacji, a mianowicie przy sprzedaży na odległość. Konsument nie ma w takim wypadku możliwości zobaczenia towaru. Poprzez prawo do odstąpienia od umowy, w opinii Trybunału, zostaje wyrównana niekorzyść wynikająca z umowy zawieranej na odległość, ponieważ konsumentowi przysługuje właściwy termin do zastanowienia się, podczas którego może obejrzyć i wypróbować zakupiony produkt. Istotne w wyrokach jest również to, że prawo do odstąpienia od umowy nie może kolidować z przepisami krajowymi.

Przykładem na rezygnację z zasady harmonizacji minimalnej przyjętej we wcześniejszych dyrektywach<sup>14</sup>, a umożliwiając Państwom Członkowskim wprowadzenie bądź utrzymanie dotychczasowych przepisów krajowych, jest możliwość wprowadzenia zakazu żądania przez przedsiębiorców od konsumentów opłat, które przewyższają koszty poniesione przez przedsiębiorcę w związku z korzystaniem z pewnych sposobów płatności. Ponadto dyrektywa PE i Rady 2011/83/UE wyposaża konsumenta w prawo, zgodnie z prawem krajowym, skorzystania przy rozwiązaniu umowy (jeżeli przedsiębiorca nie wywiązał się z obowiązku dostarczenia towarów) z innych środków takich jak: wyznaczenie dodatkowego terminu na dostarczenie towarów, dochodzenie wykonania umowy, wstrzymania się z płatnością itp.<sup>15</sup>

Istotne znaczenie dla ochrony konsumentów mają sankcje za naruszenie powyższej dyrektywy, i tu Państwa Członkowskie mają swobodę w ich ustanowieniu i egzekwowaniu. Chodzi o to, by były one skuteczne, proporcjonalne i odstraszające.

W dyrektywie 2011/83/UE zwraca się uwagę na fakt, iż Państwa Członkowskie nie mogą zakazywać umawiającym się stronom wykonywania ich zobowiązań umownych w okresie odstąpienia od umowy, jednakże w przypadku umów za-

<sup>13</sup> Wyrok TS UE z 15.04.2010 r. w sprawie C-511/08, s. I-3085; wyrok TSUE z 10.03.2005 r. w sprawie C-336/03; wyrok TSUE z 25.10.2005 r. w sprawie C-229/04; wyrok TSUE z 1.03.2012 r. w sprawie C-166/11; wyrok Trybunału UE z 3.09.2009 r. w sprawie C-489/07; wyrok Trybunału z 16.12.2008 r. w sprawie C-205/07.

<sup>14</sup> Dyrektywa Rady 85/577/EWG, „Official Journal of the European Communities” nr L 372 z 1985 r. oraz Dyrektywa Rady i Parlamentu Europejskiego 97/7/WE, „Official Journal Of the European Communities” nr L 144 z 1997 r.

<sup>15</sup> Dyrektywa PE i Rady 2011/83/UE, pkt 53.



wieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, Państwa Członkowskie mogą utrzymać istniejące przepisy krajowe zakazujące przedsiębiorcy pobierania zapłaty od konsumenta przez określony okres po zawarciu umowy.

Mając na względzie treść powyższej dyrektywy, należy zauważyć, iż Państwa Członkowskie zostały pozbawione możliwości wprowadzania do swojego prawa krajowego przepisów łagodniejszych i surowszych w celu zapewnienia innego poziomu ochrony konsumentów niż przewidziana w dyrektywie. Podobnie nie mogą one nakładać jakichkolwiek dalszych wymogów dotyczących informacji przed zawarciem umowy niezbędnych do spełnienia obowiązków informacyjnych określonych w dyrektywie.

W myśl przepisów dyrektywy Państwa Członkowskie nie muszą stosować się do jej zapisów w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, na podstawie których wysokość płatności, której ma dokonać konsument, nie przekracza 50 euro<sup>16</sup>.

## **2. Harmonizacja polskiego prawa ochrony konsumentów w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość z Dyrektywą 2011/83/UE**

Państwa Członkowskie są zobowiązane w świetle przepisów prawa UE implementować dyrektywy do swego porządku prawnego.

W literaturze przedmiotu słusznie wyrażane są poglądy, że szczególnej ochrony prawnej wymagają konsumenci zawierający umowy poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość, ponieważ tego typu umowy są związane na przykład z zaskoczeniem konsumenta w domu, miejscu pracy lub innym miejscu, zbyt krótkim czasem na zastanowienie się, inicjowaniem zawarcia umowy przez przedsiębiorcę, brakiem możliwości porównania towaru, stosowaniem wyszukanych metod socjotechnicznych, częstym niedoświadczeniem konsumentów<sup>17</sup>.

Polski ustawodawca uregulował zasady i tryb zawierania z konsumentem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa w Ustawie o prawach konsumenta z 2014 r., w której dokonano implementacji dyrektywy PE i Rady 2011/83/UE<sup>18</sup>.

Porównując zapisy dyrektywy PE i Rady 2011/83/UE w sprawie praw konsumentów z polską ustawą o prawach konsumenta z 2014 r., należy ogólnie stwierdzić, iż już w preambule dyrektywy unijnej wskazano, że określa ona standardowe zasady dotyczące wspólnych aspektów umów zawieranych na odległość i umów

<sup>16</sup> Dyrektywa 2011/83/UE, art. 24, pkt 4.

<sup>17</sup> E. Biegun, J. Halikowski, J. Jezioro, T. Kierzyk, *Odpowiedzialność za jakość świadczenia w wybranych umowach*, Wrocław 2006, s. 57.

<sup>18</sup> Ustawa z dnia 30.05.2014 r. o prawach konsumenta, Dz.U. z 2014 r., poz. 827.

zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, przy równoczesnej rezygnacji z zasady harmonizacji minimalnej przyjętej we wcześniejszych dyrektywach. Umożliwia to Państwom Członkowskim utrzymanie lub przyjęcie przepisów krajowych w odniesieniu do niektórych aspektów umów<sup>19</sup>. Natomiast harmonizacja pozostałych aspektów wspomnianych umów jest niezbędna w celu wspierania rynku wewnętrznego opartego na równowadze pomiędzy wysokim poziomem ochrony konsumentów i konkurencyjnością przedsiębiorców, przy jednoczesnym zapewnieniu poszanowania zasady pomocniczości. Wynika z tego, że polski ustawodawca posiadał pewien zakres swobody co do określenia praw przysługujących konsumentom, a także eliminacji niektórych umów, co do których nie stosuje się przepisów ustawy, na przykład dotyczących usług socjalnych, usług zdrowotnych, hazardu, usług finansowych. Pomimo wyraźnego zwrócenia uwagi w dyrektywie unijnej na możliwość odmiennego uregulowania wspomnianych powyżej obszarów, zaleca się, aby Państwa Członkowskie wzorowały się jednak na istniejących przepisach UE w taki sposób, aby zapewnić równe zasady wszystkim konsumentom. Analizując przepisy ogólne polskiej ustawy o prawach konsumenta, należy stwierdzić, iż są one zgodne z zapisami preambuły dyrektywy 2011/83/UE.

Biorąc pod uwagę obowiązki przedsiębiorcy w umowach zawieranych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, widzimy całkowitą synchronizację przepisów polskiej ustawy o prawach konsumentów z dyrektywą 2011/83/UE (art. 12 polskiej ustawy i art. 6 dyrektywy UE).

Analizując zapisy art. 7 i 8 dyrektywy 2011/83/UE i art. 14 polskiej ustawy o prawach konsumenta z 2014 r., widać ich zbieżność, w szczególności mając na względzie wymóg niezbędnych dla konsumenta informacji dotyczących etapu przed zawarciem umowy poza lokalem przedsiębiorstwa. Jeżeli natomiast umowa jest zawierana na odległość, zarówno przedsiębiorca, jak i konsument mają wymienione w obu aktach prawnych obowiązki, jak na przykład obowiązek dostarczenia konsumentowi przez przedsiębiorcę zamówienia, a konsument ma obowiązek zapłaty za dostarczony towar. Zarówno przepisy unijne, jak i polskie przy zawieraniu umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa wskazują jakie informacje przed zawarciem umowy przedsiębiorca ma dostarczyć konsumentowi, na przykład dotyczące głównych cech świadczenia przedsiębiorcy, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny lub wynagrodzenia, prawa do odstąpienia od umowy, czasu trwania umowy itp. (art. 8 dyrektywy i art. 19 ustawy). Należy zwrócić uwagę na fakt, że wspomniana dyrektywa wprowadza obowiązek nienakładania przez Państwa Członkowskie dodatkowych wymogów dotyczących informacji przed zawarciem umowy, niż wynikające z treści dyrektywy.

<sup>19</sup> Dyrektywa PE i Rady 2011/83/UE, s. 64, pkt 2.



Zbieżność powyższych przepisów (art. 8 dyrektywy i art. 14 polskiej ustawy) jest również widoczna w pkt 2 obu aktów prawnych zawierających wymóg przekazania konsumentowi powyżej wymienionych informacji w sposób czytelny i wyrażony prostym językiem. Polski ustawodawca podkreślił, iż informacje te winny być utrwalone na papierze lub, jeśli konsument wyrazi zgodę, na trwałym nośniku. W opinii TSUE, za trwałe nośnik nie może być uznany na przykład hiperlink na stronie internetowej przedsiębiorstwa<sup>20</sup>.

Ze względu na to, że konsument, zawierając umowę poza lokalem przedsiębiorstwa czy na odległość, ponosi większe ryzyko niż przy zakupie towarów w sklepie, zarówno dyrektywa 2014/83/UE, jak i polska ustawa z 2014 r. o prawach konsumenta wyposażają go w szereg uprawnień odnośnie do możliwości odstąpienia od umowy. Otóż, pomimo różnic w przepisach Państw Członkowskich dotyczących terminu odstąpienia od umowy i prowadzących do niepewności prawa, polski ustawodawca w art. 27 podał termin 14-dniowy na odstąpienie konsumenta od umowy bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów. Powyższy przepis jest odzwierciedleniem pkt 40 preambuły dyrektywy 2011/83/UE, pomimo że w dyrektywie wyraźnie jest wyartykułowane, iż przepisy dotyczące prawa do odstąpienia od umowy nie powinny naruszać przepisów ustawowych i wykonawczych Państw Członkowskich regulujących rozwiązywanie lub niewykonalność umowy, a także kwestię możliwości wykonania przez konsumenta swoich zobowiązań umownych przed terminem określonym w umowie<sup>21</sup>.

Dyrektywa 2011/83/UE upoważnia konsumenta do rozwiązania umowy, w przypadku gdy przedsiębiorca nie wywiązał się z obowiązku dostarczenia towarów, a ponadto konsument może – zgodnie z prawem krajowym, skorzystać z innych środków, takich jak wyznaczenie dodatkowego terminu na dostarczenie, dochodzenie wykonania umowy, wstrzymanie się z płatnością, a także dochodzenie odszkodowania<sup>22</sup>.

Na szczególną ochronę prawną zasługują konsumenci zawierający umowę na odległość z uwagi na zagrożenia związane z naruszeniem ich interesów ekonomicznych. Umowy takie bowiem zawierane są bez jednoczesnej obecności stron przy użyciu środka komunikacji elektronicznej, telefonu, telefaksu itp. Obowiązkiem przedsiębiorcy jest udzielenie konsumentowi informacji, których zakres jest szerszy niż wspomniane wcześniej przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa. Chodzi tu przede wszystkim o informacje dotyczące głównych cech towarów lub

<sup>20</sup> Wyrok TSUE z 5.07.2012 r. (sentencja orzeczenia).

<sup>21</sup> Dyrektywa 2011/83/UE, s. 69, pkt 142.

<sup>22</sup> *Ibidem*, pkt 53.

usług, oznaczenia przedsiębiorcy, łącznej ceny, czasu trwania umowy, warunków rozwiązania umowy<sup>23</sup>.

Polska, podobnie jak inne Państwa Członkowskie może wprowadzać przepisy ustawowe i wykonawcze regulujące rozwiązywanie lub niewykonalność umowy, a także kwestię możliwości wykonania przez konsumenta swoich zobowiązań umownych przed terminem określonym w umowie<sup>24</sup>. Oprócz prawa konsumentów do rozwiązania umowy, w sytuacji gdy przedsiębiorca nie wywiązał się z obowiązku dostarczenia towarów, konsument może, zgodnie z prawem krajowym, wyznaczyć dodatkowy termin dostarczenia towarów, dochodzić wykonania umowy, wstrzymać się z płatnością oraz dochodzić odszkodowania.

Polskie uregulowania ustawowe dotyczące możliwości zawarcia przez konsumenta umowy na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, zgodnie z dyrektywą 2011/83/UE, wyposażają konsumenta w prawo przedłużenia długości okresu na odstąpienie od umowy do 12 miesięcy, w sytuacji gdy przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o możliwości odstąpienia od umowy<sup>25</sup>.

Dokonując wykładni przepisów dyrektyw, TSUE wydaje orzeczenia w trybie prejudycjalnym. W szeregu spraw dotyczących umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa Trybunał przede wszystkim bierze pod uwagę interes publiczny i wyposaża sąd krajowy w prawo aktywnego działania w celu zniwelowania braku równowagi między konsumentem a przedsiębiorcą. Sądy krajowe mogą z urzędu, w opinii TSUE, stwierdzać nieważność umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa ze względu na to, że konsument nie został poinformowany na przykład o przysługującym mu prawie odstąpienia od umowy. Podobnie w Polsce Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów w szeregu wydanych decyzji dotyczących umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa wypowiedział się, iż prawo do odstąpienia od zawartej umowy poza lokalem przedsiębiorstwa jest jednym z podstawowych uprawnień przyznawanych konsumentom, mającym na celu ochronę ich uzasadnionych interesów prawnych i ekonomicznych<sup>26</sup>.

### **3. Wyniki badań własnych dotyczących oceny konsumentów na temat realizacji przez przedsiębiorców umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość**

Badania przeprowadzono w formie ankiety zawierającej pytania zadane konsumentom na temat ich uczestnictwa w umowach zawieranych poza lokalem przed-

<sup>23</sup> *Ibidem*, art. 8.

<sup>24</sup> *Ibidem*, pkt 42.

<sup>25</sup> Ustawa z 30.05.2014 r. o prawach konsumenta.

<sup>26</sup> Decyzje Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) z 23.12.2016 r. w sprawie nr RPZ-19/2015.

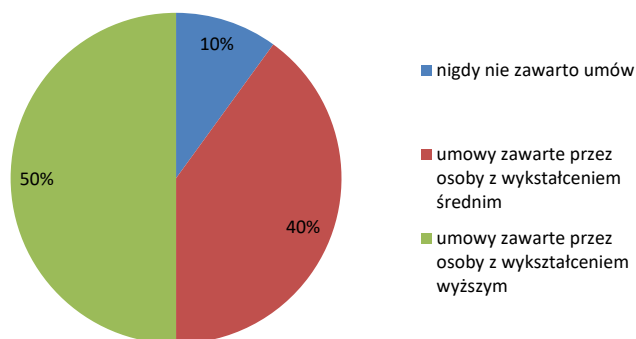
siębiorstwa i na odległość, a także rzetelności realizacji tych umów przez przedsiębiorców. W badaniach uczestniczyło 300 osób z województwa dolnośląskiego od stycznia do czerwca 2017 r. Ankietowani zostali podzieleni ze względu na wiek i poziom wykształcenia.

Zadawane pytania dotyczyły:

- uczestnictwa konsumentów w zawieraniu umów na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa,
- wiedzy konsumentów, w chwili wyrażenia woli związania się umową na odległość, o danych przedsiębiorcy (adresie firmy, organie rejestrującym oraz adresie, pod którym konsument może składać reklamacje),
- znajomości ceny lub wynagrodzenia za świadczenie wraz z podatkami, kosztach korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy, a także sposobie i terminie zapłaty,
- sposobu i terminu spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz procedury rozpatrywania reklamacji,
- terminowego lub nieterminowego dostarczenia towarów,
- poinformowania konsumenta o prawie odstąpienia od umowy,
- sposobu i przesłanek wypowiedzenia umowy.

### Wyniki badań

Pierwszym analizowanym czynnikiem był procentowy udział, biorąc pod uwagę wiek i poziom wykształcenia respondentów, w zawieraniu przez nich umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa w latach 2015-2017.



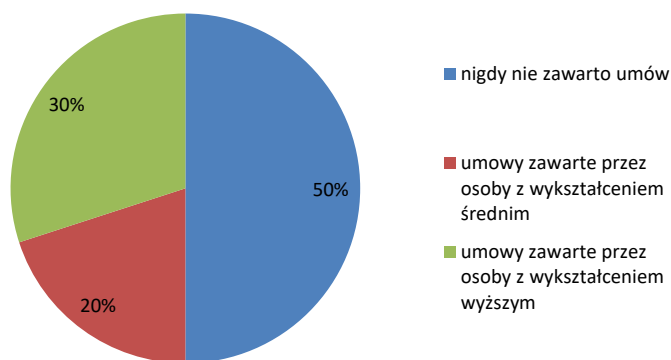
Wykres 1. Procentowy udział ankietowanych w wieku 20-60 lat w zawieraniu umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa – umowy zawarte na odległość

Źródło: opracowanie własne.

Z wykresu 1 wynika, iż 50% badanych z wykształceniem wyższym oraz 40% respondentów z wykształceniem średnim w latach 2015-2017 zawarło umowy na odległość, a jedynie 10% ankietowanych nie było zainteresowanych uczestnictwem w takich umowach. Pozwala to na stwierdzenie, że wiedza konsumentów o możliwości zawarcia umowy na odległość jest powszechnie znana i konsumenci nie obawiają się ryzyka związanego z zawieraniem takich umów.

W przeciwieństwie do umów zawieranych na odległość, wykres 2 pokazuje, że konsumenci obawiają się zawierania umów poza lokalem przedsiębiorstwa – 50% konsumentów nigdy nie zawarło takich umów, 30% badanych z wykształceniem wyższym i 20% respondentów z wykształceniem średnim zawarło w latach 2015-2017 umowę poza lokalem przedsiębiorstwa.

Należy więc wyciągnąć wniosek, że popularniejsze wśród konsumentów są umowy zawierane na odległość, do czego przyczynia się zapewne rozwój „społeczeństwa informacyjnego”.

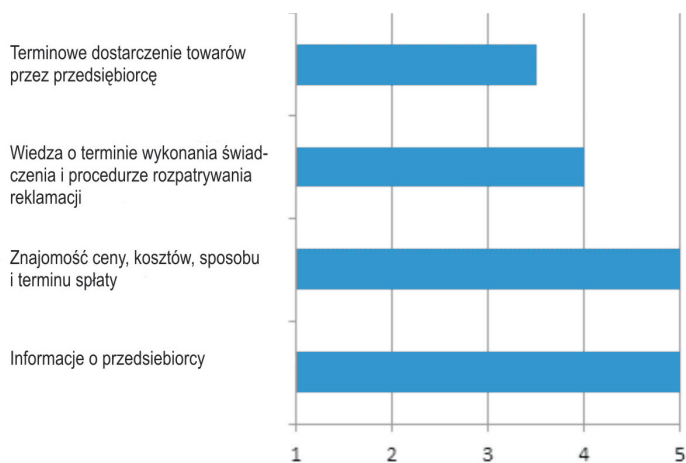


Wykres 2. Procentowy udział ankietowanych w wieku 20-60 lat w zawieraniu umów na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa – umowy zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa

Źródło: opracowanie własne.

Istotnym aspektem, z punktu widzenia ochrony konsumentów, było zadanie pytania konsumentom na temat ich wiedzy w momencie zawierania umowy na odległość o przedsiębiorcy, jego firmie i danych identyfikacyjnych, w szczególności adresie, pod którym konsument może składać reklamacje, a także cenie usługi wraz z podatkami i sposobie zapłaty za nabywane towary i świadczone usługi.

Odpowiedzi konsumentów na powyższe pytania przedstawia wykres 3.



Wykres 3. Ocena konsumentów na temat rzetelności realizacji zawartych z przedsiębiorcami umów na odległość

Źródło: badania własne.



Wykres 4. Wiedza konsumentów przed zawarciem umowy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa o możliwości wypowiedzenia umowy i odstąpienia od niej

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 3 pokazuje, że konsumenci posiadają przed zawarciem umowy na odległość pełną wiedzę na temat informacji o przedsiębiorcy oraz cenie towaru, kosztach i terminie zapłaty za nabywane towary lub usługi. Niestety, wiedza konsumentów o procedurze rozpatrywania reklamacji i terminie wykonania świadczenia jest niepełna.

Z punktu widzenia ochrony konsumentów najistotniejsze pytania dotyczyły informacji na temat ich wiedzy o możliwości odstąpienia od umowy i otrzymania zwrotu wszystkich płatności dokonanych na rzecz konsumenta, a także o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy. Otrzymane od konsumentów odpowiedzi zostały przedstawione na wykresie 4.

Analizując wiedzę konsumentów na temat możliwości odstąpienia od umowy zawartej na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, należy zauważyć, iż jest ona niepełna, a wiedza o warunkach wypowiedzenia umowy na odległość niewiele większa.

### Zakończenie

Oceniając ochronę konsumentów w polskiej Ustawie o prawach konsumenta z 2014 r., a w szczególności jej przepisy odnoszące się do umów zawieranych na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa z dyrektywą PE i Rady 2011/83/UE, daje się zauważyć, że polski system ochrony konsumentów nie odbiega od systemu UE. Wspomniana ustawa stanowi niemal bezpośrednią transpozycję unijnej dyrektywy, co zapewnia wysoki wspólny poziom ochrony konsumentów.

Z obu aktów prawnych, jak również z orzecznictwa TSUE wynika, iż konsument ma zagwarantowaną ochronę prawną przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa i na odległość poprzez między innymi prawo do odstąpienia od umowy, domagania się uznania przez sąd nieważności umowy, a także wymogu poinformowania przez przedsiębiorcę na piśmie o przysługujących konsumentowi prawach.

Z przeprowadzonej przez autorkę analizy ankiety można wyciągnąć wniosek, że konsumenci polscy w coraz większym stopniu skłonni są zawierać umowy na odległość, a mniejsze zainteresowanie wykazują w zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa. Wydaje się, że wynika to stąd, iż przedsiębiorca rozpoczyna negocjacje dotyczące zawarcia umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, na które konsument jest nieprzygotowany i które często są dla niego zaskoczeniem. W takiej sytuacji konsument nie ma możliwości porównania jakości towaru i ceny z innymi ofertami.

Natomiast przy zawieraniu umów na odległość obowiązkiem przedsiębiorcy (co wynika z przedstawionych powyżej aktów prawnych) jest udzielenie konsu-



mentowi informacji, których zakres jest szerszy niż przy umowach zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa. Przeprowadzone badania wykazują, że przy zawieraniu umów na odległość konsumenci nie otrzymują rzetelnej wiedzy o możliwości odstąpienia od umowy, o warunkach wypowiedzenia umowy, a terminowe dostarczanie towarów i procedura rozpatrywania reklamacji budzi wśród konsumentów wiele zastrzeżeń.

### **Consumer protection in respect of contracts negotiated away from business premises and distance contracts**

**Summary.** The main goal of the article is to present the harmonization of the Polish Act of Consumer Rights of 30 May 2014 with EU law – Directive of the European Parliament and the Council 2011/83/EU. In accordance with Article 26/6 TFEU the harmonization of certain aspects of consumer distance and off-premises contracts is necessary for the promotion of a real consumer internal market. The article reports the results of author's own research connected with the perception by consumers how their rights are protect by the traders. The results of the research show that the consumers present a good level knowledge of consumer distance and off-premises contracts, but their knowledge especially about the possibility to withdraw from a distance or off-premises contract and the trader's complaint handling policy is low.

**Keywords:** consumer protection, contracts negotiated away from business premises, distance contracts

**Barbara Majewska-Jurczyk** – dr hab. prof. nadzwyczajny, Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu. [bmajjur@gmail.com](mailto:bmajjur@gmail.com); [barbara.majewska-jurczyk@wsb.wroclaw.pl](mailto:barbara.majewska-jurczyk@wsb.wroclaw.pl)

