

## Wstęp

W dobie rozwoju gospodarki rynkowej coraz większą rolę zaczynają odgrywać regulacje prawne dotyczące uczestniczenia sprzedawców i kupujących w wymianie towarowej. Gwałtowny wzrost popytu, który nastąpił na przełomie lat osiemdziesiątych i dziewięćdziesiątych dwudziestego wieku, spowodował masowe wprowadzenie na polski rynek rzeczy o różnej jakości, często nieodpowiadającej wymaganym standardom, a w skrajnych przypadkach wręcz szkodliwych. Silnym bodźcem do prac nad utworzeniem reguł prawnej ochrony konsumentów były starania Polski o przystąpienie do Wspólnot Europejskich. Zgodnie z układem stowarzyszeniowym z dnia 16 grudnia 1991 r.<sup>1</sup>, zawartym między Polską a Unią, Polska miała obowiązek dostosowania swojego ustawodawstwa do standardów unijnych. Ustawodawstwa państw Unii Europejskiej przewidują daleko idącą ochronę konsumentów przed niekorzystnymi działaniami sprzedawców. Dzięki rozbudowanemu prawodawstwu w tym zakresie nabywcy towarów mogą korzystać z szeregu uprawnień i przywilejów, których celem jest zrównanie pozycji konsumenta i sprzedawcy jako podmiotu profesjonalnego.

W ustawodawstwie polskim umowa sprzedaży stanowi jedną z umów zobowiązaniowych i jako taka podlega ogólnym regulacjom kodeksu cywilnego. Przepisy prawa cywilnego są tak skonstruowane, aby wszyscy uczestnicy stosunków cywilnoprawnych mieli zagwarantowaną równą pozycję prawną. Jest oczywiste, że na sytuację uczestnika obrotu prawnego wpływają nie tylko regulacje prawne, ale również pozycja ekonomiczna. Dzięki niej profesjonalisci, poprzez wykorzystanie dostępnych środków prawnych, mogą narzucać konsumentom – jako podmiotom z reguły słabszym ekonomicznie – niekorzystne warunki umów. W praktyce niejednokrotnie zdarzają się sytuacje, że nabywca, mimo zagwarantowanej w art. 353<sup>1</sup> k.c. zasady swobody umów, nie ma wpływu na treść zawieranej ze sprzedawcą umowy. Może on jedynie zaakceptować jej warunki w formie opracowanej przez sprzedawcę, bez możliwości negocjacji poszczególnych postanowień, albo po prostu nie zawrzeć umowy. Dlatego ustawodawca, wzorując się na koncepcjach państw unijnych, wyodrębnił konsumentów spośród uczestników obrotu i przyznał im szczególny status prawny. Tak zwane ustawodawstwo konsumenckie nadal jest jeszcze „w powijakach”. Zgodnie ze standardami unijnymi wydawanych jest coraz więcej aktów prawnych, które w szczególny sposób regulują stosunki pomiędzy sprzedawcami a konsumentami, i to w różnych dziedzinach. Nadrzędnym celem tych prac jest zagwarantowanie realnego zrównania praw i obowiązków sprzedawców i konsumentów, z uwzględnieniem różnic w sile ekonomicznej tych podmiotów.

---

<sup>1</sup> Dz. U. z 1994 r. Nr 11, poz. 38 z późn. zm.