

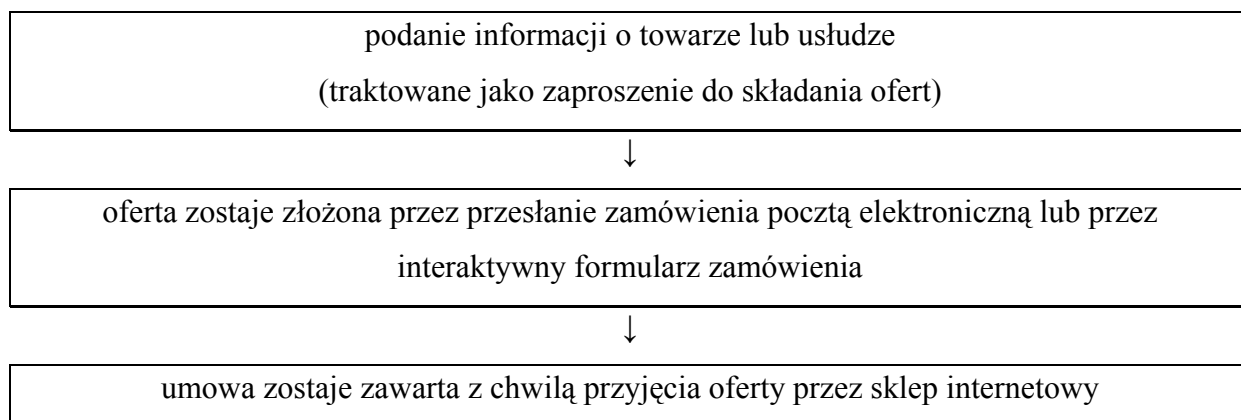
## **Omówienie najważniejszych regulacji prawnych dla przedsiębiorców internetowych w obrocie konsumenckim**

Przepisy prawa nakładają na podmioty prowadzące działalność gospodarczą w internecie określone obowiązki. W obrocie konsumenckim szczególne znaczenie przypisuje się obowiązkom informacyjnym. Zakres i forma spełnienia powyższych obowiązków zależy w dużym stopniu od wyboru formy prowadzenia sprzedaży internetowej oraz sposobu zorganizowania przedsiębiorstwa.

### Kodeks cywilny

Najpowszechniejszym sposobem zawarcia umów – w ramach działalności sklepów internetowych – jest tryb ofertowy. Najczęściej do zawarcia umowy dochodzi w ten sposób, że po wejściu na stronę internetową i zapoznaniu się z ofertą handlową, użytkownik przesyła zamówienie, które następnie jest realizowane przez sklep internetowy. Podstawowe znaczenie ma przy tym ocena prawna informacji umieszczonych przez sprzedającego na stronach internetowych. Witryna taka może być w szczególności traktowana jako oferta, bądź zaproszenie do składania ofert.

Schemat zawarcia umowy przy wykorzystaniu konstrukcji tzw. zaproszenia do składania ofert wygląda następująco:



Mechanizm zawarcia umowy w trybie przyjęcia oferty i jej akceptacji składa się z dwóch etapów:

umieszczenie informacji o towarze lub usłudze stanowi ofertę złożoną przez sklep internetowy



umowa zostaje zawarta z chwilą jej akceptacji przez drugą stronę

Skutek oferty złożonej przez sklep internetowy polega na tym, że zbędne są już po stronie oferenta (osoby składającej ofertę) jakiegokolwiek oświadczenia, aby umowa doszła do skutku. Kwestia zawarcia umowy zależy wyłącznie od decyzji drugiej strony, a więc od tego, czy przyjmie ona ofertę. Oferent nie może już natomiast zapobiec zawarciu kontraktu w razie jej przyjęcia.

W praktyce, rozróżnienie pomiędzy złożeniem oferty a zaproszeniem do składania ofert może budzić trudności. Tym co różni ofertę od zaproszenia do ich składania jest albo nieokreślenie wszystkich istotnych postanowień umowy albo – co jest znacznie częstsze w przypadku umów on-line – podanie informacji, iż oferty zamieszczone na stronie internetowej nie mają charakteru stanowczej propozycji zawarcia umowy. Samo podanie wszystkich istotnych postanowień umowy nie będzie wiązać podmiotu, który je składa, o ile z treści tego oświadczenia lub z okoliczności, w których jest ono złożone wynika, że składający je podmiot nie nadaje mu wiążącego charakteru.

W zależności od tego, czy witryna sklepu internetowego kwalifikowana będzie jako zaproszenie do składania ofert, czy też złożenie oferty, różna będzie także ocena prawna zamówienia złożonego przez kontrahenta. Stanowiąc będzie ono odpowiednio bądź przyjęcie oferty, bądź – znacznie częściej – złożenie oferty nabycia towaru lub usługi, co do której informacje zostały ujawnione na witrynach sklepu internetowego.

Zgodnie z przepisami kodeksu cywilnego, oferta złożona w postaci elektronicznej wiąże składającego, jeżeli druga strona niezwłocznie potwierdzi jej otrzymanie. Wystosowane przez przedsiębiorcę potwierdzenie otrzymania oferty nie jest równoznaczne z jej przyjęciem. Umowę uważa się bowiem za zawartą w chwili otrzymania przez składającego ofertę oświadczenia o jej przyjęciu bądź przystąpienia przez drugą stronę do wykonania umowy.

Powyższe wątpliwości powinny wyjaśniać ogólne warunki zamówienia bądź regulaminy zakupów znajdujące się na stronach sklepów internetowych.

Ustawa z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny

Przystępując do omówienia obowiązków wynikających z przedmiotowej ustawy należy na wstępie zaznaczyć, że:

- dotyczy ona umów zawieranych bez jednoczesnej obecności stron przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość (poczta elektroniczna, storna internetowa);
- dotyczy ona umów zawieranych jedynie pomiędzy przedsiębiorcami a konsumentami;
- dotyczy ona przedsiębiorców, którzy właśnie w ww. sposób zorganizowali swoją działalność.

UWAGA! Warunek, aby zawieranie umów na odległość było zasadą działania przedsiębiorstwa oznacza zorganizowanie przez przedsiębiorcę swojego przedsiębiorstwa w taki sposób, aby z wykorzystania tych technik i braku jednoczesnej obecności stron umowy przy jej zawieraniu uczynić zasadę funkcjonowania.

### I. Propozycja zawarcia umowy

Ustawa ustanawia wymaganie uzyskania uprzedniej zgody konsumenta na posługiwanie się w kontaktach handlowych wymienionymi w tym przepisie środkami porozumiewania się na odległość (wizjofon, telefaks, poczta elektroniczna, automatyczne urządzenia wywołujące, telefon). Wymaganie udzielenia przez konsumenta uprzedniej zgody oznacza, że żadna komunikacja handlowa z konsumentem nie jest dozwolona bez uprzedniego wyrażenia na nią zgody przez konsumenta.

### II. Obowiązki informacyjne

Obowiązek informacyjny ciążyący na przedsiębiorcy na podstawie przepisów o umowach zawieranych na odległość charakteryzuje się dwoma istotnymi cechami. Po pierwsze, informacje udzielane konsumentowi mają na celu umożliwienie prawidłowej identyfikacji przedsiębiorcy. Nabiera to istotnego znaczenia w warunkach zawierania umów bez jednoczesnej obecności obu stron, w szczególności z wykorzystaniem internetu, gdyż brak bezpośredniego kontaktu stron przyszłej umowy prowadzi do ich anonimowości i może

skutkować utrudnieniem lub uniemożliwieniem dochodzenia ewentualnych roszczeń przez konsumenta. Po drugie, brak kontaktu konsumenta z przedmiotem umowy i konieczność podejmowania przez niego decyzji wyłącznie na podstawie udzielanych przez przedsiębiorcę informacji prowadzić może do podejmowania przez konsumenta niekorzystnych dla niego decyzji powodowanych manipulacjami lub niedokładnymi informacjami pochodzącymi od drugiej strony umowy.

Obowiązek informacyjny powinien zostać spełniony najpóźniej w chwili złożenia konsumentowi propozycji zawarcia umowy (złożenia konsumentowi oferty, zaproszenia do składania ofert). Zatem obowiązek informacyjny nie powstaje w przypadku rozpowszechniania treści o charakterze reklamowym, które tylko pośrednio mogą prowadzić do zawarcia w przyszłości umowy z konsumentem. Dopiero gdy reklama przeradza się w komunikację zmierzającą do zawarcia umowy z konsumentem – przyjmuje postać oferty lub zaproszenia do składania ofert – po stronie przedsiębiorcy aktualizuje się obowiązek informacyjny.

Wśród informacji, które powinny zostać przekazane konsumentowi, pierwszą grupę stanowią informacje służące prawidłowej identyfikacji przedsiębiorcy. Konsument powinien więc zostać poinformowany o imieniu i nazwisku lub nazwie przedsiębiorcy, jego adresie zamieszkania (siedzibie) oraz o organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także o numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany. Do informacji służących prawidłowej identyfikacji przedsiębiorcy zaliczyć również należy poinformowanie konsumenta o miejscu i sposobie składania reklamacji. Określone sposób i miejsce składania reklamacji nie mogą powodować nadmiernych trudności i kosztów po stronie konsumenta.

Druga grupa informacji odnosi się do postanowień przyszłej umowy, która może być zawarta z konsumentem. Na plan pierwszy wysuwa się obowiązek poinformowania konsumenta o istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiocie. Stanowi on konsekwencję faktu zawierania umowy na odległość i braku kontaktu konsumenta z przedmiotem przyszłej umowy. Przedsiębiorca powinien również przekazać informacje o cenie lub wynagrodzeniu wraz ze wszystkimi podatkami i cłami, a także o zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia.

Z istoty umowy zawartej na odległość wynika, że świadczenia stron co do zasady będą również spełnione w warunkach braku jednoczesnej ich obecności. Konsument powinien więc wiedzieć, ile wynoszą koszty dostawy oraz w jakim terminie i jakim sposobem dostawa zostanie wykonana.

Z punktu widzenia konsumenta, najistotniejsze znaczenie dla zapewnienia mu należytej ochrony po zawarciu umowy ma prawo odstąpienia od umowy. O istnieniu tego prawa wraz ze wskazaniem sytuacji, w których prawo nie przysługuje, konsument powinien zostać poinformowany przez przedsiębiorcę. Dodatkowo, jeżeli treścią informacji przekazywanych konsumentowi jest oferta zawarcia umowy, konsument powinien otrzymać informację o tym, jak długi złożona mu oferta wiąże przedsiębiorcę.

W stosunku do formy spełnienia obowiązku informacyjnego, ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów konsekwentnie posługuje się postulatem jednoznaczności i zrozumiałości przekazywanych informacji. Cechy jednoznaczności i zrozumiałości przekazu odnoszą się odpowiednio do treści przekazu oraz do jego formy. Użyte w treści przekazu sformułowania i zwroty tłumaczone powinny być zgodne z rozumieniem, które w takich samych okolicznościach przypisałby im przeciętny i rozważny konsument. Dodatkowo, informacje powinny być łatwe do odczytania. Oznacza to, że przekaz powinien być dla konsumenta czytelny, a wszelkie ryzyko zniekształcenia przekazu z przyczyn technicznych ciąży na przedsiębiorcy.

W przypadku zawierania umów z konsumentami z wykorzystaniem sieci internet, wskazane wyżej wymagania oznaczają konieczność zachowania odpowiedniej przejrzystości wykorzystywanej strony internetowej. Postuluje się, aby informacje były dostępne bez konieczności korzystania z wielokrotnych odesłań, a także, by zawarcie umowy możliwe byłoby dopiero po wyświetleniu odpowiednich informacji w czytelnej formie.

Informacje mogą być przekazane konsumentowi w dowolnej formie. Ustawa, nie precyzując formy ich udzielenia, umożliwiła udzielanie informacji przy użyciu środków porozumiewania się na odległość, w praktyce tych, przy użyciu których zawierana jest umowa. By jednak zabezpieczyć konsumenta przed ryzykiem utraty udzielonych informacji, nałożono na przedsiębiorcę obowiązek potwierdzenia w formie pisemnej udzielonych informacji. W przypadku umów zawieranych za pośrednictwem sieci internet, których wykonanie wiąże się z dostarczeniem konsumentowi określonego materialnego przedmiotu umowy, potwierdzenie informacji może nastąpić w chwili dostarczenia konsumentowi przedmiotu umowy.

Ustawa przewiduje sankcję z tytułu niespełnienia obowiązku potwierdzenia informacji o prawie odstąpienia od umowy polegającą na wydłużeniu terminu do odstąpienia od umowy do trzech miesięcy, liczonych odpowiednio od dnia wydania rzeczy lub od dnia zawarcia umowy o świadczenia usług.

### III. Prawo konsumenta do odstąpienia od umowy na odległość

Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów przyznaje konsumentowi prawo odstąpienia od umowy.

Przepisy przyznające konsumentowi prawo odstąpienia od umowy mają charakter bezwzględnie obowiązujący co oznacza, iż nie można ich w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć, np. poprzez nałożenie na konsumenta obowiązku zapłaty odstępnego.

Prawo odstąpienia przez konsumenta od umowy na odległość może być wykonane w ściśle przez ustawę określonym terminie, zasadniczo w terminie dziesięciu dni. Do zachowania tego terminu wystarczy wysłanie przez konsumenta stosownego oświadczenia przed jego upływem.

W przypadku gdy przedmiotem umowy są rzeczy, termin rozpoczyna bieg z momentem wydania rzeczy (zwrot „wydanie rzeczy” odnosi się do faktycznego wydania rzeczy konsumentowi); gdy umowa za przedmiot ma świadczenie usług, termin liczy się od dnia zawarcia umowy.

Termin do odstąpienia od umowy może ulec wydłużeniu w sytuacji, gdy przedsiębiorca nie spełni ciężących na nim obowiązków informacyjnych. Potwierdzenie na piśmie informacji, do których udzielenia przedsiębiorca jest zobowiązany, powinno nastąpić nie później niż w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia. Jeżeli informacje nie zostaną konsumentowi potwierdzone, wówczas termin do odstąpienia od umowy ulega wydłużeniu do trzech miesięcy liczonych odpowiednio od dnia wydania rzeczy lub od dnia zawarcia umowy o świadczenie usług.

Przysługujące konsumentowi prawo odstąpienia od umowy podlega wykonaniu w drodze złożenia przez konsumenta stosownego oświadczenia na piśmie, bez podawania przyczyn odstąpienia. Przepisy nie nakładają jednak na przedsiębiorcę obowiązku dostarczenia konsumentowi gotowego formularza lub wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

W skutek wykonania prawa odstąpienia umowa uważana jest za niezawartą. Przepisy nakazują zwrot tego, co strony świadczyły w stanie niezmienionym, przy jednoczesnym zwolnieniu konsumenta z wszelkich zobowiązań.

Zgodnie z przepisami ustawy, prawo konsumenta do odstąpienia od umowy nie przysługuje w określonych wypadkach. Są to między innymi:

- umowy dotyczące nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania;
- umowy dotyczące świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu na odstąpienie od umowy;
- umowy dotyczące świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą;
- umowy dotyczące świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu;
- umowy o dostarczanie prasy.

Nic nie stoi jednak na przeszkodzie, aby strony w zawartej umowie przyznały w tych wypadkach konsumentowi umowne prawo odstąpienia.

#### IV. Wyłączenia w stosowaniu przepisów ustawy

Przepisy o umowach na odległość nie mają zastosowania do określonych w ustawie rodzajów umów. W praktyce, dla obrotu handlowego dokonywanego w internecie, znaczenie będzie mieć wyłączenie dotyczące sprzedaży z licytacji (np. aukcje internetowe). A zatem, do umów sprzedaży z licytacji, zawieranych na aukcjach internetowych, przepisy ustawy nie będą miały zastosowania.

UWAGA! Powyższe wyłączenie dotyczy jedynie sprzedaży z licytacji. W związku z tym, zawierane na aukcjach internetowych umowy sprzedaży bez procedury licytacji, po określonej z góry cenie (np. opcja „kup teraz”), podlegają przepisom ustawy.
---

#### V. Wykonanie umowy

Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów nakazuje przedsiębiorcy - w przypadku braku odmiennego zastrzeżenia umownego - wykonać umowę w terminie trzydziestu dni.

W tym miejscu należy także zasygnalizować, że spełnienie świadczenia niezamówionego przez konsumenta następuje na ryzyko przedsiębiorcy i nie nakłada na konsumenta żadnych zobowiązań.

### **Ustawa o świadczeniu usług drogą elektroniczną**

Przystępując do omówienia obowiązków wynikających z przedmiotowej ustawy należy na wstępie zaznaczyć, że:

- dotyczy ona jedynie umów sprzedaży zawieranych on-line (np. przy użyciu interaktywnego formularza znajdującego się na stronie www);
- dotyczy ona umów zawieranych zarówno z konsumentami jak i przedsiębiorcami;
- dotyczy ona nawet incydentalnego, jednorazowego zawarcia umowy on-line.

#### **I. Treść obowiązków informacyjnych**

Przedsiębiorca świadczący usługi drogą elektroniczną zobowiązany jest do poinformowania potencjalnych usługobiorców o swoim imieniu i nazwisku (w przypadku osób fizycznych) lub firmie (w przypadku osób prawnych) oraz o swoim miejscu zamieszkania lub siedzibie. Ponadto, powinien podać usługobiorcy adresy elektroniczne, które umożliwią z nim bieżący kontakt. Jeżeli przedsiębiorca oferuje sprzedaż towarów, których to sprzedaż wymaga posiadania przez niego określonego zezwolenia, należy wyraźnie poinformować o posiadanym zezwoleniu oraz wskazać organ, który zezwolenie wydał.

#### **II. Sposób spełnienia obowiązków informacyjnych**

Informacje podstawowe, których zadaniem jest identyfikacja przedsiębiorcy, powinny być przekazane usługobiorcy w ten sposób, by mógł się z nimi zapoznać przed zawarciem umowy. W praktyce przekazanie informacji może odbyć się w drodze przejścia w trakcie zawierania umowy przez stronę internetową, która będzie te informacje zawierać. Jednocześnie informacje te powinny być stale dostępne, np. w formie linku do odpowiedniej podstrony.

Wszelkie informacje wymagane przez ustawę powinny być przekazywane usługobiorcom w sposób **wyraźny i jednoznaczny**. Jednoznaczność odnosi się do treści

przekazu, który powinien być tak sformułowany, by wykluczyć ewentualne wieloznaczności i problemy w jego zrozumieniu przez usługobiorcę. Wymaganie wyraźnego podania informacji dotyczy formy przekazu. Za niespełniające ustawowych wymagań będzie mogło być uznane wykonanie obowiązków informacyjnych zbyt małą czcionką lub przy użyciu nieczytelnego dla usługobiorcy układu informacji.

Informacje powinny być także **bezpośrednio dostępne** przez system teleinformatyczny, którym posługuje się usługobiorca. Oznacza to, iż usługodawca ma obowiązek takiego zestawienia i skonfigurowania używanego przez siebie systemu teleinformatycznego, by wymagane informacje były dostępne dla każdego potencjalnego usługobiorcy w sposób wyraźny i jednoznaczny. Wymaganie bezpośredniej dostępności informacji oznacza, iż informacje powinny być dostępne przez cały czas świadczenia usługi, a nie wyłącznie w chwili poprzedzającej złożenie zamówienia, a także bez konieczności korzystania przez usługobiorcę z innego środka komunikowania się na odległość.

### III. Obowiązek opracowania regulaminu świadczenia usług drogą elektroniczną

Ustawa nakłada na usługodawcę obowiązek opracowania regulaminu świadczenia usług (wzorca umowy). Regulamin powinien określać w szczególności: rodzaje i zakres usług; warunki świadczenia usług; warunki zawierania i rozwiązywania umów oraz tryb postępowania reklamacyjnego. W regulaminie znajdują się więc postanowienia o charakterze postanowień umownych, typowe dla ogólnych warunków umów, takie jak warunki zawierania i rozwiązywania umowy, a także postanowienia o charakterze technicznym i informacyjnym – wymagania techniczne, rodzaje i zakres świadczonych usług.

Ustawa zobowiązuje przedsiębiorcę do udostępniania regulaminu przed zawarciem umowy o świadczenie usług, a także – na żądanie usługobiorcy – w taki sposób, który umożliwia pozyskanie, odtwarzanie i utrwalanie treści regulaminu za pomocą systemu teleinformatycznego, którym posługuje się usługobiorca. Przepisy ustawy korespondują w tym zakresie z przepisami kodeksu cywilnego stanowiącymi, że jeżeli jedna ze stron posługuje się wzorcem umowy w postaci elektronicznej, powinna udostępnić go drugiej stronie przed zawarciem umowy w taki sposób, aby mogła ona wzorzec ten przechowywać i odtwarzać w zwykłym toku czynności. Powyższy wymóg zostanie spełniony przez przedsiębiorcę, jeżeli dokona wyświetlenia odnośnika (linku) na stronie internetowej wraz z informacją, iż regulamin dostępny jest za jego pomocą, z jednoczesną możliwością pobrania

przez usługobiorcę i zapisania na własnym komputerze pliku ze znajdującym się w nim regulaminem.

W obrocie konsumenckim również treść wzorców umów podlega istotnym ograniczeniom. Zgodnie z przepisami kodeksu cywilnego, postanowienia umowy zawieranej z konsumentem nieuzgodnione indywidualnie nie wiążą konsumenta, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy.

## **Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej**

### **I. Sprzedaż konsumencka**

Sprzedazą konsumencką jest dokonywana przez przedsiębiorcę sprzedaż rzeczy ruchomych konsumentowi, która nabywa tę rzecz, zwaną towarem konsumpcyjnym, w celu niezwiązanym z działalnością gospodarczą, zawodową lub gospodarczą.

Przedmiotem umowy sprzedaży konsumenckiej, w rozumieniu przepisów ustawy, jest tzw. towar konsumpcyjny, którym może być wyłącznie rzecz ruchoma (nowa bądź używana).

### **II. Odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru z umową**

Odpowiedzialność sprzedawcy wobec konsumenta oparta jest na przesłance tzw. niezgodności towaru z umową.

Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru z umową **w chwili jego wydania**. Ustawa wprowadza ponadto domniemanie, zgodnie z którym, jeżeli niezgodność towaru z umową została stwierdzona w ciągu 6 miesięcy od dnia wydania towaru, przyjmuje się, że istniała ona w chwili wydania.

Towary konsumpcyjne są zgodne z umową, jeżeli odpowiadają opisowi podanemu przez sprzedawcę i mają właściwości towarów, które sprzedawca przedstawił konsumentowi jako wzór czy model, nadają się do jakichkolwiek szczególnych celów, do których potrzebne są konsumentowi, a o których zawiadomił on sprzedawcę w czasie zawierania umowy i które sprzedawca zaakceptował. Uznaje się, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli nadaje się do celu, do jakiego tego rodzaju towar jest zwykle używany, oraz jeżeli jego właściwości odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju.

Pojęcie „niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową” obejmuje zarówno wady fizyczne, prawne, jak i niekompletność rzeczy, w tym brak wymaganej informacji na opakowaniu towaru, brak etykiet lub oznaczeń co do sposobu użytkowania, instrukcji obsługi bądź informacji niezbędnej do korzystania towaru. Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową może obejmować także te sytuacje, gdy towar nie ma żadnych wad, jednak nie spełnia innych wymaganych przez kupującego kryteriów, np. co do walorów estetycznych czy użytkowych. Z niezgodnością towaru z umową będziemy mieć do czynienia w sytuacji, gdy towar nie będzie posiadał określonych cech koniecznych do użytku, użycie nie przyniesie pożądanego rezultatu lub osiągnięcie zwykłego celu wymagać będzie niezwykle kosztów.

Sprzedawca ponosi również odpowiedzialność za zapewnienia publiczne wyrażone w oznakowaniu towaru, reklamie, jeżeli odnoszą się do właściwości towaru. Oznacza to, że towar jest zgodny z umową, jeżeli będzie odpowiadał oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy lub producenta. W tym przypadku, fakt, że rzecz działa prawidłowo i jest zgodna z przyjętymi standardami nie wyłącza odpowiedzialności sprzedawcy. Konsument ma prawo do tego, aby towar odpowiadał jego oczekiwaniom opartym na zapewnieniach publicznych, w szczególności reklamie. Skutkiem takiego rozwiązania jest możliwość powoływania się konsumenta na niezgodność towaru z umową, jeżeli zakupiony towar nie ma właściwości wynikających z reklamy lub oznakowania. Warto podkreślić, że sprzedawca odpowiada za zapewnienia składane publicznie również przez producenta, a także osoby, która wprowadza towar do obrotu oraz osoby podającej się za producenta przez umieszczenie na towarze swojej nazwy lub znaku towarowego.

### III. Uprawnienia konsumenta z tytułu niezgodności towaru z umową

W sytuacji, kiedy mamy do czynienia z niezgodnością towaru z umową, konsument ma prawo do bezpłatnego doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową poprzez naprawę lub wymianę albo, jeśli tego nie uzyska, do obniżenia ceny lub unieważnienia umowy. W pierwszej kolejności konsument może żądać od sprzedawcy bezpłatnej naprawy towaru lub jego wymiany na nowy. Następnie, gdy naprawa lub wymiana jest niemożliwa bądź wymaga nadmiernych kosztów albo sprzedawca nie wywiąże się ze swojego zobowiązania w odpowiednim czasie lub kupujący byłby narażony na znaczne niedogodności z powodu naprawy lub wymiany, konsument może domagać się stosowanego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy.

Uprawnień konsumenta unormowanych w ustawie nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy, w szczególności nie można tego dokonać przez oświadczenie kupującego, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową. Przepisy ustawy nie wykluczają jednak dla sprzedawcy możliwości - w przypadku niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową - zaoferowania konsumentowi tytułem ugodowego załatwienia sprawy, innego dostępnego środka. Należy bowiem podkreślić, że to konsument decyduje czy przyjąć, czy też odrzucić taką propozycję.

#### a) Naprawa albo wymiana

Pierwszym uprawnieniem przysługującym konsumentowi w przypadku niezgodności towaru z umową jest żądanie doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową poprzez nieodpłatną naprawę albo nieodpłatną wymianę na nowy. Ta pierwsza sekwencja uprawnień konsumenta, wynikająca z ustawy, nie znajdzie zastosowania, jeżeli naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów. Wybór określonego uprawnienia należy do konsumenta.

Poprzez nieodpłatną naprawę sprzedawca powinien doprowadzić towar konsumpcyjny do stanu zgodnego z umową. W zakresie naprawy należy uwzględnić wymianę wadliwych części towaru. Nieodpłatna wymiana polega na wydaniu towaru nowego tj. nieużywanego. Konsument nie będzie mógł skorzystać z przysługujących mu uprawnień w zakresie bezpłatnej naprawy lub wymiany na nowy, jeżeli będą one niemożliwe albo będą się wymagały nadmiernych kosztów.

#### b) Obniżenie ceny albo odstąpienie od umowy

Konsument, w przypadku gdy wymiana albo naprawa są niemożliwe albo wymagają nadmiernych kosztów bądź, jeśli sprzedawca nie zdoła uczynić żądaniu naprawy albo wymiany w odpowiednim czasie, lub naprawa albo wymiana narażałyby konsumenta na znaczne niedogodności, może żądać stosowanego obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy. Konsument będzie mógł skorzystać z drugiej pary uprawnień tylko wówczas, gdy zostanie spełniona jedna z wyżej wymienionych przesłanek.

Jeżeli sprzedawca nie zdoła uczynić żądaniu naprawy albo wymiany w odpowiednim czasie, konsument ma prawo domagać się obniżenia ceny albo odstąpienia od umowy. Kryterium rozstrzygającym jest długość czasu na wykonanie wymiany lub naprawy towaru,

która powinna być odpowiednia. Czas na wykonanie obowiązku sprzedawcy może zostać wyznaczony przez strony umowy, jedną z nich lub wynikać z okoliczności umowy. Przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia. Przyjmuje się, że wymiana towaru powinna nastąpić „od ręki”, jeżeli towar znajduje się w sprzedaży w momencie uznania reklamacji. Jeżeli należy towar sprowadzić, należy wziąć pod uwagę czas, w jakim może to nastąpić.

Kolejną przesłanką, od spełnienia której zależy możliwość żądania przez konsumenta obniżenia ceny bądź odstąpienia od umowy, są znaczne niedogodności, na które byłby narażony konsument przez naprawę lub wymianę.

Ustawa przewidując obniżenie ceny mówi o stosownym jej obniżeniu. Określenie nowej ceny może nastąpić na mocy oświadczenia stron i powinno wyrównać wartość towaru. Za punkt wyjścia obliczenia nowej ceny powinna stanowić wartość rynkowa towaru z chwili zawarcia umowy.

Drugą możliwością, którą konsument może wybrać, jest prawo odstąpienia od umowy. Należy jednak podkreślić, że konsument nie będzie mógł od umowy odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna.

#### c) Zwrot kosztów poniesionych przez konsumenta

Naprawa lub wymiana towaru konsumpcyjnego na nowy ma być bezpłatna. Oznacza to, że doprowadzenie towaru do stanu zgodności z umową powinno nastąpić bez obowiązku ponoszenia jakichkolwiek kosztów przez konsumenta. Nieodpłatna powinna być, nie tylko sama wymiana czy usługa naprawy, ale również wszystkie czynności konsumenta dokonane przed naprawą np. demontaż, dostarczenie towaru do sprzedawcy, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia. Podstawą obliczenia poniesionych kosztów będą różnego rodzaju rachunki przedstawione przez konsumenta.

#### d) Zawiadomienie o niezgodności towaru z umową

Sprzedawca, który otrzymał zawiadomienie konsumenta o niezgodności towaru z umową, zawierające żądanie nieodpłatnej naprawy albo wymiany towaru na nowy – ma obowiązek ustosunkować się do niego w terminie 14 dni. Oznacza to, że sprzedawca powinien poinformować konsumenta: czy uznaje stwierdzoną niezgodność towaru z umową, w jakim zakresie, w jakim terminie nastąpi naprawa albo wymiana, jeśli stwierdzona

niezgodność wymaga ekspertyzy – w jakim terminie zostanie ona wykonana, bądź poinformować konsumenta, że nie uznaje zgłoszonych żądań z uwagi na niemożliwość bądź nadmierność kosztów ich realizacji. W sytuacji, gdy sprzedawca nie ustosunkuje się do żądania konsumenta, przyjmuje się, że uznał on roszczenia konsumenta za uzasadnione. W konsekwencji sprzedawca będzie zobowiązany do doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową, stosownie do żądań konsumenta.

#### IV. Zakres czasowy odpowiedzialności sprzedawcy

Sprzedawca odpowiada z tytułu niezgodności towaru z umową w przypadku stwierdzenia tej niezgodności przed upływem dwóch lat od wydania tego towaru konsumentowi. Termin ten biegnie na nowo w razie wymiany towaru. Istnieje możliwość skrócenia powyższego terminu (do minimum 1 roku), ale tylko w drodze porozumienia stron i jedynie w przypadku, gdy przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana. Oznacza to, że w ciągu dwóch lat od wydania towaru, konsument ma prawo do realizacji uprawnień wynikających z tytułu niezgodności towaru z umową. Przy czym należy pamiętać, że w przypadku stwierdzenia niezgodności towaru z umową przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru ustawa uznaje, że niezgodność towaru istniała w chwili jego wydania.

Ustawa przewiduje także zastrzeżenie odpowiedzialności sprzedawcy, jeżeli działał on nieuczciwie wobec kupującego. W przypadku, gdy sprzedawca w chwili zawarcia umowy wiedział o niezgodności i nie zwrócił na to uwagi kupującego, to ten ostatni może dochodzić roszczeń wynikających z niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, bez względu na upływ terminów przedawnienia. Zastosowanie tego rodzaju sankcji wobec sprzedawcy uzależnione jest więc od jego wiedzy o niezgodności towaru z umową, przy czym ciężar dowodu wiedzy sprzedawcy spoczywa na konsumentach.