



Punkt Kontaktowy ds. e-handlu  
dla Usługodawców i Usługobiorców  
**PUNKT**

2014

## Dyrektywa konsumencka – opis wybranych zmian



PARP



MINISTERSTWO  
GOSPODARKI

**Autorzy:**

Mateusz Staszek  
dr Andrzej Ogonowski

**Koncepcja publikacji:**

Paweł Chaber

**Wydawca:**

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)  
ul. Pańska 81/83  
00-834 Warszawa

[www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl)

Wydanie I

Publikacja bezpłatna

Zadanie finansowane jest przez Ministerstwo Gospodarki ze środków budżetu państwa.

Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości Warszawa 2014.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Opinie i poglądy wygłoszone przez Autorów publikacji nie muszą być zbieżne z poglądami i opiniami PARP i jego pracowników.

## SPIS TREŚCI

|  |    |
|--|----|
| Odbiór osobisty a odstąpienie od umowy .....                                     | 4  |
| Koszty dostawy i ich zwrot przy odstąpieniu od umowy zawartej na odległość ..... | 10 |
| Zawieranie umowy przez telefon a sprzedaż internetowa .....                      | 16 |
| Prawa przedsiębiorcy kupującego w Internecie .....                               | 22 |

## Odbiór osobisty a odstąpienie od umowy

Zakupy przez Internet ostatnimi laty zyskują na coraz większej popularności. Cieszy rosnące zaufanie konsumentów do tej formy zawierania umów, jak i jakość usług oferowanych przez przedsiębiorców. Jednakże zdarzają się przypadki, kiedy przedsiębiorcy w sposób nie do końca uczciwy próbują oferować swoje towary lub usługi. Jedną z takich sytuacji jest ta, gdy odmawia się konsumentowi prawa do odstąpienia od umowy, z powodu odebrania przez niego towaru osobiście w sklepie stacjonarnym.

Należy przypomnieć, że obecnie na podstawie [ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów](#) przysługuje kupującemu prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny. Wkrótce przepisy te będą znajdowały się, w nieco zmodyfikowanej formie, w [ustawie o prawach konsumenta](#), która wchodzi w życie 25 grudnia 2014 r. Prawo to przysługuje przy tym wyłącznie wtedy, kiedy umowa jest zawierana pomiędzy profesjonalistą – przedsiębiorcą, a konsumentem, który dokonuje zakupu niezwiązanego bezpośrednio z jego działalnością gospodarczą lub zawodową. Nie będzie można zatem odstąpić od zakupu towaru dokonanego za pośrednictwem np. portalu Allegro, jeżeli sprzedającym okaże się zwykła osoba fizyczna. Uprawnienie do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny dotyczy wyłącznie tzw. umów zawieranych na odległość (lub poza lokalem przedsiębiorstwa). Za taką umowę uważa się umowę zawartą bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, przy wykorzystaniu środka porozumiewania się na odległość. Jako takie umowy możemy więc zakwalifikować umowy zawarte podczas rozmowy telefonicznej z przedstawicielem jakiejś firmy, czy umowy zawierane przez Internet – co jest głównym obiektem naszego zainteresowania w niniejszym artykule. Trzeba też pamiętać, iż termin do odstąpienia jest ściśle ograniczony i aktualnie wynosi 10 dni, a niebawem zostanie wydłużony do dni 14. Aby odstąpienie zostało dokonane skutecznie wystarczy w tym terminie wysłać stosowne oświadczenie. Od 25 grudnia 2014 takie oświadczenie będzie można złożyć na formularzu, którego wzór znajduje się w załączniku do nowej ustawy o prawach konsumenta.

Wobec tak ogólnie zarysowanych zasad odstępowania od umów zawieranych na odległość (w tym przez Internet) należy odnotować kilka wyjątków. I tak, prawo do odstąpienia nie przysługuje w przypadku umowy, w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

Odstąpić nie będzie można również od umowy o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy (będzie to dotyczyło np. udostępniania muzyki w serwisach on-line). Wreszcie omawiane prawo nie dotyczy umów zawartych w drodze aukcji publicznych. Jeżeli zatem dokonano zakupu od profesjonalisty za pomocą licytacji w serwisie internetowym, to nie będzie możliwe odstąpienie od umowy bez podania przyczyny.

Bardzo często klientów sklepów internetowych w momencie, w którym chcą skorzystać ze swego prawa, spotyka przykra niespodzianka. Niektórzy przedsiębiorcy odmawiają im bowiem zwrotu zapłaconej ceny twierdząc, że prawo odstąpienia im nie przysługuje, jeżeli zakupiony w ich serwisie internetowym towar został odebrany osobiście, w którymś ze sklepów stacjonarnych. Pojawia się zatem pytanie, czy takie przedstawienie sprawy ma jakiegokolwiek uzasadnienie prawne. Odpowiedź nie jest niestety jednoznaczna i wymaga przeanalizowania kilku wątków.



Z przepisów jasno wynika, że prawo odstąpienia przysługuje wtedy, kiedy zawieramy z przedsiębiorcą umowę na odległość. Nie wynika z nich natomiast jakiegokolwiek zróżnicowanie pomiędzy sytuacją, w której zakupiony towar zostaje nam dostarczony pocztą, czy kurierem, a sytuacją, w której produkt odbieramy osobiście. Wszelkie postanowienia regulaminów sklepów, które pozbawiałyby konsumenta przysługującego mu prawa odstąpienia są zatem nieskuteczne, o ile tylko umowa sprzedaży została rzeczywiście zawarta przez Internet. Tak też zinterpretował omawiane przepisy Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta (UOKiK) w odniesieniu do praktyki stosowanej przez jedną z księgarni prowadzącej między innymi działalność w postaci sklepu internetowego. W regulaminie tego sklepu znajdowało się bowiem postanowienie, w myśl którego konsument zawierając umowę na odległość i decydując się na odebranie towaru w stacjonarnej księgarni mógł odstąpić od umowy wyłącznie na miejscu w trakcie odbioru rzeczy. UOKiK uznał, że taki zapis jest niezgodny z prawem i ukarał przedsiębiorcę karą w wysokości przeszło 450 000 złotych. Decyzja ta została podtrzymana następnie przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumenta.<sup>1</sup>

Mylne jest jednak twierdzenie, że odbiór osobisty towaru nigdy nie oznacza jednocześnie utraty prawa do odstąpienia od umowy. W regulaminach wielu serwisów oraz na ich stronach internetowych często można bowiem spotkać postanowienia, dzięki którym w bardzo prosty sposób można pozbawić konsumenta możliwości zwrotu towaru. Zaznacza się w nich mianowicie, że złożenie zamówienia w serwisie internetowym nie stanowi zawarcia umowy pomiędzy konsumentem, a sprzedawcą, ale jest jedynie **dokonaniem rezerwacji danego towaru**. Takie zastrzeżenie nie stanowi naruszenia prawa, a powoduje, że do zawarcia umowy dochodzi dopiero podczas odbioru produktu przez kupującego. W konsekwencji nie mamy wtedy do czynienia z umową zawartą na odległość, co oznacza, że konsumentowi nie przysługuje prawo odstąpienia od takiej umowy bez podania przyczyny. Każdy medal ma jednak dwie strony, i o ile takie postanowienie może pomóc przedsiębiorcy unikać obowiązku przyjmowania zwrotów towarów, o tyle prowadzi także do tego, że kupujący po „złożeniu zamówienia” nie jest jeszcze związany żadną umową. Ponadto, jeżeli nie odbierzemy zarezerwowanej rzeczy ze sklepu stacjonarnego, to nie istnieje żadne zobowiązanie do dokonywania płatności. Przedsiębiorca nie będzie mógł w żaden sposób zmusić do zakupu zamówionej rzeczy.

Jak widać, dla rozstrzygnięcia analizowanego problemu niezwykle istotne jest uważne czytanie regulaminu sklepu internetowego, w którym dokonujemy zakupu. Należy upewnić się, że za pośrednictwem serwisu internetowego zawierana jest umowa, a nie

---

<sup>1</sup> Zgodnie z wyrokiem z dnia 12 czerwca 2014 r.

jedynie rezerwacja. Wówczas można ze spokojem odebrać zakupiony produkt bezpośrednio w sklepie, a sprzedawca nie będzie mógł odmówić zwrotu ceny, jeżeli rezygnacja z zakupu nastąpi w odpowiednim czasie. Inną możliwością uniknięcia ryzyka utraty prawa odstąpienia jest wybieranie innego, aniżeli odbiór osobisty, sposobu dostarczenia produktu. W takiej sytuacji jakiegokolwiek postanowienia w regulaminach sklepów internetowych nie są w stanie pozbawić konsumentów ich praw. Nawet jeżeli na stronie internetowej znajdowałby się zapis, że ewentualne złożenie zamówienia skutkuje jedynie dokonaniem rezerwacji, a nie zawarciem umowy, to nie doprowadziłby on do utraty prawa odstąpienia. W razie otrzymania przesyłki kurierem i przy założeniu, że do zawarcia umowy doszłoby dopiero w momencie odbioru przesyłki (wobec tak sformułowanego regulaminu sklepu), to spełnione byłyby przesłanki tej definicji. Mielibyśmy zatem do czynienia z umową zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa, w konsekwencji kupującemu przysługiwałoby i tak prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny. Z tego powodu sklepy internetowe rezygnują w tym przypadku z zamieszczania tego typu „haczyków” w swoich regulaminach i na swoich stronach.

## Obowiązki informacyjne

Na końcu, warto też zwrócić uwagę, że na przedsiębiorcy, prowadzącym działalność w zakresie zawierania umów sprzedaży na odległość, w szczególności za pośrednictwem Internetu, ciąży obowiązek informacyjny dotyczące prawa odstąpienia. Konsument musi być poinformowany, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o przysługującym mu prawie odstąpienia i jego terminie. Jeśli przedsiębiorca zaniedba tego obowiązku, to termin do odstąpienia od umowy wydłuża się do trzech miesięcy. Uprawnienia konsumenta, w tym zakresie, ulegną jeszcze zwiększeniu po wejściu w życie nowej ustawy. Przedsiębiorca będzie bowiem zobowiązany do poinformowania, nie tylko o terminie odstąpienia, ale także o sposobie dokonania odstąpienia, w tym będzie musiał przedstawić wzór formularza, na którym konsument może złożyć stosowne oświadczenie. W celu ułatwienia realizacji tego obowiązku, w nowej ustawie został nawet przewidziany specjalny wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy. W przypadku braku wypełnienia tych obowiązków, termin do odstąpienia wydłuży się aż do 12 miesięcy.

## Prawo odstąpienia od umowy na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do umów:

- 1 o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy;
- 2 w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli, i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy;
- 3 w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb;
- 4 w której przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia;
- 5 w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- 6 w której przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami;
- 7 w której przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli;
- 8 w której konsument wyraźnie żądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji; jeżeli przedsiębiorca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania konsument żądał, lub dostarcza rzeczy inne niż części zamienne niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji, prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w odniesieniu do dodatkowych usług lub rzeczy;
- 9 w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu;
- 10 o dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę;
- 11 zawartej w drodze aukcji publicznej;
- 12 o świadczenie usług w zakresie zakwaterowania, innych niż do celów mieszkalnych, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami rozrywkowymi, sportowymi lub kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi;
- 13 o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.



## Podsumowanie

Po pierwsze, zanim dokonane będą zakupy przez Internet trzeba dokładnie sprawdzić, czy prawo odstąpienia w ogóle będzie wchodziło w grę – tzn. czy na pewno transakcja zachodzi u przedsiębiorcy i czy nie jest to ustawowy wyjątek od ogólnej możliwości odstąpienia od umowy (pełen katalog 13 takich wyjątków znajdziemy w art. 38 nowej [ustawy o prawach konsumenta](#)). Po takiej weryfikacji najbezpieczniej będzie wybrać sposób dostarczenia produktu inny niż odbiór osobisty (np. przesyłką pocztową lub kurierską). Jeżeli jednak z jakichś przyczyn ważne jest, aby zakupy odebrać osobiście w sklepie stacjonarnym, to należy dokładnie przestudiować regulamin sklepu internetowego. Uwagę powinny zwrócić wszelkie zapisy, które powodują, że zamówienie traktowane będzie jako rezerwacja produktu, a nie pełnoprawna umowa. Jeżeli takie zapisy zostaną odnalezione, to wówczas odbiór osobisty zakupu będzie skutkował utratą prawa do odstąpienia od umowy. Z drugiej strony, dokonanie takiej rezerwacji nie będzie w żaden sposób obligowało do zapłaty ceny. Stosowanie tych zasad przy dokonywaniu zakupów online z pewnością jest czasochłonne i uciążliwe. Pozwoli jednak odpowiednio wcześniej dowiedzieć się o przysługujących konsumentowi prawach i doprowadzi do uniknięcia przykrych niespodzianek, na wypadek wycofania się z dokonanego zakupu.

## Koszty dostawy i ich zwrot przy odstąpieniu od umowy zawartej na odległość

Przysługujące każdemu konsumentowi prawo odstąpienia od umowy bez konieczności podania przyczyny to jedna z najbardziej charakterystycznych cech zakupów dokonywanych na odległość. Jak uprawnienie to będzie wyglądało na gruncie nowej ustawy o prawach konsumenta, która zacznie obowiązywać z końcem bieżącego roku? W jaki sposób uregulowana zostanie kwestia zwrotu kosztów dostawy towaru zakupionego na odległość?

### Kiedy umowa zawarta jest na odległość

Prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w przypadku umów zawieranych na odległość. Skorzystanie z tego uprawnienia nie generuje po stronie konsumenta żadnych dodatkowych kosztów. W tym kontekście kluczowe wydaje się zdefiniowanie *umowy zawieranej na odległość*. Tym bardziej, że nowa ustawa ([ustawa z dnia 30 maja 2014 roku o prawach konsumenta, Dz. U. 2014 poz. 827](#)) posługuje się również pojęciem *umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorcy*. Tak więc, przez umowę zawartą na odległość należy rozumieć umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie (por. art. 2 pkt 1 ustawy o prawach konsumenta). Oznacza to, że na omawianą definicję składa się kilka elementów, które muszą być spełnione łącznie:

- a) stronami umowy są przedsiębiorca i konsument;
- b) występowanie zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość. Przedsiębiorca powinien stworzyć taki system, np. przez stworzenie odpowiedniej witryny, wyodrębnienie personelu zajmującego się takimi umowami. Poza taką formą zawierania umów, przedsiębiorca może zawierać inne umowy w sposób tradycyjny lub poza lokalem przedsiębiorstwa<sup>2</sup>. Zawarcie umowy w wyniku działalności niezorganizowanej (np. jednorazowej czynności) nie będzie się kwalifikowała jako zawarcie umowy na odległość;
- c) brak jednoczesnej fizycznej obecności stron zawierających daną umowę – oznacza to, że z umową zawieraną na odległość mamy do czynienia również w sytuacji jednoczesnej, obecności stron, nawet wówczas, gdy nie ma ona charakteru fizycznego - następuje to także wówczas, gdy strony mogą komunikować się w czasie rzeczywistym, także na odległość za pomocą środków technicznych, umożliwiających przesyłanie dźwięku lub obrazu

---

<sup>2</sup> por. B. Kaczmarek-Templin, P. Stec, D. Szostek (red.), *Ustawa o prawach konsumenta. Kodeks cywilny (wyciąg) Komentarz*, Warszawa 2014).

i dźwięku (wideokonferencje, audiokonferencje i inne), bez fizycznej obecności w jednym miejscu;

- d) wyłączenie wykorzystanie środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy wyłącznie – wynika z tego, że zawarcie samej umowy w obecności obu stron będzie dyskwalifikowało daną umowę jako zawartą na odległość. Nie dotyczy to jednak sytuacji, gdy konsument udaje się do lokalu przedsiębiorcy w celu uzyskania informacji o towarach lub usługach, a następnie negocjuje lub składa bądź przyjmuje ofertę i zawiera umowę na odległość.



## Odstąpienie od umowy zawartej na odległość

Konsument, który zawarł umowę na odległość będzie mógł - w terminie czternastu dni (aktualnie termin ten wynosi dziesięć dni) - odstąpić od niej bez podawania przyczyny. Termin ten rozpoczyna się co do zasady z chwilą otrzymania towaru przez klienta. Co ważne, do zachowania czternastodniowego terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem, które może być złożone również drogą mailową. Załącznikiem do nowej ustawy jest formularz, z którego każdy konsument będzie mógł skorzystać składając oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Jest to jednak formularz przykładowy i złożenie oświadczenia w inny sposób również będzie skuteczne.

Ponadto, jeżeli sprzedający zapewni konsumentowi możliwość złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy drogą elektroniczną lub też przez złożenie stosownego oświadczenia na stronie internetowej przedsiębiorcy, a konsument skorzysta z tej możliwości, sprzedający będzie miał obowiązek niezwłocznie przesłać konsumentowi na trwałym nośniku (np. mailowo) potwierdzenie otrzymania takiego oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Nowa regulacja wprowadza też jeden istotny wyjątek. Otóż, prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie będzie przysługiwało konsumentowi w odniesieniu do umowy o dostarczanie treści cyfrowych (tj. danych wytwarzanych i dostarczanych w postaci cyfrowej, np. oprogramowania), jeżeli zostaną spełnione następujące przesłanki:

- a) umowa dotyczy dostarczania treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym,
- b) spełnienie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy,
- c) spełnienie świadczenia rozpoczęło się po poinformowaniu konsumenta przez sprzedającego o utracie prawa odstąpienia od umowy.

Inaczej rzecz ujmując, nabycie przez konsumenta np. oprogramowania poprzez załadowanie go z serwera sprzedającego spowoduje utratę prawa do odstąpienia od umowy, jeżeli dany program zostanie ściągnięty – za zgodą konsumenta - przed upływem czternastu dni, a dodatkowo sprzedający poinformuje klienta o utracie omawianego prawa odstąpienia, co kupujący zaakceptuje. Winno to nastąpić poprzez zastosowanie odpowiednich rozwiązań stosowanych przez e-sklepy (np. przycisku wyboru, tzw. check box). Ta szczególna regulacja, dotycząca sprzedaży treści cyfrowych wynika przy tym z faktu, iż co do zasady dostawa tych treści jest realizowana bezpośrednio po zawarciu umowy. W efekcie, w procedurze dostarczania i zawierania umów muszą się pojawić dodatkowe elementy - poinformowanie o tym, że konsument ma prawo do odstąpienia od umowy oraz poinformowania o tym, że jeżeli zażąda dostarczenia treści cyfrowej od razu po zawarciu umowy, to utraci on prawo do odstąpienia od umowy.

Warte podkreślenia jest również to, iż nowe przepisy nakładają na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta o prawie odstąpienia od umowy, w tym o trybie takiego odstąpienia, terminie i sposobie wykonania prawa odstąpienia od umowy, a także ustawowym wzorze formularza odstąpienia od umowy, z którego konsument może skorzystać. Co istotne, jeżeli konsument nie zostanie poinformowany przez sprzedającego o prawie odstąpienia od umowy, prawo to wygasa po 12 miesiącach od upływu standardowego, czternastodniowego terminu. Termin ten może jednak ulec skróceniu, jeżeli konsument zostanie następnie poinformowany przez sprzedającego o prawie odstąpienia od umowy w trakcie trwania ww. 12 miesięcznego terminu. W takim wypadku termin do odstąpienia od umowy upłynie po 14 dniach od udzielenia konsumentowi informacji o tym prawie.

### Skutki odstąpienia od umowy zawartej na odległość

W przypadku odstąpienia od umowy zawartej na odległość umowę uważa się za niezawartą, a strony zobowiązane są do zwrotu wzajemnych świadczeń. Spowoduje to określone skutki, które dotyczą m.in. kwestii rozliczeń między stronami (w tym kosztów dostawy towaru) oraz zasad i sposobu zwrotu towaru. Ustawa przewiduje tutaj pewne obowiązki zarówno po stronie sprzedającego, jak i kupującego. I tak, sprzedający będzie miał obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia. Wobec tego, odstąpienie od umowy przez konsumenta co do zasady nie będzie generowało po stronie konsumenta żadnych dodatkowych kosztów. Od zasady tej przewidziane są dwa wyjątki. Pierwszy dotyczy kosztu przesłania towaru do klienta, jeżeli ten nie wybrał najtańszego sposobu dostarczenia rzeczy przez sprzedającego. Wówczas sprzedający nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów. W praktyce oznacza to, że jeżeli konsument wybrał dostępną w sklepie przesyłkę kurierską (za np. 15 złotych), której koszt jest wyższy, a w ofercie sklepu dostępna jest również zwykła przesyłka pocztowa (za np. 10 złotych), to sprzedający zwróci klientowi obok ceny towaru jedynie koszt zwykłej przesyłki pocztowej (czyli 10 złotych). Z kolei drugi wyjątek ma zastosowanie do kosztu odesłania zwróconego towaru przez konsumenta do sprzedającego - konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów.

Z kolei konsument będzie miał obowiązek zwrócić sprzedającemu na swój koszt zakupioną rzecz lub przekazać ją osobie upoważnionej przez sprzedającego. Zwrot ten powinien być wykonany niezwłocznie, jednak nie później niż 14 dni od dnia, w którym konsument odstąpił od umowy, chyba że przedsiębiorca zaproponował, że sam odbierze rzecz.

Oświadczenie o odstąpieniu powoduje, iż umowa zostaje uznana za niezawartą a konsument ma na mocy ustawy ma zwrócić zakupiony towar w terminie 14 dni. Jest to zobowiązanie wynikające z ustawy, więc zastosowanie mają do niego przepisy Kodeksu cywilnego. Jeśli konsument (będący dłużnikiem co do zwrotu towaru) pozostanie w zwłóce ze zwrotem towaru w ww. terminie to zgodnie z art. 477:

§ 1. W razie zwłoki dłużnika wierzyciel może żądać, niezależnie od wykonania zobowiązania, naprawienia szkody wynikłej ze zwłoki.

§ 2. Jednakże, gdy wskutek zwłoki dłużnika świadczenie utraciło dla wierzyciela całkowicie lub w przeważającym stopniu znaczenie, wierzyciel może świadczenia nie przyjąć i żądać naprawienia szkody wynikłej z niewykonania zobowiązania.

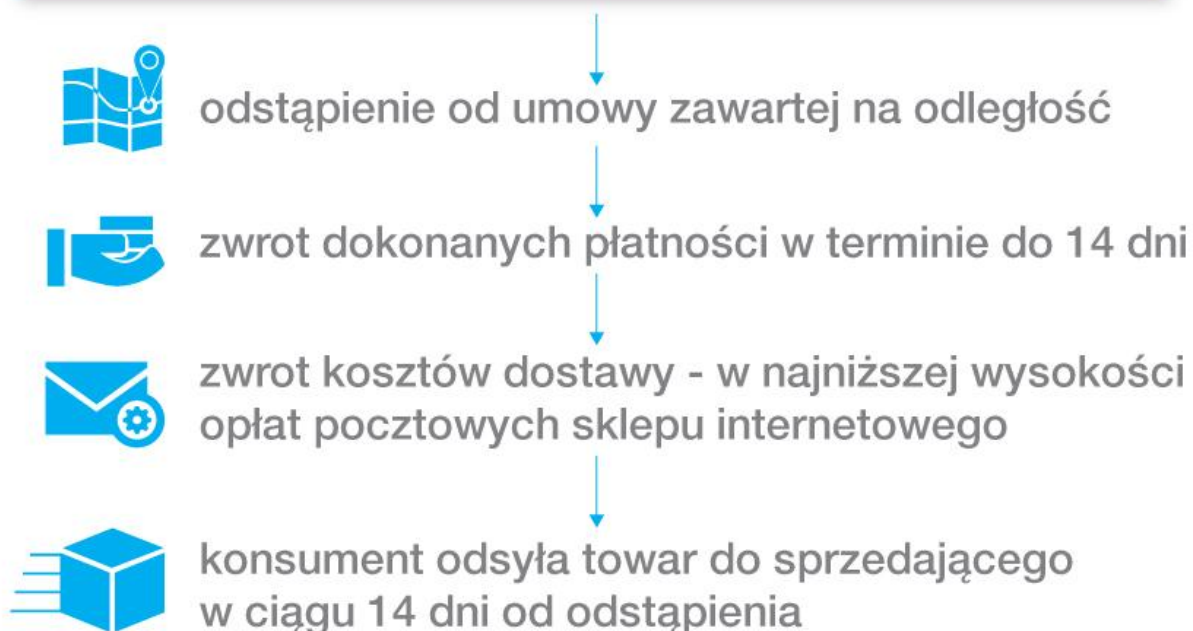
Czyli jest zgoda co do odszkodowania (par. 1), co będzie trudne do wykazania przez sprzedającego. Istotny jest tutaj par. 2, ponieważ jego zastosowanie przez sprzedającego może skutkować tym, że oprócz żądania naprawienia szkody może nie przyjąć zwróconego towaru i odmówić zwrotu zapłaconej przez konsumenta kwoty. Co prawda, Kodeks cywilny nie wskazuje kryteriów, którymi należy posługiwać się przy ocenie stopnia, w jakim dla wierzyciela świadczenie utraciło znaczenie; dominuje jednak pogląd, w myśl którego bierze się tu pod uwagę nie tylko okoliczności obiektywne, zwłaszcza takie, jak treść i cel społeczno-gospodarczy zobowiązania, ale również subiektywny punkt widzenia wierzyciela<sup>3</sup>. Reasumując, w razie zwłoki ze zwrotem towaru oświadczenie o odstąpieniu nie będzie co prawda bezskuteczne, ale w praktyce przedsiębiorca będzie mógł odmówić przyjęcia towaru (na innej podstawie niż bezskuteczność oświadczenia) i w praktyce skutek może być analogiczny jak w przypadku bezskuteczności oświadczenia (plus ewentualne roszczenie odszkodowawcze).

Jeśli konsument dokona zwrotu rzeczy w ww. wymaganym terminie, to poniesie bezpośrednio koszty zwrotu rzeczy (tj. koszty wysyłki konieczne do poniesienia w celu odesłania zakupionego towaru sprzedającemu), chyba że przedsiębiorca zgodzi się je ponieść lub nie poinformuje konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów. Zgodnie z nową ustawą, konsument ponosi przy tym odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy, będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania zakupionej rzeczy. Wydaje się w tym kontekście, że ślady wskazujące na wielokrotne użytkowanie zakupionego towaru będą po stronie konsumenta kreowały odpowiedzialność za zmniejszenie jego wartości. Zaznaczyć jednak należy, że komentowana norma jest na tyle nieostra, iż dopiero praktyka orzecznicza Prezesa UOKiK oraz sądów przyniesie bardziej klarowne odpowiedzi na zakres i podstawy odpowiedzialności za zmniejszenie wartości rzeczy zakupionej przez konsumenta. Spór tego rodzaju, jak i ewentualny zakres poniesionej przez sprzedawcę szkody będzie przy tym oceniany w drodze postępowania sądowego przez niezależny i niezawisły sąd.

---

<sup>3</sup> zob. J. Dąbrowa, [w:] *System prawa cywilnego*, t. 3, cz. 1, s. 814.

## Zwrot kosztów dostawy



Ustawa o prawach konsumenta w porównaniu do dotychczas obowiązujących przepisów wprowadza też dwie kolejne modyfikacje dotyczące odstąpienia od umowy zawartej na odległość. Po pierwsze, jeżeli sprzedający nie zaproponuje, że sam odbierze rzecz od konsumenta, może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta do chwili otrzymania rzeczy z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jej odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpi wcześniej. Po drugie, sprzedający dokona zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument, chyba że konsument wyraźnie zgodzi się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami.

Wspomnieć również należy, że w chwili odstąpienia przez konsumenta od umowy zawartej na odległość wygasną powiązane z nią umowy dodatkowe zawarte przez konsumenta, jeżeli na ich podstawie świadczenie jest spełniane przez przedsiębiorcę lub osobę trzecią na podstawie porozumienia z przedsiębiorcą. Konsument nie poniesie również kosztów związanych z wygaśnięciem tych umów, z wyjątkiem ponadstandardowych kosztów dostarczenia towaru do klienta oraz odesłania towaru do sprzedającego przez konsumenta.

## Zawieranie umowy przez telefon a sprzedaż internetowa

Nowa ustawa o prawach konsumenta, która przenosi zalecenia dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2011/83/UE z 26 października 2011 r., wprowadza regulacje szczególne dotyczące sprzedaży telefonicznej. Wydaje się, że uchwalone przepisy stworzą większy parasol ochronny nad konsumentami, którzy często w sposób nie do końca przemyślany dokonują zakupów przez telefon. Z drugiej strony, te same przepisy utrudnią przedsiębiorcom prowadzenie tego rodzaju działalności.

### Kiedy umowa będzie zawarta przez telefon

Analiza wspomnianych przepisów winna być rozpoczęta od ustawowego rozumienia pojęcia „telefon”. Tym bardziej, że współczesne telefony to urządzenia multimedialne wykorzystywane nie tylko do prowadzenia rozmów, ale również umożliwiające wykonywanie szeregu innych czynności, jak np. wysyłanie i odbiór wiadomości tekstowych, korzystanie z poczty elektronicznej, Internetu i innych. Wydaje się w tym kontekście, że omawiany termin winien być rozumiany w sposób tradycyjny. W przeciwnym razie mielibyśmy bowiem do czynienia z środkiem komunikacji elektronicznej, do którego mają zastosowanie inne przepisy ustawy o prawach konsumenta. Należy przy tym podnieść, że do umów zawieranych przez telefon należy stosować wszystkie normy właściwe dla umów zawieranych na odległość. Jak bowiem wynika z uchwalonych przepisów, umowa zawarta na odległość jest to umowa zawarta z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy łącznie. Ponadto, umowy zawierane przez telefon będą rządziły się swoim, odrębnym reżimem prawnym.

### Procedura zawarcia umowy przez telefon

Jeżeli przedsiębiorca kontaktuje się z konsumentem przez telefon w celu zawarcia umowy na odległość, ma obowiązek już na początku rozmowy poinformować konsumenta o tym celu (czyli chęci zawarcia umowy), a ponadto podać identyfikujące go dane. W przypadku dzwonienia (telefonowania) w imieniu innej osoby (podmiotu),



należy oprócz swoich danych podać dane tejże osoby (tegoż podmiotu). Dane te powinny być pełne i powinny pozwalać na identyfikację obu podmiotów. Dodatkowo należy, w sposób jasny i zrozumiały, niebudzący żadnych wątpliwości po stronie konsumenta, wskazać handlowy cel rozmowy. Ma to niebagatelne znaczenie, gdyż da niezainteresowanym konsumentom możliwość szybkiego zakończenia rozmowy, bez konieczności wysłuchiwanie dalszych informacji. Wspomnieć również należy, iż przedsiębiorca nagrywający rozmowę telefoniczną z konsumentem ma również obowiązek poinformować go o tym fakcie.



Następnie, jeżeli przedsiębiorca proponuje konsumentowi zawarcie konkretnej umowy przez telefon, a konsument wyrazi swoje zainteresowanie, to przedsiębiorca ma obowiązek potwierdzić treść i warunki proponowanej umowy w formie utrwalonej na papierze lub innym trwałym nośniku, które winny być dostarczone do konsumenta. Czym zatem jest trwały nośnik? Zgodnie z przepisami ustawy będzie to materiał lub urządzenie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci. Przykładowo takim trwałym nośnikiem będzie zatem płyta CD, DVD, pamięć USB bądź też plik PDF przesłany za pośrednictwem poczty elektronicznej na adres email konsumenta. Jest to istotna zmiana w porównaniu z dotychczas obowiązującymi przepisami, które nie nakładały takiego obowiązku na sprzedającego.

Co istotne, do zawarcia umowy przez telefon dojdzie dopiero wówczas, gdy analogicznej czynności dokona sam konsument. Oznacza to, że po otrzymaniu wyżej omówionego potwierdzenia od przedsiębiorcy, konsument będzie musiał również złożyć oświadczenie o zawarciu umowy, a oświadczenie to zostanie utrwalone na papierze lub innym trwałym nośniku po otrzymaniu potwierdzenia od przedsiębiorcy. Podsumowując, skuteczne zawarcie umowy sprzedaży za pomocą telefonu – po przeprowadzeniu samej rozmowy telefonicznej – będzie wymagało przesłania co najmniej dwóch oświadczeń utrwalonych na papierze bądź trwałym nośniku informacji: w pierwszej kolejności sprzedający zobowiązany będzie potwierdzić treść samej oferty; następnie kupujący będzie musiał potwierdzić akceptację tej oferty. Dopiero spełnienie tych dwóch warunków spowoduje skuteczne zawarcie umowy przez telefon.

Na tym jednak nie koniec. Już po zawarciu umowy przedsiębiorca będzie bowiem zobowiązany potwierdzić w formie papierowej bądź też na innym trwałym nośniku fakt zawarcia umowy. Czynność ta winna być wykonana w rozsądnym czasie po zawarciu umowy, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia określonej usługi. Potwierdzenie takie będzie obejmowało ponad dwadzieścia różnego rodzaju informacji dotyczących w szczególności samego przedsiębiorcy, cech wykonanego przez niego świadczenia, sposobu i terminu wykonania tego świadczenia, uprawnień przysługujących konsumentowi, ceny i innych kosztów obciążających konsumenta, sposobu i terminu zapłaty, innych obowiązków sprzedawcy, czasu trwania umowy lub sposobu i przesłanek wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu. Podkreślenia wymaga fakt, iż zakres i liczba tych obowiązków są bardzo szerokie, a ich

szczegółowe omówienie wymagałoby osobnego opracowania (szczegółowy wykaz obowiązków informacyjnych wynika z art. 12 ustawy o prawach konsumenta). Tytułem komentarza warto jedynie wskazać, że wydanie potwierdzenia zawarcia umowy wraz z tymi informacjami ma umożliwić konsumentowi samodzielne zapoznanie się z informacjami przekazanymi przez przedsiębiorcę w dogodnym dla konsumenta czasie. Zwłaszcza, że ma on uprawnienie do odstąpienia od umowy, a taką decyzję może podjąć m.in. po interpretacji postanowień umownych. Należy również pamiętać, że w razie ewentualnego sporu pomiędzy stronami, ciężar dowodu spełnienia obowiązków informacyjnych określonych powyżej spoczywa na przedsiębiorcy. Oznacza, to że to sprzedawca będzie musiał wykazać spełnienie wymaganych obowiązków informacyjnych. Jest to ważne tym bardziej, że niedopełnienie przez przedsiębiorcę obowiązków informacyjnych może skutkować m.in. karą grzywny przewidzianą przepisami Kodeksu wykroczeń.

Reasumując, skuteczne zawarcie umowy przez telefon poprzedzone będzie koniecznością wykonania szeregu czynności okraszonych dodatkowo wieloma obowiązkami informacyjnymi. Przykładowa procedura zawarcia umowy przez telefon obejmie bowiem następujące czynności wykonywane w układzie przedsiębiorca (sprzedający) - konsument:

- telefon sprzedającego do konsumenta
- przesłanie przez sprzedającego oferty (potwierdzenia treści i warunków umowy) konsumentowi
- przesłanie przez konsumenta oświadczenia przyjmującego ofertę sprzedającego – potwierdzenie przez sprzedającego faktu zawarcia umowy.

Zwrócić również należy uwagę na fakt, że wszelkie próby obejścia omówionej procedury skazane będą na porażkę. Przepisy ustawy o prawach konsumenta mają bowiem charakter semiimperatywny. Oznacza to, że strony umów zawieranych w obrocie konsumenckim, do których zastosowanie znajdzie ustawa, nie mają pełnej swobody w zakresie uregulowania praw i obowiązków, będących przedmiotem tej regulacji. Swoboda stron ogranicza się jedynie do modyfikacji, których skutkiem byłoby polepszenie sytuacji konsumenta w stosunku do poziomu ochrony wynikającej z ustawy. W tym środowisku prawno-sytuacyjnym niezwykle trudna może być ocena, czy dana modyfikacja sytuacji konsumenta dokonana przez przedsiębiorcę będzie dla niego korzystniejsza niż ochrona przewidziana ustawą.

## Trzy sposoby składania reklamacji u operatora telekomunikacyjnego:



### telefonicznie

wówczas operator jest zobligowany do udzielenia pisemnego potwierdzenia przyjęcia reklamacji w terminie do 14 dni, na której rozpatrzenie ma 30 dni.



### ustnie do protokołu

osoba przyjmująca reklamację jest zobowiązana do pisemnego jej potwierdzenia



### pisemnie

za pomocą listu, faksu lub poczty elektronicznej – wtedy także dostawca usług ma obowiązek pisemnego potwierdzenia przyjęcia reklamacji w ciągu 14 dni

Co zrobić, gdy konsument zawarł umowę przez telefon, a świadczone usługi odbiegają od zamówionych? Konsument, jeżeli uważa, że został wprowadzony w błąd powinien złożyć reklamację z żądaniem przesłuchania nagrań. Niestety przedsiębiorca nie jest zobligowany ustawowo do ich udostępnienia ani też posiadania. Inaczej jest w przypadku usług świadczonych przez operatora telefonicznego, gdy dochodzi do zmiany warunków umowy ma on obowiązek utrwalić oświadczenie konsumenta w tym zakresie i przechowywać je do końca obowiązywania umowy na zmienionych warunkach, a także udostępniać tę treść na jego żądanie, zgłoszone w szczególności w trakcie postępowania reklamacyjnego. Gdy zmiana warunków umowy następuje drogą telefoniczną, wtedy powinna być utwalona cała rozmowa. Jednocześnie dostawca usług obowiązany jest do potwierdzenia abonentowi faktu złożenia oświadczenia o zmianie warunków umowy oraz jego zakresu i terminu wprowadzenia zmian w terminie ustalonym z abonentem, ale nie później niż w ciągu jednego miesiąca od dnia zlecenia zmiany.<sup>4</sup> Brak obowiązku nagrywania rozmów nie jest konieczny, gdy telefonicznie prezentowana jest oferta, a umowa jest zawarta w formie pisemnej bądź elektronicznej. Wszelkie reklamacje najlepiej jest składać przynajmniej za pomocą

<sup>4</sup>Art. 56 Ustawy z dnia 16 lipca 2004 r. Prawo telekomunikacyjne (Dz. U. z 2014 r. poz. 243)

wiadomości email, lub w formie pisemnej. Reklamacje składane telefonicznie są narażone na możliwośći wykasowania z systemu połączeń. Warto tu też wspomnieć, że operator ma 30 dni na rozpatrzenie reklamacji dotyczącej usługi świadczonej powszechnie za opłatą. Konsument natomiast ma prawo wnieść ją do 12 miesięcy od dnia wystąpienia zdarzenia zakłócającego swobodne korzystanie z usługi, a do 7 dni od jej złożenia może uzupełnić braki formalne. Konsument do czasu rozpatrzenia reklamacji ma obowiązek uregulowania płatności, związanych z reklamowaną usługą.

## Prawa przedsiębiorcy kupującego w Internecie

Dotychczas powstało wiele artykułów poruszających kwestia praw konsumenta kupującego w Internecie. Wiele mówi się o nowej ustawie, która ma stworzyć dla takich osób jeszcze lepsze mechanizmy ochrony i przyczynić się do wzrostu zaufania do rynku e-handlu. Dużo mniej uwagi poświęca się natomiast uprawnieniom i ochronie przysługującej kupującemu w Internecie przedsiębiorcy.

Bardzo ważne są w tym zakresie mechanizmy prawne i podstawowe różnice, na które należy zwrócić uwagę dokonując zakupów w Internecie jako przedsiębiorca. Określenie to jest adekwatne jeżeli zakupy są związane bezpośrednio z prowadzoną działalnością gospodarczą lub zawodową. Niniejszy artykuł będzie opierać się na nowym stanie prawnym, dotyczącym umowy sprzedaży, który wejdzie w życie 25 grudnia 2014 r. Nie odbiega on jednakże w zasadniczy sposób od poprzedniego. Wprowadzone nowelizacje miały jedynie za zadanie ujednoczyć bardzo różnorodny, rozbudowany i niestety mało spójny system ochrony kupującego.

Przede wszystkim wspomnieć należy o instytucji rękojmi za wady fizyczne i prawne rzeczy sprzedanej. Dotyczy ona tak konsumenta, jak i przedsiębiorcy. Niemniej w tym drugim przypadku jest ona uregulowana w dużo bardziej swobodny sposób, dostosowany do potrzeb profesjonalnego obrotu.

W ramach rękojmi sprzedawca ponosi odpowiedzialność względem kupującego, jeżeli rzecz sprzedana ma wady. Tradycyjnie wyróżnia się wady fizyczne i prawne. Wadą fizyczną w myśl nowych uregulowań jest niezgodność zakupionego towaru z umową. Mamy z nią do czynienia np. wtedy, gdy rzecz nie ma właściwości, które mieć powinna ze względu na cel oznaczony w umowie, albo wynikający z okoliczności lub przeznaczenia rzeczy. Wada fizyczna istnieje również gdy rzecz nie ma właściwości zgodnych z zapewnieniami sprzedawcy. W przypadku konsumenta ochroną objęta jest także niezgodność z zapewnieniami np. producenta, co stanowi istotną różnicę pomiędzy sytuacją prawną kupującego przedsiębiorcy, a zwykłej osoby fizycznej, nie prowadzącej działalności gospodarczej. Z taką wadą mamy do czynienia i wówczas kiedy rzecz nie nadaje się do celu o jakim kupujący poinformował sprzedawcę, a ten nie zgłosił zastrzeżenia co do takiego jej przeznaczenia. To uregulowanie stanowi pewną nowość, dotychczas bowiem odnosiło się ono jedynie do konsumentów, teraz zakres jego zastosowania rozszerzony został również na innych kupujących. Rzecz ma w końcu wadę fizyczną jeżeli została wydana w stanie niezpełnym (np. bez pewnych

niezbędnych do jej prawidłowego działania elementów), w razie nieprawidłowego jej zamontowania i uruchomienia, jeżeli czynności te zostały wykonane przez sprzedawcę lub osobę trzecią, za którą sprzedawca ponosi odpowiedzialność, albo przez kupującego, który postąpił według instrukcji otrzymanej od sprzedawcy. I tutaj znowu ochrona została rozciągnięta na przedsiębiorców dokonujących zakupu, co nie miało miejsca w poprzednim stanie prawnym.

Za wadę prawną rzeczy uznaje się natomiast sytuacje, kiedy rzecz sprzedana jest własnością innej osoby, albo przez inną osobę w jakiś sposób obciążona (np. jest obciążona służebnością, prawem dożywocia lub wynajęta), albo wreszcie wtedy, kiedy ograniczenie w korzystaniu z niej wynika z orzeczenia właściwego organu lub sądu (np. jeżeli nieruchomość jest prawnie chronionym zabytkiem). W tych wszystkich przypadkach kupujący jest chroniony (również jeżeli jest przedsiębiorcą) i dysponuje całym wachlarzem środków prawnych, które może zastosować wobec sprzedawcy.



W razie zaistnienia takiej wady (przy czym wada ta musi istnieć w momencie wydania rzeczy lub ewentualnie wynikać z przyczyny tkwiącej w rzeczy sprzedanej w momencie jej wydania) kupującemu przysługują cztery różne uprawnienia, z których może on korzystać w zasadzie dowolnie. Ustawa mówi wprawdzie o pewnych ograniczeniach, których nie ma tutaj jednak potrzeby szczegółowo przedstawiać (np. uprawnienie do odstąpienia od umowy może być zakłócone przez sprzedawcę, jeżeli niezwłocznie rzecz naprawi albo wymieni na nową). Są to: uprawnienie do złożenia oświadczenia o obniżeniu ceny, uprawnienie do złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy, uprawnienie do żądania wymiany rzeczy na wolną od wad i wreszcie uprawnienie do żądania naprawy rzeczy.

Najistotniejszą różnicą w całym rygorze rękojmi, dotyczącym sytuacji, kiedy kupującym jest konsument i kiedy kupującym jest przedsiębiorca, jest możliwość jej wyłączenia. Otóż w odniesieniu do umów zawieranych z konsumentami jakiegokolwiek postanowienia umowne ograniczające odpowiedzialność sprzedawcy wyznaczoną przez ustawę są niedopuszczalne. Tymczasem w przypadku przedsiębiorców są one jak najbardziej legalne (są jedynie bezskuteczne w sytuacji, kiedy sprzedawca podstępnie zataił wadę przed kupującym). Dlatego, jeżeli kupujemy, w szczególności w Internecie, jakiś produkt jako przedsiębiorcy, musimy się bardzo uważnie zapoznać z regulaminem danego serwisu. Bardzo możliwe jest bowiem to, że znajdują się w nim postanowienia wyłączające całą instytucję rękojmi. Wtedy w razie wadliwości zakupionego towaru będziemy mogli żądać od sprzedawcy jedynie odszkodowania na zasadach ogólnych [Kodeksu cywilnego](#), którego dochodzenie jest dużo trudniejsze aniżeli wykonanie prostych i elastycznych uprawnień przysługujących z tytułu rękojmi za wady rzeczy sprzedanej. Należy jednakże wyraźnie zaznaczyć, że nigdy nie będzie tak, że sprzedawca będzie w pełni zwolniony z odpowiedzialności za nienależyte wykonanie swojego zobowiązania (w szczególności zawsze będzie odpowiadał za wadliwość rzeczy wynikającą z winy umyślnej). Warto przypomnieć, że przedsiębiorców nie dotyczy ogólne domniemanie ustawowe, jeżeli rzecz zepsuła się w ciągu roku od jej wydania kupującemu, to uważa się, że wada lub jej przyczyna tkwiła w rzeczy już w momencie sprzedaży.

Drugą instytucją chroniącą kupującego (również w Internecie) jest gwarancja. Od rękojmi za wady różni się ona tym, że nie wynika z uregulowań ustawowych, ale z oświadczenia złożonego przez osobę udzielającą zapewnienia co do jakości rzeczy sprzedanej (gwaranta). Nie musi być to koniecznie sprzedawca, gwarantem może być np. producent rzeczy. W tym przypadku rozszerzono mocą nowej ustawy ochronę kupującego, zwłaszcza przedsiębiorcy. Zrezygnowano bowiem z konieczności



udzielania pisemnej gwarancji i dopuszczono nawet możliwość udzielenia gwarancji w reklamie. Wydłużono także termin, w którym gwarancja obowiązuje - z jednego roku do lat dwóch (oczywiście inny termin może być sprecyzowany w oświadczeniu gwarancyjnym). Jeżeli w oświadczeniu gwaranta nie zostały sprecyzowane jego obowiązki to przyjmuje się, że w razie wadliwości rzeczy sprzedanej musi on ją naprawić albo wymienić. Wybór pomiędzy tymi sposobami zaspokojenia kupującego należy przy tym do gwaranta. Z tego wynikałoby zatem, że gwarant może nieustannie poddawać rzecz naprawie, nie godząc się na jej wymianę. Dla rozwiązania tego problemu przyjęto zatem w orzecznictwie sądowym, że jeżeli rzecz sprzedana psuje się wielokrotnie w okresie gwarancji, to znaczy, że prawdopodobnie jej pełna i skuteczna naprawa nie jest możliwa. Kupujący ma wówczas prawo do żądania od gwaranta wymiany rzeczy na nową. W odniesieniu do instytucji gwarancji należy zaznaczyć, że nie mamy do czynienia ze zróżnicowaniem sytuacji, kiedy kupującym jest konsument oraz przedsiębiorca. Jednocześnie należy podkreślić, że z gwarancją mamy do czynienia tylko wtedy, kiedy zostanie ona w odniesieniu do danego produktu w sposób wyraźny udzielona.

Do przedsiębiorców nie mają natomiast zastosowania inne instytucje powołane do życia w celu ochrony konsumentów zawierających umowy z przedsiębiorcami. Przede wszystkim przedsiębiorcy nie mogą korzystać z prawa do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość (w szczególności w Internecie). Nie znajdują do nich zastosowania również przepisy nowej [ustawy o prawach konsumentów](#) dotyczące całej palety obowiązków informacyjnych przedsiębiorców handlujących w sieci. Inna jest w końcu regulacja dotycząca wzorców umownych (czyli różnego rodzaju regulaminów czy ogólnych warunków umowy) dla przedsiębiorców i konsumentów. Otóż do przedsiębiorców nie mają zastosowania regulacje dotyczące tzw. niedozwolonych postanowień umownych (klauzul abuzywnych). Muszą zatem być oni bardziej czujni podczas zawierania wszelkiego rodzaju umów, co szczególnie doniosłą rolę odgrywa w Internecie, gdzie częstą praktyką jest omijanie, albo tylko pobieżne czytanie regulaminów serwisów internetowych. W konsekwencji bardzo prawdopodobne, że wiele witryn www zdecyduje się na stworzenie na swoich stronach oddzielnych trybów zawierania umów dla konsumentów oraz dla przedsiębiorców.

## Uprawnienia przedsiębiorcy i konsumentów kupujących w Internecie.

| Instytucje ochrony kupującego                    |                                 | Przedsiębiorca | Konsument |
|--|---------------------------------|----------------|-----------|
| Rękojmia za wady rzeczy sprzedanej               | Czy ustawa ją przewiduje?       | TAK            | TAK       |
|  | Czy regulamin może ją wyłączyć? | TAK            | NIE       |
| Gwarancja  | Czy ustawa ją reguluje?         | TAK            | TAK       |
|  | Czy można jej nie udzielić?     | TAK            | TAK       |
| Prawo odstąpienia od umowy bez podania przyczyny | Czy ustawa je przewiduje?       | NIE            | TAK       |
|  | Czy regulamin może je wyłączyć? | NIE DOTYCZY    | NIE       |
| Szczegółowe obowiązki informacyjne               | Czy ustawa je przewiduje?       | NIE            | TAK       |
|  | Czy regulamin może je wyłączyć? | NIE DOTYCZY    | NIE       |

Na koniec warto wspomnieć, że przedsiębiorcy – zwłaszcza reprezentujący większe przedsięwzięcia, mają możliwość negocjacji umów (również tych, które docelowo będą zawierane przez Internet). Stworzenie w takiej sytuacji zbalansowanej umowy ramowej regulującej przyszłe transakcje, pozwoli zabezpieczyć się przed wszystkimi ryzykami wskazanymi powyżej. Umowa taka musi być oczywiście skonstruowana w sposób staranny i opowiadający specyfice e-commerce (np. w zakresie rozliczeń, dostawy towaru lub reklamacji).

Podsumowując, przedsiębiorcy zawierający umowy przez Internet nie są pozbawieni ochrony. Ochrona ta jest jednakże dużo bardziej ograniczona aniżeli ochrona dotycząca konsumentów na tym rynku. Dlatego warto apelować do przedsiębiorców o zachowanie szczególnej uwagi i ostrożności, oraz o uważne czytanie wszelkich regulaminów serwisów internetowych, z których korzystają. Jest to szczególnie istotne pod kątem omówionej problematyki rękojmi za wady rzeczy sprzedanej, gdyż jak wspomniano, postanowienia regulaminowe mogą tę odpowiedzialność w przypadku umów zawieranych z przedsiębiorcami wyłączać.