

Niezgodność towaru
konsumpcyjnego
z umową sprzedaży
konsumenckiej



Oficyna

a Wolters Kluwer business

Ewa Habryn-Motawska



Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży konsumenckiej

Ewa Habryn-Motawska



Oficyna
a Wolters Kluwer business

Warszawa 2010

Stan prawny na 1 listopada 2009 r.

Wydawca:
Magdalena Stojek-Siwińska

Redaktor prowadzący:
Joanna Cybulska

Opracowanie redakcyjne:
Studio Diament

Skład, łamanie:
Studio Diament

© Copyright by
Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2010

ISBN: 978-83-7601-914-7

Wydane przez:
Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.

Redakcja Książek
01-231 Warszawa, ul. Płocka 5a
tel. (022) 535 80 00, (022) 535 82 00
31-156 Kraków, ul. Zaczysze 7
tel. (012) 630 46 00
e-mail: ksiazki@wolterskluwer.pl

www.wolterskluwer.pl
Księgarnia internetowa www.profinfo.pl

Rodzicom

Spis treści

Wykaz skrótów	11
Wstęp	13
 Rozdział 1. Pojęcie konsumenta	 15
 Rozdział 2. Zgodność towaru konsumpcyjnego z umową	 21
1. Uwagi ogólne	21
2. Towar konsumpcyjny	23
3. Sposoby ustalania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową	24
4. Konstrukcja przesłanek zgodności towaru z umową	26
5. Artykuł 4 ust. 2 i 3 ustawy o sprzedaży konsumenckiej – definicja, domniemanie czy reguła interpretacyjna?	32
6. Charakter prawny art. 6 u.s.k.	45
7. Domniemanie prawne braku zgodności towaru z umową	46
8. Wnioski	49
 Rozdział 3. Przesłanki zgodności towaru konsumpcyjnego z umową	 51
1. Przesłanki zgodności towaru z umową w przypadku indywidualnego uzgodnienia właściwości towaru	51
1.1. Zgodność z opisem, próbką lub wzorem	52
1.2. Przydatność towaru do określonego celu	58
2. Przesłanki zgodności towaru z umową w przypadku braku indywidualnych uzgodnień	65
2.1. Przydatność do zwykłego celu	67
2.2. Właściwości charakterystyczne dla rzeczy danego rodzaju	69
2.3. Spełnienie oczekiwań opartych na publicznych zapewnieniach	73
3. Prawidłowość zamontowania i uruchomienia towaru konsumpcyjnego	96
4. Spełnienie świadczenia innego niż umówione	101
5. Wydanie rzeczy w ilości mniejszej niż umówiona	106
6. Wnioski	109

Rozdział 4. Pojęcie wady rzeczy sprzedanej na gruncie przepisów kodeksu cywilnego regulujących rękojmię	111
1. Uwagi ogólne	111
2. Definicja wady	111
3. Wada a nienależyte wykonanie zobowiązania	112
4. Wada a wadliwość	113
5. Pojęcie wady fizycznej rzeczy sprzedanej	115
5.1. Definicja wady fizycznej	115
5.2. Kryterium wartości i użyteczności rzeczy	115
5.3. Wada fizyczna a spełnienie przez rzecz norm technicznych	119
5.4. Warunki konieczne dla uznania rzeczy za wolną od wad fizycznych	121
5.5. Brak estetyki jako wada fizyczna	123
5.6. Wady fizyczne rzeczy używanej	124
5.7. Brak zapewnionych właściwości	127
5.8. Wydanie rzeczy w stanie niepełnym	130
5.9. Opakowanie rzeczy	132
5.10. Braki ilościowe	135
5.11. <i>Aliud pro alio</i>	136
6. Rodzaje wad fizycznych	139
6.1. Wady jawne i ukryte	139
6.2. Wady istotne i nieistotne	143
6.3. Wady usuwalne i nieusuwalne	147
7. Pojęcie wady prawnej rzeczy sprzedanej	148
8. Rozróżnienie wad fizycznych i prawnych	151
9. Wnioski	157
 Rozdział 5. Brak zgodności z umową a obciążenie rzeczy prawem lub roszczeniem osoby trzeciej	 159
1. Uwagi ogólne	159
2. Hipoteza włączenia do zakresu pojęcia braku zgodności z umową przypadku obciążenia rzeczy prawem lub roszczeniem osoby trzeciej	160
2.1. Literalna wykładnia przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej	160
2.2. Obciążenie rzeczy prawem lub roszczeniem osoby trzeciej na tle konwencji wiedeńskiej	161
2.3. Treść umowy jako podstawa ustalenia zakresu pojęcia braku zgodności towaru z umową	164
2.3.1. Obciążenie rzeczy prawem własności osoby trzeciej	165
2.3.2. Obciążenie rzeczy roszczeniem bądź prawem innym niż prawo własności osoby trzeciej	167

2.4. Zakres przedmiotowy przepisów art. 4 ust. 2 i 3 u.s.k. a obciążenie rzeczy prawem lub roszczeniem osoby trzeciej	168
2.4.1. Obciążenie rzeczy prawem lub roszczeniem osoby trzeciej w sytuacji indywidualnego uzgadniania właściwości rzeczy	168
2.4.2. Obciążenie rzeczy prawem lub roszczeniem osoby trzeciej w sytuacji nieuzgadniania właściwości rzeczy	169
2.4.3. Wnioski	170
2.5. Funkcjonalna wykładnia braku zgodności z umową	171
3. Porównanie zakresu ochrony konsumenta w ramach ustawy o sprzedaży konsumenckiej z ochroną nabywcy rzeczy na podstawie art. 169 i 170 k.c.	175
3.1. Nabycie własności rzeczy w sytuacji przewidzianej w art. 169 § 1 k.c.	175
3.2. Wyłączenie odpowiedzialności sprzedawcy za brak zgodności towaru z umową w przypadku złej wiary nabywcy	179
3.3. Pojęcie dobrej wiary nabywcy rzeczy	180
3.4. Wzorzec rozsądnego konsumenta	183
3.5. Uprawnienia z tytułu braku zgodności rzeczy z umową a sytuacja konsumenta w przypadku stosowania art. 169 § 1 k.c.	187
3.6. Nabycie własności rzeczy w przypadku wskazanym w art. 169 § 2 k.c.	203
3.7. Uprawnienia z tytułu braku zgodności rzeczy z umową a sytuacja konsumenta w przypadku stosowania art. 169 § 2 k.c.	207
3.8. Nabycie własności rzeczy obciążonej innym niż własność prawem osób trzecich	211
3.8.1. Nabycie własności rzeczy w warunkach art. 170 k.c.	211
3.8.2. Uprawnienia z tytułu braku zgodności rzeczy z umową a sytuacja konsumenta w przypadku stosowania art. 170 k.c.	213
4. Wnioski	217

Rozdział 6. Obciążenie rzeczy prawami i roszczeniami osób trzecich na tle innych niż sprzedaż umów z udziałem konsumentów

1. Uwagi ogólne	218
2. Zastosowanie przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej do innych niż sprzedaż umów z udziałem konsumentów	218
2.1. Zastosowanie przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej do umowy sprzedaży komisowej z udziałem konsumentów	219
2.2. Zastosowanie przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej do umowy o dzieło z udziałem konsumentów	220
2.3. Zastosowanie przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej do umowy dostawy z udziałem konsumentów	223

3. Realizacja uprawnień z tytułu braku zgodności rzeczy z umową w ramach innych niż sprzedaż umów z udziałem konsumentów	224
3.1. Brak zgodności rzeczy z umową w ramach umowy sprzedaży komisowej z udziałem konsumentów	225
3.2. Brak zgodności rzeczy z umową w ramach konsumenckiej umowy o dzieło	226
3.3. Brak zgodności rzeczy z umową w ramach konsumenckiej umowy dostawy	232
4. Wnioski	232
 Rozdział 7. Wada a brak zgodności z umową	233
1. Uwagi ogólne	233
2. Wada fizyczna a brak zgodności z umową	233
3. Wada prawna a brak zgodności z umową	239
3.1. Prawo osoby trzeciej	239
3.2. Roszczenie osoby trzeciej	242
4. Wnioski	244
5. Uwagi <i>de lege ferenda</i>	246
 Podsumowanie	247
Bibliografia	249

Wykaz skrótów

- dyrektywa o sprzedaży konsumenckiej lub dyrektywa 1999/44/WE** – dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1999/44/EC z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie określonych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych oraz gwarancji na dobra konsumpcyjne (Dz. Urz. WE L 171 z 7 lipca 1999 r., s. 12)
- k.c.** – ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 z późn. zm.)
- k.k.** – ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks karny (Dz. U. Nr 88, poz. 553 z późn. zm.)
- konwencja wiedeńska lub konwencja** – Konwencja Narodów Zjednoczonych z dnia 11 kwietnia 1980 r. o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów (tzw. konwencja wiedeńska), ratyfikowana przez Polskę w dniu 13 marca 1995 r. (Dz. U. z 1997 r. Nr 45, poz. 286 i 287)
- k.p.c.** – ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (Dz. U. Nr 43, poz. 296 z późn. zm.)
- UCC** – Jednolity Kodeks Handlowy (*Uniform Commercial Code*)
- SN** – Sąd Najwyższy
- SA** – Sąd Apelacyjny
- u.c.** – ustawa z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach (Dz. U. Nr 97, poz. 1050 z późn. zm.)
- u.k.w.h.** – ustawa z dnia 6 lipca 1982 r. o księgach wieczystych i hipotece (tekst jedn.: Dz. U. z 2001 r. Nr 124, poz. 1361 z późn. zm.)
- u.o.k.** – ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 291 z późn. zm.)
- u.s.k. lub ustawa o sprzedaży konsumenckiej** – ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 z późn. zm.)
- u.z.n.k.** – ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn.: Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.)
- p.w.p.** – ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej (tekst jedn.: Dz. U. z 2003 r. Nr 119, poz. 1117 z późn. zm.)
- u.j.a.r.s.** – ustawa z dnia 21 grudnia 2000 r. o jakości handlowej artykułów rolno-spożywczych (tekst jedn.: Dz. U. z 2005 r. Nr 187, poz. 1577 z późn. zm.)

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.¹, 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 profesjonalści, 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. 353¹ 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.

¹ Dz. U. z 1994 r. Nr 11, poz. 38 z późn. zm.

POJĘCIE KONSUMENTA

Punktem wyjścia wszelkich rozważań z zakresu prawa konsumenckiego jest zdefiniowanie pojęcia konsumenta. Dotychczas nie wypracowano uniwersalnej definicji tego określenia. Tezą wyjściową jest uznanie konsumenta za ostatnie ogniwo w łańcuchu podmiotów uczestniczących w wymianie rynkowej. W oparciu o to założenie sformułowany został pogląd, iż konsument nabywa towar (usługę), aby używać, użyć lub zużyć go przez siebie lub swoją rodzinę². Jednak z uwagi na różnorodność zjawisk w obrocie gospodarczym takie określenie wskazuje jedynie na typową sytuację, w jakiej znajduje się konsument, dlatego nie może stanowić uniwersalnej definicji tego pojęcia³. W literaturze częstokroć do zdefiniowania pojęcia konsumenta stosowane jest rozróżnienie profesjonalnego charakteru jednej strony transakcji i braku profesjonalizmu drugiej. Problem stwarzają jednak rozbieżności w interpretacji terminu „profesjonalny”. Na tym tle w doktrynie ukształtowały się dwa poglądy. W ujęciu węższym przez konsumenta należy rozumieć wyłącznie osobę nabywającą towar lub usługę dla własnych potrzeb osobisto-rodzinnych⁴. Natomiast w ujęciu szerszym konsument to zarówno osoba, która nabywa towar w celu zaspokojenia potrzeb osobistych, jak i taka, która dokonuje inwestycji gospodarczej, np. poszukuje korzystnej lokaty swoich kapitałów, jak również profesjonalista – przedsiębiorca, który w celu związanym z funkcjonowaniem własnego przedsiębiorstwa nabywa towar lub usługę od innego przedsiębiorcy, w stosunku do którego w zakresie nabytych dóbr jest nieprofesjonalistą⁵. Taka transakcja może polegać np. na tym, że przedsiębiorca budowlany nabywa do swojego biura telefon czy komputer, a więc zawiera umowę nienależącą do zakresu jego działalności. Większość przedstawicieli doktryny wypowiada się za szerszym ujęciem podmiotowego zakresu pojęcia konsumenta. W takim duchu

² Por. E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 1999, s. 36.

³ *Ibidem*, s. 35 i n.

⁴ Tak: E. Wieczorek, *Ochrona konsumentów przed nieuczciwymi klauzulami umownymi w prawie Unii Europejskiej*, GSP, t. II, Gdańsk 1998, s. 29–30, za: E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich...*, s. 37.

⁵ Tak: W.J. Katner (w.): W.J. Katner, M. Stahl, W. Nykiel, *Umowa sprzedaży w obrocie gospodarczym*, Warszawa 1996, s. 32, za: E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich...*, s. 40.

początkowo w k.c. określił konsumenta polski ustawodawca. Również prawo unijne nie wypracowało jednolitej definicji tego terminu. Dyrektywy regulujące poszczególne kwestie z zakresu prawa konsumenckiego formułują definicje na własne potrzeby, jednak żadnej z nich nie można potraktować jako powszechnie obowiązującej. Ponadto wiele dyrektyw tzw. konsumenckich w ogóle nie określa pojęcia konsumenta. Analizując regulacje dyrektyw należy stwierdzić, że prawo europejskie przez konsumenta najczęściej rozumie osobę fizyczną, która działa poza celami gospodarczymi i zarobkowymi, choć nie wyłącznie w celu rozwijania własnej konsumpcji⁶.

Pierwszą definicję konsumenta wprowadziła do art. 384 § 3 k.c. ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny⁷. W powołanym przepisie za konsumenta uważało się osobę, która zawiera z przedsiębiorcą umowę w celu bezpośrednio niezwiązanym z działalnością gospodarczą. Analizowane pojęcie w tym przypadku zostało zdefiniowane na potrzeby regulacji wzorców umownych, jednakże posługiwano się nim również przy rękojmi. Przemawia za tym fakt umieszczenia definicji wśród przepisów części ogólnej zobowiązań, które znajdują zastosowanie również do umowy sprzedaży. Określenie konsumenta, zamieszczone w kodeksie cywilnym, zostało sformułowane na podstawie definicji opracowanej przez doktrynę.

W wyniku wejścia w życie z dniem 24 września 2003 r. ustawy z dnia 14 lutego 2003 r. o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustaw⁸ art. 384 § 3 k.c., normujący pojęcie konsumenta, został zastąpiony przez przepis art. 22¹ k.c. Powołana ustawa uchyliła obowiązkiwanie art. 384 § 3 k.c., natomiast definicja konsumenta, uregulowana w art. 1 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego pozostała w mocy. Zgodnie z art. 22¹ k.c. za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (adwokata, radcy prawnego, lekarza itp.). Jak wynika z brzmienia przytoczonego przepisu, znajduje on zastosowanie do wszelkich czynności prawnych, dokonywanych z udziałem konsumentów, a nie tylko do zawierania umów, jak to regulował art. 384 § 3 k.c. Ustawodawca zawęził zastosowanie art. 22¹ k.c. do osób fizycznych, wyłączając z zakresu tego przepisu innych uczestników obrotu cywilnoprawnego, a więc osoby prawne i tzw. ułomne osoby prawne.

Będąca przedmiotem rozważań niniejszej książki ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (zwana dalej ustawą o sprzedaży konsumenckiej) wprowadziła własną definicję pojęcia konsumenta. Ten akt prawny wszedł w życie w dniu 1 stycznia 2003 r., a więc jeszcze przed uchwaleniem zmian Kodeksu cywilnego, wprowadzających art. 22¹. Ustawa o sprzedaży konsumenckiej zawęziła zastosowanie art. 384 § 3 k.c., ponieważ wyłączyła sprzedaż konsumencką spod jej zakresu.

⁶ Tak: E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich...*, s. 40.

⁷ Dz. U. z 2000 r. Nr 22, poz. 271.

⁸ Dz. U. z 2003 r. Nr 49, poz. 408.

Zgodnie z art. 1 ust. 1 omawianej ustawy konsumentem jest osoba fizyczna, która nabywa rzecz ruchomą w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą. Definicja ta jest węższa niż określenie zawarte w art. 384 § 3 k.c. Ustawa o sprzedaży konsumenckiej za konsumentów uważa wyłącznie osoby fizyczne, a nie – jak regulował art. 384 § 3 k.c. – wszelkie osoby, również prawne, oraz jednostki organizacyjne niebędące osobami prawnymi, ale posiadające zdolność prawną. Ponadto, zgodnie z regulacją zawartą w art. 384 § 3 k.c., dokonywana przez konsumenta czynność prawna nie mogła pozostać w związku z prowadzoną przez niego działalnością gospodarczą. Natomiast nabycie rzeczy ruchomej w rozumieniu omawianej ustawy uważane jest za sprzedaż konsumencką, jeżeli nie jest związane nie tylko z działalnością gospodarczą, ale również zawodową. Pojęcie działalności zawodowej ma szerszy zakres niż pojęcie działalności gospodarczej, bowiem oznacza ono wszelką działalność profesjonalną⁹. Podkreślić ponadto należy, że ustawa o sprzedaży konsumenckiej wyłącza spod zakresu swojego zastosowania sprzedaż dokonaną w jakimkolwiek związku z działalnością zawodową, nie tylko bezpośrednim. Kodeks cywilny wymagał jedynie, aby związek ten nie był bezpośredni. Regulacja zawarta w ustawie o sprzedaży konsumenckiej wprowadziła zatem węższe pojęcie konsumenta niż art. 384 § 3 k.c.

Definicja konsumenta, wprowadzona w ustawie o sprzedaży konsumenckiej, jest również węższa niż zawarta w art. 22¹ k.c. Obydwie te regulacje za konsumenta uważają wyłącznie osoby fizyczne dokonujące czynności prawnej, niezwiązanej z prowadzeniem działalności gospodarczej lub **zawodowej**. Jednak art. 22¹ k.c. podkreśla brak **bezpośredniego związku** z tą działalnością. Jeżeli czynność prawna jest jedynie pośrednio związana z działalnością gospodarczą albo zawodową, a dokonywana jest przez osobę fizyczną, powinna być uznana za czynność dokonaną przez konsumenta i podlega ochronie wynikającej z prawa konsumenckiego. Inaczej jest to uregulowane w art. 1 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, gdzie jakimkolwiek związek nabytej rzeczy z działalnością profesjonalną (również pośredni) wyklucza zastosowanie tego aktu prawnego.

Ponieważ ustawa o zmianie ustawy – Kodeks cywilny oraz niektórych innych ustaw nie uchyla obowiązywania art. 1 ust. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, należy uznać, że definicja zawarta w tym przepisie obowiązuje w stosunku do umów sprzedaży, stanowi bowiem *lex specialis* w stosunku do art. 22¹ k.c.

Przedmiotem rozważań niniejszej książki jest także analiza braku zgodności towaru konsumpcyjnego z umową, wprowadzonego przez ustawę z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego. Ten akt prawny stanowi wyraz realizacji ciężącego na polskim ustawodawcy obowiązku dostosowania polskich przepisów

⁹ F. Wejman, F. Zoll, *Sprzedaż konsumencka*, KPP 1998, z. 4, s. 753. Istnieją jednak rozbieżności w rozumieniu zakresu pojęcia działalności zawodowej i gospodarczej. Definicja działalności gospodarczej, zawarta w art. 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz. U. z 2007 r. Nr 155, poz. 1095 z późn. zm.), obejmuje swoim zakresem również działalność zawodową. Zatem w tym ujęciu pojęcie działalności gospodarczej jest szersze niż działalność zawodowej. Jest to jednak definicja stworzona na potrzeby ustawy z zakresu prawa administracyjnego, nie można automatycznie stosować jej w celu interpretacji instytucji prawa cywilnego.

do standardów ustawodawstwa Unii Europejskiej. Podstawy prawne procesu dostosowawczego zawarte zostały w art. 68 i 69 Układu Europejskiego, sporządzonego w Brukseli dnia 16 grudnia 1991 r.¹⁰, ustanawiającego stowarzyszenie między Rzeczpospolitą Polską z jednej strony a Wspólnotami Europejskimi i ich Państwami Członkowskimi z drugiej strony. Przepisy te przewidują, że Polska będzie podejmować starania mające na celu dostosowanie istniejącego i przyszłego ustawodawstwa do prawa Unii Europejskiej m.in. w dziedzinie ochrony konsumentów (art. 69 Układu Europejskiego)¹¹.

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej stanowi implementację dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1999/44/EC z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie określonych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych oraz gwarancji na dobra konsumpcyjne¹². Znaczenie dyrektywy nie ogranicza się wyłącznie do harmonizacji prawa konsumenckiego. W założeniu ten akt prawny miał stanowić podłoże dla wspólnego prawa w zakresie części szczególnej zobowiązań, a także przyczynek do europejskiego prawa kontraktów oraz kodeksu cywilnego¹³.

Wdrożenie dyrektywy o sprzedaży konsumenckiej mogło być dokonane na dwa sposoby:

- w węższym ujęciu implementacja ograniczać się mogła wyłącznie do zagadnień ochrony konsumenta, a więc przyjęcia minimalnego poziomu ochrony i ewentualnego jej rozszerzenia w krajowym porządku prawnym w stosunku do regulacji zawartej w dyrektywie;
- w szerszym zakresie implementacja dyrektywy polegać mogła na przyjęciu jej postanowień jako podstaw ogólnej regulacji w zakresie odpowiedzialności sprzedawcy za nienależyte wykonanie zobowiązania wynikającego z umowy sprzedaży konsumenckiej.

Niezależnie od przyjętego zakresu implementacji powinna być poprzedzona analizą obowiązujących w danym państwie przepisów. Następnym krokiem powinno być podjęcie decyzji o ewentualnej implementacji postanowień dyrektywy. Dyrektywa gwarantuje minimalny poziom zabezpieczenia. Oczywiście jest, że w przypadku, gdy ustawodawstwo danego państwa zapewnia ochronę uprawnień konsumenta na wyższym poziomie, implementacja nie będzie konieczna. Podkreślić należy, że wdrożenie postanowień dyrektywy powinno być dokonane w taki sposób, aby zachować spójność obowiązującego systemu prawnego. Implementację dyrektywy o sprzedaży konsumenckiej należałoby poprzedzić rozważeniem kwestii, czy ma ona polegać na wprowadzeniu odpowiednich zmian do k.c., czy na uchwaleniu ustawy szczególnej względem niego¹⁴.

Tych postulatów niestety nie zrealizował polski proces wdrożeniowy. Pośpieszne opracowanie projektu aktu prawnego oraz potrzeba dostosowania polskiego ustawodawstwa do regulacji prawnych Unii Europejskiej nie później niż do chwili przystąpienia Polski do UE, doprowadziły do uchwalenia u.s.k, w której ograniczono się do niemal dosłownego przejęcia regulacji dyrektywy. Proces implementacji nie został poprzedzony etapem analizy poziomu ochrony

¹⁰ Dz. U. z 1994 r. Nr 11, poz. 38 z późn. zm.

¹¹ Por. A. Nowak-Far, *Integracja europejska. Prawo i instytucje*, Warszawa 2001, s. 203.

¹² Dz. Urz. WE nr L 171 z dnia 7 lipca 1999 r., s. 12.

¹³ M. Pecyna, *Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, Kraków 2004, s. 12-13.

¹⁴ *Ibidem*, s. 13-14.

konsumenta, gwarantowanego przez regulację obowiązującą w polskim systemie prawnym. W efekcie tego wszedł w życie akt prawny oparty na dyrektywie o sprzedaży konsumenckiej, który zagwarantował konsumentom zbliżony, jeżeli nie niższy poziom zabezpieczenia w porównaniu z dotychczas istniejącym na mocy przepisów k.c. Z pewnością natomiast sformułowanie i zredagowanie przepisów omawianej ustawy spowodowało poważne trudności w ich wykładni.

Kolejną negatywną konsekwencją dosłownego wdrożenia dyrektywy było rozszczępienie kwestii odpowiedzialności sprzedawcy za nienależyte wykonanie zobowiązania wynikającego z umowy. W efekcie tego istnieją obecnie dwa systemy ochrony:

- w stosunkach między konsumentami a podmiotami profesjonalnymi obowiązuje reżim prawny, wprowadzony przez u.s.k., który opiera się na konstrukcji braku zgodności towaru z umową,
- w pozostałych przypadkach odpowiedzialność sprzedawcy regulowana jest przez przepisy k.c. o rękojmi za wady rzeczy.

Pośpieszna implementacja dyrektywy, bez dokładnego zsynchronizowania regulacji zawartych w u.s.k. z przepisami k.c., spowodowała powstanie wielu wątpliwości w zakresie stosowania nowego aktu prawnego. Fakt, iż regulację dyrektywy nr 1999/44/WE, na której „opiera się” u.s.k., znajdują swoje źródła w postanowieniach Konwencji Narodów Zjednoczonych z dnia 11 kwietnia 1980 r. o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów (tzw. konwencji wiedeńskiej), ratyfikowanej przez Polskę w dniu 13 marca 1995 r.¹⁵ powoduje, że w doktrynie pojawiają się wątpliwości dotyczące zakresu obowiązywania nowego aktu prawnego. Brak precyzyjnych unormowań budzi obawę powstania luk w zakresie ochrony praw nabywców, w związku z wyłączeniem przez ustawę obowiązywania przepisów k.c. o rękojmi i gwarancji w odniesieniu do stosunków z udziałem konsumentów. Kwestie te omówię w dalszej części niniejszej pracy.

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej jest ustawą o charakterze przejściowym. Zgodnie z założeniem autorów projektu „właściwym miejscem dla regulacji sprzedaży konsumenckiej jest Kodeks cywilny (Księga Trzecia, Tytuł XI). Jednakże wbudowanie odpowiednich przepisów do kodeksowej umowy sprzedaży nie jest możliwe bez głębokich zmian całego tytułu XI, i to zmian zarówno merytorycznych, jak i dotyczących systematyzacji. Przygotowanie takich zmian w krótkim czasie jest niewykonalne.

Przeciwko wprowadzaniu do Kodeksu już w chwili obecnej przepisów o sprzedaży konsumenckiej przemawia też wymóg stabilności Kodeksu. Nowa regulacja tej umowy wprowadza tak istotne zmiany do tradycyjnych instytucji prawnych, że potrzebne jest zebranie doświadczeń z jej funkcjonowania w praktyce (orzecznictwo sądowe wraz ze związanym z nim dorobkiem nauki, praktyka pozasądowego załatwiania konsumenckich sporów, praktyki handlu), ażeby należycie – przy ich uwzględnieniu – przygotować regulację kodeksową. W razie gdyby treść obecnej regulacji wymagała korekt, będą one dokonane przy wprowadzaniu (przenoszeniu) jej przepisów do Kodeksu¹⁶.

¹⁵ Dz. U. z 1997 r. Nr 45, poz. 286 i 287.

¹⁶ Uzasadnienie projektu ustawy o sprzedaży konsumenckiej: <http://www.sejm.gov.pl>, <http://www.senat.gov.pl>, IV 465, Lex Omega.

Ustawodawca przyjął założenie, że praktyka stosowania ustawy pozwoli na wprowadzenie w niej odpowiednich zmian. Docelowo zatem regulacja sprzedaży konsumenckiej powinna znaleźć się w k.c., po sprawdzeniu w praktyce funkcjonowania rozwiązań wprowadzonych w ustawie. Wydaje się jednak, że wprowadzanie tak niedoskonałej regulacji prawnej w sytuacji, gdy k.c. gwarantuje wyższy poziom ochrony praw konsumenta niż przewiduje go dyrektywa, było objawem nadgorliwości w dążeniu do realizacji obowiązku dostosowania przepisów polskich do ustawodawstwa unijnego. Spowodowało to jedynie niepotrzebne wątpliwości interpretacyjne. Trudno uznać za godny poparcia argument, iż niedoskonałości regulacji prawnej zostaną skorygowane przez praktykę w sytuacji zaufania do racjonalności ustawodawcy.

Wejście w życie u.s.k. spowodowało dualizm reżimów odpowiedzialności sprzedawcy za nienależytą jakość sprzedanego towaru. Omawiany akt prawny wprowadza, za dyrektywą o sprzedaży konsumenckiej i konwencją wiedeńską, nowe w polskim systemie prawnym pojęcie **braku zgodności towaru konsumpcyjnego z umową**. Termin ten funkcjonuje obecnie obok terminu wady rzeczy sprzedanej. W stosunkach między profesjonalnym sprzedawcą a konsumentem obowiązuje konstrukcja odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową. Natomiast w umowach sprzedaży, zawieranych w pozostałych przypadkach (między podmiotami profesjonalnymi albo między konsumentami) sprzedawca odpowiada za **wady rzeczy**.

Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej rewolucjonizuje regulację prawną ochrony konsumenta – nabywcy rzeczy wadliwej. Dotychczas konsument chroniony był w takim wypadku przez art. 556 i n. k.c., normujące rękojmię za wady rzeczy i gwarancję jakości. Reżim ochrony był identyczny dla konsumenta i podmiotu niebędącego nim, z niewielkimi różnicami, przewidzianymi np. w art. 558 § 1 k.c. Omawiana ustawa całkowicie zmieniła zasady odpowiedzialności przedsiębiorcy za towar oferowany do sprzedaży, opierając ochronę konsumenta, wzorem konwencji wiedeńskiej, na instytucji zgodności rzeczy z umową. W bardzo dużym przybliżeniu, co do zasady, środki ochrony, oferowane konsumentowi przez art. 8 powołanej ustawy, są zbliżone do uprawnień, przewidzianych przez art. 560 i n. k.c. przy instytucji rękojmi. Natomiast istotne różnice występują pomiędzy wadą rzeczy a jej niezgodnością z umową. Środki ochrony przewidziane przez przepisy k.c. o rękojmi przysługują w przypadku, gdy rzecz jest dotknięta wadą (fizyczną lub prawną), a przez ustawę o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej – gdy jest ona niezgodna z umową. Dlatego dla ustalenia zakresu ochrony konsumenta na gruncie nowej ustawy i porównania go z ochroną gwarantowaną przez k.c. konieczne jest porównanie pojęcia rzeczy dotkniętej wadą w rozumieniu art. 556 k.c. z niezgodnością z umową w rozumieniu art. 4 i 6 omawianej ustawy. W ten sposób możliwe będzie określenie sytuacji, w których konsument skorzysta ze wskazanych uprawnień, i porównanie, czy omawiana ustawa obejmie swym zakresem więcej przypadków wadliwości rzeczy niż przepisy k.c. o rękojmi. Ustalenie tej ostatniej okoliczności pozwoli udzielić odpowiedzi na pytanie, czy ustawa ta gwarantuje konsumentowi szerszą ochronę niż przepisy k.c. o rękojmi.

ZGODNOŚĆ TOWARU KONSUMPCYJNEGO Z UMOWĄ

1. Uwagi ogólne

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej zerwała zupełnie z koncepcją rękojmi za wady rzeczy, wprowadzając odpowiedzialność sprzedawcy za **brak zgodności towaru konsumpcyjnego z umową**. Jednocześnie mocą art. 1 ust. 4 powołanej wyżej ustawy wyłączone zostało stosowanie do sprzedaży konsumenckiej przepisów kodeksu cywilnego o rękojmi. Pojęcie braku zgodności z umową wprowadza rewolucyjną zmianę w dotychczasowej tradycji polskiego prawa cywilnego. Zostało ono przejęte z dyrektywy 1999/44/WE, której efektem implementacji jest omawiana ustawa. Natomiast dyrektywa ta zaczerpnęła pojęcie braku zgodności z umową z konwencji wiedeńskiej, ratyfikowanej również przez Polskę¹⁷, która w Polsce weszła w życie w dniu 1 czerwca 1996 r.

Koncepcja braku zgodności z umową stanowi odejście od rękojmi za wady rzeczy, wzorowanej na prawie rzymskim, która przeważała w ustawodawstwach europejskich. Odpowiedzialność sprzedawcy za wady rzeczy kształtowana jest w ramach rękojmi, oprócz prawa polskiego, m.in. w prawie niemieckim, austriackim, francuskim i szwajcarskim. Praktyka stosowania przepisów o rękojmi stworzyła bardzo różne regulacje, niemożliwe do pogodzenia ze sobą na tle stosowania prawa wspólnotowego. W związku z tym, w celu ujednolicenia przepisów dotyczących odpowiedzialności sprzedawcy wobec konsumenta za wady rzeczy sprzedanej, dyrektywa 1999/44/WE wprowadziła pojęcie zgodności towaru z umową. Pozwoli to na prawidłowe zabezpieczenie interesów konsumentów w warunkach swobodnego przepływu towarów w wyniku dokonywania zakupów w państwie innym od państwa zamieszkania konsumenta. Przytoczone założenia legły u podstaw wprowadzenia dyrektywy o sprzedaży konsumenckiej¹⁸.

¹⁷ Oświadczenie rządowe z dnia 25 października 1996 r., w sprawie ratyfikacji przez Rzeczpospolitą Polską Konwencji Narodów Zjednoczonych o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów, sporządzonej w Wiedniu dnia 11 kwietnia 1980 r. (Dz. U. z 1997 r. Nr 45, poz. 287).

¹⁸ Motywy dyrektywy: preambuła dyrektywy 1999/44/WE – polskie tłumaczenie – wersja zamieszczona na internetowej stronie Ministerstwa Sprawiedliwości: www.ms.gov.pl.

Koncepcja niezgodności z umową została zaczerpnięta z systemu *common law*. Różni się ona od systemów europejskich tym, że nie ujmuje pozytywnie wady rzeczy, lecz opiera się na tzw. „braku zgodności” rzeczy z umową, wzorowanym na użytym w *common law* pojęciu „braku wadliwości”¹⁹. Na mocy Jednolitego Kodeksu Handlowego (*Uniform Commercial Code* – UCC) sprzedawca odpowiada w ramach gwarancji dorozumianej, czyli ustawowej (*implied warranty*) za „zdadność do sprzedaży” (inaczej: „brak wadliwości” – *merchantability*) towaru będącego przedmiotem transakcji. Zdadność do sprzedaży oznacza w rozumieniu UCC, że towar jest wolny od wad i nadaje się do celu, w którym jest normalnie używany. Ponadto, jeżeli istnieje uzasadnione przypuszczenie, że sprzedawca znał specjalne przeznaczenie towaru, który zbył, a kupujący polegał na jego fachowej wiedzy, przyjąć należy, że w ramach „braku wadliwości” mieści się przydatność towaru do celu specjalnego²⁰.

Użycie w trzech wymienionych aktach prawnych tego samego pojęcia niezgodności z umową nie oznacza, że ma ono identyczne znaczenie. Poszczególne i wskazane wyżej uregulowania nadają temu terminowi nieco odmienną treść. Z reguły różnice te są efektem zamierzonym, dyktowanym zamiarem ochrony praw konsumenta. Polskiemu ustawodawcy nie udało się uniknąć przypadkowych rozbieżności pomiędzy niezgodnością z umową, użytą przez ustawę o sprzedaży konsumenckiej, a jej pierwowzorem, użytym w dyrektywie 1999/44/WE.

Pojęcie braku zgodności z umową, wprowadzone przez u.s.k., jest zupełnie nowe w polskiej tradycji prawa cywilnego. Dlatego ustalenie jego treści nie może nastąpić bez uwzględnienia znaczenia, przedstawionego w dyrektywie o sprzedaży konsumenckiej (jako że polska ustawa o sprzedaży konsumenckiej implementowała ten akt), jak również w oderwaniu od regulacji zawartych w konwencji wiedeńskiej, która stanowiła wzorzec dla dyrektywy. Prawidłowe ustalenie treści pojęcia niezgodności z umową wymaga również porównania go z zakresem znaczeniowym wady fizycznej i prawnej rzeczy, regulowanej nadal przez przepisy k.c. Ponadto konieczne jest rozważenie, czy jako niezgodność z umową należy traktować również braki ilościowe oraz wydanie towaru innego niż umówiony (świadczenie *aliud pro alio*).

Pojęcie niezgodności z umową jako przesłanki odpowiedzialności sprzedawcy wobec konsumenta wprowadza art. 4 ust. 1 u.s.k. Przepis art. 4 powołanego aktu prawnego jest przejawem niekonsekwencji ustawodawcy, który w ust. 1 używa terminu „niezgodność z umową”, a w kolejnych fragmentach określa kryteria domniemania zgodności towaru z umową. Takiej niekonsekwencji nie ma w dyrektywie 1999/44/WE, która w art. 2 § 1 kreuje obowiązek sprzedawcy dostarczenia konsumentowi towarów zgodnych z umową, a w kolejnych paragrafach tego przepisu konsekwentnie używa pojęcia zgodności z umową, określając cechy towaru, które powinny wystąpić, aby można było uznać go za zgodny z postanowieniami umowy sprzedaży. Natomiast przepis art. 3 § 1 dyrektywy kreuje odpowiedzialność sprzedawcy nie za niezgod-

¹⁹ Por. A. Koch, *Wadliwość rzeczy sprzedanych w świetle Konwencji ONZ o międzynarodowej sprzedaży towarów*, PPH 1998, nr 10, s. 11.

²⁰ C. Przymusiński, *Gwarancja przy sprzedaży w USA (Uwagi na tle ustawy Magnusona – Mossa)*, PUG, s. 271 i n.

ność z umową, a za **brak takiej zgodności**. Podobna terminologia użyta została w konwencji wiedeńskiej – w art. 35 ust. 2 określone zostały cechy, jakie towar powinien wykazywać, aby być uznanym za zgodny z umową, a na podstawie art. 36 tego aktu prawnego sprzedawca ponosi odpowiedzialność wobec kupującego za **brak zgodności z umową**. Nieprecyzyjność sformułowania użytego w u.s.k. nie ma znaczenia dla dokonywania ustaleń zakresu zgodności z umową ani dla ustalenia odpowiedzialności sprzedawcy, niemniej jednak wprowadza dualizm terminologii, a w konsekwencji powoduje nieczytelność aktu prawnego.

2. Towar konsumpcyjny

Instytucja odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność rzeczy z umową, wprowadzona przez u.s.k., odnosi się wyłącznie do nabywania przez konsumenta od przedsiębiorcy **towaru konsumpcyjnego, czyli rzeczy ruchomej**, opisanej w art. 1 powołanego aktu prawnego. Zatem ten reżim odpowiedzialności nie znajdzie zastosowania do umów, których przedmiotem są rzeczy czy prawa inne niż opisane w omawianej ustawie, a zatem niebędące towarem konsumpcyjnym.

Towarem konsumpcyjnym są wyłącznie rzeczy ruchome, zarówno oznaczone co do tożsamości, jak i co do gatunku. Mogą to być zarówno rzeczy nowe, jak i używane. Nie są natomiast towarem konsumpcyjnym nieruchomości. Towarem konsumpcyjnym nie jest również energia elektryczna, gaz i woda, chyba że są sprzedawane w ograniczonej ilości lub w określonej objętości. Ustawa nie znajdzie zastosowania do umów zawieranych w celu stałej dostawy wody, gazu czy energii elektrycznej. Natomiast będzie stosowana do umów sprzedaży np. akumulatorów, baterii, wody butelkowanej, butli gazowych czy pojemników z gazem do zapalniczek. Ponadto omawiana ustawa nie znajdzie zastosowania do rzeczy zbywanych w toku sprzedaży egzekucyjnej oraz sprzedaży dokonywanej w postępowaniu upadłościowym albo innym postępowaniu sądowym.

W praktyce może powstać wątpliwość, czy za towar konsumpcyjny mogą być uznane dobra niematerialne (np. programy komputerowe, nagrania muzyczne). Przedmioty te podlegają reżimowi ustawy o sprzedaży konsumenciej, jeżeli umieszczone są na nośniku (dyskietka, płyta CD, DVD, itp.).²¹ W tym przypadku przedmiotem sprzedaży jest nośnik jako rzecz ruchoma, a nie zapisane na nim prawo niematerialne.

Podkreślić należy, że rzecz sprzedana nie jest uznana za towar konsumpcyjny, jeżeli została nabyta przez podmiot niebędący osobą fizyczną (osobą prawną czy „ułamną” osobą prawną) bądź w celu związanym (choćby pośrednio) z działalnością zawodową lub gospodarczą nabywcy.

²¹ E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich...*, s. 385.

3. Sposoby ustalania zgodności towaru konsumpcyjnego z umową

Ustawa o sprzedaży konsumenckiej jako jedyna spośród porównywanych aktów prawnych rozróżnia wyraźnie dwie sytuacje:

- gdy właściwości towaru konsumpcyjnego są indywidualnie ustalane przez sprzedawcę i kupującego,
- gdy strony nie uzgodniły cech towaru.

Stosownie do tego rozróżnienia ustawa odmiennie kształtuje **sposób ustalania** zgodności towaru z umową. Zakres pojęcia zgodności z umową jest różnorodnie regulowany, w zależności od tego, czy strony indywidualnie uzgodniły właściwości świadczenia, czy też nie czyniły tego rodzaju ustaleń. Z uwagi na fakt, że ustawa stanowi dosyć wierną implementację dyrektywy, jej przepisy powinny być interpretowane w ścisłym związku z tym aktem prawa europejskiego. W doktrynie prezentowane jest stanowisko, iż wykładnia ustawy zgodna z regulacją dyrektywy 1999/44/WE nie pozwala na podział przesłanek zgodności z umową według jakiegokolwiek kryterium formalnego²². Natomiast w konkretnym stanie faktycznym wskazane jest, aby w pierwszej kolejności zbadać, czy cechy towaru były indywidualnie uzgadniane, a w dalszej kolejności ustalać jego stypizowane (obiektywne) właściwości²³. Wyraźnie dokonane przez ustawodawcę wyróżnienie sytuacji indywidualnego uzgadniania cech rzeczy sprzedanej nie tworzy dwóch odrębnych pojęć zgodności towaru z umową, a jedynie formułuje wytyczne odnośnie do sposobu ustalania zakresu zgodności z umową. Wobec tego należy przyjąć, że towar jest zgodny z umową, jeżeli spełnia przesłanki określone w art. 4 u.s.k. Jednakże w sytuacji, gdy cechy rzeczy sprzedanej są indywidualnie uzgadniane, zwiększa się zakres kryteriów, które należy wziąć pod uwagę przy dokonywaniu oceny zgodności towaru z umową. Jest ona dokonywana zarówno pod kątem właściwości określonych w umowie, jak i cech ogólnych, wynikających z art. 4 ust. 3 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. W takim przypadku w pierwszej kolejności należy sprawdzić, czy towar wykazuje cechy indywidualnie uzgodnione – w tym zakresie należy zbadać, czy spełnia kryteria wymienione w art. 4 ust. 2 ustawy o sprzedaży konsumenckiej. Gdy na tej podstawie ustalona zostanie zgodność towaru z umową, konieczne jest sprawdzenie, czy spełnia on również przesłanki obiektywne, określone w art. 4 ust. 3 ustawy.

Rozróżnienie dwóch rodzajów zgodności z umową – jednej dla towaru indywidualnie uzgadnianego i drugiej dla rzeczy, której cechy nie są odrębnie ustalone, nie może prowadzić do sytuacji, że w przypadku indywidualnego określenia właściwości jedynym kryterium oceny będzie treść uzgodnień. W każdym przypadku towar powinien być obiektywnie zgodny z umową, a jeżeli był indywidualnie uzgadniany, to powinien dodatkowo wykazywać cechy wynikające z odrębnych porozumień. Ustawodawca, w art. 4 ust. 3 omawianej ustawy, używa określenia „w przypadkach nieobjętych ust. 2 (tj. indywidualnie uzgodnio-

²² Por. M. Pecyna, *Ustawa o sprzedaży konsumenckiej...*, s. 109.

²³ *Ibidem*, s. 109.

nych). Określenie to jest na tyle niefortunne, że jego literalna wykładnia wskazuje na wyłączenie kryteriów opisanych w art. 4 ust. 3 ustawy w odniesieniu do cech indywidualnie określonych. Jednak przyjęcie literalnej wykładni tego przepisu prowadziłoby do istotnego ograniczenia uprawnień konsumenta w sytuacji indywidualnego uzgodnienia właściwości rzeczy. W takim przypadku nie mógłby on dochodzić uprawnień z tytułu braku zgodności z umową w sytuacjach określonych w art. 4 ust. 3 ustawy, a więc jeżeli towar nie posiadałby cech, jakie są od niego wymagane na zasadach ogólnych. Wobec tego wykładnia przepisu art. 4 omawianej ustawy w zakresie treści pojęcia zgodności z umową powinna być dokonana przy uwzględnieniu brzmienia art. 2 dyrektywy 1999/44/WE. Przepis ten nie rozróżnia zgodności z umową z punktu widzenia indywidualnego uzgodnienia cech towaru, a jedynie wskazuje, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli spełnia następujące wymogi:

- 1) odpowiada opisowi podanemu przez sprzedawcę i ma właściwości towarów, które sprzedawca przedstawił konsumentowi jako wzór czy model;
- 2) nadaje się do jakichkolwiek szczególnych celów, do których potrzebny jest konsumentowi, a o których zawiadomił on sprzedawcę w czasie zawierania umowy i które zbywca zaakceptował;
- 3) nadaje się do celów, do których towary tego samego rodzaju są normalnie stosowane;
- 4) wykazuje jakość i funkcjonowanie, które są normalne dla towarów tego samego typu i jakich konsument może racjonalnie oczekiwać, zważywszy charakter rzeczy i biorąc pod uwagę wszelkie oświadczenia publiczne na temat szczególnych właściwości towaru, jakie wygłosił na jego temat sprzedawca, producent lub ich przedstawiciel, w szczególności w reklamie lub na etykiecie.

Taka regulacja pozwala na przyjęcie jako zasadnego wniosku, że towar, dla uznania go za zgodny z umową, powinien wykazywać wszystkie wymienione powyżej cechy. Jeżeli właściwości tego towaru były uzgadniane indywidualnie, w pierwszej kolejności jest on badany pod kątem spełnienia przesłanek określonych w punktach 1 i 2, a następnie – w punktach 3 i 4. Jeżeli strony umowy sprzedaży nie ustaliły cech indywidualnych towaru, będzie on poddany analizie wyłącznie według kryteriów z punktów 3 i 4.

Taki sam sposób regulacji zastosowany został w art. 35 konwencji wiedeńskiej. Również w przypadku tego aktu prawnego ustawodawca nakazał dokonanie analizy zgodności towaru z umową zarówno pod kątem posiadania cech indywidualnie uzgodnionych, jak i właściwości, jakie towar powinien posiadać niezależnie od postanowień umowy.

Podsumowując należy zauważyć, że polski ustawodawca niefortunnie rozróżnił kryteria oceny towaru pod kątem ich zgodności z umową w zależności od tego, czy strony indywidualnie uzgadniały cechy towaru. Dla zapewnienia należytej ochrony konsumentom konieczne jest dokonywanie wykładni przepisu art. 4 ustawy z uwzględnieniem brzmienia art. 2 dyrektywy 1999/44/WE. Wykładnia literalna nie spełnia celów, którym ma służyć ustawa. Konieczne jest zastosowanie wykładni funkcjonalnej, nakazującej dla oceny zgodności indywidualnie uzgadnianego towaru z umową stosować wszystkie kryteria, wymienione nie tylko w art. 4 ust. 2, lecz również w ust. 3 ustawy.

4. Konstrukcja przesłanek zgodności towaru z umową

Dla prawidłowego ustalenia zakresu pojęcia zgodności z umową w ustawie o sprzedaży konsumenckiej konieczne jest przyjęcie, że art. 4 ust. 2 i 3 u.s.k. zawiera niepełną definicję zakresową tego terminu.

Powołany przepis dokonuje podziału właściwości rzeczy, które decydują o zgodności z umową, na właściwości uzgadniane indywidualnie i niezgadniane w taki sposób. Zgodnie z art. 4 ust. 2 omawianej ustawy, w przypadku indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego, jest on zgodny z umową, jeżeli wykazuje **kumulatywnie** następujące cechy:

- odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazanej kupującemu próbki albo wzoru,
- nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, chyba że sprzedawca zgłosił zastrzeżenia co do takiego przeznaczenia towaru.

Zgodnie z art. 4 ust. 3 i 4 omawianej ustawy, w przypadku, gdy towar nie jest uzgadniany indywidualnie, jest zgodny z umową, jeżeli **kumulatywnie** spełnione są następujące przesłanki:

- nadaje się do celu, do którego tego rodzaju towar jest zwykle używany;
- jego właściwości odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju;
- odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartych na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela, w szczególności zapewnieniach, wyrażonych w oznakowaniu towaru lub reklamie, odnoszących się do właściwości towaru, w tym także terminu, w jakim towar ma je zachować;
- odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartych na składanych publicznie zapewnieniach osoby, która wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu krajowego w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa, oraz osoby, która podaje się za producenta przez umieszczenie na towarze swojej nazwy, znaku towarowego lub innego oznaczenia odróżniającego.

Jako oddzielną przesłankę **zgodności towaru konsumpcyjnego z umową** ustawodawca wprowadza prawidłowość w jego zamontowaniu i uruchomieniu, jeżeli czynności te zostały wykonane w ramach umowy sprzedaży przez sprzedawcę lub przez osobę, za którą ponosi on odpowiedzialność, albo przez kupującego według instrukcji otrzymanej przy sprzedaży (art. 6 ustawy o sprzedaży konsumenckiej).

Zgodnie ze stanowiskiem doktryny, aby uznać towar za zgodny z umową, przesłanki tej zgodności powinny być spełnione kumulatywnie. Taki pogląd prezentuje Marlena Pecyna, która uznaje, że: „na podstawie przyjętego domniemania towar jest zgodny z umową, jeżeli odpowiada wszystkim określonym przesłankom, których wyliczenie ma charakter koniunkcyjny, a spełnienie winno być kumulatywne. Zatem za niezgodny z umową można uznać towar,