



ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPRZEDAWCY ZA JAKOŚĆ TOWARU W PRZYPADKU SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ

Paweł ZAGAJ

Prowadząc działalność gospodarczą, której przedmiotem jest sprzedaż rzeczy ruchomych bezpośrednio konsumentom, przedsiębiorcy powinni mieć świadomość, iż sama umowa sprzedaży bardzo często nie kończy relacji pomiędzy stronami. Prowadząc działalność o takim profilu, zasadą powinno być przekonanie, iż reklamacje towarów są naturalnie wpisane w ryzyko prowadzenia działalności, i dlatego już na etapie jej organizacji przedsiębiorca powinien uwzględnić obowiązujące w tym zakresie przepisy, w sposób minimalizujący ewentualne koszty.

Dla celów niniejszego artykułu omówione zostaną wyłącznie podstawowe instytucje prawne występujące na etapie sprzedaży pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem.

Reżimy odpowiedzialności – regulacje prawne

Podstawowym aktem prawnym regulującym kwestie odpowiedzialności sprzedawcy

za jakość towaru jest w przypadku transakcji dokonywanych z konsumentami ustawa z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176 ze zm.), zwana dalej „u.s.k.”, stanowiąca implementację Dyrektywy 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji.

Na podstawie ww. aktu prawnego, można wyróżnić dwa reżimy odpowiedzialności za jakość sprzedawanych towarów i jednocześnie dwa rodzaje podmiotów, które tę odpowiedzialność będą ponosiły, a mianowicie:

- **niezgodność towaru z umową** – uregulowaną w u.s.k., odpowiedzialność z tego tytułu ciąży na sprzedawcy, jest obligatoryjna, gdyż wynika z samego faktu zawarcia umowy (tzw. **odpowiedzialność ustawowa**) oraz
- **gwarancja** – uregulowana w art. 13 u.s.k., w tym przypadku odpowiedzialność ponosi gwarant, gwarancja jest dobrowolna, w świetle przepisów stanowi

biorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu niezwiązanym z (jej) działalnością gospodarczą lub zawodową”.

Postanowienie to oznacza, że sprzedawca odpowiada z tytułu niezgodności towaru z umową wyłącznie w przypadku, gdy rzecz ruchoma została nabyta przez osobę w innym celu niż związanym z prowadzoną przez nią działalnością gospodar-

czą lub zawodową. Dla sprzedawcy jest to o tyle istotne, że w zależności od tego czy stroną umowy sprzedaży będzie konsument czy też osoba prowadząca działalność gospodarczą lub wykonująca działalność zawodową (np. wolny zawód), do odpowiedzialności z tytułu niewłaściwej jakości towaru będą miały zastosowanie dwójakie przepisy:

– **Sprzedaż pomiędzy profesjonalistami** oceniana będzie na podstawie przepisów o rękojmi i gwarancji z Kodeksu cywilnego;

– **Sprzedaż pomiędzy profesjonalistą a konsumentem** oceniana będzie na podstawie przepisów u.s.k., których nie można umownie ograniczyć, i z których wynikają inne obowiązki przedsiębiorców – o czym w dalszej części.

W praktyce czasami bardzo trudno rozpoznać, kiedy reklamowany towar był używany przez konsumenta w celach związanych z działalnością gospodarczą lub zawodową. Najprostszy sposób jest stwierdzenie, iż towar został nabyty na tzw. firmę (co potwierdzone jest odpowiednio na rachunku). Problem pojawia się, gdy nabywcą



Rys.: Joanna Szulc-Salwicka

Prawo do właściwej jakości towaru konsument ma zagwarantowane **poprzez niezgodność towaru z umową oraz gwarancję**

ona dodatkową, umowną formę zabezpieczenia praw konsumenta (tzw. **odpowiedzialność umowna**).

Przedstawione wyżej reżimy prawne są od siebie niezależne, co skutkuje tym, że jeżeli dany towar nie zostanie naprawiony w ramach udzielonej gwarancji, konsument może z niej zrezygnować i skorzystać z uprawnień, przysługujących na podstawie przepisów ustawy o sprzedaży konsumenckiej.

Zakres podmiotowy i przedmiotowy sprzedaży konsumenckiej – ich wpływ na odpowiedzialność sprzedawcy

Zgodnie z art. 1 ust. 1 u.s.k. stosuje się ją do „dokonywanej w zakresie przedsię-



jest osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą lub zawodową, a daną rzecz nabywa bez stosownego potwierdzenia. Wówczas, w przypadku ewentualnego sporu odnośnie do zastosowania właściwych przepisów, to sprzedawca będzie musiał wykazać, iż towar był używany niezgodnie z celem umowy.

Pojęcie niezgodności towaru z umową w kontekście obowiązków sprzedawcy

Aby konsument mógł realizować swoje uprawnienia wynikające z komentowanej ustawy powinien wskazać, na czym polega niezgodność towaru z umową sprzedaży. Jest to możliwe przez wprowadzone w ustawie domniemanie zgodności towaru z umową. Zgodnie z art. 4 u.s.k. domniemywa się, że towar konsumpcyjny jest zgodny z umową, jeżeli:

- odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazywanej kupującemu próbki albo wzoru (art. 4 ust. 2),
- nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, chyba że sprzedawca zgłosił zastrzeżenie co do takiego przeznaczenia towaru (art. 4 ust. 2),
- nadaje się do celu, do jakiego tego rodzaju towar jest zwykle używany, oraz gdy jego właściwości odpowiadają właściwościom towaru tego rodzaju (art. 4 ust. 3),
- odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela, w szczególności uwzględnia się zapewnienia wyrażone w oznakowaniu towaru lub reklamie, odnoszące się do właściwości towaru w tym także terminu, w jakim towar ma je zachować (art. 4 ust. 3).

Za niezgodność towaru z umową uważa się również nieprawidłowość 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.

Przedstawiona w ustawie konstrukcja określająca, jaki towar można uznać za zgodny z umową, a jaka sytuacja może być podstawą zgłoszenia reklamacji, pomimo dość zawilej konstrukcji, sprowadza się *de facto* do uznania, iż towar niezgodny z umową to taki, który:

- posiada uszkodzenia fizyczne bądź wynikające z nieprawidłowego montażu (**przesłanki obiektywne**),
- pomimo, iż jest sprawny technicznie to niezgodność z umową wynika z jego cech, oczekiwań klienta, a także innych



Przykładem **przesłanki obiektywnej** mogą być reklamacje związane z kolorem samochodu, czy też jego odcieniem, który inaczej sobie wyobrażał konsument

informacji i zapewnień przekazanych przez przedsiębiorcę bezpośrednio w chwili zakupu lub też zamieszczonych w materiałach reklamowych (**przesłanki subiektywne**).

Takie ujęcie niezgodności z umową daje konsumentom możliwości szerokiej interpretacji tego pojęcia. Konsument może więc składać reklamacje nie tylko w sytuacji, gdy towar posiada usterki techniczne, ale nawet wtedy, gdy jego opis, funkcje, wygląd nie odpowiadają rzeczywistości, a także, co najistotniejsze, subiektywnemu przekonaniu konsumenta.

Wskazane wyżej bardzo szerokie uprawnienia nabywców nie oznaczają jednak, że sprzedawca nie może mieć wpływu na skuteczność roszczeń konsumenckich.

Odpowiedzialność sprzedawcy nie ma oczywiście charakteru bezwzględnej. W kontekście samej oceny, czy w danej sytuacji mamy do czynienia z niezgodnością towaru z umową, można wskazać następujące elementy:

- Jeszcze przed sprzedażą towaru przedsiębiorca powinien zadbać o dopełnienie wszystkich obowiązków informacyjnych. Chodzi tu o obowiązki zarówno obligatoryjne (art. 2 i 3 ustawy), jak i dodatkowe, właściwe ze względu na przedmiot umowy. Im więcej dokładnych informacji uzyska konsument przed dokonaniem zakupu, tym mniejsze będzie miał możliwości składania reklamacji
- Zasadą jest, że sprzedawca odpowiada

wyłącznie za wady istniejące w chwili wydania towaru, a które ujawniły się w okresie trwania ustawowej ochrony. Artykuł 4 ust. 1 u.s.k. wprowadził dodatkowo korzystne dla konsumenta domniemanie, iż w okresie pierwszych 6 miesięcy od momentu wydania towaru, ciężar udowodnienia faktu, iż niezgodność powstała po wydaniu towaru spoczywa na sprzedawcy. Po tym okresie, ciężar dowodu rozkłada się według ogólnej zasady z art. 6 Kodeksu cywilnego, to jest spoczywa na tym, kto wy-

wodzi z danego faktu skutki prawne (tzn. na konsumentie). Z praktycznego punktu widzenia jest to bardzo poważne, przysparzające wielu problemów zagadnienie. Na marginesie można jedynie zaznaczyć, że kontrowersje wzbudza sposób, w jaki konsument powinien, po upływie sześciomiesięcznego okresu domniemania, wykazać, iż niezgodność towaru z umową istniała w chwili jego wydania.

- Zgodnie z art. 7 u.s.k. sprzedawca nie odpowiada za niezgodność towaru z umową, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. Niestety postanowienie jest w dużej mierze ocenne i trudne do zastosowania wprost. Dla jego skuteczności będą miały znaczenie okoliczności zawarcia umowy, a więc



opisany wyżej sposób i zakres zapoznania klienta z towarem.

Procedura reklamacyjna – terminy i uprawnienia

Konsument może dochodzić swoich roszczeń w okresie dwóch lat od momentu wydania towaru (art. 10 ust. 1 u.s.k.). Kupujący ma obowiązek zgłosić niezgodność z umową w terminie 2 miesiące od momentu jej ujawnienia. Powyższych terminów nie można ograniczyć, z wyjątkiem długości odpowiedzialności sprzedawcy za rzeczy używane, gdzie termin może zostać skrócony, ale nie mniej niż do 1 roku (art. 10 ust. 1 u.s.k.).

Jeżeli kupujący stwierdzi niezgodność towaru z umową, może on zgodnie z art. 8 ust. 1 u.s.k. żądać:

- doprowadzenia go do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo
- wymiany na nowy, chyba że
- naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów.

Kolejność tych roszczeń nie ma znaczenia. W praktyce istnieje mylne przekonanie, iż konsument może w pierwszym rzędzie żądać naprawy, a następnie wymiany albo, że wybór tych uprawnień należy do przedsiębiorcy. W świetle jednak przepisów, to konsument decyduje o wyborze uprawnienia. Przedsiębiorca może mieć wpływ na ten wybór jedynie w sytuacji wykazania, iż realizacja roszczenia konsumenta jest niemożliwa (np. z powodu braku towaru w asortymencie; ale nie jeżeli jest możliwość jego sprowadzenia) lub wymaga nadmiernych kosztów (przesłanka ta jest oceniana na podstawie konkretnego stanu faktycznego).

Zgodnie z art. 8 ust. 3 u.s.k. sprzedawca powinien udzielić konsumentowi odpowiedzi na reklamację w ciągu 14 dni, w przeciwnym razie przyjmuje się domniemanie, iż zgodził się on z roszczeniem konsumenta. Ustawa nie określa natomiast terminu, w jakim powinny zostać zrealizowane naprawa albo wymiana. Ustawodawca w art. 8 ust. 4, 2 zd. wskazuje jedynie, iż przy określaniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia. Wobec tego, ocena ta także będzie zależeć od okoliczności konkretnego stanu faktycznego.

Ponadto warto wspomnieć, iż konsekwencją uznania roszczenia konsumenta za za-

sadne jest poniesienie przez sprzedawcę także kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, ponownego zamontowania i uruchomienia (art. 8 ust. 2 u.s.k.).

Ustawa nie reguluje natomiast istotnej kwestii przechowywania towaru oraz nakładania na konsumentów kosztów ekspertyzy w sytuacji, gdy reklamacja była niezasadna. Wydaje się jednak, że odnośnie do pierwszej kwestii, przedsiębiorca może, korzystając z przepisów o przechowaniu (835 i nast. Kodeksu cywilnego), nałożyć pod pewnymi warunkami opłaty za przechowanie, to praktyka obciążania konsumentów kosztami ekspertyzy jest wątpliwa. Zgodnie z art. 8 ust. 4 u.s.k., jeżeli z przyczyn określonych wyżej niemożliwe jest żądanie naprawy albo wymiany, bądź gdy sprzedawca nie zdoła uczynić zadość takiemu żądaniu w odpowiednim czasie, lub naprawa albo wymiana narażałyby kupującego na znaczne niedogodności, wówczas konsument ma prawo domagać się:

- stosownego obniżenia ceny albo
- odstąpienia od umowy.

Od umowy nie można jednak odstąpić, gdy niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest nieistotna.

Na podstawie przytoczonych wyżej przepisów widać, iż roszczenia konsumentów wynikające z u.s.k. cechuje sekwencyjność. Oznacza to, że konsument nie może w pierwszym rzędzie żądać odstąpienia od umowy, a jedynie naprawy lub wymiany na nowy, i dopiero w sytuacji, gdy zajdzie któraś z wymienionych przesłanek, nabywca będzie mógł żądać stosownego obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy.

Uprawnienia gwarancyjne

Zgodnie z art. 13 u.s.k. udzielenie gwarancji nie jest obowiązkiem przedsiębiorcy i stanowi jedynie dodatkową formę zabezpieczenia praw konsumenta. Ponadto przedsiębiorca może formułować jej treść w sposób swobodny. Dotyczy to sposobu, zakresu i czasu realizacji obowiązków gwaranta. Oznacza to, że gwarancja na sprzedany towar udzielona w formie określonej w ww. art. 13 u.s.k., poprzez wydanie dokumentu gwarancyjnego obejmuje wyłącznie takie uprawnienia konsumenta, które są w niej wyraźnie wskazane. Przepisy prawa w żadnym razie nie mogą nakładać na przedsiębiorcę obowiązku formułowania zakresu udzielanej gwarancji. Wymogi formalne, co do samego oświadczenia gwarancyjnego są niewielkie i zo-

stały określone w ww. art. 13 u.s.k. Istotne jest, że gwarancją może być nawet folder reklamowy, który zawiera oświadczenie o udzieleniu gwarancji i spełnia minimalne warunki pozwalające na identyfikację przedsiębiorcy. Zasadą jest jednak, że udzielenie gwarancji następuje bez dodatkowej opłaty, przez wydanie dokumentu gwarancyjnego, w którym w sposób jasny, zrozumiały i niewprowadzający w błąd sformułowano oświadczenie kształtujące obowiązki gwaranta oraz zamieszczono podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń tj.: nazwę i adres przedsiębiorcy, czas trwania i zakres terytorialny ochrony.

Wskazane wyżej minimalne obowiązki związane z gwarancją wynikają z przeliczenia ciężaru odpowiedzialności za jakość towaru bezpośrednio na sprzedawcę. Należy bowiem pamiętać, iż konsumentowi zawsze przysługują roszczenia wynikające z niezgodności towaru z umową, niezależnie od udzielonej gwarancji. Udzielona gwarancja nie wyłącza, nie ogranicza, ani nie zawiesza uprawnień wynikających z tejże ustawy.

Podsumowanie

Ze względu na formułę artykułu nie jest możliwe wyczerpujące przedstawienie wszystkich aspektów odpowiedzialności sprzedawcy za jakość towaru konsumpcyjnego. Warto wspomnieć, że przedstawione wyżej przepisy ustawy o sprzedaży konsumenckiej mają także odpowiednie zastosowanie do umowy komis, umowy o dzieło oraz umowy dostawy. Jak widać, zakres przedmiotowy tej regulacji jest znaczny. Natomiast ze względu na wzrastającą świadomość konsumentów oraz dużą konkurencję na rynku, można dojść do wniosku, że długofalowe sukcesy będzie odnosił ten podmiot, który w sposób racjonalny zorganizuje swoją działalność, uwzględniając prawa konsumenckie, ale jednocześnie umiejętnie chroniąc własne interesy ekonomiczne. To ostatnie nie polega bynajmniej na unikaniu odpowiedzialności za jakość towaru, ale na właściwym ułożeniu stosunków prawnych ze swoimi partnerami handlowymi przy wykorzystaniu dostępnych regulacji prawnych.

Paweł Zagaj
specjalista ds. ochrony konsumentów