

Ochrona konsumenta w umowach zawieranych przez Internet

Krzysztof Wąs, 10 wrzesień 2010

Umowy zawierane przez Internet z udziałem konsumentów mają swój specyficzny reżim prawny. Powodem tego jest przede wszystkim słabsza pozycja konsumenta względem przedsiębiorcy, który jest silniejszy ekonomicznie i pod kątem organizacyjnym. Tę nierówność mają rekompensować konsumentowi rozwiązania przyjęte w ustawie o ochronie niektórych praw konsumenta oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Implementuje ona dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady Unii Europejskiej 97/7/WE z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość (OJ L 144/19). Ustawa ta, nakłada na przedsiębiorcę obowiązki, a konsumentowi przyznaje uprawnienia, które mają na celu zrównanie pozycji podmiotów – stron umowy. Nierówność ekonomiczna jest tu wynagradzana bardziej uprzywilejowaną pozycją prawną konsumenta.

Ustawę stosuje się do umów konsumenckich zawieranych na odległość. Zgodnie z art. 6 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. 2000 r. Nr 22, poz. 271, dalej: u.o.n.p.k.) z umową taką mamy do czynienia, gdy stronami umowy jest z jednej strony przedsiębiorca, który zorganizował swoją działalność tak by prowadzić sprzedaż na odległość, z drugiej konsument, a umowa zawierana jest bez jednoczesnej obecności obu stron z wykorzystaniem środków porozumiewania się na odległość, w tym także środków komunikacji elektronicznej. Jeżeli stronami umowy są wyłącznie przedsiębiorcy bądź konsumenci, umowa taka nie jest umową konsumencką w rozumieniu prawa konsumenckiego i nie będą mieć do niej zastosowania przepisy u.o.n.p.k.

W myśl regulacji Kodeksu cywilnego przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna, o której mowa w art. 33¹ § 1 Kodeksu cywilnego (dalej: k.c.), prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową (art. 43 k.c.). Natomiast za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową (art. 22¹ k.c.). Konsumentem jest także przedsiębiorca, o ile dokonuje zakupu towaru bądź usługi na cele osobiste, niezwiązane z prowadzoną przez niego działalnością gospodarczą. Wątpliwości budzić może dokonanie przez przedsiębiorcę czynności prawnej związanej z jego działalnością jednak w sposób pośredni. Wydaje się, że w takiej sytuacji przedsiębiorca wystąpi w roli konsumenta, bowiem ustawa wyraźnie stanowi, że związek z działalnością gospodarczą lub zawodową nie może być bezpośredni, więc, *a contrario*, dozwolone jest by był on pośredni (tak też *P. Litwiński*, Umowy zawierane na odległość, Edukacja Prawnicza nr 1 (37) 2001). Z uwagi na fakt, iż

REKLAMA

Potrzebujesz strony internetowej?

olgroup

www.olgroup.pl

www.olgroup.pl

konsumentem może być tylko osoba fizyczna (*M. Pazdan* [w:] KC. Komentarz, *K. Pietrzykowski* (red.), Warszawa 2008, art. 22¹, *Nb. 5*, s. 110), nie każdy przedsiębiorca będzie mógł skorzystać z ustawowych przywilejów ochronnych. Dotyczy to zwłaszcza spółek prawa handlowego.

Co do zakresu przedmiotowego, to jak zostało już wcześniej nadmienione, umowa musi być zawarta na odległość bez jednoczesnej obecności obu stron, co należy rozumieć jako brak obecności stron w tym samym miejscu i czasie (por. *P. Litwiński*, *Umowy zawierane na odległość*). Nie ma przy tym znaczenia, czy strony miały możliwość bezpośredniego kontaktu (odmiennie *D. Szostek*, *Czynność prawna a środki komunikacji elektronicznej*, Zakamycze 2004, s. 273). Istotne jest to, w jaki sposób umowa została zawarta. Ponadto zawarcie umowy na odległość nie może stanowić incydentu dla przedsiębiorcy. Zakres ustawy nie obejmuje bowiem umów zawieranych na odległość w sytuacji, kiedy przedsiębiorca dokonał czynności w sposób jednorazowy, nadzwyczajny, bez zamiaru prowadzenia w taki sposób swojej działalności.

Ustawa zawiera wyłączenia, o charakterze całkowitym oraz częściowym. W myśl przepisu art. 16 ust. 1 ustawy nie stosuje się do umów: z wykorzystaniem automatów sprzedających, z wykorzystaniem innych automatów umieszczonych w miejscach prowadzenia handlu, rent, zawartych z operatorami telekomunikacji przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych, dotyczących nieruchomości (z wyjątkiem najmu), sprzedaży z licytacji. Reżimu ochronnego nie stosuje się w pełnym zakresie (z wyłączeniem art. 7, 9 i 12 ust. 1) do sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do mieszkania lub miejsca pracy konsumenta oraz świadczenia, w ściśle oznaczonym okresie, usług w zakresie zakwaterowania, transportu, rozrywek i gastronomii. W wypadku rozrywek na świeżym powietrzu przedsiębiorca może zastrzec także wyłączenie obowiązku zawiadomienia o niemożności spełnienia świadczenia, o którym mowa w art. 12 ust. 2, jednak tylko we wskazanych w umowie okolicznościach.

Ochrona konsumenta jest wyrażona w ustawie m.in. przez prawo do informacji oraz uprawnienie do odstąpienia od umowy w określonym terminie (por. *P. Podrecki*, *Ochrona konsumentów w umowach zawieranych na odległość* [w:] *Handel elektroniczny, prawne problemy*, *J. Barta*, *R. Markiewicz* (red.), Zakamycze 2005, s. 712).

Obowiązek informacyjny

Prawo do informacji skorelowane jest z obowiązkiem przedsiębiorcy do przedstawienia konsumentowi danych określonych w art. 9 ust. 1 u.o.n.p.k. Informacje te winny być podawane w sposób zrozumiały i jednoznaczny (więcej: *K. Wąs*, *ePrzedsiębiorca, czyli kto?*, *iPrawo*, http://www.iprawo.net.pl/artykuly/eprzedsiębiorca_czyli_kto.pdf). Granicą czasową ich udzielenia jest chwila złożenia propozycji zawarcia umowy, która, zgodnie z art. 6 ust. 2 u.o.n.p.k, może przybrać postać oferty, zaproszenia do składania ofert lub zamówień albo do podjęcia rokowań. Zastrzeżenia budzi rozróżnienie w przepisie oferty i zaproszenia do składania zamówień. Wydaje się, że zaproszenie do składania zamówień jest niczym innym jak ofertą. Innego zdania jest *A. Stosio*, który uważa, że zaproszenie do składania zamówień może mieć postać oferty bądź zaproszenia do składania ofert (*A. Stosio*, *Umowy zawierane przez Internet*, Warszawa 2002, s. 259). Choć stanowiska te są różne, to potwierdzają, że „zaproszenie do składania zamówień” stanowi błąd ustawodawcy, bowiem jest powieleniem tego co zostało wcześniej już wyrażone.

Informacje wymienione w art. 9 ust. 1 u.o.n.p.k. należy konsumentowi potwierdzić, w formie pisemnej, nie później niż w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia. Forma pisemna, z uwagi na fakt iż ustawa nie określa rygoru jej niedochowania, ma jedynie walor dowodowy. Brak potwierdzenia skutkuje przedłużeniem terminu, w jakim konsument może od umowy odstąpić.

Odstąpienie od umowy

Odstąpienie od umowy stanowi najsilniejszy instrument ochrony konsumenta przed decyzjami podjętymi na skutek zřęcznego działania przedsiębiorcy, który przy wykorzystaniu określonych technik wywierania wpływu jest w stanie nakłonić do zakupu określonego towaru bądź usługi. Instytucja odstąpienia od umowy jest odstępstwem od zasady *pacta sunt servanda*. Jej istotą jest bowiem jednostronne zakończenie stosunku prawnego jakim jest rozwiązanie umowy. Zatem prawo odstąpienia od umowy ma charakter uprawnienia kształtującego (zob. *Z. Radwański*, Prawo cywilne – część ogólna, wyd. 8, Warszawa 2005, *Nb. 205*, s. 96; *P. Podrecki*, Ochrona konsumentów w umowach zawieranych na odległość [w:] *Handel elektroniczny*, *J. Barta, R. Markiewicz* (red.), s. 723), z którego konsument może skorzystać bez względu na wolę i udział drugiej strony. Instytucja odstąpienia od umowy konsumenckiej zawartej na odległość opiera się zasadniczo na modelu umownego prawa odstąpienia określonego w art. 395 k.c.

Na podstawie art. 7 ust. 1. u.o.n.p.k. konsument ma 10 dni na odstąpienie od umowy. Termin ten jest terminem zawitym i liczony jest od dnia wydania rzeczy, a gdy umowa dotyczy świadczenia usługi - od dnia jej zawarcia. Zgodnie z art. 544 k.c. w razie wątpliwości za chwilę wydania rzeczy uznaje się chwilę, gdy sprzedawca przekazał przewoźnikowi towar celem jego dostarczenia. Norma ta ma zastosowanie, gdy rzecz ma być przesłana do miejsca, które nie jest miejscem spełnienia świadczenia. Natomiast, jeżeli w treści zobowiązania bądź z jego właściwości wynika, że miejscem spełnienia świadczenia jest jednocześnie miejscem dostarczenia towaru (a wydaje się, że tak jest w przypadku umów zawieranych na odległość), chwilą wydania będzie chwila przekazania towaru konsumentowi (por. *A. Pluta*, Szczególna pozycja konsumenta po zawarciu umowy na odległość - instytucja odstąpienia od umowy, *iPrawo* http://www.iprawo.net.pl/artykuly/umowy_konsumenckie_na_odleglosc_cz.2.pdf, zob. *K. Wąs*, Wykonanie umowy zawartej przez Internet, *iPrawo*, http://www.iprawo.net.pl/artykuly/wykonanie_umowy_zawartej_przez_internet.pdf).

W przypadku niedochowania obowiązku informacyjnego określonego w art. 9 ust. 1 u.o.p.k., termin dziesięciodniowy ulega wydłużeniu do trzech miesięcy (art. 10 ust. 2 u.o.n.p.k.). Jeżeli jednak konsument po rozpoczęciu biegu tego terminu otrzyma potwierdzenie zawierające wymagane informacje, termin ten ulega skróceniu do dziesięciu dni od otrzymania potwierdzenia.

Do zachowania terminu odstąpienia od umowy wystarczy wysłanie oświadczenia przed jego upływem. Ustawodawca poczynił w tym zakresie wyjątek od teorii doręczenia oświadczenia woli na rzecz teorii wysłania.

Przepis art. 7 u.o.n.p.k., który normuje prawo odstąpienia od umowy jest przepisem semiimperatywnym (tak *P. Podrecki*, Ochrona konsumentów..., s. 723; *P. Litwiński* [w:] *Prawo Internetu*, *P. Podrecki* (red.), wyd. 2, Warszawa 2007, s. 274). Potwierdza to brzmienie art. 17 u.o.n.p.k., który stanowi, że nie można w drodze umowy wyłączyć lub ograniczyć praw konsumenta określonych w ustawie. Tak więc wszelkie zmiany treści stosunku prawnego powstałego na skutek zawarcia umowy konsumenckiej na odległość są możliwe, pod warunkiem, że nie będą pogarszały pozycji konsumenta. W drodze umowy strony mogą np. wydłużyć termin odstąpienia od umowy, czy zastrzec dla przedsiębiorcy umowne prawo

R E K L A M A



- »» Publikacje
- »» Opinie
- »» Porady

www.iPrawo.net.pl

http://www.iprawo.net.pl

odstąpienia od umowy wg przepisów Kodeksu cywilnego (zob. *P. Litwiński* [w:] *Prawo Internetu*, *P. Podrecki* (red.), s. 274).

Skorzystanie przez konsumenta z prawa odstąpienia od umowy nie jest obarczone żadnymi wymogami. Niedopuszczalne są zastrzeżenia, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępnej), chyba że w drodze umowy wydłużono termin odstąpienia od umowy i odstępne zostało ustanowione w razie odstąpienia od umowy w terminie późniejszym od ustawowego (*P. Litwiński* [w:] *Prawo Internetu*, *P. Podrecki* (red.), s. 274).

Konsument z ustawowego uprawnienia odstąpienia od umowy może skorzystać bez podawania jakiegokolwiek przyczyny, składając stosowne oświadczenie na piśmie w terminie ustawowym, określonym w art. 10 u.o.n.p.k., bądź umownym – dłuższym od ustawowego. Forma pisemna zastrzeżona jest tu *ad probationem* (dla celów dowodowych). Skorzystanie z innej też będzie skuteczne, jednak można stracić w ten sposób środek dowodowy (*D. Szostek*, *Czynność prawna a środki komunikacji elektronicznej*, s. 281 i n.).

W myśl art. 7 ust. 3 u.o.n.p.k. skutkiem odstąpienia od umowy jest uznanie jej za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zgodnie z powyższym, skorzystanie przez konsumenta z przysługującego mu prawa pociąga za sobą rozwiązanie umowy *ex tunc* (ze skutkiem wstecznym). W literaturze wskazuje się, że dopuszczalne jest zastrzeżenie, że odstąpienie wywoła skutek na przyszłość (*ex nunc*) (*W. Popiołek* [w:] *KC. Komentarz*, *K. Pietrzykowski* (red.), Warszawa 2002, s. 862). Może mieć to doniosłe znaczenie w przypadku zawarcia umowy o świadczenie usług drogą elektroniczną.

Zwrot świadczeń powinien nastąpić niezwłocznie, jednak nie później niż w terminie czternastu dni, a jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą mu się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty (art. 7 ust. 3). W wypadku odstąpienia od umowy przez konsumenta przedsiębiorca ma obowiązek poświadczyć na piśmie zwrot świadczenia (art. 13 ust. 1). Ponadto, jeżeli świadczenie konsumenta miało być spełnione z wykorzystaniem kredytu lub pożyczki, odstąpienie od umowy zawartej na odległość jest skuteczne także wobec umowy kredytu lub pożyczki, bez względu na to czy kredyt, lub pożyczka, udzielony był przez przedsiębiorcę, czy przez inny podmiot (np. bank) na podstawie porozumienia z przedsiębiorcą (art. 13 ust. 2 u.o.n.p.k.). W przypadku dokonania zapłaty kartą płatniczą, konsument może żądać unieważnienia zapłaty w razie niewłaściwego wykorzystania tej karty w wykonaniu umowy zawartej na odległość. Nie uchyla to obowiązku naprawienia konsumentowi poniesionej przez to szkody (art. 14 u.o.n.p.k.).

Co do kosztów zwrotu świadczenia, ustawa nie uregulowała tej kwestii. Doktryna wskazuje, iż zgodnie z zasadą restytucji, koszty zwrotu świadczeń winny obciążać przedsiębiorcę (tak *P. Podrecki*, *Ochrona konsumentów...*, s. 724, por. *A. Pluta*, *Szczególna pozycja konsumenta po zawarciu umowy na odległość - instytucja odstąpienia od umowy*, *iPrawo* http://www.iprawo.net.pl/artykuly/umowy_konsumenckie_na_odleglosc_cz._2.pdf). Oponenci tego poglądu uważają natomiast, że gdyby ustawodawca zamierzał obciążyć kosztami zwrotu rzeczy przedsiębiorcę, uczyniłby to *expressis verbis*, tak jak to zrobił w art. 12 ust. 4 u.o.n.p.k. (*A. Kołodziej*, *Konsumenckie prawo odstąpienia od umowy* [w:] *Zawieranie i wykonywanie umów, wybrane zagadnienia*, *E. Gniewek* (red.), Wrocław 2004, s. 150; *P. Litwiński* [w:] *Prawo Internetu*, *P. Podrecki* (red.), s. 274).

Na koniec warto zwrócić uwagę, iż prawo odstąpienia od umowy nie ma charakteru absolutnego. Ustawa w art. 10 ust. 3 zawiera enumeratywnie wyliczone przypadki, kiedy uprawnienie to nie przysługuje, chyba strony umówią się inaczej. Dotyczy to następujących sytuacji:

- 1) świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu, o którym mowa w art. 7 ust. 1,
- 2) nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na informatycznych nośnikach danych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania (tzw. klauzula celofanowa),

- 3) umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,
- 4) świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą,
- 5) świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu,
- 6) dostarczania prasy,
- 7) usług w zakresie gier hazardowych.

Autor jest prawnikiem, doktorantem w Katedrze Publicznego Prawa Gospodarczego Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

Więcej publikacji na
www.iprawo.net.pl.

Prawa autorskie

Na artykuł udziela się licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Bez utworów zależnych 2.5 Polska
<http://creativecommons.org/licenses/by-nd/2.5/pl>

Wydawca

Grupa Interium
www.interium.biz