

## Zawarcie umowy przez przyjęcie oferty

Krzysztof Wąs, 10 lipiec 2009

Oferta i jej przyjęcie to najpopularniejszy sposób na zawieranie umów, także w Internecie. Do zawarcia takiej umowy może dojść *inter praesentes* (między obecnymi) bądź *inter absentes* (między nieobecnymi), w trybie on-line lub off-line oraz na skutek złożenia oferty do oznaczonego bądź nieoznaczonego kręgu odbiorców.

Ofertą jest oświadczenie woli, które wyraża stanowczy zamiar zawarcia umowy oraz zawiera co najmniej istotne postanowienia (*essentialia negotii*) przyszłej umowy (Z. Radwański, Prawo cywilne – część ogólna, wyd. 8, Warszawa 2005, *Nb.* 662, s. 297 i n.; D. Szostek, Czynność prawna a środki komunikacji elektronicznej, Zakamycze 2004, s. 163 i n.; odmiennie K. Gózdź, Umowa jako źródło oraz narzędzie kształtowania treści stosunku zobowiązaniowego, Edukacja Prawnicza nr 12/2008; zob. art. 66 § 1 k.c.). Jeżeli brak któregoś z istotnych elementów przyjmuje się, że nie jest to oferta a zaproszenie do zawarcia umowy (zob. art. 71 k.c.). Różnica między nimi polega na tym, że w przypadku zaproszenia do zawarcia umowy nadawca nie jest związany postanowieniami zawartymi w wysłanym oświadczeniu.


Oferty w Internecie najczęściej składane są przy wykorzystaniu stron internetowych oraz poczty elektronicznej bądź innych środków indywidualnego porozumiewania się na odległość, takich jak komunikatory internetowe. Z uwagi na narzędzia, jakie są wykorzystywane do przedstawiania ofert w globalnej sieci, wydaje się, że najodpowiedniejszą klasyfikacją, która jednocześnie nawiązuje do systematyki przepisów kodeksowych, będzie tu rozróżnienie na ofertę skierowaną do konkretnego podmiotu oraz oferty kierowane do nieokreślonej liczby osób (zob. art. 66<sup>1</sup> § 4 k.c.).

### Oferta skierowana do konkretnego odbiorcy

Za ofertę skierowaną do konkretnego odbiorcy należy uznać ofertę indywidualnie zaadresowaną, np. na adres poczty elektronicznej. Chodzi tu o możliwość zdecydowania przez oferenta nie tylko o liczbie wysłanych ofert, ale także zakresie odbiorców. Oferta skierowana do konkretnego odbiorcy winna cechować się brakiem przypadkowości co do jej adresata.

Za chwilę złożenia oferty w postaci elektronicznej poczytuje się moment, gdy została wprowadzona do środka komunikacji elektronicznej w taki sposób, by adresat mógł zapoznać się z jej treścią (art. 61 § 2 k.c.). W przypadku e-maila z ofertą handlową, za moment złożenia oferty przyjmuje się chwilę, gdy wiadomość zostanie skutecznie wysłana, tzn. gdy dotrze na serwer poczty adresata (zob. M. Safjan [w:] KC. Komentarz, K. Pietrzykowski (red.), Warszawa 2008, art. 61, *Nb.* 16, s. 349 i n.; A. Pancewicz, Ofertowy tryb zawierania umów, Edukacja Prawnicza

REKLAMA



**e-inkubator**  
wirtualny  
inkubator  
przedsiębiorczości

<http://e-inkubator.biz>

nr 10/2006, s. 42). Należy podkreślić, że chwilą złożenia oferty jest moment, w którym oblat ma możliwość zapoznania się z jej treścią a nie chwila, w której faktycznie to uczynił. Ma to istotne znaczenie, bowiem oblat, co do zasady, ma możliwość zapoznania się z treścią oświadczenia także wówczas, gdy nie jest w danym czasie podłączony aktywnie do sieci internetowej (kolokwialnie rzecz ujmując, chodzi tu o sytuację, kiedy oblat nie jest *on-line*).

Środki indywidualnego porozumiewania na odległość mogą mieć charakter bezpośredni (jak *chat*) oraz pośredni (jak poczta elektroniczna). Co więcej są takie, które mogą mieć charakter zarówno pośredni jak i bezpośredni. Doskonałym przykładem jest komunikator internetowy (najpopularniejsze w naszym kraju to Gadu-Gadu, Skape i Tlen.pl). W sytuacji, kiedy obie strony są w danym momencie *on-line* z aktywnym (włączonym) stosownym oprogramowaniem, komunikator będzie miał charakter środka komunikacji bezpośredniej. Jeżeli natomiast jedna ze stron w czasie nadawania komunikatu przez drugą będzie albo *off-line*, albo nie będzie mieć aktywnego oprogramowania obsługującego tego typu wiadomości elektroniczne, komunikator przybierze formę środka komunikacji pośredniej. Tak więc rację ma *D. Szostek*, który zauważa, że kwalifikacja oferty jako złożonej *inter absentes* (komunikacja pośrednia) czy *inter praesentes* (komunikacja bezpośrednia) zależy nie od środka komunikacji a sposobu jego wykorzystania (*D. Szostek*, Czynność prawna a środki komunikacji elektronicznej, s. 137 i n.; odmiennie *M. Safian*, *op. cit.*, art. 61, *Nb. 16*, s. 349 i n.). To czy mamy do czynienia z komunikacją pośrednią czy bezpośrednią, zależy od bezpośredniego dostępu do komunikatu pochodzącego od jednej ze stron, w czasie jego nadawania przez drugą, tak jak to ma miejsce w przypadku rozmowy telefonicznej.

Oferta skierowana do konkretnego podmiotu wiąże składającego do czasu, w którym składający ofertę mógł otrzymać odpowiedź wysłaną bez nieuzasadnionego opóźnienia, chyba że okres ważności oferty został przez oferenta określony. Jeżeli jednak opóźnienie wynika z przyczyn niezależnych od oblata, wówczas umowa dochodzi do skutku pod warunkiem, że oświadczenie woli zostało wysłane we właściwym czasie. Kwestię „związania” ofertą można utożsamiać z jej aktualnością. Oznacza to, że tak długo jak oferent jest związany swym oświadczeniem, tak w tym czasie oblat może złożyć skuteczne oświadczenie o jej przyjęciu i doprowadzić do zawarcia umowy. Jeżeli oferta została złożona w obecności drugiej strony, przestaje wiązać, jeżeli nie zostanie przyjęta niezwłocznie, chyba że oferent określi okres jej ważności (art. 66 § 2 k.c.).

Szczególną kategorią ofert do oznaczonego odbiorcy jest oferta adresowana do przedsiębiorcy, z którym oferent pozostaje w stałych relacjach o charakterze gospodarczym. Zgodnie z art. 68<sup>2</sup> k.c., jeżeli przedsiębiorca otrzymał od osoby, z którą pozostaje w stałych stosunkach gospodarczych ofertę zawarcia umowy w ramach swej działalności, brak niezwłocznej odpowiedzi poczytuje się za przyjęcie oferty.

## Oferta skierowana do nieoznaczonego odbiorcy

Nieco odmienny reżim prawny został przewidziany dla sytuacji, kiedy oferenci swoje oferty kierują *ad incertas personas*. Z tym trybem wiążą się pewne obowiązki informacyjne, jakie ustawa nakłada na przedsiębiorców. Zgodnie z art. 66<sup>1</sup> § 2 k.c. przedsiębiorca, który składa ofertę do nieoznaczonego kręgu odbiorców, obowiązany jest przed jej zawarciem poinformować drugą stronę w sposób zrozumiały i jednoznaczny o:

1. czynnościach technicznych składających się na procedurę zawarcia umowy,
2. skutkach prawnych potwierdzenia przez drugą stronę otrzymania oferty,
3. zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy,
4. metodach i środkach technicznych służących wykrywaniu i korygowaniu błędów we wprowadzanych danych, które jest obowiązany udostępnić drugiej stronie,
5. językach, w których umowa może być zawarta,
6. kodeksach etycznych, które stosuje, oraz o ich dostępności w postaci elektronicznej.


Za przykład oferty skierowanej do kręgu nieoznaczonych osób niech posłuży oferta zamieszczona na stronie internetowej. Należy zaznaczyć, iż w doktrynie funkcjonuje pogląd, że treść strony internetowej może stanowić jedynie zaproszenie do rozpoczęcia rokowań, a nie ofertę (zob. *P. Podrecki*, Zawarcie umowy w postaci elektronicznej [w:] *Handel elektroniczny, prawne problemy*, *J. Barta, R. Markiewicz* (red.), Zakamycze 2005, s. 120 i n.; *J. Barta, R. Markiewicz*, Internet a prawo, wyd. 1, Kraków 1998, s. 57-65; *A. Stosio*, Umowy zawierane przez Internet, Warszawa 2002, s. 99 i n.). Należy zauważyć, że oceny te były wyrażane w czasach, kiedy strony internetowe przedsiębiorców prezentowały zazwyczaj jedynie ogólne informacje dotyczące oferowanych dóbr. Obecny rozwój tej gałęzi gospodarki skłania jednak do przyznania określonym treściom elektronicznym atrybutu oferty, pod warunkiem, że przedsiębiorca wyraża stanowczą wolę zawarcia umowy i w oświadczeniu zawiera jej skonkretyzowane *essentialia negotii*.

Oferta zamieszczona na stronie www wiąże składającego, jeżeli druga strona niezwłocznie potwierdzi jej otrzymanie. Owo potwierdzenie nie jest oświadczeniem woli, którego efektem jest zawarcie umowy. Ma natomiast charakter oświadczenia, które skutkuje związaniem oferenta złożoną propozycją (art. 66<sup>1</sup> § 1 k.c.). Potwierdzenie jest zatem oświadczeniem woli warunkującym wystąpienie stanu związania ofertą (*verba legis*: „Oferta złożona w postaci elektronicznej wiąże składającego, jeżeli druga strona niezwłocznie potwierdzi jej otrzymanie.”). Uznając ten punkt widzenia należy przyjąć, że oferta nie wiąże do czasu jej potwierdzenia przez oblata. Odmienne stanowisko to pogląd, zgodnie z którym potwierdzenie jest jedynie oświadczeniem wiedzy potwierdzającym, że oblat otrzymał ofertę (tak *Z. Radwański*, *op. cit.*, s. 300; odmiennie *P. Podrecki*, *Prawo Internetu*, wyd. 2, Warszawa 2007, s. 27, *D. Szostek*, *op. cit.*, s. 144-156).

Do przedstawienia skutków przyjęcia jednego bądź drugiego poglądu poddamy analizie przykład zakupu w księgarni internetowej. Księgarnia X na swoich stronach www prezentuje katalog dostępnych, w sprzedaży internetowej, pozycji. Załóżmy, że jeden z internautów jest zainteresowany pewną książką i umieszcza ją w wirtualnym koszyku sklepowym (koszyk jest spersonalizowany, a jego zawartość zapisywalna i odnawialna). Złożenia zamówienia odkłada jednak o dwa dni. W tym czasie cena książki wzrasta o 20%.

Owo „włożenie” książki do koszyka e-sklepu należy interpretować jako potwierdzenie otrzymania oferty. Jeżeli przyjąć stanowisko, że jest to oświadczenie woli, to z racji związania przedsiębiorcy ofertą, klient może zawrzeć umowę sprzedaży książki po cenie przed podwyżką. Jeśli jednak przyjmujemy, że umieszczenie książki w e-koszyku stanowi tylko oświadczenie wiedzy oblata o istniejącej ofercie, nie wywodząc z tego żadnych skutków prawnych, to

R E K L A M A



# e-inkubator

**e-biznes bez ZUS**

**doradztwo prawne**

**pożyczki z Funduszu Mikro**

<http://e-inkubator.biz>

owo potwierdzenie nie będzie miało zbyt wielkiego znaczenia. W takiej sytuacji klienta będzie obowiązywała cena wyższa o wspomniane 20%.

Trafność powyższego przykładu zależy jednak jeszcze od tego czy zakupy w e-sklepie zakwalifikujemy do transakcji zawieranych *inter praesentes* czy *inter absentes* (zob. *D. Szostek, op. cit.*, s. 137; por. art. 6 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, Dz. U. 2000 r. Nr 22 poz. 271). Ma to znaczenie ze względu czasokres związania ofertą w sytuacji, kiedy nie został on w ofercie oznaczony. W myśl art. 66 § 2 k.c. oferta złożona w obecności drugiej strony albo za pomocą środka bezpośredniego porozumiewania się na odległość przestaje wiązać, gdy nie zostanie przyjęta niezwłocznie. I tak, jeżeli przyjąć, że strona www może być środkiem komunikacji bezpośredniej, to z chwilą zamknięcia okna przeglądarki internetowej lub opuszczenia strony www przykładowej księgarni, oferta przestaje wiązać przedsiębiorcę w odniesieniu do danego internauty. Nie wyklucza to sytuacji stanu związania ofertą, lecz w stosunku do innych osób. Dalej w przepisie czytamy, że oferta złożona z wykorzystaniem środków komunikacji pośredniej przestaje wiązać z upływem czasu, w którym składający ofertę mógł w zwykłym toku czynności otrzymać odpowiedź wysłaną bez nieuzasadnionego opóźnienia (art. 66 § 2 *in fine*). Rozróżniając „niezwłocznie” od „bez nieuzasadnionego opóźnienia” należy skonstatować, że sytuacje oblata nie są tu jednakowe. W tym drugim przypadku dopuszcza się bowiem opóźnienie, lecz uzasadnione.

Tak więc, jeżeli potwierdzenie otrzymania oferty jest oświadczeniem woli, a transakcja za pośrednictwem sklepu internetowego jest transakcją *inter absentes*, to w przypadku wyżej przedstawionym, klient jest uprawniony do skorzystania z ceny przed podwyżką, pod warunkiem, że „zwłoka” w odpowiedzi na ofertę będzie uzasadniona (np. przeglądaniem pozostałych pozycji katalogu w celu złożenia większego zamówienia).

## Odwołanie oferty

Oferta, z racji tego, że jest oświadczeniem woli może zostać odwołana przez oferenta. Następuje to, gdy oświadczenie o odwołaniu oferty dotrze do oblata wcześniej bądź w tym samym czasie co oferta (zob. art. 61 k.c.). Biorąc pod uwagę fakt, iż praktycznie każda wiadomość elektroniczna opatrywana jest zarówno datą jak i dokładną godziną, przypuszczać można, iż otrzymanie w tym samym czasie oświadczenia woli i jego odwołania, wysłanych drogą elektroniczną, jest praktycznie niemożliwe (pomijając przypadki automatycznego wysyłania wiadomości o zaplanowanym terminie). Zatem wcześniejsze dotarcie informacji o odwołaniu oferty od niej samej będzie wskazywać na to, że odwołanie to zostało wysłane przez oferenta wcześniej, czyli przed nadaniem oferty.

Inaczej jest, gdy oferentem i oblatarem są przedsiębiorcy. Art. 66<sup>2</sup> § 1 k.c. stanowi, że w stosunkach między przedsiębiorcami oferta może zostać odwołana, jeżeli oświadczenie o odwołaniu zostało złożone drugiej stronie przed wysłaniem przez nią oświadczenia o przyjęciu oferty. Odwołać takiej oferty nie można, jeżeli wynika to z jej treści lub określono termin przyjęcia.

## Przyjęcie oferty

Podobnie jak jej złożenie jest oświadczeniem woli. Przyjęcie oferty może objawić się przez złożenie oświadczenia o przyjęciu oferty albo, *per facta concludentia*, przystąpieniem do wykonania umowy przez drugą stronę w odpowiednim czasie (zob. *A. Pancewicz, op. cit.*, s. 40).

Do złożenia oświadczenia o przyjęciu oferty stosuje się ogólne zasady zawierające się w art. 61 k.c. Jeżeli

R E K L A M A



# i prawo

>> Publikacje

>> Opinie

>> Porady

[www.iPrawo.net.pl](http://www.iPrawo.net.pl)

<http://www.iprawo.net.pl>

oświadczenie o przyjęciu oferty zostało wyrażone w postaci elektronicznej skuteczne jest, gdy zostało wprowadzone do środka komunikacji w taki sposób aby osoba, do której jest kierowane, mogła zapoznać się z jego treścią (art. 61 § 2 k.c.). Jeśli zostało wyrażone w inny sposób, zgodnie z teorią doręczenia, uważa się za złożone z chwilą, gdy doszło do adresata w taki sposób, by mógł zapoznać się z jego treścią (art. 61 § 1 k.c.).

Co do terminu jaki oblat ma na przyjęcie oferty, możemy wyróżnić trzy sytuacje. Pierwsza, kiedy czas obowiązywania oferty jest oznaczony. Wówczas, z upływem oznaczonego terminu składający ofertę przestaje być nią związany. Jeżeli termin związania ofertą nie został oznaczony, to w zależności od tego czy mamy do czynienia z środkiem komunikacji pośredniej czy bezpośredniej, czas związania ofertą zakończy się, jeżeli oblat nie przyjmie oferty:

- niezwłocznie (środek komunikacji bezpośredniej) bądź
- bez nieuzasadnionego opóźnienia (środek komunikacji pośredniej).

Przyjęcie oferty może nastąpić przez złożenie wyraźnego oświadczenia lub przez czynność dorozumianą, w tym przez przystąpienie do wykonania umowy. Zgodnie z art. 69 k.c., jeżeli według ustalonego w danych stosunkach zwyczaju lub według treści oferty dojście do składającego ofertę oświadczenia drugiej strony o jej przyjęciu nie jest wymagane, w szczególności jeżeli składający ofertę żąda niezwłocznego wykonania umowy, umowa dochodzi do skutku, gdy druga strona w czasie właściwym przystąpi do jej wykonania; w przeciwnym razie oferta przestaje wiązać. Dorozumiane przyjęcie oferty może mieć miejsce, kiedy sprzedawca żąda tzw. przedpłaty, czyli przelewu płatności za towar tytułem ceny przed wydaniem przedmiotu sprzedaży.

Bierne zachowanie oblata, co do zasady, może zobowiązywać jedynie wówczas, gdy jest on przedsiębiorcą i pozostaje ze składającym ofertę w stałych stosunkach gospodarczych. W takiej sytuacji brak niezwłocznej odpowiedzi poczytuje się za przyjęcie oferty (art. 68<sup>2</sup> k.c.).

Oferta może zostać przez oblata przyjęta wprost lub z zastrzeżeniem zmian. Co do zasady, jeżeli przyjęcie następuje z zastrzeżeniem zmiany lub uzupełnienia jej treści, poczytuje się to za nową ofertę (art. 68 k.c.). Wyjątek ma miejsce w stosunkach między przedsiębiorcami. Tu odpowiedź na ofertę z zastrzeżeniem zmian lub uzupełnień niezmiennających istotnie treści oferty poczytuje się za jej przyjęcie. W takim wypadku strony (przedsiębiorców) wiąże umowa o treści określonej w ofercie, z uwzględnieniem zastrzeżeń zawartych w odpowiedzi na nią, chyba że:

1. w treści oferty wskazano, że może ona być przyjęta jedynie bez zastrzeżeń,
2. oferent niezwłocznie sprzeciwił się włączeniu zastrzeżeń do umowy,
3. oblat w odpowiedzi na ofertę uzależnił jej przyjęcie od zgody oferenta na włączenie zastrzeżeń do umowy, a zgody tej niezwłocznie nie otrzymał (art. 68<sup>1</sup> k.c.).

Przyjęcie oferty zawiera w sobie potwierdzenie jej otrzymania, o którym mowa w art. 66<sup>1</sup> § 1 k.c. Jest oczywiste, że przyjęcie oferty następuje po jej otrzymaniu. Ponadto potwierdzenie otrzymania oferty można wyrazić odrębnie - przed przyjęciem oferty lub równocześnie z nim.

Jeżeli potwierdzenie otrzymania oferty jest wymagane, przesłanie oświadczenia o przyjęciu oferty bądź przystąpienie do wykonania umowy winno nastąpić w terminie wymaganym dla potwierdzenia otrzymania

REKLAMA

Potrzebujesz strony internetowej?

olgroup

www.olgroup.pl

www.olgroup.pl

oferty (*D. Szostek, op. cit.*, s. 152), jeżeli owo potwierdzenie nie zostanie uprzednio złożone.

## Czas i miejsce zawarcia umowy

Czas i miejsce zawarcia umowy wyznaczają w czasie i przestrzeni fakt prawny, jakim jest nawiązanie bądź zmiana stosunku prawnego. Dane te zazwyczaj zamieszczane są na składanych oświadczeniach woli (por. *A. Stosio, op. cit.*, s. 122 i 124; *P. Litwiński*, Umowy zawierane na odległość, *Edukacja Prawnicza* nr 1/2001). Jeżeli tak nie jest, należy sięgnąć do art. 70 k.c. Ustawa w tym zakresie zawiera domniemania, które stanowią, że w razie wątpliwości, o chwili zawarcia umowy decyduje chwila otrzymania przez składającego ofertę oświadczenia o jej przyjęciu bądź, jeśli dojście tego oświadczenia nie jest wymagane, chwila przystąpienia przez drugą stronę do wykonania umowy. Jeżeli chodzi o miejsce, przyjmuje się, że właściwe jest miejsce otrzymania przez oferenta oświadczenia o jej przyjęciu albo jego miejsce zamieszkania bądź siedziba w chwili zawarcia umowy, jeżeli oferta została złożona w postaci elektronicznej lub nie jest wymagane oświadczenie o przyjęciu oferty.

Trudności może nastręczać wskazanie miejsca zawarcia umowy zawartej z użyciem środków komunikacji elektronicznej w sytuacji, kiedy nie wynika to z umowy, a oferent otrzymał oświadczenie o przyjęciu oferty poza swoją siedzibą lub miejscem zamieszkania. Najprostszy przykład – oferent korzysta satelitarne dostępu do Internetu za pomocą telefonu komórkowego lub przenośnego komputera i oświadczenie oblata otrzymał w miejscu przypadkowym, zupełnie niezwiązanym z prowadzoną działalnością. Domniemanie z § 2 art. 70 k.c. wskazuje, że miejscem zawarcia umowy może być: po pierwsze - miejsce otrzymania oświadczenia o przyjęciu oferty, po drugie - siedziba (bądź miejsce zamieszkania) oferenta

1. jeżeli oświadczenie o przyjęciu oferty nie jest wymagane i oblat przystąpił do wykonania umowy lub
2. oferta została złożona w wersji elektronicznej.

Domniemanie siedziby lub miejsca zamieszkania w dwóch powyższych sytuacjach stanowi, *lex specialis* w stosunku do domniemania miejsca otrzymania odpowiedzi oblata. Tak więc, jeżeli oferta została złożona z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej, to określając miejsce zawarcia umowy należy brać pod uwagę siedzibę bądź miejsce zamieszkania oferenta, a nie miejsce otrzymania oświadczenia o przyjęciu oferty (szerzej *D. Szostek, op. cit.*, s. 179-184; *E. Diakowska*, Miejsce zawarcia umowy elektronicznej, *Prawo Mediów Elektronicznych* nr 7/2007). Ma to także swoje racjonalne uzasadnienie, ze względu na miejsce koncentracji działalności oferenta.

Autor jest prawnikiem, absolwentem Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach.

Więcej publikacji na  
[www.iprawo.net.pl](http://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](http://www.interium.biz)