„**Rękojmia a gwarancja – uprawnienia konsumenta przy umowie sprzedaży**”

Przeciętny Kowalski, dokonujący zakupów w sklepie, podlega silniejszej ochronie, aniżeli gdyby kupował towary od kolegi, czy znajomego. O ile bowiem w tej drugiej sytuacji jego pozycja jest w zasadzie zrównana z drugą stroną stosunku prawnego (ze sprzedającym), o tyle w przypadku kupowania czegokolwiek u przedsiębiorcy, jest on stroną słabszą tego węzła prawnego. Tymczasem prawo, właśnie niejako w kontrze do tej sytuacji, ma za zadanie chronić słabszego uczestnika umowy, po to, aby wyrównać jego sytuację prawną, a przysługujące mu uprawnienia urealnić.

O ile zatem Kowalski, kupujący towary od znajomego podległ będzie pod reżym przepisów Kodeksu cywilnego (art. 535 – 582 k.c.), o tyle ten sam Kowalski udający się po cokolwiek do sklepu ulega już staranniejszej ochronie, gdyż jego relację prawną z przedsiębiorcą – sprzedawcą reguluje ustawa z dn. 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Jeśli więc w pierwszym przypadku Kowalski będzie zaledwie osobą fizyczną, kupującą od znajomego jakiś towar, o tyle w drugim – Kowalski to już konsument.

Kim jest konsument? Zgodnie z definicją zawartą w art. 22[1] Kodeksu cywilnego konsument to „osoba fizyczna dokonującą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową”; innymi słowy, konsument to ktoś dokonujący zakupów u zawodowego sprzedawcy (w sklepie, w supermarkecie, przez Internet, na straganie, czy na targu). Po drugiej stronie tej relacji prawnej znajduje się przedsiębiorca, czyli zgodnie z nomenklaturą kodeksową: „osoba fizyczna, osoba prawna i jednostka organizacyjna posiadająca zdolność prawną, prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową”. Gdy dwie takie osoby się zejdą i postanowią dobić targu (konsument kupić to, co oferuje mu do sprzedania przedsiębiorca), wówczas zawiązany w ten sposób stosunek prawny nazywany będzie nie zwykłą sprzedażą, ale „sprzedażą konsumencką”; zakupiony zaś w ten sposób towar – towarem konsumpcyjnym (przy czym, rozumie się przez to pojęcie jedynie ruchomości).

Silna ochrona konsumenta w jego relacji z przedsiębiorcą w ramach sprzedaży konsumenckiej uwidocznia się na dwóch polach: przed i po zawarciu umowy. Już przed zawiązaniem kontraktu sprzedaży konsumenckiej, na przedsiębiorcy ciąży wiele obowiązków o charakterze informacyjnym; powinien on „udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego”, w tym m.in. podać „nazwę towaru, określenie producenta lub importera, znak zgodności wymagany przez odrębne przepisy, informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej” (art. 3 ust. 1 ustawy). Informacje te powinny być połączone z towarem w takiej formie, aby konsument mógł bez trudu się z nimi zapoznać.

Jak stanowi z kolei art. 3 ust. 3 – 4 ustawy sprzedawca powinien zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki, by umożliwić konsumentowi dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów; na jego żądanie obowiązany jest wyjaśnić znaczenie poszczególnych postanowień umowy (np. zwrotów niedookreślonych, niejasnych, wieloznacznych). Warto również pamiętać, że sprzedawca przy sprzedaży obowiązany wydać kupującemu wraz z towarem konsumpcyjnym wszystkie elementy jego wyposażenia oraz instrukcje obsługi, konserwacji i inne dokumenty wymagane przez odrębne przepisy. Informacje te i dokumenty (w tym zwłaszcza: instrukcja obsługi) co do zasady powinny być sporządzone w języku polskim, bądź w zrozumiałym oznaczeniu graficznym. Z kolei przy sprzedaży na raty, na przedpłaty, na zamówienie, według wzoru lub na próbę oraz sprzedaży za cenę powyżej 2 000 złotych sprzedawca powinien wszystkie istotne postanowienia umowy potwierdzić na piśmie. Spełnienie tego typu obowiązków nie jest zatem jego dobrą wolą tylko, ale ustawowym obowiązkiem, o czym należy pamiętać.

A co dzieje się w sytuacji, w której zakupiony w ten sposób towar ma jakieś wady, nie pasuje Kowalskiemu do przedstawionego opisu, nie spełnia oczekiwań, co do których nabrał on przekonania przy lekturze jego opisu, oferty bądź folderu reklamowego? Ustawa o sprzedaży konsumenckiej nazywa taką sytuację „niezgodnością towaru konsumpcyjnego z umową”. Rozumienie tego terminu oznacza tyleż, że rzecz ma wadę fizyczną lub prawną, ale w przeciwieństwie do uregulowań dot. wad fizycznych i prawnych na gruncie Kodeksu cywilnego (art. 556 – 576 k.c.) te z ustawy o sprzedaży konsumenckiej są dużo przystępniejsze dla konsumenta.

Zasadniczo uprawnienia z tytułu „rękojmi konsumenckiej” możemy podzielić na dwie generacje, przy czym – wykorzystywane są one przez kupującego – konsumenta nie na zasadzie dowolności, tylko zgodnie z pewną kolejności. I tak, jeżeli towar jest niezgodny z umową konsument może żądać, ażeby przedsiębiorca dokonał naprawy lub wymiany towaru w taki sposób, ażeby powrócił on do stanu zgodnego z umową (art. 8 ust. 1 ustawy). Co ważne, działania takie przedsiębiorca powinien podjąć nieodpłatnie. W sytuacji, w której wymiana lub naprawa nie są możliwe, z tego względu, że np. wymagały nadmiernych nakładów, bądź narażałaby kupującego na znaczne niedogodności, kupujący może skorzystać z tzw. drugiej generacji uprawnień; wtedy może żądać on odpowiedniego obniżenia ceny albo od umowy odstąpić (art. 8 ust. 4 ustawy).

W jaki sposób przeciętny Kowalski miałby przekonać się o tym, że towar konsumpcyjny jest niezgodny z umową, czyli po ludzku – że np. kupione przez niego buty, ekspres do kawy czy konsola mają wady? W tym celu najlepiej będzie udać się do rzeczoznawcy, który za stosunkowo niewielką opłatą dokona wyceny (przeciętny koszt waha się w granicach od 20 do 50 zł, przy czym uzależniony jest on od rodzaju badanej rzeczy); koszt wynagrodzenia dla rzeczoznawcy, w sytuacji w której przedsiębiorca kwestionuje niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, powinien być po pozytywnym załatwieniu sprawy zwrócony przez przedsiębiorcę (art. 8 ust. 2 ustawy). Konsument, po odwiedzeniu rzeczoznawcy, dysponuje dokumentem, potwierdzającym że rzecz przez niego nabyta w istocie jest wadliwa. Co więcej, ustawa o sprzedaży konsumenckiej daje konsumentowi silne domniemanie, że jeżeli wykrył on wadę w terminie do sześciu miesięcy od chwili wydania towaru, to należy przyjąć, że wada istniała już w chwili dokonywania zakupu. Jak dodatkowo stanowi art. 6 ustawy, za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową uważa się również co do zasady nieprawidłowość w jego zamontowaniu i uruchomieniu.

Jaki jest następny krok, gdy już stwierdzimy w nabytym przez nas towarze niezgodności i jesteśmy „uzbrojeni” w pozytywną dla nas opinię rzeczoznawcy? Wówczas nie pozostaje nam nic innego, niż wysłanie zgłoszenia reklamacji do sprzedawcy, z dokładną informacją że zakupiony towar jest niezgodny z umową. Takie zgłoszenie wytwarza po stronie przedsiębiorcy obowiązek ustosunkowania się do niego i zawartych w nim żądań w terminie 14 dni od dnia otrzymania zgłoszenia; w wypadku nieustosunkowania się w tym czasie do roszczeń konsumenta przez przedsiębiorcę ustawa przyjmują korzystną dla tego pierwszego fikcję prawną, że uznał on roszczenia konsumenta za zasadne (art. 8 ust. 3 ustawy). Tak więc warto pilnować terminów dokonania zgłoszenia, gdyż może się okazać, że przez gapiostwo sprzedawcy wygraliśmy spór bez angażowania się zawiłą drogę sądową.

Silne uprawnienia kupującego przy sprzedaży konsumenckiej uwidaczniają się jeszcze w jednym aspekcie. Kowalski kupujący w sklepie towar konsumpcyjny ma dwa lata – od chwili dokonania zakupu; nie więcej niż dwa miesiące od chwili wykrycia niezgodności – na dokonanie zgłoszenia sprzedawcy, że z zakupem coś jest nie tak (art. 10 ust. 1 w zw. art. 9 ust. 1 ustawy). Po tym terminie roszczenie konsumenta przedawni się, tak więc nie warto zwlekać. W praktyce większe znaczenie ma jedynie termin dwuletni, gdyż bardzo ciężko wykazać jest przedsiębiorcy, w jakim momencie kupujący dowiedział się o wadzie rzeczy. Tutaj ważna uwaga, do skutecznego dokonania zgłoszenia wystarczy wysłanie zawiadomienia pocztą. Przy czym, dla pewności i wzmocnienia sfery dowodowej, zalecane jest wysyłanie wszelkiej korespondencji pod adresem przedsiębiorcy listem poleconym, za zwrotnym potwierdzeniem odbioru. Należy również pamiętać, że każdorazowa wymiana towaru na nowy przerywa bieg terminu przedawnienia.

Przy omawianiu terminów do realizacji uprawnień konsumenta w przypadku niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową nie wolno pominąć jeszcze jednego, istotnego aspektu sprawy. Terminy te nie obowiązują, jeżeli sprzedawca umyślnie wadę rzeczy zataił, czyli mówiąc przystępniej – przedsiębiorca nas po prostu oszukał. Dwuletni termin na zgłoszenie niezgodności wówczas nie może wiązać, gdyż ustawodawca wychodzi ze słusznego założenia, że niemożliwym jest przez wyznaczanie terminów przedawnienia roszczeń ochraniać działań drugiej strony stosunku prawnego, które są działaniami nagannymi i niezasługującymi na „parasol” protekcji prawnej.

To jednak nie koniec katalogu szerokiego spektrum uprawnień konsumenckich, jakie przyznaje kupującym ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Nierzadko bowiem zdarza się, że wraz z umową sprzedawca odsyła nas do postanowień uchwalonego przez niego regulaminu lub statutu, normującego sprzedaż dokonywaną w ramach prowadzonego przez niego przedsiębiorstwa w jakiś szczególny sposób. Zdarza się również, że w treści samej umowy sprzedaży konsumenckiej zawarte są postanowienia dla konsumenta mniej korzystne, niż te opisane powyżej. Dobra wiadomość jest taka, że postanowienia takie nie obowiązują. Uprawnień z tytułu „rękojmi konsumenckiej” (tj.: niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową) nie można wyłączyć, w szczególności: nie można tego dokonać przez oświadczenie kupującego, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową. Przedsiębiorcy wielokrotnie zasłaniają się takim właśnie kawałkiem papieru, podpisanym przez konsumenta, w którym jakoby zrzekł się on swoich uprawnień, wyłączył je lub ograniczył. Tego typu dokumenty i zawarte w nich oświadczenia woli są prawnie nieskuteczne i nic nie znaczą. Sprzedaż konsumencka tym fundamentalnie różni się od zwykłej sprzedaży, że przy tej drugiej istnieje możliwość ochronę z tytułu rękojmi modyfikować, a przy tej pierwszej – nie!

Ostatnią z poruszanych w niniejszym opracowaniu kwestii będzie zagadnienie gwarancji, udzielanej konsumentowi przy zakupie towaru konsumpcyjnego. Gwarancja tym różni się od rękojmi (niezgodności towaru z umową), że ta druga aktualizuje się wówczas, gdy ze względu na wadę zmniejszającą wartość lub użyteczność towaru (rzeczy) uniemożliwione jest używanie go; natomiast gwarancja udzielona kupującemu ma zapewnić mu zdatność rzeczy do normalnego użytku. Innymi słowy, wada rzeczy uzasadniająca odpowiedzialność z gwarancji jakości dotyczy tylko cech użytkowych rzeczy (a nie także jej wartości rynkowej lub estetyki, jak to ma miejsce przy rękojmi), a polega ów wada na takiej cesze (lub braku cechy), która zmniejsza użyteczność rzeczy ze względu na cel wynikający ze zwyczajnego jej przeznaczenia (por. wyrok Sądu Najwyższego z 30 listopada 1999r., I CKN 821/99). W praktyce granica odróżniająca te dwa reżymy odpowiedzialności nie jest jasno określona i wymaga dokładnego przestudiowania dokumentu gwarancyjnego, w celu odpowiedzenia sobie na pytanie, na jakie dysfunkcje towaru – poza niezgodnością z umową – rozciągnięta jest gwarancja.

Podobnie jak ma to miejsce przy „rękojmi konsumenckiej”, uprawnień z tytułu gwarancji nie można wyłączyć, ani ograniczyć, jeżeli gwarancja została już udzielona (art. 13 ust. 5 ustawa). Jakie to uprawnienia przysługują konsumentowi z tytułu gwarancji? W pierwszej kolejności sprzedawca udzielający gwarancji ma obowiązek wydać kupującemu wraz z towarem dokument gwarancyjny (najczęściej jest to karta, książeczka lub katalog gwarancyjny). W celu wykluczenia późniejszego powoływania się na winę konsumenta np. w zawinionym lub niezawinionym popsuciu zakupionego towaru, sprzedawca powinien sprawdzić przed wydaniem towaru zgodność znajdujących się na nim oznaczeń z danymi zawartymi w dokumencie gwarancyjnym oraz stan plomb i innych umieszczonych na towarze zabezpieczeń. Oświadczenie gwaranta powinno być sformułowane w sposób „jasny, zrozumiały i niewprowadzający w błąd” (art. 13 ust. 2 i 3 w zw. z art. 3 ust. 1 zdanie pierwsze ustawy).

W dokumencie gwarancyjnym należy zamieścić podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń z gwarancji, w tym w szczególności nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej, czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej. Ponadto powinno być w nim zawarte stwierdzenie, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową (art. 13 ust. 4 ustawy). To ostatnie stwierdzenie jest o tyleż istotne, gdyż jego niezamieszczenie lub zawarcie w treści oświadczenia dokładnie przeciwnego mogłoby wprowadzać konsumenta w błąd i wytwarzać po jego stronie mylne przekonanie, że decydując się na skorzystanie z uprawnień z tytułu gwarancji traci niejako możliwość skorzystania z zakresu praw wynikających z niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową. A tak nie jest.

W praktyce, gdy konsument ma problem z dogadaniem się z niesumiennym sprzedawcą, bądź też wprost – gdy przedsiębiorca nie uznaje jego roszczeń za zasadne – może on skorzystać z pomocy Powiatowego lub Miejskiego Rzecznika Konsumentów. Organ ten – powołany do życia ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów z 2007r. – może zwrócić się do każdego przedsiębiorcy z wnioskiem o udzielenie wyjaśnień i informacji będących podstawą skargi konsumenta, a także z poleceniem dostosowania się do jego uwag i opinii. Przedsiębiorca, który otrzyma taką korespondencję zobowiązany jest na nią opowiedzieć (co nie znaczy, że musi uznać roszczenia konsumenta za zasadne!), pod groźbą zapłaty grzywny w wysokości co najmniej 2000 zł. Rzecznik Konsumentów może również w naszym imieniu, bądź też obok nas, wytoczyć powództwo lub uczestniczyć w procesie o dochodzenie roszczeń z tytułu sprzedaży konsumenckiej.

Siedziba Rzecznika znajduje się najczęściej w budynku starostwa powiatowego, a jako organ podlega on bezpośrednio staroście; skorzystanie z jego pomocy następuje nieodpłatnie. Wydaje się zatem, że wykorzystanie tej instytucji może być wydatnym wsparciem pozycji konsumenta w sporze ze sprzedawcą.

Opracował: **Piotr Sędłak**