

## ЗАСТОСУВАННЯ І ВЛАСТИВОСТІ СПОЖИВЧОГО ТОВАРУ ЯК КРИТЕРІЙ ОЦІНКИ ЙОГО ВІДПОВІДНОСТІ З ДОГОВОРОМ

*Марцін Подлесь*

*к. ю. н. (LL.M.)*

*кафедра економічного і комерційного права  
Вроцлавський університет*

### **1. Введення<sup>1</sup>**

У польському законодавстві продаж рухомих речей являється предметом широкого регулювання законодавчої влади та об'єктом зацікавлень доктрини і судової практики, що виникає, зокрема, з того, що договори купівлі-продажу відносяться до найчастіше укладаних договорів в масовому обороті в умовах ринкової економіки, а крім того національне законодавство у цій сфері формується законодавством Європейського Союзу<sup>2</sup>. У результаті зобов'язання по здійсненню законодавства ЄС дійшло до особливого - по відношенню до професійного обороту та загального обороту - регулювання в польському законодавстві питання відповідальності продавця щодо споживача за невідповідність товару з договором. Згідно ст. 1 п. 4 закону про особливі умови продажу споживчих товарів та про внесення змін до Цивільного кодексу<sup>3</sup>, до продажу продавцем рухомої речі в галузі його підприємницької діяльності, яку він виконує на користь фізичної особи, яка набуває цю річ у цілях не пов'язаних з господарською і професійною діяльністю, не застосовується положень Цивільного кодексу про гарантії<sup>4</sup>. Закон про особливі умови продажу споживчих товарів вводить у цій сфері окреме регулювання про відповідальність продавця за невідповідність товару з договором а крім того накладає на продавця додаткові зобов'язання інформаційного характеру<sup>5</sup>.

Проблема відповідності товару, що продається консументові, і договором, на практиці часто стає причиною розбіжностей і суперечок між консументом (купуючим товар) і підприємцем (продавцем товару). Уявлення про товар продавця і споживача, особливо щодо результатів масового виробництва, насправді можуть бути дуже різні. Продавець часто вважає, що товар не має жодних дефектів або недоліків, отже, покупець (споживач) не повинен вносити жодних застережень. Натомість покупець (споживач) може бути незадоволеним з

<sup>1</sup> Ця стаття є частиною проекту "Науково-дидактичний потенціал факультету права, адміністрації та економіки Вроцлавського університету в службі правового заїсту споживача" співфінансованого Європейським Союзом у рамках Європейського соціального фонду.

<sup>2</sup> Див. директиву від 25 травня 1999 р. щодо деяких особливостей продажу споживчих товарів і пов'язаних з цим гарантій, (Збірник Законів ЄС Л від 7 липня 1999 р.), далі: директива 1999/44/ЄС.

<sup>3</sup> Закон від 27 липня 2002 р. (Збірник Законів № 141, п. 1176 зі змінами), далі: закон про особливості продажу споживчих товарів.

<sup>4</sup> Це положення рухомих речей, придбану споживачем у цілях не пов'язаних із господарчою або професійною діяльністю визначає споживчим продуктом, поняття товару також буде розглядатися в цьому значенні в даній статті.

<sup>5</sup> На маргінесі варто згадати, що закон про особливі умови продажу споживчих товарів містить також окреме регулювання щодо гарантій, але, враховуючи рамки даного дослідження, воно не буде проаналізоване.

товару, тому що товар - хоча і не дефектний - не відповідає його очікування під час використання. В економіці заснованій на конкуренції з перевагою пропозиції над попитом, покупець природно стає більш вимогливим а виробники, постачальники і продавці товару намагаються переконати покупця в доцільності купівлі їх товару, подають інформацію про спеціальне призначення або особливі характеристики товару<sup>1</sup>. Такий підхід підкреслює сама термінологія, яка відступає від терміну "дефект речі" саме в напрямку її "відповідності з договором", хоча в обороті споживчих товарів відносно рідко (в порівнянні з двосторонньо професійною торгівлею) доходить до точного, конкретного та індивідуального визначення сторонами предмету надання послуг<sup>2</sup>. Законодавець ЄС а після нього також польський законодавець в деякій мірі визнають правову важливість гарантій продавця та звербалізованих очікувань покупця, але ця міра залежить від змісту гарантій і їх адресатів. З огляду на це, в центрі уваги даного дослідження є питання відповідності споживчого товару щодо властивості і застосування, які цей товар повинен мати в світлі угоди сторін та нормативних критеріїв для оцінки відповідності товару до договору. Беручи до уваги коло адресатів даної роботи, аналізованій проблемі буде передувати короткий огляд всіх критеріїв оцінки відповідності товару до договору в світлі польського права і законодавства ЄС.

## 2. Критерій оцінки відповідності товару з договором - загальний огляд.

Описуючи питання відповідності товару договору насамперед слід зазначити, що закон про особливі умови продажу споживчих товарів не містить визначення невідповідності товару договору, але - згідно з директивою 1999/44/ЄС - тільки вказуючи за допомогою певних припущень, що виконують роль конклюдентних положень договору, критерії стану товару без дефектів<sup>3</sup>. На тлі цього закону та преамбули до директиви 1999/44 і в світлі істотного для цивільного права принципу автономії сторін, реалізованій на площі зобов'язань в тому числі в рамках принципу свободи договорів, можна припустити, що для оцінки відповідності товару договору (у тому числі вживаного товару)<sup>4</sup> першорядне значення мають індивідуальні умови сторін щодо проданої речі

<sup>1</sup> Увага справедливо приділяється впливу економічної ситуації, закорема, наявності товару, на судову практику в предметі гарантії - див. E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2002, с. 380; див. також на тему установи гарантії в період суспільної політики в Польщі - S. Włodyka, *Ochrona interesów konsumenta przez rękojmię za wady fizyczne towarów*, PiP 1978, з. 10, с. 18 і н.

<sup>2</sup> Варто відзначити, що на тлі Цивільного кодексу, незважаючи на введення відповідальності за "дефекти речі", однією з причин дефектності речі може бути відсутність властивості, наявність якої продавець загарантував покупцеві - див. ст. 556 § 1 Ц. к. Однак, в науковій літературі доводиться, що поняття невідповідності споживчого товару з договором являється ширшим від поняття дефекту (на тлі Цивільного кодексу) і це частково саме через введення критерію публічних заповідей, роблених іншими, ніж продавець особами - див. A. Brzozowski [в:] K. Pietrzykowski (ред.), *Kodeks cywilny. Komentarz. Tom II*, Warszawa 2004, с. 51; по-іншому однак J. Puzyna, *Niezgodność towaru z umową jako przesłanka odpowiedzialności sprzedawcy w ramach sprzedaży konsumenckiej*, Rejent 2006, № 10, с. 109.

<sup>3</sup> Так: M. Pecyna, *Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, Warszawa 2007, с. 98. Ті конклюдентні положення можна окреслити в характері недоговірних, але тим не менше обов'язкових елементів змісту правових відносин між продавцем і покупцем

<sup>4</sup> Польський законодавець не використав наданої директивою 1999/44/ЄС можливості окремої регуляції щодо вживаних товарів; див. ст. 7 п. 1 директиви; див. також W. Dubis [в:] J. Jezioro (ред.) *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, Warszawa 2010, с. 81.

(суб'єктивні критерії відповідності товару договору)<sup>1</sup>. Товар повинен бути "відповідний договору" а продавець несе відповідальність за його відповідність з договором - отже, товар, який фактично видається покупцеві повинен бути у момент ризику ідентичним з товаром, який виникає зі змісту договірних відносин між сторонами. Відповідно до ст. 4 п. 2 цього закону, "у випадку індивідуального узгоджування властивостей споживчого товару вважається, що він відповідає договору, якщо він відповідає описові, даному продавцем, або має ознаки, представленого покупцеві зразка або моделі". Крім того розглядається корисність товару з точки зору застосування, яке визначив покупець при укладанні договору, хіба що продавець пояснив, що товар не підходить до очікуваного призначення або ж підходить тільки в обмеженій мірі. Безчинність (мовчання) продавця (підприємця), який являється професіоналістом, таким чином буде означати його згоду взяти на себе зобов'язання доставити товар, який відповідає очікуванням покупця, що відносяться до його призначення (особливе призначення товару)<sup>2</sup>. Такий самий ефект буде мати узгодження покупцем і продавцем призначення товару<sup>3</sup>.

Водночас у ситуаціях, коли сторони не узгоджували індивідуальних властивостей товару і покупець не зголошував при купівлі індивідуальних очікувань, відповідною буде придатність товару для цілей, для яких товари цього типу, як правило, служать - отже, критерій об'єктивний (ст. 4 п. 3 р. 1 закону про особливі умови продажу споживчих товарів). Таким чином, вирішальною має бути можливість використання товару відповідно до його звичайної цілі, що відповідає видові товару і збігається з очікуваннями, які може мати середній покупець при купівлі речі того самого виду<sup>4</sup>. Звичайно, економічний і технологічний розвиток впливає на те, що очікування по відношенню до звичайного призначення окремих товарів часто збільшується, що викликає свого роду "підвищення планки". Навіть у ситуації, коли не дійшло до узгодження індивідуальних властивостей товару, справедливо передбачається, що сам факт відповідності товару відповідним стандартам іще не свідчить про те, що він не є дефектним<sup>5</sup>.

На маргінесі слід зазначити, що в польській доктрині представлені також критичні голоси щодо прийняття в польському праві різних критеріїв відповідності товару договору в залежності від того, чи відбулося

<sup>1</sup> Див також М. Ресуна, *Ustawa ...*, с. 98. Не являється індивідуальною домовленістю щодо властивості товару індивідуалізація предмету послуг (виділення товару серед інших товарів визначених тільки щодо виду) - так м. ін.: J. Jezioro [в:] J. Jezioro (ред.) *Ustawa ...*, с. 165; М. Ресуна, *Ustawa ...*, с. 121.

<sup>2</sup> Справедливо вказується на те, що законодавець накладає в цьому відношенні на продавця обов'язок прийняття рішення (без необхідності тлумачення споживачеві причин) а у випадку спору також показання, що він виступив проти очікуванню, сповіщуваному покупцем під час укладання договору - див. R. Stefanicki, *Ochrona konsumenta w świetle ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej*, Kraków 2006, с. 174.

<sup>3</sup> Визначення придатності товару в договорі кваліфікується в доктрині в якості предметно-істотного - так, в тому числі Ресуна, *Ustawa ...*, с. 130, J. Jezioro [в:] J. Jezioro (ред.) *Ustawa ...*, с. 171.

<sup>4</sup> Див. також R. Stefanicki, *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej w orzecznictwie polubownych sądów konsumenckich*, Glosa 2007 № 3 поз. 72.

<sup>5</sup> Так: постанова Найвищого Суду від 20.05.1997 II CKN 115/97, LEX № 81134, а також постанова Найвищого Суду від 30.12.1988 р. III CZP 48/88, OSNCP 1989, № 3, поз. 30.

індивідуальне узгодження характеристик товару чи не відбулося<sup>1</sup>. Постулюється, щоб також в ситуації індивідуального узгодження характеристик товару застосовувати правила, передбачені законом для ситуації, коли характеристики товару не були визначені сторонами<sup>2</sup>. Слід з обережністю підходити до цього напрямку інтерпретації, по-перше через його соціально-правові причини (інтерпретація відповідно до Директиви 1999/44/ЄС<sup>3</sup>) а також з огляду на ймовірність - незважаючи на індивідуальні узгодження сторін - виключення з цих індивідуальних узгоджень всіх характеристик товару<sup>4</sup>.

Органи, які застосовують закон, повинні однак у першу чергу відноситись з повагою до індивідуальних узгоджень між сторонами а правила, пов'язані з ситуацією, коли характеристики товару не були точно визначені сторонами, брати тільки в тій мірі, в якій немає ніяких сумнівів, що сторони прямо чи опосередковано не зробили інших узгоджень щодо них.

### 3. Поняття і джерела визначення відповідних договору властивостей і застосування споживчого товару

Як виникає з характеристик нормативних критеріїв оцінки відповідності товару договору, критерії застосування і властивостей, які повинен мати продаваний товар, відіграють в оцінці відповідності товару договору важливу роль. Ці поняття не являються визначені нормативно, тому при їх інтерпретації слід також звернутися до їх загально-прийнятого розуміння. Призначення товару за допомогою посилання до контексту, в якому він використовується в законі про особливі умови продажу споживчих товарів, слід розуміти як корисність товару з точки зору певної мети; мету, яку визначив покупець при укладанні договору або мети, якій служать, як правило, товари того самого виду (якщо не було індивідуальних узгоджень)<sup>5</sup>. Термін властивості розуміється як щось "характеристичне для даної людини чи предмета; атрибут, ознака"<sup>6</sup>.

Поняття призначення і властивості товару часто можуть взаємно визначитися - так, з визначення призначення товару посередньо можуть виникати узгоджені властивості товару і навпаки, визначені властивості товару можуть призначати цей товар для певного його використання (вирішувати про призначення). Таким чином справедливо прийнято на тлі закону про особливі умови продажу споживчих товарів синхронічність досліджень відповідності товару договору з точки зору цих двох

1 Див. наприклад: R. Stefanicki, *Ochrona ...*, с. 159-160; J. Jezioro [в:] J. Jezioro (ред.) *Ustawa ...*, с. 126; M. Pecyna, *Ustawa ...*, с. 127; M. Gajek, *Niezgodność towaru z umową jako przesłanka odpowiedzialności sprzedawcy towaru konsumpcyjnego*, *Monitor Prawniczy*, 2003, № 5, с. 208.

<sup>2</sup> Так між іншим M. Pecyna, *Ustawa ...*, с. 127 і наст.; J. Jezioro [в:] J. Jezioro (ред.) *Ustawa ...*, с. 127. J. Jezioro стверджує однак, що споживач повинен у випадку індивідуального узгоджування властивостей товару охоплювати таким узгодженням звичайне застосування товару, під страхом втрати повноважень відповідно до закону – zob. J. Jezioro [в:] J. Jezioro (ред.) *Ustawa ...*, с. 170.

<sup>3</sup> На тему значення соціально-правового тлумачення внутрішнього законодавства див., наприклад, K. Kowalik – Bańczyk, *Prawnowspólnotowa wykładnia prawa polskiego*, *Europejski Przegląd Sądowy*, 2005, № 3, с. 9 і н.

<sup>4</sup> Цілком можливо, що сторони узгоднять лише одну або декілька ознак товару, не охоплюючи індивідуальним узгодженням інших його властивостей.

<sup>5</sup> Висновок зі ст. 4 п. 2 *in fine* закону про особливі умови продажу споживчих товарів. За словником польської мови „przeznaczenie” - це „praktyczny cel, do którego coś jest przeznaczzone, zakwalifikowane” – S. Skorupka, H. Auderska, Z. Lempicka, *Mały słownik języka polskiego*, Warszawa 1968, с. 662.

<sup>6</sup> Див. S. Skorupka, H. Auderska, Z. Lempicka, *Mały ...*, с. 901.

критеріїв, не надаючи переваги жодному з них. Проблема може виникнути в ситуації, коли узгоджені сторонами характеристики товару виключають його використання в узгодженому призначенні. У такій ситуації, здається, щодо принципу необхідно закласти виникнення з цієї причини невідповідності товару договору, натомість не розглядати узгодження щодо властивостей товару в якості підстави для автоматичного виключення відповідальності продавця. З іншого боку продавець або виробник чи постачальник товару може ясно виключити певне застосування (призначення) товару.

Визначення призначення і властивостей товару може мати свою підставу в описі, індивідуально поданому продавцем у відносинах із споживачем і опосередковано також в ознаках переказаних споживачеві зразків або моделей товару<sup>1</sup>. Сумнівні викликає при цьому визначення чи опис представлений продавцем завжди буде критерієм оцінки відповідності товару договору, чи тільки в ситуації, коли покупець полагався на цей опис при покупці цього товару. Хоча формулювання закону про особливі умови продажу споживчих товарів як і директиви 1999/44/ЄС не прив'язують з цього пункту бачення жодного значення до передумов, якими керувався покупець при покупці даного товару, то маючи на увазі загальні принципи відповідальності за невиконання зобов'язання слід було б виступити проти цілковитого ігнорування поведінки споживача при покупці товару. У загальному обороті, як правило, такі ситуації важко відтворити, тому загалом невідповідність товару описові буде промовляти - на основі правових презумпцій, що містяться в законі про особливі умови продажу споживчих товарів - за існуванням невідповідності товару договору.

Джерелом вказання призначення та властивостей товару може також бути мовчазна або активна акцептація продавцем мети купівлі товару, зазначеної покупцем при укладенні договору<sup>2</sup>. Якщо покупець виявляє продавцеві під час укладання договору ціль, для якого купуються товари, то продавець, укладаючи договір, підтверджує можливість очікуваного споживачем використання цього товару, і таким чином прямо або опосередковано переконує споживача, що товар може використовуватися з цією метою, взявши на себе зобов'язання доставити товар із відповідними властивостями. Ця категорія часто кваліфікується як узгодження щодо призначення товару.

Крім того у зв'язку з імплементацією до польського законодавства положень директиви № 1999/44/ЄС, важливими для подальшої оцінки відповідності товару договору являються публічно представлені - і, отже, не скеровані індивідуально до покупця при укладанні договору - забезпечення продавця, виробника або представника, включаючи в це забезпечення виражені в маркуванні товару, в рекламі, що відносяться до його властивостей в тому числі період, в якому товар має зберігати дані властивості (ст. 4 п. 3 р. 2 закону про особливі умови продажу

<sup>1</sup> Див. детальніше: J. W. Katner [в:] S. Włodyka (ред.), *Prawo umów handlowych*, Warszawa 2006, с. 988; K. Zagrobelny [в:] J. Jezioro (ред.), *Ustawa ...*, с. 99.

<sup>2</sup> Таке узгодження може також мати характер конклюдентного, у той час як одностороннє очікування споживача не представлено продавцеві не буде мати юридичної сили.

споживчих товарів)<sup>1</sup>. Вони стають частиною змісту правових відносин між сторонами після укладення договору купівлі-продажу споживчого товару (ст. 56 ЦК), доокреслюючи надання послуги, які повнен виконати продавець<sup>2</sup>.

Запевнення, які робляться публічно, для того щоб стати джерелом оцінки відповідності товару договору, повинні мати відповідний рівень конкретності - не зупинятися тільки на загальних заявах та мати вплив на рішення покупця про укладення договору<sup>3</sup>. Рівнозначне з запевненнями виробника являються запевнення імпортера (особи, що вводить споживчий товар на польський ринок) та суб'єкту, за дорученням якого вироблено товар, що вказано на товарі через його індивідуалізаційне позначення (ст. 4 п. 4 закону про особливі умови продажу споживчих товарів)<sup>4</sup>. З точки зору оцінки правової позиції продавця щодо покупця, важливе значення мають зізнання інших, визначених суб'єктів - що зазвичай знаходяться на більш ранньому ніж роздрібний продавець рівні дистрибуції товару і часто впливають на сферу прийняття рішення у споживачів і навіть якщо вони відносяться до вище середніх властивостей або особливого призначення товару<sup>5</sup>. Продавець зобов'язаний отримувати інформацію про продаваним ним продукти, для того щоб він при нагоді міг в індивідуальних відносинах зі споживачем повторити ці інформації (в рамках зобов'язання надавати інформацію) або навпаки - спросувати, якщо вони не відповідають дійсності<sup>6</sup>. Враховуючи формулювання ст. 4 закону про особливі умови продажу споживчих товарів треба думати, що публічно роблені запевнення продавця, виробника або представника повинні бути вірогідні тільки тоді, коли не дійшло до індивідуального узгодження властивостей товару або якщо це узгодження однозначно охоплювало тільки деякі з характеристик товару в іншій частині затримуючись на загальних ознаках. Продавець не буде пов'язаний розповсюдженими запевненнями, якщо доведе, що

<sup>1</sup> Варто відзначити виражену в доктрині позицію, що подана інформація, напр., придатність або споживання споживчого товару викликає - у випадку, якщо в цей період інформація не відповідає дійсності - підозру в існуванні невідповідності товару договору, навіть якщо невідповідність стане очевидно після 6 місяців від видачі товару споживачеві - див. J. Szczołka, *Sprzedaż konsumencka*, с. 49. Натомість за загальним правилом, вираженим у ст. 4 п. 1 закону про продаж споживчих товарів, після 6 місяців з дати поставки товару саме споживач має довести існування невідповідності або її причини (у випадку прихованого дефекту) в моменті видання цього товару продавцем - див. J. Jeziore, [в:] J. Jeziore (ред.) *Ustawa ...*, с. 145. Правове значення у зв'язку з продажем споживчих товарів слід віднести також до інформацій про товари, які подаються в промоційних або рекламних матеріалах - див. A. Kołodziej, *Konsumenckie prawo odstąpienia od umowy sprzedaży rzeczy*, Warszawa 2006, с. 104.

<sup>2</sup> У відповідності зі ст. 56 Ц.К., правові дії викликають не тільки причини, виражені в ній, але також ті, які випливають з закону, з правил суспільної поведінки й ustalених звичаїв.

<sup>3</sup> Див. у німецькій літературі: I. Sängler [в:] Schulze (ред.) *Bürgerliches Gesetzbuch*, Випуск 6, коментар до § 434, цифра на полях 15.

<sup>4</sup> Ця регуляція оцінюється як така, що служить зміцненню ситуації споживача - покупця товару; див. J. Jeziore [в:] J. Jeziore (ред.) *Ustawa ...*, с. 127.

<sup>5</sup> Складається враження, що в ст. 4 п. 3 закону про особливі умови продажу споживчих товарів законодавець використав поняття "вид товару" в двох різних значеннях. У першому реченні він відноситься до видової групи, до якої належить продаваний товар (наприклад, група косметичного мила), натомість в третьому реченні обов'язкове для продавця запевнення відноситься до товарів таких самих як продаваний товар (з точки зору покупця ідентичних, наприклад, продаються під тією самою маркою і тієї ж моделі), а вже не тільки схожих з точки зору виду.

<sup>6</sup> Див. I. Sängler [в:] Schulze (ред.) *Bürgerliches ...*, цифра на полях 1-24.

він не знав цього запевнення ані, тверезо оцінюючи, не міг знати, або що воно не могло вплинути на рішення покупця про укладання договору, або, що зміст запевнення він виправив до укладення договору<sup>1</sup>. Натуральним чином не будуть мати впливу щодо даного продавця запевнення складені індивідуально іншим роздрібним продавцем або інша юридична особа, не вказана в ст. 4 п. 4 закону, навіть якщо даний споживач придбав товар на основі хибних уявлень, сформованих іншим суб'єктом<sup>2</sup>. Таким чином споживач не може приймати запевнень продавця або ж третіх осіб абсолютно некритично. Крім того продавець вільний від відповідальності за невідповідність товару договору, якщо покупець в момент укладання договору знав про невідповідність або розумно оцінюючи ситуацію, повинен був знати (ст. 7 закону про особливі умови продажу споживчих товарів). Ураховуючи прийняту модель споживача - належним чином поінформованого і спостережливого - треба також прийняти, що керуючись здоровим глуздом він не повірить в представлені йому запевнення, які є нереальними, беручи до уваги стан, зокрема стан технічних знань як і середню ринкову ціну товару.

#### **4. Визначення ціни як особливого джерела визначення властивостей і призначення товару**

Враховуючи вищезазначені критерії оцінки відповідності товару договору слід розглянути, чи ціна може становити джерело визначення властивостей та призначення товару. Положення закону про особливі умови продажу споживчих товарів не відносяться до ціноногового критерію, тому представляється можливим його врахування для визначення узгоджених властивостей і призначення товару в допоміжному значенні, особливо якщо ціна є - порівняно з умовами, що охоплюють подібні товари - особливо висока або особливо низька. Можна задати питання, чи висока ціна створює свого роду презумпцію, що продаваний товар повинен мати особливі властивості або бути придатним для відповідної мети (забезпечувати особливе призначення) і навпаки, чи факт продажі за низькою ціною повинен обмежувати очікування покупця щодо властивостей цього товару. Здається, що в принципі ціна не повинна бути визначником властивостей товару - інший принцип свободи договорів передбачає зокрема свободу сторін у сфері визначення ціни а еквівалентності послуг, розглядається із суб'єктивної, а не об'єктивної точки зору<sup>3</sup>. Однак, якщо даний товар продається за особливо високу ціну, то можна

<sup>1</sup> Висновок зі ст. 5 закону про особливі умови продажу споживчих товарів.

<sup>2</sup> Ключове значення повинна тут мати оцінка чи продавця являється незалежним суб'єктом з юридичної точки зору - звичайно, підприємець, що керує багатьма магазинами повинен нести відповідальність за запевнення, роблені його працівниками, навіть якщо його склав працівник, який працює в іншому його магазині, ніж той, в якому укладено кінцевий договір купівлі продажу. Сфера оцінки повинна, однак, припадати на індивідуальне узгодження в формулюванні закону про особливі умови продажу споживчих товарів. Може складатися враження, що це правило повинно поширюватися на магазини, що діють в рамках франчайзингової мережі, тому що учасниками системи являються формально незалежні підприємці.

<sup>3</sup> У доктрині вказується, що в принципі не має значення віднесення характеристик товару невідповідного умові до його ринкової вартості, тому що захист, відповідно до закону про особливості продажу споживчих товарів, спрямований на реалізацію виправданих обставинами очікувань споживача – так: J. Jezioło [в:] J. Jezioło (ред.) *Ustawa ...*, с. 146-147. У доктрині підкреслюється зв'язок правового захисту очікувань споживача й автономічних економічних цілей в рамках Спільноти - пор. R. Stefanicki, *Sprzedaż konsumencka w świetle ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej*, *Monitor Prawniczy*, 2004, № 7, с. 316.

передбачати особливе призначення даного товару, якщо на це додатково вказують обставини укладення договору. Можна також додатково покликатися на ціну, якщо сторони не уклали індивідуальних узгоджень щодо збування товару і застосовується критерій нормального призначення і нормальних властивостей товару даного виду (ст. 4 п. 2 закону про особливості продажу споживчих товарів). У такій ситуації ціна може визначати до якої категорії (виду) товарів даний товар повинен належати.

### **5. Характер передбачених законом критеріїв оцінки відповідності товару з договором**

У літературі влучно вказується на те, що з огляду на захисну мету регулювання, недопустимим являється виключення передбачених директивою 1999/44 та імплементованих законом про особливості продажу споживчих товарів, критеріїв оцінки відповідності товару з договором, хіба що це наступило власне шляхом позитивного (відмінного від статутної моделі) узгодження властивостей даного товару<sup>1</sup>. На споживчому ринку до виключення статутних критеріїв оцінки не повинні провадити заяви продавців, які зустрічаються на практиці, що вони продають споживчий товар у такому стані, в якому він знаходиться, без складання будь-яких запевнень щодо його властивостей. Якщо продавець захищений таким чином, що він не несе відповідальності за невідповідність товару з договором, відомому покупцеві при укладанні договору, то рамок цього не можна поширювати зі шкодою споживачеві на ситуації, не відомі споживачеві. На тлі регулювання, яке стосується відповідальності за гарантії щодо товару, певні сумніви викликає також представлення продавцем застережень "про всяк випадок" з метою виключення (обмеження) можливої відповідальності щодо споживача<sup>2</sup>. Ці застереження позбавляється значення якщо вони не мають вагомого значення значення для визначеної покупцем мети (особливого призначення товару)<sup>3</sup>. Натомість якщо продавець у відповідь на виражені покупцем очікування вкаже, що не має знань в цій області, то таку заяву рекомендується оцінити під кутом чи вона мала характер застереження, згідно з формулюванням ст. 4 п. 2 *in fine* закону про особливості продажу споживчих товарів. Якщо заява складена продавцем має характер застереження, то послідовно вона повинна привести до виключення відповідальності в сфері відповідності з таким очікуванням покупця<sup>4</sup>. З огляду на можливу різноманітність фактичних станів, варто послуговуватися при оцінці невідповідності товару договору, прийнятим на тлі німецького права, поділом на: обов'язкові при оцінці відповідності товару з договором і прийнятими між продавцем і покупцем узгоджень про стан (властивості) речі та на заяву про знання, яка складається продавцем без гарантій по відношенню до покупця щодо

<sup>1</sup> М. Песуна, *Ustawa ...*, s. 100. У преамбулі Директиви 1999/44/ЄС безпосередньо вказано, що презумпція недостовірності негативної інформації щодо відповідності товару з договором не повинна призводити до обмеження свободи договорів (див. п. 8 преамбули).

<sup>2</sup> На це звертає увагу J. Jeziro [в:] J. Jeziro (ред.) *Ustawa ...*, с. 171.

<sup>3</sup> Так: Песуна, *Ustawa ...*, с. 131.

<sup>4</sup> Див. Е. Хабryn – Motawska, *Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży konsumenckiej*, Warszawa 2010, с. 64 і н.; R. Stefanicki, *Ochrona ...*, с. 174.

їх правдивості<sup>1</sup>. Слід зазначити, що якщо вказані продавцем властивості товару стають основою рішення покупця про покупку цього товару, то якщо це являється елементом узгодження щодо стану (властивості) речі, то повністю вимірний для оцінки відповідності товару договору. Слід також зазначити, що на тлі польського законодавства про невідповідність товару з договором буде свідчити те, що товар в дійсності не відповідає описові, представленому продавцем покупцеві (презумпція невідповідності товару з договором)<sup>2</sup>.

### 6. Підсумок

Властивості та призначення товару становлять дуже важливі і, щодо принципу, рівноправні критерії відповідності споживчого товару договорів. Вони мають суттєвий вплив на повноваження споживача у випадку невідповідності товару договорів. То, які властивості та призначення повинен мати товар, має бути в ідеальному випадку визначене сторонами на основі доброї волі сторін, вираженої в договорі. Однак преференції сторін встановлюються також на основі нормативних критеріїв зразків, моделей, якими послуговувався продавець, опису товару, представленого продавцем а також прийнятих продавцем очікувань покупця щодо придатності товару і розкритих при покупці товару (конкретизоване призначення товару). З огляду на масовість обороту з участю споживачів та на різноманітну інформацію інформаційно-рекламного характеру, яка публічно поширюється, законодавець також вимагає додатково звертатися до виражених у положеннях правил, що дозволяють ствердити в конкретній ситуації своєрідний зразок необхідної властивості та призначення товару для цілей визначення того, чи продавець представив товар відповідний договору у випадку і в обсязі, в якому не дійшло між ними до індивідуального узгодження. Таким чином вводиться міра придатності товару для цілей, для яких служать звичайні товари цього самого виду (звичайне призначення товару) а також робить продавця зобов'язаним запевненнями, публічно складаними перерахованими в законі суб'єктами (зокрема, виробником). Завдяки цьому зміцнюється захист споживача, який приймає рішення про купівлю споживчих товарів на основі певної кількості зовнішніх стимулів, нерідко в поспіху і без вербалізації власних очікувань та без прийняття індивідуальних узгоджень. Виключення окреслених в директиві 1999/44 та імplementованих у законі про особливості продажу споживчих товарів критеріїв оцінки відповідності товару договору можливе тільки шляхом позитивного (індивідуального) узгодження окреслених властивостей та призначення товару. Очікування споживача розглядаються на основі правових норм в якості елемента

<sup>1</sup> Так: рішення німецького Федерального Трибуналу від 12 березня 2008 р. (VIII ZR 253/05) NJW 08, с. 1517. У цьому рішенні Трибунал розглядав проблематику можливого уповноваження покупця (споживача) до розірвання укладеного договору купівлі-продажу уживаного автомобіля в ситуації, коли з'ясувалося, що даний автомобіль являється пошкодженим про що покупець не знав. Продавець (підприємець) описав цей автомобіль як "безаварійний відповідно до запевнень попередніх власників". Трибунал постановив, таким чином не було визначено властивості речі для оцінки відповідності товару договорів (нім - *Beschaffensvereinbarung*). Таке установлення властивостей товару могло б виникнути у випадку продажу приватною особою, яка б знала про пошкодження автомобілю і приховала б факт аварії або ж якщо цю ознаку предмету продажу (тобто непошкодженість) розглянути в цій справі в якості конклюдентно узгодженої сторонами (зазначеної в договорі). Однак, в даній ситуації продавець лишень передав покупцеві отримані від попередніх власників інформації (заява знань) а подаючи джерело цих знань підкреслив, що мова не йде про його власні знання.

<sup>2</sup> Так: ст. 4 п. 2 закон про особливості продажу споживчих товарів.

змісту правових відносин між ним і продавцем (конклюдентні положення договору) з усіма відповідними наслідками для оцінки відповідності товару договорі. На тлі закону про особливості продажу споживчих товарів при оцінці відповідності товару з договором таким чином не звертається уваги на те, з яких причин даний споживач придбав конкретний товар, яке мав реальне уявлення про цей товар і чи певні властивості або призначення товару мали якийсь вплив на рішення споживача про купівлю товару. Однак, складається враження, що реальна воля сторін при укладенні договору не повинна бути цілковито ігнорована, зокрема, якщо продавець зможе довести, що дана властивість чи призначення товару не мали жодного впливу на рішення покупця про укладення договору. Аргументи продавця в такій ситуації можуть посилатися на критерії, які використовуються при індивідуальному узгодженні характеристик товару. Натомість у рамках розгляду всіх обставин даної справи достовірною для визначення вимаганих властивостей та призначення товару може також стати визначення розміру ціни, особливо, якщо вона значно вища або нижча у порівнянні з цінами подібних товарів.

## PRZEZNACZENIE I WŁAŚCIWOŚCI TOWARU KONSUMPCYJNEGO JAKO KRYTERIA OCENY JEGO ZGODNOŚCI Z UMOWĄ

*Marcin Podleś*

*Dr (LL.M.)*

*Zakład Prawa Gospodarczego i Handlowego  
Uniwersytet Wrocławski*

### 1. Wprowadzenie<sup>1</sup>

W prawie polskim sprzedaż rzeczy ruchomych jest przedmiotem szerokiej regulacji ustawodawcy, oraz obiektem zainteresowania doktryny i orzecznictwa, co wynika między innymi z tego, że umowy sprzedaży należą do umów najliczniej zawieranych w obrocie masowym w gospodarce rynkowej, a ponadto regulacja krajowa w tym przedmiocie kształtowana jest przez prawo unijne<sup>2</sup>. W efekcie obowiązku implementacji prawa unijnego doszło do szczególnego - w stosunku do obrotu profesjonalnego oraz obrotu powszechnego - uregulowania w prawie polskim zagadnienia odpowiedzialności sprzedawcy wobec konsumenta z tytułu niezgodności towaru z umową. Zgodnie bowiem z art. 1 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego<sup>3</sup>, do sprzedaży rzeczy ruchomej przez sprzedawcę w zakresie jego działalności gospodarczej dokonywanej na rzecz osoby fizycznej, nabywającej tę rzecz w celu niezwiązanym z działalnością gospodarczą i zawodową, nie stosuje się przepisów kodeksu cywilnego o rękojmi<sup>4</sup>. Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej wprowadza zaś w tym zakresie odrębną regulację, dotyczącą odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru z umową, a ponadto nakłada na sprzedawcę dodatkowe obowiązki o charakterze informacyjnym<sup>5</sup>.

Problem zgodności sprzedawanego konsumentowi towaru z umową jest w praktyce przyczyną częstych rozbieżności zdań i w konsekwencji sporów pomiędzy konsumentem (kupującym towar) a przedsiębiorcą (sprzedawcą towaru). Wyobrażenia dotyczące towaru po stronie sprzedawcy i konsumenta, szczególnie w odniesieniu wyników produkcji masowej, bardzo mogą się bowiem od siebie różnić. Sprzedawca często stoi na stanowisku, że towar nie ma wad ani usterek, więc kupujący nie powinien zgłaszać żadnych zastrzeżeń. Natomiast kupujący (konsument) może nie być z towaru zadowolony, ponieważ towar - chociaż niewadliwy - nie spełnia w toku

<sup>1</sup> Artykuł powstał w ramach projektu pt. „Potencjał naukowo-dydaktyczny Wydziału Prawa Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego w służbie ochrony prawnej konsumenta” współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

<sup>2</sup> Zob. dyrektywa z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji, (Dz. U. UE L z dnia 7 lipca 1999 r.) zwana dalej dyrektywą 1999/44/WE.

<sup>3</sup> Ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. (Dz. U. nr 141, poz. 1176 z późn. zm.), zwana dalej ustawą o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej.

<sup>4</sup> Przepis ten rzecz ruchomą nabywaną przez konsumenta w celu niezwiązanym z działalnością gospodarczą i zawodową nazywa towarem konsumpcyjnym, a pojęcie towaru będzie również w takim znaczeniu używane w niniejszym opracowaniu.

<sup>5</sup> Na marginesie warto wspomnieć, że ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej zawiera także odrębną regulację dotyczącą gwarancji, lecz z uwagi na ramy niniejszego opracowania nie będzie ona analizowana.

używania jego oczekiwań. W gospodarce z przewagą podaży nad popytem i opartej na konkurencji, kupujący staje się w naturalny sposób bardziej wymagający, a producenci, importerzy i sprzedawcy detaliczni towaru starają się skłonić do nabycia ich towaru, podając informacje o wyjątkowym przeznaczeniu, czy szczególnych właściwościach towaru<sup>1</sup>. Podejście to uwypukla już sama terminologia, odchodząca od określenia „wada rzeczy” właśnie w kierunku jej „zgodności z umową”, chociaż w obrocie konsumenckim stosunkowo rzadko (w porównaniu z obrotem dwustronnie profesjonalnym) dochodzi do ścisłego, szczegółowego i indywidualnego ustalania przez strony przedmiotu świadczenia<sup>2</sup>. Prawodawca unijny, a za nim ustawodawca polski, uznają w pewnym stopniu prawną doniosłość zapewnień strony sprzedającej, a także zwerbalizowanych oczekiwań kupującego, lecz stopień ten jest zależny od treści zapewnień oraz ich adresatów. Dlatego też tematem niniejszego opracowania jest zagadnienie oceny zgodności towaru konsumpcyjnego ze względu na właściwości oraz przeznaczenie, jakie towar ten powinien posiadać w świetle uzgodnień stron oraz normatywnych kryteriów oceny zgodności towaru z umową. Uwzględniając zaś krąg odbiorców tego opracowania, analizowane zagadnienie zostanie poprzedzone ogólnym przedstawieniem wszystkich kryteriów oceny zgodności towaru z umową w świetle prawa polskiego i unijnego.

## 2. Kryteria oceny zgodności towaru z umową - zarys ogólny

Opisując zagadnienie zgodności towaru z umową należy w pierwszym rzędzie podnieść, że ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej nie zawiera definicji niezgodności towaru z umową, lecz – podążając za dyrektywą 1999/44/WE - jedynie wskazuje za pomocą swoistych domniemań, pełniących funkcję dorozumianych postanowień umownych, kryteria stanu towaru wolnego od wad<sup>3</sup>. Na tle tej ustawy oraz preambuły do dyrektywy 1999/44 i w świetle istotnej dla prawa cywilnego zasady autonomii stron, realizowanej na płaszczyźnie zobowiązań m.in. w ramach zasady swobody umów, można przyjąć, że dla oceny zgodności towaru z umową (w tym towaru używanego)<sup>4</sup> pierwszorzędne znaczenie mają indywidualne uzgodnienia stron, dotyczące

<sup>1</sup> Zwraca się trafnie uwagę na wpływ sytuacji gospodarczej, w szczególności dostępności towarów na orzecznictwo sądowe w przedmiocie rękojmi – zob. E. Łętowska, *Prawo umów konsumenckich*, Warszawa 2002, s. 380; zob. również na temat instytucji rękojmi w okresie gospodarki społecznej w Polsce – S. Włodyka, *Ochrona interesów konsumenta przez rękojmię za wady fizyczne towarów*, PiP 1978, z. 10, s. 18 i nast.

<sup>2</sup> Warto jednak wspomnieć, że na tle kodeksu cywilnego, pomimo wprowadzenia odpowiedzialności za „wady rzeczy”, jedną z przyczyn wadliwości rzeczy może być brak właściwości, o których istnieniu sprzedawca zapewnił kupującego – zob. art. 556 § 1 k.c. Jednakże w literaturze wykazuje się, że pojęcie niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową jest szersze od pojęcia wady (na tle kodeksu cywilnego), a to w części właśnie poprzez wprowadzenie kryterium zapewnień składanych publicznie przez osoby inne niż sprzedawca – zob. A. Brzozowski [w:] K. Pietrzykowski (red.), *Kodeks cywilny. Komentarz. Tom II*, Warszawa 2004, s. 51; odmiennie jednak J. Puzyna, *Niezgodność towaru z umową jako przesłanka odpowiedzialności sprzedawcy w ramach sprzedaży konsumenckiej*, Rejent 2006, nr 10, s. 109.

<sup>3</sup> Tak: M. Pecyna, *Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, Warszawa 2007, s. 98. Te dorozumiane ustalenia umowne można scharakteryzować jako niedopowiedziane, lecz mimo to wiążące elementy treści stosunku prawnego między sprzedawcą a kupującym.

<sup>4</sup> Ustawodawca polski nie skorzystał z przewidzianej dyrektywą 1999/44/WE możliwości odrębnej regulacji w stosunku do towarów używanych; zob. art. 7 ust. 1 dyrektywy; zob. również W. Dubis [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, Warszawa 2010, s. 81.

sprzedawanej rzeczy (kryteria subiektywne oceny zgodności towaru z umową)<sup>1</sup>. Towar bowiem ma być „zgodny z umową”, a sprzedawca odpowiada za jego zgodność z umową – towar faktycznie wydany kupującemu powinien być więc w chwili przejścia ryzyka identyczny z towarem, jaki wynika z treści stosunku zobowiązaniowego łączącego strony. Według art. 4 ust. 2 tej ustawy, „w przypadku indywidualnego uzgadniania właściwości towaru konsumpcyjnego domniemywa się, że jest on zgodny z umową, jeżeli odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazanej kupującemu próbki albo wzoru”. Ponadto uwzględniana jest przydatność towaru z punktu widzenia celu, jaki określili przy zawieraniu umowy kupujący, chyba że sprzedawca wyjaśnił, że towar do oczekiwanego przeznaczenia się nie nadaje, lub nadaje się jedynie w ograniczonym zakresie. Bezczynność (milczenie) będącego profesjonalistą sprzedawcy (przedsiębiorcy) oznaczać więc będzie jego zgodę na wzięcie na siebie obowiązku dostarczenia towaru o takich oczekiwanych przez kupującego właściwościach, odnoszących się do jego przeznaczenia (szczególne przeznaczenie towaru)<sup>2</sup>. Ten sam skutek mieć będzie uzgodnienie przez kupującego oraz sprzedawcę przeznaczenia towaru<sup>3</sup>.

Z kolei w sytuacjach, gdy strony nie uzgadniały indywidualnie właściwości towaru, a kupujący nie zgłaszał przy zawarciu umowy zindywidualizowanych oczekiwań, miarodajna jest przydatność towaru do celu, do jakiego służą zwykle towary tego samego rodzaju – a zatem kryterium obiektywne (art. 4 ust. 3 zd. 1 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej). Decydująca ma być zatem możliwość wykorzystywania towaru zgodnie z jego zwykłym przeznaczeniem, odpowiadającym rodzajowi towaru, a zbieżnym z oczekiwaniami, jakie może mieć przeciętny kupujący rzecz tego samego rodzaju<sup>4</sup>. Oczywiście rozwój ekonomiczny i technologiczny powoduje, że oczekiwania w stosunku do zwykłego przeznaczenia poszczególnych towarów często się zwiększają, co powoduje swoiste „podwyższenie poprzeczki”. Nawet w sytuacjach, gdy nie doszło do uzgodnienia indywidualnych właściwości towaru, trafnie przyjmuje się, że sam fakt zgodności towaru z określoną normą nie świadczy jeszcze o tym, iż jest on niewadliwy<sup>5</sup>.

Ubocznie należy zauważyć, że w polskiej doktrynie reprezentowane są głosy krytyczne, wobec przyjęcia w polskim prawie różnych kryteriów oceny zgodności towaru z umową w zależności od tego, czy miało miejsce indywidualne uzgodnienie cech towaru, czy też nie<sup>6</sup>. Postuluje się, aby także w sytuacjach indywidualnego uzgodnienia

<sup>1</sup> Zob. również M. Pecyna, *Ustawa ...*, s. 98. Nie jest indywidualnym uzgodnieniem właściwości towaru dokonanie indywidualizacji przedmiotu świadczenia (wyodrębnienia towaru spośród innych towarów oznaczonych jedynie co do gatunku) – tak m.in.: J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 165; M. Pecyna, *Ustawa ...*, s. 121.

<sup>2</sup> Trafnie wskazuje się, że ustawodawca nakłada w tym zakresie na sprzedawcę obowiązek podjęcia działania (bez konieczności tłumaczenia konsumentowi przyczyn), a w razie sporu również wykazania, że sprzeciwił się on oczekiwaniu zgłoszonemu przez kupującego przy zawarciu umowy - zob. R. Stefanicki, *Ochrona konsumenta w świetle ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej*, Kraków 2006, s. 174.

<sup>3</sup> Określenie w umowie przydatności towaru jest kwalifikowane w doktrynie jako element podmiotowo istotny - tak m.in. Pecyna, *Ustawa ...*, s. 130, J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 171.

<sup>4</sup> Zob. także R. Stefanicki, *Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej w orzecznictwie polubownych sądów konsumenckich*, Glosa 2007 nr 3 poz. 72.

<sup>5</sup> Tak: orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 20.05.1997 II CKN 115/97, LEX nr 81134, a także orzeczenie Sądu Najwyższego z dnia 30.12.1988 r. III CZP 48/88, OSNCP 1989, Nr 3, poz. 30.

<sup>6</sup> Zob. przykładowo: R. Stefanicki, *Ochrona ...*, s. 159-160; J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 126; M. Pecyna, *Ustawa ...*, s. 127; M. Gajek, *Niezgodność towaru z umową jako przesłanka odpowiedzialności sprzedawcy towaru konsumpcyjnego*, Monitor Prawniczy, 2003, nr 5, s. 208.

cech towaru, również stosować reguły przewidziane ustawą dla sytuacji, gdy cechy towaru nie zostały przez strony dookreślone<sup>1</sup>. Należy ostrożnie zaakceptować ten kierunek wykładni, po pierwsze z racji jego prawnowspólnotowego uzasadnienia (wykładania w zgodzie z dyrektywą 1999/44/WE<sup>2</sup>), a ponadto również z uwagi na prawdopodobieństwo – pomimo podejmowania przez strony indywidualnych uzgodnień – nieobjęcia takimi uzgodnieniami indywidualnymi wszystkich cech towaru<sup>3</sup>. Organy stosujące prawo powinny jednak w pierwszym rzędzie uszanować indywidualne uzgodnienie między stronami, a reguły odnoszące się do sytuacji, gdy cechy towaru nie zostały przez strony dookreślone, uwzględniać jedynie w takim zakresie, w jakim nie ma wątpliwości, że strony bezpośrednio lub pośrednio nie dokonały uzgodnień w stosunku do nich odmiennych.

### 3. Pojęcie i źródła określenia zgodnych z umową właściwości i przeznaczenia towaru konsumpcyjnego

Jak wynika z charakterystyki ustawowych kryteriów oceny zgodności towaru z umową, kryteria przeznaczenia oraz właściwości, jakie powinien posiadać sprzedawany towar, odgrywają przy ocenie zgodności towaru z umową istotną rolę. Pojęcia te nie są normatywnie zdefiniowane, zatem przy ich tłumaczeniu należy pomocniczo sięgnąć do ich powszechnie przyjmowanego rozumienia. Przeznaczenie towaru poprzez odwołanie do kontekstu, w jakim jest ono użyte w ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, winno być rozumiane jako przydatność towaru z punktu widzenia określonego celu; celu, jaki określił przy zawieraniu umowy kupujący albo celu, do jakiego służą zwykle towary tego samego rodzaju (gdy nie było indywidualnych uzgodnień)<sup>4</sup>. Z kolei pod pojęciem właściwości rozumie się słownikowo to, co jest „charakterystyczne dla danej osoby lub rzeczy; przymiot, cechę”<sup>5</sup>.

Określenie przeznaczenia oraz właściwości towaru często mogą wzajemnie się determinować - z ustalenia przeznaczenia towaru mogą bowiem pośrednio wynikać uzgodnione właściwości towaru i odwrotnie, określone właściwości towaru mogą predestynować ten towar do określonego jego wykorzystywania (decydować o przeznaczeniu). Dlatego też prawidłowo przyjęto na tle ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej równorzędność badania zgodności towaru z umową pod kątem obu tych kryteriów, nie dając priorytetu żadnemu z nich. Problem może pojawić się w sytuacji, gdy uzgodnione przez strony właściwości towaru uniemożliwiają wykorzystanie go w uzgodnionym przeznaczeniu. W takiej sytuacji wydaje się, że co do zasady powinno się założyć wystąpienie z tej przyczyny

<sup>1</sup> Tak m.in. M. Pecyna, *Ustawa ...*, s. 127 i nast.; J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 127. J. Jezioro stwierdza jednak także, że konsument powinien w razie indywidualnego uzgadniania właściwości towaru obejmować takim uzgodnieniem również zwykle przeznaczenie towaru, pod rygorem utraty uprawnień wynikających z ustawy – zob. J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 170.

<sup>2</sup> Na temat znaczenia prawno wspólnotowej wykładni prawa krajowego zob. przykładowo K. Kowalik – Bańczyk, *Prawnowspólnotowa wykładnia prawa polskiego*, Europejski Przegląd Sądowy, 2005, nr 3, s. 9 i nast.

<sup>3</sup> Możliwe jest bowiem, że strony uzgodnią tylko jedną lub kilka cech towaru, nie obejmując indywidualnym uzgodnieniem pozostałych jego właściwości.

<sup>4</sup> Wniosek z art. 4 ust 2 *in fine* ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Według słownika języka polskiego „przeznaczenie” to „praktyczny cel, do którego coś jest przeznaczone, zakwalifikowane” – S. Skorupka, H. Auderska, Z. Lempicka, *Mały słownik języka polskiego*, Warszawa 1968, s. 662.

<sup>5</sup> Zob. S. Skorupka, H. Auderska, Z. Lempicka, *Mały ...*, s. 901.

niezgodności towaru z umową, natomiast nie traktować uzgodnienia w zakresie właściwości towaru jako podstawy do automatycznego wyłączenia odpowiedzialności sprzedawcy. Z drugiej strony sprzedawca, względnie producent lub importer towaru może wyraźnie wyłączyć określone zastosowanie (przeznaczenie) towaru.

Określenie przeznaczenia i właściwości towaru może znajdować swoją podstawę w opisie podanym przez sprzedawcę indywidualnie w relacji z konsumentem, a pośrednio także w cechach przekazanych konsumentowi próbek, czy wzorów towaru<sup>1</sup>. Wątpliwości wywołuje przy tym ustalenie, czy opis podany przez sprzedawcę zawsze będzie stanowił kryterium oceny zgodności towaru z umową, czy też jedynie w sytuacji, gdy kupujący na tym opisie polegał, towar ten nabywając. Choć brzmienie ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, jak i dyrektywy 1999/44/WE nie przywiązuje z tego punktu widzenia żadnej wagi do przesłanek jakimi kierował się kupujący nabywając dany towar, to mając na uwadze ogólne zasady odpowiedzialności za niewykonanie zobowiązania należałoby opowiedzieć się przeciwko całkowitemu ignorowaniu zachowania konsumenta przy nabywaniu towaru. W obrocie masowym są to jednak zwykle sytuacje trudne do odtworzenia, dlatego zwykle niezgodność towaru z opisem będzie przemawiała – na gruncie domniemań prawnych zawartych w ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej – za istnieniem niezgodności towaru z umową.

Źródłem wskazania przeznaczenia oraz właściwości towaru może być również milcząca lub czynna akceptacja przez sprzedawcę celu nabycia towaru, określonego przez kupującego przy zawarciu umowy<sup>2</sup>. Skoro bowiem kupujący ujawnia sprzedawcy przy zawieraniu umowy cel, w jakim towar nabywa, to sprzedawca zawierając umowę, potwierdza możliwość oczekiwanego przez konsumenta wykorzystania tego towaru, a zatem bezpośrednio lub pośrednio zapewnia konsumenta, że towar do tego celu się nadaje, zobowiązując się do wydania towaru posiadającego określone właściwości. Kategoria ta kwalifikowana jest częściej jako uzgodnienie dotyczące przeznaczenia towaru.

Ponadto, w związku z implementacją do prawa polskiego postanowień dyrektywy nr 1999/44/WE, miarodajne dla późniejszej oceny zgodności towaru z umową stają się publicznie składane - a zatem nie kierowane indywidualnie do kupującego przy zawieraniu umowy zapewnienia - sprzedawcy, producenta lub przedstawiciela, włączając w to zapewnienia wyrażone w oznakowaniu danego towaru, w reklamie odnoszące się do jego właściwości, w tym terminu, w jakim towar właściwości te ma zachować (art. 4 ust. 3 zd. 2 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej)<sup>3</sup>. Stają się one

<sup>1</sup> Zob. szerzej: J. W. Katner [w:] S. Włodyka (red.), *Prawo umów handlowych*, Warszawa 2006, s. 988; K. Zagrobelny [w:] J. Jezioro (red.), *Ustawa ...*, s. 99.

<sup>2</sup> Uzgodnienie takie może mieć również charakter konkludentny, natomiast jednostronne oczekiwania konsumenta, nieujawnione sprzedawcy nie będą miały mocy prawnej.

<sup>3</sup> Warto odnotować wyrażone w doktrynie stanowisko, że podanie informacji o terminie przydatności towaru konsumpcyjnego do spożycia lub do użycia skutkuje - w razie zajścia w tym terminie stanu z informacją niezgodnego - domniemaniem istnienia niezgodności towaru z umową, nawet jeśli niezgodność ujawni się po upływie 6 miesięcy od dnia wydania towaru konsumentowi - zob. J. Szczotka, *Sprzedaż konsumencka*, s. 49. Natomiast według zasady ogólnej wyrażonej w art. 4 ust. 1 ustawy o sprzedaży konsumenckiej, po upływie 6 miesięcy od wydania towaru to konsument musi wykazać istnienie niezgodności lub jej przyczyn (w razie wady ukrytej) w chwili wydania mu przez sprzedawcę towaru - zob. J. Jezioro, [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 145. Prawną doniosłość w odniesieniu do sprzedaży konsumenckiej należy przypisać także informacjom o towarze, podawanym w materiałach promocyjnych lub reklamowych - zob. A. Kołodziej, *Konsumenckie prawo odstąpienia od umowy sprzedaży rzeczy*, Warszawa 2006, s. 104.

elementem treści stosunku prawnego łączącego strony po zawarciu umowy sprzedaży konsumenckiej (art. 56 k.c.), dookreślając świadczenie, jakie spełnić ma sprzedawca<sup>1</sup>. Zapewnienia składane publicznie, aby stały się źródłem oceny zgodności towaru z umową, powinny mieć jednak odpowiedni poziom konkretności – nie poprzestawać jedynie na bardzo ogólnych stwierdzeniach oraz mieć wpływ na decyzję kupującego o zawarciu umowy<sup>2</sup>. Równoznaczne z zapewnieniami producenta są przy tym zapewnienia importera (osoby wprowadzającej towar konsumpcyjny do obrotu w Polsce) oraz podmiotu, na którego zlecenie towar wytworzono, widniejącej na towarze poprzez jego oznaczenie indywidualizujące (art. 4 ust. 4 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej)<sup>3</sup>. Z punktu widzenia oceny sytuacji prawnej sprzedawcy względem kupującego istotne są zatem również oświadczenia innych, określonych podmiotów - znajdujące się zwykle na wcześniejszym niż sprzedawca detaliczny szczeblu dystrybucji towaru, a często oddziałujących na sferę decyzyjną konsumentów i to nawet jeśli dotyczą one ponadprzeciętnych właściwości lub szczególnego przeznaczenia towaru<sup>4</sup>. Sprzedawca ma zaś obowiązek pozyskiwania informacji o sprzedawanych przez siebie produktach, aby ewentualnie mógł w indywidualnej relacji z konsumentem informacje te powtarzać (w ramach obowiązku informacyjnego) lub przeciwnie – prostować, jeśli nie odpowiadają one rzeczywistości<sup>5</sup>. Biorąc pod uwagę brzmienie art. 4 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej należy przyjąć, że publicznie składane zapewnienia sprzedawcy, producenta lub przedstawiciela winny być miarodajne jedynie wtedy, gdy nie doszło do indywidualnego uzgadniania właściwości towaru, względnie wtedy, gdy uzgodnienie to w sposób jednoznaczny obejmowało jedynie niektóre cechy towaru, w pozostałym zakresie poprzestając na cechach ogólnych. Sprzedawca nie będzie zaś związany rozpowszechnianymi zapewnieniami, jeśli udowodni, że zapewnienia tego nie znał ani, oceniając rozsądnie, znać nie mógł, albo że nie mogło ono mieć wpływu na decyzję kupującego o zawarciu umowy, względnie że treść zapewnienia sprostował przed zawarciem umowy<sup>6</sup>. W naturalny sposób nie będą miały skutku względem danego sprzedawcy zapewnienia składane indywidualnie kupującemu przez innego sprzedawcę detalicznego, czy też inny podmiot, niewymieniony w art. 4 ust. 4 ustawy, nawet jeśli konkretny konsument nabył towar na

<sup>1</sup> Zgodnie z art. 56 k.c., czynność prawna wywołuje nie tylko skutki w niej wyrażone, lecz również te, które wynikają z ustawy, z zasad współżycia społecznego i z ustalonych zwyczajów.

<sup>2</sup> Zob. w literaturze niemieckiej: I. Sängler [w:] Schulze (red.) *Bürgerliches Gesetzbuch*, Wydanie 6, komentarz do § 434, cyfra brzegowa 15.

<sup>3</sup> Regulacja ta oceniana jest jako służąca wzmocnieniu sytuacji konsumenta – nabywcy towaru; zob. J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 127.

<sup>4</sup> Wydaje się, że w art. 4 ust. 3 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej ustawodawca pojęciem „rodzaju towaru” posłużył się na dwa różne sposoby. W zdaniu pierwszym odwołuje się do grupy rodzajowej, do której sprzedawanych towar przynależy (np. grupa mydeł kosmetycznych), natomiast w zdaniu trzecim wiążące sprzedawcę zapewnienia odnosi do towarów takich samych jak sprzedawany towar (z punktu widzenia kupującego identycznych, przykładowo zbywanych pod tym samym znakiem towarowym i w tym samym modelu), a już nie tylko rodzajowo zbliżonych.

<sup>5</sup> Zob. I. Sängler [w:] Schulze (red.) *Bürgerliches ...*, cyfra brzegowa 1-24.

<sup>6</sup> Wniosek z art. 5 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej.

podstawie nieprawdziwego wyobrażenia, ukształtowanego przez taki inny podmiot<sup>1</sup>. Konsument nie może zatem przyjmować zapewnień sprzedawcy, względnie osób trzecich, całkowicie bezkrytycznie. Ponadto sprzedawca jest wolny od odpowiedzialności z tytułu niezgodności towaru z umową, jeśli kupujący w chwili zawarcia umowy o niezgodności wiedział lub oceniając rozsądnie sytuację, powinien był wiedzieć (art. 7 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej). Mając na uwadze przyjęty model konsumenta – należycie poinformowanego i uważnego – trzeba założyć, że kierując się rozsądkiem nie uwierzy on w te składane mu zapewnienia, które są nierealne, mając na uwadze w szczególności stan wiedzy technicznej i posiłkowo również przeciętną rynkową cenę towaru.

#### **4. Określenie ceny jako szczególnego źródła ustalenia właściwości i przeznaczenia towaru.**

Mając na uwadze wskazane wyżej kryteria oceny zgodności towaru z umową warte rozważenia jest, czy źródło określenia właściwości oraz przeznaczenia towaru stanowić może cena. Przepisy ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej nie odwołują się do kryterium ceny, dlatego też wydaje się możliwym jej uwzględnianie dla ustalenia umówionych właściwości i przeznaczenia towaru jedynie posiłkowo, w szczególności gdy cena jest – w porównaniu do umów, obejmujących podobne towary – szczególnie wysoka lub szczególnie niska. Można zadać pytanie, czy wysoka cena stwarza swoiste domniemanie, że sprzedawany towar winien posiadać szczególne właściwości lub nadawać się do określonego celu (zapewniać szczególne przeznaczenie) i odwrotnie, czy fakt sprzedaży za niską cenę ma ograniczać oczekiwania kupującego odnośnie do właściwości tego towaru. Wydaje się, że co do zasady cena nie powinna stanowić wyznacznika właściwości towaru – obowiązująca zasada swobody umów zakłada bowiem w szczególności swobodę stron w zakresie ustalania ceny, a ekwiwalentność świadczeń postrzegana jest od strony subiektywnej, a nie mierzonyj obiektywnie<sup>2</sup>. Jeśli jednak dany towar jest sprzedawany za szczególnie wysoką cenę, to można zakładać również szczególne przeznaczenie danego towaru, o ile dodatkowo wskazują na to okoliczności towarzyszące zawarciu samej umowy. Można też posiłkowo odwoływać się do ceny, jeśli strony nie zawarły indywidualnych uzgodnień, dotyczących zbywanego towaru i stosowane jest kryterium zwykłego przeznaczenia i zwykłych właściwości towarów danego rodzaju (art. 4 ust. 2 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej). W takiej sytuacji cena może bowiem wyznaczać, do jakiej klasy (rodzaju) towarów towar powinien przynależeć.

#### **5. Charakter określonych ustawą kryteriów oceny zgodności towaru z umową.**

<sup>1</sup> Kluczowe znaczenie winna mieć tu ocena, czy sprzedawca jest samodzielnym podmiotem pod względem prawnym – oczywiście przedsiębiorca prowadzący wiele sklepów winien odpowiadać za zapewnienia składane przez jego pracowników, nawet jeśli złożył je pracownik wykonujących pracę innym z jego sklepów, niż ten, w którym finalnie zawarto umowę sprzedaży. Płaszczyzna oceny powinna jednak tutaj przypadać na uzgodnienia indywidualne w rozumieniu ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Wydaje się, że reguła ta nie powinna dotyczyć sklepów działających w ramach sieci franchisingowych, ponieważ uczestnikami systemu są formalnie samodzielni przedsiębiorcy.

<sup>2</sup> W doktrynie wskazuje się, że w zasadzie bez znaczenia jest odniesienie cech towaru niezgodnego z umową do jego wartości rynkowej, ponieważ ochrona na gruncie ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej zorientowana jest na realizację usprawiedliwionych okolicznościami oczekiwań konsumenta – tak: J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 146-147. W doktrynie podkreśla się związek prawnej ochrony uzasadnionych oczekiwań konsumenta z autonomicznymi celami gospodarczymi w ramach Wspólnoty – por. R. Stefanicki, *Sprzedaż konsumencka w świetle ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej*, *Monitor Prawniczy*, 2004, nr 7, s. 316.

Trafnie wskazuje się w literaturze, że z uwagi na ochronny cel regulacji, nie jest dopuszczalne wyłączenie określonych w dyrektywie 1999/44, a implementowanych w ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, kryteriów oceny zgodności towaru z umową, chyba że nastąpi to właśnie poprzez pozytywne (a odmienne od modelu ustawowego) uzgodnienie właściwości danego towaru<sup>1</sup>. W obrocie konsumenckim do wyłączenia ustawowych kryteriów oceny nie powinny też prowadzić spotykane w praktyce oświadczenia sprzedawców, że sprzedają oni towar konsumpcyjny w stanie takim, w jaki on się znajduje, bez składania jakichkolwiek zapewnień dotyczących jego właściwości. Skoro bowiem sprzedawca jest chroniony w ten sposób, że nie odpowiada za niezgodność towaru z umową, znaną kupującemu przy zawieraniu umowy, to zakresu tego nie można rozszerzać na niekorzyść konsumenta na sytuacje, o których konsument nie wiedział. Na tle regulacji, dotyczącej odpowiedzialności z tytułu zapewnień dotyczących towaru, wątpliwości budzi też zgłaszanie przez sprzedawcę zastrzeżeń „na wszelki wypadek”, w celu wyłączenia (ograniczenia) ewentualnej odpowiedzialności względem konsumenta<sup>2</sup>. Zastrzeżeń tych pozbawia się znaczenia, jeśli nie mają doniosłego znaczenia dla określonego przez kupującego celu (szczególnego przeznaczenia towaru)<sup>3</sup>. Jeśli natomiast sprzedawca w odpowiedzi na oczekiwania zgłoszone przez nabywcę wskaże, że nie ma w tym zakresie wiedzy, to oświadczenie to zaleca się poddawać ocenie, czy miało ono charakter zastrzeżenia w rozumieniu art. 4 ust. 2 *in fine* ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Jeśli oświadczenie złożone przez sprzedawcę ma charakter zastrzeżenia, to konsekwentnie musi ono skutkować wyłączeniem odpowiedzialności w zakresie zgodności z takim oczekiwaniem nabywcy<sup>4</sup>. Z uwagi na możliwe bogactwo stanów faktycznych, warto pośilkować się przy ocenie niezgodności towaru z umową przyjętym na tle prawa niemieckiego podziałem na: wiążące przy ocenie zgodności towaru z umową, a dokonywane między sprzedawcą i kupującym uzgodnienia o stanie (właściwościach) rzeczy, oraz na oświadczenia wiedzy, składane przez sprzedającego bez ręczenia w stosunku do kupującego za ich prawdziwość<sup>5</sup>. Warto jednak zaznaczyć, że jeśli wskazane przez sprzedawcę właściwości towaru stają się podstawą podjęcia przez kupującego decyzji o zakupie tego towaru, to jest to element uzgodnienia o stanie (właściwościach) rzeczy, w pełni wymierny

<sup>1</sup> M. Pecyna, *Ustawa ...*, s. 100. W motywach dyrektywy 1999/44/WE wskazano też wprost, że domniemania wzruszalne, dotyczące zgodności towaru z umową nie mają prowadzić do ograniczenia swobody umów (zob. pkt 8 preambuły).

<sup>2</sup> Zwraca na to uwagę J. Jezioro [w:] J. Jezioro (red.) *Ustawa ...*, s. 171.

<sup>3</sup> Tak: Pecyna, *Ustawa ...*, s. 131.

<sup>4</sup> Zob. E. Habryn – Motawska, *Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową sprzedaży konsumenckiej*, Warszawa 2010, s. 64 i nast.; R. Stefanicki, *Ochrona ...*, s. 174.

<sup>5</sup> Tak: orzeczenie niemieckiego Trybunału Federalnego z dnia 12 marca 2008 roku (VIII ZR 253/05) NJW 08, s. 1517. W orzeczeniu tym Trybunał rozważał problematykę ewentualnego uprawnienia kupującego (konsumenta) do odstąpienia od zawartej umowy sprzedaży używanego samochodu osobowego, w sytuacji, gdy okazało się, że samochód ten jest powypadkowy, o czym kupujący nie wiedział. Sprzedawca (przedsiębiorca) określał ten samochód jako „bezwypadkowy – według zapewnień poprzednich właścicieli”. Trybunał uznał, że nie doszło w ten sposób do określenia właściwości rzeczy, na potrzeby oceny zgodności towaru z umową (niem. - *Beschaffenhetsvereinbarung*). Takie ustalenie właściwości towaru miałyby natomiast miejsce, w razie sprzedaży od osoby prywatnej, która wiedziałaby o wypadkowości samochodu, a okoliczność tę zataiła, bądź też, gdyby tę cechę przedmiotu sprzedaży (tj. bezwypadkowość) uznać w danej sprawie jako chociażby konkludentnie przez strony ustaloną (objętą umową). Tymczasem w zaistniałym stanie faktycznym sprzedawca jedynie przekazał kupującemu otrzymane od poprzednich właścicieli informacje (oświadczenie wiedzy), a podając źródło tej wiedzy zaakcentował, że nie chodzi tu o jego własną wiedzę.

dla oceny zgodności towaru z umową. Należy też zaznaczyć, że na tle prawa polskiego o niezgodności towaru z umową świadczyć będzie już to, że towar w rzeczywistości nie odpowiada opisowi podawanemu przez sprzedawcę kupującemu (domniemanie niezgodności towaru z umową)<sup>1</sup>.

## 6. Podsumowanie

Właściwości oraz przeznaczenie towaru stanowią bardzo istotne i co do zasady równorzędne kryteria oceny zgodności towaru konsumpcyjnego z umową. Mają one zasadniczy wpływ na uprawnienia konsumenta w razie niezgodności towaru z umową. To, jakie właściwości oraz przeznaczenie ma mieć sprzedawany towar, powinno zostać w idealnym przypadku ustalone w oparciu o wolę stron, wyrażoną w umowie. Preferencje stron odczytywane są jednak na gruncie kryteriów ustawowych również z próbek, wzorów, jakimi posługiwał się sprzedający, opisu towaru, podawanego przez sprzedawcę, a także z zaakceptowanych przez sprzedającego oczekiwań kupującego, dotyczących przydatności towaru, a ujawnionych przy zakupie towaru (skonkretyzowane przeznaczenie towaru). Z uwagi na masowość obrotu z udziałem konsumentów oraz wielość informacji o charakterze informacyjno-reklamowym rozpowszechnianych publicznie, ustawodawca nakazuje również sięgać pomocniczo do wyrażonych w przepisach reguł, pozwalających stwierdzić w konkretnej sytuacji swoisty wzorzec wymaganej właściwości oraz przeznaczenia towaru na potrzeby ustalenia, czy sprzedawca dostarczył towar zgodny z umową, w razie i w zakresie w jakim zabrakło między nimi indywidualnego uzgodnienia. W ten sposób wprowadza się miernik przydatności towaru do celu, do jakiego służą zwykle towary tego samego rodzaju (zwykle przeznaczenie towaru), a także czyni sprzedawcę związanym zapewnieniami składanymi publicznie przez wymienione w ustawie podmioty (w szczególności producenta). Dzięki temu wzmacnia się ochronę konsumenta, podejmującego decyzje o nabyciu towarów konsumpcyjnych na podstawie szeregu bodźców zewnętrznych, a często w pośpiechu i bez werbalizowania własnych oczekiwań oraz bez dokonywania indywidualnych uzgodnień. Wyłączenie określonych w dyrektywie 1999/44, a implementowanych w ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej kryteriów oceny zgodności towaru z umową możliwe jest zaś tylko poprzez pozytywne (indywidualne) uzgodnienie określonych właściwości oraz przeznaczenia danego towaru. Oczekiwania konsumenta uznaje się na gruncie reguł ustawowych za elementy treści stosunku prawnego łączącego go ze sprzedawcą (dorozumiane postanowienia umowne), ze wszystkimi tego konsekwencjami dla oceny zgodności towaru z umową. Na tle przepisów ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej przy ocenie zgodności towaru z umową nie przywiązuje się zatem wagi do tego, z jakich względów dany konsument nabył określony towar, jakie miał o tym towarze rzeczywiste wyobrażenie i czy określone właściwości lub przeznaczenie towaru miały jakkolwiek wpływ na decyzję konsumenta o nabyciu towaru. Wydaje się jednak, że rzeczywista wola stron przy zawieraniu umowy nie powinna być całkowicie ignorowana, w szczególności jeśli sprzedawca będzie w stanie wykazać, że dana właściwość lub przeznaczenie towaru nie miały żadnego wpływu na decyzję kupującego o zawarciu umowy. Argumentacja sprzedawcy może wtedy odwoływać się do kryteriów stosowanych przy indywidualnym uzgadnianiu cech towaru. Natomiast w ramach uwzględniania całokształtu okoliczności danego przypadku miarodajne dla ustalenia wymaganych właściwości oraz przeznaczenia towaru może stać się pomocniczo również określenie wysokości ceny, szczególnie gdy jest ona wyraźnie wyższa lub niższa, na tle cen porównywalnych towarów.

---

<sup>1</sup> Tak: art. 4 ust. 2 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej.