

MACIEJ KOSZOWSKI

WAGA, ISTOTA I CHARAKTER UMOWY SPRZEDAŻY
WRAZ Z UWZGLĘDNIENIEM
POJĘCIA SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ

Wśród czynności prawnych umowa sprzedaży – jak się wydaje – zajmuje miejsce szczególne. To za jej pośrednictwem najczęściej dochodzi do wymiany dóbr w wysoko rozwiniętych społeczeństwach, co sprawia, iż trudno byłoby przecenić jej znaczenie dla współczesnych gospodarek o wolnorynkowej orientacji oraz kardynalnej dla nich zasady swobodnego przepływu towarów i usług.

Na przykład Z. Banaszczyk uważa kontrakt sprzedaży za „najbardziej rozpowszechnioną czynność prawną prowadzącą do wymiany dóbr w gospodarce towarowo-pieniężnej”, a W. Katner i I. Weiss zgodnie wskazują, że to właśnie umowa sprzedaży jest najczęściej występującą umową w obrocie gospodarczym¹. Niektórzy przedstawiciele doktryny posuwają się jeszcze dalej, postrzegając umowę sprzedaży nawet za „najbardziej reprezentatywną i bodaj najważniejszą w życiu gospodarczym”².

Warto też zauważyć, iż umowa sprzedaży – której funkcja ekonomiczna polega na umożliwieniu uczestnikom obrotu wymiany rzeczy lub innych dóbr

Dr MACIEJ KOSZOWSKI – adiunkt Wydziału Prawa i Administracji Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy; adres do korespondencji: ul. M. Piotrowskiego 11-14, 85-098 Bydgoszcz; e-mail: negotium@op.pl

¹ Z. B a n a s z c z y k, [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz do artykułów 450-1088*, red. K. Pietrzykowski, t. 2, wyd. 5, Warszawa 2009, s. 230; W. K a t n e r, [w:] *System prawa prywatnego*, red. J. Rajski, t. 7, wyd. 2, Warszawa 2004, s. 7; I. W e i s s, *Słowo wstępne*, [w:] M. W o j d y ł o, *Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi i gwarancji jakości przy umowie sprzedaży w obrocie gospodarczym*, Kraków 1999, s. 7.

² C. Ż u ł a w s k a, [w:] *Komentarz do kodeksu cywilnego. Księga trzecia. Zobowiązania*, red. G. Bieniek, H. Ciepla, t. 2, wyd. 9, Warszawa 2009, s. 14.

na pieniądź – skutecznie wyparła konkurencyjną dla niej umowę zamiany („wymiany”), typową dla społeczeństw pierwotnych. Umowa zamiany na skutek zwiększającej się roli pieniądza z czasem zaczęła bowiem odgrywać coraz mniejszą rolę, by ostatecznie stać się instrumentem zupełnie wyjątkowym. Wydaje się, że jej znaczenie kosztem umowy sprzedaży obecnie może wzrosnąć na nowo tylko w przypadku stanów nadzwyczajnych, takich jak np. wojna, kryzys gospodarczy czy klęski żywiołowe.

1. DEFINICJA UMOWY SPRZEDAŻY

Kierując się treścią art. 535 k.c., umowę sprzedaży pojmować by należało jako zobowiązanie po stronie sprzedawcy do przeniesienia własności rzeczy i jej wydania oraz zobowiązanie kupującego do zapłaty ceny i odebrania rzeczy. W doktrynie umowę sprzedaży definiuje się jednak inaczej, tj. uwzględniając nie jeden, lecz dwa artykuły Kodeksu cywilnego: art. 535 i 555. Tym sposobem J. Skąpski utrzymuje, że na mocy umowy sprzedaży sprzedawca zobowiązuje się do przeniesienia na kupującego własności rzeczy, energii lub innego prawa majątkowego w zamian za zobowiązanie się kupującego do zapłaty sumy pieniężnej (ceny)³. Analogicznie treść zobowiązania sprzedawcy postrzega M. Wojdyło wskazując, że polega ono na obowiązku przeniesienia na kupującego określonego prawa zbywalnego oraz wydania przedmiotu objętego umową⁴. Przedmiotem świadczenia sprzedawcy mogą być przy tym nie tylko pojedyncze rzeczy lub prawa, ale w sytuacji, gdy ustawodawca wyraźnie na to zezwala, również całe ich zespoły (np. spadek, gospodarstwo rolne czy przedsiębiorstwo w rozumieniu przedmiotowym).

Brak jest jednakże w doktrynie zgody odnośnie do tego, czy obowiązek kupującego do odebrania należycie mu wydanego przedmiotu sprzedaży stanowi korelat zobowiązania sprzedawcy do wydania rzeczy, czy też obowiązek ten ma charakter samoistny. Kwestia ta jest o tyle istotna, iż przyjęcie pierwszej z możliwości powoduje, że nieodebranie przedmiotu sprzedaży będzie stanowiło zwłokę wierzyciela, a nie dłużnika, z czym mielibyśmy do czynienia w przypadku drugim⁵.

³ J. Skąpski, [w:] *System prawa cywilnego*, red. W. Czachórski, red. S. Grzybowski, t. III, cz. 2, Wrocław 1976, s. 2.

⁴ Wojdyło, *Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi*, s. 13.

⁵ Tak np. ku zwłoce wierzyciela skłania się tutaj Wojdyło, tamże, s. 14; za zwłoką dłużnika opowiada się Banaszczyk, art. cyt., s. 241.

Co do ceny, jaka ma być uiszczona przez kupującego w zamian za nabycie własności rzeczy lub prawa, to jest ona zawsze świadczeniem pieniężnym; inaczej dana czynność prawna nie mogłaby być uznana za umowę sprzedaży. Świadczenie to może być spełnione zarówno w postaci gotówkowej, jak i bezgotówkowej (np. przelew bankowy lub polecenie zapłaty).

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA UMOWY SPRZEDAŻY

Jeśli chodzi o ogólną charakterystykę umowy sprzedaży, to przede wszystkim umowa ta zaliczana jest do czynności prawnych dwustronnie zobowiązujących. W jej przypadku oznacza to, że w podwójnej roli dłużnika oraz wierzyciela występuje zarówno sprzedawca, jak i kupujący. Co więcej, ponieważ świadczenie każdej ze stron uważane jest tu za równoważne (ekwiwalentne), należy ona również do kategorii tzw. umów wzajemnych (synalagmatycznych), a więc takich, do których zastosowanie mają art. 487-497 k.c.⁶

Obok skutku zobowiązującego kontrakt sprzedaży z reguły „automatycznie” wywołuje też skutek rozporządzający, co sprawia, że do przeniesienia na kupującego własności przedmiotu sprzedaży zazwyczaj nie potrzeba już zawierać żadnej dodatkowej umowy. W tym względzie polskie rozwiązanie odpowiada bowiem modelowi francuskiemu, a nie jego germańskiemu odpowiednikowi. W tym ostatnim umowa zobowiązująca jest wyraźnie oddzielona od umowy rozporządzającej (zawarcie tej drugiej jest niezbędne do wykonania tej pierwszej)⁷. Podwójny rozporządzająco-zobowiązujący charakter umów sprzedaży znalazł swój bezpośredni wyraz w treści art. 155 (rzeczy), 510 (wierzytelności) oraz 1052 (spadki) k.c. Natomiast ogólną regułę podwójnego skutku umów sprzedaży, niezależnie od tego, co stanowi ich przedmiot (rzecz czy prawo), w polskiej nauce prawa podaje Skąpski⁸.

Warto też zauważyć, że „polska” umowa sprzedaży jest czynnością prawną konsensualną (dochodzi do skutku przez samo porozumienie się stron – tzw.

⁶ Przy czym w doktrynie przyjmuje się, że chodzi tu o ekwiwalentność w znaczeniu subiektywnym, tj. z punktu widzenia samych stron danej umowy; w odróżnieniu od znaczenia obiektywnego (np. równa wartość rynkowa każdego z wzajemnych świadczeń); zob. B a - n a s z c z y k, art. cyt., s. 233-234.

⁷ K a t n e r, art. cyt., s. 9, 10.

⁸ S k ą p s k i, art. cyt., s. 30.

solo consensu), z definicji odpłatną oraz przysparzającą, a przez to i kausalną („przyczynową”)⁹. Dokładnie w grę wchodzi tu dwa rodzaje przyczyn prawnych: tzw. *causa obligandi vel acquirendi* oraz *causa solvendi*. Z tym jednak zastrzeżeniem, iż kausalność umów sprzedaży, poza przypadkiem obrotu nieruchomościami, z zasady ma w Polsce charakter wyłącznie materialny, to znaczy mimo wymogu istnienia ważnej *causy*, nie jest już konieczne wymienienie jej w treści zawieranej umowy.

Ponadto z umową sprzedaży spotykamy się we wszystkich trzech zwyczajowo wyróżnianych rodzajach obrotu, tj. powszechnym, obustronnie profesjonalnym i jednostronnie profesjonalnym, co nie znaczy jednak, że do wszystkich umów sprzedaży stosujemy te same regulacje prawne.

3. WYODRĘBNIENIE SPRZEDAŻY KONSUMENCKIEJ

Jeszcze do niedawna określenie „sprzedaż konsumencka” było w Polsce pojęciem wyłącznie doktrynalnym. Brak było bowiem jakichkolwiek przepisów prawa stanowionego, które używałyby takiego terminu. Zwrotem „sprzedaż konsumencka” nie posługiwano się zarówno w postanowieniach Kodeksu cywilnego, jak i w tekście rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 30 maja 1995 r. w sprawie szczegółowych warunków zawierania i wykonywania umów sprzedaży rzeczy ruchomych z udziałem konsumentów (Dz. U. nr 64 poz. 328 z 1995 r.) oraz rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 25 czerwca 2002 r. w sprawie szczegółowych warunków zawierania i wykonywania umów sprzedaży między przedsiębiorcami a konsumentami (Dz. U. nr 96 poz. 851 z 2002 r.). W efekcie na tle polskiego porządku prawnego na termin „sprzedaż konsumencka” można było natknąć się co najwyżej w opracowaniach doktryny.

Sytuacja zmieniła się diametralnie wraz z implementacją do polskiego ustawodawstwa dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1999/44 z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie określonych aspektów sprzedaży i gwarancji na dobra konsumpcyjne (Dz. Urz. WE L 171 z 07.07.1999), w którym to celu Sejm i Senat uchwalił ustawę z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. nr 141, poz. 1176 z 2002 r.), określając jej chwilę wejścia w życie na dzień 1 stycznia 2003 r. Mianowicie ustawa ta – zarówno w swojej nazwie, jak i w dodanym na jej mocy do Kodeksu cywilnego art. 535¹ – wprost

⁹ Na temat pojęcia *causy* i jej rodzajów zob.: A. Wolter, J. Ignatowicz, K. Stefaniuk, *Prawo cywilne. Zarys części ogólnej*, wyd. 2, Warszawa 2001, s. 270-274, por. też s. 283-284.

posłużyła się określeniem „sprzedaż konsumencka”, tym samym wprowadzając je do polskiego języka prawnego.

Jednakże ani Kodeks cywilny, ani powołana wyżej ustawa w żaden sposób nie wyjaśniły, co należy rozumieć pod pojęciem „sprzedaży konsumenckiej”. Brak w nich w tym przedmiocie jakichkolwiek definicji legalnych (w tej drugiej, mimo odejścia od rozwiązania z Kodeksu cywilnego, nie pokuszono się nawet o zdefiniowanie osoby konsumenta). Kierując się jednak systematyką i treścią ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej... należy przyjąć, iż ze sprzedażą konsumencką mamy do czynienia zawsze wtedy, ilekroć do danej umowy sprzedaży będziemy stosować przepisy tej ustawy. *Ergo*, aby zakwalifikować konkretny stosunek prawny jako sprzedaż konsumencką, musi on podpadać zarówno pod zakres podmiotowy, jak i przedmiotowy tejże ustawy¹⁰.

W rezultacie umowa sprzedaży konsumenckiej w znaczeniu polskiego języka prawnego jest czynnością prawną występującą wyłącznie w obrocie konsumenckim, postrzeganym jako podtyp obrotu jednostronnie profesjonalnego. Nie spotkamy się z nią natomiast w obrocie powszechnym oraz obustronnie profesjonalnym¹¹, Inną kwestią jest, czy obok tak pojmowanej, jak w akapicie wyżej, sprzedaży konsumenckiej w obrocie konsumenckim nie występują inne jeszcze postaci sprzedaży¹².

*

Umowa sprzedaży należy do najistotniejszych czynności prawnych, jakie występują dzisiaj w obrocie. Jest umową dwustronnie zobowiązującą, wza-

¹⁰ Na podstawie art. 1 ust. 1-3 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej [...] ustawę tę stosuje się do umów sprzedaży: a) zawieranych między podmiotem, który dokonuje sprzedaży w zakresie działalności przedsiębiorstwa, oraz osobą fizyczną działającą w celu niezwiązanym z jej działalnością zawodową lub gospodarczą (zakres podmiotowy); b) których przedmiotem jest rzecz ruchoma, w tym/oraz gaz i woda, jakie sprzedawane są w ograniczonej ilości lub w określonej objętości (zakres przedmiotowy). Dodatkowo zakresy te ogranicza jeszcze wyjęcie spod rządów ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej [...] sprzedaży egzekucyjnej oraz sprzedaży dokonywanej w postępowaniu upadłościowym tudzież innych postępowaniach sądowych; por. też M. P e c y n a, *Ustawa o sprzedaży konsumenckiej. Komentarz*, wyd. 2, Kraków 2007, s. 9-12.

¹¹ Odnosnie do trzech wyróżnianych odmian obrotu, wraz z podtypem obrotu konsumenckiego w ramach jednej z nich, zob. M. Koszowski, *Obrót powszechny, profesjonalny i konsumencki*, „Ius Novum” 4(2010), s. 160-164.

¹² Por. niepokrywające się zakresy art. 22¹ k.c. i art. 1 ust. 1 i 2 ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej [...] w świetle regulacji art. 558 § 1 k.c.

jemną, zawsze odpłatną, przysparzającą oraz kauzalną. Jej istota sprowadza się do zobowiązania kupującego do zapłaty ceny, którą może stanowić jedynie świadczenie pieniężne, i do odebrania przedmiotu sprzedaży oraz do zobowiązania sprzedawcy do wydania przedmiotu sprzedaży i przeniesienia jego własności na kupującego; przy czym przedmiotem sprzedaży może tu być zarówno rzecz, jak i prawo lub energia, a w przypadkach wyraźnie w ustawie przewidzianych – nawet całe ich zespoły.

Spośród wszystkich postaci sprzedaży umowę sprzedaży konsumenckiej wyróżnia stosowanie do niej przepisów ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. nr 141, poz. 1176 z 2002 r.). Samo zaś pojęcie sprzedaży konsumenckiej jest w Polsce jednym z terminów języka prawnego.

SIGNIFICANCE, ESSENCE AND CHARACTERISTICS
OF CONTRACT OF SALE,
AS WELL AS THE CONCEPT OF CONSUMER SALE

S u m m a r y

The article describes the significance, gist and main features of contract of sale in Poland. Additionally, the concept of consumer sale is highlighted as seen in the context of the Polish legal order.

Thus, the Polish contract of sale is essentially an obligation of a buyer to pay the price for merchandise and accept the delivery of it, and the obligation of the vendor to deliver the merchandise and transfer the property thereof. The object of the transaction may be either real estate or chattels and transferable rights. However, the price must be always expressed in an amount of money which may be paid in cash or in other forms.

Moreover, in Poland, the contract of sale means a mutual, equivalent obligation of each party, which enters into force by virtue of being solely concluded, i.e. without the necessity to hand acquired goods over to the buyer. Similarly, as a rule, in Poland there is no need to enter into another contract in order to convey the property in goods to the buyer. The contract of sale automatically has this effect.

In Poland, consumer had been merely a term of legal doctrine for a long time, not appearing in any statute or regulation. The act of the 27 July 2002 pertaining to specific conditions of consumer sale served as a landmark in this respect. Namely, together with that act the phrase: consumer sale became a term which belongs to the Polish legal terminology.

Translated by Tomasz Pałkowski

Słowa kluczowe: sprzedaż, konsument, kontrakt, prawo.

Key words: sale, consumer, contract, law.