

Sprzedaż przez Internet. Aspekty prawne.

redakcja Mariusz Zelek

Opracowanie przedstawia prawne aspekty sprzedaży przez Internet w świetle prawa polskiego i wybranych regulacji o charakterze europejskim i międzynarodowym, zarówno z punktu widzenia sprzedawcy jak i kupującego. Poszczególne rozdziały bazują na rozwiązaniach prawnych dotyczących sprzedaży w ogólności, wskazując na odmienności związane ze specyfiką sprzedaży za pośrednictwem Internetu.

Praca zawiera omówienie podatkowych oraz procesowych aspektów takiej sprzedaży, w tym dotyczących wyboru prawa właściwego przy transakcjach z elementem obcym (zagranicznym). Poddano także analizie zagadnienia sprzedaży napojów alkoholowych, wyrobów tytoniowych oraz produktów leczniczych przez Internet, ponadto przedstawiono model regulacji prawnej handlu elektronicznego w Unii Europejskiej, jak również opisano występujące aktualnie w UE tendencje unifikacyjne w zakresie prawa sprzedaży przez Internet.

Spis treści:

Wykaz skrótów

Przedmowa

ROZDZIAŁ 1. SPRZEDAŻ PRZEZ INTERNET W PRAWIE EUROPEJSKIM

Grzegorz Kurzyca

- 1.1. Źródła prawa sprzedaży internetowej
 - 1.1.1. Miękkie prawo – *soft law*
 - 1.1.2. Autoregulacja
 - 1.1.3. Koregulacja
 - 1.1.4. Zwyczaj
 - 1.1.5. Konwencja międzynarodowa
 - 1.1.6. Akty organizacji lub organów międzynarodowych
 - 1.1.7. Internet *lex mercatoria*
- 1.2. Europejskie źródła prawa dotyczące handlu elektronicznego
 - 1.2.1. Orzecznictwo międzynarodowe
 - 1.2.2. Netykieta
- 1.3. Dyrektywa o handlu elektronicznym
- 1.4. Dyrektywa o ochronie konsumentów
- 1.5. Dyrektywa w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji
- 1.6. Nowe europejskie prawo sprzedaży

ROZDZIAŁ 2. SPRZEDAŻ W ŚWIETLE PRAWA POLSKIEGO

Mariusz Zelek

- 2.1. Charakterystyka umowy sprzedaży
- 2.2. Strony i inni uczestnicy sprzedaży
 - 2.2.1. Przedsiębiorcy
 - 2.2.2. Konsumenty
 - 2.2.3. Internetowe platformy aukcyjne, portale zakupów grupowych i wirtualne galerie handlowe
- 2.3. Przedmiot, treść i elementy umowy sprzedaży
 - 2.3.1. Przedmiot sprzedaży
 - 2.3.2. Treść i elementy umowy sprzedaży
- 2.4. Szczególne rodzaje sprzedaży
 - 2.4.1. Sprzedaż na raty
 - 2.4.2. Sprzedaż z zastrzeżeniem własności rzeczy sprzedanej
 - 2.4.3. Sprzedaż na próbę albo z zastrzeżeniem zbadania rzeczy
 - 2.4.4. Sprzedaż z zastrzeżeniem prawa odkupu
 - 2.4.5. Sprzedaż z zastrzeżeniem prawa pierwokupu
 - 2.4.6. Sprzedaż konsumencka

2.5. Sprzedaż przez Internet

ROZDZIAŁ 3. ZAWARCIE UMOWY SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET

Anna Wilińska-Zelek

- 3.1. Elektroniczne oświadczenie woli
- 3.2. Podpis elektroniczny
- 3.3. Sposoby zawarcia umowy
 - 3.3.1. Oferta i jej przyjęcie
 - 3.3.2. Negocjacje
 - 3.3.3. Aukcja i przetarg
 - 3.3.3.1. Regulacje charakterystyczne dla aukcji
 - 3.3.3.2. Regulacje charakterystyczne dla przetargu
- 3.4. Wzorce umowne
- 3.5. Dodatkowe zastrzeżenia umowne
 - 3.5.1. Zadatek
 - 3.5.2. Umowne prawo odstąpienia i odstępnego
 - 3.5.3. Kara umowna

ROZDZIAŁ 4. WYKONANIE UMOWY SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET ORAZ SKUTKI JEJ NIETYKONANIA BĄDŹ NIENALEŻYTEGO WYKONANIA

Wiktor Andraszak

- 4.1. Wykonanie umowy sprzedaży przez Internet
- 4.2. Odpowiedzialność sprzedawcy internetowego
- 4.3. Opóźnienie i zwłoka oraz ich następstwa
- 4.4. Nadzwyczajna zmiana stosunków (*clausula rebus sic stantibus*)
- 4.5. Rękojmia za wady
- 4.6. Gwarancja jakości
- 4.7. Niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową
- 4.8. Gwarancja komercyjna (europejska)

ROZDZIAŁ 5. USTANIE STOSUNKU WYNIKAJĄCEGO Z UMOWY SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET I JEGO SKUTKI

Klaudia Ławniczak

- 5.1. Wygaśnięcie umowy wskutek niezawinionej niemożliwości świadczenia
- 5.2. Wygaśnięcie umowy wskutek niedostępności przedmiotu świadczenia
- 5.3. Odstąpienie od umowy sprzedaży przez Internet
 - 5.3.1. Odstąpienie od umowy na podstawie art. 395 KC – umowne prawo odstąpienia
 - 5.3.1.1. Forma oświadczenia o odstąpieniu od umowy
 - 5.3.1.2. Termin do odstąpienia od umowy
 - 5.3.1.3. Zastrzeżenie odstępnego
 - 5.3.1.4. Skutki odstąpienia od umowy
 - 5.3.2. Odstąpienie od umowy na podstawie art. 491 KC – zwłoka jednej ze stron w wykonaniu umowy
 - 5.3.2.1. Obowiązek wyznaczenia dodatkowego terminu do wykonania zobowiązania
 - 5.3.2.2. Forma oświadczenia o odstąpieniu od umowy
 - 5.3.2.3. Skutki odstąpienia od umowy
 - 5.3.3. Odstąpienie od umowy na podstawie art. 492 KC – *klauzula lex commissoria*
 - 5.3.4. Odstąpienie od umowy na podstawie art. 493 KC – zawiniona niemożliwość jednego ze świadczeń wzajemnych
 - 5.3.5. Odstąpienie od umowy na podstawie art. 495 § 2 KC – niezawiniona częściowa niemożliwość jednego ze świadczeń wzajemnych
 - 5.3.6. Szczególne uprawnienia konsumentów do odstąpienia od umowy sprzedaży przez Internet
 - 5.3.6.1. Odstąpienie od umowy na podstawie przepisów UONPK
 - 5.3.6.1.1. Forma oświadczenia o odstąpieniu od umowy
 - 5.3.6.1.2. Termin do odstąpienia od umowy
 - 5.3.6.1.3. Ograniczenia stosowania prawa odstąpienia od umowy
 - 5.3.6.1.4. Skutki odstąpienia od umowy
 - 5.3.6.2. Odstąpienie od umowy w projekcie nowej dyrektywy regulującej prawa konsumentów
- 5.4. Prawo zatrzymania

ROZDZIAŁ 6. OGRANICZENIA SPRZEDAŻY WYBRANYCH TOWARÓW PRZEZ INTERNET

Adam Flaszewski

- 6.1. Sprzedaż napojów alkoholowych przez Internet

- 6.1.1. Wprowadzenie
- 6.1.2. Prawne aspekty dopuszczalności prowadzenia sprzedaży napojów alkoholowych przez Internet
- 6.1.3. Przesłanki zgodnego z prawem obrotu napojami alkoholowymi
- 6.1.4. Sprzedaż przez Internet w świetle ustawowego zakazu reklamy i promocji napojów alkoholowych
- 6.1.5. Utrata zezwolenia na obrót alkoholem
- 6.1.6. Odpowiedzialność karna
- 6.2. Sprzedaż wyrobów tytoniowych przez Internet
 - 6.2.1. Wprowadzenie
 - 6.2.2. Prawne aspekty dopuszczalności prowadzenia sprzedaży wyrobów tytoniowych przez Internet
 - 6.2.3. Obowiązki podmiotu dokonującego sprzedaży wyrobów tytoniowych przez Internet
 - 6.2.4. Konsekwencje prawne sprzecznej z UOZNUT sprzedaży wyrobów tytoniowych przez Internet
- 6.3. Sprzedaż produktów leczniczych przez Internet
 - 6.3.1. Wprowadzenie
 - 6.3.2. Prawne aspekty dopuszczalności prowadzenia sprzedaży produktów leczniczych przez Internet
 - 6.3.3. Obowiązki podmiotu prowadzącego sprzedaż produktów leczniczych przez Internet
 - 6.3.4. Konsekwencje prawne sprzecznej z UPF sprzedaży produktów leczniczych przez Internet

ROZDZIAŁ 7. PROCESOWE ASPEKTY SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET

Justyna Engelgardt

- 7.1. Uwagi wprowadzające do rozdziału
- 7.2. Roszczenia z umów sprzedaży przez Internet jako przykład roszczeń znajdujących się w katalogu spraw cywilnych i ich egzemplifikacja
- 7.3. Dochodzenie roszczeń z umów sprzedaży przez Internet na drodze sądowej
- 7.4. Tok procesu cywilnego
 - 7.4.1. Wprowadzenie
 - 7.4.2. Warunki formalne skutecznego wytoczenia powództwa z umowy sprzedaży przez Internet
 - 7.4.3. Strony procesu
 - 7.4.3.1. Krąg podmiotów uprawnionych do wytoczenia powództwa
 - 7.4.3.2. Ustalenie tożsamości stron procesu
 - 7.4.3.3. Ustalenie miejsca zamieszkania pozwanego
 - 7.4.3.4. Pisma procesowe wnoszone przez strony i obowiązki z tym związane
 - 7.4.4. Sąd właściwy
 - 7.4.5. Postępowanie dowodowe
 - 7.4.6. Zapadłe rozstrzygnięcie, środki odwoławcze oraz wykonanie orzeczenia
 - 7.4.7. Postępowanie zabezpieczające
 - 7.4.8. Elektroniczne postępowanie upominawcze jako innowacyjny sposób dochodzenia roszczeń z umowy sprzedaży przez Internet
- 7.5. Dochodzenie roszczeń w postępowaniu grupowym
- 7.6. Alternatywne metody rozwiązywania sporów dla roszczeń z umowy sprzedaży przez Internet
 - 7.6.1. Uwagi ogólne dotyczące pojęcia ADR
 - 7.6.2. Mediacja
 - 7.6.3. Arbitraż
 - 7.6.4. Stałe polubowne sądownictwo konsumenckie

ROZDZIAŁ 8. KOLIZYJNE ASPEKTY SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET

Magdalena Łazanowska-Majcher

- 8.1. Wprowadzenie
- 8.2. Swoboda wyboru prawa właściwego dla zobowiązań umownych
 - 8.2.1. Wybór prawa jako łącznik normy kolizyjnej
 - 8.2.2. Swoboda wyboru – regulacje konwencyjne i krajowe
- 8.3. Przepisy regulujące prawo właściwe w braku wyboru prawa
 - 8.3.1. Prawo właściwe dla zobowiązań umownych w oparciu o Rozporządzenie Rzym I
 - 8.3.2. Prawo właściwe dla zobowiązań umownych w oparciu o Konwencję rzymską
 - 8.3.3. Prawo właściwe dla zobowiązań umownych w oparciu o UPPM z 2011 r.
- 8.4. Ochrona konsumenta w wyborze prawa właściwego
 - 8.4.1. Regulacje krajowe chroniące konsumenta
 - 8.4.2. Wybór prawa w umowach konsumenckich w oparciu o przepisy konwencyjne i wspólnotowe
- 8.5. Ograniczenia swobody wyboru prawa właściwego
 - 8.5.1. Klauzula porządku publicznego
 - 8.5.2. Przepisy wymuszające swoje zastosowanie
- 8.6. Charakterystyka wybranych łączników decydujących o wyborze prawa właściwego dla umowy sprzedaży przez Internet
 - 8.6.1. Łącznik zwykłego i zwyczajnego pobytu
 - 8.6.2. Witryna WWW jako miejsce zawarcia umowy, serwer jako miejsce siedziby

8.6.3. Łącznik miejsca spełnienia świadczenia

ROZDZIAŁ 9. PODATKOWE ASPEKTY SPRZEDAŻY PRZEZ INTERNET

Włodzimierz Engelgardt

9.1. Opodatkowanie sprzedaży przez Internet

9.1.1. Podatek od towarów i usług

9.1.2. Podatek akcyzowy

9.1.3. Podatek od czynności cywilnoprawnych

9.1.4. Podatek dochodowy od osób fizycznych

9.1.5. Podatek dochodowy od osób prawnych

9.2. Skutki niewykonania obowiązków podatkowych

9.2.1. Szara strefa handlu internetowego

9.2.2. Ocena kontroli podatkowej, skarbowej i celnej w związku z handlem internetowym

9.2.3. Obecna polityka kontroli podatkowej

9.2.4. Opodatkowanie przychodów nieujawnionych

9.2.5. Przestępstwa i wykroczenia skarbowe

Wykaz literatury

Orzecznictwo