

Anna Wilk¹

dr hab., prof. AWSB, Akademia WSB, Dąbrowa Górnicza

orcid.org/0000-0002-9073-9153

anna.wilk@wsb.edu.pl

Prawne aspekty funkcjonowania sklepów autonomicznych

Wstęp

Sklep autonomiczny (bezobsługowy) jest innowacyjnym formatem handlu detalicznego, który pozwala na dokonywanie zakupów w przestrzeni stacjonarnej, ale wyłącznie przy wykorzystaniu rozwiązań bazujących na nowoczesnych technologiach internetowych². W sklepach tego rodzaju stanowisko kasjera-sprzedawcy zostało zastąpione przez rozwiązania bazujące na nowoczesnych technologiach informacyjnych, a klient może zrobić zakupy zupełnie sam, bez ingerencji personelu danej placówki³.

¹ Autorka jest doktorem habilitowanym nauk prawnych, profesorem Akademii WSB w Dąbrowie Górniczej oraz radcą prawnym. Specjalizuje się w prawie cywilnym, zwłaszcza w prawie zobowiązań oraz prawie rzeczowym.

² B. Kucharska, *Sklep bezobsługowy jako innowacyjny format handlu detalicznego – perspektywa postpandemiczna*, „Studia i Prace. Kolegium Zarządzania i Finansów” 2023, z. 188, s. 28.

³ *Ibidem*, s. 29. Na temat sklepów autonomicznych zob. także: E. de Bellis, G.V. Johar, *Autonomous Shopping Systems. Identifying and Overcoming Barriers to Consumer Adoption*, „Journal of Retailing” 2020, vol. 96, iss. 1, s. 74–87; S. Sohn, *Consumer Perceived Risk of Using Autonomous Retail Technology*, „Journal of Business Research” 2024, vol. 171, s. 1–10.

Aby zrobić zakupy w sklepie bezobsługowym, należy zazwyczaj uprzednio zainstalować odpowiednią aplikację na telefonie, zaś wejście do sklepu możliwe jest dzięki zeskanowaniu kodu QR⁴. Stosowane są jednak także inne rozwiązania, takie jak swobodny dostęp do sklepu (bez konieczności instalowania aplikacji), wejście dzięki skanowaniu karty płatniczej bądź skanowaniu twarzy (dzięki zastosowaniu systemów identyfikacji biometrycznej)⁵. Następnie klient skanuje wybrane produkty telefonem (w przypadku posiadania zainstalowanej aplikacji) lub też umieszcza je w strefie kasującej, gdzie są one skanowane przez system sklepu – w przypadku korzystania z aplikacji po umieszczeniu produktów w strefie kasującej na wyświetlaczu pojawia się automatycznie lista wybranego asortymentu⁶. Jeśli cała lista zakupów jest dobrze sporządzona, klient akceptuje ją oraz automatycznie pobierane są środki z jego karty płatniczej⁷. Korzystanie z tego typu sklepów jest z pewnością wygodne, jednak wzbudza także wśród konsumentów pewne obawy, np. związane z ochroną prywatności i ewentualnymi awariami technicznymi.

Rozwój sklepów autonomicznych w Polsce wydaje się mieć związek z regulacjami prawnymi zakazującymi handlu w niedziele i święta⁸. Tego typu sklepy funkcjonują bowiem bez pracowników obecnych w placówce, co pozwala na korzystanie z nich także w dni wolne od pracy. „Skutkiem ubocznym” istnienia takich sklepów

⁴ Zob. J. Nesterak, K. Kaleta, *Możliwości wykorzystania w działalności handlowej nowoczesnych technologii ery cyfryzacji*, [w:] *Wiedza – gospodarka – społeczeństwo. Innowacje i rachunkowość na drodze cyfrowej transformacji gospodarki*, red. A. Jaki, J. Nesterak, Toruń 2020, s. 20–21.

⁵ Zob. B. Kucharska, *Sklep bezobsługowy...*, *op. cit.*, s. 28.

⁶ *Ibidem*; J. Nesterak, K. Kaleta, *Możliwości...*, *op. cit.*, s. 20.

⁷ J. Nesterak, K. Kaleta, *Możliwości...*, *op. cit.*, s. 20.

⁸ Zob. *Sklepy autonomiczne beneficjentem uszczelnienia handlu w niedziele*, 10.02.2022, forsal.pl/biznes/handel/artykuly/8353873,sklepy-autonomiczne-beneficjentem-uszczelnienia-handlu-w-niedziele.html [dostęp: 28.12.2023]; *Duża sieć otwiera sklepy w niedziele niehandlowe*, 2.07.2023, money.pl/gospodarka/duza-siec-otwiera-sklepy-w-niedziele-niehandlowe-6915213955213984a.html [dostęp: 28.12.2023]; P. Mazurkiewicz, *Kolejna sieć otwiera autonomiczne sklepy bez pracowników*, 28.06.2023, rp.pl/handel/art38668181-kolejna-siec-otwiera-autonomiczne-sklepy-bez-pracownikow [dostęp: 28.12.2023].

może być więc przede wszystkim utrata zatrudnienia przez część dotychczasowych pracowników sektora handlu, jednak z funkcjonowaniem tego rodzaju sklepów wiążą się także inne problemy prawne, które zostały przedstawione w niniejszym opracowaniu.

Sklepy autonomiczne a prawa konsumenta

Sklep autonomiczny jest specyficzną formą handlu, dlatego też w pierwszej kolejności należy zastanowić się nad tym, czy w świetle aktualnych uregulowań prawnych wystarczający jest stopień ochrony konsumentów nabywających towary w tego typu sklepach.

W związku z brakiem obsługi w sklepach autonomicznych może nasuwać się pytanie, czy mamy do czynienia z umową zawartą na odległość bądź poza lokalem przedsiębiorstwa. Zgodnie z art. 2 pkt 1 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta⁹ przez umowę zawartą na odległość należy rozumieć

umowę zawartą z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy łącznie.

Natomiast w pkt 2 tego przepisu zawarta jest definicja legalna umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorstwa, w myśl której umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa to umowa z konsumentem zawarta:

- a) przy jednoczesnej fizycznej obecności stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy,
- b) w wyniku przyjęcia oferty złożonej przez konsumenta w okolicznościach, o których mowa w lit. a,
- c) w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak nawiązano indywidualny i osobisty kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności stron,

⁹ Tekst jedn.: Dz.U. z 2023 r., poz. 2759, dalej jako: u.p.k.

- d) podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz zawieranie umów z konsumentami,
- e) podczas pokazu zorganizowanego przez przedsiębiorcę, w którym uczestniczy zaproszona bezpośrednio lub pośrednio określona liczba konsumentów, w którego trakcie ma miejsce promocja, składanie ofert sprzedaży lub sprzedaż towarów lub usług, bez względu na to, czy został na niego zorganizowany transport.

Lokalem przedsiębiorstwa jest natomiast, zgodnie z art. 2 pkt 3 wspomnianej ustawy, „miejsce prowadzenia działalności będące nieruchomością albo częścią nieruchomości, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność na stałe” lub „miejsce prowadzenia działalności będące rzeczą ruchomą, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność zwyczajowo albo na stałe”.

W świetle powyższych definicji należy raczej wykluczyć uznanie umów sprzedaży zawieranych w sklepach autonomicznych za zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa. Lokal stanowiący sklep autonomiczny jest bowiem miejscem prowadzenia przez przedsiębiorcę działalności gospodarczej. Sprawa nie jest już jednak taka prosta, gdy chodzi o kwestię umów zawartych na odległość. Jeżeli bowiem zrobienie zakupów w sklepie autonomicznym wymaga zainstalowania aplikacji na telefonie klienta i następnie za pomocą tej aplikacji odbywa się skanowanie produktów wybranych przez kupującego, to możemy mieć do czynienia z umową zawartą na odległość, gdyż brakuje jednoczesnej fizycznej obecności stron, a do zawarcia umowy wykorzystywany jest środek porozumiewania się na odległość. W doktrynie wskazuje się, że umowa zawarta na odległość będzie mieć miejsce, gdy kontrahenci korzystają ze środków porozumiewania się na odległość w sytuacji, gdy nie są fizycznie obecni w tym samym miejscu i w konsekwencji nie mają ze sobą bezpośredniego kontaktu wzrokowego i słuchowego¹⁰.

Jeżeli konsument udał się do siedziby przedsiębiorstwa w celu uzyskania stosownych informacji o towarze lub usłudze, których dotyczy przyszła umowa, a następnie negocjował i zawarł umowę

¹⁰ Zob. P. Mikłaszewicz, *Komentarz do art. 2 ustawy o prawach konsumenta*, [w:] *Prawo konsumenckie. Komentarz*, red. K. Osajda, wyd. 4, Warszawa 2022, „Komentarze Prawa Prywatnego”, t. 7, Legalis, Nb 7.

wyłącznie za pomocą środka lub środków porozumiewania się na odległość, to taką umowę uznaje się za zawartą na odległość¹¹. Z kolei przez zorganizowany system zawierania umów na odległość rozumie się stworzenie przez przedsiębiorcę zorganizowanej pod względem infrastrukturalnym oraz osobowym działalności, która umożliwia zawieranie umów z konsumentami bez fizycznej obecności konsumenta oraz przedsiębiorcy – taki system może składać się z więcej niż jednego elementu, np. z portalu internetowego, specjalnej aplikacji lub oprogramowania umożliwiającego zawarcie umowy, personelu obsługującego technologię oraz konsumentów¹². Niektóre umowy zawarte z wykorzystaniem aplikacji służących do dokonywania zakupów w sklepach autonomicznych można uznać za tzw. *smart contracts* (inteligentne umowy), a więc zawarte za pomocą programu komputerowego lub protokołu transakcji, który ma na celu automatyczne wykonywanie, kontrolowanie lub dokumentowanie zdarzeń i działań zgodnie z warunkami kontraktu¹³. W literaturze wskazuje się, że *smart contracts* działają właśnie na zasadzie podobnej do znanych od dawna automatów sprzedażowych wydających za opłatą np. przekąski, napoje czy zabawki¹⁴. W obecnych warunkach *smart contracts* bazują na technologii *blockchain*¹⁵, sporządzanej w języku programowania, gdzie każda

¹¹ *Ibidem*, Nb 9.

¹² Zob. P. Dyrduł, Ł. Maleszka, *Smart contracts w obrocie konsumenckim*, [w:] *Prawa konsumenta wczoraj, dziś i jutro*, red. P. Kukuryk, K. Podgórski, E. Sługocka-Krupa, Warszawa 2023, Legalis.

¹³ S. Skalski, M. Kaszubowski, *Smart kontrakty a klauzula rebus sic stantibus*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2022, nr 5, s. 119.

¹⁴ Zob. N. Rycko, *Zautomatyzowane umowy, pieczęć elektroniczna i podpis biometryczny. Problematyka złożenia oświadczenia woli i formy czynności prawnych*, Instytut Wymiaru Sprawiedliwości, Warszawa 2021, s. 8, iws.gov.pl/wp-content/uploads/2021/11/IWS_Rycko_N_Zautomatyzowane_umowy_pieczec_elektroniczna_i_podpis.pdf [dostęp: 28.12.2023] oraz wymieniona tam literatura.

¹⁵ Technologia ta określana jest jako rozproszony rejestr lub rozproszona księga główna, a w praktyce jest to elektroniczna lista, na której chronologicznie zapisywane są wszystkie transakcje między użytkownikami. Do listy tej dostęp mają wszyscy na równych zasadach, a nie tylko jedna, wybrana instytucja. Każda transakcja zapisywana jest na tej liście jako blok zawierający dane o jej wartości i czasie zawarcia. Taki blok (*block*) dołączany jest do

kolejna transakcja stanowi dodatkowy blok dołączany do łańcucha, dzięki czemu kontraktu nie można usunąć oraz istnieje możliwość odczytania jego dokładnej treści¹⁶.

Teoretycznie nabywanie towarów w sklepach autonomicznych przy użyciu aplikacji internetowej mogłoby być uznane za umowę zawartą na odległość, jednak nie można już tego powiedzieć o sytuacji, gdy dostęp do sklepu jest swobodny i nie wymaga instalowania aplikacji ani posługiwania się nią w procesie dokonywania zakupów, bowiem wtedy nie mamy do czynienia z użyciem środka porozumiewania się na odległość. Sytuacja taka stwarzałaby nierówność ochrony prawnej klientów sklepów autonomicznych, bowiem uznanie, że mamy do czynienia z umową zawartą na odległość, powoduje rozszerzenie ochrony konsumenta w zakresie obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, a także – co najistotniejsze – możliwości odstąpienia od umowy w terminie 14 dni bez podawania przyczyny (art. 27 i nast. u.p.k.). Wydaje się, że przepisy ustawy o prawach konsumenta, dotyczące umów zawieranych na odległość, były tworzone przede wszystkim dla celów sprzedaży wysyłkowej oraz internetowej, natomiast ustawodawca nie przewidział dynamicznego rozwoju sklepów autonomicznych. Analiza koniecznych elementów pojęcia umowy zawieranej na odległość, tj. zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, braku jednoczesnej fizycznej obecności stron oraz wykorzystania środków porozumiewania się na odległość skłania bowiem do wniosku, że te trzy wymogi są spełnione w przypadku transakcji dokonywanych w sklepie autonomicznym za pomocą aplikacji skanującej towary.

Jednakże pomimo wypełnienia przesłanek definicji sprzedaży na odległość w świetle dalszych przepisów ustawy o prawach konsumenta należy raczej wykluczyć możliwość przyznania klientom

poprzednich i wspólnie tworzą łańcuch (*chain*), stąd też nazwa rozwiązania. Technologia ta automatycznie przechowuje dane w wielu lokalizacjach, nie zaś w jednym centralnym repozytorium, dzięki czemu są one znacznie bezpieczniejsze – zob. A. Rot, R. Zygala, *Technologia blockchain jako rewolucja w transakcjach cyfrowych. Aspekty technologiczne i potencjalne zastosowania*, „Informatyka Ekonomiczna” 2018, nr 4, s. 123.

¹⁶ M. Krzemińska, M. Rzeszutek, *Stosowanie smart kontraktów w obrocie konsumenckim*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2021 nr 6(10), s. 51.

sklepów autonomicznych prawa do odstąpienia od umowy bez podawania przyczyny. Należy bowiem zauważyć, że stosownie do art. 3 ust. 1 pkt 5 u.p.k. jej przepisów nie stosuje się do umów zawieranych za pomocą automatów sprzedających lub zautomatyzowanych punktów sprzedaży, ponieważ ustawa nie definiuje, czym są zautomatyzowane punkty sprzedaży. W interpretacji indywidualnej Dyrektora Izby Skarbowej w Warszawie z dnia 3 listopada 2016 r.¹⁷ wyjaśniono w odniesieniu do samoobsługowych stacji benzynowych, że

sprzedaż paliwa na stacjach samoobsługowych jest sprzedażą, w ramach której umowa jest zawierana za pośrednictwem zautomatyzowanych punktów sprzedaży. Klient sam programuje swoją sprzedaż z wykorzystaniem dystrybutora, sam realizuje płatność i sam tankuje paliwo do baku pojazdu. Nie dochodzi w tym zakresie do żadnej interakcji z pracownikiem Spółki (wyłącznie z automatem) i nie ma możliwości odstąpienia od standardowych procedur. Taki rodzaj sprzedaży jest realizowany w sposób całkowicie zautomatyzowany.

To samo może odnosić się do sklepów autonomicznych. Warto odnotować, że *ratio legis* szczególnej ochrony konsumenta przy sprzedaży na odległość i przyznania mu prawa odstąpienia od umowy bez podawania przyczyny było to, że konsument nie ma możliwości obejrzenia go przed zawarciem umowy ani przetestowania w celu oceny jego charakteru, cech i funkcjonowania¹⁸. Tym samym, skoro konsument wprawdzie posługuje się przy dokonywaniu zakupów aplikacją internetową, ale ma możliwość fizycznego obejrzenia towaru przed kupnem, wydaje się, że nie ma uzasadnienia przyznawanie klientom sklepów autonomicznych prawa do odstąpienia od umowy bez podawania przyczyny.

Dynamiczny rozwój sklepów autonomicznych wymusza jednakże, w ocenie autorki niniejszego artykułu, konieczność przemyślenia przez ustawodawcę obecnych zasad ochrony konsumenta. Dotychczas funkcjonująca sprzedaż zautomatyzowana dotyczyła drobnych, bieżących spraw życia codziennego, takich jak zakup

¹⁷ Legalis.

¹⁸ Zob. P. Mikłaszewicz, *Komentarz do art. 27 ustawy o prawach konsumenta*, [w:] *Prawo konsumenckie...*, op. cit., red. K. Osajda, op. cit., Nb 2.

przekąski czy zatankowanie pojazdu, jednak może dojść do sytuacji, w których transakcje w tego typu sklepach będą zawierane na znacznie większą skalę. W przypadku, gdy w sklepach autonomicznych będzie można powszechnie kupić np. drogi sprzęt elektroniczny, trudno będzie już akceptować sytuację, w której ustawa o prawach konsumenta nie będzie odnosiła się do zautomatyzowanych punktów sprzedaży.

Przy sprzedaży na odległość zagrożeniem dla interesów konsumenta jest brak możliwości fizycznego obejrzenia towaru przed zawarciem umowy, natomiast z funkcjonowaniem sklepów autonomicznych wiąże się inne ryzyko, a mianowicie brak w miejscu sprzedaży pracowników sklepu, którzy mogliby odpowiedzieć na ewentualne pytania konsumentów i wyjaśnić ich wątpliwości przed dokonaniem zakupu. Warto zatem rozważyć wprowadzenie definicji legalnej nowej formuły sprzedaży, która mogłaby np. nosić nazwę „zautomatyzowana sprzedaż stacjonarna” oraz środków niwelujących ryzyko, o którym mowa powyżej, np. w postaci nałożenia na przedsiębiorców obowiązku zapewnienia, na żądanie klienta, kontaktu z pracownikiem, np. online czy przez wideotelefon, bądź też objęcie możliwością odstąpienia od umowy także niektórych umów zawieranych w sklepach autonomicznych, np. w przypadku transakcji powyżej określonej kwoty.

Sklepy autonomiczne a klienci o szczególnych cechach

Kolejnym problemem prawnym związanym z funkcjonowaniem sklepów autonomicznych jest obsługa klientów nieposiadających pełnej zdolności do czynności prawnych, a więc osób poniżej 18. roku życia i osób ubezwłasnowolnionych.

Należy zauważyć, że zgodnie z art. 14 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny¹⁹

§ 1. Czynność prawna dokonana przez osobę, która nie ma zdolności do czynności prawnych, jest nieważna. § 2. Jednakże gdy osoba niezdolna do czynności prawnych zawarła umowę należącą do umów

¹⁹ Tekst. jedn.: Dz.U. z 2023 r., poz. 1610, 1615, 1890, 1933; dalej jako: k.c.

powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego, umowa taka staje się ważna z chwilą jej wykonania, chyba że pociąga za sobą rażące pokrzywdzenie osoby niezdolnej do czynności prawnych.

Z kolei art. 20 k.c. stanowi, że „osoba ograniczona w zdolności do czynności prawnych może bez zgody przedstawiciela ustawowego zawierać umowy należące do umów powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego”. W sklepie autonomicznym nie ma personelu, który mógłby zapobiec dokonaniu przez osobę nieposiadającą pełnej zdolności do czynności prawnych zakupu, który nie mieściłby się w ramach czynności powszechnie zawieranych w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego, np. za znaczną kwotę. O ile w przypadku dzieci dostęp do sklepów autonomicznych może być limitowany, np. dzięki wykorzystaniu technologii skanowania twarzy czy dowodu osobistego, o tyle w przypadku osób ubezwłasnowolnionych żadna technologia nie może zapobiec zawarciu przez takie osoby w sklepie autonomicznym umowy nienależącej do umów powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego. Jedyną możliwością zapobieżenia wynikających z tego komplikacji prawnych jest obecność w sklepie personelu, który mógłby, np. na podstawie zachowania danej osoby, stwierdzić, że może ona nie mieć pełnej zdolności do czynności prawnych i na tej podstawie odmówić zawarcia umowy. Sankcja nieważności dla umów przekraczających zakres drobnych, bieżących czynności życia codziennego stwarza więc problem także dla właścicieli sklepów autonomicznych.

Osobnym zagadnieniem jest natomiast kwestia sprzedaży alkoholu w sklepach autonomicznych. Zgodnie bowiem z art. 15 ustawy z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi²⁰

1. Zabrania się sprzedaży i podawania napojów alkoholowych:
 - 1) osobom, których zachowanie wskazuje, że znajdują się w stanie nietrzeźwości;
 - 2) osobom do lat 18;
 - 3) na kredyt lub pod zastaw.

²⁰ Tekst jedn.: Dz.U. z 2023 r., poz. 2151.

2. W przypadku wątpliwości co do pełnoletności nabywcy sprzedający lub podający napoje alkoholowe uprawniony jest do żądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy.

W związku z powyższym brak personelu w sklepie może uniemożliwić rozwianie wątpliwości co do wieku klienta. Z tego względu wiele sklepów autonomicznych nie prowadzi sprzedaży alkoholu, jednakże testowane są już rozwiązania umożliwiające handel alkoholem w tego typu sklepach przy jednoczesnym wypełnianiu wymogów wspomnianej wyżej ustawy – remedium na ten problem ma być konieczność instalowania specjalnej aplikacji, która na etapie rejestracji konta miałyby mieć możliwość ustawienia blokowania korzystania z niej przez osoby niepełnoletnie²¹. Trudno jednakże całkowicie wykluczyć możliwość dokonania rejestracji konta w aplikacji przez osobę niepełnoletnią, gdyż *de facto* mogłaby ona w procesie rejestracji podać fałszywy wiek (np. przy podawaniu daty urodzenia w toku rejestracji nowych kont poczty elektronicznej czy w mediach społecznościowych daty tej nikt nie weryfikuje; podobny problem występuje zresztą w przypadku stron zawierających niedozwolone dla małoletnich treści – jedynym warunkiem dostępu jest odpowiedź na pytanie, czy dana osoba ma skończone 18 lat, co jednak nie jest w żaden sposób weryfikowane).

Dzieci mogą zresztą korzystać z telefonów i aplikacji rodziców lub innych osób pełnoletnich (np. starszego rodzeństwa, kolegów), co także powoduje, że weryfikacja za pomocą aplikacji może okazać się zawodna. Innym pomysłem może być uruchomienie w sklepie inteligentnych czujników i kamer, które będą niejako „na odległość” sprawdzać, czy klient wygląda na pełnoletniego i trzeźwego bądź nawet instalowanie w sklepach alkomatów²² – alkometry mogą jednak rozwiązać problem tylko w przypadku osób nietrzeźwych, ale nie małoletnich, które to osoby, przychodząc do sklepu, mogą być

²¹ *Jest sposób na sprzedaż alkoholi w sklepach autonomicznych, ale czy opłacalny?*, 19.11.2019, wiadomoscihandlowe.pl/prawo-i-polityka/prawo-i-zmiany-legislacyjne/jest-sposob-na-sprzedaz-alkoholi-w-sklepach-autonomicznych-ale-czy-oplacalny-2409422 [dostęp: 28.12.2023].

²² *Ibidem*. Korzystanie ze skanowania twarzy i alkomatów może jednak budzić kontrowersje, gdyż wiąże się ono z przetwarzaniem tzw. danych wrażliwych, o których jest mowa w dalszej części niniejszego opracowania.

przecież całkowicie trzeźwe. Jedna z sieci sklepów autonomicznych testuje automat z alkoholami, działający podobnie jak np. automaty z kawą czy przekąskami i weryfikujący wiek klientów na podstawie systemu skanowania twarzy i dowodu osobistego²³.

Można jednak mieć wątpliwości, czy tego typu rozwiązania stanowią wystarczające dopełnienie wymogów wynikających z ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi, która stanowi w cytowanym już fragmencie, że „w przypadku wątpliwości co do pełnoletności nabywcy sprzedający lub podający napoje alkoholowe uprawniony jest do żądania okazania dokumentu stwierdzającego wiek nabywcy”. Wątpliwości te dotyczą tego, czy automat, aplikacja internetowa, technologia biometryczna, robot lub jakikolwiek inny system bazujący np. na sztucznej inteligencji może być uznany za „sprzedającego lub podającego napoje alkoholowe”, jak również tego, czy te systemy i urządzenia mogą być uprawnione do weryfikacji wieku klienta. Można oczywiście uznać, że problem ten rozwiąże wykładnia rozszerzająca, gdyż ustawa była tworzona na długo przed powstaniem technologii sklepów autonomicznych, jednak analogiczny problem pojawił się po 1 stycznia 2024 r., kiedy to weszła w życie ustawa z dnia 17 sierpnia 2023 r. o zmianie ustawy o zdrowiu publicznym oraz niektórych innych ustaw²⁴, która w art. 12m ustanawia zakaz sprzedaży napojów z dodatkiem kofeiny w proporcji przewyższającej 150 mg/l lub tauryny osobom poniżej 18. roku życia oraz – co godne podkreślenia w kontekście sklepów autonomicznych – w automatach, zaś w przypadku wątpliwości co do pełnoletności kupującego sprzedawca może żądać okazania dokumentu potwierdzającego wiek kupującego. Można więc uznać, że intencją ustawodawcy tworzącego prawo już ze świadomością stopnia rozwoju technologii było weryfikowanie

²³ M. Kokoszkiwicz, *Jak kupić piwo w Żabce Nano bez fizycznej weryfikacji wieku przez sprzedawcę? Żabka wprowadza alkohol do sklepów autonomicznych (testujemy)*, 22.09.2023, wiadomoscihandlowe.pl/retailtech-i-nowe-technologie/big-data-i-sztuczna-inteligencja/jak-kupic-piwo-bez-fizycznej-weryfikacji-wieku-przez-sprzedawce-w-sklepie-zabka-nano-wprowadza-alkohol-na-polki-a-my-testujemy-nowe-rozwiazanie-2491664 [dostęp: 28.12.2023].

²⁴ Dz.U. z 2023 r., poz. 1718.

wieku klientów przez osobę fizycznie znajdującą się w sklepie, a nie przez jakiś system lub urządzenie. Co więcej, wspomniana ustawa nie definiuje pojęcia automatu, co stwarza kolejny problem do rozwiązania w odniesieniu do sklepów autonomicznych, bowiem automat nie jest tym samym co zautomatyzowany punkt sprzedaży, o którym była mowa w ustawie o prawach konsumenta, i nie wiadomo, czy chodzi o klasyczny automat vendingowy, wydający np. przekąski, czy też pod pojęciem automatu należy rozumieć także samoobsługowy sklep bez personelu z klientami swobodnie wybierającymi towary wystawione na półkach i skanującymi je w kasie automatycznej.

Prywatność i ochrona danych osobowych klientów sklepów autonomicznych

Konieczność używania w sklepach autonomicznych nowoczesnych technologii służących samemu uzyskaniu dostępu do sklepu, zapewnieniu w nim porządku i bezpieczeństwa oraz weryfikacji wieku klientów, skłania także do zadania pytania o stopień zapewnienia ochrony prywatności i danych osobowych klientów tego typu sklepów.

Stosowanie technologii takich jak monitoring, skanowanie twarzy czy dowodów osobistych może wiązać się z przetwarzaniem danych biometrycznych. Zgodnie z art. 4 pkt 14 RODO²⁵,

„dane biometryczne” oznaczają dane osobowe, które wynikają ze specjalnego przetwarzania technicznego, dotyczą cech fizycznych, fizjologicznych lub behawioralnych osoby fizycznej oraz umożliwiają lub potwierdzają jednoznaczną identyfikację tej osoby, takie jak wizerunek twarzy lub dane daktyloskopijne.

Zgodnie z art. 9 ust. 1 i 2 RODO przetwarzanie danych biometrycznych dopuszczalne jest tylko w sytuacjach wyraźnie wymienionych

²⁵ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (Ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.Urz. UE L 119 z 4.05.2016, s. 1).

w tym przepisie, tj. przede wszystkim w przypadku zgody osoby, której dane dotyczą, a także np. gdy wymaga tego ważny interes publiczny, profilaktyka zdrowotna czy ochrona zdrowia publicznego. Nawet jednakże wyrażenie przez konsumenta zgody nie usuwa wszelkiego ryzyka związanego z przetwarzaniem danych osobowych, gdyż rozwój technologiczny może powodować, iż przetwarzanie pewnych danych będzie prowadzić do skutków niekoniecznie pożądanых przez osobę, której dane dotyczą.

Należy bowiem zwrócić uwagę, że istotą sklepów autonomicznych jest szerokie wykorzystywanie w nich kamer, które wobec braku w sklepie personelu stanowią podstawową gwarancję bezpieczeństwa. Nieobecność pracowników w sklepie może uniemożliwiać szybką reakcję, np. na próby kradzieży, dlatego rozwój technologiczny powoduje pokusę, aby wykorzystać rozmaite systemy oparte na sztucznej inteligencji do antycypowania potencjalnie podejrzanych zachowań klientów. Innymi słowy, technologia może umożliwić wytypowanie potencjalnego złodzieja na podstawie analizy jego wizerunku, zachowania lub danych osobowych (np. zawartych w dowodzie osobistym, który trzeba zeskanować: imienia i nazwiska, obywatelstwa itp.). Tego typu technologie testowane są także w zwykłych sklepach – za pomocą skanowania twarzy i obserwacji zachowania klienta przez kamery system może wytypować potencjalnego złodzieja jeszcze przed popełnieniem kradzieży²⁶.

Wykorzystywanie takich technologii może mieć pewne dobre strony (np. uniemożliwiać próby kupna alkoholu przez osoby małoletnie lub nietrzeźwe), lecz jednocześnie otwiera drogę do dyskryminacji polegającej na uniemożliwianiu korzystania ze sklepów autonomicznych klientom, którzy z jakichś przyczyn nie pasują do istniejącej w umyśle właściciela danego sklepu wizji klienta idealnego, wyrażającej się w takim sposobie zaprogramowania systemu monitoringu wizyjnego, aby ten wszczynał alarm w przypadku pojawienia się w sklepie klienta o niepożądanych cechach. np. skłaniał ochronę do pojawienia się na miejscu i baczniejszej obserwacji danej osoby. Przykładowo osoba nosząca maseczkę z obawy przed

²⁶ Zob. M. Duszczyk, *Złodzieje mają problem. „Raport mniejszości” inspiracją dla sklepów*, 5.09.2023, cyfrowa.rp.pl/technologie/art39055451-zlodzieje-maja-problem-raport-mniejszosci-inspiracja-dla-sklepow [dostęp: 28.12.2023].

chorobami zakaźnymi, zasłaniająca twarz z uwagi na przekonania religijne bądź osoba nosząca ciemne okulary z powodu choroby oczu może zostać uznana za potencjalnego złodzieja (bo nie chce się pokazać, próbuje ukrywać swoją tożsamość) lub też na podstawie cech wyglądu danej osoby bądź jej danych figurujących w zeskanowanym dowodzie osobistym „inteligentny” system dojdzie do wniosku, że należy ona do mniejszości romskiej, co uruchomi reakcję w postaci alarmu, podyktowanego jedynie uprzedzeniami dotyczącymi tej grupy etnicznej (stereotypowy wizerunek Roma złodzieja). Można zresztą posunąć się jeszcze dalej, np. na podstawie wyglądu ubrań danej osoby system będzie analizował, czy jest to klient zamożny, czy też niezamożny, którego należy czujnie obserwować, bo może chcieć coś ukraść; podejrzane będą osoby starsze, bo stereotypowo mają niskie emerytury, więc także mogą mieć złe zamiary itp. Tego typu wizje segregacji klientów w sklepach bynajmniej nie należą do fantastyki naukowej, gdyż okazuje się, że sztuczna inteligencja potrafi kierować się stereotypami i uprzedzeniami w podobnym stopniu jak człowiek – w literaturze opisywane są przypadki, gdy np. algorytm służący filtrowaniu CV w procesie rekrutacji do pracy był stronniczy wobec kobiet, program służący przewidywaniu ryzyka recydywy wśród skazanych dyskryminował osoby czarnoskóre, a *chatbot*, czyli program symulujący rozmowę, tworzył treści rasistowskie i antysemickie²⁷. Ryzyko dyskryminacji

²⁷ Zob. M. Kubiak, M. Kudła, *Stronniczość i uprzedzenia sztucznej inteligencji (AI Bias) – ryzyko i sposoby jego mitygacji*, „Prawo Nowych Technologii” 2023, nr 2, s. 40–42, na ten temat zob. także: P. Mering, *Wpływ sztucznej inteligencji na dyskryminację rasową – aspekty prawne*, „Ad Astra. Program Badań nad Astropolityką i Prawem Kosmicznym” 2022, nr 6, s. 18–19; R. Rejmaniak, *Bias in Artificial Intelligence Systems*, „Białostockie Studia Prawnicze” 2021, vol. 26, nr 3, s. 28–32; *Bias in Algorithms. Artificial Intelligence and Discrimination*, European Union Agency for Fundamental Rights, Vienna 2022, s. 17 i nast., https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2022-bias-in-algorithms_en.pdf [dostęp: 28.12.2023]; K. Michael, R. Abbas, P. Jayashree, R.J. Bandara, A. Aloudat, *Biometrics and AI Bias*, „IEEE Transactions of Technology and Society” 2022, no. 1, s. 2–8; X. Ferrer, T. Van Nuenen, J.M. Such, M. Coté, N. Criado, *Bias and Discrimination in AI: A Cross-Disciplinary Perspective*, „IEEE Transactions of Technology and Society” 2021, no. 2, s. 72–80.

jest szczególnie istotne, gdy dany system zostanie specjalnie w ten sposób zaprogramowany.

Pod względem prawnym stosowanie technik pozwalających np. na prognozowanie zachowań danej osoby stanowi tzw. profilowanie, które w rozumieniu art. 4 pkt 4 RODO

oznacza dowolną formę zautomatyzowanego przetwarzania danych osobowych, które polega na wykorzystaniu danych osobowych do oceny niektórych czynników osobowych osoby fizycznej, w szczególności do analizy lub prognozy aspektów dotyczących efektów pracy tej osoby fizycznej, jej sytuacji ekonomicznej, zdrowia, osobistych preferencji, zainteresowań, wiarygodności, zachowania, lokalizacji lub przemieszczania się.

Zgodnie z RODO podejmowanie zautomatyzowanych decyzji na podstawie profilowania co do zasady jest dozwolone, jednakże „osoba, której dane dotyczą, ma prawo do tego, by nie podlegać decyzji, która opiera się wyłącznie na zautomatyzowanym przetwarzaniu, w tym profilowaniu, i wywołuje wobec tej osoby skutki prawne lub w podobny sposób istotnie na nią wpływa” (art. 22 ust. 1 RODO). Zasada ta nie ma zastosowania, jeżeli taka decyzja (art. 22 ust. 2 RODO)

- a) jest niezbędna do zawarcia lub wykonania umowy między osobą, której dane dotyczą, a administratorem danych osobowych;
- b) jest dozwolona prawem Unii lub prawem państwa członkowskiego, któremu podlega administrator i które przewiduje właściwe środki ochrony praw, wolności i prawnie uzasadnionych interesów osoby, której dane dotyczą; lub
- c) opiera się na wyraźnej zgodzie osoby, której dane dotyczą.

Zautomatyzowane podejmowanie decyzji na podstawie profilowania nie może jednak opierać się na szczególnych kategoriach danych osobowych, tzw. danych wrażliwych, do których należą dane osobowe ujawniające pochodzenie rasowe lub etniczne, poglądy polityczne, przekonania religijne lub światopoglądowe, przynależność do związków zawodowych, jak również dane genetyczne, dane biometryczne i dane dotyczące zdrowia, seksualności lub orientacji seksualnej tej osoby, z wyjątkami odnoszącymi się do zgody osoby, której dane dotyczą oraz względów związanych

z ważnym interesem publicznym (art. 22 ust. 4 w zw. z art. 9 ust. 1–2 lit. a, g RODO).

Otwierająca się wraz z rozwojem „inteligentnych” systemów monitoringu perspektywa dyskryminacji konsumentów powoduje jednak, że dotychczasowe regulacje dotyczące profilowania mogą okazać się niewystarczające – może bowiem dojść do sytuacji, w której klient wyraża zgodę na profilowanie uzasadnione ogólnie, np. koniecznością zapewnienia bezpieczeństwa w sklepie, nie będąc świadomy istoty działania systemów prognozujących zachowania poszczególnych osób. Zgoda może być zresztą warunkiem skorzystania z usługi, co stawia klienta w sytuacji niejako przymusowej, jeżeli chce zrobić zakupy w sklepie, w którym taka zgoda jest wymagana.

W związku z powyższym pojawia się konieczność ograniczenia możliwości korzystania z tak zaawansowanych narzędzi. Takie ograniczenie przewidziane zostało w rozporządzeniu ustanawiającym zharmonizowane przepisy dotyczące sztucznej inteligencji przyjętym przez Parlament Europejski w dniu 13 marca 2024 r. (tzw. AI Act)²⁸. W art. 5 AI Act przewidziano katalog zakazanych praktyk w zakresie sztucznej inteligencji, do których ma należeć: wprowadzanie do obrotu, oddawanie do użytku lub wykorzystywanie systemów sztucznej inteligencji na potrzeby oceny lub klasyfikacji wiarygodności osób fizycznych (tzw. scoringu społecznego), prowadzonej przez określony czas na podstawie ich zachowania społecznego lub znanych bądź przewidywanych cech osobistych lub cech osobowości, kiedy to punktowa ocena społeczna prowadzi do jednego lub obu z następujących skutków:

- krzywdzącego lub niekorzystnego traktowania niektórych osób fizycznych lub całych ich grup w kontekstach społecznych niezwiązanych z kontekstami, w których pierwotnie wygenerowano lub zgromadzono dane;
- krzywdzącego lub niekorzystnego traktowania niektórych osób fizycznych lub całych ich grup, które jest nieuzasadnione lub

²⁸ Zob. ostateczna wersja – data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-5662-2024-INIT/en/pdf [dostęp: 8.04.2024]. Akt oczekuje na ostateczne przyjęcie przez Radę.

nieproporcjonalne do ich zachowania społecznego lub jego wagi (art. 5 ust. 1 lit. c AI Act).

Zgodnie z art. 5 ust. 1 lit. d AI Act zabronione ma być także wykorzystywanie systemów zdalnej identyfikacji biometrycznej w czasie rzeczywistym w przestrzeni publicznej do celów egzekwowania prawa, chyba że w zakresie, w jakim takie wykorzystanie jest absolutnie niezbędne do jednego z następujących celów:

- ukierunkowanego poszukiwania konkretnych potencjalnych ofiar przestępstw porwania, handlu ludźmi lub wykorzystywania seksualnego, w tym zaginionych dzieci;
- zapobieżenia konkretnemu, poważnemu i bezpośredniemu zagrożeniu życia lub bezpieczeństwa fizycznego osób fizycznych lub atakowi terrorystycznemu;
- wykrywania, lokalizowania, identyfikowania lub ścigania sprawcy przestępstwa lub podejrzanego o popełnienie przestępstwa, które może prowadzić do wydania europejskiego nakazu aresztowania (nie będą to więc drobne kradzieże sklepowe czy rozpijanie małoletnich²⁹) i które w danym państwie członkowskim podlega karze pozbawienia wolności lub środkowi zabezpieczającemu polegającemu na pozbawieniu wolności przez okres, którego górna granica wynosi co najmniej trzy lata zgodnie z prawem danego państwa członkowskiego.

Zakazane ma być także wprowadzanie do obrotu, oddawanie do użytku lub wykorzystywanie systemu sztucznej inteligencji do przeprowadzania ocen ryzyka osoby fizycznej lub grup osób w celu oceny ryzyka popełnienia, lub ponownego popełnienia przestępstwa przez osobę fizyczną, lub do przewidywania wystąpienia, lub ponownego wystąpienia faktycznego, lub potencjalnego przestępstwa, lub wykroczenia administracyjnego na podstawie profilowania osoby fizycznej, lub oceny cech osobowości i charakterystyki, w tym lokalizacji danej osoby, lub

²⁹ Wykaz tych przestępstw zawarty jest w art. 2 ust. 2 decyzji ramowej Rady z dnia 13 czerwca 2002 r. w sprawie europejskiego nakazu aresztowania i procedury wydawania osób między Państwami Członkowskimi (Dz.Urz. UE L 190 z 18.07.2002, s. 1).

zachowania przestępnego w przeszłości osób fizycznych lub grup osób fizycznych (art. 5 ust. 1 lit. da AI Act)³⁰.

Wątpliwości budziło to, iż w myśl zaproponowanego przez Komisję Europejską pierwotnego projektu AI Act zabronione miało być wykorzystywanie systemów oceny wiarygodności osób fizycznych jedynie przez organy publiczne lub w ich imieniu. Ta propozycja wydawała się oparta na założeniu, że szczególnie wykorzystywanie takich narzędzi przez władze publiczne może być opresyjne dla obywateli³¹, jednak także podmioty prywatne – np. właściciele sklepów mogą wykorzystywać te systemy do praktyk dyskryminujących pewne grupy konsumentów czy konkretne osoby. Założenie, w myśl którego zagrożeniem jest przede wszystkim nadużywanie tego typu technologii przez władze państwowe, prawodawca wspólnotowy przyjmował już wcześniej, np. w dyrektywie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/680 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych przez właściwe organy do celów zapobiegania przestępczości, prowadzenia postępowań przygotowawczych, wykrywania i ścigania czynów zabronionych i wykonywania kar, w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchyłającej decyzję ramową Rady 2008/977/WSiSW³². Dyrektywa ta w art. 1 ust. 1

ustanawia przepisy o ochronie osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych przez właściwe organy do celów zapobiegania przestępczości, prowadzenia postępowań przygotowawczych, wykrywania i ścigania czynów zabronionych i wykonywania kar, w tym ochrony przed zagrożeniami dla bezpieczeństwa publicznego i zapobiegania takim zagrożeniom

³⁰ Zob. ostateczna wersja – data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-5662-2024-INIT/en/pdf [dostęp 8.04.2024].

³¹ Jest to oczywiście obawa uzasadniona, co pokazują przypadki znane z państw niedemokratycznych, a zwłaszcza stosowany w Chinach na masową skalę tzw. System Zaufania Społecznego – na ten temat zob. np. M. Bartoszewicz, *Chiński System Zaufania Społecznego*, „Przegląd Geopolityczny” 2020, nr 32, s. 58–64; T. Wójtowicz, *Social Credit System w Chińskiej Republice Ludowej*, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego” 2020, nr 2, s. 38–52.

³² Dz.Urz. UE L 119/89 z 4.05.2016, s. 89.

przy czym według art. 3 pkt 7 dyrektywy właściwy organ oznacza:

- a) organ publiczny właściwy do zapobiegania przestępczości, prowadzenia postępowań przygotowawczych, wykrywania i ścigania czynów zabronionych lub wykonywania kar, w tym ochrony przed zagrożeniami dla bezpieczeństwa publicznego i zapobiegania takim zagrożeniom; lub
- b) inny organ lub podmiot, któremu prawo państwa członkowskiego powierza sprawowanie władzy publicznej i wykonywanie uprawnień publicznych do celów zapobiegania przestępczości, prowadzenia postępowań przygotowawczych, wykrywania i ścigania czynów zabronionych i wykonywania kar, w tym ochrony przed zagrożeniami dla bezpieczeństwa publicznego i zapobiegania takim zagrożeniom.

Nie można oczywiście lekceważyć ryzyka nadużywania tego typu narzędzi przez władze publiczne, lecz wydaje się, że podobne ryzyko może wiązać się także z przypadkami korzystania z nich przez podmioty prywatne, np. w branży handlowej, która od lat walczy z procederem kradzieży sklepowych. „Wielkim Bratem” śledzącym każdy krok obywatela i na tej podstawie dzielącym ludzi na bardziej i mniej godnych zaufania może być nie tylko państwo, ale także np. prywatny przedsiębiorca i dlatego też regulacje prawne dotyczące sztucznej inteligencji powinny w większym stopniu uwzględniać ten fakt. Ta kwestia została dostrzeżona przez Parlament Europejski, którego poprawki zmieniały brzmienie AI Act przez ustanowienie regulacji bardziej ogólnej, nieodnoszącej się tylko do organów publicznych, a także całkowicie zabraniającej wykorzystywania systemów sztucznej inteligencji w celu oceny ryzyka popełnienia przestępstwa nie tylko przez podmioty publiczne, ale także prywatne. Jednakże te poprawki były wyrazem dość radykalnego podejścia, zmierzającego do całkowitego zakazu wykorzystywania systemów zdalnej identyfikacji biometrycznej w czasie rzeczywistym w przestrzeni publicznej, co było krytykowane m.in. przez organy ścigania, którym może zależeć na korzystaniu z takich systemów³³. Dlatego

³³ Zob. *Organizacje biją na alarm ws. rozporządzenia UE o sztucznej inteligencji*, „Rzeczpospolita” 13.11.2023, rp.pl/internet-i-prawo-autorskie/art-39392701-organizacje-bija-na-alarm-ws-rozporzadzenia-ue-o-sztucznej-inteligencji [dostęp: 28.12.2023].

też ostateczne ujęcie AI Act ustanawia ogólne zakazy korzystania z systemów identyfikacji biometrycznej niezależnie od tego, kto z tych systemów korzysta, jednakże z niezbędnymi wyjątkami uzasadnionymi interesem publicznym. Niemniej jednak wejście w życie AI Act może powodować komplikacje dla właścicieli sklepów autonomicznych, np. w kwestii sprzedaży alkoholu, gdyż dopuszczalne wyjątki nie obejmują np. skanowania twarzy, służącego ocenie wieku czy trzeźwości klientów – konieczne może być zatem użycie innych technik weryfikacji.

Dodatkowo należy zauważyć, że AI Act wprowadza także kategorię systemów sztucznej inteligencji wysokiego ryzyka, pod którym to pojęciem rozumieć należy produkty stwarzające ryzyko wiążące się z zagrożeniem dla zdrowia i bezpieczeństwa lub praw podstawowych obywateli (art. 65 ust. 1 AI Act). Do systemów sztucznej inteligencji wysokiego ryzyka należeć będą m.in. systemy sztucznej inteligencji przeznaczone do stosowania w celu zdalnej identyfikacji biometrycznej osób fizycznych w czasie rzeczywistym i *post factum* (pkt 1 lit. a załącznika III do AI Act). AI Act nakłada na dostawców, importerów, dystrybutorów, a także użytkowników takich systemów szereg obowiązków, np. w zakresie zarządzania jakością, monitorowania działania tych systemów i reagowania na ewentualne nieprawidłowości (zob. np. art. 16 i 29 AI Act). Daje to nadzieję na zmniejszenie zagrożeń związanych ze stosowaniem technologii identyfikacji biometrycznej.

Podsumowanie

Wydaje się, że sklepy autonomiczne mogą stanowić przyszłość handlu detalicznego. Z ich funkcjonowaniem wiąże się jednak pewne problemy, które omówiono w niniejszym opracowaniu. Z pewnością jednak sposobem rozwiązania tych problemów nie powinno być ograniczanie działalności tego typu placówek, lecz dostosowanie regulacji prawnych do dynamicznego rozwoju technologii. Nie da się bowiem nie zauważyć, że aktualne przepisy dotyczące praw konsumenta, przeciwdziałania alkoholizmowi czy ochrony danych wrażliwych nie do końca „nadażają” za postępem technicznym. Dlatego też duże nadzieje należy wiązać z pracami nad AI Act, jednak

nie powinny one zwalniać ustawodawcy krajowego z obowiązku reagowania na zmiany technologiczne i społeczne – szczególnie pilne, z uwagi na ochronę małoletnich, będzie rozwiązanie problemu sprzedaży alkoholu w sklepach autonomicznych, z jednoczesnym poszanowaniem prywatności klientów oraz ochrony ich danych osobowych. Istotne jest także zapobieganie wszelkim formom dyskryminacji konsumentów z użyciem sztucznej inteligencji, tak aby systemy AI nie kierowały się uprzedzeniami i stereotypami. Być może warta rozważenia byłaby także propozycja uczynienia transakcji dokonywanych w sklepach autonomicznych nowym rodzajem sprzedaży konsumenckiej, obok znanej już sprzedaży na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa, gdyż tego typu sprzedaż ma swoją specyfikę, której istniejące definicje sprzedaży na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa nie odpowiadają. Także wejście w życie AI Act może powodować komplikacje dla branży sklepów autonomicznych, gdyż dopuszczalne wyjątki od zakazu stosowania systemów identyfikacji biometrycznej nie obejmują np. skanowania twarzy, służącego ocenie wieku czy trzeźwości klientów – w tym zakresie wydaje się, że prawodawca wspólnotowy nie dostrzegł potencjału rozwojowego handlu autonomicznego, a zatem może być konieczna modyfikacja ustanowionych rozwiązań.

Bibliografia

Akty prawne

Polska

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (tekst jedn.: Dz.U. z 2023 r., poz. 1610, 1615, 1890, 1933).

Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi (tekst jedn.: Dz.U. z 2023 r., poz. 2151).

Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jedn.: Dz.U. z 2023 r., poz. 2759).

Ustawa z dnia 17 sierpnia 2023 r. o zmianie ustawy o zdrowiu publicznym oraz niektórych innych ustaw (Dz.U. z 2023 r., poz. 1718).

Unia Europejska

Decyzja ramowa Rady z dnia 13 czerwca 2002 r. w sprawie europejskiego nakazu aresztowania i procedury wydawania osób między Państwami Członkowskimi (Dz.Urz. UE L 190 z 18.07.2002).

- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/680 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych przez właściwe organy do celów zapobiegania przestępczości, prowadzenia postępowań przygotowawczych, wykrywania i ścigania czynów zabronionych i wykonywania kar, w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchyłającej decyzję ramową Rady 2008/977/WSiSW (Dz.Urz. UE L 119 z 4.05.2016).
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (Ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz.Urz. UE L 119 z 4.05.2016).

Piśmiennictwo

- Bartoszewicz M., *Chiński System Zaufania Społecznego*, „Przegląd Geopolityczny” 2020, nr 32, s. 58–67.
- Bias in Algorithms. Artificial Intelligence and Discrimination*, European Union Agency for Fundamental Rights, Vienna 2022, fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2022-bias-in-algorithms_en.pdf [dostęp: 28.12.2023].
- de Bellis E., Johar G.V., *Autonomous Shopping Systems. Identifying and Overcoming Barriers to Consumer Adoption*, „Journal of Retailing” 2020, vol. 96, iss. 1, s. 74–87.
- Duszczyk M., *Złodzieje mają problem. „Raport mniejszości” inspiracją dla sklepów*, 5.09.2023, cyfrowa.rp.pl/technologie/art39055451-zlodzieje-maja-problem-raport-mniejszosci-inspiracja-dla-sklepow [dostęp: 28.12.2023].
- Duża sieć otwiera sklepy w niedziele niehandlowe*, 2.07.2023, money.pl/gospodarka/duza-siec-otwiera-sklepy-w-niedziele-niehandlowe-6915213955213984a.html [dostęp: 28.12.2023].
- Dyrduł P., Maleszka Ł., *Smart contracts w obrocie konsumenckim*, [w:] *Prawa konsumenta wczoraj, dziś i jutro*, red. P. Kukuryk, K. Podgórski, E. Sługocka-Krupa, Warszawa 2023, Legalis.
- Ferrer X., van Nuenen T., Such J.M., Coté M., Criado N., *Bias and Discrimination in AI. A Cross-Disciplinary Perspective*, „IEEE Transactions of Technology and Society” 2021, no. 2, s. 72–80.
- Jest sposób na sprzedaż alkoholi w sklepach autonomicznych, ale czy opłacalny?*, 19.11.2019, wiadomoscihandlowe.pl/prawo-i-polityka/prawo-i-zmiany-legislacyjne/jest-sposob-na-sprzedaz-alkoholi-w-sklepach-autonomicznych-ale-czy-oplaczalny-2409422 [dostęp: 28.12.2023].

- Kokoszkiwicz M., *Jak kupić piwo w Żabce Nano bez fizycznej weryfikacji wieku przez sprzedawcę? Żabka wprowadza alkohol do sklepów autonomicznych (testujemy)*, 22.09.2023, wiadomoscihandlowe.pl/retailtech-i-nowe-technologie/big-data-i-sztuczna-inteligencja/jak-kupic-piwo-bez-fizycznej-weryfikacji-wieku-przez-sprzedawce-w-sklepie-zabka-nano-wprowadza-alkohol-na-polki-a-my-testujemy-nowe-rozwiazanie-2491664 [dostęp: 28.12.2023].
- Krzemińska M., Rzeszutek M., *Stosowanie smart kontraktów w obrocie konsumenckim*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2021, nr 6(10), s. 49–66.
- Kubiak M., Kudła M., *Stronniczość i uprzedzenia sztucznej inteligencji (AI Bias) – ryzyko i sposoby jego mitygacji*, „Prawo Nowych Technologii” 2023, nr 2, s. 39–48.
- Kucharska B., *Sklep bezobsługowy jako innowacyjny format handlu detalicznego – perspektywa postpandemiczna*, „Studia i Prace. Kolegium Zarządzania i Finansów” 2023, z. 188, s. 25–42.
- Mazurkiewicz P., *Kolejna sieć otwiera autonomiczne sklepy bez pracowników*, 28.06.2023, rp.pl/handel/art38668181-kolejna-siec-otwiera-autonomiczne-sklepy-bez-pracownikow [dostęp: 28.12.2023].
- Mering P., *Wpływ sztucznej inteligencji na dyskryminację rasową – aspekty prawne*, „Ad Astra. Program Badań nad Astropolityką i Prawem Kosmicznym” 2022, nr 6, s. 8–23.
- Michael K., Abbas R., Jayashree P., Bandara R.J., Aloudat A., *Biometrics and AI Bias*, „IEEE Transactions of Technology and Society” 2022, no. 1, s. 2–8.
- Mikłaszewicz P., *Komentarz do art. 2 ustawy o prawach konsumenta*, [w:] *Prawo konsumenckie. Komentarz*, red. K. Osajda, wyd. 4, Warszawa 2022, „Komentarze Prawa Prywatnego”, t. 7, Legalis, Nb 7.
- Mikłaszewicz P., *Komentarz do art. 27 ustawy o prawach konsumenta*, [w:] *Prawo konsumenckie. Komentarz*, red. K. Osajda, wyd. 4, Warszawa 2022, „Komentarze Prawa Prywatnego”, t. 7, Legalis, Nb 2.
- Nesterak J., Kaleta K., *Możliwości wykorzystania w działalności handlowej nowoczesnych technologii ery cyfryzacji*, [w:] *Wiedza – gospodarka – społeczeństwo. Innowacje i rachunkowość na drodze cyfrowej transformacji gospodarki*, red. A. Jaki, J. Nesterak, Toruń 2020, s. 13–28.
- Organizacje biją na alarm ws. rozporządzenia UE o sztucznej inteligencji*, „Rzeczpospolita” 13.11.2023, rp.pl/internet-i-prawo-autorskie/art39392701-organizacje-bija-na-alarm-ws-rozporzadzenia-ue-o-sztucznej-inteligencji [dostęp: 28.12.2023].
- Rejmaniak R., *Bias in Artificial Intelligence Systems*, „Białostockie Studia Prawnicze” 2021, vol. 26, nr 3, s. 25–42.

- Rot A., Zygała R., *Technologia blockchain jako rewolucja w transakcjach cyfrowych. Aspekty technologiczne i potencjalne zastosowania*, „Informatyka Ekonomiczna” 2018, nr 4, s. 122–134.
- Rycko N., *Zautomatyzowane umowy, pieczęć elektroniczna i podpis biometryczny. Problematyka złożenia oświadczenia woli i formy czynności prawnych*, Instytut Wymiaru Sprawiedliwości, Warszawa 2021, iws.gov.pl/wp-content/uploads/2021/11/IWS_Rycko_N_Zautomatyzowane_umowy_pieczec_elektroniczna_i_podpis.pdf [dostęp: 28.12.2023].
- Skalski S., Kaszubowski M., *Smart kontrakty a klauzula rebus sic stantibus*, „Internetowy Kwartalnik Antymonopolowy i Regulacyjny” 2022, nr 5, s. 118–131.
- Sklepy autonomiczne beneficjentem uszczelnienia handlu w niedziele*, 10.02.2022, forsal.pl/biznes/handel/artykuly/8353873,sklepy-autonomiczne-beneficjentem-uszczelnienia-handlu-w-niedziele.html [dostęp: 28.12.2023].
- Sohn S., *Consumer Perceived Risk of Using Autonomous Retail Technology*, „Journal of Business Research” 2024, vol. 171, s. 1–10.
- Wójtowicz T., *Social Credit System w Chińskiej Republice Ludowej*, „Rocznik Bezpieczeństwa Międzynarodowego” 2020, nr 2, s. 38–52.

Inne

Interpretacja indywidualna Dyrektora Izby Skarbowej w Warszawie z 3 listopada 2016 r., Legalis.

Streszczenie

Prawne aspekty funkcjonowania sklepów autonomicznych

Artykuł porusza problematykę prawnych aspektów funkcjonowania sklepów autonomicznych, czyli sklepów, w których nowoczesna technologia umożliwia robienie zakupów bez fizycznej obecności personelu w placówce. Autorka stara się zidentyfikować najważniejsze problemy prawne związane z działaniem sklepów autonomicznych, wskazując jednocześnie możliwe ich rozwiązania. Poruszono kwestie ochrony praw konsumenta w tego typu sklepach, weryfikacji wieku, stanu trzeźwości i zdolności do czynności prawnych klientów oraz ochrony prywatności i danych osobowych konsumentów w kontekście użycia „inteligentnych” systemów monitoringu.

Słowa kluczowe: sklep autonomiczny, klient, konsument

Abstract

Legal Aspects of the Operation of Autonomous Stores

The article discusses the legal aspects of the functioning of autonomous stores, i.e. stores in which modern technology allows shopping without the physical presence of staff in the facility. The Author tries to identify the most important legal problems related to the operation of autonomous stores, while indicating their possible solutions. The issues of protection of consumer rights in this type of stores, verification of age, sobriety and legal capacity of customers, as well as protection of consumers' privacy and personal data in the context of the use of 'intelligent' monitoring systems will be discussed.

Key words: autonomous store, client, consumer