



Sygn. akt I CSK 303/16

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 21 marca 2017 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Anna Owczarek (przewodniczący)

SSN Władysław Pawlak

SSN Maria Szulc (sprawozdawca)

Protokolant Ewa Krentzel

w sprawie z powództwa M. R.

przeciwko A. Polska spółce z o.o. w P.

o zapłatę,

po rozpoznaniu na rozprawie w Izbie Cywilnej w dniu 21 marca 2017 r.,

skargi kasacyjnej powoda

od wyroku Sądu Apelacyjnego w [...]

z dnia 12 maja 2015 r., sygn. akt I ACa .../14,

- 1) uchyla zaskarżony wyrok w punkcie pierwszym lit. a i b (1a i b) w całości, w punkcie drugim (2) w części dotyczącej kwoty 82 724,69 zł (osiemdziesiąt dwa tysiące siedemset dwadzieścia cztery 69/100) złotych oraz w punkcie trzecim (3) i w tym zakresie sprawę przekazuje Sądowi Apelacyjnemu w [...] do ponownego rozpoznania,**

- 2) w pozostałym zakresie oddala skargę kasacyjną;
- 3) pozostawia rozstrzygnięcie o kosztach postępowania kasacyjnego w orzeczeniu kończącym postępowanie w sprawie.

UZASADNIENIE

Zaskarżonym wyrokiem Sąd Apelacyjny w [...] zmienił wyrok Sądu Okręgowego w [...] w ten sposób, że oddalił powództwo o zasądzenie kwoty 5 239 750,73 zł z tytułu zwrotu korzyści bezpodstawnie uzyskanych z czynu nieuczciwej konkurencji polegającego na pobieraniu opłat innych, niż marża handlowa oraz oddalił apelację powoda.

Ustalił, że w ramach umów zawartych z pozwaną powód sprzedawał kosmetyki nabyte od producentów, które następnie były sprzedawane w sklepach wielkopowierzchniowych. Umowy zawarte pomiędzy stronami w 2008 r., 2010 r. i 2011 r. precyzowały usługi, jaki pozwana miała świadczyć na rzecz powoda a dodatkowo zostały one uregulowane w ogólnych warunkach - załączniku nr 2. Na poczet wynagrodzenia z tytułu świadczenia usług marketingowych polegających na promocji towaru lub marki sprzedawcy przy pomocy materiałów reklamowych i użyciu innych technik handlowych sprzedawca miał przeznaczyć budżet w wysokości 17 % obrotów, a w przypadku jego niewykorzystania zobowiązywał się do zapłacenia pozwanej wynagrodzenia za gotowość i planowanie akcji promocyjnych stanowiącego różnicę pomiędzy ustalonym budżetem a kwotą faktycznie wykorzystaną. Strony przewidziały także wynagrodzenie z tytułu scentralizowanej płatności za udostępnianie możliwości kierowania faktur do scentralizowanego punktu księgowego oraz za pośredniczenie w oferowaniu towarów powoda pozwanej i jej partnerom w wysokości 0,4 % obrotów netto dokonanych przez pozwaną i jego partnerów. Mieli oni także świadczyć na rzecz powoda dodatkowe usługi testowania nowych produktów za wynagrodzeniem 6% obrotów oraz inne usługi za wynagrodzeniem 0,5% obrotu. Z tytułu udziału produktów powoda w programie lojalnościowym Skarbonka powód przyznał pozwanej i jej partnerom wynagrodzenie w wysokości 1% obrotów netto dokonanych przez pozwanego i jego partnerów. Pozwana miała również świadczyć usługi logistyczne polegające na umożliwieniu sprzedawcy zaopatrywania tylko jednego punktu dostaw w miejsce dostarczania towarów do poszczególnych sklepów i zobowiązała się do dalszej dystrybucji towarów, a wynagrodzenie ustalono na 5,2 % obrotu netto sprzedawcy. Strony uzgodniły także przekazywanie

faktur oraz innych danych w formie elektronicznej ustalając wynagrodzenie na kwotę 300 zł. Kolejne umowy zawierane w okresie współpracy zawierały tożsamą treść a zmianie ulegała jedynie wysokość budżetu przeznaczanego przez sprzedawcę na wynagrodzenie za usługi do 25% i 26 % obrotów i zrezygnowano z usług dodatkowych. W dniu 1 stycznia 2010 r. została zawarta umowa o współpracy handlowej pomiędzy powodem, pozwanym i S. Polska sp. z o.o. w P. na tych samych warunkach, przy czym strony uzgodniły, że przez dostawy pośrednie rozumieją dostawy realizowane do magazynów centralnych pozwanego i w przypadku takich dostaw zamówienia są składane przez pozwanego w imieniu i na rzecz S., który jest tym zamówieniem związany.

Umowy sporządzane były według wzorca przygotowanego przez pozwanego a powód uczestnicząc w negocjacjach nie miał realnego wpływu na ich treść i wysokość wynagrodzenia. Wykonanie usług marketingowych polegało na zamieszczeniu towarów powoda w gazetkach reklamowych z obniżoną ceną oraz ich eksponowaniu w sklepach. Powód proponował towary, które miały być ujęte w gazetkach oraz objęte promocją i nie zgłaszał zastrzeżeń do wykonywanych usług.

Powód zajmujący się w ramach działalności gospodarczej M. S. pośrednictwem sprzedaży kosmetyków, podjął bez wiedzy pozwanej współpracę z jej pracownikiem, którego skłonił, by producentów kosmetyków składających oferty do A. kierował do powoda jako dystrybutora pośredniczącego w dokonywaniu dostaw do tej sieci hipermarketów. Pozwana współpracując z innymi niż powód kontrahentami, kupowała towary zarówno od dystrybutorów jak i bezpośrednio od producentów. Przed nawiązaniem współpracy z A. powód nie współpracował z żadną inną siecią handlową a w latach 2008 – 2011 jedynymi podmiotami, z którymi współpracował jako pośrednik sprzedaży kosmetyków były sieci reprezentowane przez P. R. pozostającego z nim w stosunkach towarzyskich. W tym samym czasie P. R. uzyskiwał wynagrodzenie z tytułu świadczenia usług marketingowych spółkom M. D. i Or., w których powód był udziałowcem, a jego wysokość była uzależniona od wzrostu wartości produktów oferowanych przez powoda do sieci sklepów.

Pozwana obciążyła powoda należnościami z faktur wystawionych w okresie od 8 września 2008 r. do 1 czerwca 2011 r. z tytułu opłat za usługi marketingowe, promocyjne, logistyczne, z tytułu scentralizowanej płatności, programu lojalnościowego Skarbonka, usługi EDI i innych usług na kwotę 5 322 475,42 zł, a spółka S. na kwotę 26 962 zł z tytułu usług handlowych promocji. Rozliczenie należności odbywało się przez potrącenie z wierzytelnościami powoda za sprzedany towar. Powód pismem z dnia 14 września 2011 r. wezwał pozwaną do zwrotu kwoty dochodzonej pozwem, w tym kwoty 1 009 401,63 zł z tytułu pożytków osiągniętych przez pozwanego w postaci skapitalizowanych odsetek ustawowych od pobranych opłat.

Sąd Apelacyjny nie podzielił oceny prawnej dokonanej przez Sąd pierwszej instancji. Wskazał, że dyspozycją art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie są objęte sytuacje, w których obowiązek świadczenia pieniężnego powstaje jako ekwiwalent świadczeń, nie objętych umową sprzedaży. Uznał jednak, że kwoty pobrane przez pozwaną nie stanowiły ekwiwalentnego wynagrodzenia za faktycznie wykonane usługi, bo dokonane ustalenia nie potwierdzają ani tezy o swobodzie negocjacji, ani faktycznego zrealizowania usług w zakresie uzasadniającym pobranie wynagrodzenia w wysokości wskazanej w pozwie. Niezależnie od tego pozwana, mimo pobierania opłat, innych niż marża handlowa za przyjęcie towaru do sprzedaży, nie utrudniała powodowi dostępu do rynku. To powód wraz z P. R. przedstawiali firmę powoda jako dystrybutora produktów kosmetycznych i sugerowali dostawcom i pozwanej, że taka jest wola drugiej strony. P. R. współdziałając z powodem i działając w jego interesie dopuszczał się zaniechania prowadzenia negocjacji bezpośrednio z dostawcami a wskutek tego współdziałania pozwana kupowała towary po cenach przewyższających ceny rynkowe, bo marże na produktach powoda były niekonkurencyjne. Pozwana zatem nie utrudniała mu dostępu do rynku i to powód wytworzył takie relacje, które umożliwiały mu łatwiejsze pozyskanie dostawców i powiększenie obrotów z pozwaną. Długotrwałość współpracy i przyczyny jej zakończenia potwierdzają, że powód był zainteresowany jej rozszerzaniem i zyskiwał korzyści niezależnie od zakresu pobieranych opłat.

Sąd drugiej instancji wyraził pogląd, że art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. zawiera wzruszalne domniemanie utrudnienia dostępu do rynku w przypadku pobierania opłat innych niż marże handlowe, a zatem trzeba każdorazowo ocenić, czy faktycznie do utrudnienia doszło. Domniemanie prowadzi jedynie do zmiany rozkładu ciężaru dowodu przerzucając na pozwaną obowiązek wykazania, że działania zakwestionowane przez powoda nie miały charakteru czynu niedozwolonego i temu obowiązkowi pozwana podołała.

Sąd Apelacyjny uznał również, że wystąpienie przez powoda przeciwko pozwanej z roszczeniami wywodzonymi z ustawy o nieuczciwej konkurencji powinno być kwalifikowane jako nadużycie prawa w rozumieniu art. 5 k.c. Zastosowaniu tego przepisu nie stoi na przeszkodzie ani możliwość wystąpienia pozwanej przeciwko powodowi z własnymi roszczeniami wywodzonymi z naruszenia przepisów ustawy o nieuczciwej konkurencji ani żądanie przez powoda wydania bezpodstawnych korzyści. Odmowę udzielenia ochrony na podstawie art. 5 k.c. uzasadnia zachowanie powoda, który uprzywilejowaną pozycję wyłącznego pośrednika wykluczającą nawiązanie przez pozwaną relacji z innymi producentami i utrudniającą im dostęp do rynku, uzyskał w sposób sprzeczny z zasadami uczciwości kupieckiej. Wykonanie przez niego uprawnień opartego na art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. nie da się pogodzić ze społeczno – gospodarczym przeznaczeniem roszczenia, jakim jest eliminacja nieuczciwych zachowań z rynku. Wysoce wątpliwym jest, by powód wskutek nawiązania współpracy z pozwaną doznał jakiegokolwiek uszczerbku majątkowego, który wymagałby wyrównania, uzasadnione jest natomiast założenie, że zmierza do uzyskania wyższych zysków z narzuconego partnerom handlowym pośrednictwa.

W skardze kasacyjnej od powyższego wyroku powód zarzucił naruszenie prawa materialnego przez niezastosowanie art. 15 ust. 1 pkt 4, 18 ust. 1 pkt 1 u.z.n.k. i art. 5 k.c. oraz przez błędną wykładnię art. 15 ust. 1 ust. 4 u.z.n.k. Naruszenie przepisów postępowania mające istotny wpływ na wynik sprawy wywiódł z błędnego niezastosowania art. 177 § 1 pkt 1 i 4 k.p.c. oraz z błędnego zastosowania art. 386 § 1 k.p.c. i błędnego niezastosowania art. 386 § 4 k.p.c. Wniósł o uchylenie zaskarżonego wyroku i orzeczenie co do istoty sprawy przez zmianę wyroku Sądu Okręgowego i uwzględnienie powództwa co do kwoty

5 349 437,42 zł, ewentualnie o jego uchylenie i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania Sądowi Apelacyjnemu.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Powód wywodzi roszczenie z art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., który stanowi, że czynem nieuczciwej konkurencji jest utrudnianie innym przedsiębiorcom dostępu do rynku przez pobieranie innych niż marża handlowa opłat za przyjęcie towaru do sprzedaży.

Zgodnie z jednolitym poglądem orzecznictwa i doktryny opłaty marketingowe, promocyjne, logistyczne nie stanowią elementu marży handlowej i należy je uznać za opłatę inną niż marża handlowa. Zastrzeżenie tych opłat jest dopuszczalne w świetle art. 353¹ k.c., który zezwala stronom na ukształtowanie stosunku umownego i określenie świadczeń pieniężnych, nawet z ich pewną nie ekwiwalentnością, o ile pozostaje to w granicach swobody umów zakreślonych tym przepisem. Sama prawna skuteczność umów zastrzegających takie opłaty nie przesądza jeszcze o wystąpieniu czynu nieuczciwej konkurencji, bo decydujące znaczenie ma ocena, czy pobrana opłata jest opłatą inną niż marża handlowa i została pobrana za przyjęcie towaru do sprzedaży, a nadto, czy została powiązana z rzeczywistym ekwiwalentnym świadczeniem niepieniężnym kupującego (wyroki Sądu Najwyższego z dnia 12 czerwca 2008 r., III CSK 23/08, OSNC-ZD 2009, nr 1, poz. 14, z dnia 6 czerwca 2014 r., III CSK 228/13, Rzeczposp. PCD 2014 r., nr 132, poz. 1, z dnia 14 października 2016 r., I CSK 651/15, nie publ.). Tożsamy pogląd wyraził Trybunał Konstytucyjny w wyroku z dnia 16 października 2014 r., SK 20/12 (OTK-A 2014 r., nr 9, poz. 102) wskazując między innymi, że za utrudniające dostęp do rynku należy zawsze uznać te świadczenia, od których jest uzależniona możliwość kontraktowania lub zawarcia umowy *per se*. Przytoczył również okoliczności, które powinny podlegać ocenie w aspekcie utrudnienia dostępu do rynku, w tym związane ze swobodą negocjacji, precyzji zastrzeżenia opłat, transparentności ich poboru, ekwiwalentności i proporcjonalności ocenianej z punktu widzenia niezbędności z uwagi na przedmiot prowadzonej działalności gospodarczej i adekwatnością obciążenia danego przedsiębiorcy.

Art. 15 u.z.n.k. wskazuje, że czynem nieuczciwej konkurencji jest delikt polegający na utrudnianiu innym przedsiębiorcom dostępu do rynku i zawiera otarty katalog stypizowanych zachowań wyczerpujących przesłanki czynu. W razie wykazania, że zachowanie przedsiębiorcy odpowiada wskazanemu zachowaniu stypizowanemu w tym przepisie, zbędne jest wykazywanie, że nastąpiło utrudnienie dostępu do rynku. Jak wskazał Sąd Najwyższy w wyrokach z dnia 16 października 2016 r., I CSK 651/15 i z dnia 16 stycznia 2015 r., III CSK 244/14 (nie publ.) utrudnianie dostępu do rynku jest już określonym przez ustawodawcę, stypizowanym, nazwanym, szczególnym czynem nieuczciwej konkurencji, a nie materialnoprawną przesłanką, której wykazanie miałoby dopiero przesądzać o wystąpieniu czynu. Przepis ten nie stanowi podstawy domniemania utrudniania dostępu do rynku i przerzucenia ciężaru dowodu na pozwanego. Ciężar dowodu, że zawarta umowa nie odpowiada art. 353¹ k.c., obciąża stronę kwestionującą treść zawartej umowy (art. 6 k.c.), a zatem obowiązek dowiedzenia okoliczności zarówno utrudniania przedsiębiorcy dostępu do rynku, a więc zachowania przykładowo określonego w art. 15 ust. 1 pkt 1 – 5 u.z.n.k., jak i nieuczciwego charakteru takiego utrudniania spoczywa na powodzie.

Ustalenie pobrania przez przedsiębiorcę opłat innych, niż marża handlowa za przyjęcie towaru do sprzedaży, a więc utrudniania dostępu do rynku, nie jest wystarczające do przyjęcia czynu nieuczciwej konkurencji, bo zachowanie to podlega ocenie w świetle art. 3 u.z.n.k. i wymaga oceny, czy było to działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami i zagrażało lub naruszało interes innego przedsiębiorcy lub klienta, a zatem było nieuczciwe.

Sąd Apelacyjny przyjął odmienną wykładnię art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. uznając, że zawiera on domniemanie utrudniania do rynku i stwierdził, że chociaż opłaty pobrane przez pozwaną stanowiły opłatę inną, niż marża handlowa za przyjęcie towaru do sprzedaży, to domniemanie to zostało przez nią obalone, bo wykazała, że nie utrudniała dostępu do rynku. Pogląd ten trzeba uznać za błędny, bo skoro zostało ustalone, że z uwagi na brak swobody negocjacji i faktycznego zrealizowania usług w zakresie uzasadniającym wynagrodzenie w wysokości wskazanej w umowie, pobrane opłaty marketingowe odpowiadają czynowi opisanemu w punkcie czwartym, to zostały wykazane materialnoprawne przesłanki

przyjęcia popełnienia czynu utrudniania powodowi dostępu do rynku. Ocena, czy został popełniony delikt, a więc czy pobranie tych opłat było nieuczciwe, wymagała natomiast odniesienia się do przesłanek określonych w art. 3 u.z.n.k. i stwierdzenia, czy było ono sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami i zagrażało lub naruszało interes powoda lub klienta. Utrudnianie dostępu do rynku obejmuje działania stwarzające przeszkody innym przedsiębiorcom w prowadzeniu działalności gospodarczej na konkretnym rynku zwiększając ich nakłady finansowe, a element nieuczciwości pojawia się wówczas, gdy opłaty marketingowe lub opłaty za inne usługi oferowane przez przedsiębiorcę nie znajdują odzwierciedlenia w rzeczywistej wartości tych usług, nie służą realizacji konkretnego interesu dostawcy, a ich zastrzeżenie stanowi warunek zawarcia umowy sprzedaży (dostawy). Skutek utrudniania dostępu do rynku nie jest uzależniony od wielkości zysku lub straty dostawcy, a uzyskanie korzyści związane z zawarciem umowy nie wyklucza zastosowania art. 15 u.z.n.k. Pojęcie „dobrych obyczajów” bywa utożsamiane z zasadami współżycia społecznego z tym, że poza odwołaniem się do tradycyjnych norm etyczno - moralnych zawiera ono aspekt zwany funkcjonalno – ekonomicznym, chodzi bowiem o normy moralne i zwyczajowe stosowane w działalności gospodarczej w zakresie sposobu realizacji działań konkurencyjnych. Sąd Apelacyjny przyjmując wykazanie przez pozwaną braku utrudniania dostępu do rynku, powołał okoliczności faktyczne pozostające poza obszarem badania wskazanych wyżej przesłanek. Istotne są bowiem okoliczności zawarcia umowy w zakresie swobody kontraktowania i ustalenia opłat za wykonywanie usług, natomiast kwestia ewentualnego popełnienia przez powoda czynu nieuczciwej konkurencji w stosunku do innych przedsiębiorców – dostawców w toku wykonywania umowy zawartej z pozwaną, pozostaje w płaszczyźnie stosunków gospodarczych pomiędzy nimi a powodem a nie w płaszczyźnie stosunków umownych powoda z pozwaną. Ustalony przez Sąd fakt popełnienia przez powoda czynu niedozwolonego w stosunku do pozwanej w toku wykonywania umowy, niezależnie od moralnej oceny takiego zachowania, nie ma wpływu na kontraktowanie w zakresie ustalenia opłat i ich wysokości; pozwana na taki wpływ się nie powoływała, a ciężar udowodnienia okoliczności faktycznych w tym zakresie na niej spoczywa. Irrelevantny pozostaje też fakt osiągnięcia przez powoda bliżej

nieustalonych korzyści majątkowych kosztem pozwanej, bo co do zasady współpraca, także przy ustaleniu przez strony opłat sprzecznych z art. 353¹ k.c., przynosi korzyść przedsiębiorcy nimi obciążonemu. Jeżeli była to korzyść uzyskana wskutek wyrządzenia pozwanej szkody, to służy jej własne roszczenie, którego dochodzi w innej sprawie.

Sąd drugiej instancji uzasadnił zastosowanie art. 5 k.c. tymi samymi okolicznościami, które stanowiły podstawę oceny, że pozwana nie utrudniła powodowi dostępu do rynku.

Odnosząc się do zasad ogólnych stosowania art. 5 k. c. skrótowo jedynie trzeba wskazać, że formułuje on zakaz wykonywania praw podmiotowych w sposób sprzeczny z zawartymi w nim klauzulami generalnymi tj. społeczno – gospodarczym przeznaczeniem prawa albo zasadami współżycia społecznego. Uwzględnienie zarzutu nadużycia prawa podmiotowego oznacza, że w konkretnych okolicznościach faktycznych, ocenianych *in casu*, przyznane normą prawną istniejące prawo podmiotowe zostaje zakwalifikowane jako wykonywane bezprawnie i w konsekwencji nie podlega ochronie. Nie ulega wątpliwości, że o ile przepis ten musi być brany pod uwagę przy rozstrzyganiu wszystkich spraw, a więc co do zasady nie można wykluczyć jego zastosowania w sprawach wytoczonych na podstawie przepisów o nieuczciwej konkurencji, o tyle nie może umknąć uwadze, że zgodnie z art. 3 u.z.n.k. jedną z przesłanek pozwalających na zakwalifikowanie danego działania przedsiębiorcy jako czynu nieuczciwej konkurencji jest działanie sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami. Jeżeli zostanie zatem ustalone, że czyn przedsiębiorcy spełnia przesłankę sprzeczności działania z prawem lub dobrymi obyczajami, a więc stanowi działanie naganne moralnie w stosunkach handlowych, to należy je kwalifikować jako równoważne naruszeniu zasad współżycia społecznego. Przedsiębiorca, który narusza dobre obyczaje popełniając czyn nieuczciwej konkurencji określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie może powoływać się na sprzeczność z zasadami współżycia społecznego wytoczenia powództwa na podstawie tego przepisu, a więc na sprzeczność wykonania prawa podmiotowego przez uprawnionego dostawcę, jeżeli w czasie zawarcia umowy dostawca zasad tych nie naruszył. Działanie dostawcy w toku wykonywania umowy, sprzeczne z art. 5 k.c. lub nawet polegające na popełnieniu czynu

nieuczciwej konkurencji w stosunku do drugiej strony umowy, nie może powodować swoistego „kompensowania” skutków popełnienia czynów niedozwolonych przez obie strony. W takiej sytuacji żadna ze stron umowy, zgodnie z tzw. zasadą czystych rąk, nie może podnieść przy realizacji własnych roszczeń zarzutu nadużycia prawa podmiotowego. Popełnienie w czasie wykonywania umowy czynu niedozwolonego przez dostawcę w stosunku do przedsiębiorcy, który popełnił delikt określony w art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k., nie stanowi podstawy do podniesienia zarzutu nadużycia prawa podmiotowego przez dostawcę w razie wytoczenia powództwa w oparciu o ten przepis. Dodać tylko można, że w razie braku podstaw do przyjęcia, że został popełniony czyn nieuczciwej konkurencji, nie ma podstaw do odwoływania się do art. 5 k.c.

Zarzut naruszenia art. 177 § 1 pkt 1 i 4 w zw. z 391 § 1 k.p.c. traci na znaczeniu z uwagi na dokonaną wyżej wykładnię art. 15 ust. 1 pkt 4 u.z.n.k. i tylko można wskazać, że Sąd Apelacyjny był uprawniony do dokonania własnych ustaleń na okoliczności, które uznał za istotne dla rozstrzygnięcia sprawy, przy czym podnoszona przez powoda kwestia rozstrzygnięcia w innej sprawie o ewentualnej szkodzie poniesionej przez pozwaną na skutek zawyżania przez powoda cen towarów, pozostaje bez znaczenia dla rozstrzygnięcia w niniejszej sprawie.

Z tych względów orzeczono na podstawie art. 398¹⁵ k.p.c. jak w punkcie 1 sentencji, o kosztach rozstrzygając zgodnie z art. 108 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c. i art. 398²¹ k.p.c. Skarga kasacyjna podlegała oddaleniu na podstawie art. 398¹⁴ k.p.c. co do punktu drugiego zaskarżonego wyroku w zakresie kwoty 26 962 zł dotyczącej należności wynikających z faktur wystawionych przez S. Polska spółkę z o.o. w P. wobec braku skutecznych zarzutów przeciwko rozstrzygnięciu Sądu drugiej instancji w tej części.