

(NIE)BEZPIECZNE e-ZAKUPY

Gdy idziemy do sklepu, spotykamy sprzedawcę, obsługę – bezpośredni kontakt z drugą osobą daje nam poczucie bezpieczeństwa. Myślimy: w razie problemów z towarem wrócę tu.

Gdy wchodzimy na stronę sklepu internetowego, takiego kontaktu nie mamy. Sklep jest, zaraz może go nie być, nie mamy pewności, czy dane sprzedawcy są prawdziwe, a wpłacić za towar trzeba z góry...

Zakupy w Internecie nie są niebezpieczne, a raczej będą tak samo bezpieczne jak w „realu”, jeśli tylko zadamy o swoje bezpieczeństwo i sprawdzimy, z kim mamy do czynienia...

JAK WYBRAĆ SKLEP

Przedsiębiorstwo handlujące tradycyjnie, nawet największy sklep, też może ulec likwidacji. Sklep internetowy jest często na tyle daleko od naszego miejsca zamieszkania, że nie jesteśmy w stanie na miejscu zweryfikować jego faktycznego istnienia. Musimy w takim razie zweryfikować informacje dostępne.

Założmy, że decyzja o wyborze towaru została podjęta. Czas na wybór sklepu. Z reguły zaczynamy od porównywarek cenowych i sprawdzenia, czy sklep, który oferuje towar za najniższą cenę, jest wiarygodny. W tym miejscu warto zorientować się, jakie opinie na temat sklepu wyrażają inni internauci. Sprawdzamy nie tylko informacje na portalach udostępniających narzędzia do wyrażania opinii (funkcjonujących właśnie w tym celu), ale także zwykłe fora internetowe (w okno wyszukiwarki wystarczy wpisać nazwę sklepu i słowo „forum”). Po takim szybkim audycie można zauważyć, że na portalach z opiniami przeważają opinie pozytywne, na forach zaś negatywne. Samodzielnie zatem należy uśrednić wynik. Warto też skontaktować się z instytucją zajmującą się ochroną praw konsumentów – konsumenci zwracają się tam np. ze zgłoszeniami, że dany sklep nie realizuje zobowiązań.

Należy w tym miejscu dodać, że sama porównywarka cenowa nie powinna być jedynym miejscem, z którego konsument powinien czerpać wiedzę o właściwościach towaru. W regulaminach porównywarek można znaleźć zastrzeżenia, że usługodawca nie ponosi odpowiedzialności za opisy towarów, a nawet za aktualność cen. Specyfikacje i aktualne ceny należy zawsze sprawdzać bezpośrednio na stronie potencjalnego sprzedawcy.

Innym elementem, który warto wziąć pod uwagę, jest doświadczenie przedsiębiorcy – jeżeli sklep internetowy funkcjonuje od np. 6 lat, prawdopodobieństwo, że mamy do czynienia z nierzetelnym kontrahentem, nie jest wysokie. Oświadczenie sprzedawcy o wieloletniej działalności warto sprawdzić w elektronicznym rejestrze przedsiębiorców, o czym mowa poniżej.

Przedsiębiorcy nierzadko chwalą się nagrodami, certyfikatami lub innymi wyróżnieniami, świadczącymi o ich profesjonalizmie. Niektóre certyfikaty można kupić, a inne z kolei wyróżnienia jest dość łatwo uzyskać. Informacje o wyróżnieniach należy zawsze zweryfikować. Tu znów pomóc może społeczność internetowa lub instytucja konsumencka.

PRAWO

Przed rozpoczęciem zakupu warto zapoznać się z poradnikami dotyczącymi sprzedaży internetowej, dostępnymi na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (www.uokik.gov.pl) lub Federacji Konsumentów (www.federacja-konsumentow.org.pl). Warto również przeczytać dwa akty prawne, mające największe znaczenie w obszarze zakupów internetowych. Są nimi:

- Ustawa z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (DzU nr 22, poz. 271 z późn. zm.),
- Ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (DzU nr 141, poz. 1176 z późn. zm.).

Dodatkowo, zasady świadczenia usług drogą elektroniczną regulują przepisy Ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (DzU nr 144, poz. 1204 z późn. zm.).

Aktualne i ujednolicone teksty ustaw można znaleźć na stronie Sejmu RP (<http://isap.sejm.gov.pl>).

Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów reguluje w drugim rozdziale szereg zagadnień wiążących się z umowami na odległość. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że Ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów z zakresie umów zawieranych na

odległość dotyczy kontraktów konsumenckich (umowa zawarta pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem), gdzie przedsiębiorca zorganizował swoje przedsiębiorstwo tak, aby zawierać umowy na odległość w sposób nieincydentalny. Na przykład, jeżeli księgarnia prowadzi zwykłą, tradycyjną sprzedaż, ale na telefoniczną prośbę kupującego wysłała towar, umowa taka nie podlega przepisom o umowach zawieranych na odległość, określonym w Ustawie o ochronie niektórych praw konsumentów.

Drugą stroną kontraktu musi być konsument, osoba fizyczna, która dokonuje czynności prawnej (np. zawiera umowę sprzedaży) w celu niezwiązanym bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. W tym miejscu należy dodać, że dla celów stosowania Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej przyjęto węższą definicję konsumenta (bez słowa „bezpośrednio”). Ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej określa szczególne warunki sprzedaży rzeczy ruchomych konsumentom (przez przedsiębiorców), w tym obowiązki informacyjne, obowiązki związane z wykonaniem umowy, odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową oraz odpowiedzialności z tytułu gwarancji.

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA POSIADA REGULAMIN

Zwykły sklep internetowy nie musi posiadać regulaminu – taki obowiązek istnieje tylko wtedy, gdy jednocześnie świadczy usługę (choćby nieodpłatnie) drogą elektroniczną, np. umożliwia wystawianie ocen sprzedawanym produktom.

Sprzedawca naturalnie jest zobowiązany ustawowo przekazywać klientom pewne informacje o sobie i warunkach transakcji, ale informacje te nie muszą mieć postaci sformalizowanego regulaminu. Mogą być nawet poumieszczane w różnych częściach portalu, choć naturalnie muszą być przekazane kupującemu rzetelnie, w zrozumiałej formie, bez wprowadzania w błąd.

Ponieważ stosowanie regulaminu lub choćby umieszczenie wszystkich wymaganych prawem informacji w jednym miejscu (np. na jednej podstronie) uważane jest za standard w obrocie konsumenckim, inna forma przekazywania informacji powinna budzić wątpliwości.

SPRAWDZAMY, JAKI JEST CHARAKTER PROPOZYCJI PRZEDSIĘBIORCY

Przedsiębiorca zazwyczaj albo składa ofertę sprzedaży, albo zaprasza do składania ofert.

W pierwszym przypadku uwidocznienie towaru na stronie internetowej i oznaczenie go ceną można uznać za ofertę. Konsument za pośrednictwem środków porozumiewania się na odległość przyjmuje ofertę – wówczas dochodzi do zawarcia umowy sprzedaży. Sprzedawca nie może od momentu przyjęcia przez konsumenta oferty oświadczyć, że np. towar sprzedaje, ale po innej cenie. Naturalnie istnieją wyjątki, ale o nich piszemy poniżej.

W drugiej sytuacji strona internetowa sklepu przedsiębiorcy to zaledwie informator. Konsument wysyła zamówienie na dany towar, kierując się informacjami umieszczonymi na stronie. To konsument składa ofertę. Sprzedawca może taką ofertę przyjąć (wówczas dochodzi do zawarcia umowy sprzedaży), ale może ją również odrzucić, na przykład modyfikując cenę lub informację o właściwościach rzeczy.

O rodzaju propozycji przedsiębiorcy z reguły informuje regulamin danego sklepu internetowego; rzadko jest to inne miejsce na stronie sklepu internetowego. W regulaminie również powinny znaleźć się informacje o:

- 1) czynnościach technicznych składających się na procedurę zawarcia umowy,
- 2) skutkach prawnych potwierdzenia przez drugą stronę otrzymania oferty,
- 3) zasadach i sposobach utrwalania, zabezpieczania i udostępniania przez przedsiębiorcę drugiej stronie treści zawieranej umowy,
- 4) metodach i środkach technicznych służących wykrywaniu i korygowaniu błędów we wprowadzanych danych, które jest obowiązany udostępnić drugiej stronie,
- 5) językach, w których umowa może być zawarta,
- 6) kodeksach etycznych, które stosuje, oraz o ich dostępności w postaci elektronicznej.

Podsumowując: niezależnie od charakteru propozycji przedsiębiorca powinien w rzetelny i przejrzysty sposób informować potencjalny krąg odbiorców o procedurze prowadzącej do ewentualnego zawarcia umowy. Ukrywanie takich informacji lub zamieszczanie sprzecznych, wykluczających się postanowień, powinno być dla konsumenta sygnałem do niangażowania się w proces zakupu w tym sklepie.

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA PODAJE IMIĘ I NAZWISKO LUB NAZWĘ

Prawo nakazuje sprzedawcy zidentyfikować się wobec potencjalnego kupującego. Osoby prowadzące jednoosobową działalność gospodarczą powinny zidentyfikować się z imienia i nazwiska. Tak samo powinni postąpić wspólnicy spółki cywilnej.

Pozostałe podmioty powinny podać nazwę. Każdy przedsiębiorca powinien podać formę prawną funkcjonowania (np. Sp. z o.o.), organ który dokonał rejestracji przedsiębiorcy oraz numer, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany (np. spółki prawa handlowego, akcyjne, z ograniczoną odpowiedzialnością, jawne, komandytowe muszą podawać numer KRS).

Przedsiębiorca ma obowiązek identyfikowania się numerem NIP (nie musi natomiast podawać numeru REGON, choć uwidocznienie tego numeru należy ocenić pozytywnie, jako dobrą praktykę rynkową). Dysponując jednym z wyżej wymienionych numerów można sprawdzić, czy przedsiębiorca widnieje w danych Głównego Urzędu Statystycznego. Na stronie www.stat.gov.pl można skorzystać z wyszukiwarki przedsiębiorców, podając NIP lub REGON. Sprawdzenie faktu rejestracji w zasobach GUS powinno być standardowym zachowaniem konsumenta przy wyborze sklepu internetowego i szacowaniu bezpieczeństwa zakupu.

Istnienie przedsiębiorcy, który podaje numer KRS (Krajowy Rejestr Sądowy) można zweryfikować na stronie krs.ms.gov.pl. Pozostałe podmioty można zweryfikować na stronie Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (strona internetowa firma.gov.pl).

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA PODAJE ADRES ZAMIESZKANIA LUB SIEDZIBY

Sprzedawca powinien podać adres zamieszkania lub siedziby przedsiębiorstwa. Informacje te będą potrzebne na przykład, gdy w przyszłości dojdzie do konfliktu, którego nie będzie można rozwiązać polubownie. Pozywając osobę prowadzącą jednoosobową działalność gospodarczą trzeba będzie wskazać jej adres zamieszkania, pozywając spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością jej siedzibę.

Ponadto takie dane pozwolą oszacować, gdzie w razie konfliktu trzeba będzie udać się do sądu – co do zasady, sądem właściwym jest sąd miejsca zamieszkania lub siedziby pozwanego.

Przedsiębiorca, który nie podaje informacji o miejscu zamieszkania (albo siedziby), nie zasługuje na zaufanie.

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA PODAJE DOKŁADNE INFORMACJE O TOWARZE

Sprzedawca powinien przy każdym uwidocznionym na stronie towarze podać kompletne informacje o jego właściwościach. Informacje powinny być kompletne, czytelne i niewprowadzające w błąd. Jeżeli to możliwe, warto porównać informacje o właściwościach towaru z podawanymi przez producenta. Ewentualne rozbieżności należy wyjaśniać ze sprzedawcą – to on będzie odpowiadał za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, czyli również za rozbieżności pomiędzy właściwościami deklarowanymi a faktycznie posiadanymi przez towar.

Sprzedawca nie może zastaniać się formułką, że nie odpowiada za opisy towarów, albowiem uzyskał je od producenta. To samo dotyczy zastrzeżenia upoważniającego sprzedawcę do dostarczenia towaru o zmienionych parametrach. O każdej zmianie właściwości rzeczy sprzedawca powinien informować kupującego.

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA PODAJE DOKŁADNE INFORMACJE O ZASADACH ZAPŁATY

Sprzedawca może przewidzieć różne sposoby zapłaty. Zgodnie z prawem jeden sposób jest obowiązkowy – zapłata po otrzymaniu towaru. Sprzedawca nie może wyłączyć takiej możliwości. Za sposób spełniający ten obowiązek uznaje się dostawę towaru za pobraniem.

Inne sposoby płatności to przelew zwykły, elektroniczny, przekaz pocztowy, przelew za pomocą poczty elektronicznej czy zapłata kartą kredytową.

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA PODAJE DOKŁADNE INFORMACJE O ZASADACH DOSTAWY

Jeżeli sprzedawca nie podaje na stronie terminu wykonania umowy, powinien wykonać umowę zawartą na odległość najpóźniej w terminie trzydziestu dni po złożeniu przez konsumenta oświadczenia woli o zawarciu umowy. Zazwyczaj jednak termin taki jest podany, przy czym sprzedawcy niejednokrotnie rozróżniają pojęcie realizacji i dostawy.

Przez pojęcie realizacji zazwyczaj są rozumiane czynności, w których ramach sprzedawca „przygotowuje” się do wysłania towaru. Sklepy internetowe często bowiem nie dysponują własnym magazynem oferowanych towarów, korzystając z informacji o dostępności i cenie dostarczanych przez innego, większego sprzedawcę (istnieją wyspecjalizowane w tym przedsiębiorstwa). Realizacja kończy się z momentem wysłania rzeczy kupującemu.

Dostawa to czynności obejmujące czas od chwili nadania przesyłki do momentu wydania towaru lub poinformowania kupującego o możliwości odbioru przesyłki (awizo).

Warto prześledzić regulamin sklepu internetowego, czy sprzedawca właśnie tak definiuje pojęcie realizacji i dostawy. Pozwoli to uniknąć późniejszych niepotrzebnych konfliktów.

Sprzedawca nie może zastrzegać sobie prawa do opóźnień w dostawie. Umowa winna być wykonana w ściśle określonym terminie. Brak dostawy lub dostawa z opóźnieniem powodują powstanie po stronie kupującego pewnych uprawnień.

Jeżeli sprzedawca w ogóle nie wykonuje umowy, kupujący powinien wezwać sprzedawcę do wykonania umowy, wyznaczając w tym celu termin dodatkowy (np. 7 lub 14 dni). Jednocześnie można zaznaczyć, że bezskuteczny upływ wyznaczonego terminu będzie równoznaczny z odstąpieniem od umowy sprzedaży i żądaniem zawrotu równowartości uiszczonej ceny (podstawa prawna: przepis art. 491 § 1 Kodeksu cywilnego).

Dostawa towaru z przekroczeniem umówionego terminu pozwala konsumentowi na dochodzenie odszkodowania od sprzedawcy, o ile w związku ze zwłoką kupujący poniósł materialną szkodę (np. na potrzeby remontu zakupił wiertarkę, która została dostarczona ze znacznym opóźnieniem, a wskutek opóźnienia kupujący zmuszony był wypożyczyć wiertarkę, w związku z czym poniósł materialną szkodę, zapłacił dodatkowo za wypożyczenie wiertarki) – podstawa prawna: przepis art. 471 Kodeksu cywilnego.

Niekiedy zwłoka sprzedawcy powoduje, że świadczenie traci dla kupującego znaczenie całkowicie lub w przeważającym stopniu. Na przykład, zgodnie z umową, sanki miały być dostarczone na tydzień przed Wigilią. Towar jednak jest dostarczany dopiero po Wigilii, konsument zaś musiał w ostatniej chwili kupić w innym miejscu takie same sanki za wyższą kwotę. W takim przypadku kupujący może nie przyjąć towaru i żądać od sprzedawcy zwrotu nie tylko pieniędzy, które już wpłacił, ale także różnicy cenowej pomiędzy towarami, ewentualnie innych kosztów, o ile zostały poniesione w związku ze zwłoką sprzedawcy (podstawa prawna: przepis art. 477 § 2 i 479 Kodeksu cywilnego).

W tym miejscu należy zaznaczyć, że sprzedawca odpowiada wobec konsumenta za działania swojego podwykonawcy, jakim jest dostawca (poczta, firma kurierska). Uchylenie się od tej odpowiedzialności jest niedozwolone. Sprzedawca odpowiada zarówno za terminowość dostawy, jak i dostarczenie rzeczy bez uszkodzeń czy ubytków.

To, co powinien zrobić kupujący, to dokładne sprawdzenie przesyłki z zewnątrz, czy nie nosi ona znamion uszkodzenia lub zniszczenia. Kupujący nie jest natomiast zobowiązany do dokonywania dokładnych oględzin rzeczy. Konsument ma prawo ufać, że dostarczany towar w ramach umowy zawartej z profesjonalistą jest w stanie zgodnym z umową.

Niemniej jednak zalecamy, aby w przypadkach, kiedy jest to możliwe, sprawdzać zawartość przesyłki oraz dokonać przynajmniej ogólnych oględzin towaru na okoliczność ewentualnych uszkodzeń. Takie same czynności należy wykonać przy odbiorze osobistym.

Sprzedawca powinien dokładnie określić koszty dostawy. Koszt dostawy obejmuje nie tylko sam koszt usługi pocztowej lub kurierskiej, ale także koszt opakowania, administracyjne, dostawy od własnego hurtownika lub inne koszty, które można powiązać z realizacją i dostawą. Stąd też odbiór osobisty bezpośrednio w siedzibie przedsiębiorcy może wiązać się z odpłatnością, o ile wcześniej kupującemu została przekazana informacja o istnieniu takiej opłaty.

W ofercie sprzedawcy, zwłaszcza przy rzeczach cięższych, powinniśmy szukać informacji, czy towar zostanie wniesiony do domu. Część sklepów dostarcza ciężkie rzeczy (zwłaszcza duży sprzęt RTV lub AGD) tylko pod dom lub pod klatkę schodową. Wniesienie rzeczy do domu realizowane jest za dodatkową opłatą lub nie jest w ogóle oferowane.

Podobnie sprawa wygląda z montażem sprzętu RTV czy AGD, np. pralek. Te czynności zazwyczaj nie wchodzą w zakres wykonania umowy, ale czasami są realizowane za dodatkową odpłatnością.

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA PRZEKAZUJE INFORMACJE O PRAWIE DO ZWROTU TOWARU

Kupującemu konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość (potocznie mówi się o zwrocie towaru, choć samo pojęcie zwrotu formalnie dotyczy samego odesłania towaru po odstąpieniu od umowy).

Odstąpienie od umowy nie może wiązać się z odstępnym, sprzedawca nie może też nakładać obowiązku podania powodu odstąpienia, jakkolwiek podanie powodu nie powoduje nieważności odstąpienia.

Konsument może odstąpić od umowy w terminie 10 dni od daty otrzymania towaru (wydania). W tym celu należy najpóźniej w ostatnim dniu terminu wysłać (najlepiej listem poleconym) oświadczenie o odstąpieniu od umowy zawartej na odległość (wzór oświadczenia można znaleźć na końcu poradnika). Liczy się data wysłania oświadczenia.

Do terminu nie wliczamy dnia otrzymania towaru, np. jeżeli towar otrzymaliśmy 1 grudnia, to ostatnim dniem terminu na wysłanie odstąpienia jest dzień 11 grudnia. Jeżeli ostatnim dniem terminu jest dzień ustawowo wolny od pracy, koniec terminu przypada na dzień następny. W tym przypadku nie ma znaczenia, czy taki dzień jest dniem „pracującym” dla przedsiębiorcy.

Po odstąpieniu od umowy konsument powinien w ciągu 14 dni zwrócić towar – najlepiej uczynić to jak najszybciej. Tu liczy się dzień otrzymania towaru przez sprzedawcę, choć przekroczenie tego terminu przez konsumenta nie spowoduje nieważności odstąpienia od umowy. Z kolei sprzedawca po otrzymaniu oświadczenia o odstąpieniu od umowy powinien zwrócić w terminie 14 dni całość otrzymanej od konsumenta zapłaty. Jeżeli konsument zapłacił za dostawę, koszty te również podlegają zwrotowi.

Jeżeli konsument nie zwróci towaru w terminie, może być obciążony odpowiedzialnością za szkodę, o ile w związku ze zwłoką konsumenta sprzedawca poniesie materialną szkodę i fakt

ten wykaże. Konsument, w razie zwłoki sprzedawcy w zwrocie pieniędzy, może zażądać zapłaty odsetek ustawowych.

Koszt zwrotu towaru ponosi konsument, koszt zwrotu pieniędzy – sprzedawca. Nie można odsyłać towaru za pobraniem.

Towar, jak stanowi ustawa, powinien być w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w ramach zwykłego zarządu rzeczą. Takie ujęcie powoduje, że konsument jest upoważniony do rozpakowania towaru i sprawdzenia jego funkcjonowania w podstawowym zakresie. Zwykła eksploatacja, zwłaszcza intensywna, może być uznana za nadużycie prawa (por. przepis art. 5 Kodeksu cywilnego, który zakazuje nadużywania praw podmiotowych). Z kolei zastrzeżenia, iż towar nie może być rozpakowany lub uruchamiany, należy uznać za sprzeczne z prawem i tym samym niewiążące konsumenta.

W razie podejrzeń, że sprzedawca może zachować się nieuczciwie, warto pakować i wysyłać towar w obecności postronnego świadka (aby mógł poświadczyć, jaki był stan faktyczny zwracanego towaru). Warto w tym miejscu zauważyć, że to na sprzedawcy (w razie sporu) będzie spoczywał ciężar, iż towar został zwrócony w stanie przekraczającym wyznaczone ustawowo ramy.

Nie można w tym miejscu pominąć faktu, że tak jak konsumentowi przyznano prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość, tak i przedsiębiorcy przysługuje podobna postać prawnej możliwości uwolnienia się od konieczności realizacji kontraktu. W założeniach do przepisów o umowach zawieranych na odległość przyjęto, że sprzedawca może nie dysponować towarem, który formalnie sprzedał. Wynikać to może ze specyfiki systemów elektronicznych a także wadliwych informacji pochodzących od dostawcy przedsiębiorcy (np. dystrybutora zagranicznego producenta lub hurtowni).

Zgodnie z przepisem art. 12 ust. 2 Ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, jeżeli przedsiębiorca nie może spełnić świadczenia z tego powodu, że przedmiot świadczenia nie jest dostępny, powinien niezwłocznie, najpóźniej jednak w terminie trzydziestu dni od zawarcia umowy, zawiadomić o tym konsumenta i zwrócić całą otrzymaną od niego sumę pieniężną.

Jeśli przedsiębiorca nie może wykonać zobowiązania z powodu choćby przejściowej niemożności spełnienia świadczenia o właściwościach zamówionych przez konsumenta, przedsiębiorca może, jeżeli zawarto takie zastrzeżenie w umowie, zwolnić się ze zobowiązania przez spełnienie świadczenia zastępczego, odpowiadającego tej samej jakości i przeznaczeniu oraz za tę samą cenę lub wynagrodzenie, informując zarazem konsumenta pisemnie o jego prawie nieprzyjęcia tego świadczenia i odstąpienia od umowy, ze zwrotem rzeczy na koszt przedsiębiorcy (art. 12 ust. 3 ww. ustawy).

O istnieniu prawa do odmowy wykonania umowy przedsiębiorca nie musi informować konsumentów.

SPRAWDZAMY, CZY SPRZEDAWCA PODAJE INFORMACJE O MIEJSCU I SPOSOBIE SKŁADANIA REKLAMACJI

Z przepisów nie wynika wprost, czy sprzedawca jest zobowiązany podawać szczegółowe informacje o swojej odpowiedzialności ustawowej. Przepis nakłada na przedsiębiorcę jedynie obowiązek podawania informacji o miejscu i sposobie składania reklamacji.

Miejsce składania reklamacji nie musi być tożsame z miejscem siedziby przedsiębiorcy lub jego oddziału. Wydaje się jednak, że powinno być to miejsce na terenie Polski (o ile siedziba lub oddział przedsiębiorcy także mieści się w Polsce). Wskazanie miejsca za granicą może wiązać się z nadmiernymi dla konsumenta trudnościami.

Sposób złożenia reklamacji może być przez przedsiębiorcę ogólnie dookreślony – wchodzenie przez sprzedawcę w bardziej szczegółowe zapisy może spowodować niezgodność tych zapisów z powszechnie obowiązującym prawem, które dość szeroko reguluje zasady składania reklamacji. W tym stanie rzeczy oznaczenie sposobu składania reklamacji powinno ograniczyć się do ogólnej instrukcji (np.: „Reklamację można złożyć pisemnie, telefonicznie lub pocztą elektroniczną”).

Podstawową odpowiedzialnością sprzedawcy za towar jest odpowiedzialność za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową (czyli wady, braki, niekompletność, brak właściwości o których istnieniu sprzedawca zapewniał i inne).

Sprzedawca odpowiada, o ile niezgodność towaru z umową została stwierdzona przed upływem 2 lat od jego wydania. Zawiadomienie o stwierdzeniu niezgodności (zazwyczaj jest

to reklamacja) powinno być zgłoszone sprzedawcy przez upływem 2 miesięcy od jej stwierdzenia. Przekroczenie tego terminu powoduje utratę uprawnień, m.in. do żądania naprawy, wymiany, obniżenia ceny lub utratę prawa do odstąpienia od umowy sprzedaży. Termin 2 miesięcy zostaje zachowany także wtedy, gdy zawiadomienie zostanie wysłane (najlepiej listem poleconym) ostatniego dnia.

Składając reklamację konsument może przede wszystkim domagać się naprawy lub wymiany. Zgłoszenie takich żądań zobowiązuje sprzedawcę do zajęcia stanowiska dotyczącego zasadności tych żądań, w terminie 14 dni (kalendarzowych). Jeżeli sprzedawca nie dotrzyma tego terminu (ostatniego dnia konsument powinien otrzymać merytoryczne stanowisko), to uważa się, iż żądania konsumenta są uzasadnione.

Sprzedawca jednocześnie powinien w terminie odpowiednim (za taki zazwyczaj uważa się termin 14 dni) usunąć niezgodność – doprowadzić rzecz do stanu zgodności z umową. Niezachowanie odpowiedniego terminu powoduje, iż konsument uzyskuje prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży lub żądania obniżenia ceny. Jeżeli niezgodność jest nieistotna (bagatelna), nie przysługuje mu jednak prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży.

Wyjątkowo, można od umowy odstąpić bez wcześniejszego żądania naprawy lub wymiany, jeżeli te narażają kupującego na znaczne niedogodności (np. dostarczone buty narciarskie są niezgodne z umową, a domaganie się naprawy lub wymiany spowoduje, że sprawny towar będzie dostępny dopiero po powrocie z planowanego wyjazdu na narty).

Na końcu opracowania zamieściliśmy wzór typowego pisma pomocnego przy składaniu reklamacji z tytułu odpowiedzialności sprzedawcy. Składając reklamację, należy zawsze zachować formę pisemną, do celów dowodowych. Odsyłając towar, jeżeli można podejrzewać nierzetelne zachowanie kontrahenta, warto zadbać o postronnego świadka (najlepiej nikt z rodziny), który mógłby poświadczyć, jaki był stan faktyczny rzeczy, przy pakowaniu i wysłaniu.

Wysyłając towar z reklamacją, nie należy robić tego za pobraniem, chyba że właśnie tak umówiliśmy się ze sprzedawcą. Jeżeli reklamacja jest uzasadniona, można domagać się od sprzedawcy odszkodowania (czyli wpierv należy koszt ponieść) w związku z np. kosztami pakowania i wysłania towaru do reklamacji.

Obok ustawowej i bezwzględnej odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, funkcjonuje odpowiedzialność z tytułu gwarancji.

Jest to odrębny rodzaj odpowiedzialności, choć permanentnie mylony z odpowiedzialnością ustawową sprzedawcy.

Przede wszystkim gwarancja nie jest zobowiązaniem obligatoryjnym – nie istnieje obowiązek udzielenia gwarancji. Podmiot, który to czyni (gwarant), kieruje się przesłankami komercyjnymi. Podmiotem tym może być ktokolwiek: producent, przedstawiciel na kraj lub region, hurtownik, rzadziej sam sprzedawca.

Treść zobowiązania gwarancyjnego jest w szerokim zakresie dowolnie kształtowana przez gwaranta. Różne mogą być terminy odpowiedzialności, terminy usuwania usterek, zakres odpowiedzialności, sposób usuwania usterek.

Gwarancja nie może natomiast wpływać w żaden sposób na odpowiedzialność sprzedawcy. Gwarant musi w treści gwarancji poinformować, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową.

PODSUMOWUJĄC:

Konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o:

- imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany,
- istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
- cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki,
- zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia,
- kosztach oraz terminie i sposobie dostawy,

- prawie odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków, o których mowa w art. 10 ust. 3 Ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów,
- kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż według normalnej taryfy,
- terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący (dopuszczalne jest określenie do „wyczerpania zapasów”),
- miejscu i sposobie składania reklamacji.

WYJĄTKI (ART. 10 UST. 3 ORAZ ART. 16 USTAWY O OCHRONIE NIEKTÓRYCH PRAW KONSUMENTÓW)

Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w następujących przypadkach:

- 1) świadczenia usług rozpoczętego, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu, o którym mowa w art. 7 ust. 1,
- 2) dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerowych po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania,
- 3) umów dotyczących świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,
- 4) świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą,
- 5) świadczeń, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu,
- 6) dostarczania prasy,
- 7) usług w zakresie gier i zakładów wzajemnych.

Sprzedawca jest zobowiązany potwierdzić informacje o możliwości odstąpienia od umowy na piśmie, najpóźniej wraz z dostawą towaru. Brak potwierdzenia informacji powoduje, że konsument może odstąpić od umowy zawartej na odległość w terminie do 3 miesięcy od

wykonania umowy, chyba że wcześniej sprzedawca poinformuje na piśmie o prawie do odstąpienia od umowy – wówczas termin ulega skróceniu do 10 dni od daty otrzymania potwierdzenia.

Przepisy o umowach zawartych na odległość nie będą w ogóle stosowane w przypadkach umów:

- z wykorzystaniem automatów sprzedających,
- z wykorzystaniem innych automatów umieszczonych w miejscach prowadzenia handlu,
- rent,
- zawartych z operatorami telekomunikacji przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych,
- dotyczących nieruchomości, z wyjątkiem najmu,
- sprzedaży z licytacji.

Przepisów Ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, w zakresie dotyczącym prawa do odstąpienia od umowy, obowiązków informacyjnych oraz domyślnego terminu wykonania umowy zawartej na odległość (30 dni) nie stosuje się do:

- 1) sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do mieszkania lub miejsca pracy konsumenta,
- 2) świadczenia, w ściśle oznaczonym okresie, usług w zakresie zakwaterowania, transportu, rozrywek, gastronomii; w przypadku rozrywek na świeżym powietrzu przedsiębiorca może zastrzec także wyłączenie obowiązku zawiadomienia o niemożności spełnienia świadczenia, o którym mowa w art. 12 ust. 2 Ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów, jednak tylko we wskazanych w umowie okolicznościach.

AUKCJE INTERNETOWE

Znaczna część umów sprzedaży zawieranych jest na odległość za pośrednictwem portali aukcyjnych. Umowy zawierane tam, pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem, podlegają przepisom obowiązującego prawa, a w niektórych aspektach także regulaminowi danego

portalu (np. postanowieniu, zgodnie z którym należy się skontaktować z kontrahentem w określonym terminie po zakończeniu aukcji).

Transakcje za pośrednictwem platform aukcyjnych zawierane są albo po przeprowadzeniu licytacji, albo po zwykłym przyjęciu oferty sprzedającego (opcja „kup teraz”).

Zawarcie umowy bez licytacji ceny jest taką samą transakcją, jak zakup w sklepie internetowym danego sprzedawcy. Zawarcie umowy po licytacji ceny powoduje, że kontrakt nie podlega przepisom o umowach zawieranych na odległość (por. art. 16 ust. 1 pkt 10 Ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów). Kupujący nie może w takim wypadku na przykład odstąpić od umowy w terminie 10 dni. Może natomiast reklamować towar, jeżeli okaże się on niezgodny z umową.

Wyboru oferty zamieszczonej na platformie aukcyjnej należy dokonać kierując się podobnymi kryteriami, jak przy wyborze sprzedawcy oferującego towar we własnym odrębnym sklepie internetowym. Obowiązuje zatem zasada przekazania kupującemu konsumentowi pełnych informacji o osobie przedsiębiorcy, właściwościach towaru, zasadach zapłaty, dostawy, reklamacji oraz o prawie do odstąpienia od umowy, jeżeli w ofercie umożliwiono zawarcie umowy bez licytacji. Portale aukcyjne dodatkowo pozwalają na ocenę rzetelności przedsiębiorcy poprzez system komentarzy (każda platforma aukcyjna posiada odrębny system ocen, stąd warto wpieryw zapoznać się z kryteriami przyznawania wyróżniających oznaczeń).

Ponadto można zweryfikować, jak długo przedsiębiorca prowadzi sprzedaż na portalu aukcyjnym, z jaką częstotliwością dokonuje sprzedaży i (rzecz wydaje się podstawowa) czy sprzedawca w ogóle jest przedsiębiorcą. Zazwyczaj platformy aukcyjne posiadają odrębny rodzaj konta dla przedsiębiorców, choć nadal można zetknąć się z oferentami twierdzącymi, że nie posiadają statusu przedsiębiorcy, mimo że skala, częstotliwość sprzedaży i ilościowy rozmiar ofert temu przeczą.

W tym miejscu należy zaznaczyć (choć wynika to już z wcześniej poruszonych zagadnień), że konsument posiada szczególne prawa, o ile jego kontrahentem jest przedsiębiorca. Dokonując zakupu na aukcji, także przy opcji „kup teraz” od innego podmiotu, nie będącego przedsiębiorcą (kupując np. stary używany gramofon), kupujący nie będzie mógł od umowy odstąpić bez podawania przyczyn w terminie 10 dni ani też składać reklamacji z tytułu

odpowiedzialności za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową. W takiej sytuacji mamy do czynienia z kontraktem niekonsumenckim dotyczącym sprzedaży i zastosowanie będzie tu miała roczna rękojmia (por. art. 556 i następne Kodeksu cywilnego).

JAK ZAMÓWIĆ DESKĘ

Pod koniec ubiegłego wieku w Polsce zaczęły mnożyć się spółki „przyznające” nagrody. Do skrzynek milionów Polaków trafiały zawiadomienia: „Wygrałeś prawo do 100 tysięcy”, „Wygrałeś aparat”, a nawet „Wygrałeś małe Renault Clio”. Wystarczyło opłacić koszty administracyjne, banalne 30 złotych. W zamian dostarczano przez pocztę:

1. Prawo do 100 tysięcy, o ile konsument weźmie udział w loterii, gdzie można było wygrać kolejne „prawo” do 100 tysięcy (i tak dalej).
2. Aparat - zabawkę.
3. 7-centymetrowe Renault Clio (faktycznie małe).

Podobnie jest z filmową deską, będącą przedmiotem zakupu naszego konsumenta. Nie dość, że konsument chcąc zaimponować partnerce jazdą, nie sprawdził rzeczywistego zastosowania deski, ale na dodatek nie sprawdził danych kontrahenta ani warunków transakcji. Deska do prasowania nie była tą wymarzoną deską, choć partnerka była nawet lekko zadowolona (ale może był to uśmiech ironiczny). Co może teraz konsument?

Ponieważ umowa była zawarta na odległość przez konsumenta z przedsiębiorcą, kupujący może odstąpić od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia. Niestety, może być problem ze złożeniem oświadczenia - na stronie internetowej nie ma adresu przedsiębiorcy. W dodatku przedsiębiorca poinformował na stronie (sprzecznie z prawem), że zwrotów nie przyjmuje.

Nasz konsument może wybrać inną drogę i złożyć reklamację z tytułu 2-letniej odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny. Niezgodnością w tym przypadku będzie opis, który wprowadza w błąd. Zgodnie z art. 3 ust. 1 Ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej sprzedawca jest „obowiązany udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego”. Można rozważyć, czy opis mógł sugerować, że oferowana deska jest deskorolką, w takim bowiem

razie konsument mógłby domagać się dostarczenia właśnie deskorolki. Jeżeli stwierdzimy tylko, że sprzedawca poprzez ofertę wywołał błąd u jej odbiorcy poprzez brak wystarczających informacji, a treść oferty w zasadzie nie wskazywała na to, że oferowana była deskorolka, kupującemu przysługiwałoby wyłącznie prawo do odstąpienia od umowy, ewentualnie też odszkodowania.

Jednak cały czas pozostaje pytanie, gdzie złożyć reklamację lub właściwie, gdzie szukać przedsiębiorcy?

Poszukiwania należy zacząć od potwierdzenia nadania – na paczce powinna znajdować się informacja, komu należy się płatność z tytułu pobrania (przesyłka została wydana za pobraniem). Sprawdzamy również stronę, czy w mało widocznym miejscu nie umieszczono numeru NIP, REGON. Czasami wystarczy sama nazwa przedsiębiorcy i miejsce siedziby – poprzez wyszukiwarkę internetową nierzadko można ustalić NIP a później przez stronę GUS (www.stat.gov.pl) bliższe dane. Jeżeli takie poszukiwania nie przyniosą rezultatu, należy zgłosić się do Federacji Konsumentów lub rzecznika konsumentów.

JEŻELI NIE MASZ PEWNOŚCI, JAK POSTĄPIĆ, NIE PODEJMUJ DZIAŁAŃ BEZ KONSULTACJI

W Polsce funkcjonuje wiele instytucji, gdzie konsument może otrzymać bezpłatną pomoc w sporze z przedsiębiorcą. Są powiatowi (miejscy) rzecznicy konsumentów, organizacje konsumenckie, Europejskie Centrum Konsumenckie (spory transgraniczne z obszaru UE). Można więc uzyskać z reguły szybko informację, jak postępować w indywidualnych przypadkach.

Żadna z tych instytucji nie prowadzi czarnej czy szarej listy przedsiębiorców, którzy prowadzą działalność w sposób nierzetelny czy wręcz oszukańczy. Doradca może jednak, po opisie sprawy, sposobie oferowania towarów przez przedsiębiorcę czy też innych charakterystycznych cech, odpowiedzieć, czy ewentualne zawarcie umowy z danym przedsiębiorcą będzie narażać konsumenta na ryzyko finansowe. A tego właśnie kupujący pragnęliby uniknąć.

ŻYCZYMY BEZPIECZNYCH I UDANYCH ZAKUPÓW

WZÓR OŚWIADCZENIA O ODSTĄPIENIU OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ

....., dnia.....
(miejscowość)

.....

.....

.....

imię, nazwisko i adres konsumenta

.....

.....

.....

.....

nazwa i adres przedsiębiorstwa

OŚWIADCZENIE O ODSTĄPIENIU OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ

Oświadczam, że zgodnie z art. 7 ust. 1 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. nr 22, poz. 271 z późn. zm.) **odstępuję od umowy** nr ... zawartej dnia w Proszę o zwrot kwoty zł (słownie) przekazem pocztowym lub przelewem bankowym.

.....

podpis konsumenta

**WZÓR PISMA REKLAMACYJNEGO Z TYTUŁU ODPOWIEDZIALNOŚCI SPRZEDAWCY ZA
NIEZGODNOŚĆ TOWARU KONSUMPCYJNEGO Z UMOWĄ**

Warszawa, dnia r.

(imię i nazwisko konsumenta, adres zamieszkania)

(nazwa i adres siedziby przedsiębiorcy)

REKLAMACJA

z tytułu 2-letniej odpowiedzialności
sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową

W dniu r. zawarła/em z Państwem umowę sprzedaży
..... (towar konsumpcyjny) za kwotę PLN. Niestety, przedmiotowy towar
posiada obecnie następujące niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową:

-
-
-

Z uwagi na ww. niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, zgodnie z treścią
przepisu art. 8 ust. 1 i 4 ustawy z dnia 27.07.2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży
konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. nr 141, poz. 1176 ze zm.), oczekuję
usunięcia niezgodności poprzez skuteczną naprawę lub wymianę towaru, w terminie 14 dni

od daty otrzymania tego pisma. Bezskuteczny upływ ww. terminu będzie równoznaczny z odstąpieniem przeze mnie od przedmiotowej umowy i żądaniem zwrotu równowartości uiszczonyj ceny.

Niniejsze pismo zostaje dostarczone sprzedawcy wraz z towarem, celem rozpatrzenia i załatwienia reklamacji.

Z poważaniem,

Załącznik:

- kserokopia dowodu zakupu

Materiał powstał w ramach realizacji zadania „Bezpieczeństwo zakupów w Internecie” finansowanego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.