INFORMATOR KONSUMENT

2022

Razem z Tobą

dobra strona niepełnosprawnych

www.razemztoba.pl • Codziennie każdego dnia • Razem już 25 lat

Sfinansowano ze środków Samorządu Warmińsko-Mazurskiego na podstawie umowy nr OW-X.614.2.1.2022

Konsument, czyli kto?

W powszechnej świadomości funkcjonuje przekonanie, że **każdy z nas jest konsumentem**. Co do zasady jest ono słuszne. Jednakże, dodać należy, że nie w każdych okolicznościach. Należałoby zatem nieco doprecyzować to stwierdzenie.

W świetle polskiego prawa za **konsumenta** uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Jest to definicja, którą znajdziemy w art. 221 Kodeksu cywilnego.

Aby dokonać skutecznej czynności prawnej potrzebujemy zatem posiadać przynajmniej ograniczoną zdolność do czynności prawnych.

Zdolność do czynności prawnych to zdolność do samodzielnego nabywania praw i obowiązków, czyli kształtowania swojej sytuacji prawnej. Takiej zdolności nie posiadają osoby poniżej 13 roku życia, a także osoby całkowicie ubezwłasnowolnione. Za osobę, która nie posiada zdolności do czynności prawnych działa jej przedstawiciel ustawowy, czyli rodzić lub opiekun. W niektórych przypadkach wymagana jest również zgoda sądu.

(Art. 15 Kodeksu cywilnego)
Ograniczoną zdolność do czynności prawnych mają małoletni, którzy ukończyli lat trzynaście oraz osoby ubezwłasnowolnione częściowo.

Osoba posiadająca **ograniczoną zdolność do czynności prawnych** może bez zgody przedstawiciela ustawowego m. in. zawierać umowy w drobnych, bieżących sprawach życia codziennego takich jak np. zakup artykułów spożywczych, środków czystości, drobnych usług itp. W tym zakresie, jeśli umowy te zawiera z przedsiębiorcą, posiada ona status konsumenta.

Aby w pełni zdefiniować pojęcie konsumenta, potrzebujemy jeszcze doprecyzować pojęcie **przedsiębiorcy**. W art. 4 ustawy Prawo przedsiębiorców znajdziemy najzwięźlejszą definicję, zgodnie z którą przedsiębiorcą jest osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna niebędąca osobą prawną, której odrębna ustawa przyznaje zdolność prawną, wykonująca działalność gospodarczą. Przedsiębiorcami są także wspólnicy spółki cywilnej w zakresie wykonywanej przez nich działalności gospodarczej.

Konsumentem nie jest również osoba prowadząca działalność gospodarczą, w ramach której dokonuje czynności. Mimo że w sytuacji prawnej tych ostatnich zaszły ostatnio korzystne zmiany i otrzymali dodatkowe uprawnienia o charakterze konsumenckim, w świetle interpretacji obowiązujących przepisów, w szerszym kontekście osoby te nie mogą być uważane za konsumentów.

Fot. pexels.com

Umowa – czyli co?

Fot. pexels.com

Pod pojęciem **umowy** należy rozumieć zgodne porozumienie stron, które wyraża się w złożeniu oświadczeń woli wyznaczających wzajemne prawa lub obowiązki.

Choć większości osób zawarcie umowy kojarzy się z dokonaniem szeregu formalności, to należy pamiętać, że nie każda umowa tego wymaga. Codziennie zawieramy przynajmniej kilka umów, nad których treścią z reguły nawet się nie zastanawiamy. Stały się one tak nierozłącznym elementem życia, że nawet nie zwracamy na to uwagi. Jadąc autobusem do pracy zawieramy umowę przewozu. Kupując kawę w automacie lub kanapkę w bufecie zawieramy umowę sprzedaży. Oddając ubranie do pralni, idąc do fryzjera lub kosmetyczki, zawieramy umowę o dzieło. Powierzając dziecko opiekunce zawieramy umowę zlecenia.

Umowa konsumencka, najprościej rzecz ujmując to taka, która została zawarta pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą.

Jedną z podstawowych zasad przy zawieraniu umowy jest swoboda ich zawierania – przejawia się ona nie tylko swobodą kształtowania treści umowy, ale także swobodą wyboru kontrahenta oraz brakiem przymusu jej zawierania.

Zasada swobody umów wyrażona została w art. 353[1] Kodeksu cywilnego: strony zawierające umowę mogą ułożyć stosunek prawny według swego uznania, byleby jego treść lub cel nie sprzeciwiały się właściwości (naturze) stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego.

Forma zawarcia umowy

Fot. pexels.com

W zakresie omawianej swobody mieści się również swoboda w wyborze formy zawarcia umowy, ale i ta posiada pewne ograniczenia wprowadzone przez ustawodawcę w celu zapewnienia lepszej ochrony prawnej stron. Na przykład umowa zobowiązująca do przeniesienia własności nieruchomości powinna być zawarta w formie aktu notarialnego. Niezachowanie tej formy powoduje nieważność umowy. W przypadku zawarcia umowy pożyczki, której wartość przekracza tysiąc złotych, wymagana jest forma dokumentowa. Jednakże niedochowanie formy w tym drugim przypadku nie powoduje nieważności umowy. Skutkuje to brakiem dopuszczalności dowodów z zeznań świadków lub z przesłuchania stron na fakt dokonania czynności.

Ze względu na formę wyróżnia się umowy zawarte:

- w drodze czynności konkludentnych (dorozumianych) – takich, które nie mogą być uznane za formę ustną, np. gesty, a są zrozumiałe dla stron umowy,
- ustnie,
- w formie pisemnej,
- w formie dokumentowej,
- w formie elektronicznej,
- w formie pisemnej z notarialnym lub urzędowym potwierdzeniem podpisu,
- w formie pisemnej z urzędowym potwierdzeniem daty,
- w formie aktu notarialnego,
- w formie przewidzianej ustawą szczególną,

Umowy można również podzielić ze względu na sposób, w jaki dochodzi do ich zawarcia. Są to:

- **umowy zawierane w sposób tradycyjny** – przy jednoczesnej obecności obu stron umowy w lokalu prowadzenia działalności przez przedsiębiorcę, np. zakupy w sklepie,
- **umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa** czyli przy jednoczesnej fizycznej obecności wszystkich stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa, np. w domu, na pokazie organizowanym w hotelu lub podczas wycieczki autokarowej,
- **umowy zawierane na odległość** – w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem co najmniej jednego środka porozumienia się na odległość, np. rejestracja w portalu internetowym, zakup w sklepie internetowym.

Powyższy podział jest dość istotny, ponieważ ze sposobem zawarcia umowy wiążą się pewne dodatkowe obowiązki po stronie przedsiębiorcy, a także uprawnienia dla konsumenta.

Obowiązek informacyjny – czyli co i kiedy?

Na przedsiębiorcy dokonującym sprzedaży na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa spoczywa szczególny **obowiązek informacyjny**.

Najpóźniej w chwili wyrażenia zgody na zawarcie umowy – jest on zobowiązany do poinformowania konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o wielu aspektach przyszłej umowy. Musi przedstawić w szczególności:

• główne cechy świadczenia z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem,

• dane identyfikacyjne, w szczególności firma (najczęściej imię i nazwisko osoby fizycznej lub nazwa osoby prawnej), organ który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numer, pod którym został zarejestrowany (NIP, KRS),

• adres przedsiębiorstwa (adres rzeczywiście prowadzonej działalności gospodarczej, może być inny niż adres samego przedsiębiorcy, np. adres siedziby spółki jest inny niż lokal, w którym dokonywane są transakcje przez Internet), adres poczty elektronicznej oraz numery telefonu lub faksu, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą,

• adres, pod którym konsument może składać reklamacje, jeżeli jest inny niż adres wskazany powyżej,

• łączną cenę lub wynagrodzenie za świadczenie wraz z podatkami, a także opłaty za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz inne koszty, a gdy nie można ustalić wysokości tych opłat – o obowiązku ich uiszczenia; w razie zawarcia umowy na czas nieoznaczony lub umowy obejmującej prenumeratę, przedsiębiorca ma obowiązek podania łącznej ceny lub wynagrodzenia obejmującego wszystkie płatności za okres rozliczeniowy, a gdy umowa przewiduje stałą stawkę – także łącznych miesięcznych płatności,

• koszty korzystania ze środka porozumiewania się na odległość w celu zawarcia umowy, w przypadku gdy są wyższe niż stosowane zwykle za korzystanie z tego środka porozumiewania się,

• sposób i termin zapłaty,

• sposób i termin spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowana przez niego procedura reklamacyjna,

• sposób i termin wykonania prawa odstąpienia od umowy, a także wzór formularza odstąpienia od umowy, zawartym w załączniku do ustawy o prawach konsumenta,

• koszty zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument; w odniesieniu do umów zawieranych na odległość – koszty zwrotu rzeczy, jeżeli ze względu na swój charakter rzeczy te nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą,

• obowiązek zwrotu uzasadnionych kosztów związanych z odstąpieniem od umowy przy rozpoczęciu świadczenia usługi,

• przypadki, w których konsument jest pozbawiony prawa odstąpienia od umowy,

• obowiązek dostarczenia przez przedsiębiorcę rzeczy bez wad,

• informację o istnieniu i treści gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposobie ich realizacji,

• kodeks dobrych praktyk i sposób zapoznania się z nim,

• czas trwania umowy lub sposób i przesłanki wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu;

• minimalny czas trwania zobowiązań konsumenta wynikający z umowy,

• wysokość i sposób złożenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych, które konsument jest zobowiązany spełnić na żądanie przedsiębiorcy,

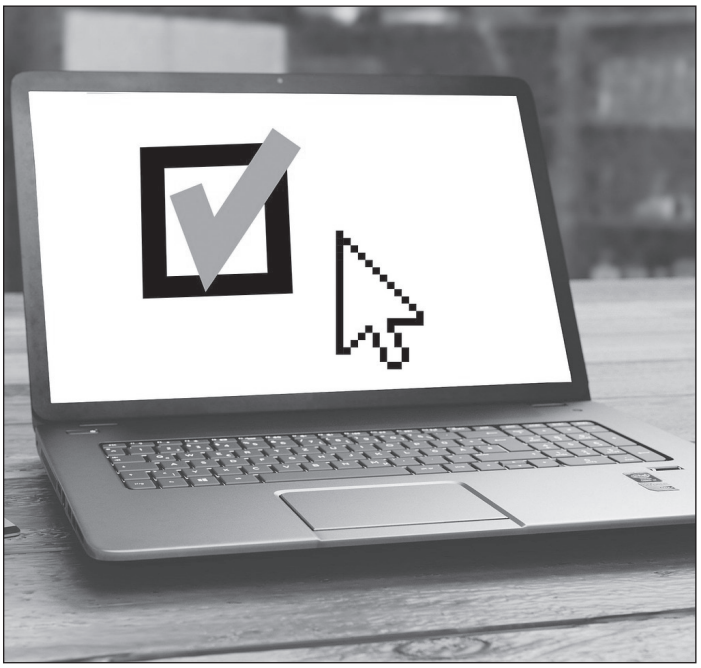
• funkcjonalność treści cyfrowych oraz techniczne środki ich ochrony,

• informację o mających znaczenie interoperacyjnościach treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć,

• możliwość skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur.

Jeżeli dokonujemy zakupów przez internet, powyższe informacje znaleźć możemy zazwyczaj w regulaminie zamieszczonym na stronie internetowej przedsiębiorcy. Jeżeli nie jesteśmy w stanie ich znaleźć, należy zachować szczególną ostrożność przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy z takim przedsiębiorcą.

Ponadto, na przedsiębiorcy ciąży obowiązek potwierdzenia zawarcia umowy na odległość. Potwierdzenie powinno być przekazane na trwałym nośniku, w rozsądnym czasie po jej zawarciu, jednak nie później niż w chwili dostarczenia rzeczy lub rozpoczęcia świadczenia usługi.



Fot. pexels.com

Opłaty „niespodzianki”

Fot. pexels.com

Jeżeli przedsiębiorca nie poinformuje o jakichkolwiek opłatach dodatkowych lub innych kosztach mających wpływ na ostateczną cenę lub wynagrodzenie, to **konsument nie ma obowiązku ich ponosić!**

Jednym z najistotniejszych uprawnień przy zawieraniu umów poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość jest tzw. **prawo do namysłu**.

W przypadku umów zawartych na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, konsument ma prawo do odstąpienia od niej w terminie 14 dni kalendarzowych – bez podawania przyczyny.

Jeżeli przedsiębiorca nie poinformował o prawie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, termin na odstąpienie od niej wydłuża się aż o **12 miesięcy**! Jeżeli jednak w tym okresie przedsiębiorca naprawi swój błąd i przekaże wymaganą informację, to od tego momentu konsument powinien liczyć 14 dni na odstąpienie od umowy.

Odstąpienie od umowy najlepiej złożyć w formie pisemnej (listownie, pocztą elektroniczną) czy też osobiście: w lokalu przedsiębiorcy, za potwierdzeniem dostarczenia. Można w tym celu przygotować własne oświadczenie lub skorzystać z formularza udostępnionego przez przedsiębiorcę.

W wyniku złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy uważa się ją za niezawartą. Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie – nie później niż w terminie 14 dni kalendarzowych od dnia otrzymania oświadczenia – zwrócić wszystkie otrzymane płatności, w tym również koszty dostarczenia towaru.

Przedsiębiorca ma prawo powstrzymać się od zwrotu płatności do momentu, gdy otrzyma zwracany produkt lub dowód jego odesłania.

Wraz z odstąpieniem od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, wygasają wszystkie **powiązane z nią umowy** dodatkowe zawarte z przedsiębiorcą czy też z innymi podmiotami, z którymi się on porozumiewał. Obowiązek poinformowania tych ostatnich o wygaśnięciu umowy spoczywa na sprzedawcy.

Przedsiębiorca ma obowiązek zwrócić nie tylko cenę oddawanego towaru, lecz także koszty związane z najtańszym spośród zawartych w ofercie sposobów jego dostarczenia. Konsument powinien więc otrzymać pełen zwrot kosztów przesyłki towaru – pod warunkiem, że wybrał najtańszy środek transportu znajdujący się w ofercie przedsiębiorcy.

W okresie realizowania tzw. prawa do namysłu, to konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości towaru będące wynikiem niewłaściwego korzystania. Zakres korzystania z rzeczy w celu zapoznania się z jego właściwościami w tym czasie jest ograniczony do sposobu, w jaki zwyczajowo przyjęło się robić to w sklepie stacjonarnym (np. sprawdzić jej kompletność czy zgodność parametrów technicznych z zapewnieniami producenta), nie zaś do normalnego użytkowania. W takim bowiem przypadku, po odstąpieniu od umowy, przedsiębiorca może obciążyć konsumenta dodatkowymi kosztami w związku ze zmniejszeniem wartości towaru.

Odstąpienie od umowy – wyjątki

W niektórych przypadkach zawierania umów na odległość czy poza lokalem przedsiębiorstwa, prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni nie przysługuje.

Są to umowy:

• o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał usługę za wyraźną zgodą konsumenta, a przed rozpoczęciem świadczenia został on poinformowany, że po jego zakończeniu utraci prawo do odstąpienia od umowy – np. zlecenie zainstalowania anteny satelitarnej,

• w których cena lub wynagrodzenie zależą od wahań na rynku finansowym, niezależnych od przedsiębiorcy i mogących wystąpić przed upływem terminu na odstąpienie od umowy – np. uczestniczenie w giełdach walutowych typu forex,

• w których towar został wyprodukowany według indywidualnych zaleceń konsumenta lub służy zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb – np. zamówienie mebli na wymiar, zakup zegarka z osobistym grawerunkiem,

• w których towar ulega szybkiemu zepsuciu lub ma krótki termin przydatności do użycia – np. zakup nabiału, w tym jogurtu, mleka czy śmietany,

• w których towaru dostarczanego w zapieczętowanym opakowaniu nie można zwrócić po otwarciu ze względu na ochronę zdrowia lub z przyczyn higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte przez klienta po dostarczeniu – np. zamówienie w e-sklepie i otwarcie opakowania soczewek kontaktowych,

• w których towar po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostaje nierozerwalnie połączony z innymi rzeczami – np. paliwo wlane do samochodu,

• w których towarem są napoje alkoholowe, jeśli cena została uzgodniona w chwili zawarcia umowy sprzedaży, dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni, a wartość napojów zależy od wahań na rynku, niezależnych od przedsiębiorcy – zakup wina dostarczonego długo po zawarciu umowy o charakterze spekulacyjnym, gdy jego wartość zależy od wahań na rynku,

• w których konsument wyraził żądanie, aby przedsiębiorca przyjechał do niego w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji – np. zamówiona wizyta hydraulika służąca naprawie uszkodzonej pralki,

• w których przedmiotem umowy są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu – np. płyty z muzyką, gry na konsolę lub komputer, wyposażone w specjalną folię uniemożliwiającą otwarcie pudełka bez jej naruszenia,

• o dostarczanie dzienników, periodyków lub czasopism – z wyjątkiem umowy o prenumeratę,

• zawarte w drodze aukcji publicznej,

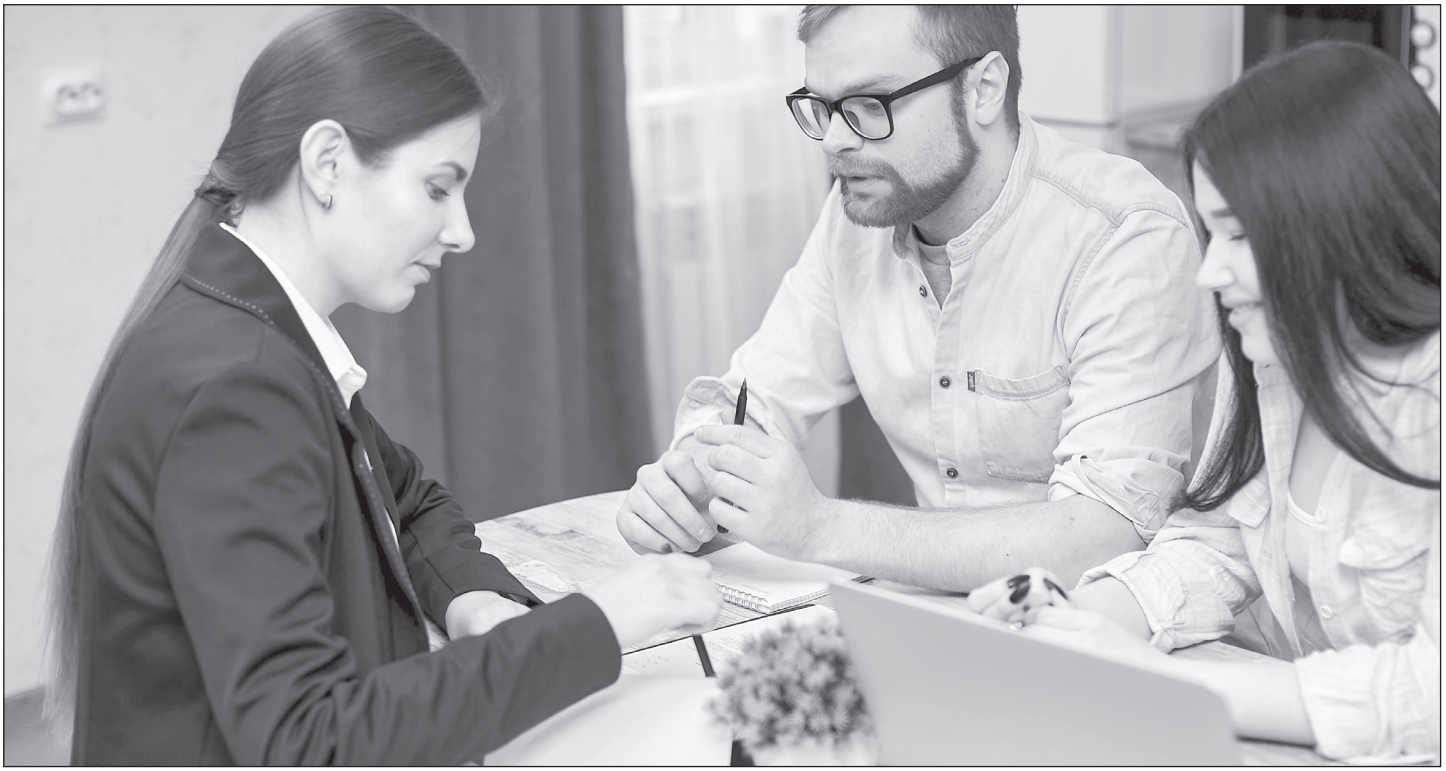
• świadczenie usług hotelarskich, jak również przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii czy usług związanych z wypoczynkiem, wydarzeniami sportowymi i kulturalnymi, jeżeli w umowie oznaczono dzień bądź okres świadczenia usługi – np. zakup biletu na mecz piłki nożnej.

Niezależnie od sposobu zawarcia, formy lub rodzaju zawieranej umowy należy pamiętać, żeby **dokładnie zapoznać się z treścią umowy**. Jeżeli mamy wątpliwości do jakiegokolwiek aspektu, należy rozwiać je jeszcze przed podpisaniem.

Fot. pexels.com

Kiedy powinna zapalić się czerwona lampka?

Uwaga! Jeżeli znajdziemy się w sytuacji, gdy przedsiębiorca naciska, ponagla, utrudnia zapoznanie się z treścią umowy, to należy uznać, że stosuje wobec nas nieuczciwe praktyki rynkowe. Takiej umowy lepiej nie zawierać.



Fot. pexels.com

Wśród nieuczciwych praktyk rynkowych można wymienić:

• praktykę rynkową wprowadzającą w błąd,

• agresywną praktykę rynkową,

• stosowanie sprzecznego z prawem kodeksu dobrych praktyk,

• prowadzenie działalności w formie systemu konsorcyjnego lub organizowanie grupy z udziałem konsumentów w celu finansowania zakupu w systemie konsorcyjnym.

Działaniem wprowadzającym w błąd będzie np.:

• rozpowszechnianie nieprawdziwych informacji,

• rozpowszechnianie prawdziwych informacji w sposób mogący wprowadzać w błąd,

• działanie związane z wprowadzeniem produktu na rynek, które może wprowadzać w błąd w zakresie produktów lub ich opakowań, znaków towarowych, nazw handlowych lub innych oznaczeń indywidualizujących przedsiębiorcę lub jego produkty, w szczególności reklama porównawcza,

• nieprzestrzeganie kodeksu dobrych praktyk, do którego przedsiębiorca dobrowolnie przystąpił, jeżeli przedsiębiorca ten informuje w ramach praktyki rynkowej, że jest związany kodeksem dobrych praktyk.

Z kolei wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności:

• zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu,

• nieujawnienie handlowego celu praktyki, jeżeli nie wynika on jednoznacznie z okoliczności i jeżeli powoduje to lub może spowodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Praktyka rynkowa wprowadzająca w błąd może przyjąć zarówno formę **działania** jak **zaniechania**.

Praktykę rynkową uznaje się za **agresywną**, jeżeli przez niedopuszczalny nacisk w znaczny sposób ogranicza lub może ograniczyć swobodę wyboru przeciętnego konsumenta, lub jego zachowanie względem produktu i tym samym powoduje, lub może powodować, podjęcie przez niego decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął.

Najlepszym sposobem, aby uniknąć negatywnych skutków stosowania nieuczciwych praktyk rynkowych, jest zachowanie spokoju, podejmowanie decyzji konsumenckich po konsultacji z zaufaną osobą, porównywanie cen oferowanych produktów i usług z cenami innych przedsiębiorców.

Sposoby na zrównoważone zakupy

Fot. pexels.com

Podejmuj świadome decyzje – masz wybór

• Niekończące się odsyłanie wielu zamówionych produktów, bo sklep oferuje darmowe zwroty? Pamiętaj, że transport jest kosztowny i obciążający dla środowiska

• Kupowanie bez realnej potrzeby, pod wpływem impulsu, promocji czy wyprzedaży? Zadaj sobie pytanie, czy produkt jest ci niezbędny, czy nie posiadasz już podobnego

• Zastępowanie zepsutych urządzeń nowymi? Warto najpierw sprawdzić, czy sprzęt da się naprawić

• Produkt gorszej jakości w niższej cenie czy wyższa cena za wyższą jakość lub lepsze warunki gwarancji? Nie zawsze kupując taniej zaoszczędzimy, warto wziąć pod uwagę trwałość i funkcjonalność produktu oraz możliwość jego naprawy, w tym gwarancyjnej

• Zakupy na wyrost lub na kredyt? Zastanów się, czy rzeczywiście jest to dobry moment na wydawanie pieniędzy, czy nie ma ważniejszych potrzeb lub czy nie lepiej przeznaczyć środków na oszczędności bądź spłatę wcześniej zaciągniętych zobowiązań finansowych. Pamiętaj, kredyt konsumencki to droga usługa, zwłaszcza jeśli pojawiłyby się problemy w jego spłacie. Pożyczka na zakup dóbr, które mogą być nam zbędne, nie jest dobrym rozwiązaniem.

Zamiast kupować – wypożycz

Ekonomia współdzielenia (sharing economy) przyczynia się do kontroli nad zrównoważonymi zakupami. Prowadzi do ograniczenia produkowanych towarów – zasoby naturalne są efektywniej wykorzystane, ilość odpadów zmniejszona, zyskuje środowisko i lokalna społeczność.

Co zamiast zakupów? Choćby wypożyczanie, wspólne użytkowanie zasobów czy współdzielenie przestrzeni.

Zamiast wyrzucać – oddaj

Jedzenie, którego nie potrzebujesz, możesz oddać w lokalnej jadłodzielni lub poczęstować sąsiadów. Ograniczysz tym samym problem marnowania żywności i produkowania śmieci oraz pomożesz zaoszczędzić pieniądze innym.

Podobnie postępuj z innymi produktami. Przekazanie ich do dalszego użytku, zamiast wyrzucenia, zawsze będzie dobrym wyborem.

Planuj zakupy

Kupując bez planu – przepłacasz, bo kupujesz za dużo i za drogo. Jest wiele aplikacji mobilnych pozwalających uporządkować zakupy. Listy zakupowe pozwalają nie tylko ograniczyć produkty w koszyku, ale także zaplanować posiłki. W przypadku droższych produktów, w szczególności sprzętu RTV i AGD, warto porównywać oferty między sklepami, w tym internetowymi, na przykład wykorzystując porównywarki cenowe.

Gdy nie planujemy wydatków, dużo łatwiej możemy ulec sugestiom czy manipulacjom sprzedawców, co może okazać się dla nas bardzo niekorzystne. Warto z wyprzedzeniem określić czego i ile rzeczywiście potrzebujemy, zaś w przypadku dóbr trwałego użytku dodatkowo określić ich niezbędne funkcjonalności. Pamiętajmy o tym, iż im bardziej złożone technologicznie jest dane urządzenie, tym więcej za nie zapłacimy oraz tym trudniej będzie je naprawić w razie wystąpienia awarii.

Reklamacje towaru

Zdarza się tak, że po dokonaniu zakupu nie nacieszymy się nim długo, ponieważ rzecz, którą nabyliśmy posiada cechy uniemożliwiające jej normalne użytkowanie. Co zrobić w sytuacji, kiedy towar okazuje się być wadliwy?

Należy wówczas złożyć reklamację. Można to zrobić na dwa podstawowe sposoby. Pierwszy, to realizacja uprawnień z tytułu rękojmi. Drugi, to skorzystanie z gwarancji. Wybór podstawy reklamacji należy do konsumenta!

Jak reklamować? Rękojmia czy gwarancja?

Rękojmia jest to ustawowa odpowiedzialność sprzedawcy za wady rzeczy. Odpowiedzialność tą szczegółowo regulują przepisy Kodeksu cywilnego.

Wada rzeczy może mieć charakter prawny lub fizyczny. Z wadą prawną mamy do czynienia, jeśli rzecz sprzedana jest np. własnością osoby trzeciej lub nie możemy z takiej rzeczy korzystać w pełnym zakresie ze względu na decyzję bądź orzeczenie właściwego organu.

Przykład wady prawnej:

Przed zakończeniem postępowania rozwodowego mąż sprzedaje samochód będący częścią majątku wspólnego bez zgody żony.

Znacznie częstszą przyczyną składanych reklamacji są wady fizyczne. Z tego typu wadą mamy do czynienia w momencie, kiedy towar:

- nie ma właściwości, które rzecz tego rodzaju powinna mieć ze względu na cel w umowie oznaczony albo wynikający z okoliczności lub przeznaczenia,
- nie ma właściwości, o których istnieniu sprzedawca zapewnił kupującego, w tym przedstawiając próbkę lub wzór,
- nie nadaje się do celu, o którym kupujący poinformował sprzedawcę przy zawarciu umowy, a sprzedawca nie zgłosił zastrzeżenia co do takiego jej przeznaczenia,
- został kupującemu wydany w stanie niezupełnym.

Przykład wady fizycznej:

Kupujemy telewizor, który po kilku dniach przestaje poprawnie wyświetlać obraz.

Odpowiedzialności z tytułu rękojmi nie ponosi sprzedawca w zakresie wady, o której wiedzieliśmy w momencie zakupu. Czyli np. w sytuacji kiedy zdecydujemy się na zakup w promocji porysowanego sprzętu powystawowego za niższą niż regularna cenę. Zarysowania takie nie będą mogły być podstawą do wysunięcia roszczeń z tytułu rękojmi.

Należy pamiętać, że przedsiębiorca nie może odmówić przyjęcia reklamacji!

Reklamację możemy złożyć w dowolnej formie. Najlepiej jednak wybrać formę pisemną, zachowując kopię oraz potwierdzenie odbioru reklamacji na potrzeby dowodowe. Możemy złożyć ją osobiście w lokalu przedsiębiorstwa, lub wysłać pocztą, również elektroniczną.

W przypadku umowy zawieranej online, sprzedawca ma obowiązek

Fot.

poinformować konsumenta o procedurze reklamacyjnej.

Sprzedawca nie może uzależniać przyjęcia reklamacji od dostarczenia paragonu fiskalnego!

Paragon to jeden z wielu dowodów nabycia rzeczy. Innymi (równorzędnymi) dowodami zakupu są np.: wydruki z rachunku karty płatniczej czy kredytowej, e-maile, a nawet zeznania świadków.

Treść reklamacji

Reklamacja powinna koniecznie zawierać dokładny opis wady oraz roszczenie, bądź roszczenia, konsumenta.

Składając reklamację z tytułu rękojmi możemy domagać się od sprzedawcy:

- nieodpłatnej naprawy,
- wymiany towaru na nowy (wolny od wad),
- obniżenia ceny,
- odstąpienia od umowy.

Jeżeli pierwszym żądaniem kupującego jest obniżka ceny lub odstąpienie od umowy, przedsiębiorca może nie uwzględnić tego roszczenia, ale tylko w przypadku, kiedy niezwłocznie i bez nadmiernych niedogodności dla kupującego będzie w stanie wymienić rzecz wadliwą na wolną od wad albo tą wadę usunąć. Naprawa bądź wymiana towaru powinna być zrealizowana nieodpłatnie w rozsądnym terminie. Czyli bez nieuzasadnionej zwłoki.

Należy również pamiętać, że od umowy można odstąpić jedynie w sytuacji, gdy wada jest istotna.

Okres rękojmi

Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi obejmuje okres 2 lat. W przypadku nieruchomości okres ten wynosi 5 lat.

Okres ten może być skrócony do roku, jeżeli konsument kupił używany towar. W innym przypadku, wobec konsumenta, sprzedawca nie może ograniczyć w żaden sposób swojej odpowiedzialności.

Fot.

Reklamację z tytułu rękojmi należy złożyć w przeciągu roku od momentu zauważenia wady.

Domniemanie istnienia wady

Jeżeli kupującym jest konsument, a wada fizyczna została stwierdzona przed upływem roku od dnia wydania rzeczy sprzedanej, domniemywa się, że wada lub jej przyczyna istniała w chwili jej wydania. Oznacza to, że w przypadku odmowy uznania roszczeń kupującego, to na sprzedawcy ciąży obowiązek udowodnienia, że wada wystąpiła z jego winy.

Koszty reklamacji

Konsument składający reklamację powinien na koszt sprzedawcy dostarczyć wadliwą rzecz do miejsca wskazanego w umowie. Jeżeli tego miejsca nie określono, dostarczyć do miejsca, gdzie rzecz została wydana, np. do sklepu.

Jeżeli ze względu na rodzaj rzeczy lub sposób jej zamontowania dostarczenie do sprzedawcy będzie nadmierne utrudnione, konsument musi udostępnić mu towar w miejscu, w którym się znajduje.

Koszty wymiany lub naprawy ponosi sprzedawca. W szczególności obejmuje to koszty demontażu i dostarczenia rzeczy, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia.

Jeżeli koszt demontażu i ponownego montażu przewyższa cenę kupionego towaru, to konsument jest zobowiązany ponieść koszty przewyższające wartość zakupionego towaru lub ma prawo żądać od sprzedawcy pokrycia kosztów montażu i ponownego zamontowania – do wysokości ceny kupionego towaru.

Jeśli towar objęty jest gwarancją, możemy również złożyć reklamację z tytułu gwarancji.

Należy pamiętać, że kupujący może realizować uprawnienia z tytułu rękojmi za wady fizyczne rzeczy niezależnie od uprawnień wynikających z gwarancji. Wykonanie uprawnień z gwarancji nie wpływa na odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi. Jednakże, gdy realizujemy uprawnienia gwarancyjne, sprzedawca może wstrzymać się od realizacji roszczeń z tytułu rękojmi do momentu, w którym gwarant odmówi świadczenia gwarancyjnego, lub bezskutecznie upłynie termin, w którym powinien je wykonać.

Gwarancja jest niczym innym, jak dobrowolnym oświadczeniem woli, na mocy którego gwarant zobowiązuje się wykonać pewne świadczenia w przypadku wystąpienia określonych sytuacji.

Zgodnie z zasadą swobody umów, gwarant sam określa swoje obowiązki wobec nabywcy towaru objętego gwarancją. Może określić w sposób dowolny okres obowiązywania gwarancji, a także rodzaj świadczenia oraz charakter sytuacji, w których będzie do niego zobowiązany. Dowolność tą ogranicza jedynie zakres owej swobody. Treść umowy gwarancyjnej lub cel nie mogą sprzeciwiać się właściwości (naturze) tego typu stosunku, ustawie ani zasadom współżycia społecznego.

Gwarantem może być dowolny podmiot. Zazwyczaj jest nim producent lub dystrybutor danego towaru.

Oświadczenie gwarancyjne może być złożone w dowolnej formie, jednakże gwarant ma obowiązek sformułować je w sposób jasny i zrozumiały dla konsumenta. Gdy rzecz jest wprowadzana do obrotu na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, oświadczenie gwarancyjne sporządza się w języku polskim. Konsument ma jednak prawo żądać wydania dokumentu gwarancyjnego na trwałym nośniku. Jest to dowód na posiadanie przez konsumenta uprawnień z tytułu gwarancji. Jego brak nie oznacza utracenia przez konsumenta tych uprawnień, może jednak utrudnić dochodzenie roszczeń.

Oświadczenie gwarancyjne powinno zawierać co najmniej:

- nazwę oraz adres gwaranta,
- zakres terytorialny,
- czas trwania gwarancji,
- pozostałe podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń z gwarancji.

Okres gwarancji

Gwarant dowolnie określa okres, na który udziela ochrony gwarancyjnej. Jeżeli jednak okres ten nie został wskazany w oświadczeniu gwarancyjnym, należy przyjąć, że wynosi on 2 lata od momentu zakupu.

Jeżeli na skutek postępowania reklamacyjnego gwarant wymienił wadliwy produkt na nowy lub dokonał naprawy istotnych elementów rzeczy, termin gwarancji biegnie od nowa, od momentu dostarczenia klientowi wymienionej lub naprawionej rzeczy. W przypadku wymiany pojedynczej części należącej do reklamowanego towaru czas gwarancji biegnie od nowa wyłącznie w stosunku do tej części.

Okres, w którym reklamacja jest rozpatrywana oraz czas realizacji świadczenia gwarancyjnego, np. naprawy, należy doliczyć do okresu ochrony gwarancyjnej.

Jeżeli gwarant w oświadczeniu gwarancyjnym nie wskaże terminu wykonania świadczenia gwarancyjnego, powinien wykonać je niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia dostarczenia mu rzeczy przez konsumenta.

Na pytanie „Co jest korzystniejsze: rękojmia czy gwarancja?" nie da się odpowiedzieć nie zapoznawszy się wpierw z treścią gwarancji. Dlatego przed podjęciem decyzji o złożeniu reklamacji należy wpierw dokładnie zapoznać się z zakresem oświadczenia gwarancyjnego.

Odpowiedź na reklamację

Jeżeli konsument w reklamacji zażądał wymiany rzeczy lub usunięcia wady albo złożył oświadczenie o obniżeniu ceny, określając kwotę, o którą cena ma być obniżona, sprzedawca ma obowiązek ustosunkować się do tego żądania w terminie 14 dni.

W pozostałych przypadkach termin do udzielenia odpowiedzi na reklamację wynosi 30 dni.

Jeżeli przedsiębiorca nie ustosunkuje się do reklamacji w ustawowym terminie na piśmie lub innym trwałym nośniku, należy uznać, że reklamacja została rozpatrzona pozytywnie i możemy skutecznie domagać się spełnienia roszczenia reklamacyjnego.

Reklamacja usługi

Reklamacje usług, zważywszy na różnorodność umów zawieranych na rynku usług konsumenckich, kształtują się w sposób mniej jednolity.

W przypadku usługi polegającej na wykonaniu określonego dzieła, odpowiedzialność za wady dzieła ciąży na wykonawcy dokładnie w takim samym zakresie, jak na sprzedawcy za wady sprzedanej rzeczy. Oznacza to, że do wykonawcy dzieła składamy taką samą reklamację z tytułu rękojmi, jak do sprzedawcy. Wykonywane dzieło lub jego elementy, podobnie jak przedmiot umowy sprzedaży, mogą być również objęte gwarancją.

Regułą jest, że do umów o świadczenie usług, które nie są uregulowane innymi przepisami, stosuje się odpowiednio przepisy o zleceniu.

W przypadku, gdy wykonana usługa ma wady, konsument ma prawo domagać się wykonania usługi w sposób zgodny z umową. Reklamacja składana do przedsiębiorcy powinna zawierać żądania naprawy wad lub ich usunięcia. Co więcej, konsument może wskazać wykonawcy wady usługi i wyznaczyć termin na ich naprawienie. W przypadku gdy przedsiębiorca nie usunie zgłoszonych wad w danym terminie konsument ma prawo nie odebrać świadczenia i odmówić wykonawcy zapłaty części lub całości ceny za wykonaną wadliwie usługę.

W sytuacji, w której usługa zostanie wykonana nieprawidłowo i będzie posiadała wady powodujące całkowitą nieprzydatnoność dla zamawiającego, konsument może od razu odstąpić od umowy. Jednocześnie nie jest on zobowiązany do zapłaty za te części usługi, które zostały prawidłowo wykonane.

W przypadku gdy wykonawca uzna, że nie jest w stanie wykonać naprawy w określonym przez konsumenta terminie, usługobiorca może żądać obniżenia kosztów usługi. Jeżeli powstałych wad nie da się usunąć, należy wówczas określić szacunkowo jej udział w całej usłudze i w sposób proporcjonalny obniżyć cenę.

W przypadku gdy żądane przez konsumenta naprawy są zbyt kosztowne, usługodawca może odmówić wykonania naprawy i odstąpić od umowy. Zlecającemu pozostaje wówczas jedynie roszczenie odszkodowawcze, jeżeli wskutek niewykonania usługi poniósł on realną szkodę.

Miejscowość, data .....

.....

.....

.....

(imię i nazwisko, adres, telefon konsumenta)

.....

.....

.....
(nazwa i adres przedsiębiorstwa/firmy)

Zgłoszenie reklamacyjne

Niniejszym zawiadamiam, iż zakupiony przeze mnie od sprzedawcy …….....

w dniu ……. towar jest wadliwy. Wada polega na: .....

…….....……

…….....……

Wada została stwierdzona w dniu ……..

Z uwagi na powyższe, na podstawie ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny żądam:

- wymiany towaru na nowy (art. 561 § 1 KC)
- nieodpłatną naprawę towaru (art. 561 § 1 KC)
- obniżenia ceny towaru o kwotę ……

(słownie:……zł),

Proszę o zwrot podanej kwoty na konto…….
…….....……
…….../przekazem pocztowym na mój adres (art. 560 § 1 KC)

- odstępuję od umowy i proszę o zwrot ceny towaru na konto ……..… (art. 560 § 1 KC)

.....
data i podpis przyjmującego reklamację

…….....
data i podpis konsumenta

- wybór roszczenia należy do konsumenta

Miejscowość, data .....

.....

.....

.....

(imię i nazwisko, adres, telefon konsumenta)

.....

.....

.....
(nazwa i adres przedsiębiorstwa/firmy)

Reklamacja usługi

Niniejszym zawiadamiam, że świadczenie/świadczenia umowne, polegające na:
….....
.....
wykonywane na podstawie umowy zawartej w dniu …….... zostało/zostały wykonane w sposób nieprawidłowy.

Uchybienia w sposobie wykonania umowy polegają na:
….....
.....

W związku z powyższym domagam się usunięcia w/w wad w terminie ….....

W przypadku niewykonania świadczenia umownego w w/w terminie zastrzegam sobie prawo do obniżenia ceny usługi / odstąpienia od umowy / przekazania wykonania świadczenia umownego podmiotowi trzeciemu na koszt wykonawcy.

.....
data i podpis przyjmującego reklamację

…….....
data i podpis konsumenta

Sposoby rozwiązywania sporów konsumenckich

Gdy konsument twierdzi, że przedsiębiorca nie wywiązał się z umowy w sposób prawidłowy, a reklamacja przez niego złożona nie zostanie rozpatrzona pozytywnie, dochodzi do sytuacji, w której obie strony prezentują odmienne stanowisko względem zasadności wysuwanego przez konsumenta roszczenia. Mamy wtedy do czynienia z ugruntowanym sporem konsumenckim.

Spór konsumencki, jest to spór między konsumentem a przedsiębiorcą wynikający z zawartej między nimi umowy.

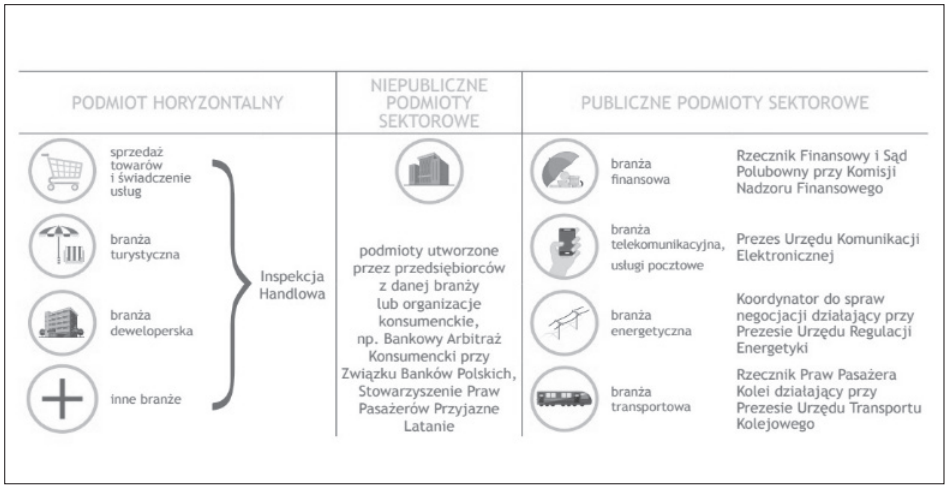
Konsument może już na tym etapie dochodzić swoich roszczeń przed sądem. Jednakże, zanim skieruje sprawę na drogę postępowania sądowego, może spróbować rozwiązać spór na drodze polubownej. W tym celu może skorzystać z dostępnych, w większości nieodpłatnie, postępowań ADR.

ADR (ang. alternative dispute resolution), oznacza alternatywne sposoby rozwiązywania sporów.

Alternatywnych metod rozwiązywania sporów jest wiele. Wśród najpopularniejszych możemy wymienić: mediację, koncyliację i arbitraż. Postępowania te różnią się od siebie znacząco.

Mediacja to sposób na wypracowanie satysfakcjonującego strony rozwiązania sporu na drodze dobrowolnych i poufnych rozmów. Rozmowy te prowadzi mediator - bezstronna i neutralna osoba trzecia. Jego zadaniem, w czasie trwania mediacji, jest wspieranie komunikacji, łagodzenie ewentualnego napięcia lub stresu i pomoc w osiągnięciu porozumienia.

Koncyliacja to próba ugodowego rozwiązania sporu przez niezależnego i bezstronnego koncyliatora. Po zbadaniu sprawy, koncyliator przedstawia stronom propozycję rozwiązania sporu, co zbliżone jest nieco do rozstrzygnięcia podejmowanego przez arbitra. Różnica jest jednak taka, że akceptacja zaproponowanego rozwiązania pozostaje wyłącznym uprawnieniem stron. Zadaniem kocyliatora jest opracowanie odpowiednich rozwiązań w formie propozycji koncyliacyjnej, którą zgodziłyby się zaakceptować strony.



Fot.

Arbitraż polega na rozstrzyganiu sporu przez specjalnie do tego powołaną osobę (arbitra) lub grono osób, według szczególnych zasad proceduralnych i materialnych. Strony tego postępowania mają bezpośredni lub pośredni wpływ na wybór arbitrów oraz zasady rozstrzygania sporów. Sądy arbitrażowe mogą być sądami powołanymi przez same strony na potrzeby rozstrzygnięcia jednej sprawy, bądź funkcjonują jako sądy instytucjonalne powoływane zazwyczaj przy izbach przemysłowo-handlowych i wówczas nazywane są stałymi sądami arbitrażowymi (polubownymi). Podstawą postępowania arbitrażowego jest umowa stron, tzw. zapis na sąd polubowny.

System pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich, wprowadzony ustawą o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich, opiera się na podejściu mieszanym, co oznacza, że obok siebie działają zarówno podmioty publiczne, jak i niepubliczne. Podmioty te zajmują się rozwiązywaniem sporów typowych dla danego sektora gospodarki, dla którego zostały utworzone. Natomiast jeżeli w jakimś sektorze nie utworzono podmiotu uprawnionego do prowadzenia postępowania w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich, to właściwy dla niego będzie podmiot o charakterze horyzontalnym, tj. Inspekcja Handlowa.

Realizacja tej koncepcji ma na celu zapewnienie tzw. pełnego pokrycia sektorowego – każdy spór konsumencki może być rozwiązany przez właściwy, wyspecjalizowany podmiot.

System pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich obejmuje:

• podmiot o charakterze horyzontalnym – Inspekcja Handlowa. Zajmuje się sprawami, dla których nie został utworzony właściwy podmiot sektorowy. Postępowanie rozpoczyna się na wniosek konsumenta lub przedsiębiorcy. Należy go złożyć do wojewódzkiego inspektora Inspekcji Handlowej, właściwego ze względu na miejsce działalności przedsiębiorcy. Inspekcja Handlowa, obok postępowania w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich prowadzonego przez wojewódzkich inspektorów, działa za pomocą stałych sądów polubownych.

• niepubliczne sektorowe podmioty utworzone przez przedsiębiorców z danej branży (funkcjonujące obecnie lub nowo powstałe). Przykładem jest

Arbiter Bankowy, podmiot utworzony przez Związek Banków Polskich.

• publiczne sektorowe podmioty utworzone przy lub w strukturze organów publicznych.

Przykładami są:

Koordynator do spraw negocjacji działający przy Prezesie Urzędu Regulacji Energetyki, zajmujący się rozwiązywaniem sporów z branży energetycznej pomiędzy konsumentami lub prosumentami będącymi konsumentami a przedsiębiorstwami energetycznymi. Postępowanie rozpoczyna się na wniosek konsumenta lub prosumenta będącego konsumentem.

Rzecznik Praw Pasażera Kolei działający przy Prezesie Urzędu Transportu Kolejowego, zajmujący się rozwiązywaniem sporów z branży transportu kolejowego pomiędzy pasażerem a sprzedawcą biletów, operatorem turystycznym, przewoźnikiem kolejowym, zarządcą infrastruktury kolejowej, właścicielem dworca bądź zarządzającym dworcem. Postępowanie rozpoczyna się na wniosek pasażera. Pasażer jest pojęciem szerszym niż konsument – może być nim bowiem również pracownik w delegacji służbowej.

Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej, zajmujący się sporami pomiędzy:

- konsumentami a dostawcami publicznych usług telekomunikacyjnych. Postępowanie rozpoczyna się na wniosek konsumenta albo z urzędu, jeżeli wymaga tego ochrona interesu konsumenta.

- nadawcami albo adresatami a operatorami pocztowymi. Postępowanie rozpoczyna się na wniosek adresata albo nadawcy albo z urzędu, jeżeli wymaga tego ochrona interesu konsumenta.

Sąd Polubowny przy Komisji Nadzoru Finansowego, zajmujący się sporami pomiędzy usługodawcami rynku finansowego a ich odbiorcami, w tym konsumentami. W ramach sądu polubownego działa centrum arbitrażu i centrum mediacji. Sąd polubowny przy KNF prowadzi pozasądowe postępowania w formie mediacji lub arbitrażu na zasadach określonych w kodeksie postępowania cywilnego, ale może również prowadzić postępowanie na zasadach określonych w ustawie o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich i regulaminie sądu.

Rzecznik Finansowy, zajmujący się sporami pomiędzy klientami a podmiotami rynku finansowego. Postępowanie rozpoczyna się na wniosek klienta, a udział w nim strony przeciwnej jest obowiązkowy. Klient ponosi koszt w wysokości 50 zł z tytułu udziału w postępowaniu.

Zarówno podmioty publiczne, jak i niepubliczne, aby uzyskać status podmiotu uprawnionego do pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich, muszą zostać wpisane do rejestru prowadzonego przez Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Podmiot wpisany do rejestru jest notyfikowany Komisji Europejskiej jako podmiot uprawniony do prowadzenia postępowań w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich. Co ważne, udział podmiotów publicznych w systemie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich jest obowiązkowy.

Zarówno przedsiębiorca, jak i konsument wyłącznie z własnej woli biorą udział w tego rodzaju procedurze. Jeżeli jedna ze stron nie wyrazi na to zgody, nie będzie możliwe skorzystanie z tej formy wyjścia z konfliktu. Wyjątkiem jest postępowanie przed Rzecznikiem Finansowym – tu przedsiębiorca jest zobowiązany do udziału w postępowaniu w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich

Podstawowe korzyści z postępowania polubownego to:

• niskie koszty, szybkość, prostota postępowania i mniejszy stres (w porównaniu z sądem powszechnym)

Tabela. Porównanie postępowania polubownego i postępowania przed sądem powszechnym

	polubowne	przed sądem powszechnym
koszty	niskie	wysokie
czas	krótki	bardzo długi
charakter postępowania	prosty, elastyczny, mało/ średnio sformalizowany	bardzo sformalizowany
wpływ na wybór rozjemcy/sędziego	tak	nie
atmosfera	brak stresu, budowanie porozumienia	napięcie, podtrzymywanie konfliktu
satysfakcja stron	duża/średnia	mała

Fot.

• dobrowolność udziału
• udział bezstronnych i neutralnych ekspertów
• gwarancja poufności
• satysfakcja z polubownego rozwiązania

Nie wszystkie sprawy można rozwiązać w ramach systemu pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich. Wyłączone z niego są:

• postępowania, w których sprawy są rozstrzygane przez pracowników przedsiębiorcy, z którym toczony jest spór,
• postępowania reklamacyjne, rozpatrywanie skarg konsumenckich przez przedsiębiorcę oraz bezpośrednie negocjacje między konsumentem a przedsiębiorcą,
• działania sądu podejmowane w celu rozstrzygnięcia sporu w toku postępowania sądowego,
• spory pomiędzy przedsiębiorcami (z wyjątkiem ustaw, które wyraźnie przewidują taką możliwość),
• spory dotyczące usług niemających charakteru gospodarczego, świadczone w interesie ogólnym (np. usługi z zakresu transportu publicznego, gospodarki odpadami, dostarczania wody),
• spory wynikające z umów o usługi zdrowotne świadczone przez pracowników służby zdrowia na rzecz pacjentów w celu oceny, utrzymania lub poprawy ich stanu zdrowia, łącznie z przepisywaniem, wydawaniem i udostępnianiem produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych, bez względu na to, czy są one oferowane za pośrednictwem placówek opieki zdrowotnej (por. art. 3 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta),
• spory wynikające z umów o usługi edukacyjne lub kształcenia ustawicznego świadczone przez publiczne szkoły lub placówki oraz publiczne szkoły wyższe.

Coraz większą popularnością cieszy się ostatnio internetowa forma polubownego rozwiązywania sporów konsumenckich.

Platforma ODR to interaktywna strona internetowa stanowiąca jeden punkt dostępu dla konsumentów i przedsiębiorców pragnących pozasądowo rozwiązać spór (ODR – Online Dispute Resolution).

Za jej pośrednictwem można złożyć skargę dotyczącą towarów lub usług zakupionych przez internet, zarówno w kraju, jak i za granicą. Odbywa się to poprzez wypełnienie elektronicznego formularza i znalezienie właściwego podmiotu, który zajmie się rozwiązaniem sporu.

Wszystkie podane na platformie instytucje zostały poddane weryfikacji, gwarantującej spełnianie przez nich odpowiednich przepisów i ich zarejestrowanie przez organy krajowe (w Polsce jest to UOKiK).

Strona dostępna jest we wszystkich językach Unii, umożliwia też dołączanie odpowiednich dokumentów i ich tłumaczenie.

Platforma ODR udostępnia podmiotom uprawnionym elektroniczne narzędzie rozpatrywania sporów nieodpłatnie. Zasadą dostępu do postępowań w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów dla konsumentów jest ich nieodpłatność lub opłata, która nie utrudnia dostępu.

Zastosowanie opłaty wstępnej zależy od woli podmiotu uprawionego. Jeżeli w toku postępowania niezbędne będzie skorzystanie np. z opinii rzeczoznawcy, to takie koszty ponosi wnioskodawca, chyba że podmiot uprawniony ustali inaczej.

Postępowanie w sprawie pozasądowego rozwiązywania sporów konsumenckich powinno być zakończone w terminie nie dłuższym niż 90 dni kalendarzowych od dnia otrzymania przez podmiot uprawniony kompletnego wniosku.

W wyjątkowych przypadkach, jeżeli spór jest szczególnie skomplikowany, czas ten może być wydłużony. Strony powinny zostać poinformowane o takim przedłużeniu oraz przewidywanym terminie zakończenia sprawy.

W celu ułatwienia dostępu do postępowań polubownych w sporach konsumenckich ustawodawca nałożył na przedsiębiorców dodatkowe obowiązki informacyjne tj.:

• informacja o możliwości pozasądowego rozwiązania sporu na stronie internetowej i w ogólnych warunkach umów zawieranych z konsumentami. Podaj nazwę podmiotu, do którego może się zwrócić klient, by rozwiązać z tobą spór. Wskaż co najmniej adres jego strony internetowej,
• negatywnie rozpatrzona reklamacja, musi informować klienta o tym, czy przedsiębiorca zgadza się na rozwiązanie sporu pozasądowo,
• informacje te mają być przekazane na papierze lub innym trwałym nośniku (np. pamięci USB lub płycie CD/DVD),
• przedsiębiorca musi wskazać podmiot właściwy do rozstrzygnięcia sporu,

Brak powyższych informacji oznacza automatycznie, że przedsiębiorca zgadza się na pozasądowe postępowanie polubowne.

Należy pamiętać, że udział w postępowaniu polubownym nie gwarantuje zakończenia sporu.

Jeżeli nie uda się osiągnąć porozumienia na drodze polubownej, pozostaje droga postępowania sądowego.

Warto dodać, że zanim zdecydujemy się podjąć kroki w kierunku rozpoczęcia postępowania polubownego, czy też sądowego, dobrze jest upewnić się co do zasadności wysuwanego roszczenia. Możemy w tym celu zadzwonić na infolinię konsumencką, skonsultować się z prawnikiem lub właściwym miejscowo rzecznikiem konsumentów.

Do zadań Miejskiego/Powiatowego Rzecznika Konsumentów należą w szczególności:

• zapewnienie konsumentom bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony konsumentów,
• występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony interesów i praw konsumentów,
• udzielanie konsumentom pomocy przy dochodzeniu roszczeń na drodze sądowej.

Bezpłatne porady konsumenckie otrzymamy również od:

Infolinia konsumencka
801 440 220 oraz 222 66 76 76 (opłata wg taryfy operatora)
Od poniedziałku do piątku w godz. 8:00 – 18:00
e-mail: porady@dlakonsumentow.pl

Ubezpieczenia i finanse
Rzecznik Finansowy
22 333 73 28, 22 333 73 25, 22 333 73 32
www.rf.gov.pl
porady@rf.gov.pl

Spory transgraniczne
Europejskie Centrum Konsumenckie
22 55 60 600
konsument.gov.pl
ECCNET-PL@ec.europa.eu

Telekomunikacja
Centrum Informacyjne przy UKE
22 33 04 000
www.cik.uke.gov.pl
formularz kontaktowy

Energia i paliwa
Punkt Informacyjny dla Odbiorców Energii i Paliw Gazowych
22 244 26 36
www.ure.gov.pl
drr@ure.gov.pl

Podróże kolejowe
Rzecznik Praw Pasażera Kolei
801 044 080, 22 460 40 80
www.pasazer.gov.pl
rzecznik@pasazer.gov.pl

Podróże lotnicze
Rzecznik Praw Pasażera
222 692 600
www.ulc.gov.pl
pasazerlotniczy@ulc.gov.pl

Nowelizacje przepisów konsumenckich od 1 stycznia 2023

1 stycznia 2023 r. wchodzi w życie wiele ważnych dla konsumentów przepisów. Zmiany w polskim prawie obejmą szereg aktów prawnych: ustawę o prawach konsumenta, ustawę o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, ustawę o informowaniu o cenach towarów i usług, a także Kodeks cywilny.

Nowelizacje wynikają z implementacji trzech unijnych dyrektyw: Omnibus, Towarowej oraz Cyfrowej. Dodatkowo z inicjatywy Prezesa UOKiK wprowadzono regulacje, które mają ukrócić nieuczciwe praktyki na pokazach handlowych.

ZMIANY DOTYCZĄCE WSZYSTKICH KUPUJĄCYCH

Obniżki cen

W celu ukrócenia praktyk związanych z fikcyjnymi promocjami i tzw. żonglerką cenową, czyli stopniowego podnoszenia cen w celu ich obniżenia w okresie promocyjnym, nałożono na sprzedawcę dodatkowy obowiązek informacyjny.

Każdy przedsiębiorca, który ogłasza promocję lub wyprzedaż, będzie musiał podawać oprócz aktualnej ceny – także najniższą z 30 dni poprzedzających obniżkę. W przypadku produktów szybko psujących się, z krótką datą przydatności do spożycia – sprzedawca ma uwidaczniać aktualną cenę i tę sprzed pierwszego zastosowania obniżki, natomiast w przypadku produktów będących w ofercie przedsiębiorcy krócej niż 30 dni – najniższą cenę od rozpoczęcia sprzedaży do wprowadzenia obniżki.

Nie ma takiego obowiązku, jeśli przedsiębiorca zwyczajnie obniża cenę regularną, bez ogłaszania promocji lub wyprzedaży.

Nowe zasady reklamacji

W samym sposobie składania reklamacji nie zmieni się wiele, jednakże dotychczasowy ogólny, trzydziestodniowy termin do udzielenia odpowiedzi na reklamację zostanie skrócony do 14 dni. Tak jak dotychczas, uchybienie terminowi skutkować będzie uznaniem reklamacji.

Dochodzenie roszczeń konsumenta powinno być łatwiejsze.

Przede wszystkim zmieni się podstawa prawna wysuwanych przez konsumenta roszczeń. Po zmianach przepisy dotyczące rękojmi będą równolegle funkcjonować w Kodeksie cywilnym i w ustawie o prawach konsumenta. Te zawarte w Kodeksie cywilnym będą dotyczyć przedsiębiorców, a konsumentów te w ustawie o prawach konsumenta. Dlatego do ustawy o prawach konsumenta dodano nowy rozdział: „Umowy zobowiązujące do przeniesienia własności towaru na konsumenta".

Zmieni się nazewnictwo: zamiast „rękojmi" będziemy mieć „odpowiedzialność za niezgodność towaru z umową".

W pierwszej kolejności konsument będzie mógł żądać naprawy lub wymiany wadliwego towaru. Zwrot pieniędzy (częściowy – obniżenie ceny lub całkowity – odstąpienie od umowy) będzie możliwy w kolejnym etapie dochodzenia roszczeń.

Korzystne dla konsumentów jest wydłużenie do 2 lat terminu domniemania, że niezgodność z umową istniała już w chwili zakupu. Sprzedawca będzie odpowiadał za wady – tak jak do-

Fot. nadesłane

tychczas – przez 2 lata od wydania towaru.

Dodatkowo, w przypadku rzeczy używanych, przedsiębiorca nie będzie mógł skrócić tego czasu do roku.

Termin przedawnienia roszczeń reklamacyjnych zostanie wydłużony do sześciu lat.

Podwójna jakość

Zakazane będzie wprowadzanie towaru na rynek jako identycznego z tym, który jest sprzedawany w innych krajach UE, jeśli będzie się istotnie od niego różnił np. składem, a nie będzie to obiektywnie uzasadnione.

ZMIANY DOTYCZĄCE KUPUJĄCYCH ON-LINE

Informacje na platformach handlowych

W celu uniknięcia dość często występujących wątpliwości, czy zawieramy umowę z profesjonalnym uczestnikiem rynku, co za tym idzie – czy zawieramy umowę o charakterze konsumenckim, rozszerzony został zakres obowiązku informacyjnego.

Konsumenci będą jasno informowani, czy podmiot oferujący na platformie towary, usługi lub treści cyfrowe jest przedsiębiorcą czy osobą fizyczną. W tym drugim przypadku dowiedzą się także, że w tej relacji nie mają zastosowania przepisy chroniące konsumentów np. możliwość odstąpienia od umowy. Platforma musi też informować, jak się podzieliła ze sprzedającym obowiązkami związanymi z realizacją umowy.

Plasowanie ofert

Wyszukiwanie ofert będzie odbywało się na jasnych dla użytkownika zasadach.

Jeśli przedsiębiorca umożliwia wyszukiwanie produktów, musi informować o głównych parametrach, które decydują o kolejności pojawiania się wyników. Konieczne będzie też wyraźne ujawnienie płatnej reklamy lub płatności dokonanej w celu uzyskania wyższego plasowania produktów w wynikach wyszukiwania.

Opinie konsumentów

Ukrócona zostanie dość powszechna praktyka manipulowania opiniami.

Każdy przedsiębiorca, który zapewnia dostęp do recenzji produktów, będzie musiał podawać informacje, czy i w jaki sposób weryfikuje ich autentyczność, a także czy zamieszcza wszystkie opinie, czy tylko te pozytywne.

Wprost zakazane będzie też zamieszczanie fałszywych lub zniekształconych opinii.

Indywidualne dostosowywanie ceny

Jeśli przedsiębiorca je stosuje, to będzie musiał o tym jasno poinformować konsumenta.

Dotyczy to np. sytuacji, gdy cena jest automatycznie ustalana dla konkretnego odbiorcy w zależności np. od jego

lokalizacji, urządzenia, z którego korzysta (smartfon, komputer stacjonarny) czy historii przeglądanych stron.

Nie dotyczy natomiast dynamicznego profilowania cen lub ustalania cen w czasie rzeczywistym, czyli mechanizmów, które opierają się na czynnikach niezwiązanych z osobą konkretnego użytkownika, np. zmianą popytu na dany towar.

Bilety na koncerty i mecze

Koniec z internetowymi „konikami".

Zakazane będzie wykupywanie przez przedsiębiorców za pośrednictwem botów, a potem odsprzedawanie konsumentom biletów na imprezy kulturalne lub sportowe.

Towary z elementami cyfrowymi, treści i usługi cyfrowe

Jasno wskazano, że można je reklamować podobnie jak wszelkie inne towary czy usługi. Przedsiębiorca będzie odpowiedzialny także za zgodność takiego cyfrowego towaru, np. gry, programu komputerowego, z jego wersją próbną czy zapowiedziami. Będzie miał też obowiązek dostarczania konsumentom aktualizacji przez co najmniej 2 lata.

Umowy opłacone danymi osobowymi

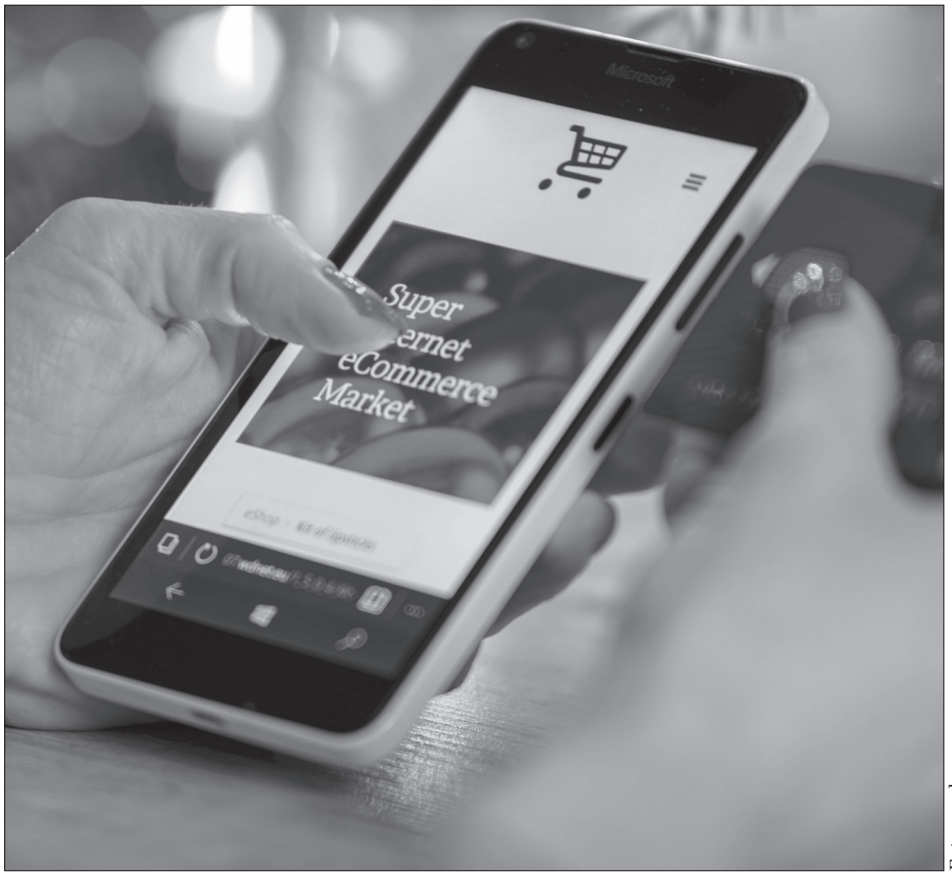
Konsumenci będą chronieni nie tylko, gdy zapłacą za treści lub usługi cyfrowe, np. dostęp do aplikacji, pieniędzmi, ale także swoimi danymi osobowymi. Będą obowiązywać takie same zasady, jak w odniesieniu do odpłatnych usług, np. możliwość odstąpienia od umowy w ciągu 14 dni.

LEPSZA OCHRONA KUPUJĄCYCH NA POKAZACH I WYCIECZKACH

Wydłużenie do 30 dni terminu na odstąpienie od umowy zawartej podczas nieumówionej wizyty w domu konsumenta lub wycieczki

W przypadku pokazów nadal będzie to 14 dni.

Zakaz zawierania umów finansowych podczas pokazu lub wycieczki. Zawarta w takiej sytuacji umowa, np. umowa pożyczki, będzie nieważna i nie będzie wywoływać skutków dla konsumenta.



Fot. pexels.com

Zakaz przyjmowania płatności przed upływem terminu na odstąpienie od umowy

Dotyczy to umów zawieranych podczas pokazu, wycieczki lub nieumówionej wizyty u konsumenta. Rozwiązanie pozwoli na podjęcie świadomej decyzji o zakupie, a konsumenci nie będą narażeni na straty finansowe, gdy z niego zrezygnują w ustawowym terminie.

Możliwość odstąpienia od niektórych umów o świadczenie usług zdrowotnych zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. Chodzi przede wszystkim o tzw. umowy obejmujące abonamenty medyczne.

NOWE DEFINICJE W USTAWIE O PRAWACH KONSUMENTA

• Towar – jest to rzecz ruchoma, a także woda, gaz i energia elektryczną, w przypadku gdy są oferowane do sprzedaży w określonej objętości lub ilości.

• Usługa cyfrowa - jest to usługa pozwalająca konsumentowi na:

- wytwarzanie, przetwarzanie, przechowywanie lub dostęp do danych w postaci cyfrowej,
- wspólne korzystanie z danych w postaci cyfrowej, które zostały przesłane lub wytworzone przez konsumenta lub innych użytkowników tej usługi,
- inne formy interakcji za pomocą danych w postaci cyfrowej.

• Towar z elementami cyfrowymi - jest to towar zawierający treść cyfrową lub usługę cyfrową bądź z nimi połączony w taki sposób, że brak treści cyfrowej lub usługi cyfrowej uniemożliwiłby jego prawidłowe funkcjonowanie

• Środowisko cyfrowe - jest to sprzęt komputerowy, oprogramowanie i połączenia sieciowe wykorzystywane przez konsumenta w celu uzyskania dostępu do treści cyfrowej lub usługi cyfrowej lub w celu korzystania z nich.

Nowe przepisy będą dotyczyć umów zawartych od 1 stycznia 2023 r.