

STOSOWANIE USTAWY O PRAWACH KONSUMENTA W PRAKTYCE

1. Odpowiedzialność sprzedawcy wobec konsumenta	str. 1	7. Towary z wyprzedaży też objęte są rękojmią	str. 3
2. Obowiązki informacyjne sprzedawców przy sprzedaży tradycyjnej	str. 2	8. Prawa konsumenta a reklamacja rzeczy używanych	str. 3
3. Obowiązki informacyjne przy zawieraniu umowy o naprawę poza lokalem przedsiębiorstwa	str. 2	9. Wzór formularza odstąpienia od umowy trzeba przedstawić konsumentowi	str. 4
4. 14-dniowy czas konsumenta do namysłu	str. 2	10. Rękojmia w przypadku wady towaru zamontowanego	str. 4
5. Reklamacja możliwa także bez paragonu	str. 3	11. Gdy konsument odsyła uszkodzony towar	str. 4
6. Ograniczenie odpowiedzialności z rękojmi w umowie	str. 3	12. Finansowe rozliczenie z konsumentem przy odstąpieniu od umowy zawartej przez internet	str. 4

1. Odpowiedzialność sprzedawcy wobec konsumenta

Ustawa o prawach konsumenta zmieniająca obowiązki sprzedawców oraz zasady odpowiedzialności za sprzedawany towar weszła w życie 25 grudnia 2014 r. Pomimo jej obowiązywania przez okres kilkunastu miesięcy, w dalszym ciągu wiele jej przepisów nie jest przestrzeganych przez sprzedawców. Dlatego UOKiK w 2016 r. zapowiada kontrole m.in. sprzedawców internetowych.

Wydawałoby się, że upływ ponad roku od wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta to wystarczający czas na dostosowanie się do ich treści. Z drugiej jednak strony przepisy ustawy o prawach konsumenta diametralnie zmieniły obowiązki sprzedawców, zastąpiły także odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru z umową odpowiedzialnością z rękojmi, dlatego dostosowanie się do nich nie było jedynie formalnością.

Kontrole UOKiK

W niniejszym dodatku wskazane są m.in. obowiązki informacyjne sprzedawców internetowych, którzy zawierają umowy sprzedaży na odległość. Należy wskazać, iż sprzedawcy internetowi powinni bardzo szczegółowo sprawdzić stosowane regulaminy i procedury. Jak bowiem zapowiada na swoich stronach internetowych Urząd Konkurencji i Konsumentów w 2016 r. e-sklepy poddane zostaną kontroli pod kątem m.in. stosowania regulacji wynikających z ustawy o prawach konsumenta. Należy wskazać, iż stosowanie nieprawidłowych postanowień umów lub regulaminów już samo w sobie może rodzić dla przedsiębiorcy negatywne konsekwencje. Konsument może bowiem wystąpić o uznanie ich za klauzule niedozwolone lub powołać się na przepisy o klauzulach niedozwolonych argumentować, iż nie jest

związany zakwestionowanymi postanowieniami.

Dodatkowo w przypadku przeprowadzenia kontroli przez UOKiK i wykrycia nieprawidłowego postępowania urząd może nakazać m.in. zaniechania niedozwolonych działań, czy nałożyć na przedsiębiorcę karę finansową, której wysokość może wynosić do 10% obrotu osiągniętego w poprzednim roku. Biorąc pod uwagę negatywne konsekwencje związane z nieprzestrzeganiem obowiązujących przepisów warto dokonać dokładnego sprawdzenia sposobu działania strony internetowej, przekazywanych konsumentowi informacji oraz stosowanych regulaminów i umów. W tym celu przydatny może być niniejszy dodatek, natomiast przedsiębiorcy, którzy nie czują się na siłach dokonać tego samodzielnie powinni rozważyć nawiązanie współpracy z podmiotami, które zajmują się profesjonalną obsługą e-sklepów.

Zasady odpowiedzialności

Niezależnie od możliwości odstąpienia przez konsumenta od umowy zawieranej na odległość w terminie 14 dni liczonym, co do zasady, od odebrania towaru, konsument może wykonywać także swoje uprawnienia z rękojmi związanej z wadą rzeczy. Dodatkowo, w sytuacji gdy producent lub sprzedawca udziela na towar gwarancji, konsument może skorzystać także z gwarancji. Sprzedawca nie może w żaden sposób wpłynąć na wybór konsumenta wskazując mu, który sposób postępowania reklamacyjnego (rękojmia lub gwarancja) wybiera, jest to uprawnienie konsumenta. Warunki gwarancji powinny być określone w dokumencie gwarancyjnym, np. książeczce gwarancyjnej, gwarancja ma bowiem charakter umowny i w przeciwieństwie do rękojmi nie jest

obowiązkowa. Natomiast rękojmia to tryb dochodzenia przez konsumenta roszczeń od przedsiębiorcy w związku z ujawnioną wadą fizyczną lub prawną zakupionego towaru. Wada fizyczna polega na niezgodności rzeczy sprzedanej z umową. W szczególności rzecz sprzedana jest niezgodna z umową, jeżeli:

- nie ma właściwości, które rzecz tego rodzaju powinna mieć ze względu na cel w umowie oznaczony albo wynikający z okoliczności lub przeznaczenia, np. zakupiona pralka nie pierze, suszarka nie suszy, kosiarka nie kosi trawy itp.,
- nie ma właściwości, o których istnieniu sprzedawca zapewnił kupującego, w tym przedstawiając próbkę lub wzór, np. zakupiona pralka miała posiadać program antyalergiczny, o czym sprzedawca zapewniał kupującego, a takiego programu nie ma,
- nie nadaje się do celu, o którym kupujący poinformował sprzedawcę przy zawarciu umowy, a sprzedawca nie zgłosił zastrzeżenia co do takiego jej przeznaczenia, np. kupując aparat fotograficzny klient poinformował sprzedawcę, że ma zamiar z nim nurkować, a sprzedawca nie wyraził sprzeciwu; po pierwszym nurkowaniu okazało się, że aparat do takiego celu się nie nadaje i jest zepsuty,
- została kupującemu wydana w stanie niezupełnym, np. konsumentowi został wydany telefon komórkowy bez ładowarki, mimo że stanowiła ona część zestawu.

Postępowanie reklamacyjne

Wielu przedsiębiorców popełnia błąd próbując ograniczyć lub zmodyfikować swoją odpowiedzialność w stosunku do ustawy, co jest niedozwolone. Część przed-

siębiorców próbuje także skrócić okres swojej odpowiedzialności, jednak za wady towarów sprzedawca odpowiada przez dwa lata, od momentu wydania rzeczy kupującemu. Przy czym ujawnienie wady towaru w okresie roku od jego nabycia objęte jest domniemanem, że wada istniała już w momencie przekazania rzeczy kupującemu, w takim przypadku sytuacja konsumenta jest dodatkowo uprzywilejowana. Schemat roszczeń konsumenta w przypadku pierwszej reklamacji i możliwego działania sprzedawcy przedstawia wykres poniżej, co ważne sprzedawca nie może wprowadzać odrębnych zasad reklamacji mniej korzystnych dla konsumenta.

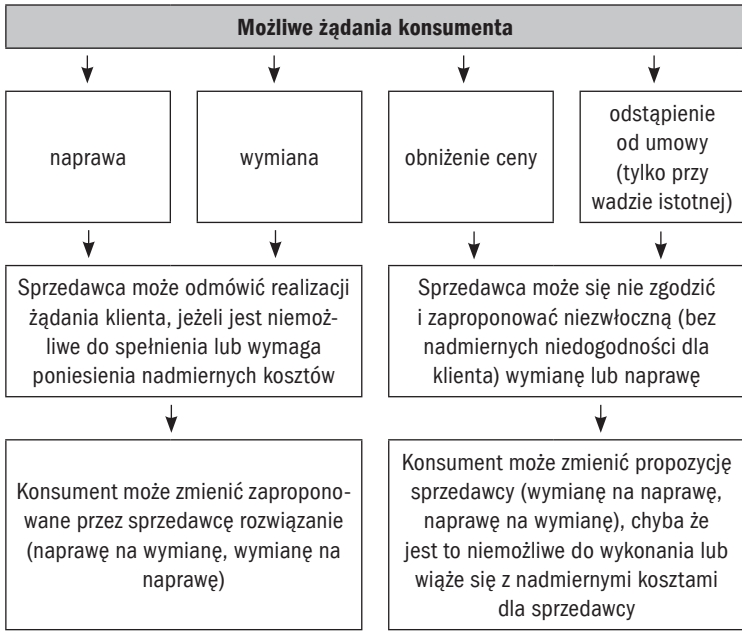
Uprawnienia konsumenta

Konsument reklamując towar z tytułu rękojmi może żądać:

- usunięcia wady (naprawienia towaru),
- wymiany towaru na wolny od wad (wymiany rzeczy na nową),
- obniżenia ceny,
- odstąpienia od umowy.

Od momentu, kiedy konsument zgłasza sprzedawcy swoje roszczenie reklamacyjne, ma on 14 dni na ustosunkowanie się do jego żądań. W ciągu tych 14 dni musi przekazać swojemu klientowi informację o tym czy przyjmuje reklamację i czy będzie ona realizowana zgodnie z żądaniem konsumenta. Może też w o kreślonych przypadkach zaproponować inne rozwiązanie niż to, które wybrał konsument.

Uprawnienia konsumenta zwiększają się, gdy mamy do czynienia z kolejną reklamacją dotyczącą tego samego towaru przez niego zakupionego, tzn. towar był już np. naprawiany lub wymieniany. W takiej sytuacji sprzedawca musi zachować się tak jak żąda tego klient, tj. obniżyć cenę towaru lub przyjąć jego odstąpienie od umowy. Nie może proponować kolejnej naprawy towaru, jeśli klient tego nie chce. Kolejna reklamacja tego samego towaru nie musi dotyczyć tej samej wady, może być to zupełnie inna usterka.



2. Obowiązki informacyjne sprzedawców przy sprzedaży tradycyjnej

Po zmianach przepisów konsumenckich w 2014 r. sprzedawcom przybyło sporo obowiązków informacyjnych względem kupujących. Dotyczą one nie tylko sprzedaży dokonywanej na odległość, np. za pośrednictwem internetu czy też telefonu, ale także sprzedaży tradycyjnej prowadzonej w sklepach stacjonarnych.

Ogólne obowiązki sprzedawców

Konsument zawierający umowę sprzedaży musi mieć świadomość wszystkich elementów obowiązującej go umowy, dotyczących ceny, serwisu gwarancyjnego, możliwości reklamowania wadliwego produktu. Konieczność udzielenia pełnych informacji obciąża oczywiście sprzedawcę, choć nie w przypadku każdej zawieranej umowy istnieje konieczność podawania wszystkich informacji.

Dlatego też sprzedawca ma obowiązek udzielić konsumentowi przed zawarciem umowy jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji w języku polskim, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania z rzeczy sprzedanej. W szczególności konsument musi zostać poinformowany o rodzaju rzeczy i sposobie korzystania z niej, o znakach bezpieczeństwa i znakach zgodności wymaganych przez odrębne przepisy. Musi też poznać producenta lub importera produktu, a także otrzymać informacje o dopuszczeniu pro-

duktu do obrotu w Polsce oraz stosownie do rodzaju rzeczy informacje o energochłonności, czy inne dane wskazane w odrębnych przepisach.

Jeżeli towar sprzedawany jest w opakowaniu jednostkowym lub w zestawie, informacje te powinny znajdować się na rzeczy sprzedanej lub być z nią trwale połączone. W pozostałych przypadkach sprzedawca jest zobowiązany umieścić w miejscu sprzedaży informację, która może być ograniczona do rodzaju rzeczy, jej głównej cechy użytkowej oraz wskazania producenta lub importera. Na żądanie kupującego sprzedawca jest zobowiązany wyjaśnić znaczenie poszczególnych postanowień umowy.

Sprzedawca jest zobowiązany zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno-organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru rzeczy i sprawdzenie jej jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów. Przykładowo w przypadku zakupu sprzętu elektronicznego konsument musi mieć możliwość podłączenia takiego sprzętu i sprawdzenia jego parametrów oraz kompletności. Wraz z rzeczą sprzedaną sprzedawca musi wydać konsumentowi wszystkie elementy jej wyposażenia oraz sporządzone w języku polskim instrukcje obsługi, konserwacji i inne dokumenty wymagane przez odrębne przepisy.

O czym konsument musi wiedzieć?

Przy sprzedaży w formie tradycyjnej, gdzie obie strony, tj. sprzedawca (usługodawca) i konsument, są fizycznie obecne, przedsiębiorcę obciążają obowiązki informacyjne określone w art. 8 ustawy o prawach konsumenta. Informacje zawarte w tym katalogu przedsiębiorca musi przedstawić konsumentowi w sposób jasny i zrozumiały najpóźniej w chwili wyrażenia przez niego woli związania się umową (patrz ramka). Informacje te mogą być umieszczone np. na wręczanej wraz z zakupem kopii warunków umowy, w formie informacji dołączanej do paragonu, instrukcji itp.

Przed zawarciem umowy konsument musi zostać poinformowany o wszystkich płatnościach z nią związanych.

Co bardzo istotne, w przypadku drobnych umów życia codziennego wykonywanych natychmiast po ich zawarciu, jak np. zakupy spożywcze, sprzedawca nie ma obowiązku przedstawiania całego katalogu informacji. Takie informacje muszą być przekazywane np. przy zakupie butów, sprzętu elektronicznego, zleceniu naprawy samochodu w warsztacie samochodowym itp.

Których umów przepisy nie dotyczą?

Sprzedawcy w żaden sposób nie

mogą wyłączać ani ograniczać uprawnień konsumentów przysługujących im na mocy przepisów konsumenckich. Co nie oznacza, iż mają one zastosowanie do wszystkich umów zawieranych pomiędzy przedsiębiorcami a konsumentami.

Wyłączone spod zakresu regulacji ustawy o prawach konsumenta są np. umowy: o imprezę turystyczną, zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa gdy kwota zobowiązania nie przekracza 50 zł, czy dotyczące gier hazardowych.

Sprzedawca musi poinformować konsumenta o:

- cechach świadczenia, z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem,
- swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, i numerze, pod którym został zarejestrowany (NIP bądź KRS), adresie, pod którym prowadzi przedsiębiorstwo, i numerze telefonu przedsiębiorstwa,
- łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala, rozsądnie oceniając, na wcześniejsze obliczenie ich wysokości – sposobie, w jaki będą one obliczane, a także opłatach za dostarczenie, usługi pocztowe oraz jakichkolwiek innych kosztach, 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 także wszystkich kosztów, które konsument jest zobowiązany ponieść,
- sposobie i terminie spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz stosowanej przez niego procedurze rozpatrywania reklamacji,
- przewidzianej przez prawo odpowiedzialności przedsiębiorcy za jakość świadczenia,
- treści usług posprzedażnych i gwarancji,
- czasie trwania umowy lub – gdy umowa zawarta jest na czas nieoznaczony lub ma ulegać automatycznemu przedłużeniu – o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy,
- funkcjonalności treści cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środkach ich ochrony,
- mających znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem.

3. Obowiązki informacyjne przy zawieraniu umowy o naprawę poza lokalem przedsiębiorstwa

Prowadzę własną firmę budowlaną. Czy to prawda, że jeżeli koszt naprawy nie przekracza 600 zł, to przed zawarciem umowy poza lokalem swojej firmy nie muszę przekazywać klientowi na piśmie wszystkich informacji dotyczących mojej firmy i usługi?

Obecnie na mocy ustawy o prawach konsumenta na sprzedawców i usługodawców nałożono szereg nowych obowiązków informacyjnych, z jakich muszą wywiązywać się względem klienta. Ich zakres w dużej mierze zależy od tego, czy do zawarcia umowy pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem dochodzi w tradycyjny sposób, czy też na odległość bądź poza lokalem przedsiębiorstwa.

Jeżeli mamy do czynienia z umową wykonania usługi naprawy bądź konserwacji, która zawierana jest poza lokalem przedsiębiorstwa, to przedsiębiorcę obciążają wszystkie obowiązki informacyjne, które określa art. 12 ust. 1 ustawy. Katalog informacji zawartych w tym przepisie jest naprawdę obszerny (niektóre z nich

wymieniono w ramce poniżej). Informacje te muszą być przekazane klientowi na piśmie, bądź jeżeli wyrazi na to zgodę – na innym trwałym nośniku.

Wszystkich określonych tam informacji przedsiębiorca nie musi przekazywać konsumentowi przed zawarciem umowy, jeżeli są spełnione dwa warunki. Po pierwsze, przedmiotem umowy zawieranej na odległość jest wykonanie przez przedsiębiorcę usługi naprawy bądź konserwacji, której koszt wykonania nie przekracza 600 zł. Drugi warunek to konieczność natychmiastowego wykonania zarówno przez przedsiębiorcę, jak i konsumenta swoich zobowiązań, tj. przedsiębiorca dokonuje naprawy, a konsument za nią płaci.

Przed zawarciem takiej umowy

przedsiębiorca musi na papierze lub za zgodą konsumenta na innym trwałym nośniku udzielić mu informacji o:

- swoich danych identyfikujących, w szczególności o firmie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym został zarejestrowany (KRS lub NIP),
- adresie przedsiębiorstwa, adresie poczty elektronicznej oraz numerach telefonu lub faksu, jeżeli są dostępne, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą,
- wynagrodzeniu i sposobie, w jaki ma być obliczane,
- łącznym kosztorysie.

Ponadto musi go poinformować ustnie, jeżeli konsument wyrazi zgodę (a jeśli się na to nie zgodzi, to na papierze lub innym trwałym nośniku), o głównych cechach świadczenia, sposobie i terminie realizacji prawa do odstąpienia od umowy, a także wzorze odstąpienia od umowy oraz o sytuacjach, w których nie przysługuje mu prawo takiego odstąpienia.

Po zawarciu umowy z konsumentem przedsiębiorca musi wydać mu dokument umowy lub potwierdzenie jej zawarcia, gdzie muszą znaleźć się już wszystkie informacje wymagane w przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa.

4. 14-dniowy czas konsumenta do namysłu

Prowadzę tradycyjny sklep z obuwem. Teraz planuję również otwarcie sklepu internetowego. Wiem, że w przypadku umów zawieranych na odległość klienci mogą w ciągu 14 dni odstąpić od umowy i odesłać towar. Czy ta zasada ma również zastosowanie w przypadku obuwia? Czy będę musiała przyjąć obuwie, które w ciągu tych 14 dni było noszone?

Konsument w przypadku umowy zawieranej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa ma prawo odstąpić od niej w ciągu 14 dni, bez podawania przyczyny i co do zasady, bez konieczności ponoszenia kosztów. Tak wynika z art. 27 ustawy o prawach konsumenta. Powyższą regulację określa się jako uprawnienie konsumenta do odstąpienia od umowy w czasie do namysłu. Katalog umów, w stosunku do których nie przysługuje prawo do odstąpienia, zawiera art. 38 ustawy i są to np. umowy, których przedmiotem świadczenia są rzeczy ulegające szybkiemu zepsuciu. Wyłączenie to nie odnosi się natomiast do umów zawieranych na odległość dotyczących zakupu ubrań i obuwia.

Podstawowym obowiązkiem konsumenta, który zdecyduje się skorzystać z przysługującego mu uprawnienia, jest wysłanie do przedsiębiorcy oświadczenia o odstąpieniu, przy czym nie jest istotne, kiedy takie oświadczenie dotrze do przedsiębiorcy, ważne by zostało wysłane przed upływem tego terminu. Kolejnym obowiązkiem konsumenta jest zwrot nabytej rzeczy, co powinno nastąpić niezwłocznie, ale nie później niż w terminie 14 dni od odstąpienia od umowy. Również w tym przypadku wystar-

czające jest, że konsument wyśle rzecz do przedsiębiorcy przed upływem 14-dniowego terminu. W związku z odstąpieniem od umowy konsument ponosi jedynie bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy, tj. koszty nadania przesyłki do sprzedawcy.

Co do zasady, w czasie do namysłu konsument nie powinien użytkować rzeczy. Może ją jedynie przetestować w celu ustalenia jej właściwości, cech i działania. W odniesieniu do butów sprzedawanych przez Czytelniczkę, jej klienci powinni jedynie buty obejrzeć i przymierzyć. Jak bowiem wynika z art. 34 ust. 4 ustawy, konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy (chyba że przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia od umowy).

Reasumując, Czytelniczka będzie zobowiązana respektować 14-dniowy czas konsumentów na odstąpienie od umowy. Jeżeli jednak zwracane jej obuwie będzie nosiło ślady użytkowania, to będzie mogła ona dochodzić od konsumenta odszkodowania.

Przykładowe informacje, jakie musi otrzymać konsument w przypadku umowy zawieranej poza lokalem:

- łączna cena lub wynagrodzenie za świadczenie wraz z podatkami,
- sposób i termin zapłaty,
- sposób i termin spełnienia świadczenia przez przedsiębiorcę oraz informacja o stosowanej przez niego procedurze rozpatrywania reklamacji,
- koszty zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument,
- treść gwarancji i usług posprzedażnych oraz sposób ich realizacji,
- czas trwania umowy oraz sposób jej wypowiedzenia,
- możliwość skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasady dostępu do tych procedur.

5. Reklamacja możliwa także bez paragonu

Tylko część konsumentów pamięta o przechowywaniu paragonów dokumentujących wszystkie ważniejsze zakupy. Niektórzy klienci w ogóle nie zabierają ze sklepu paragonu. Wiele osób gubi lub wyrzuca paragon, zanim jeszcze upłynie dwuletni termin odpowiedzialności sprzedawcy z tytułu rękojmi za wady, a w przypadku zakupów dokonywanych przed 25 grudnia 2014 r. – z tytułu tzw. niezgodności towaru z umową.

Nie jedyny dowód zakupu

Dowód zakupu – najlepiej w postaci paragonu – przyda się zwłaszcza wtedy, gdy okaże się, że produkt jest niezgodny z umową, czyli wadliwy. To ułatwi późniejszą reklamację. Sprzedawca nie może jednak uzależniać przyjęcia reklamacji od przedstawienia wyłącznie paragonu. Można go zastąpić np. wydrukiem z rachunku karty kredytowej lub innym potwierdzeniem tego typu transakcji. W przypadku transakcji gotówkowej, a więc w braku innych dowodów aniżeli paragon, nabycie towaru można także wykazać zeznaniami świadków.

Zatem spotykane nieraz postanowienia w regulaminach sklepów, które wyłączają możliwość przedstawienia innego dowodu zakupu niż paragon, są niezgodne z prawem. Każdy konsument powinien bowiem mieć jasną, rzetelną i niewprowadzającą w błąd informację o przysługujących mu prawach.

Przedsiębiorca prowadząc sprzedaż rzeczy ruchomych w stosunku do konsumentów ma obowiązek respektować uprawnienia – przyznane słabszej stronie stosunku prawnego – które zostały określone w przepisach Kodeksu cywilnego, a wcześniej w ustawie o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej. Próżno szukać w tych czy innych ustawach regulacji, które wskazywałyby, iż do złożenia reklamacji niezbędne jest posiadanie przez konsumenta paragonu fiskalnego. Należy wskazać, iż oczywiście to na konsumentie ciąży obowiązek wykazania, że zakupu dokonał u tego sprzedawcy, od którego dochodzi roszczeń z tytułu niezgodności towaru z umową. Niemniej jednak konsument może wykazać za pomocą innych dostępnych środków dowodowych, iż zakupił dany towar u konkretnego sprzedawcy

(por. wyrok Sądu Okręgowego w Warszawie – Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów z dnia 12 października 2005 r., sygn. akt XVII Amc 65/04).

Błędne informacje

Przedsiębiorcy stosujący, czy to na samych paragonach, czy w formie pisemnych informacji podawanych konsumentom przy kasie lub w punkcie reklamacyjnym (obsługi klienta), treści np. „Paragon jest niezbędny do reklamacji” dopuszczają się, zdaniem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów. Polega ona na zamieszczaniu informacji, która może wprowadzać konsumentów w błąd co do przysługujących im uprawnień w zakresie możliwości składania reklamacji (por. decyzję Prezesa UOKiK nr RBG–7/2015).

Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności stosowanie nieuczciwych praktyk rynkowych. Przepis art. 5 ust. 1 ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym stanowi, że praktykę rynkową uznaje się za działanie wprowadzające w błąd, jeżeli działanie to w jakikolwiek sposób powoduje lub może powodować podjęcie przez przeciętnego konsumenta decyzji dotyczącej umowy, której inaczej by nie podjął. Jest to więc każda praktyka, która w jakikolwiek sposób, w tym również przez swoją formę, wywołuje skutek w postaci co najmniej możliwości wprowadzenia w błąd przeciętnego konsumenta, do którego jest skierowana lub dociera i która może zniekształcić jego zachowanie rynkowe (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Poznaniu z dnia 14 września 2005 r., sygn. akt I ACa 149/05).

Wprowadzające w błąd działania może polegać na rozpowszechnianiu nieprawdziwych informacji. Przy ocenie, czy praktyka rynkowa wprowadza w błąd przez działanie, należy uwzględnić wszystkie jej elementy oraz okoliczności wprowadzenia produktu na rynek, w tym sposób jego prezentacji. Działania w postaci rozpowszechniania nieprawdziwych informacji, w wyniku czego konsument zostaje wprowadzony w błąd, mogą dotyczyć w szczególności obowiązków przedsiębiorcy związanych z produktem, w tym usług serwisowych

i procedury reklamacyjnej, dostawy, niezbędnych usług i części oraz praw konsumenta, w tym praw reklamacyjnych.

Przeciętny konsument może błędnie przypuszczać, iż paragon jest niezbędnym elementem każdej reklamacji i bez niego kupujący pozbawiony zostanie swoich uprawnień wynikających z możliwości jej złożenia i żądania doprowadzenia towaru do stanu zgodności z umową, jeśli taka informacja została mu przekazana w momencie jego zakupu.

Paragon może ułatwić złożenie reklamacji, ale nie jest niezbędny do jej złożenia.

Zakaz wyłączania uprawnień

Zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy powinni wiedzieć, że w umowach z konsumentami w zasadzie nie ma możliwości ograniczenia lub wyłączenia uprawnień z tytułu rękojmi za wady. Wynika to z art. 558 § 1 zd. 2 Kodeksu cywilnego, który stanowi, że jeżeli kupującym jest konsument, ograniczenie lub wyłączenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest dopuszczalne tylko w przypadkach określonych w przepisach szczególnych. Podobne rozwiązanie – nawet bardziej dobitne – przewidywał art. 11 uchylonej ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej, stanowiący, iż uprawnień unormowanych w niniejszej ustawie nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową.

Pomoc dla konsumentów

W przypadku nieotrzymania paragonu można zgłaszać tego typu przypadki urzędowi kontroli skarbowej.

Natomiast w razie problemów z zakupami czy odrzuconą reklamacją konsumenci mogą liczyć na bezpłatną pomoc miejskich lub powiatowych rzeczników konsumentów czy Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowej. Ponadto poradę prawną można uzyskać dzwoniąc pod bezpłatny numer infolinii konsumenckiej 800 007 707. Poradę udziela także Federacja Konsumentów w swoich oddziałach w całej Polsce, a w Warszawie Centrum Porad Konsumenckich SKP.

6. Ograniczenie odpowiedzialności z rękojmi w umowie

Jako sprzedawca odpowiadamy za wady towaru sprzedanego od 25 grudnia 2014 r. przez dwa lata. Ten termin jest dla nas zbyt długi. Chcielibyśmy w umowach z klientami ten termin skrócić do roku. Czy możemy to zrobić?

TAK, ale tylko w umowach z tymi klientami, którzy nie są konsumentami.

Na modyfikowanie zasad odpowiedzialności z rękojmi pozwala art. 558 § 1 Kodeksu cywilnego. Wynika z niego, że strony mogą odpowiedzialność z tytułu rękojmi rozszerzyć, ograniczyć lub wyłączyć. Zmienianie zasad na niekorzyść klienta jest dopuszczalne tylko wtedy, gdy klient nie jest konsumentem. Jeżeli kupującym jest konsument, ograniczenie lub wyłączenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest dopuszczalne tylko w przypadkach określonych

w przepisach szczególnych. Wyjątek zawarty jest w art. 568 § 1 K.c. Wynika z niego, że jeżeli kupującym jest konsument, a przedmiotem sprzedaży jest używana rzecz ruchoma, odpowiedzialność sprzedawcy może zostać ograniczona, nie mniej niż do roku od dnia wydania rzeczy kupującemu. W każdym przypadku wyłączenie lub ograniczenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest bezskuteczne, jeżeli sprzedawca zataił podstępnie wadę przed kupującym (art. 558 § 2 K.c.).

Skrócenie terminu odpowiedzialności z rękojmi z dwóch lat do roku będzie ograniczeniem od-

powiedzialności z rękojmi. Taka modyfikacja jest dopuszczalna w przypadku wszystkich umów z klientami, którzy nie są konsumentami. W razie umów z konsumentami skrócenie do roku odpowiedzialności z rękojmi za wady jest dopuszczalne tylko wtedy, gdy przedmiotem sprzedaży jest rzecz używana.

Należy pamiętać, że modyfikacja zasad odpowiedzialności musi zostać dokonana przez obie strony umowy – zatem klient musi się na nią zgodzić. W razie sporu to sprzedawca będzie musiał udowodnić, że takie uzgodnienia miały miejsce.

7. Towary z wyprzedaży też objęte są rękojmią

W moim sklepie odzieżowym prowadzę obecnie sezonową wyprzedaż. Jakie zasady reklamowania towarów obowiązują po wejściu w życie przepisów o prawach konsumenta? Czy mogę wprowadzić zastrzeżenie, że towar przeceniony o 50% nie podlega reklamacji?

Zakupy dokonywane przez konsumentów po wejściu w życie przepisów ustawy o prawach konsumenta, w zakresie reklamowania wadliwych produktów podlegają regulacjom Kodeksu cywilnego. Oznacza to, że obecnie konsumenci mają prawo do reklamowania wad fizycznych i prawnych rzeczy na zasadach rękojmi. Sprzedawca odpowiada wobec konsumenta za jakość sprzedanego towaru przez dwa lata. Prawa tego nie można wyłączyć. Jeżeli Czytelnik sprzedaje w swoim sklepie przecenione rzeczy w związku z wyprzedażą sezonową, a nie z powodu wad towaru, to nie może wprowadzić zastrzeżenia, że rzecz nie podlega reklamacji. Sprzedawca jest zwolniony od odpowiedzialności z tytułu rękojmi, jeżeli kupujący wiedział o wadzie w chwili zawarcia umowy. Wyłączenie lub ograniczenie odpowiedzialności z tytułu rękojmi jest bezskuteczne, jeżeli sprzedawca zataił podstępnie wadę przed kupującym.

Wada fizyczna to niezgodność produktu z umową. Mamy z nią do czynienia w szczególności, gdy rzecz:

- nie ma właściwości, które produkt tego rodzaju powinien mieć,
- nie ma właściwości, o których konsument został zapewniony przez sprzedawcę lub reklamę,

- nie nadaje się do celu, o którym kupujący poinformował sprzedawcę przy okazji zawierania umowy, jeśli przedsiębiorca nie zgłosił zastrzeżenia co do takiego jej przeznaczenia,
- rzecz została wydana kupującemu w stanie niezupełnym.

W ramach rękojmi konsument może, co do zasady, żądać wymiany towaru na nowy, dokonania naprawy bądź obniżenia ceny. Jeżeli wada rzeczy jest istotna, może domagać się odstąpienia od umowy. W przypadku sprzedaży ubrań konsumenci najczęściej będą żądać wymiany towaru na nowy bądź zwrotu pieniędzy (odstąpienia od umowy). Jeżeli nie ma możliwości wymiany rzeczy na nową, bo np. nie ma już spódnicy w tym fasonie bądź rozmiarze, sprzedawca może zaproponować inny sposób rozstrzygnięcia postępowania reklamacyjnego, np. zaproponować obniżkę ceny. Brak stosownej reakcji na reklamację w ciągu 14 dni skutkuje jej uznaniem.

Trzeba również zwrócić uwagę, że sprzedawca nie ma obowiązku przyjęcia zwrotu towaru, jeżeli konsument nie zgłasza żadnej wady towaru, a po prostu produkt mu się nie podoba. W takim przypadku przyjęcie towaru zależy tylko od dobrej woli sprzedawcy i to on określa warunki takiego zwrotu.

8. Prawa konsumenta a reklamacja rzeczy używanych

Jestem osobą prowadzącą działalność gospodarczą, jednak w celach prywatnych, tzn. na moje domowe potrzeby, rozważam zakup używanej kosiarki samojazdnej. Sprzedawca oferujący tego typu produkty udziela 6-miesięcznej gwarancji. Czy w razie uszkodzenia rzeczy, która została nabyta jako używana, także mogę liczyć na ochronę wynikającą z ustawy o prawach konsumenta?

Fakt, iż Czytelnik prowadzi działalność gospodarczą nie ma wpływu na jego uprawnienia konsumenckie w sytuacji, gdy nabywa on towar w celu niezwiązanym z jego działalnością gospodarczą. Za taki bowiem można uznać kosiarkę nabytą na potrzeby osobiste, a nie na cele firmowe. Zgodnie z definicją zawartą w art. 221 Kodeksu cywilnego, Czytelnik jest bowiem konsumentem, tzn. osobą fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Od 25 grudnia 2014 r., tj. od dnia wejścia w życie przepisów ustawy o prawach konsumenta, sprzedawcy ponoszą odpowiedzialność na zasadach rękojmi określonych w K.c. Niezależnie zatem od udzielanej przez sprzedawcę gwarancji, Czytelnik, nawet w przypadku zakupu używanych towarów, korzysta z ochrony wynikającej z przepisów o rękojmi. Jak bowiem wynika z art. 568 § 1 K.c., jeżeli kupującym jest konsument, a przedmiotem sprzedaży jest używana rzecz ruchoma, odpowiedzialność sprzedawcy może zostać ograniczona, nie mniej niż do roku od dnia wydania rzeczy

kupującemu. Decydując się zatem na zakup używanej kosiarki Czytelnik z mocy ustawy korzysta z ochrony udzielanej na zasadach rękojmi, przysługują mu zatem uprawnienia ustawowe. W zawieranej umowie sprzedawca może jedynie skrócić okres swojej odpowiedzialności z tytułu rękojmi z dwóch lat do roku, licząc od dnia wydania rzeczy.

Co prawda z brzmienia art. 558 § 1 K.c. wynika, że strony mogą odpowiedzialność z tytułu rękojmi rozszerzyć, ograniczyć lub wyłączyć, jednak w umowach zawieranych z konsumentami jest to możliwe jedynie na mocy odrębnych przepisów, które, co do zasady, nie uzasadniają wyłączenia rękojmi z uwagi na nabycie używanej rzeczy. Jeżeli natomiast sprzedawca kosiarki udziela 6-miesięcznej gwarancji, oznacza to, iż oprócz uprawnień wynikających z rękojmi Czytelnik może także skorzystać z uprawnień gwarancyjnych najczęściej określonych w oświadczeniu gwarancyjnym (karcie gwarancyjnej). Należy jednak mieć świadomość, iż zazwyczaj korzystniejsze dla konsumentów postanowienia zawarte są w ustawie.

9. Wzór formularza odstąpienia od umowy trzeba przedstawić konsumentowi

Jestem w trakcie otwierania sklepu internetowego. Czy muszę na swojej stronie poza regulaminem umieścić wzór formularza odstąpienia od umowy? Jeśli tak, to skąd go wziąć?

Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały m.in. o:

- sposobie i terminie wykonania prawa odstąpienia od umowy,
- kosztach zwrotu rzeczy w przypadku odstąpienia od umowy, które ponosi konsument, w odniesieniu do umów zawieranych na odległość – kosztach zwrotu rzeczy, jeżeli ze względu na swój charakter rzeczy te nie mogą zostać w zwykłym trybie odesłane pocztą.

Konsument może odstąpić od umowy, składając przedsiębiorcy oświadczenie o odstąpieniu od umowy.

Ponadto zobowiązany jest on do zamieszczenia wzoru formularza odstąpienia od umowy. Informacje co taki formularz powinien zawierać, wyszczególnione zostały w załączniku nr 2 do ustawy o prawach konsumenta. Wśród nich powinny znaleźć się następujące dane:

- dane adresata (nazwa przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, numer faksu i adres e-mail),
- zwrot: „Ja/My niniejszym informuję/informujemy o moim/naszym odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących rzeczy, umowy dostawy następujących rzeczy, umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy/o świadczenie następującej usługi^(*)..

jących rzeczy, umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy/o świadczenie następującej usługi (niepotrzebne skreślić),

- data zawarcia umowy/odbioru (niepotrzebne skreślić),
- imię i nazwisko konsumenta(-ów),
- adres konsumenta(-ów),
- podpis konsumenta(-ów) (tylko jeżeli formularz jest przesyłany w wersji papierowej),
- data odbioru towaru(-ów).

Co istotne, konsument nie musi skorzystać ze wzoru, który sprzedający uwidoczni na swojej stronie internetowej. O odstąpieniu od umowy może on poinformować w każdej innej dopuszczalnej formie. Warunkiem jest tylko, aby zastosowane oświadczenie zawierało elementy wyżej wymienione. Natomiast sprzedawca zobowiązany jest niezwłocznie przesłać konsumentowi potwierdzenie otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Przykładowy wzór formularza odstąpienia od umowy

Poznań, 15.03.2016 r.
(miejscowość i data)

Jan Nowak

(imię i nazwisko konsumenta)

ul. Wrzosowa 4, Poznań

(adres zamieszkania)

Salon Wyposażenia i Aranżacji Wnętrz „HOME”

ul. Nowa 40, Wrocław

(nazwa i adres przedsiębiorcy)

Oświadczenie o odstąpieniu od umowy

„Ja/My^(*) niniejszym informuję/informujemy^(*) o moim/naszym^(*) odstąpieniu od umowy sprzedaży następujących rzeczy, ~~umowy dostawy następujących rzeczy, umowy o dzieło polegającej na wykonaniu następujących rzeczy/o świadczenie następującej usługi^(*)..~~

Lampa DCS70462. Szafka nocna NOVIN 76520R

Data odbioru towaru(ów): **10.03.2016 r.**
(data odbioru zamówienia od przewoźnika)

Proszę/prosimy^(*) o zwrot środków na niżej podany numer rachunku bankowego: **PL 22345670000500007890334479**

Jan Nowak

(podpis konsumenta)

^(*) Niepotrzebne skreślić.

10. Rękojmia w przypadku wady towaru zamontowanego

Jestem sprzedawcą (stolarki drzwi, futryn i podłóg). Po zakupie w moim salonie np. drzwi, klienci mogą wybrać usługę montażu, która realizowana jest przez moich pracowników, jak i zdecydować się na samodzielny montaż. Czy klienci mogą reklamować nieprawidłowy montaż? Jeśli tak, to czy będę ponosić koszty ponownego montażu wymienianych bądź naprawianych drzwi?

Przede wszystkim należy stwierdzić, iż po dniu 25 grudnia 2014 r. za wady fizyczne lub prawne rzeczy sprzedawcy odpowiadają wobec konsumentów na zasadach rękojmi uregulowanych w ustawie Kodeks cywilny.

Wada fizyczna polega na niezgodności rzeczy sprzedanej z umową. Rzecz sprzedana ma wadę fizyczną także w razie nieprawidłowego jej zamontowania i uruchomienia, jeżeli został spełniony któryś z następujących warunków:

- czynności te zostały wykonane przez sprzedawcę lub osobę trzecią, za którą sprzedawca ponosi odpowiedzialność (np. fachowca dokonującego montażu na zlecenie sprzedawcy),
- montaż dokonał sam kupujący, który postąpił według instrukcji otrzymanej od sprzedawcy.

W przypadku wadliwego montażu konsument ma prawo żądać od sprzedawcy demontażu i ponownego zamontowania w celu naprawy bądź wymiany towaru na nowy. Jeżeli sprzedawca tego obowiązku nie wykona, to konsument ma prawo do dokonania demontażu i ponownego montażu rzeczy na koszt i niebezpieczeństwo sprzedawcy. Może więc wynająć fachowców, którzy tego dokonają, a kosztami obciążyć sprzedawcę. Przy czym, jeżeli koszty demontażu i ponow-

nego zamontowania przewyższają cenę samej sprzedanej rzeczy, konsument może zostać zobowiązany do poniesienia części kosztów przewyższających cenę rzeczy sprzedanej. Jeżeli konsument chce tymi kosztami obciążyć sprzedawcę, gdy ten sam nie wykonał tych czynności, to może żądać od niego zapłaty części kosztów demontażu i ponownego zamontowania, do wysokości ceny rzeczy sprzedanej.

Trzeba również zwrócić uwagę, że konsumenci mogą reklamować wady zakupionych u sprzedawcy rzeczy, które nie są związane z wadliwym jej montażem, ale z wadą tkwiącą w samej rzeczy. W takim przypadku konsument może oczywiście żądać od sprzedawcy np. wymiany rzeczy na wolną od wad lub usunięcia wady. Jeżeli ze względu na rodzaj rzeczy lub sposób jej zamontowania dostarczenie rzeczy przez kupującego jest nadmiernie utrudnione, kupujący zobowiązany jest udostępnić rzecz sprzedawcy w miejscu, w którym rzecz się znajduje. W takim przypadku naprawa lub wymiana rzeczy może odbyć się np. w domu konsumenta.

Co ważne, przedsiębiorca (sprzedawca) nie może modyfikować zasad swojej odpowiedzialności w sposób mniej korzystny dla konsumenta, czy też wyłączyć swojej odpowiedzialności.

11. Gdy konsument odsyła uszkodzony towar

W ramach mojego przedsiębiorstwa prowadzę działalność handlową przez internet. Konsument zamówił zestaw mebli do samodzielnego złożenia, a po jego otrzymaniu skorzystał z uprawnienia do odstąpienia od umowy. Odesłał mi też towar, przy czym jeden z mebli jest uszkodzony. Do uszkodzenia doszło prawdopodobnie przy demontażu mebli przed ich odesłaniem. Czy po zmontowaniu mebli odstąpienie jest możliwe i co powinienem zrobić wobec uszkodzenia towaru?

Odstąpienie przez konsumenta od umowy zawartej na odległość może nastąpić bez podawania przyczyny, a jego podstawą prawną jest ustawa o prawach konsumenta. Jest to podstawowe prawo konsumenta, a w ustawie precyzuje je art. 27 ustawy.

Warunkiem odstąpienia od umowy jest złożenie przedsiębiorcy oświadczenia o odstąpieniu od umowy w ciągu 14 dni liczonych, co

do zasady, od otrzymania towaru. Przy czym do zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed upływem tego terminu.

Jeżeli zatem powyższe kryteria zostały spełnione, oświadczenie złożone Czytelnikowi jest ważne i wywołuje skutki określone w ustawie.

Uprawnienia do odstąpienia od umowy nie wyłącza także fakt zmontowania przez konsumenta

mebli otrzymanych od Czytelnika. Z treści art. 34 ust. 4 ustawy wynika jednak, że konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwierdzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy. Przy czym nie dotyczy to sytuacji, gdy przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia

od umowy zgodnie z wymaganiami art. 12 ust. 1 pkt 9 ustawy. Jeżeli zatem Czytelnik dopełnił ustawowych obowiązków informacyjnych wobec konsumenta, może obciążyć go odpowiedzialnością za zniszczony mebel.

Jednak, co bardzo ważne, konsument przed skorzystaniem z uprawnienia do odstąpienia od umowy może korzystać z rzeczy w sposób konieczny do sprawdzenia charakteru cech i funkcjonalności rzeczy. Zatem w przypadku zestawu mebli do samodzielnego złożenia przez nabywcę, konsument ma prawo ich złożenia, co nie wyłącza możliwości odstąpienia

od umowy bez podawania przyczyny na podstawie art. 27 ustawy.

Nie oznacza to jednak, że Czytelnik pozostaje bezradny wobec odesłania mu zniszczonych mebli. Konsument ponosi bowiem odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy wskutek jej nieprawidłowego używania. Zatem jeżeli spośród odesłanych Czytelnikowi mebli część jest uszkodzona z winy konsumenta i nie wynika z ich normalnego używania, Czytelnik powinien poinformować konsumenta o zniszczeniach i zwrócić mu cenę zapłaty pomniejszoną o cenę zniszczonych elementów.

12. Finansowe rozliczenie z konsumentem przy odstąpieniu od umowy zawartej przez internet

Kupiłem telewizor przez internet. Postanowiłem odstąpić od umowy, jednak sklep internetowy poinformował mnie, że przyjmie zwrot towaru, ale potrąci 10% kosztów manipulacyjnych. Czy ma do tego prawo?

NIE. Zarówno przed zmianą przepisów, jak i w obecnym stanie prawnym takie działanie przedsiębiorcy stanowi poważne naruszenie prawa. Konsument ma prawo odstąpić od umowy zawartej z przedsiębiorcą przez internet, bez podawania przyczyny, w terminie 14 dni liczonym od objęcia zakupionej rzeczy w posiadanie (a w przypadku usług, liczonym od dnia zawarcia umowy). Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić mu wszystkie dokonane przez niego

płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy. Przedsiębiorca dokonuje zwrotu płatności przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jakiego użył konsument, chyba że ten wyraźnie zgodził się na inny sposób zwrotu, który nie wiąże się dla niego z żadnymi kosztami. Jeżeli przedsiębiorca nie zaproponował, że sam odbierze rzecz od nabywcy, może wstrzymać się ze zwrotem płatności uzyskanych od konsumenta do chwili otrzymania rzeczy z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta dowodu jej odesłania, w zależności od tego, które zdarzenie nastąpiło wcześniej.

Jeżeli konsument wybrał sposób dostarczenia rzeczy inny niż najtańszy zwykły sposób dostarczenia oferowany przez sprzedającego, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów. W praktyce oznacza to, że jeśli kupując towar konsument mógł otrzymać paczkę np. w formie zwykłej przesyłki za 15 zł, ale wybrał przesyłkę kurierską z priorytetem dostarczenia w ciągu 24 godzin za 50 zł, kwota zwrotu za transport dotyczyć będzie jedynie kwoty 15 zł. Wynika to z art. 33 ustawy o prawach konsumenta. Konsu-

ment ma obowiązek zwrócić rzecz przedsiębiorcy lub przekazać ją osobie upoważnionej przez niego do odbioru niezwłocznie, jednak nie później niż 14 dni od dnia, w którym odstąpił od umowy, o ile przedsiębiorca nie zaproponował, że sam odbierze rzecz. Do zachowania terminu wystarczy odesłanie rzeczy przed jego upływem. Konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy, chyba że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów.

Konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości rzeczy będące wynikiem korzystania z niej w sposób wykraczający poza konieczny do stwier-

dzenia charakteru, cech i funkcjonowania rzeczy, z wyjątkiem gdy przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o prawie odstąpienia od umowy zgodnie z wymaganiami. Przedsiębiorcy, którzy stosują postanowienia w regulaminie, o których mowa w pytaniu, muszą liczyć się z konsekwencjami w postaci kar finansowych w przypadku gdy Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów przeprowadzi kontrolę stosowanych przez nich regulaminów.

Podstawa prawna

Ustawa z dnia 30.05.2014 r. o prawach konsumenta (Dz. U. poz. 827 ze zm.)
Ustawa z dnia 23.04.1964 r. – Kodeks cywilny (Dz. U. z 2016 r. poz. 380)