

Konsument i przedsiębiorca

– kto ma prawo, a kto obowiązek?



Praktyczny
poradnik
w świetle ustawy
o prawach
konsumenta

Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:





Artur Sadowski

CEO w platformie SerwerSMS.pl

Potencjał e-commerce jest ogromny i szczególnie atrakcyjny dla nowych inwestorów, a także konsumentów. Jego rozwój przyczynia się do powstania nowych innowacyjnych technologii oraz narzędzi, które przydają się nam w codziennym życiu.

Nowoczesny model biznesowy, oparty na elektronicznej komunikacji i technologii internetowej niesie za sobą wiele niewątpliwych korzyści np. dzięki błyskawicznej interakcji z klientem możemy podtrzymywać oraz umacniać nawiązaną więź, przewidywać jego potrzeby i zaspokajać je praktycznie natychmiast. Jest to jednakże skomplikowany i pełen wyzwań obszar wymagający dobrej orientacji i doświadczenia.



Jarosław Krauz

Wiceprezes Zarządu
PIN Consulting Sp. z o.o.

25 grudnia 2014 r. wejdą w życie przepisy nowej ustawy z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta.

Ustawa została ogłoszona już 24 czerwca b. r., jednak z uwagi na szereg zmian, które wprowadza, zdecydowano się przyznać przedsiębiorcom sześciomiesięczny okres na przystosowanie prowadzonej działalności gospodarczej do nowej ustawy. Stosowanie nowych przepisów może okazać się problematyczne, a do momentu wejścia w życie zmian pozostało już niewiele czasu. Dlatego też z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce ten Poradnik. Jesteśmy przekonani, że jego lektura pozwoli Państwu lepiej poznać nowe zasady prowadzenia sprzedaży i świadczenia usług w internecie. Nasz poradnik skierowany jest w szczególności do tych z Państwa, którzy w ramach swojej działalności prowadzą sklepy internetowe i zawierają z konsumentami tzw. umowy na odległość. To właśnie z myślą o nich podawaliśmy przykłady zastosowania nowych przepisów w praktyce.



**Małgorzata
Duszyńska**

**Konsultantka PIN Consulting Sp. z o.o.,
prawnik, absolwentka Wydziału Prawa
i Administracji Uniwersytetu
Warszawskiego, aplikantka radcowska
w Okręgowej Izbie Radców Prawnych
w Warszawie.**

*Swoje doświadczenie zawodowe
zdobywała w jednej z międzynarodowych
kancelarii prawnych w Warszawie,
świadcząc pomoc prawną głównie
z zakresu prawa cywilnego i bankowego.
Jest specjalistą w zakresie prawa nowych
technologii, zwłaszcza świadczenia
usług drogą elektroniczną oraz ochrony
danych osobowych. Jest doświadczonym
administratorem bezpieczeństwa
informacji.*



**Ewelina
Zakrzewska**

**Konsultantka PIN Consulting Sp. z o.o.,
doświadczony prawnik, absolwentka
Wydziału Prawa i Administracji
Uniwersytetu Warszawskiego
ze specjalizacją prawo publiczne
gospodarcze.**

*Po praktyce w warszawskich kancelariach
prawnych skoncentrowała się
na przepisach e-commerce oraz prawa
konsumenckiego, w szczególności
z wykorzystaniem nowych technologii.*

*Jest ekspertem w zakresie ochrony danych
osobowych pełniąc funkcje administratora
bezpieczeństwa i formacji
w przedsiębiorstwach z różnych branż.
Posiada bardzo różnorodne doświadczenia:
konsultowała m.in. wiele projektów
startupowych, a także tworzyła
dokumentację prawną dla znanych
dużych korporacji.*

PORADNIK

USTAWA O PRAWACH KONSUMENTA -CEL I ZAKRES ZASTOSOWANIA

Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Dzięki jednolitym zasadom, które na początku mogą wprowadzić trochę zamieszania, przedsiębiorcy zyskują szansę ekspansji na rynek EU. W perspektywie czasu również mniejsze podmioty będą miały możliwość prowadzić swoje działania na szerszą niż dotychczas skalę. Kluczowe jest tylko przystosowanie się do nowych obowiązków, narzuconych przez ustawę.

Daniel Zawiliński, CMO w platformie SerwerSMS.pl

”

Ustawa o prawach konsumenta wejdzie w życie w dniu **25 grudnia 2014 r.**, co oznacza, że od tego momentu dotychczasowe przepisy, które regulowały stosunki pomiędzy Przedsiębiorcą a Konsumentem przestaną obowiązywać – w ich miejsce będą stosowane nowe przepisy.



Podstawowym celem ustawy o prawach konsumenta jest dostosowanie polskich przepisów do prawa Unii Europejskiej, a dokładniej – wdrożenie **Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r.** w sprawie praw konsumentów.

Ustawa reguluje stosunki prawne pomiędzy przedsiębiorcą, a konsumentem; wprowadza m.in. szereg obowiązków informacyjnych przedsiębiorcy, reguluje zasady i tryb zawierania umowy na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa, wprowadza sankcje z tytułu niewypełnienia obowiązków przez przedsiębiorcę, zaś konsumentowi przyznaje uprawnienie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, jednocześnie określając zasady i tryb wykonania tego prawa.

Dostosowanie działalności gospodarczej do przepisów nowej ustawy to jednak nie tylko znajomość obowiązków przedsiębiorcy, ale także świadomość zmian funkcjonalności sklepów internetowych, za pomocą których przedsiębiorca prowadzi działalność gospodarczą.

Omawiając zakres zastosowania ustawy warto wskazać precyzyjnie kim jest konsument w świetle nowej ustawy:



Konsumentem jest osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

Z konsumentem będziemy mieli zatem do czynienia jedynie wówczas, gdy drugą stroną czynności prawnej, np. sprzedaży, będzie przedsiębiorca – podmiot profesjonalny.

Uwaga !

Ocena, czy w danej sytuacji mamy do czynienia z konsumentem, może niekiedy budzić wątpliwości i przysparzać problemów.

*Warto zapamiętać, że **konsument to osoba fizyczna** działająca w celach niezwiązanych z jej działalnością handlową, gospodarczą, rzemieślniczą lub wykonywaniem wolnego zawodu.*

Innymi słowy – dokonująca czynności prawnej, tj. np. zakup towaru w sklepie internetowym, w celach prywatnych. Jednakże w przypadku umów o podwójnym charakterze, tj. w sytuacji, kiedy umowa zawierana jest w celach, które częściowo są związane z działalnością zawodową danej osoby, a częściowo nie są z nią związane (tj. wynikają z potrzeb prywatnych takiej osoby), a cel zawodowy jest do tego stopnia ograniczony, że nie jest dominujący w ogólnym kontekście umowy, to taka osoba również powinna być uznawana za konsumenta.

Kim jest przedsiębiorca?

Przedsiębiorca to podmiot, który uczestniczy w obrocie gospodarczym w sposób profesjonalny – posiada zorganizowane przedsiębiorstwo zarówno materialnie (siedziba, biuro, sklep, telefon, faks), jak i formalnie (tj. został wpisany do Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej lub został wpisany do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego).

Przedsiębiorcą może być zatem zarówno osoba fizyczna, która prowadzi działalność gospodarczą, jak i spółka prawa handlowego (tj. np. spółka jawna, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością).



PORADNIK

WAŻNE DATY
I INNE WAŻNE
POJĘCIA
ZAWARTE
W USTAWIE
O PRAWACH
KONSUMENTA

Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Poczta Polska



Zmiany w przepisach mają na celu doprecyzować wiele pomijanych dotąd aspektów prowadzenia działalności w e-commerce. Jesteśmy przekonani, że zyskają na tym wszyscy zarówno przedsiębiorcy jak i konsumenci, wystarczy, że w terminie odpowiednio się przygotują.

Tomasz Szymanowski, Rzecznik prasowy SerwerSMS.pl

”

Data wejścia w życie ustawy o prawach konsumenta jest dzień **25 grudnia 2014 r.** Od tego momentu przedsiębiorcy zobligowani są stosować się do nowego reżimu prawnego. Jednak nie zawsze tak będzie. Zgodnie z ustawą, do umów zawartych przed wejściem w życie nowych przepisów należy stosować w dalszym ciągu przepisy dotychczasowe.

Nowe przepisy znajdą zastosowanie do umów zawartych od dnia 25 grudnia 2014r.

W praktyce, dla przedsiębiorców prowadzących działalność przy pomocy sklepów internetowych, powyższe wiązać się będzie z koniecznością stosowania dwóch różnych regulaminów – starego i nowego, tj. dostosowanego do nowej ustawy.

Dlaczego? Wszystko za sprawą zmian wprowadzonych przez ustawę o prawach konsumenta.



Przykładowo...

*Obecne przepisy przyznają konsumentowi prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 10 dni – **od 25 grudnia 2014 r. termin ten ulegnie przedłużeniu do 14 dni.***

W praktyce oznacza to, że...

Jan Kowalski, który w dniu 23 grudnia 2014 r., w sklepie internetowym „Euforia” zakupił koszulkę, będzie miał prawo odstąpienia od umowy (tj. zwrotu koszulki i wpłaconej kwoty) w terminie 10 dni, podczas gdy Janina Kowalska, która zakupi tę samą koszulkę dwa dni później, tj. 25 grudnia 2014 r. będzie mogła odstąpić od tak zawartej umowy w terminie 14 dni.



Jan Kowalski



Janina Kowalska

Postanowienia w powyższym zakresie będą musiały znaleźć się w regulaminie.

Wejście w życie nowych przepisów dopiero w grudniu nie oznacza natomiast obowiązku ich stosowania od tego momentu. Ustawa obowiązuje od czerwca 2014 r., już teraz przedsiębiorcy mogą wdrażać nowe rozwiązania i dostosowywać regulaminy swoich sklepów internetowych do nowych przepisów prawa.

Powyższe działanie nie będzie wiązało się z uszczerbkiem dla konsumenta – nowe przepisy są bowiem bardziej rygorystyczne względem przedsiębiorcy ale korzystniejsze dla konsumenta.

Poza wyjaśnionymi dotychczas pojęciami „Konsumenta” i „Przedsiębiorcy”, należy także zwrócić szczególną uwagę na poniższe terminy:

■ **umowa zawarta na odległość** - jest to umowa zawarta z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy włącznie;

“ Komentarz...

Klasycznym przykładem umów zawieranych na odległość jest sprzedaż dokonywana za pośrednictwem sklepów



■ **trwały nośnik** - jest to materiał lub narzędzie umożliwiające konsumentowi lub przedsiębiorcy przechowywanie informacji kierowanych osobiście do niego, w sposób umożliwiający dostęp do informacji w przyszłości przez czas odpowiedni do celów, jakim te informacje służą, i które pozwalają na odtworzenie przechowywanych informacji w niezmienionej postaci;



Komentarz...

Trwałym nośnikiem będzie dokument w postaci papierowej, w formie pliku „PDF” lub wiadomość e-mail.



Przedsiębiorca ma obowiązek potwierdzenia konsumentowi zawarcia umowy na trwałym nośniku, w rozsądnym czasie po jej zawarciu, najpóźniej w chwili dostarczenia rzeczy lub przed rozpoczęciem świadczenia usługi. Najlepiej jednak uczynić to niezwłocznie po zawarciu umowy. Brak potwierdzenia umowy może wskazywać na praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów albo zostać uznane za wykroczenie zagrożone karą grzywny.

PORADNIK

JAKIE
PRZEPISY
ZMIENIA
USTAWA
O PRAWACH
KONSUMENTA?

Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Poczta Polska



Nowe przepisy będą skuteczne tylko wtedy, gdy zostaną wdrożone. Nasz poradnik to zestaw praktycznych porad, z którego można dowiedzieć się o obowiązkach przedsiębiorcy względem konsumenta i na odwrót.

Tomasz Szymanowski, Rzecznik prasowy SerwerSMS.pl



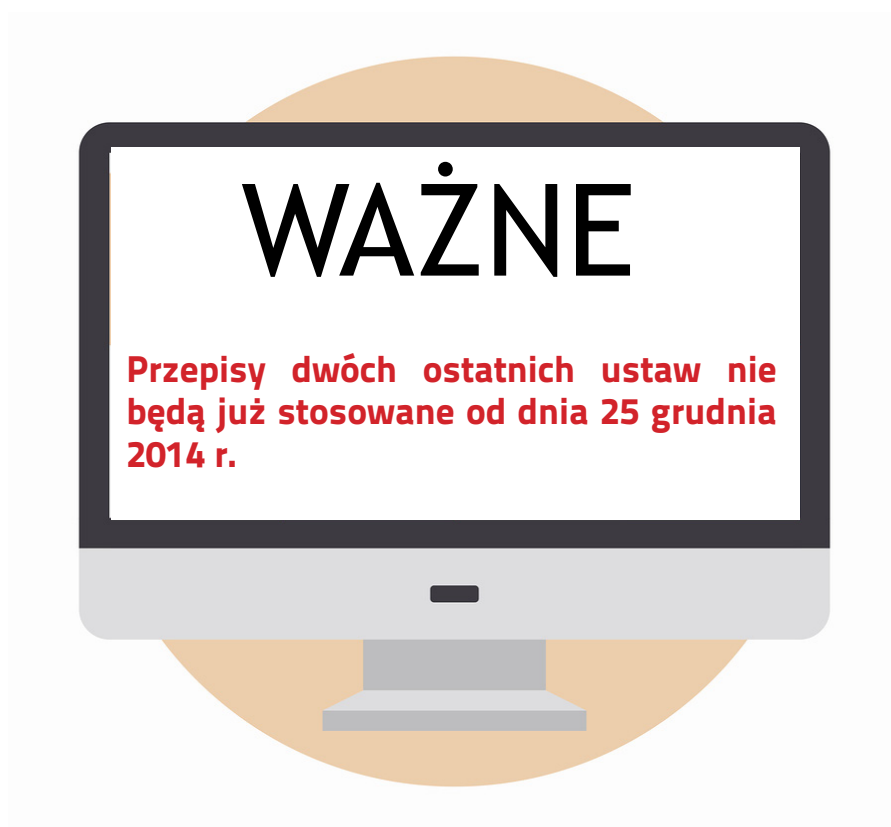
Ustawa nie tylko zmienia lub uchyla szereg przepisów dotychczas obowiązujących.

Wśród przepisów zmienionych znalazły się:

- **przepisy Kodeksu cywilnego,**
- **przepisy Kodeksu wykroczeń,**
- **przepisy ustawy Prawo telekomunikacyjne,**
- **przepisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym;**

Ustawy, które zostały uchylone przez ustawę o prawach konsumenta, a są –kluczowe dla przedsiębiorców prowadzących sklepy internetowe, to:

- ustawa o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny,
- ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej;





Janusz Wojtas

członek zarządu Poczty Polskiej S.A.
odpowiedzialny za sprzedaż i marketing

Jak wynika z badań Poczty Polskiej obecnie połowa Polaków, którzy kupują w sieci, dokonała zwrotu nabytego produktu przynajmniej jeden raz.

Dzięki wprowadzeniu nowej ustawy, wzrośnie poczucie bezpieczeństwa u kupujących, co bezpośrednio przełoży się na zwiększenie frekwencji zakupowej.

Więcej nabytych towarów to więcej przesyłek do dostarczenia, a większa ilość kupionych towarów przekłada się na zwiększenie procentowej ilości zwrotów.

Właściciele sklepów będą musieli poradzić sobie z modyfikacją procesów logistycznych i zapewnić sprawną obsługę w przypadku zwrotu zamówionych w Internecie produktów. Najważniejszym wyzwaniem w tym zakresie będzie utrzymanie odpowiedniej szybkości rozpatrywania i obsługi zwrotów.

Poczta Polska w odpowiedzi na nowy stan prawny przygotowała rozwiązanie on-line, które spełnia potrzeby zarówno kupujących jak i sprzedających. Już 25 grudnia, czyli w dniu startu nowych rozporządzeń, polski e-handel czeka zatem test z operacyjności. Oznacza to, że zarówno sklepy internetowe jak i operatorzy będą mieli mnóstwo pracy zaraz po świętach.

W ubiegłym roku to właśnie w grudniu Polacy wysłali Poczta Polską kilkadziesiąt procent paczek więcej niż w miesiącach przed szczytem świątecznym.

”

PORADNIK

OBOWIĄZKI INFORMACYJNE PRZEDSIĘBIORCY WZGLĘDEM KONSUMENTA

Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Po zapoznaniu się z nowymi przepisami może się wydawać, że ustawa jest dla przedsiębiorców trochę zbyt rygorystyczna. Czy jest to słuszne? Nie do końca. Z czasem początkowo niezbyt dobre wrażenie ulegnie zmianie, ponieważ nowelizacja ustawy pozwoli ujednolicić wiele procesów i działań. Odbije się to pozytywnie zarówno na konsumentach jak i na działaniach prowadzonych przez przedsiębiorców.

Daniel Zawiliński, CMO w platformie SerwerSMS.pl



Nowa ustawa o prawach konsumenta to przede wszystkim nowe obowiązki informacyjne obciążające przedsiębiorcę. Ta część poradnika odpowiada na pytania:



1 Jak informować?

W sposób jasny i zrozumiały. Warto przy tym pamiętać, aby przekazywane konsumentowi informacje były także czytelne, tj. sformułowane za pomocą takiego języka oraz czcionki, które zapewnią formę przystępną dla każdego odbiorcy.



2 Kiedy informować?

Najpóźniej „w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową”, a zatem przed złożeniem przez konsumenta zamówienia na towar/usługę oferowaną przez przedsiębiorcę.

WAŻNE

Inicjatywa poinformowania konsumenta leży wyłącznie po stronie przedsiębiorcy. Sytuacja, w której informacje są podawane na żądanie konsumenta jest niedopuszczalna.

3 O czym informować?



■ **o głównych cechach świadczenia i sposobie porozumiewania się z konsumentem** - konsument musi wiedzieć, co jest przedmiotem umowy i jakie są główne cechy (właściwości) świadczenia. Chodzi przede wszystkim o te cechy, które związane są ze sposobem korzystania z przedmiotu umowy.

■ **o danych identyfikujących** - przedsiębiorca zobowiązany jest do poinformowania w szczególności o swojej nazwie, organie, który zarejestrował działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym został zarejestrowany.

■ **o danych kontaktowych** - chodzi o wskazanie adresu przedsiębiorstwa, adresu poczty elektronicznej oraz numerów telefonu lub faksu jeżeli są dostępne, pod którymi konsument może szybko i efektywnie kontaktować się z przedsiębiorcą, zarówno drogą elektroniczną, jak i w tradycyjny sposób. Jeżeli adres przedsiębiorstwa jest inny niż adres, pod którym konsument może składać reklamacje, należy wskazać dwa adresy.

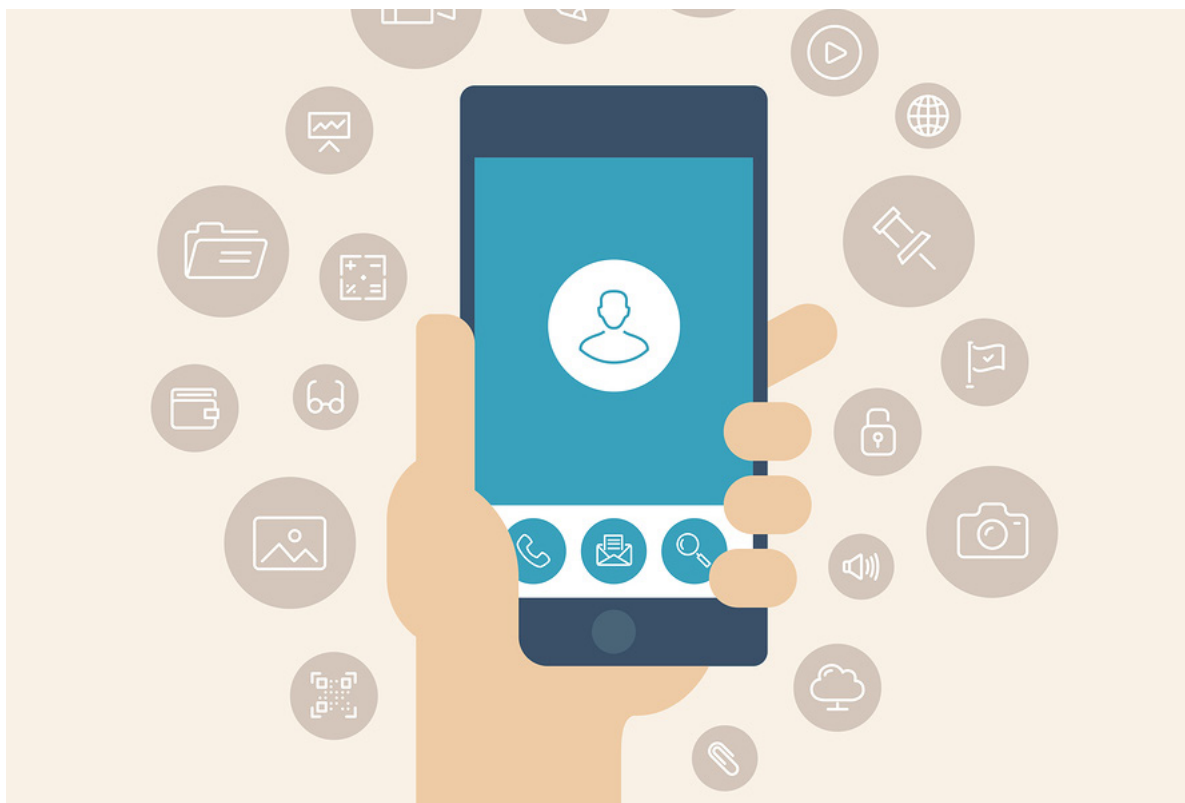
■ **o cenie lub przysługującym przedsiębiorcy wynagrodzeniu** - należy poinformować konsumenta o łącznej cenie lub wynagrodzeniu za świadczenie wraz z podatkami, a gdy charakter przedmiotu świadczenia nie pozwala na wcześniejsze obliczenie ich wysokości, np. w przypadku wykonywania strony internetowej na podstawie przekazywanych przez konsumenta sukcesywnie informacji – sposobie, w jaki będą one obliczane (np. według stawki godzinowej), a także opłatach za transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz 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 gdy umowa przewiduje stałą stawkę – także łącznych miesięcznych płatności.

■ **o kosztach połączenia** - konsekwencją zawierania umów na odległość jest porozumiewanie się za pomocą takich środków jak telefon, telefaks, skype etc.

Konsument powinien być poinformowany – przed zawarciem umowy, o kosztach takiego porozumiewania się, w przypadku, gdy są one wyższe niż zwykle stosowane za korzystanie z danego środka porozumiewania się.

W praktyce warto wskazać koszty połączenia, tj. „Taryfy”.



Przykład zapisu

W przypadku kontaktu telefonicznego opłata konsumenta z Polski za połączenie z numerem Sprzedającego dla klientów z Polski odpowiada opłacie za zwykłe połączenie telefoniczne, zgodnie z pakietem taryfowym dostawcy usług, z którego korzysta klient. W przypadku kontaktu Konsumenta z Polski z numerem przeznaczonym dla klientów ze Szwecji, konsument może ponosić dodatkowe opłaty związane rozmową międzynarodową, zgodnie z pakietem taryfowym dostawcy usług, z którego korzysta.

■ **o sposobie i terminie zapłaty** - przedsiębiorca ma obowiązek wskazać, w jaki sposób konsument może dokonać płatności za zakupiony towar/ usługę.



Przykład

Klient może dokonać płatności na jeden z poniższych sposobów:

- 1) przelew,
- 2) przekaz pocztowy,
- 3) za pośrednictwem serwisu płatności elektronicznych.

■ **o sposobie i terminie spełnienia świadczenia** - spełnienie świadczenia zamówionego przez konsumenta, może odbywać się jednorazowo lub częściowo. Może być spełniane osobiście lub przez pracowników, współpracowników przedsiębiorcy. Może mieć postać usługi lub rzeczy. Przy sposobie spełnienia świadczenia ważne jest także miejsce, w którym świadczenie będzie spełnione, a więc w sytuacji, gdy przedsiębiorca jest obowiązany dostarczyć zamówienie do określonego w umowie miejsca - miejsce to uważa się za miejsce spełnienia świadczenia.

■ **o procedurze rozpatrywania reklamacji** - przedsiębiorca zobowiązany jest poinformować konsumenta o sposobie składania reklamacji, terminie oraz zasadach jej rozpatrywania. Należy wskazać także procedurę związaną z ewentualnymi brakami w piśmie reklamacyjnym.



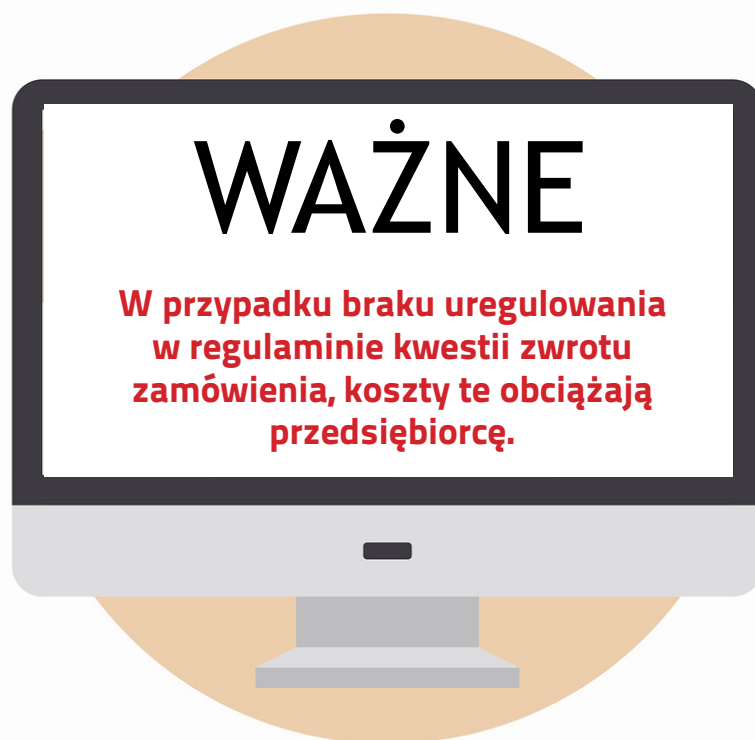
Przykład

Reklamacja powinna:

- 1) zostać złożona na adres siedziby Sprzedawcy lub mailowo (należy wskazać adres),
- 2) zawierać przyczynę złożenia reklamacji oraz określać zakres żądania Zamawiającego,
- 3) zostać podpisana oraz zawierać aktualne dane Zamawiającego.

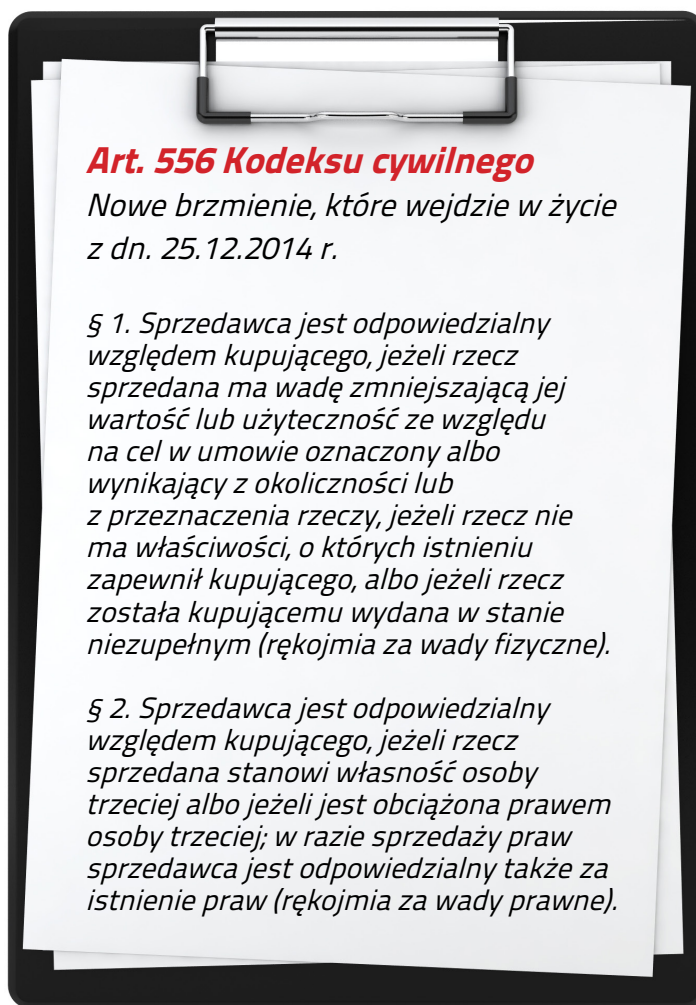
■ **o prawie odstąpienia od umowy lub jego braku** - zgodnie z ustawą należy poinformować o sposobie i terminie wykonania przysługującego konsumentowi prawa odstąpienia od umowy. Co więcej, ustawa przewiduje także sytuacje, w których konsumentowi takie prawo nie przysługuje. Więcej na temat prawa odstąpienia od umowy w dalszej części poradnika.

■ **o kosztach zwrotu rzeczy** - przedsiębiorca jest zobowiązany poinformować o 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.



■ **o obowiązku dostarczenia rzeczy bez wad** - przedsiębiorca ma obowiązek dostarczyć przedmiot świadczenia odpowiadający umowie.

W celu wypełnienia tego obowiązku wystarczające będzie wskazanie, że przedsiębiorca ponosi odpowiedzialność za wady rzeczy, przy uwzględnieniu przepisów Kodeksu cywilnego w tym zakresie.



Art. 556 Kodeksu cywilnego

Nowe brzmienie, które wejdzie w życie z dn. 25.12.2014 r.

§ 1. Sprzedawca jest odpowiedzialny względem kupującego, jeżeli rzecz sprzedana ma wadę zmniejszającą jej wartość lub użyteczność ze względu na cel w umowie oznaczony albo wynikający z okoliczności lub z przeznaczenia rzeczy, jeżeli rzecz nie ma właściwości, o których istnieniu zapewnił kupującego, albo jeżeli rzecz została kupującemu wydana w stanie niezupełnym (rękojmia za wady fizyczne).

§ 2. Sprzedawca jest odpowiedzialny względem kupującego, jeżeli rzecz sprzedana stanowi własność osoby trzeciej albo jeżeli jest obciążona prawem osoby trzeciej; w razie sprzedaży praw sprzedawca jest odpowiedzialny także za istnienie praw (rękojmia za wady prawne).

- **o istnieniu i treści gwarancji** - jeżeli na zakupiony towar zostaje udzielona gwarancja, to przedsiębiorca jest zobowiązany do poinformowania konsumenta o obowiązkach gwaranta i uprawnieniach konsumenta wynikających z udzielonej gwarancji. Ponadto, w treści informacji powinien znaleźć się zapis wskazujący na czas jej trwania, zakres terytorialny przysługującej ochrony gwarancyjnej, a także o miejscach, w których można skorzystać z udzielonej gwarancji.

Przedsiębiorca ma także obowiązek poinformowania o tzw. usługach posprzedażnych oraz sposobie ich realizacji. Dotyczy to usług serwisowania, konserwacji, przeglądów sprzedanych rzeczy, np. sprzętu sportowego, czy komputerowego.

- **o kodeksie dobrych praktyk** - jeżeli przedsiębiorca stosuje w swojej działalności kodeks dobrych praktyk, to ma obowiązek poinformować o tym konsumenta przed zawarciem umowy. Kodeksy dobrych praktyk mogą być ustanawiane przez członków danej branży, np. Wydawców Prasy.



Kodeks dobrych praktyk jest to zbiór zasad postępowania, a w szczególności norm etycznych i zawodowych, przedsiębiorców, którzy zobowiązali się do ich przestrzegania w odniesieniu do jednej lub większej liczby praktyk rynkowych.

- **o czasie trwania umowy i możliwości jej wypowiedzenia** - obowiązek informowania o czasie trwania umowy lub o możliwości jej wypowiedzenia dotyczy umów, których przedmiotem jest świadczenie usług np. pomoc prawna lub świadczeń o charakterze ciągłym (np. hosting, prenumerata).

W przypadku umów zawieranych na czas nieoznaczony, konsumenta należy poinformować o możliwości jej wypowiedzenia, tj. wskazać termin oraz formę wypowiedzenia. Formą wypowiedzenia może być zwykłe pismo z wypowiedzeniem umowy lub wypełnienie odpowiedniego formularza udostępnionego na stronie internetowej przedsiębiorcy.

■ **o minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy** - chodzi o umowy, w których konsument zobowiązuje się do korzystania z usług będących jej przedmiotem przez określony z góry czas.

Przykładem mogą być usługi telekomunikacyjne.

W tego rodzaju umowach przedsiębiorca ma obowiązek wskazania, iż brak będzie możliwości wypowiedzenia umowy przed upływem określonego w niej terminu.

■ **o wysokości i sposobie złożenia kaucji** - w przypadku, gdy dla zabezpieczenia wykonania umowy przedsiębiorca wymaga wpłacenia kaucji lub udzielenia innych gwarancji finansowych (weksel, wadium, poręczenie, gwarancja bankowa), konsument musi zostać poinformowany o wysokości takiego zabezpieczenia i możliwości jego spełnienia przed zawarciem umowy z przedsiębiorcą.

■ **o możliwości skorzystania z pozasądowych sposobów rozpatrywania reklamacji i dochodzenia roszczeń oraz zasadach dostępu do tych procedur** - poza sposobem składania reklamacji oraz trybem ich rozpatrywania, przedsiębiorca ma także obowiązek poinformowania konsumenta o możliwości skorzystania z dalszych, tj. pozasądowych sposobów rozstrzygania sporów powstałych na tle składanych reklamacji, a także pozasądowych sposobach dochodzenia roszczeń oraz o zasadach dostępu do informacji o tych procedurach.

Chodzi o tzw. alternatywne metody rozstrzygania sporów w sprawach, w których stroną jest konsument.

Przykład postanowienia regulaminu:



1. *W przypadku, gdy Sprzedawca nie uznał reklamacji Konsumenta, a ten nie zgadza się z jego decyzją, Konsument może zwrócić się o mediację lub rozstrzygnięcie do Stałego Polubownego Sądu Konsumenckiego („Sąd Polubowny”), działającego przy właściwym Wojewódzkim Inspektoracie Inspekcji Handlowej.*
2. *Sprawę do Sądu Polubownego może wnieść Konsument, ale także Zamawiający niebędący Konsumentem, składając odpowiedni wniosek (w zależności od wybranego sposobu rozstrzygnięcia sprawy może być to wniosek o wszczęcie i przeprowadzenie mediacji lub o rozpoznanie sprawy przez Sąd Polubowny) do właściwego terenowo Wojewódzkiego Inspektoratu Inspekcji Handlowej.*
3. *Formularze wniosków, o których mowa powyżej, dostępne są na stronach internetowych Wojewódzkich Inspektoratów Inspekcji Handlowej, których lista z danymi teleadresowymi znajduje się na stronie internetowej www.uokik.gov.pl.*
4. *Rozwiązanie sporu w wyniku procedury mediacji ma charakter dobrowolny i nie podlega egzekucji administracyjnej, ani sądowej; nie służy od niego odwołanie. Rozwiązanie sporu w wyniku mediacji nie wpływa na możliwość skierowania sprawy pod rozstrzygnięcie sądu powszechnego lub Sądu Polubownego.*
5. *W przypadku skierowania sprawy pod rozstrzygnięcie Sądu Polubownego, ugoda oraz wyroki wydane przez ten sąd mają moc wyroku sądu powszechnego. Od wyroku wydanego przez Sąd Polubowny można wnieść skargę do sądu powszechnego. W przypadku zawarcia przez Strony ugody przed Sądem Polubownym, Strony nie mogą jej zaskarżyć.*
6. *Zamawiający, będący Konsumentem, ma także prawo skierowania sprawy do rozpatrzenia przez Miejskiego lub Powiatowego Rzecznika Konsumentów lub może zasięgnąć pomocy u właściwej terenowo Federacji Konsumentów. Informacje o Federacji Konsumentów znajdują się pod adresem: www.federacja-konsumentow.org.pl.*

■ **przedstawiciel przedsiębiorcy** - jeżeli umowę z konsumentem zawiera podmiot lub osoba działająca w imieniu przedsiębiorcy, podaje on dane identyfikujące tego przedsiębiorcę wraz z jego adresem oraz sposobem kontaktu.

Uwaga!

Ocena, czy w danej sytuacji mamy do czynienia z konsumentem, może niekiedy budzić wątpliwości i przysparzać problemów.



PORADNIK

PRAWO ODSTĄPIENIA OD UMOWY

Serwer **SMS.pl**
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Konsumenci powinni mieć jasno i precyzyjnie wyznaczone czynniki, które warunkują możliwość odstąpienia od umowy. Pozwoli to zachować dobre relacje pomiędzy klientami i przedstawicielami e-commerce. Taka symbioza wesprze biznes internetowy i przełoży się na jego szybszy wzrost przy jednoczesnym wysokim poziomie satysfakcji konsumenckiej.

Tomasz Szymanowski, Rzecznik prasowy SerwerSMS.pl



Prawo odstąpienia od umowy wynika z uprawnienia Konsumenta do zapoznania się z dostarczonym mu towarem, który zakupił u przedsiębiorcy „na odległość” bez wcześniejszej możliwości jego sprawdzenia, zobaczenia, przymierzenia.



Konsument, który zawarł umowę na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa, może w terminie 14 dni odstąpić od niej bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów, za pewnymi wyjątkami.

SKUTKI ODSTĄPIENIA OD UMOWY



Podstawowym skutkiem odstąpienia od umowy jest zwolnienie konsumenta z wszelkich zobowiązań, z pewnymi wyjątkami, o których będzie mowa poniżej. Co ważne umowa jest uważana za niezawartą, to co strony świadczyły ulega zwrotowi w stanie niezmienionym, chyba, że zmiana była konieczna w granicach tzw. zwykłego zarządu.

Konsument przed odstąpieniem od umowy ma prawo używać rzecz w granicach zwykłego zarządu, co oznacza, że konsument może:

- rozpakować rzecz z oryginalnego opakowania, przymierzyć rzecz,
- sprawdzić jakość rzeczy poprzez jego dotyk,
- sprawdzenie wytrzymałości,
- stwierdzić brak istnienia mechanicznego uszkodzenia, czy usterki rzeczy.

OŚWIADCZENIE KONSUMENTA

Z uwagi na wymieniony wcześniej obowiązek informacyjny przedsiębiorcy dotyczący trybu, sposobu i terminu wykonania prawa odstąpienia, przedsiębiorca ma także obowiązek dostarczenia wraz z zamawianym towarem wzoru formularza odstąpienia od umowy. Wzór formularza stanowi załącznik do ustawy o prawach konsumenta i może być wykorzystywany przez przedsiębiorców.

Konsument ma możliwość odwołania swojego oświadczenia o odstąpieniu od umowy tylko wtedy, gdy oświadczenie o odwołaniu doszło jednocześnie lub przed oświadczeniem o odstąpieniu.

WZÓR FORMULARZA ODSTĄPIENIA OD UMOWY

(formularz ten należy wypełnić i odesłać tylko w przypadku chęci odstąpienia od umowy)

Adresat

[w tym miejscu przedsiębiorca powinien wpisać nazwę przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, numer faksu i adres e-mail]

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(*)*

Data zawarcia umowy(*)/odbioru(*)

Imię i nazwisko konsumenta(-ów)

Adres konsumenta(-ów)

Podpis konsumenta(-ów) *(tylko jeżeli formularz jest przesyłany w wersji papierowej)*

Data

() Niepotrzebne skreślić.*

Zwróć uwagę!

Oświadczenie konsumenta o odstąpieniu od umowy będzie ważne, nawet gdyby nie było złożone na formularzu przekazanym przez przedsiębiorcę. Co więcej może nie zawierać sformułowania „Odstępuje od umowy”. Dla swej ważności oświadczenie konsumenta winno zawierać informacje, że uważa on umowę za niezawartą lub nieważną. Informacja ta powinna być przekazana w taki sposób, aby przedsiębiorca w sposób dostateczny zrozumiał wolę konsumenta. Może być przekazana mailowo lub telefonicznie.

KOSZTY OBCIĄŻAJĄCE KONSUMENTA

Co do zasady konsument ma prawo odstąpienia od umowy bez ponoszenia kosztów, za wyjątkiem następujących kosztów:

■ koszt przesłania towaru

Jeżeli konsument wybrał sposób dostarczenia rzeczy inny niż najtańszy sposób dostarczenia oferowany przez przedsiębiorcę, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu konsumentowi poniesionych przez niego dodatkowych kosztów.



Przykład

Przedsiębiorca oferuje trzy możliwości dostarczenia towaru:

1. *Przesyłka kurierska 20 zł*
2. *Paczka pocztowa priorytetowa 11 zł*
3. *Paczka pocztowa 9 zł*

Jeżeli Konsument wybrał przesyłkę kurierską za 20 zł, a więc nie skorzystał z najtańszej formy dostarczenia towaru, wówczas w przypadku odstąpienia od umowy Przedsiębiorca obok ceny towaru, zwraca 9 zł, a nie 20 zł, gdyż paczka pocztowa jest najtańszą formą dostarczenia towaru oferowaną przez Przedsiębiorcę.

■ koszt odesłania towaru przez konsumenta.

Konsument ponosi tylko bezpośrednie koszty zwrotu rzeczy chyba, że przedsiębiorca zgodził się je ponieść lub nie poinformował konsumenta o konieczności poniesienia tych kosztów.

Zwróć uwagę!

Z chwilą uchylecia ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny z dnia 2 marca 2000 r. (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zm.) zniesiona zostanie konieczność udostępniania przez Przedsiębiorcę płatności za pobraniem.

BIEG TERMINU



Czternastodniowy termin do odstąpienia od umowy rozpoczyna się:

- **dla umowy, w wykonaniu której przedsiębiorca wydaje rzecz, będąc zobowiązany do przeniesienia jej własności** – od otrzymania rzeczy przez konsumenta lub wskazaną przez niego osobę trzecią inną niż przewoźnik, a w przypadku umowy, która:
 - obejmuje wiele rzeczy, które są dostarczane osobno, partiami lub w częściach – od objęcia w posiadanie ostatniej rzeczy, partii lub części,
 - polega na regularnym dostarczaniu rzeczy przez czas oznaczony – od objęcia w posiadanie pierwszej z rzeczy;
- **dla pozostałych umów** – od dnia zawarcia umowy.

12 MIESIĘCZNY TERMIN ODSTĄPIENIA OD UMOWY

Jeżeli konsument przed zawarciem umowy nie został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy (brak wykonania obowiązku informacyjnego), prawo do odstąpienia od umowy wygasa dopiero po 12 miesiącach od upływu standardowego czternastodniowego terminu odstąpienia od umowy.

Termin 12 miesięcy rozpoczyna bieg od upływu ustawowego 14 dniowego terminu, przewidzianego na złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Zwróć uwagę!

Błędne albo niezgodne z prawem informacje o terminie odstąpienia od umowy, będą traktowane jako brak informacji, co skutkować będzie 12 miesięcznym terminem odstąpienia od umowy.

Termin 12 miesięczny może jednak ulec skróceniu. Jeżeli przedsiębiorca się zreflektuje, iż nie dopełnił obowiązku informacyjnego, może ten brak uzupełnić. Po przekazaniu takiej informacji konsumentowi, termin odstąpienia upływa po 14 dniach od udzielenia informacji o tym uprawnieniu.



ZWROT PŁATNOŚCI I ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA ZMNIEJSZENIE WARTOŚCI RZECZY



Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14 dni od dnia otrzymania oświadczenia konsumenta o odstąpieniu od umowy, zwrócić konsumentowi wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy.

Zwrot następuje przy użyciu takiego samego sposobu zapłaty, jaki był użyty przez konsumenta, chyba, że konsument wyrazi zgodę na zwrot płatności inny sposób.

Przedsiębiorca może zwrócić konsumentowi kwotę wartości towaru obniżoną o kwotę odpowiadającą zmniejszeniu wartości towaru, która może być spowodowana złym obchodzeniem się z towarem, w sposób inny niż konieczny do stwierdzenia cech, funkcjonalności oraz charakteru towaru.

W tym miejscu należy zaznaczyć, iż postanowienia dotyczące odpowiedzialności konsumenta za zmniejszenie wartości rzeczy chronią interesy przedsiębiorców. Odpowiedzialność konsumenta za korzystanie z rzeczy w stopniu większym, niż jest to konieczne do zbadania rzeczy będzie miała charakter odszkodowawczy.



Wyjątkiem będzie sytuacja, w której przedsiębiorca nie wypełni wobec konsumenta obowiązku informacyjnego dotyczącego prawa odstąpienia od umowy przed jej zawarciem, wtedy konsument nie będzie ponosił odpowiedzialności za zmniejszenie wartości towaru.

WYŁĄCZENIE PRAWA ODSTĄPIENIA OD UMOWY

Istnieje zamknięty katalog umów konsumenckich, od których prawo odstąpienia nie przysługuje, bez względu czy zostały zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa, czy na odległość.

Prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość nie przysługuje konsumentowi w odniesieniu do:

- 1.** Umowy o świadczenie usług, jeżeli przedsiębiorca wykonał w pełni usługę za wyraźną zgodą konsumenta, który został poinformowany przed rozpoczęciem świadczenia, że po spełnieniu świadczenia przez przedsiębiorcę utraci prawo odstąpienia od umowy.



Zgoda konsumenta nie musi mieć formy pisemnej. Zgoda może być wyrażona przez zaznaczenie okienka check-box w formularzu elektronicznym. W żadnym wypadku oświadczenie woli konsumenta nie może być wynikiem akceptacji postanowień Regulaminu, gdyż zgoda ta nie byłaby dobrowolna, a wymuszona.

2. Umowy, w której cena lub wynagrodzenie zależy od wahań na rynku finansowym, nad którymi przedsiębiorca nie sprawuje kontroli i które mogą wystąpić przed upływem terminu do odstąpienia od umowy.

Jako przykład takiej umowy można wskazać umowę sprzedaży paliwa, którego cena podlega licznym wahaniom i jest uależniona od makroekonomicznych czynników, na które przedsiębiorca nie ma wpływu.

3. Umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz nieprefabrykowana, wyprodukowana według specyfikacji konsumenta lub służąca zaspokojeniu jego zindywidualizowanych potrzeb.



Dotyczy umów wykonywanych na zamówienie, w sposób odróżniający się od rzeczy zwyczajnie wykonywanych w toku produkcji lub dopasowane do indywidualnych potrzeb konsumenta.

W tego typu umowach nie można mówić o zakupie „na próbę”, ze względu na to, że przedmiot świadczenia odpowiada indywidualnym preferencjom konsumenta.

Zaznaczyć należy, że w przypadku tzw. indywidualnych zamówień, rzecz może nie spełniać oczekiwań Konsumenta, np. zamówiona sukienka będzie za mała.

Wówczas konsumentowi przysługują roszczenia z tytułu wad rzeczy sprzedanej, z prawem odstąpienia od umowy, ale na innej podstawie prawnej (art. 556 Kodeksu cywilnego i n.).

4. Umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz ulegająca szybkiemu zepsuciu lub mająca krótki termin przydatności do użycia

Dotyczy przede wszystkim artykułów spożywczych, a także rzeczy, które po odpieczętowaniu opakowania wymagać będą natychmiastowego użycia, np. niektóre kosmetyki.

5. Umowy, w której przedmiotem świadczenia jest rzecz dostarczana w zapieczętowanym opakowaniu, której po otwarciu opakowania nie można zwrócić ze względu na ochronę zdrowia lub ze względów higienicznych, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.



Brak możliwości odstąpienia od umowy od takich umów podyktowany jest brakiem możliwości ponownego wprowadzenia takiej rzeczy do obrotu przez przedsiębiorcę.

6. Umowy, w których przedmiotem świadczenia są rzeczy, które po dostarczeniu, ze względu na swój charakter, zostają nierozłącznie połączone z innymi rzeczami.

Chodzi o trwałe połączenie zamówionego towaru z inną rzeczą. Przykładem może być zamówiona farba, wykorzystana do pomalowania ogrodzenia.

Słowo „nierozłącznie” wskazuje, iż powrót do stanu poprzedniego jest niemożliwy lub wiąże się z nadmiernymi kosztami, np. wypompowanie zatankowanego paliwa ze zbiornika).

7. Umowy, w której przedmiotem świadczenia są napoje alkoholowe, których cena została uzgodniona przy zawarciu umowy sprzedaży, a których dostarczenie może nastąpić dopiero po upływie 30 dni i których wartość zależy od wahań na rynku, nad którymi przedsiębiorca nie ma kontroli.

Dotyczy alkoholi wysokogatunkowych, w szczególności win oraz whisky. Zakup jest związany z celem kolekcjonerskim lub inwestycyjnym, a dostarczenie następuje w pewnym dłuższym czasie po zawarciu umowy.

8. Umowy, w której konsument wyraźnie żądał, aby przedsiębiorca do niego przyjechał w celu dokonania pilnej naprawy lub konserwacji.

Jeżeli przedsiębiorca świadczy dodatkowo inne usługi niż te, których wykonania konsument żądał, lub dostarcza rzeczy inne niż części zamienne niezbędne do wykonania naprawy lub konserwacji, prawo odstąpienia od umowy przysługuje konsumentowi w odniesieniu do dodatkowych usług lub rzeczy.

9. Umowy, w której przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

Prawo odstąpienia nie przysługuje od tych umów, z uwagi na ewentualną możliwość kopiowania nagrań.

Umowy tego rodzaju mają postać umów typu shrink-wrap, które zostają natychmiast zawarte w momencie zerwania folii zabezpieczającej lub powłoki pokrywającej.



10. Umowy o dostarczanie gazet, periodyków lub czasopism, z wyjątkiem umowy o prenumeratę.

Z założenia, tego rodzaju treści, po przeczytaniu tracą znaczenie dla osoby, która się z nimi zapoznała, dlatego wyłączona została możliwość odstępowania od umowy, której przedmiotem może być gazeta, periodyk lub czasopismo.

Wyjątek stanowi umowa o prenumeratę. W takim przypadku rozsądne wydaje się rozwiązanie, gdy na konsumentcie będzie spoczywał obowiązek zapłaty za spełnione świadczenia do chwili odstąpienia od umowy, a kwota zapłaty będzie proporcjonalna do wartości świadczenia już spełnionego.

11. Umowy zawartej w drodze aukcji publicznej.

Ustawa definiuje pojęcie aukcji publicznej następująco:

„sposób zawarcia umowy polegający na składaniu organizatorowi aukcji w ramach przejrzystej procedury konkurencyjnych ofert przez konsumentów, którzy w niej fizycznie uczestniczą lub mogą uczestniczyć, i w której zwycięski oferent jest zobowiązany do zawarcia umowy.”

Od umów zawartych poprzez uczestnictwo w aukcji publicznej odstąpienie nie przysługuje.

12. Umowy najmu budynku lub lokalu do celów innych niż mieszkalne, przewozu rzeczy, najmu samochodów, gastronomii, usług związanych z wypoczynkiem, jeżeli w umowie oznaczono dzień lub okres świadczenia usługi.

Prawo odstąpienia od umowy zostało w takich przypadkach wyłączone ze względu na konieczność rezerwacji zasobów, które w przypadku ewentualnego odstąpienia od umowy stałyby się dla przedsiębiorcy niemożliwe lub trudne do zbycia.

13. Umowy o dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, jeżeli spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy.

Dotyczy świadczeń elektronicznych, których spełnienie następuje przez wysyłanie i odbieranie danych za pomocą systemów teleinformatycznych, na indywidualne żądanie konsumenta.



PORADNIK

JAK ZASTOSOWAĆ ZMIANY W SERWISIE INTERNETOWYM

Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Z praktycznego punktu widzenia najbardziej przydatną częścią naszego poradnika są informacje jak wdrożyć zmiany w serwisie internetowym. Odpowiadamy na pytania, jak wprowadzić zmiany m.in. w e-sklepach, formularzach zamówień. Warto przyrzeć się również komunikacji SMS, która może wspierać w spełnieniu wszystkich obowiązków informacyjnych, narzuconych przez nową ustawę.

Daniel Zawiliński, CMO w platformie SerwerSMS.pl



W aspekcie omawianej ustawy, zaznaczenia w tym miejscu wymaga pojęcie handel elektroniczny. Mianem handlu elektronicznego jest określane nie tylko sprzedawanie i kupowanie dóbr, ale także świadczenie usług w Internecie.

REGULAMIN



Pierwszą najważniejszą zmianą jaka powinna nastąpić w serwisie internetowym związanym z handlem elektronicznym jest Regulamin.

To w Regulaminie pojawią się największe zmiany związane chociażby z szeregiem obowiązków informacyjnych wynikających z nowej ustawy o prawach konsumenta.

Bardzo ważne jest umieszczenie Regulaminu w formie elektronicznej umożliwiającej jego pobieranie, utrwalanie oraz drukowanie, a także dostarczany powinien być drogą e-mail po dokonaniu zamówienia przez konsumenta wraz z potwierdzeniem zawarcia umowy.

OGRANICZENIA W DOSTARCZANIU ZAMÓWIENIA ORAZ AKCEPTOWANE SPOSOBY PŁATNOŚCI

Na stronach internetowych służących do prowadzenia handlu elektronicznego wskazuje się w sposób wyraźny, najpóźniej na początku składania zamówienia, jasne i czytelne informacje o ograniczeniach dotyczących dostarczania oraz akceptowanych sposobach płatności.

Znaczenie ma tutaj słowo najpóźniej. Dobrym rozwiązaniem byłoby poinformowanie konsumenta jeszcze przed rozpoczęciem procedury składania zamówienia. Ciężar udowodnienia momentu przekazania informacji spo-czywa na przedsiębiorcy. To w jego interesie powinna być taka konstrukcja procedury składania zamówień, aby uniknąć możliwość złożenia zamówienia bez obowiązku zapoznania się z ewentualnymi ograniczeniami.

Wypełnienie omawianego obowiązku informacyjnego o ograniczeniach w sposobie dostarczenia zamówienia i akceptowanych sposobach płatności może nastąpić po „wejściu” na stronę internetową przedsiębiorcy bądź poprzedzając złożenie zamówienia.

ZAMÓWIENIE Z OBOWIĄZKIEM ZAPŁATY

Jeżeli umowa nakłada na konsumenta obowiązek zapłaty, to przedsiębiorca ma obowiązek dostarczyć konsumentowi w sposób jasny i widoczny, bezpośrednio przed złożeniem przez konsumenta zamówienia, informacji o:

- **głównych cechach świadczenia** z uwzględnieniem przedmiotu świadczenia oraz sposobu porozumiewania się z konsumentem;
- **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 transport, dostarczenie, usługi pocztowe oraz 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 gdy umowa przewiduje stałą stawkę – także łącznych miesięcznych płatności;

czasie trwania umowy lub o sposobie i przesłankach wypowiedzenia umowy – jeżeli umowa jest zawarta na czas nieoznaczony lub jeżeli ma ulegać automatycznemu przedłużeniu;

minimalnym czasie trwania zobowiązań konsumenta wynikających z umowy

Zwróć uwagę!

Powyższe wskazuje, że należy na stronie serwisu umieścić w sposób czytelny przycisk: „zamówienie z obowiązkiem zapłaty” lub użyć innego równoważnego jednoznacznego sformułowania. Przy czym samo słowo „Kupuję” lub „Zamawiam” może być niewystarczające i skutkować nieważnością umowy.

UZYSKANIE ZGODY NA DODATKOWĄ PŁATNOŚĆ

Wprowadzenie wymogu uzyskania zgody konsumenta na dodatkową płatność wykraczającą poza uzgodnione w zamówieniu wynagrodzenie znajduje uzasadnienie w zapewnieniu przejrzystości zawieranych umów przez przedsiębiorcę. Kolejną kwestią jest uniknięcie generowania dodatkowych, nieznanych wcześniej konsumentowi kosztów.

Zwróć uwagę!

W praktyce zgoda konsumenta na dodatkową płatność może być złożona drogą elektroniczną, np. poprzez umieszczenie dodatkowego okienka checkbox z informacją o dodatkowej płatności, celu, a także dobrowolności wyrażonej zgody. Wykluczone w tym wypadku jest stosowanie automatycznie zaznaczonych pól. Konsument powinien zaznaczać opcje formularza samodzielnie i dobrowolnie.

Jeżeli przedsiębiorca nie otrzymał wyraźnej zgody konsumenta, lecz założył jej istnienie przez zastosowanie domyślnych opcji, które konsument musi odrzucić w celu uniknięcia dodatkowej płatności, konsument ma prawo



FORMULARZ ODSZTĄPIENIA OD UMOWY NA STRONIE INTERNETOWEJ

Złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy może być umożliwione przez przedsiębiorcę także na swojej stronie internetowej, poprzez odpowiednio przystosowany formularz elektroniczny.

W takim przypadku przedsiębiorca powinien niezwłocznie potwierdzić jego odbiór, np. poprzez pocztę elektroniczną.

Stosowanie elektronicznego formularza odstąpienia od umowy nie jest wymogiem obligatoryjnym w stosunku do przedsiębiorcy. Może on zastosować tę formę, obok formy papierowego odstąpienia od umowy, którego wzór zobowiązany jest dostarczyć konsumentowi wraz z towarem.

PORADNIK

NIEDOCHOWANIE WYPEŁNIENIA OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNYCH

Serwer **SMS**.pl[®]
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Konsument, który wie wszystko o sklepie, usłudze, produkcie i możliwościach ich nabycia oraz wszelkich procedur obsługi posprzedażowej odwdzięczy się przedstawicielom e-commerce lojalnością i zrozumieniem w przypadku wystąpienia jakichkolwiek problemów. Dlatego, ważne jest, aby obowiązki informacyjne były należycie wypełnione.

Tomasz Szymanowski, Rzecznik prasowy SerwerSMS.pl

”

Zaniechanie wypełnienia obowiązków informacyjnych nie w każdym przypadku będzie prowadzić do nieważności umowy, jednak spowoduje utratę przez przedsiębiorcę części jego uprawnień, ewentualnie poszerzy uprawnienia konsumenta.



Warto także pamiętać, iż niespełnienie obowiązków informacyjnych może być uznane za nieuczciwą praktykę rynkową, naruszającą zbiorowe interesy konsumentów.

Inne możliwe sankcje, które mogą spotkać przedsiębiorcę za niedochowanie obowiązków informacyjnych to:



ponoszenie kosztów - jeżeli przedsiębiorca nie spełnił obowiązków informacyjnych dotyczących opłat dodatkowych lub innych kosztów (w tym kosztów zwrotu rzeczy przy odstąpieniu od umowy), to konsument nie ponosi tych opłat i kosztów.;



wydłużenie terminu odstąpienia od umowy - jeżeli konsument nie został poinformowany przez przedsiębiorcę o prawie odstąpienia od umowy, prawo do odstąpienia od umowy wygasa dopiero po 12 miesiącach od upływu standardowego czternastodniowego



niezawarcie umowy - umowa nie zostanie zawarta w momencie, gdy przedsiębiorca nie poinformuje konsumenta, o tym że zamówienie pociąga za sobą obowiązek zapłaty.

PORADNIK

PODSUMOWANIE

Serwer **SMS.pl**
System Obsługi Marketingu Mobilnego



Partner:



Przepisy, które wejdą w życie z dniem 25 grudnia 2014 r., mając na celu zabezpieczenie interesów konsumentów, okazują się bardziej rygorystyczne dla przedsiębiorców.

Z uwagi na powyższe warto już teraz zainteresować się nowymi obowiązkami, jakie nakładają na przedsiębiorców zmienione przepisy konsumenckie, już teraz rozpocząć prace nad zmianą wzorców umownych stosowanych w ramach prowadzonej działalności (w szczególności Regulaminów) i nie odkładać prac dostosowujących do nowych wymogów na ostatnią chwilę.

Wyrażamy nadzieję, że niniejszy Poradnik okaże się pomocny nie tylko w zrozumieniu coraz bardziej zawiłych przepisów prawa, ale także w sposób praktyczny ułatwi ponowne, tj. uwzględniające wymogi nowej ustawy o prawach konsumenta, zorganizowanie działalności Państwa przedsiębiorstwa w „sieci”.

Jeśli jednak oczekiwalibyście Państwo profesjonalnego wsparcia w dostosowaniu swojego serwisu internetowego, a w szczególności obecnego regulaminu, do nowych przepisów - nasi specjaliści udzielą Państwu pomocy.

Prosimy w tym celu o kontakt: biuro@zgodnosc.pl



POSZUKUJESZ PROSTEGO I SKUTECZNEGO SPOSOBU KOMUNIKACJI Z KLIENTAMI?

SKORZYSTAJ Z OFERTY SERWERSMS.PL!

✓ Realizuj kampanie

SMS, MMS, VMS...



SMS



MMS

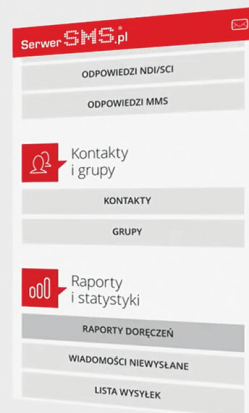


VMS



✓ Swobodny dostęp i integracja

przez aplikację mobilną,
przeglądarkę internetową
oraz możliwość
integracji API



✓ Z naszą pomocą

zbuduj zaufanie wśród
swoich Klientów!



ZAPRASZAMY NA WWW.SERWERSMS.PL



PIN
consulting



Ochrona danych osobowych

Bezpieczeństwo informacji

Prawo nowych technologii

eCOMMERCE.poczta-polska.pl



Masz sklep internetowy?
A może dopiero zaczynasz sprzedaż w sieci?
Zobacz, jak możemy Ci pomóc!