

JAK BEZPIECZNIE KUPOWAĆ W SIECI

Konsumenci, którzy kupują towary lub zamawiają usługi przez Internet, zawierają z przedsiębiorcami umowy, nazywane umowami NA ODLEGŁOŚĆ. W przypadku takich umów konsument ma więcej praw, a przedsiębiorca więcej obowiązków niż w przypadku zakupów w tradycyjnym sklepie. Warto więc dokładnie poznać przepisy dotyczące umów zawieranych na odległość.¹

Umowa między konsumentem i przedsiębiorcą jest zawarta „na odległość” jeśli:

- strony umowy nie są obecne, nie spotykają się twarzą w twarz podczas zawierania tej umowy;
- do zawarcia umowy wykorzystane są tzw. środki porozumiewania się na odległość, takie jak: telefon, Internet, radio, telewizja, czy drukowane lub elektroniczne formularze zamówienia, listy seryjne w postaci drukowanej lub elektronicznej, reklamy prasowe z wydrukowanym formularzem zamówienia, reklamy w postaci elektronicznej, katalogi.

Konsumentem jest każda osoba fizyczna, która dokonuje czynności prawnej w celu nie związanym bezpośrednio z prowadzoną działalnością zawodową lub gospodarczą.²

Prawa, o których piszemy w niniejszym artykule dotyczą wyłącznie umów zawieranych pomiędzy konsumentem i przedsiębiorcą; nie dotyczą natomiast umów pomiędzy dwoma przedsiębiorcami ani pomiędzy dwoma osobami fizycznymi.

Z doświadczeń Stowarzyszenia Konsumentów Polskich wynika, że transakcje internetowe mogą stwarzać konsu-

mentom różne problemy. Dotyczy to nie tylko najczęściej zawieranych tradycyjnych umów sprzedaży towarów, ale coraz częściej zawierane są umowy, których przedmiotem jest świadczenie usług (platformy aukcyjne, serwisy społecznościowe, filmy na żądanie, gry on-line itp.). Pytania, z jakimi zgłaszają się do Stowarzyszenia konsumenci, pokazują, iż w takich wypadkach duże znaczenie mają praktyki przedsiębiorców, stosowane jeszcze przed zawarciem umowy.

O czym przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta?

Ponieważ konsument nie ma możliwości bezpośredniego obejrzenia towaru, który chce kupić przez Internet, nie może sprawdzić jego podstawowych właściwości, bardzo ważna jest informacja, której na temat towaru (lub usługi) udziela konsumentowi sprzedawca/przedsiębiorca.

Przed zawarciem umowy na odległość przedsiębiorca powinien poinformować konsumenta o³:

- imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował

¹ Definicja umowy zawartej na odległość zawarta jest w ustawie z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zm.), art. 6 ust 1: *Umowy zawierane z konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron, przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość, szczególności drukowanego lub elektronicznego formularza zamówienia niez adresowanego lub za adresowanego, listu seryjnego w postaci drukowanej lub elektronicznej, reklamy prasowej z wydrukowanym formularzem zamówienia, reklamy w postaci elektronicznej, katalogu, telefonu, telefaksu, radia, telewizji, automatycznego urządzenia wywołującego, wizjo fonu, wideotekstu, poczty elektronicznej lub innych*

środków komunikacji elektronicznej w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. 144, poz. 1204), są umowami na odległość, jeżeli kontrahentem konsumenta jest przedsiębiorca, który w taki sposób zorganizował swoją działalność.

² Art. 21¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 Kodeks cywilny (Dz.U. Nr 16 poz. 93 ze zm.)

³ Art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz.U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)

- działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numery, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany,
- istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
 - cenie lub wynagrodzeniu obejmujących wszystkie ich składniki, a w szczególności cła i podatki,
 - zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia oraz kosztach, terminie i sposobie dostawy,
 - prawie do odstąpienia od umowy w terminie dziesięciu dni, ze wskazaniem wyjątków kiedy to prawo nie przysługuje.
 - kosztach wynikających z korzystania ze środków porozumiewania się na odległość, jeżeli są one skalkulowane inaczej niż wedle normalnej taryfy,
 - terminie, w jakim oferta lub informacja o cenie albo wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
 - minimalnym okresie, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenia ciągle lub okresowe,
 - miejscu i sposobie składania reklamacji.

Ponadto w przypadku, gdy przedsiębiorca składa ofertę (nie jest tak zawsze, niżej wyjaśniamy tę sprawę szerzej) konsumentowi, powinien go poinformować o⁴:

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

Wszystkie informacje powinny być sformułowane w sposób jednoznaczny i zrozumiały. Informacje te oczywiście nie mogą i nie muszą być doręczone na piśmie. Powinny być one dostępne na stronie internetowej, w regulaminie sklepu lub usługodawcy.

Jak sprawdzić wiarygodność przedsiębiorcy?

Gdy konsument po raz pierwszy trafia w Internecie na przedsiębiorcę, który prowadzi sklep lub świadczy usługi, powinien dla własnego bezpieczeństwa sprawdzić jego wiarygodność.

1. Sprawdzenie czy przedsiębiorca figuruje w oficjalnych rejestrach

Informacje o przedsiębiorcach prowadzących działalność jednoosobowo lub w formie spółki cywilnej dostępne są na stronie:

<https://prod.ceidg.gov.pl/CEIDG/CEIDG.Public.UI/Search.aspx>

Warto upewnić się, że przedsiębiorca, z którym chcemy zawrzeć umowę, jest umieszczony w tym rejestrze. Porównując wpis w rejestrze z informacjami podanymi na stronie internetowej przedsiębiorcy dowiemy się czy wszystkie dane są takie same.

Przedsiębiorców prowadzących działalność w formie spółki prawa handlowego np. spółka jawna, sp. z o.o.) można sprawdzić na stronie:

<https://ems.ms.gov.pl/krs/wyszukiwaniepodmiotu>

Brak na stronie internetowej przedsiębiorcy informacji o formie prawnej prowadzonej działalności gospodarczej, powinien być dla konsumenta ostrzeżeniem, że przedsiębiorca albo coś chce ukryć albo nie dba o swoich klientów, na pewno zaś nie wypełnia swoich obowiązków. Jeżeli przedsiębiorcy w ogóle nie ma w rejestrze, lepiej wstrzymać się z jakimikolwiek transakcjami.

2. Sprawdzenie opinii, jaką mają o przedsiębiorcy inni internauci

Przed akceptacją należy szczegółowo przeszukać Internet, sprawdzając opinie o danej stronie czy danym przedsiębiorcy. Gdy w Internecie nie ma żadnych opinii lub sprawiają one wrażenie opinii zamieszczanych przez samego przedsiębiorcę lub jego pracowników, należy zwrócić na to szczególną uwagę. Oczywiście opinie w Internecie nie zawsze są źródłem wiarygodnych informacji, jednak, gdy konsument nie zna przedsiębiorcy, nie powinien pomijać tego kroku. Z doświadczenia SKP wynika, że dużo opinii jednoznacznie negatywnych jest trafną wskazówką, by z danym przedsiębiorcą umowy nie zawierać.

3. Dokładne zapoznanie się z informacjami podanymi na stronie i ich ocena przez konsumenta.

Przed zawarciem umowy konsument powinien dokładnie przeczytać wszystkie informacje zamieszczone na stronie internetowej przedsiębiorcy, dotyczące zarówno warunków zawieranej umowy, jak i towaru lub usługi, które chce kupić. Jeśli nie są one dość jasne, zrozumiałe, warto poprosić o dodatkowe wyjaśnienia.

⁴ Art. 66¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 Kodeks cywilny (Dz.U. Nr 16 poz. 93 ze zm.)

Każdy problem z dostępem do ważnych dla konsumenta informacji powinien budzić wątpliwości co do rzetelności przedsiębiorcy.

Przykłady złych praktyk stosowanych przez sklepy internetowe w tym zakresie, których zauważenie powinno wzbudzić naszą czujność, to:

- linki do regulaminu lub informacji o firmach nie są dostępne ze strony głównej (czyli znalezienie tych linków wymaga kliknięć w podstrony),
- linki są zbyt słabo widoczne (np. kolorystycznie niemal zlewają się z tłem),
- wymagane prawem informacje przedstawione są mniejszą czcionką niż inne informacje zawarte na stronie lub w taki sposób, że ich odszukanie i wyodrębnienie spośród innych informacji jest utrudnione.

Podsumowując, konsument powinien powstrzymać się od zawarcia umowy do czasu rozwiania wątpliwości, gdy:

- przedsiębiorca nie jest ujawniony w żadnym rejestrze,
- brakuje adresu przedsiębiorcy, przy czym chodzi zarówno o adres „fizyczny” – pocztowy jak i adres elektroniczny.
- na stronie są trudności z dostępem do wymaganych prawem informacji.

Zwroty i zapewnienia, które powinny wzbudzić naszą czujność

Bardzo często konsumenci podejmują decyzję o skorzystaniu z oferty jakiegoś przedsiębiorcy pod wpływem reklamy. Często reklamy te obiecują „rejestrację za darmo”, „okres próbny za darmo”, „ściągnięcie gry za darmo” i jeszcze wiele innych formuł „darmowości”. Jak nietrudno się domyślić, im jaskrawiej przedsiębiorca oznajmia o bezpłatności usługi, tym prędzej w regulaminach kryją się opłaty i tym bardziej należy sprawdzić zarówno regulamin jak i opinie o przedsiębiorcy.

Oferta a zaproszenie do zawarcia umowy

Częstym problemem, z którym spotykają się konsumenci dokonując zakupów on-line są anulowane zamówienia. Najczęściej sklep robi to, gdy zorientuje się, że towar jest reklamowany po zbyt niskiej cenie. Celowo tu używamy sformułowania „reklamowany” a nie „oferowany”.

Słowo „oferta” pomijane jest przez sklepy internetowe celowo. Zgodnie z przepisami,⁵ oferta wiąże tego, kto ją składa.

W potocznym języku, kiedy sklep informuje konsumentów, że ma do sprzedaży określone towary – „oferuje” te towary. Jednak co do zasady, treść stron sklepów internetowych nie jest ofertą. Jest to zazwyczaj tylko zaproszenie do zawarcia umowy i w takim wypadku to konsument, składając zamówienie, składa ofertę, którą sprzedawca może przyjąć lub odrzucić. Jedynie wyraźne stwierdzenie, w którym pada słowo „oferta” daje pewność, iż złożenie zamówienia będzie skutkować zawarciem umowy, a sklep nie będzie mógł oświadczyć, iż zamówienie anuluje lub sprzeda towar po innej cenie.

Dlatego tak ważne dla konsumenta przed zawarciem umowy jest dokładne przeczytanie regulaminu sklepu. Zazwyczaj to z jego treści już wynika, iż ogłoszenia sprzedaży nie są ofertą.

Czy można zawrzeć umowę jednym „kliknięciem”?

W przypadku umów o świadczenie usług, warunkiem skorzystania z usług jest wcześniejsza akceptacja regulaminu przez konsumenta.

Konsument powinien pamiętać, że akceptacja regulaminu może być równoznaczna z zawarciem umowy. Taki sposób zawierania umów jest zgodny z prawem, a w dobie usług świadczonych drogą elektroniczną staje się coraz bardziej powszechny.

Odstąpienie od umowy

Bardzo ważnym prawem przyznanym konsumentom w umowach zawieranych na odległość jest prawo do namysłu.

Konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy zawartej na odległość bez podawania przyczyny. Z prawa tego można skorzystać w ciągu 10 dni od otrzymania towaru lub od zawarcia umowy, jeśli przedmiotem umowy jest świadczenie usług. Termin ten jest zachowany, jeśli przed jego upływem konsument wyśle oświadczenie o odstąpieniu od umowy. Zatem istotna jest data, w której konsument wysłał pismo z oświadczeniem, nie zaś data jego otrzymania przez przedsiębiorcę.

Odstąpienie od umowy jest czynnością jednostronną – to konsument decyduje czy chce z niego skorzystać. Skorzystanie z tego uprawnienia uzależnione zostało przez ustawodawcę jedynie od złożenia przez konsumenta

⁵ Art. 66¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 Kodeks cywilny (Dz.U. Nr 16 poz. 93 ze zm.)

oświadczenia na piśmie w terminie 10 dni – od wykonania umowy (np. otrzymania towaru) lub zawarcia umowy (gdy zawieramy umowę o świadczenie usług).

Nieuzasadnione są następujące żądania ze strony przedsiębiorców:

- oświadczenie musi być złożone wyłącznie na formularzu przedsiębiorcy – **NIE**, może być przesłane w dowolnej formie,
- składając oświadczenie o odstąpieniu od umowy konsument musi odesłać towar – **NIE**, konsument nie musi zwrócić towaru jednocześnie z odstąpieniem od umowy,
- w związku z odstąpieniem od umowy konsument musi pokryć dodatkowe opłaty, np. administracyjne, manipulacyjne, itp. – **NIE**, nakładanie na konsumenta opłat za odstąpienie od umowy jest niedopuszczalne.

Termin 10 dni nie jest liczony w dniach roboczych, lecz w dniach kalendarzowych, przy czym pierwszym dniem upływu terminu jest dzień następujący po wykonaniu umowy (po otrzymaniu przez konsumenta towaru) lub, w przypadku umów o świadczenie usług, po dniu zawarcia umowy.

Nie ma obowiązku zanieśienia, czy zawiezenia oświadczenia o odstąpieniu do siedziby przedsiębiorcy, dla zachowania terminu wystarczy wysłanie oświadczenia przed upływem terminu. Dla celów dowodowych oświadczenie należy wysłać listem poleconym za zwrotnym potwierdzeniem odbioru, a potwierdzenie odbioru i nadania – przechowywać.

Konsument, który odstępuje od umowy zawartej na odległość, ma obowiązek zwrócić towar sprzedawcy w ciągu 14 dni, na własny koszt – nie ma natomiast obowiązku osobistego zwracania towaru do siedziby przedsiębiorcy.

Sprzedawca ma obowiązek zwrócić konsumentowi w ciągu 14 dni pieniądze, które otrzymał od konsumenta pod jakimkolwiek tytułem – zatem również zaliczki, zadełek, koszty dostarczenia towaru do konsumenta itp.

Niezgodne z prawem praktyki ograniczające prawo konsumenta do odstąpienia

Praktyka pokazuje jednak, że ustawa bywa często mylnie interpretowana przez sprzedawców lub wręcz nierepektowana. Często można spotkać się z praktykami lub sformułowaniami w regulaminach, które mają na celu ograniczyć prawo konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej przez Internet. Do tych, które „cieszą się” wśród sprzedawców największą popularnością, można zaliczyć:

- **wymóg nieużywania towaru lub nienaruszenia opakowania;** sprzedawcy często starają się ograniczyć kupującemu prawo do odstąpienia odmawiając przyjęcia oświadczenia lub zwracanie towaru, jak również nie uznając skuteczności odstąpienia ze względu na używanie towaru czy rozpakowanie go. Tymczasem należy zauważyć, że zgodnie z art. 7 ustawy z 2 marca 2000 r., używanie towaru nie przesądza o nieskuteczności oświadczenia o odstąpieniu od umowy: *W razie odstąpienia od umowy umowa jest uważana za niezawartą, a konsument jest zwolniony z wszelkich zobowiązań. To, co strony świadczyły, ulega zwrotowi w stanie niezmiennym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. Zwrot powinien nastąpić niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni. Jeżeli konsument dokonał jakichkolwiek przedpłat, należą się od nich odsetki ustawowe od daty dokonania przedpłaty.*

Przepis ten nie zabrania zatem używania towaru, a jedynie dokonywania zmian przekraczających tzw. zwykły zarząd. Przez zwykły zarząd należy rozumieć podjęcie czynności w celu uruchomienia zakupionego sprzętu, sprawdzenia jego właściwości i funkcji, sprawdzenia prawidłowości funkcjonowania oraz używania zgodnie z przeznaczeniem.

Sprzedawcy, którzy odmawiają przyjęcia zwrotu towaru, z powodu usunięcia lub naruszenia oryginalnego opakowania, działają bezprawnie. Taki wymóg nie ma oparcia w obowiązujących przepisach. Ponadto klauzule wprowadzające taki warunek zostały uznane przez Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów za klauzule niedozwolone, co oznacza, że klauzule nie mogą być stosowane w regulaminach sklepów, a jeśli są stosowane, nie wiążą one konsumentów. Zatem nawet jeżeli taka klauzula znajduje się w regulaminie sklepu, odstąpienie od umowy będzie skuteczne, mimo naruszenia opakowania lub jego całkowitego usunięcia.

- **wymóg dostarczenia paragonu lub faktury;** wymóg ten również nie znajduje oparcia w przepisach. Paragon lub faktura są dowodem zakupu i gdy pojawia się spór o to, gdzie zakupiono towar, mogą okazać się przydatne. Jednak w ciągu 10 dni od zakupu raczej nie ma sporu co do tego czy konsument zakupił towar w danym sklepie i dostarczenie faktury lub paragonu jest zbędne. Często sprzedawcy uzasadniają to potrzebą rozliczenia z organami skarbowymi. Jednak należy zauważyć, iż obowiązki księgowo-podatkowe sprzedawcy nie wpływają na cywilnoprawne obowiązki kupującego wynikające z umowy.

- **wymóg uzyskania numeru przesyłki;** Sprzedawcy czasami wymagają od konsumentów, by ci przed odstąpieniem od umowy wystąpili o nadanie numeru przesyłki dla zwracanego towaru. Nadanie numeru trwa kilka dni, w czasie których termin na odstąpienie może wygasnąć.

Sprzedawcy próbują w ten sposób wykorzystać pewną niejednoznaczność, jaka wynika z potocznego określenia prawa do odstąpienia jako „zwrotu towaru”. Konsumenci nierzadko są przekonani, iż do skutecznego „zwrotu” konieczny jest zwrot fizyczny. Jednak, jak wspomnieliśmy wcześniej, najpierw wystarczy wysłać oświadczenie o odstąpieniu od umowy w formie pisemnej (z własnoręcznym podpisem). Potem można towar odesłać z numerem lub bez niego, gdyż wymóg ten generalnie nie wynika z ustawy i kupujący nie musi czekać na nadanie numeru.

- **ograniczenie prawa do odstąpienia jedynie do towarów wysłanych;** Sprzedawcy nierzadko nie uznają skuteczności odstąpienia, gdy konsument zamówił towar przez Internet, lecz odebrał go osobiście w tzw. punkcie odbioru osobistego lub w stacjonarnym sklepie przedsiębiorcy. Sprzedawcy twierdzą, iż umowa zostaje zawarta w momencie wydania towaru. Jest to oczywiście przekonanie błędne. Umowa zostaje zawarta przez Internet a w punkcie dochodzi do jej wykonania. Skuteczne zawarcie umowy zależy od złożenia zgodnych oświadczeń woli a te zostają złożone drogą elektroniczną.

Przy czym należy przypomnieć o jednej istotnej okoliczności. Powyższe uwagi są słuszne jedynie wówczas, gdy przedsiębiorca zorganizował sobie działalność w ten sposób, że zawiera umowy na odległość a więc utworzył stronę internetową albo podał adres e-mail do składania zamówień. Jeśli bowiem sprzedawca prowadzi jedynie sklep, nazwijmy go, tradycyjnym albo stacjonarnym i nie zawiera umów na odległość regularnie a jednak zawarto z takim przedsiębiorcą umowę na odległość, wówczas przepisy o zawieraniu umów na odległość w ogóle nie znajdują zastosowania.

Wyjątki od prawa do odstąpienia

Konsument nie może odstąpić od umowy zawartej na odległość, gdy:

- świadczenie usług rozpoczęło, za zgodą konsumenta, przed upływem 10-dniowego terminu do odstąpienia. Zatem konsument zawierając umowę, której przedmiotem jest świadczenie usług (np. telekomunikacyjnych) musi dokładnie zapoznać się ze wskazanym terminem rozpoczęcia usług – jeśli termin ten przypada na 10-dniowy okres po zawarciu umowy, należy raczej wstrzymać się z zawarciem takiej umowy.
- przedmiotem umowy są nagrania audialne i wizualne oraz zapisane na nośnikach programy komputerowe po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania; Jest to jedyny przypadek, kiedy usunięcie oryginalnego opakowania skutkuje pozbawieniem prawa do odstąpienia. Jeśli konsument mimo zawarcia umowy

i otrzymania towaru wciąż ma wątpliwości co do zasadności zakupu, powinien wstrzymać się ze sprawdzeniem jego zawartości.

- konsument zawarł umowę dotyczącą świadczeń, za które cena lub wynagrodzenie zależy wyłącznie od ruchu cen na rynku finansowym,
- przedmiotem umowy są świadczenia o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą;
- przedmiotem umowy są świadczenia, które z uwagi na ich charakter nie mogą zostać zwrócone lub których przedmiot ulega szybkiemu zepsuciu; Przypadek ten obejmuje towary zużywalne w trakcie normalnego użytkowania (np. jedzenie, napoje, kosmetyki, środki czyszczące) jak i również takie świadczenia, których zwrot mógłby nie przywrócić stanu sprzed zawarcia umowy np. pliki czy programy komputerowe – możliwość ich kopiowania prowadzi do tego, że tylko od woli nabywcy zależy czy zwrot doprowadzi do stanu, jakby nigdy umowy nie zawarto a taki jest cel odstąpienia od umowy.
- dostarczania prasy,
- przedmiotem umowy są usługi w zakresie gier i hazardowych

Ponadto przepisy dotyczące umów zawieranych na odległość nie mają zastosowania, gdy konsument zawiera umowę:

- z wykorzystaniem automatów sprzedających,
- z wykorzystaniem innych automatów umieszczonych w miejscach prowadzenia handlu,
- zawartych z operatorami telekomunikacji przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych,
- dotyczących nieruchomości, z wyjątkiem najmu,
- sprzedaży z licytacji; Dotyczy to przypadków, gdy cena nie jest ustalona z góry przez sprzedawcę, lecz jej ostateczna wysokość wynika ze składania konkurencyjnych ofert potencjalnych nabywców (zatem na portalach aukcyjnych, na których licytacja jest szeroko stosowaną metodą sprzedaży, prawo do odstąpienia przysługuje wtedy, gdy konsument nabył towar w opcji „Kup teraz”
- sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do mieszkania lub miejsca pracy konsumenta,
- świadczenia, w ściśle oznaczonym okresie, usług w zakresie zakwaterowania, transportu, rozrywek, gastronomii; Ten wyjątek obejmuje także umowy o usługi turystyczne. Zatem zakup wycieczki na stronie biura podróży lub agenta turystycznego jest definitywny i rezygnacja z wycieczki możliwa jest wyłącznie na zasadach przewidzianych w umowie.

Na co jeszcze warto uważać w dobie wszechobecnego Internetu?

Dotychczas zasadniczo korzystanie z Internetu nie było związane z ponoszeniem dodatkowych kosztów (oczywiście, wyłączając zakupy on-line). Obecnie jednak rynek usług świadczonych całości w Internecie prężnie się rozwija, a co za tym idzie – sytuacja zmienia się powoli i coraz więcej usług internetowych jest odpłatnych.

Fakt ten powinien konsumentów uczulić, by nie dowierzać reklamom o bezpłatności usług. Jeśli strona zapewnia o „darmowej” rejestracji, należy sprawdzić w regulaminie czy oznacza to, że również bezpłatna jest sama usługa i czy ewentualna bezpłatność trwa przez cały okres umowy. Jeżeli z dokładnej analizy informacji zawartej na stronie oraz regulaminu wynika, że korzystanie z usługi wiąże się z uiszczeniem opłaty, należy upewnić się jakie są to koszty, w jaki sposób dokonywana jest płatność i jakie są skutki niedokonania płatności.

Gdy ze strony Internetowej, czy przysłanego nam SMS-a wynika „bezpłatność” gry, należy upewnić się czy pod ha-

słem tym nie kryje się tylko bezpłatne ściągnięcia gry na komórkę. Często bowiem bywa tak, że samo ściągnięcie aplikacji z grą jest darmowe ale korzystanie z niej czyli granie wiąże się z wysyłaniem wysoko płatnych SMS-ów lub ściągnięciem dużej ilości danych. Dlatego najpierw należy sprawdzić na czym polega korzystanie z gry i czym może ono skutkować. Brak informacji lub mętne informacje powinny konsumenta skłonić do rezygnacji z gry.

Coraz częściej pojawiają się również strony internetowe, gdzie opłatę za usługę – np. za obejrzenie filmu – wnosi się przez wysłanie SMS-a. W takim wypadku konsument powinien dokładnie sprawdzić treść strony. Bardzo często zdarza się bowiem, że informacja na temat kosztów wysłanego SMS-a zostaje udzielona w sposób wprowadzający w błąd – jest ukryta, sugeruje, iż kwota płatności dotyczy zapłaty przez wysłanie SMS-a a w istocie dotyczy płatności kartą. Dlatego konsument powinien przeczytać każdy tekst napisany drobnym drukiem i obejrzeć całą stronę, na której znajduje się oferta. Nierzadko wystarczy bowiem przewinięcie strony do dołu, by uniknąć niemałych i nie spodziewanych kosztów.

**Maja Beca
Karol Fiedoruk**

Podstawy prawne

- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16 poz. 93 ze zm.)
- Ustawa z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialność za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271 ze zm.)
- Ustawa z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. Nr 114, poz. 1204)
- Ustawa z 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176).

O projekcie Konsumentkie Centrum E-porad

Konsumentkie Centrum E-porad to projekt poradnictwa dla konsumentów świadczonego drogą e-mailową. Każdy konsument może uzyskać bezpłatną poradę prawną wysyłając e-mail na adres porady@dlakonsumentow.pl w zakresie dotyczącym relacji łączącej konsumenta z przedsiębiorcą. Projekt finansowany jest ze środków Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

O Stowarzyszeniu Konsumentów Polskich

Stowarzyszenie Konsumentów Polskich (www.konsumentci.org) jest niezależną, pozarządową organizacją konsumencką, która już od 1995 roku dba o interes konsumentów w Polsce. SKP udziela porad prawnych, konsultuje nowe przepisy konsumenckie, jest organizatorem licznych akcji edukacyjnych, w tym największej konsumenckiej imprezy edukacyjnej w kraju - Targów Wiedzy Konsumenckiej, umożliwia też firmom włączenie „głosu konsumentów” do swoich umów i uzyskanie certyfikatu Dobra Umowa (www.dobraumowa.org).

