

Poradnik dla konsumentów

Poniżej zamieszczone informacje mogą okazać się przydatne konsumentom dokonującym zakupów w Internecie lub też decydującym się na zawarcie albo zmianę umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowy sprzedaży telefonu lub modemu z wykorzystaniem strony internetowej albo telesprzedaży.

1. Podczas rozmowy z konsultantem na temat proponowanych warunków umowy/zmiany warunków umowy, w przypadku jakichkolwiek niejasności należy żądać wyjaśnień lub doprecyzowania treści oferty. Zamawiając umowy za pośrednictwem sklepu internetowego należy dokładnie przeanalizować warunki oferty, w tym również regulaminy oraz cennik świadczenia usług.
2. W przypadku wizyty kuriera należy dokładnie zapoznać się z treścią proponowanej umowy, w tym również załączników, tj. regulaminów oraz cenników. Należy pamiętać, że złożenie na umowie podpisu oznacza akceptację postanowień umowy, regulaminu i cennika. Istotne jest, że zarówno dla indywidualnego konsumenta, jak i przedsiębiorcy wiążące są postanowienia zawartej umowy, a nie deklaracje i informacje przekazywane konsumentowi podczas rozmowy telefonicznej z konsultantem lub za pośrednictwem strony internetowej.
3. Pamiętać należy, że zamówienie złożone poprzez sklep internetowy albo u konsultanta nie musi być równoznaczne z zawarciem umowy. W sytuacji złożenia zamówienia, konsument nie jest zobowiązany do podpisania dokumentów i odbioru sprzętu podczas wizyty kuriera i może zrezygnować z zawarcia umowy.
4. Jeżeli konsument potrzebuje więcej czasu na zapoznanie się z doręczonym przez kuriera projektem umowy, regulaminem i cennikiem powinien o tym poinformować kuriera/przedsiębiorcę. Niedopuszczalne jest wywieranie nacisku na konsumenta w celu jak najszybszego podpisania umowy, motywując to chociażby pośpiechem związanym z koniecznością realizacji kolejnych zamówień.
5. Odbierając od kuriera przesyłkę, najlepiej jeszcze przed podpisaniem umowy, należy dokładnie sprawdzić, w obecności kuriera, czy otrzymany towar jest kompletny, czy nie jest uszkodzony oraz czy załączono całą wymaganą dokumentację (np. instrukcję obsługi w języku polskim). W przypadku jakichkolwiek braków lub uszkodzeń konsument może odmówić przyjęcia towaru oraz zrezygnować z zawarcia umowy.
6. Należy pamiętać, że w niektórych przypadkach, sprzedawcą telefonu może być inny przedsiębiorca (np. autoryzowany punkt sprzedaży danej sieci komórkowej) aniżeli operator telekomunikacyjny, z którym zawierana jest umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych. W takich sytuacjach, stroną umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych pozostaje operator (w którego imieniu umowę zawarł inny przedsiębiorca), natomiast stroną umowy sprzedaży np. telefonu/modemu/notebooka jest bezpośrednio wskazany przedsiębiorca. Sprzedawcą jest zawsze podmiot wskazany na fakturze lub rachunku za sprzęt. Prawidłowe ustalenie sprzedawcy towaru jest istotne z punktu widzenia realizacji praw konsumentów wynikających z ustawy o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego.
7. Jeżeli kurier dostarczający dokumenty umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych wraz z umową sprzedaży telefonu/modemu/notebooka posiada pełnomocnictwo przedsiębiorcy telekomunikacyjnego do zawarcia jednej lub obu z ww. umów oraz podpisuje je w obecności konsumenta, to takie umowy zostaną zawarte poza lokalem przedsiębiorstwa. W takim przypadku konsument zachowuje prawo do odstąpienia od obu umów, w terminie 10 dni od

ich zawarcia, nawet jeżeli świadczenie usług telekomunikacyjnych rozpoczęło się przed upływem terminu na odstąpienie od umowy.

8. Jeżeli kurier nie posiada pełnomocnictwa, o którym mowa w punkcie 7 powyżej, a więc pełni funkcję posłańca, to umowa o świadczenie usług telekomunikacyjnych lub umowa sprzedaży będzie zawarta na odległość. Konsument jest uprawniony do odstąpienia od takiej umowy w terminie 10 dni od daty wydania towaru albo zawarcia umowy o świadczenie usług. Ponadto, konsument może wyrazić albo odmówić wyrażenia zgody na rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych przed upływem 10-dniowego terminu na odstąpienie od umowy.
 - 8.1. W przypadku wyrażenia przedmiotowej zgody, przedsiębiorca może rozpocząć świadczenie usług telekomunikacyjnych i od tego momentu, tj. od momentu rozpoczęcia świadczenia usług, a nie wyrażenia zgody, konsument traci prawo do odstąpienia od umowy, chyba że w samej umowie wyraźnie zastrzeżono, że rozpoczęcie świadczenia usług telekomunikacyjnych nie powoduje utraty prawa odstąpienia.
 - 8.2. W przypadku nieudzielenia przez konsumenta zgody na rozpoczęcie świadczenia usług, ewentualne rozpoczęcie świadczenia usług odbywa się na ryzyko przedsiębiorcy, a konsument zachowuje w tej sytuacji prawo odstąpienia od umowy. Niemniej jednak należy zaznaczyć, iż wyrażenie przez konsumenta przedmiotowej zgody już po rozpoczęciu świadczenia usług powoduje, iż z momentem zgody następuje utrata prawa odstąpienia.
9. Jeżeli pomimo wstępnego ustalenia warunków umowy za pośrednictwem sklepu internetowego albo kontaktu z konsultantem do zawarcia umowy (podpisanie dokumentów, wydanie towaru) dochodzi w siedzibie przedsiębiorcy (salonie sprzedaży, sklepie, itp.), to konsument nie ma prawa odstąpienia od tak zawartej umowy, chyba że przedsiębiorca dobrowolnie w umowie zastrzegł na rzecz konsumenta istnienie takiego prawa. W takim przypadku, terminy i warunki realizacji prawa odstąpienia od umowy określa sama umowa, a nie przepisy ustawy o ochronie niektórych praw konsumentów.
10. W przypadku zmiany warunków umowy o świadczenie usług telekomunikacyjnych dokonanej na odległość, konsument posiada prawo odstąpienia od tak dokonanych zmian warunków umowy w terminie 10 dni od dnia pisemnego potwierdzenia dokonania zmian, na podstawie ustawy Prawo telekomunikacyjne. Co do zasady konsument traci przedmiotowe prawo odstąpienia w momencie rozpoczęcia świadczenia usług, za zgodą konsumenta, przed upływem terminu na odstąpienie. W kwestii zgody na rozpoczęcie świadczenia usług na warunkach zmienionych aktualnie pozostają uwagi zawarte w punkcie 8 powyżej. W przypadku odstąpienia od zmiany warunków umowy następuje powrót do stanu poprzedniego, co oznacza świadczenie usług telekomunikacyjnych na warunkach przed dokonaniem zmian.
11. Realizując prawo odstąpienia od umowy konsument powinien wysłać stosowne oświadczenie przed upływem 10-dniowego terminu od momentu zawarcia umowy (umowy poza lokalem przedsiębiorstwa) albo od momentu wydania towaru lub zawarcia umowy o świadczenie usług (umowy na odległość). Konsument powinien niezwłocznie, nie później niż w terminie czternastu dni liczonych od dnia odstąpienia, zwrócić zakupiony towar, przy czym nie ma przeszkód dla zwrotu towaru jednocześnie z wysłaniem oświadczenia o odstąpieniu. Zwracany towar musi znajdować się w stanie niezmienionym, chyba że zmiana była konieczna w granicach zwykłego zarządu. W związku z powyższym, konsument jest uprawniony np. do rozpakowania towaru, zdjęcia folii zabezpieczających i sprawdzenia sprawności działania urządzenia.

Pamiętać również należy, iż w przypadku dokonania transakcji na odległość, o ile strony nie umówią się inaczej, prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje konsumentowi m.in.

w wypadkach dotyczących nagrań audialnych i wizualnych oraz zapisanych na nośnikach programów komputerów po usunięciu przez konsumenta ich oryginalnego opakowania w sposób, który będzie uniemożliwiał powrót tych towarów do obrotu, a także świadczeń o właściwościach określonych przez konsumenta w złożonym przez niego zamówieniu lub ściśle związanych z jego osobą.

Zwracany towar musi być kompletny, a w przypadku wszelkich braków konsument musi liczyć się z wezwaniem przedsiębiorcy do ich uzupełnienia. W przypadku, gdy konsument uszkodzi zwracany towar, musi liczyć się z możliwością poniesienia odpowiedzialności odszkodowawczej względem przedsiębiorcy.

Wysyłając towar należy – stosownie do jego właściwości – zapakować go w sposób zabezpieczający przed ewentualnymi uszkodzeniami w transporcie.

12. Dokonując transakcji za pośrednictwem internetu pamiętać należy, że konsumentowi – analogicznie jak w sprzedaży tradycyjnej - przysługuje na podstawie ustawy z dnia 27 lipca 2002 roku o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego prawo do dochodzenia roszczeń z tytułu niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, o czym jednak przedsiębiorca nie ma obowiązku informować konsumenta. Zgodnie z przepisami ww. ustawy, sprzedawca odpowiada wobec konsumenta za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową w przypadku jej stwierdzenia przed upływem dwóch lat od wydania towaru. Innymi mówiąc słowy, konsument ma w tym czasie prawo reklamować taki towar z tytułu niezgodności z umową. W przypadku stwierdzenia niezgodności przed upływem sześciu miesięcy od wydania towaru, domniemywa się, że przedmiotowa niezgodność istniała już w chwili wydania towaru. Konsument może żądać od przedsiębiorcy doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną odprawę albo może żądać wymiany towaru na nowy. W dalszej kolejności, przy wystąpieniu przesłanek określonych w tej ustawie, konsument może domagać się stosownego obniżenia ceny albo odstąpić od umowy. Kwestią niezwykle ważną z praktycznego punktu widzenia jest to, że konsument traci powyższe uprawnienia, jeśli przed upływem dwóch miesięcy od stwierdzenia niezgodności towaru z umową nie zawiadomi o tym przedsiębiorcy.

Niezależnie od powyższych uprawnień, konsument może reklamować towar zakupiony w internecie na podstawie gwarancji przedsiębiorcy (będącego zwykle producentem towaru) na warunkach w niej określonych, z tym jednak zastrzeżeniem, iż udzielenie takiej gwarancji nie jest obowiązkowe. Gwarant określa czas trwania gwarancji, terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej i warunki na jakiej jest ona realizowana. Niemniej jednak to do konsumenta należy decyzja, na jakiej podstawie zamierza reklamować zakupiony towar w wypadku gdy jego właściwości nie odpowiadają umowie. Gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego z tytułu niezgodności towaru z umową.

13. W przypadku korzystania z serwisów przedsiębiorców świadczących usługi drogą elektroniczną, związanych z telefonią komórkową – sprzedaż m.in. dzwonek, tapet, gier na komórki etc. należy zwrócić szczególną uwagę na treść informacji handlowych otrzymywanych od przedsiębiorcy oraz dokładnie zapoznać się z regulaminem świadczenia usług. W pewnych sytuacjach korzystanie z gry na telefon komórkowy, której reklama wskazuje na jej darmowy charakter (np. znajdujące się w czasopismach lub internecie reklamy gier na telefon „ZA DARMO”), może się bowiem wiązać ze znacznymi kosztami. Bezpлатność takich gier polega na tym, że przedsiębiorca nie pobiera opłaty za samo udostępnienie gry do pobrania na telefon, ale konsument może ponieść koszty związane z transferem danych podczas pobierania takiej gry, zgodnie z cennikiem swojego operatora. Co więcej, mechanizm gry może być tak skonstruowany, że co prawda istnieje możliwość prowadzenia gry bez konieczności ponoszenia dodatkowych kosztów, ale pewne elementy gry mogą wymagać wysyłania wiadomości SMS na tzw. numery premium (o podwyższonej opłacie). Należy

zaznaczyć, iż koszt jednej wysłanej wiadomości premium SMS może wynosić od kilku do kilkunastu złotych, a przy znacznej liczbie wysyłanych wiadomości, koszt zabawy może wynieść od kilkuset do kilku tysięcy złotych.

14. W odniesieniu do coraz powszechniejszych konkursów i loterii, w których udział bierze się poprzez wysłanie wiadomości SMS, również należy pamiętać o tym, że koszt wysłania takiego SMS może wynosić od kilku do kilkunastu złotych. Przed przystąpieniem do gry należy dokładnie zapoznać się z regulaminem i pamiętać, że bez względu na treść informacji zachęcających do wzięcia udziału w konkursie albo zabawie, wysłanie SMS o przystąpieniu do zabawy nie jest najczęściej równoznaczne z wygraną konkursu albo loterii, gdyż ich wieloetapowa konstrukcja powoduje, iż dotarcie do tzw. finału wymaga wysłania wielu kolejnych wiadomości SMS na tzw. numery premium.