



URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW



# Vademecum konsumenta

WARSZAWA 2003



URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

# **Vademecum konsumenta**

WARSZAWA 2003



Publikacja przygotowana w biurze Miejskiego Rzecznika Konsumentów  
w Poznaniu

Opracowanie:  
dr Marek Janczyk  
mgr Tomasz Ignatowicz



URZĄD OCHRONY KONKURENCJI I KONSUMENTÓW  
Plac Powstańców Warszawy 1  
00-950 Warszawa  
Tel. (22) 55 60 800  
[www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)  
[konsument@uokik.gov.pl](mailto:konsument@uokik.gov.pl)

© Copyright by Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów  
Warszawa 2003

ISBN 83-918399-9-0

Niniejsza publikacja może być w celach niekomercyjnych kopiowana  
w całości lub częściach.

Przygotowanie do druku:

**in blanco**<sup>®</sup>

Druk:



Szanowni Państwo,

z prawdziwą przyjemnością przedstawiam kolejną z serii publikacji konsumenckich Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Tym razem, po broszurze i ulotkach poświęconych różnym aspektom usług bankowych, oddajemy w Państwa ręce pozycję przekrojową – swoiste kompendium wiedzy o prawach przysługujących konsumentom.

Z każdym rokiem poziom ochrony prawnej konsumentów w Polsce podnosi się. Jest to pozytywnym skutkiem nie tylko zwiększającej się dojrzałości rynku i podmiotów na nim funkcjonujących, lecz w dużej mierze również działań UOKiK. Wciąż jednak na konsumentów czyha wiele pułapek, wciąż to oni pozostają słabszymi uczestnikami rynku. Dzieje się tak również dlatego, że znajomość praw przysługujących nam jako konsumentom i obowiązków, jakie mają względem nas przedsiębiorcy, nie jest jeszcze powszechna. Sądzę, że przyczynkiem do zmiany tej sytuacji będzie między innymi *Vademecum konsumenta*.

Publikacja niniejsza, przygotowana w biurze Miejskiego Rzecznika Konsumentów w Poznaniu, oparta jest nie tylko na wiedzy prawniczej, lecz również na wieloletniej praktyce doradzania konsumentom i pomocy w rozwiązywaniu ich problemów. Stąd też bierze się wartość *Vademecum* – jako pomocy w sporach z nierzetelnym fachowcem, wymianie towaru niezgodnego z umową, kontaktach z biurem podróży, zakupach przez internet i wielu innych sytuacjach dnia codziennego. Natomiast w dłuższym okresie przyczyni się – z jednej strony – do wzrostu świadomości praw przysługujących konsumentom, z drugiej zaś – do poprawy jakości towarów i usług na rynku.

dr Cezary Banasiński  
Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów

## Spis treści

<b>§ 1.</b>	Instytucje publiczne i organizacje społeczne ochrony konsumenta	___	6
<b>§ 2.</b>	Szczególne warunki sprzedaży konsumenckiej	___	8
<b>§ 3.</b>	Odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową (postępowanie reklamacyjne)	___	9
<b>§ 4.</b>	Gwarancja	___	12
<b>§ 5.</b>	Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa	___	12
<b>§ 6.</b>	Umowy zawierane na odległość	___	13
<b>§ 7.</b>	Usługi turystyczne	___	15
<b>§ 8.</b>	Umowy o korzystaniu z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku ( <i>timesharing</i> )	___	20
<b>§ 9.</b>	Umowa o kredyt konsumencki	___	22
<b>§ 10.</b>	Kłopoty z fachowcem	___	24
<b>§ 11.</b>	Konsumenckie pułapki, czyli o wykorzystywaniu niewiedzy konsumenta	___	26
<b>Dodatek A.</b>	Wzór zgłoszenia reklamacyjnego	___	28
<b>Dodatek B.</b>	Przydatne adresy i telefony	___	29

## § I. Instytucje publiczne i organizacje społeczne ochrony konsumenta

Ochrona konsumenta jest w naszym kraju zadaniem wielu instytucji. W powszechnej świadomości utrwalił się wizerunek Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, rzecznika konsumentów, Federacji Konsumentów, Inspekcji Handlowej czy sądu polubownego. Każda z tych instytucji, realizując właściwe tylko dla siebie zadania, ma do spełnienia doniosłą rolę w zakresie ochrony praw konsumenta. Wszystkie, realizując częściowe zadania w tym zakresie, wzajemnie się uzupełniają i tworzą spójny system zapewniający konsumentowi ochronę prawną. Zasadnicze znaczenie mają: **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów** (instytucja rządowa zajmująca się ochroną konsumenta zbiorowego) wraz z **Inspekcją Handlową, powiatowi (miejscy) rzecznicy konsumentów** (instytucja samorządowa zajmująca się ochroną konsumenta indywidualnego) oraz **organizacje społeczne** (na przykład Federacja Konsumentów zajmująca się zarówno pomocą konsumentowi indywidualnemu, jak i działaniami lobbystycznymi na rzecz zbiorowości konsumentów, czy Stowarzyszenie Konsumentów Polskich). Poza tym można tu wymienić jeszcze instytucje powołane do ochrony konsumenta w wąskim, specjalistycznym zakresie. Rolę taką pełnią: **Rzecznik Ubezpieczonych, Arbiter Bankowy, Prezes Urzędu Regulacji Energetyki**.

Poniżej przedstawiona zostanie krótka charakterystyka wszystkich instytucji, ze szczególnym wskazaniem zadań z zakresu ochrony praw konsumenta.

Centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów jest **Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów**. W zakres jego działań wchodzi:

- 1) sprawowanie kontroli nad przedsiębiorcami w zakresie przestrzegania przez nich przepisów ustawy,
- 2) wydawanie, w przypadkach określonych ustawą, decyzji w sprawach przeciwdziałania praktykom ograniczającym konkurencję, w sprawach koncentracji lub podziału przedsiębiorców oraz przeciwdziałania praktykom naruszającym zbiorowe interesy konsumentów, a także decyzji w sprawach kar pieniężnych,
- 3) przygotowywanie projektów rządowej polityki konsumenckiej,
- 4) opracowywanie i przedkładanie Radzie Ministrów projektów aktów prawnych dotyczących ochrony interesów konsumentów,
- 5) opiniowanie projektów aktów prawnych dotyczących ochrony interesów konsumentów,
- 6) występowanie do przedsiębiorców i związków przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- 7) podejmowanie czynności wynikających z przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji,
- 8) występowanie do wyspecjalizowanych jednostek i odpowiednich organów kontroli państwowej o wykonanie badań przestrzegania praw konsumentów,
- 9) nadzór nad ogólnym bezpieczeństwem produktów przeznaczonych dla konsumentów w zakresie wynikającym z przepisów o ogólnym bezpieczeństwie produktów,
- 10) inicjowanie badań towarów i usług, wykonywanych przez organizacje konsumenckie,
- 11) opracowywanie i wydawanie publikacji oraz programów edukacyjnych popularyzujących wiedzę o prawach konsumentów,

- 12) gromadzenie i upowszechnianie orzecznictwa w sprawach z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów.

Prezesowi Urzędu podlega **Inspekcja Handlowa**, która jest wyspecjalizowanym organem kontroli powołanym do ochrony interesów i praw konsumentów oraz interesów gospodarczych państwa. Do zadań Inspekcji należy w szczególności:

- 1) kontrola legalności i rzetelności działania przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w rozumieniu przepisów odrębnych w zakresie produkcji, handlu i usług,
- 2) kontrola produktów wprowadzonych do obrotu w zakresie zgodności z zasadniczymi wymaganiami określonymi w przepisach odrębnych z wyłączeniem produktów podlegających nadzorowi innych właściwych organów,
- 3) kontrola produktów znajdujących się lub przeznaczonych do obrotu handlowego, między innymi w zakresie oznakowań i zafałszowań oraz kontrola usług,
- 4) podejmowanie mediacji w celu ochrony interesów i praw konsumentów,
- 5) organizowanie i prowadzenie stałych polubownych sądów konsumenckich,
- 6) prowadzenie poradnictwa konsumenckiego.

Zadania samorządu powiatowego w zakresie ochrony praw konsumentów wykonuje natomiast **powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów**. Do jego zadań w szczególności należy:

- 1) zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- 2) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- 3) prowadzenie edukacji konsumenckiej.

Do zadań rzecznika należy również współdziałanie z właściwymi miejscowo delegatami Urzędu, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi, składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów oraz wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub w przepisach odrębnych.

W zakresie realizacji swoich zadań rzecznik może również wytaczać powództwa sądowe na rzecz konsumentów oraz wstępować (za ich zgodą) do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów.

Rzecznik konsumentów jest instytucją samorządową o charakterze doradczym dla indywidualnego konsumenta. Nie mając uprawnień do wydawania nakazów, zakazów, nakładania kar i grzywien na przedsiębiorców, rzecznik może służyć konsumentowi przede wszystkim bezpłatną, fachową poradą prawną, a w celu wyegzekwowania należnych konsumentowi świadczeń wykorzystać uprawnienia procesowe.

Zadania w zakresie ochrony praw konsumentów mogą być również realizowane przez **organizacje konsumenckie**. Reprezentują one interesy konsumentów wobec organów administracji rządowej i samorządowej i mogą uczestniczyć w realizacji rządowej polityki konsumenckiej. Organizacje konsumenckie mają w szczególności prawo do:

- 1) wyrażania opinii o projektach aktów prawnych i innych dokumentów dotyczących praw i interesów konsumentów,
- 2) opracowywania i upowszechniania konsumenckich programów edukacyjnych,
- 3) wykonywania testów produktów i usług oraz publikowania ich wyników,

- 4) wydawania czasopism, opracowań badawczych, broszur i ulotek,
- 5) prowadzenia nieodpłatnego poradnictwa konsumenckiego oraz udzielania nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń,
- 6) udziału w pracach normalizacyjnych,
- 7) realizowania zadań państwowych w dziedzinie ochrony konsumentów zleczanych przez organy administracji rządowej i samorządowej,
- 8) ubiegania się o dotacje ze środków publicznych na realizację zadań.

Szczególną rolę w zakresie ochrony konsumentów-klientów banków należy przypisać niedawno utworzonej instytucji **Arbitra Bankowego**. Do jego zadań należy rozstrzyganie sporów pomiędzy konsumentami a bankami - członkami Związku Banków Polskich w zakresie roszczeń pieniężnych z tytułu niewykonania lub nienależytego wykonania przez bank czynności bankowych lub innych czynności na rzecz konsumenta, których wartość nie jest wyższa niż 8000 zł. Postępowanie przed arbitrem bankowym jest płatne (obecnie 50 zł). Orzeczenia arbitra bankowego są wiążące dla banku. Jeżeli natomiast konsument nie będzie usatysfakcjonowany, może dochodzić dalej swoich praw przed sądem powszechnym.

Interesy ubezpieczonych - uprawnionych z umów ubezpieczenia oraz członków funduszy emerytalnych i uczestników pracowniczych programów emerytalnych reprezentuje **Rzecznik Ubezpieczonych**. Do jego zadań należy w szczególności:

- 1) reprezentowanie i ochrona konsumenckich interesów ubezpieczonych i uprawnionych z umów ubezpieczenia,
- 2) reprezentowanie i ochrona interesów członków otwartych funduszy emerytalnych,
- 3) reprezentowanie i ochrona interesów uczestników pracowniczych programów emerytalnych,
- 4) opiniowanie projektów aktów prawnych dotyczących ubezpieczeń, funduszy emerytalnych i pracowniczych programów emerytalnych,
- 5) informowanie organu nadzoru o dostrzeżonych nieprawidłowościach w działalności zakładów ubezpieczeń, funduszy emerytalnych i pracowniczych programów emerytalnych,
- 6) inicjowanie i prowadzenie działalności edukacyjno-informacyjnej w zakresie ubezpieczeń, działalności funduszy emerytalnych oraz funkcjonowania pracowniczych programów emerytalnych.

Zadania z zakresu spraw regulacji gospodarki paliwami i energią oraz promowania konkurencji realizuje **Prezes Urzędu Regulacji Energetyki**. Do jego zadań należy w szczególności:

- 1) udzielanie, odmowa udzielenia, zmiana i cofanie koncesji,
- 2) zatwierdzanie i kontrolowanie taryf paliw gazowych, energii elektrycznej i ciepła,
- 3) kontrolowanie parametrów jakościowych dostaw i obsługi odbiorców w zakresie obrotu paliwami gazowymi i energią elektryczną.

## § 2. Szczególne warunki sprzedaży konsumenckiej

Zasady zawierania umów sprzedaży z konsumentami zostały uregulowane w ustawie z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176). Ustawę stosuje się do dokonywanej w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaży rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu niezwiązanym z działalnością zawodową

lub gospodarczą, a także do umowy dostawy i sprzedaży komisowej oraz odpowiednio do umowy o dzieło.

Ustawy nie stosuje się do sprzedaży energii elektrycznej, gazu i wody, chyba że są sprzedawane w ograniczonej ilości lub w określonej objętości, oraz do sprzedaży egzekucyjnej, a także do sprzedaży dokonywanej w postępowaniu upadłościowym albo innym postępowaniu sądowym.

Ustawa nakłada na sprzedawcę szereg obowiązków względem konsumenta oraz określa zasady postępowania w przypadku sprzedaży towaru wadliwego (niezgodnego z umową).

W miejscu sprzedaży sprzedawca jest zobowiązany:

- 1) podać do wiadomości kupującego cenę oferowanego towaru konsumpcyjnego oraz jego cenę jednostkową (cenę za jednostkę miary), chyba że wyrażają się one tą samą kwotą. Przy sprzedaży towaru konsumpcyjnego oferowanego luzem jest wymagane podanie jedynie ceny jednostkowej. Taki sam sposób podawania cen powinien być stosowany w reklamie,
- 2) przy sprzedaży na raty, na przedpłaty, na zamówienie, według wzoru lub na próbę oraz sprzedaży za cenę powyżej dwóch tysięcy złotych potwierdzić na piśmie wszystkie istotne postanowienia zawartej umowy,
- 3) na żądanie kupującego wydać pisemne potwierdzenie zawarcia umowy, zawierające oznaczenie sprzedawcy z jego adresem, datę sprzedaży oraz określenie towaru konsumpcyjnego, jego ilość i cenę,
- 4) udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji w języku polskim, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego. W szczególności należy podać: nazwę towaru, określenie producenta lub importera i kraj pochodzenia towaru, znaki bezpieczeństwa i zgodności wymagane przez odrębne przepisy, informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej oraz, stosownie do rodzaju towaru, określenie jego energochłonności, a także inne dane wskazane w odrębnych przepisach. Wskazane informacje powinny znajdować się na towarze konsumpcyjnym lub być z nim trwale połączone,
- 5) zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki techniczno-organizacyjne umożliwiające dokonanie wyboru towaru konsumpcyjnego i sprawdzenie jego jakości, kompletności oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów,
- 6) na żądanie kupującego wyjaśnić znaczenie poszczególnych postanowień umowy,
- 7) wydać kupującemu wraz z towarem konsumpcyjnym wszystkie elementy jego wyposażenia oraz sporządzone w języku polskim instrukcje obsługi, konserwacji i inne dokumenty wymagane przez odrębne przepisy,
- 8) ustosunkować się do żądania konsumenta, dotyczącego niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, w terminie 14 dni od zgłoszenia, pod rygorem uznania żądania za w pełni uzasadnione.

## § 3. Odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową (postępowanie reklamacyjne)

Odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową jest całkowicie nową instytucją prawną. Uregulowana została w ustawie z dnia 27 lipca

2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176). Instytucja ta zastąpiła dotychczasową odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi. Zmienione zostały przesłanki odpowiedzialności (zamiast wady fizycznej występuje niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową), okres trwania odpowiedzialności, uprawnienia konsumenta oraz reguły dowodowe. Z odpowiedzialnością sprzedawcy mamy do czynienia, gdy zakupiony przez nas towar konsumpcyjny okaże się niezgodny z umową. Przez pojęcie towaru konsumpcyjnego rozumie się rzeczy ruchome nabyte przez osobę fizyczną w celu niezwiązanym z działalnością gospodarczą lub zawodową. W rozumieniu ustawy towarem konsumpcyjnym nie jest energia elektryczna, gaz i woda, chyba że są sprzedawane w ograniczonej ilości lub w określonej objętości. Przepisów ustawy nie stosuje się również do sprzedaży egzekucyjnej oraz sprzedaży dokonywanej w postępowaniu upadłościowym lub innym postępowaniu sądowym. Odpowiedzialność sprzedawcy dotyczy natomiast rzeczy zarówno nowych, jak i używanych.

Kluczowym pojęciem dla określenia odpowiedzialności sprzedawcy jest niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową. Chodzi tu nie tylko o usterki fizyczne rzeczy, ale również brak cech właściwych dla towarów tego rodzaju czy brak właściwości, o których istnieniu konsument był zapewniany.

Z prawnego punktu widzenia zgodność towaru z umową oznacza, że:

- 1) towar nadaje się do celu, do jakiego jest zwykle używany,
- 2) jego właściwości odpowiadają właściwościom cechującym towar tego rodzaju,
- 3) towar odpowiada oczekiwaniom dotyczącym towaru tego rodzaju, opartym na składanych publicznie zapewnieniach sprzedawcy, producenta lub jego przedstawiciela (w szczególności uwzględnia się zapewnienia wyrażone w oznakowaniu towaru lub reklamie, odnoszące się do właściwości towaru, w tym także terminu, w jakim towar ma je zachować). Na równi z zapewnieniem producenta traktuje się zapewnienie osoby, która wprowadza towar konsumpcyjny do obrotu krajowego w zakresie działalności swojego przedsiębiorstwa oraz osoby, która podaje się za producenta przez umieszczenie na towarze swojej nazwy, znaku towarowego lub innego oznaczenia odróżniającego. Sprzedawca nie jest związany takim zapewnieniem jedynie wtedy, gdy wykaze, że zapewnienia takiego nie znał ani, oceniając rozsądnie, znać nie mógł, albo że treść takiego zapewnienia sprostowano przed zawarciem umowy.

W przypadku indywidualnego uzgadniania właściwości, towar jest zgodny z umową, gdy odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub ma cechy okazanej kupującemu próbki czy wzoru, a także gdy nadaje się do celu określonego przez kupującego przy zawarciu umowy, chyba że sprzedawca zgłosił zastrzeżenia co do takiego przez naczynia towaru. Brak którejkolwiek ze wskazanych wyżej cech (właściwości) oznacza, że towar jest niezgodny z umową i rodzi po stronie sprzedawcy odpowiedzialność względem kupującego. Ustawa poszerza pojęcie niezgodności towaru z umową również na przypadki nieprawidłowości w zamontowaniu lub uruchomieniu towaru, jeżeli czynności te zostały wykonane przez osobę, za którą ponosi odpowiedzialność sprzedawca albo przez kupującego według instrukcji otrzymanej przy sprzedaży. Sprzedawca ponosi odpowiedzialność za niezgodność towaru z umową tylko wtedy, gdy niezgodność ta występowała w chwili wydania towaru. Jednocześnie ustawa wprowadza bardzo korzystne dla konsumenta domniemanie prawne. W przypadku stwierdzenia niezgodności towaru przed upływem sześciu miesięcy od wydania

towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania towaru. Konstrukcja ta odwraca ogólne reguły dowodowe. W przypadku ujawnienia niezgodności we wskazanym terminie, to sprzedawca pod rygorem przegrania sprawy będzie musiał wykazać, iż towar był zgodny z umową. Po upływie sześciu miesięcy ciężar udowodnienia faktu niezgodności towaru z umową będzie spoczywał na konsumentach. Odpowiedzialność sprzedawcy za niezgodność towaru z umową nie ma miejsca jedynie wtedy, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział lub, oceniając rozsądnie, powinien był wiedzieć. Sprzedawca odpowiada za niezgodność towaru z umową w przypadku stwierdzenia jej przez konsumenta przed upływem dwóch lat od wydania towaru (w przypadku rzeczy używanych okres ten może być przez strony skrócony, ale nie może być krótszy niż jeden rok). Podstawowym warunkiem dochodzenia odpowiedzialności jest zawiadomienie sprzedawcy o stwierdzeniu takiej niezgodności w terminie dwóch miesięcy. Niedopełnienie tej powinności powoduje utratę uprawnień konsumenta. Na wytoczenie powództwa przed sądem konsument ma rok od zawiadomienia sprzedawcy o niezgodności. Termin ten nie może być jednak krótszy niż dwa lata od wydania towaru. Zatem jeśli kupujący wykryje niezgodność towaru z umową w terminie trzech miesięcy od dnia jego wydania, to na zgłoszenie żądania i skierowanie powództwa do sądu ma 21 miesięcy. Jeżeli natomiast stwierdzi niezgodność po 23 miesiącach od wydania towaru, swoje roszczenie musi zgłosić w terminie jednego roku. W przypadku wystąpienia niezgodności towaru z umową konsument może domagać się od sprzedawcy doprowadzenia towaru konsumpcyjnego do stanu zgodnego z umową przez nieodpłatną naprawę albo wymianę na nowy (nieodpłatność naprawy i wymiany oznacza, że sprzedawca ma również obowiązek zwrotu kosztów poniesionych przez kupującego, w szczególności kosztów demontażu, dostarczenia, robocizny, materiałów oraz ponownego zamontowania i uruchomienia). Prawo wyboru między naprawą a wymianą rzeczy przysługuje konsumentowi i jest wiążące dla sprzedawcy. W szczególnych przypadkach konsument może od umowy odstąpić lub żądać obniżenia ceny. Ma to miejsce, gdy:

- 1) naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów (przy ocenie nadmierności kosztów uwzględnia się wartość towaru zgodnego z umową oraz rodzaj i stopień stwierdzonej niezgodności, a także bierze się pod uwagę niedogodności, na jakie naraziłby kupującego taki sposób zaspokojenia),
- 2) sprzedawca nie zdoła naprawić albo wymienić rzeczy w odpowiednim czasie (przy określeniu odpowiedniego czasu naprawy lub wymiany uwzględnia się rodzaj towaru i cel jego nabycia),
- 3) naprawa albo wymiana narażałyby kupującego na znaczne niedogodności.

Sprzedawca ma obowiązek ustosunkować się do żądania konsumenta w terminie 14 dni. Jeżeli nie uczyni tego, uważa się, że uznał roszczenia konsumenta za uzasadnione. Zasad określonych wyżej nie można wyłączyć ani ograniczyć w drodze umowy zawartej przed zawiadomieniem sprzedawcy o niezgodności towaru z umową. W szczególności nie można tego dokonać przez oświadczenie kupującego, że wie o wszelkich niezgodnościach towaru z umową lub przez wybór prawa obcego. W przypadku zaspokojenia roszczeń wynikających z niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową, sprzedawca może dochodzić odszkodowania od któregośkolwiek z poprzednich sprzedawców, jeżeli wskutek jego działania lub zaniechania towar był niezgodny z umową sprzedaży konsumenckiej. Do odpowiedzialności odszkodowawczej stosuje się przepisy kodeksu cywilnego o skutkach niewykonania zobowiązań.



## § 4. Gwarancja

Gwarancja, obok instytucji niezgodności towaru z umową, jest drugim narzędziem umożliwiającym konsumentowi dochodzenie odpowiedzialności w przypadku ujawnienia wady w nabytej rzeczy. Jednak, w odróżnieniu od niezgodności towaru z umową, jest instytucją umowną. Gwarancji może udzielić sprzedawca lub producent rzeczy. Udzielenie gwarancji następuje przez oświadczenie gwaranta, zamieszczone w dokumencie gwarancyjnym lub reklamie, odnoszące się do towaru konsumpcyjnego. Oświadczenie to określa obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego w przypadku, gdy właściwość sprzedanego towaru nie odpowiada właściwości wskazanej w tym oświadczeniu. Nie uważa się za gwarancję oświadczenia, które nie kształtuje obowiązków gwaranta.

Sprzedawca udzielający gwarancji wydaje kupującemu wraz z towarem dokument gwarancyjny. Sprzedawca powinien także sprawdzić zgodność znajdujących się na towarze oznaczeń z danymi zawartymi w dokumencie gwarancyjnym oraz stan plomb i innych umieszczonych na towarze zabezpieczeń.

W dokumencie gwarancyjnym należy zamieścić podstawowe dane potrzebne do dochodzenia roszczeń z gwarancji, w szczególności nazwę i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Rzeczypospolitej Polskiej, czas trwania i terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej. Ponadto powinno być w nim zawarte stwierdzenie, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową.

Z mocy ustawy udzielenie gwarancji następuje bez wniesienia odrębnej opłaty przez kupującego.

## § 5. Umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa

Odwiedziny akwizytora w domu, miejscu pracy, nagabywanie na ulicy, publiczne prezentacje, spotkania promocyjne czy atrakcyjne finansowo wyjazdy połączone z możliwością dokonania zakupu, są coraz częściej stosowaną techniką sprzedaży. Zwykle jesteśmy zaskoczeni, nie mamy możliwości zastanowienia się co do potrzeby zakupu określonego dobra, porównania oferty rynkowej, a czasami brak nam asertywności, aby stanowczo odmówić. W wielu przypadkach nawet nie wiemy, kto z prawnego punktu widzenia jest sprzedawcą, a wobec tego do kogo kierować swoje roszczenia. Nierówne szanse w takiej rozgrywce, a co za tym idzie konieczność wzmocnienia pozycji prawnej konsumenta, stworzyły potrzebę ustawowej regulacji takiej metody zawierania umów. Zostały one określone w ustawie z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271). Ustawy nie stosuje się do umów:

- 1) sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do miejsca zamieszkania konsumenta,
- 2) powszechnie zawieranych w drobnych bieżących sprawach życia codziennego, o wartości przedmiotu umowy do równowartości 10 EUR,
- 3) o prace budowlane,
- 4) dotyczących nieruchomości, z wyłączeniem usług remontowych,
- 5) ubezpieczenia, w tym o członkostwo w otwartych funduszach emerytalnych, oraz reasekuracji,
- 6) dotyczących papierów wartościowych oraz jednostek uczestnictwa w funduszach powierniczych i inwestycyjnych.

Na mocy ustawy przedsiębiorca przed zawarciem umowy jest zobowiązany:

- 1) okazać dokument potwierdzający prowadzenie działalności gospodarczej oraz dokument tożsamości. W przypadku zawierania umów w imieniu przedsiębiorcy, zawierający umowę okazuje dokument potwierdzający swoje umocowanie,
- 2) poinformować konsumenta na piśmie o prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni i wręczyć wzór oświadczenia o odstąpieniu, z oznaczeniem swojego imienia i nazwiska (nazwy) oraz adresem zamieszkania (siedziby),
- 3) wręczyć konsumentowi pisemne potwierdzenie zawarcia umowy, stwierdzające jej datę i rodzaj oraz przedmiot świadczenia i cenę.

Konsument został wyposażony w jedno nadzwyczajne uprawnienie – przysługuje mu prawo odstąpienia od zawartej umowy w terminie 10 dni. Termin ten ulega wydłużeniu do trzech miesięcy w przypadku niepoinformowania o takim uprawnieniu konsumenta. W celu skorzystania z tego uprawnienia konsument musi złożyć oświadczenie na piśmie.

Niedopuszczalne jest zastrzeżenie, iż odstąpienie od umowy może nastąpić za zapłatą oznaczonej sumy (odstępnego).

W przypadku ujawnienia niezgodności towaru z umową (wadliwości) sprzedawca ponosi odpowiedzialność na zasadach określonych w § 3.

## § 6. Umowy zawierane na odległość

Szczególny reżim prawny dotyczy umów zawieranych bez jednoczesnej obecności obu stron. Najczęściej wykorzystywane są tu środki porozumiewania się na odległość, w szczególności: formularz zamówienia zaadresowanego lub niezaadresowanego, list seryjny, reklama prasowa z wydrukowanym formularzem zamówienia, katalog, telefon, radio, telewizja, automatyczne urządzenie wywołujące, wizjofon, wideotekst, poczta elektroniczna, internet, telefaks. Umowy takie uregulowane są w ustawie z 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. Nr 22, poz. 271).

Przepisów o umowach zawieranych na odległość nie stosuje się do umów:

- 1) z wykorzystaniem automatów sprzedających,
- 2) z wykorzystaniem innych automatów umieszczonych w miejscach prowadzenia handlu,
- 3) dotyczących inwestycji kapitałowych,
- 4) ubezpieczenia, w tym o członkostwo w otwartych funduszach emerytalnych, oraz reasekuracji,
- 5) związanych z wykonywaniem czynności bankowych oraz czynności dokonywanych przez spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe,
- 6) rent,
- 7) dotyczących terminowych operacji finansowych i opcji,
- 8) zawartych z operatorami telekomunikacji przy wykorzystaniu publicznych automatów telefonicznych,
- 9) dotyczących nieruchomości (z wyjątkiem najmu),
- 10) sprzedaży z licytacji.

W ograniczonym zakresie ustawę stosuje się do:

- 1) sprzedaży artykułów spożywczych dostarczanych okresowo przez sprzedawcę do mieszkania lub miejsca pracy konsumenta,



- 2) świadczenia, w ściśle oznaczonym okresie, usług w zakresie zakwaterowania, transportu, rozrywek, gastronomii.

Zgodnie z przepisami przedsiębiorca jest zobowiązany:

- 1) uzyskać zgodę konsumenta na posłużenie się wizjonem, telefaksem, pocztą elektroniczną, automatycznym urządzeniem wywołującym i telefonem w celu złożenia propozycji zawarcia umowy,
- 2) poinformować konsumenta, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o:
  - imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował już działalność gospodarczą, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany,
  - istotnych właściwościach świadczenia i jego przedmiotu,
  - cenie lub wynagrodzeniu, obejmujących wszystkie składniki, a w szczególności o cłach i podatkach,
  - zasadach zapłaty ceny lub wynagrodzenia,
  - kosztach oraz terminie i sposobie dostawy,
  - prawie odstąpienia od umowy w terminie 10 dni, ze wskazaniem wyjątków, w których uprawnienie takie konsumentowi 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 bądź wynagrodzeniu mają charakter wiążący,
  - minimalnym okresie, na jaki ma być zawarta umowa o świadczenie ciągle lub okresowe,
  - miejscu i sposobie składania reklamacji,
  - prawie wypowiedzenia umowy z zachowaniem terminu miesięcznego, jeżeli czas trwania umowy nie jest oznaczony (informacje te powinny być sformułowane jednoznacznie, w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania),
- 3) potwierdzić na piśmie wymienione wyżej informacje najpóźniej w momencie rozpoczęcia pełnienia świadczenia,
- 4) o ile strony nie umówiły się inaczej, przedsiębiorca powinien wykonać umowę zawartą na odległość najpóźniej w terminie 30 dni po złożeniu przez konsumenta oświadczenia woli o zawarciu umowy. Jeżeli przedsiębiorca nie może świadczenia spełnić, ponieważ przedmiot świadczenia nie jest dostępny, powinien niezwłocznie, najpóźniej jednak w terminie 30 dni od zawarcia umowy, zawiadomić o tym konsumenta i zwrócić całą otrzymaną od niego sumę.

W przypadku, gdy przedsiębiorca nie może wykonać zobowiązania z powodu choćby przejściowych kłopotów, może – o ile zawarto takie zastrzeżenie w umowie – zwolnić się z zobowiązania wobec klienta, spełniając świadczenie zastępcze, odpowiadające tej samej jakości i przeznaczeniu oraz za tę samą cenę lub wynagrodzenie. Musi jednak poinformować klienta na piśmie o jego prawie do nieprzyjęcia świadczenia i odstąpienia od umowy ze zwrotem rzeczy na koszt przedsiębiorcy.

Z drugiej strony konsument uprawniony jest do:

- 1) odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od dnia wydania rzeczy. W tym celu konsument powinien złożyć stosowne oświadczenie na piśmie. W razie braku potwierdzenia przez przedsiębiorcę danych (z art. 9 ust. 2 powyższej ustawy)

dotyczących samego przedsiębiorcy, przedmiotu i właściwości świadczenia, określenia zasad wynagrodzenia, kosztów związanych z zawarciem umowy, wiążących terminów, prawa odstąpienia od umowy oraz reklamacji dotyczącej świadczenia, konsument może w ciągu 3 miesięcy od dnia wydania rzeczy/ świadczenia/usługi odstąpić od umowy z przedsiębiorcą. Termin ten ulegnie skróceniu do 10 dni w przypadku otrzymania powyższego potwierdzenia przez konsumenta,

- 2) żądania unieważnienia na koszt przedsiębiorcy zapłaty dokonanej kartą płatniczą w przypadku niewłaściwego jej wykorzystania w czasie wykonywania umowy zawartej na odległość.

Zakazane jest:

- 1) nakładanie na konsumenta obowiązku zapłaty ceny lub wynagrodzenia przed otrzymaniem świadczenia,
- 2) zastrzeżenie, że konsumentowi wolno odstąpić od umowy za zapłatą oznaczonej sumy (odstępne).

W przypadku ujawnienia się niezgodności towaru z umową (wadliwości) sprzedawca ponosi odpowiedzialność na zasadach określonych w § 3.

## § 7. Usługi turystyczne

Marzenia o niezapomnianych wakacjach w rzeczywistości mogą zamienić się w koszmar na jawie. Kamienista plaża, obniżony standard hotelu, zepsuta klimatyzacja czy brak innych atrakcji (na przykład basenu na terenie ośrodka) przewidzianych w pięknie wydany folderze biura podróży może praktycznie spotkać każdego z nas. Korzystanie z ofert turystycznych z natury rzeczy przypomina kupowanie „kota w worku” – najpierw płacimy, a na miejscu okazuje się, co kupiliśmy. W celu złagodzenia ryzyka takiej transakcji, ustawodawca określił, jakie szczególne obowiązki spoczywają na organizatorze turystyki, czego robić mu nie wolno, o czym konsument powinien być poinformowany i jakie mu przysługują uprawnienia. Zasady te zostały określone w ustawie z 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych (tekst jednolity Dz.U. Nr 55, poz. 578).

Szczególną wagę ustawodawca przywiązał do obowiązku informowania konsumenta. Ustawa precyzyjnie określa, jakie informacje (i kiedy) powinny zostać przekazane konsumentowi. Broszury, foldery i katalogi powinny zawierać zrozumiałą i niewprowadzającą w błąd informację o:

- 1) cenie imprezy turystycznej lub usługi turystycznej (ewentualnie określać sposób jej ustalenia),
- 2) miejscu pobytu lub trasie imprezy,
- 3) rodzaju, klasie, kategorii lub charakterystyce środka transportu,
- 4) położeniu, rodzaju i kategorii obiektu zakwaterowania, zgodnie z przepisami kraju pobytu,
- 5) ilości i rodzaju posiłków,
- 6) programie zwiedzania i atrakcjach turystycznych,
- 7) obowiązujących przepisach paszportowych, wizowych i sanitarnych oraz o wymaganiach zdrowotnych dotyczących udziału w imprezie turystycznej.

Przed zawarciem umowy, to jest na etapie, gdy konsument podejmuje decyzję, co do zawarcia umowy, organizator turystyki jest zobowiązany poinformować konsumenta o:

- 1) przepisach paszportowych, wizowych i sanitarnych, w szczególności o terminach oczekiwania na wydanie paszportu i wize oraz o wymaganiach zdrowotnych dotyczących udziału w imprezie turystycznej,
- 2) możliwości zawarcia umowy ubezpieczenia od kosztów rezygnacji z udziału w imprezie turystycznej, o zakresie ubezpieczenia od następstw nieszczęśliwych wypadków oraz kosztów leczenia,
- 3) szczególnych zagrożeniach życia i zdrowia na odwiedzanych obszarach oraz o możliwości ubezpieczenia z tym związanego. Dotyczy to także zagrożeń powstałych po zawarciu umowy.

Umowa powinna zawierać wyczerpujące informacje na temat wycieczki:

- 1) organizatora turystyki i numer jego zezwolenia oraz imię i nazwisko osoby, która w jego imieniu umowę podpisała,
  - 2) miejsce pobytu lub trasę wycieczki,
  - 3) czas trwania imprezy turystycznej,
  - 4) program imprezy turystycznej obejmujący rodzaj, jakość i terminy oferowanych usług, w tym:
    - rodzaj, charakter i kategorię środka transportu oraz datę, godzinę, miejsce wyjazdu i planowanego powrotu,
    - położenie, rodzaj i kategorię obiektu hotelowego zgodnie z przepisami kraju pobytu lub opis wyposażenia obiektów niezaliczanych do rodzajów i kategorii,
    - ilość i rodzaj posiłków,
    - program zwiedzania i inne usługi wliczone w cenę imprezy turystycznej,
  - 5) cenę imprezy turystycznej, wraz z wyszczególnieniem wszelkich koniecznych należności, podatków i opłat, jeżeli nie są one zawarte w cenie, oraz wyraźne sformułowanie okoliczności, które mogą spowodować podwyższenie ceny zgodnie z art. 17,
  - 6) sposób zapłaty,
  - 7) rodzaj i zakres ubezpieczenia turystów oraz nazwę i adres ubezpieczyciela,
  - 8) termin powiadomienia klienta na piśmie o ewentualnym odwołaniu imprezy lub usługi turystycznej z powodu niewystarczającej liczby zgłoszeń (jeżeli realizacja usług jest uzależniona od liczby zgłoszeń),
  - 9) termin zawiadomienia o przeniesieniu uprawnień i przejęciu obowiązków, o którym mowa w art. 16 ust. 2,
  - 10) sposób zgłaszania reklamacji związanych z wykonywaniem usług przez organizatora turystyki lub osobę z nim współpracującą wraz z podaniem terminu zgłaszania takich reklamacji,
  - 11) wymagania specjalne, o których klient powiadomił organizatora turystyki lub pośrednika turystycznego, na które obie strony umowy wyraziły zgodę,
  - 12) podstawy prawne umowy i konsekwencje prawne wynikające z umowy.
- Przed rozpoczęciem imprezy organizator turystyki jest zobowiązany dodatkowo poinformować konsumenta i podać:
- nazwisko lub nazwę lokalnego przedstawiciela organizatora turystyki (lub innej instytucji), do którego klient może zwracać się w razie trudności, a także jego adres i numer telefonu,

- w odniesieniu do imprez turystycznych dla dzieci – informację o możliwości bezpośredniego kontaktu z dzieckiem lub osobą odpowiedzialną w miejscu pobytu dziecka,
- planowany czas przejazdu, miejsca i czas trwania postojów,
- szczegółowe informacje dotyczące połączeń komunikacyjnych oraz miejsca, jakie klient będzie zajmował w środku transportu, w szczególności kabiny na statku lub przedziału sypialnego w pociągu.

Organizator jest zobowiązany niezwłocznie powiadomić klienta, jeżeli przed rozpoczęciem imprezy turystycznej, z przyczyn niezależnych od niego, jest zmuszony zmienić istotne warunki umowy z klientem. W takiej sytuacji klient powinien niezwłocznie poinformować organizatora, czy przyjmuje proponowaną zmianę umowy, czy odstępuje od umowy ze zwrotem wszystkich wniesionych świadczeń i bez obowiązku zapłaty kary umownej.

W szczególności sposób uregulowane zostały zasady oznaczania i zmiany ceny. Przede wszystkim cena powinna być wskazana już w folderze, katalogu, broszurze, itp. Jeżeli jest to niemożliwe, to w materiałach tych powinna znaleźć się informacja o sposobie ustalenia ceny. Ostatecznie w sposób jasny i zrozumiały cena powinna zostać określona w umowie. Przy oznaczeniu ceny umowa powinna również zawierać informację o wszelkich koniecznych należnościach, podatkach i opłatach, jeżeli nie są zawarte w cenie. Umowa powinna również w sposób wyraźny precyzować okoliczności podwyższenia ceny.

Cena ustalona w umowie nie może być w zasadzie podwyższona. Wyjątek dotyczy:

- 1) wzrostu kosztów transportu,
- 2) wzrostu opłat urzędowych, podatków lub opłat należnych za takie usługi, jak lotniskowe, załadunkowe lub przeładunkowe w portach morskich i lotniczych,
- 3) wzrostu kursów walut.

Bez względu na okoliczności w okresie 20 dni przed datą wyjazdu cena ustalona w umowie nie może być podwyższona.

Organizator turystyki odpowiada za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy o świadczenie usług turystycznych. W umowie odpowiedzialność ta może zostać ograniczona do dwukrotności ceny imprezy turystycznej względem każdego klienta. W przypadku stwierdzenia nieprawidłowości (na przykład zakwaterowania w hotelu o niższym standardzie) konsument jest zobowiązany zawiadomić o tym wykonawcę usługi lub organizatora w sposób określony w umowie, a następnie może dochodzić odpowiedzialności z tytułu nienależytego wykonania zobowiązania. Obowiązujące przepisy nie określają niestety precyzyjnie wysokości odszkodowania, jakiego może dochodzić konsument. Przy określeniu wielkości roszczenia konsument może pomocniczo skorzystać z tzw. *Tabeli frankfurckiej* \* (jest to dokument opracowany na zlecenie Izby Cywilnej Sądu Krajowego w Niemczech i coraz częściej stosowany przez biura podróży w Polsce), w której procentowo określono obniżenie ceny za wyszczególnione nieprawidłowości.

\* Więcej informacji na temat *Tabeli frankfurckiej* znajduje się na stronach internetowych: <http://www.reisebueros.at/FrankfurterTabelle1.html>



## Tabela Frankfurcka

Rodzaj usługi	Pozycja wad	Stopa procentowa	Uwagi
I. Nocleg	1) Różnica w odniesieniu do zarezerwowanego obiektu	10 - 25	w zależności od odległości.
	2) Różnica w miejscowym położeniu (odległość od plaży)	5 - 15	
	3) Różnica w sposobie zakwaterowania w zarezerwowanym hotelu (hotel zamiast bungalowów, inne piętro)	5 - 10	
	4) Różnica w rodzaju pokoi: a) 2-os. Zamiast 1-os. b) 3-os. Zamiast 1-os. c) 3-os. Zamiast 2-os. d) 4-os. Zamiast 2-os.	20 25 20 - 25 20 - 30	decyduje to, czy zostały umieszczone razem osoby z tej samej rezerwacji, czy osoby nieznane.
	5) Wady w wyposażeniu pokoju: a) za mała powierzchnia b) brak balkonu c) brak widoku na morze d) brak (własnej) łazienki / WC e) brak (własnego) WC f) brak (własnego) prysznic g) brak klimatyzacji h) brak radia / TV i) zbyt mała liczba mebli j) uszkodzenia (pęknięcia, wilgoć, itp.) k) robactwo	5 - 10 5 - 10 5 - 10 15 - 25 15 10 10 - 20 5 5 - 15 10 - 50 10 - 50	w przypadku potwierdzenia / w zależności od pory roku  w przypadku zgody przy rezerwacji w przypadku potwierdzenia / w zależności od pory roku w przypadku zgody.
	6) Awaria urządzeń zasilających: a) toaleta b) łazienka / bojler ciepłej wody c) awaria prądu / gazu d) woda e) klimatyzacja f) winda	15 15 10 - 20 10 10 - 20 5 - 10	w zależności od pory roku w zależności od piętra.
	7) Obsługa: a) całkowity brak b) złe sprzątanie c) niewystarczająca zmiana pościeli, ręczników	25 10 - 20 5 - 10	
	8) Niedogodności: a) hałas w dzień b) hałas w nocy c) przykre zapachy	5 - 25 10 - 40 5 - 15	
	9) Brak (potwierdzonych) czynników uzdrowiskowych (kąpiele termalne, masaże)	20 - 40	w zależności od rodzaju potwierdzenia projektu (np. urlop uzdrowiskowy).
II. Wyżywienie	1) Całkowity brak	50	
	2) Wady treściowe: a) monotony jadłospis b) niewystarczająca liczba ciepłych posiłków c) zepsute (nie nadające się do spożycia) posiłki.	5 10 20 - 30	
	3) Obsługa: a) samoobsługa (zamiast kelnera) b) długie czasy oczekiwania c) jedzenie zmianowe d) zabrudzone stoły e) zabrudzone naczynia, sztućce	10 - 15 5 - 15 10 5 - 10 10 - 15	
	4) Brak klimatyzacji w stołówce	5 - 10	w przypadku potwierdzenia.

Rodzaj usługi	Pozycja wad	Stopa procentowa	Uwagi
III. Pozostałe	1) Brak basenu lub zabrudzony basen odkryty	10 - 20	w przypadku potwierdzenia.
	2) Brak basenu krytego: a) w przypadku istniejącego basenu odkrytego b) w przypadku braku basenu odkrytego	10 20	w przypadku potwierdzenia o ile korzystanie możliwe jest ze względu na porę roku.
	3) Brak sauny	5	w przypadku potwierdzenia.
	4) Brak kortu tenisowego	5 - 10	w przypadku potwierdzenia.
	5) Brak pola do mini golfa	3 - 5	w przypadku potwierdzenia.
	6) Brak szkoły żeglarskiej, szkoły surfingu, szkoły nurkowania	5 - 10	w przypadku potwierdzenia.
	7) Brak możliwości jazdy konnej	5 - 10	w przypadku potwierdzenia.
	8) Brak opieki nad dziećmi	5 - 10	w przypadku potwierdzenia.
	9) Brak możliwości kąpieli w morzu	10 - 20	w zależności od opisu projektu i przewidywalnych rozbieżności.
	10) Zanieczyszczona plaża	10 - 20	
	11) Brak leżaków plażowych, parasoli przeciwsłonecznych	5 - 10	w przypadku potwierdzenia.
	12) Brak snackbaru lub baru plażowego	0 - 5	w zależności od zastępczych możliwości
	13) Brak plaży dla naturystów	10 - 20	w przypadku potwierdzenia.
	14) Brak restauracji lub supermarketu: a) przy wyżywieniu w hotelu b) przy samodzielnym wyżywieniu c) przy podróżach studyjnych z naukowym przewodnictwem	0 - 5 10 - 20 20 - 30	w przypadku potwierdzenia / w zależności od możliwych rozbieżności w przypadku potwierdzenia.
	15) Brak instytucji rozrywkowych (dyskoteka, klub nocny, kino, animatorzy)	5 - 15	w przypadku potwierdzenia.
	16) Brak butików lub deptaków	0 - 5	w zależności od możliwych rozbieżności.
	17) Brak wycieczek na łód przy podróżach statkiem	20 - 30	udziałowej ceny podróży na dzień wycieczki na łód.
	18) Brak pilota wycieczki: a) zwykła organizacja b) przy wycieczkach ze zwiedzaniem c) przy podróżach studyjnych z naukowym przewodnictwem	0 - 15 10 - 20 20 - 30	w przypadku potwierdzenia.
	19) Strata czasu przez konieczną przeprowadzkę: a) w tym samym hotelu b) do innego hotelu		udziałowa cena podróży za 1/2 dnia za 1 dzień.
IV. Transport	1) Odłot przesunięty w czasie o ponad 4 godziny	5	udziałowej ceny podróży za jeden dzień za każdą kolejną godzinę.
	2) Wady wyposażenia: a) niższa klasa b) znaczna rozbieżność od normalnego stand.	10 - 15 5 - 10	
	3) Obsługa: a) wyżywienie b) brak powszechnej w danej klasie lotu rozrywki (radio, film, itd.)	5 5	
	4) Zamiana środka transportu		udziałowa cena podróży przypadająca na opóźnienie w transporcie.
	5) Brak transferu z lotniska (dworca) do hotelu		koszty zastępczego środka transportu.

## § 8. Umowy o korzystaniu z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku (*timesharing*)

*Timesharing* jest specyficzną usługą turystyczną, która w praktyce stwarza bardzo wiele zagrożeń i niebezpieczeństw dla konsumentów. W związku z tym pojawiła się potrzeba wprowadzenia unormowań ochronnych przez polskiego ustawodawcę. Ustawa z dnia 13 lipca 2000 r. o ochronie nabywców prawa korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku oraz o zmianie ustaw kodeksu cywilnego, kodeksu wykroczeń i ustawy o księgach wieczystych i hipotece (Dz.U. Nr 74, poz. 855) zawiera uregulowania normatywne dotyczące tzw. umowy *timesharingu*. Ustawa określa zasady ochrony nabywcy, który na podstawie umowy zawartej na co najmniej 3 lata, uzyskuje od przedsiębiorcy prawo korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku oraz zobowiązuje się do zapłaty przedsiębiorcy ryczałtowego wynagrodzenia. Przez nabywcę rozumie się osobę fizyczną zawierającą umowę poza zakresem prowadzonej działalności gospodarczej. Ustawę stosuje się do wszelkich umów, bez względu na naturę stosunków prawnych, których stanowią podstawę. Prawo nabywcy może mieć postać prawa osobistego (w tym wierzytelności) albo prawa rzeczowego, w szczególności użytkowania.

Przedsiębiorca jest zobowiązany:

- 1) doręczyć pisemny prospekt osobie zainteresowanej zawarciem umowy,
- 2) zamieścić w ogłoszeniach, reklamach, cennikach i w innych informacjach dotyczących umowy dane o sposobie uzyskania prospektu,
- 3) w sposób wyraźny wskazać w prospekcie między innymi:
  - imię, nazwisko oraz adres przedsiębiorcy, a gdy przedsiębiorca jest osobą prawną, także jego nazwę (firmę), siedzibę i adres, oznaczenie formy prawnej prowadzonej działalności oraz nazwiska osób uprawnionych do jej reprezentowania; jeżeli przedsiębiorca jest wpisany we właściwym rejestrze, zobowiązany jest podać także numer, pod którym został wpisany,
  - jeżeli przedsiębiorca nie jest właścicielem budynku lub pomieszczenia mieszkalnego – imię, nazwisko i adres właściciela, a gdy właściciel jest osobą prawną, jego nazwę (firmę), siedzibę i adres oraz podstawę prawną dysponowania przez przedsiębiorcę tym budynkiem lub pomieszczeniem mieszkalnym,
  - treść prawa korzystania z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego w oznaczonym czasie w każdym roku, wraz ze wskazaniem, czy nabywca może je zamienić lub przenieść uprawnienie do jego wykonywania, oraz zasady zbywania tego prawa i związane z tym koszty,
  - określenie budynku lub pomieszczenia mieszkalnego albo wskazanie sposobu ich oznaczenia spośród nieruchomości, będących w dyspozycji przedsiębiorcy. Jeżeli prospekt lub umowa określa budynek lub pomieszczenie mieszkalne – dokładny ich opis i położenie, a w razie określenia sposobu ich oznaczenia – listę budynków lub pomieszczeń mieszkalnych, którymi przedsiębiorca dysponuje,
  - dane dotyczące usług związanych z korzystaniem z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego, w szczególności jego utrzymanie, wywóz śmieci, dostarczanie wody, elektryczności i gazu, oraz warunków korzystania z tych usług,

- dane dotyczące urządzeń przeznaczonych do wspólnego używania, w szczególności basenu, sauny, oraz warunków korzystania z tych urządzeń,
  - dane dotyczące zasad zarządzania budynkiem lub pomieszczeniem mieszkalnym oraz ponoszenia kosztów jego utrzymania, napraw i remontów,
  - dane dotyczące wysokości ryczałtowego wynagrodzenia za nabycie prawa oraz podstawy obliczania innych należności, w tym obciążeń związanych z korzystaniem z nieruchomości, w szczególności kosztów zarządu, podatków i opłat lokalnych, kosztów napraw i remontów,
  - informację o prawie nabywcy do odstąpienia od umowy, z pouczeniem o wymaganej pisemnej formie oświadczenia woli o odstąpieniu, wskazaniem adresata oświadczenia woli o odstąpieniu, terminu, w którym z prawa tego można skorzystać, wraz z powiadomieniem, że termin odstąpienia od umowy jest zachowany, jeżeli nabywca przed jego upływem wyśle na wskazany adres oświadczenie woli o odstąpieniu od umowy,
  - informację o kosztach, jakie w przypadku ich poniesienia przez przedsiębiorcę w związku z zawarciem i odstąpieniem od umowy będą podlegać zwrotowi przez nabywcę w razie skorzystania przez niego z prawa odstąpienia od umowy,
- 4) poinformować drugą stronę na piśmie (przed zawarciem umowy) o zmianach informacji i danych zawartych w prospekcie (jest to możliwe tylko wtedy, gdy zmiany są następstwem okoliczności, na które przedsiębiorca nie miał wpływu),
  - 5) zawrzeć umowę w formie pisemnej pod rygorem nieważności określając:
    - dane i informacje przewidziane dla prospektu, z zaznaczeniem, jakie z nich zostały zmienione,
    - imię, nazwisko i miejsce zamieszkania nabywcy,
    - oznaczenie czasu w każdym roku, w którym nabywca może korzystać z budynku lub pomieszczenia mieszkalnego albo określenie sposobu jego oznaczania,
    - oznaczenie budynku lub pomieszczenia mieszkalnego, z którego nabywca może korzystać, albo określenie sposobu jego oznaczania,
    - określenie czasu, na jaki umowa została zawarta,
    - stwierdzenie, że wykonywanie nabytego prawa nie jest związane z kosztami, ciężarami ani zobowiązaniami innymi niż określone w umowie,
    - określenie miejsca i daty podpisania umowy przez każdą ze stron.
- Prospekt stanowi integralną część umowy. W razie sprzeczności treści umowy z prospektem, strony są związane prospektem, chyba że w umowie zostały dokonane zmiany w zakresie, o którym mowa w ustawie lub zostały uzgodnione indywidualnie. Jeżeli jednak prospekt nie został doręczony nabywcy przed zawarciem umowy albo nie został sporządzony w języku właściwym, zgodnie z postanowieniami ustawy, strony są związane wyłącznie umową.
- 6) doręczyć nabywcy dokument umowy bezpośrednio po jej zawarciu,
  - 7) jeżeli język, w którym sporządzono umowę, nie jest językiem urzędowym państwa, w którym położony jest budynek lub pomieszczenie mieszkalne, powinien doręczyć nabywcy, sporządzone lub potwierdzone przez tłumacza przysięgłego, tłumaczenie umowy na język urzędowy tego państwa.

Klient uprawniony jest do:

- 1) odstąpienia od umowy bez podania przyczyny w terminie 10 dni od doręczenia mu dokumentu umowy, przez złożenie przedsiębiorcy pisemnego oświadczenia woli o odstąpieniu od umowy,



- 2) jeżeli umowa nie zawiera którejkolwiek z danych i informacji, o których mowa w ustawie (między innymi elementów obowiązkowych prospektu), ulega przedłużeniu o okres od doręczenia nabywcy dokumentu umowy do doręczenia nabywcy na piśmie uzupełnienia zawierającego brakujące dane i informacje; w razie niedoręczenia takiego uzupełnienia, termin, o którym jest mowa wyżej, ulega przedłużeniu o trzy miesiące,
- 3) jeżeli prospekt nie został nabywcy doręczony przed doręczeniem mu dokumentu umowy lub prospekt (umowa) nie zostały sporządzone w języku właściwym zgodnie z wymogami ustawy, nabywca ma prawo odstąpienia od umowy w terminie 3 miesięcy od doręczenia dokumentu umowy.

Niedopuszczalne jest:

- 1) przyjmowanie od nabywcy jakichkolwiek świadczeń określonych w umowie przed upływem terminu do odstąpienia od umowy,
- 2) umowne ograniczenie lub wyłączenie uprawnień nabywcy oraz obowiązków przedsiębiorcy.

## § 9. Umowa o kredyt konsumencki

Brak precyzyjnej i wyczerpującej informacji od instytucji finansowych, które udzielały rozmaitych kredytów i pożyczek powodował, iż konsument często dowiadywał się o rzeczywistych kosztach związanych z pożyczonymi pieniędzmi dopiero przy ostatecznej spłacie zaciągniętego kredytu lub pożyczki. Ustawodawca ukrócił nierzetelne praktyki wielu instytucji finansowych, wprowadzając do naszego systemu prawnego ustawę z dnia 22 maja 2003 r. o kredycie konsumenckim (Dz.U. Nr 109, poz. 1030), która zaczęła obowiązywać we wrześniu 2002 r. Ustawa reguluje zasady i tryb zawierania umów o kredyt konsumencki, zasady ochrony konsumenta, który zawarł umowę o kredyt konsumencki oraz obowiązki przedsiębiorcy, który udzielił kredytu konsumenckiego. Przez umowę o kredyt konsumencki rozumie się umowę, na mocy której przedsiębiorca w zakresie swojej działalności, zwany dalej „kredytodawcą”, udziela lub daje przyrzeczenie udzielenia konsumentowi kredytu w jakiejkolwiek postaci (dotyczy to między innymi umowy pożyczki, umowy kredytu w rozumieniu przepisów prawa bankowego).

Ustawy nie stosuje się do umów o kredyt konsumencki:

- 1) o wysokości mniejszej niż 500 zł i większej niż 180 000 zł albo równowartości tych kwot w innej walucie niż waluta polska,
- 2) na mocy których termin spłaty kredytu nie przekracza trzech miesięcy,
- 3) na mocy których konsument nie jest zobowiązany do zapłaty oprocentowania ani innych kosztów związanych z udzieleniem lub spłaty kredytu konsumenckiego,
- 4) dotyczących odpłatnego korzystania z rzeczy lub praw, jeżeli umowa nie przewiduje przejścia własności rzeczy lub praw na konsumenta,
- 5) przeznaczony na nabycie nieruchomości lub prawa użytkowania wieczystego, budowę, odbudowę, rozbudowę, nadbudowę, przebudowę, remont budynku lub lokalu stanowiącego odrębną nieruchomość lub na nabycie spółdzielczego własnościowego prawa do lokalu mieszkalnego oraz wniesienie wkładu członkowskiego do spółdzielni mieszkaniowej,
- 6) w postaci odroczenia terminu płatności za świadczenie niepieniężne, którego przedmiotem jest stałe lub sukcesywne dostarczanie energii elektrycznej, ciepła, paliw gazowych, wody, odprowadzenia nieczystości, wywóz śmieci lub świadczenie

innych usług, jeżeli konsument zobowiązany jest do zapłaty za spełnione oświadczenie w ustalonych odstępach czasu w trakcie trwania umowy.

W ograniczonym zakresie ustawę stosuje się do kredytu w postaci nieprzewidzianego w umowie, utrzymującego się za zgodą kredytodawcy przez okres co najmniej 3 miesięcy, ujemnego salda na koncie konsumenta.

Podmiot udzielający kredytu lub pożyczki zobowiązany jest:

- 1) zawrzeć umowę na piśmie, chyba że odrębne przepisy przewidują inną szczególną formę; umowa powinna zawierać następujące dane:
  - imię, nazwisko konsumenta i jego adres,
  - imię, nazwisko (nazwę) i adres (siedzibę) kredytodawcy, a gdy kredytodawcą jest osobą prawną, także określenie organu, który zarejestrował jego działalność i numer w rejestrze, pod którym został wpisany,
  - wysokość kredytu,
  - zasady i terminy spłaty kredytu,
  - roczną stopę oprocentowania oraz warunki jej zmiany,
  - opłaty i prowizje oraz inne koszty związane z udzieleniem kredytu, w tym opłatę za rozpatrzenie wniosku kredytowego oraz przygotowanie i zawarcie umowy kredytowej, będące elementem całkowitego kosztu kredytu oraz warunki ich zmiany,
  - informację o całkowitym koszcie kredytu i rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania,
  - sposób zabezpieczenia (jeżeli umowa je przewiduje) oraz opłaty należne kredytodawcy z tego tytułu,
  - informację o pozostałych kosztach, do zapłaty jakich zobowiązany jest konsument w związku z zawartą umową,
  - informację o łącznej kwocie wszystkich kosztów, opłat i prowizji, do zapłaty jakich zobowiązany jest konsument,
  - informację o uprawnieniu i skutkach przedterminowej spłaty kredytu przez konsumenta,
  - informację o terminie, sposobie i skutkach wykonania uprawnienia do odstąpienia od umowy przez konsumenta,
  - informację o skutkach uchybienia postanowieniom dotyczącym zasad i terminu spłaty kredytu.
- 2) niezwłocznie doręczyć konsumentowi umowę,
- 3) jeżeli kredyt konsumencki przeznaczony jest na nabycie określonej rzeczy lub usługi, zawrzeć w umowie:
  - opis rzeczy lub usługi, cenę nabycia rzeczy lub usługi (jeżeli zapłata nastąpiłaby za gotówkę) oraz cenę nabycia przy wykorzystaniu kredytu,
  - część ceny, którą konsument jest zobowiązany zapłacić w gotówce,
  - warunki, od których spełnienia uzależnione jest przejście własności rzeczy sprzedanej na konsumenta (jeżeli umowa sprzedaży została zawarta z zastrzeżeniem własności),
  - informację, że kredyt jest dostępny wyłącznie od wskazanego przez sprzedawcę kredytodawcy (jeżeli pomiędzy podmiotem, z którym konsument zawarł umowę o nabycie rzeczy lub usługi, a kredytodawcą istnieje umowa, na mocy której kredyt na nabycie rzeczy lub usługi jest dostępny wyłącznie od tego kredytodawcy),

- 4) jeżeli nie jest możliwe podanie kosztów, do których poniesienia zobowiązany jest konsument, określić ich szacunkową wysokość oraz okoliczności, od jakich zależy ich ostateczna wysokość i obowiązek zapłaty przez konsumenta,
- 5) w przypadku umowy, na mocy której kredytodawca zobowiązuje się do udzielenia kredytu związanego z obowiązkiem wniesienia przez konsumenta (w jakiegokolwiek formie) środków pieniężnych oprocentowanych poniżej stopy rynkowej lub nieoprocentowanych, podać dodatkowo maksymalny okres oczekiwania na kredyt oraz warunki odstąpienia od umowy wniesienia środków pieniężnych,
- 6) jeżeli zadłużenie konsumenta w związku z nieprzewidzianym w umowie przekroczeniem salda na rachunku bankowym utrzymuje się za zgodą kredytodawcy przez okres co najmniej 3 miesięcy, poinformować konsumenta pisemnie o rocznej stopie oprocentowania i innych kosztach kredytu oraz o każdej ich zmianie.

Konsument ma prawo do:

- 1) spłaty kredytu przed upływem terminu jego płatności, co powoduje między innymi zwolnienie z obowiązku zapłaty oprocentowania za okres po spłacie kredytu,
- 2) odstąpienia od umowy w terminie 10 dni od jej zawarcia. Przy zawarciu umowy konsument powinien otrzymać wzór odstąpienia wraz z pełną informacją o kredytodawcy. Jeżeli umowa nie zawiera informacji o prawie odstąpienia, termin na odstąpienie wynosi 10 dni od dnia otrzymania informacji o możliwości skorzystania z takiego prawa, nie później jednak niż w terminie 2 miesięcy od dnia zawarcia umowy,
- 3) informacji o rzeczywistej rocznej stopie oprocentowania. Jeżeli informacji takiej nie ma, konsument ma prawo zwrócić kredyt bez oprocentowania i innych kosztów kredytu, które należą się kredytodawcy w terminach i w sposób ustalony w umowie,
- 4) jednoczesnego odstąpienia zarówno od umowy sprzedaży, jak również od umowy o kredyt zaciągniętej w celu sfinansowania zakupu dokonanego poza lokalem przedsiębiorstwa lub na odległość. W takiej sytuacji ryzyko związane z rozwiązaniem umowy ponosi kredytodawca.

W umowie o udzielenie kredytu konsumenckiego zakazane jest zawieranie postanowień, które ograniczają lub wyłączają prawa konsumenta przewidziane w ustawie. W miejsce takich postanowień umownych stosuje się odpowiednio przepisy ustawy.

## § 10. Kłopoty z fachowcem

Montaż kuchni, położenie płytek, wymiana okien czy drzwi, prace remontowe mogą stać się dla nas nieoczekiwane źródłem kłopotów i pasmem rozczarowań. Przedłużanie terminów realizacji zamówienia, usterki techniczne, znaczna uciążliwość fachowców są niestety zjawiskiem dość często spotykanym na naszym rynku. Jeśli przy tym ulegliśmy presji wykonawcy i nie spisaliśmy umowy, a prawie całą cenę zapłaciliśmy jeszcze przed realizacją zamówienia, czeka nas długa droga na dochodzenie swoich praw. Warto się nad tym zastanowić nim wpuścimy fachowca do domu. Całkowite wyeliminowanie ryzyka złego wyboru jest oczywiście niemożliwe, lecz przy zachowaniu rozsądku można je znacznie ograniczyć. W tym zakresie warto pamiętać o trzech podstawowych zasadach:

- 1) należy poświęcić trochę czasu na dobór odpowiedniego fachowca (firmy), warto skorzystać z doświadczeń znajomych, członków rodziny, sąsiadów itp. Przy większych pracach, na przykład budowie domu, położeniu tynku warto zobaczyć efekty poprzednio realizowanych zamówień,
- 2) umowę trzeba koniecznie zawrzeć na piśmie. Jeśli fachowiec bagatelizuje potrzebę zawierania umowy na piśmie albo stwierdzi, iż niczego nie będzie podpisywał, należy mu podziękować, gdyż dalsza współpraca nie wróży niczego dobrego,
- 3) w żadnym wypadku nie należy płacić całego wynagrodzenia przed zakończeniem prac. Im mniej zapłacimy na początku, tym większą mamy pewność, iż prace zostaną wykonane w terminie, a nam będzie łatwiej wymusić należytą jakość zamówienia. Zgodnie zresztą z art. 642 kodeksu cywilnego, w przypadku braku odmiennej umowy, przyjmującemu zamówienie wynagrodzenie należy się w chwili oddania dzieła.

Mimo dołożenia starań co do wyboru fachowca może się zdarzyć, iż prace nie zostaną wykonane w terminie lub zostały wykonane w sposób wadliwy. W takich sytuacjach można skorzystać z uprawnień przewidzianych w art. 635 kodeksu cywilnego (opóźnienie prac) lub art. 636 kodeksu cywilnego (wadliwe wykonywanie). Zgodnie z art. 635 kodeksu cywilnego, jeżeli przyjmujący zamówienie opóźnia rozpoczęcie lub wykończenie dzieła tak dalece, że nie jest prawdopodobne, by zdołał je ukończyć w terminie umówionym, zamawiający może, bez wyznaczenia terminu dodatkowego, od umowy odstąpić jeszcze przed upływem terminu wykonania dzieła. Natomiast w przypadku wadliwego wykonywania prac zamawiający może wezwać wykonawcę do zmiany sposobu wykonania i wyznaczyć mu w tym celu odpowiedni termin. Po upływie wyznaczonego terminu zamawiający może od umowy odstąpić, powierzyć poprawienie lub dalsze wykonanie prac innej osobie na koszt wykonawcy. Od wadliwego wykonywania prac należy odróżnić sytuację, gdy wady ujawnia się po oddaniu dzieła. Zakres odpowiedzialności wykonawcy i uprawnienia konsumenta będą różnić się w zależności od tego, czy przedmiotem umowy było wytworzenie rzeczy ruchomej (na przykład wykonanie drzwi, uszycie ubrania), czy będzie to świadczenie usługi (wstawienie okna, czyszczenie garderoby). W pierwszym przypadku stosuje się przepisy o odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, o czym była mowa w § 3. W drugiej sytuacji znajdzie zastosowanie art. 637 kodeksu cywilnego. Zgodnie z tym przepisem, jeżeli dzieło ma wady, zamawiający może żądać ich usunięcia, wyznaczając w tym celu przyjmującemu zamówienie odpowiedni termin z zagrożeniem, że po bezskutecznym upływie wyznaczonego terminu nie przyjmie naprawy (przyjmujący zamówienie może jednak odmówić naprawy, gdyby wymagała nadmiernych kosztów). Gdy wady usunąć się nie dadzą albo gdy z okoliczności wynika, że przyjmujący zamówienie nie zdoła ich usunąć w czasie odpowiednim, zamawiający może w przypadku wad istotnych od umowy odstąpić, a w przypadku wad nieistotnych żądać obniżenia ceny. Te same uprawnienia występują w przypadku, gdy przyjmujący zamówienie nie usunął wad w terminie wyznaczonym przez zamawiającego (konsumenta).



## § 11. Konsumenckie pułapki, czyli o wykorzystywaniu niewiedzy konsumenta

Wiedza na temat praw, jakie nam przysługują jako konsumentom, ochronić nas może przed niekorzystnymi konsekwencjami dokonywanych zakupów. Sprzedawcy bowiem kierują się przede wszystkim własnym interesem i nie zawsze biorą pod uwagę prawa konsumenta. Jeżeli zatem sami nie zapoznamy się z tymi prawami, stajemy się łatwym łupem dla nieuczciwych firm, wykorzystujących naszą niewiedzę. Warto więc zwrócić uwagę na najczęściej spotykane nieprawidłowości i konsumenckie pułapki.

**Informacje wprowadzające w błąd** – typowym przykładem takiej sytuacji jest umieszczanie w sklepach wywieszek typu: „Towar przeceniony nie podlega reklamacji“, „Towar nie podlega reklamacji“, „Reklamacje uwzględniane są tylko w dniu zakupu“, „Po odejściu od kasy reklamacji nie uwzględnia się“, „Udziela się trzymiesięcznej rekojmi“ itp. Informacje te sugerują konsumentowi, iż sprzedawca ponosi odpowiedzialność w bardzo ograniczonym zakresie. Niewielu jednak konsumentów wie, że ograniczenia lub wyłączenia odpowiedzialności sprzedawcy są całkowicie nieskuteczne i konsument może również w takim przypadku dochodzić swoich praw.

**Niezgodne z prawdą informowanie o treści umowy** – bajeczna wizja przyszłości roztoczona przez sprzedawcę, pośrednika, agenta ubezpieczeniowego nie zawsze znajduje swoje odzwierciedlenie w zapisach umowy. W ten sposób często postępują pośrednicy namawiający konsumentów do przystąpienia do tak zwanego systemu argentyńskiego. Obiecują szybki kredyt, samochód, mieszkanie, zarzekają się, że oczekiwane dobro konsument otrzyma w ciągu 2 – 3 tygodni, podczas gdy umowa jasno określa, iż okres ten może wynosić na przykład 10 lat. O ważnych dla konsumenta informacjach zapominają czasami agenci ubezpieczeniowi. Koncentrują swoją uwagę na przykład na wysokości stawki ubezpieczeniowej, nie mówiąc nic o zakresie ubezpieczenia i przewidzianych wyłączeniach. Niekiedy górnolotnie nazywane ubezpieczenie od kradzieży pojazdu może obejmować kradzież pojazdu jedynie z parkingu strzeżonego (szkoda, że konsument nie wiedział o tym wcześniej).

**Prezentacje** – jedna z technik sprzedaży, wykorzystywana zwłaszcza podczas prezentacji, polega na stopniowym „urabianiu“ konsumenta i powolnym przekonywaniu go do potrzeby zakupu określonego dobra. Zaczyna się niewinnie od pokazania pięknych miejsc (*timesharing*), praktycznego zastosowania rzeczy (garnki, filtry do wody), czasami na rozgrzewkę wprowadza się element rywalizacji. Pierwsza faza prezentacji ma oczarować konsumenta i przygotować go do podjęcia decyzji o zakupie. Prezenter nie informuje konsumenta jeszcze o cenie i innych istotnych warunkach umowy. Czeką, aż konsument będzie do tego przygotowany. Gdy wywoła potrzebę zakupu, stara się szybko sfinalizować umowę. Przez cały okres prezentacji stara się, by konsument nie miał czasu zastanowić się racjonalnie nad dokonywanym wyborem. Szanse zawarcia umowy wzrastają, gdy w prezentacji uczestniczą oboje małżonkowie (niekiedy udział obojga małżonków jest warunkiem koniecznym zaproszenia). Podczas prezentacji małżonkowie nie mają możliwości porozmawiania ze sobą, a do zawarcia niechcianej umowy dochodzi, gdyż często jeden z nich nie chce odmówić drugiemu sprawienia drobnych przyjemności.

**Odsyłanie konsumenta do serwisu, producenta itd.** – w przypadku ujawnienia się wady konsument może wedle swego uznania skorzystać z instytucji niezgodności towaru z umową lub gwarancji (jeżeli była udzielona). W pierwszym przypadku roszczenia należy kierować do sprzedawcy, który ma obowiązek przyjąć i rozpatrzyć reklamację. Niedopuszczalne jest odsyłanie konsumenta do serwisu, producenta, hurtownika czy importera. W drugim, roszczenia należy kierować do gwaranta. Najczęściej jest nim producent, ale może być również sprzedawca lub importer.

**Podpisanie umowy bez jej przeczytania i zrozumienia** – przypomina zakup „kota w worku“. Może również prowadzić do samobójstwa finansowego.

**Zwrot zakupionej rzeczy** – może nastąpić tylko w przypadku postępowania reklamacyjnego, umowy zawartej poza lokalem przedsiębiorcy, umowy zawartej na odległość, umowy o kredyt konsumencki, umowy *timesharingu*, a także gdy strony tak postanowiły. W typowej sytuacji, tj. zawierania umowy w sklepie, sprzedawca nie ma obowiązku przyjęcia zakupionej rzeczy.

**Narzucanie konsumentowi sposobu rozpatrzenia reklamacji** – w pierwszej kolejności konsument decyduje czy korzysta z instytucji niezgodności towaru z umową, czy z gwarancji. Wybór konsumenta jest wiążący dla drugiej strony. W przypadku powołania się na niezgodność towaru z umową, konsument decyduje o sposobie usunięcia tej niezgodności. W pierwszej kolejności może domagać się naprawy lub wymiany, a w przypadku niepowodzenia, od umowy odstąpić lub żądać obniżenia ceny. W przypadku gwarancji to gwarant decyduje o sposobie usunięcia wady.

**Nieostrożne obchodzenie się z kartą płatniczą** – karta płatnicza jest w istocie tym samym, co klucz do naszego mieszkania. We własnym interesie nie powinniśmy jej nigdy tracić z widoku, gdyż zeskanowanie informacji tam zapisanych otworzy przestępcom drogę do naszych pieniędzy zdeponowanych w banku. Płatność kartą powinna odbywać się w obecności konsumenta i nie należy się zgadzać na wynoszenie karty na zaplecze. Należy również zadbać o poufność kodów cyfrowych zapisanych na karcie, gdyż dzięki nim można dokonać transakcji przez internet.

**Dialery** – są to programy komputerowe, które można spotkać w wielu miejscach w internecie. Samoczynnie zmieniają konfigurację połączenia internetowego, w taki sposób, że połączenie odbywa się za pośrednictwem numerów 0-700 lub przez połączenia międzynarodowe. Minuta korzystania z takiego połączenia kosztuje kilka złotych, a rachunek miesięczny może sięgać 50 000 zł. W celu wyeliminowania tego ryzyka można zablokować połączenia na takie numery lub zainstalować program antydialerowy.

**Dodatek A. Wzór zgłoszenia reklamacyjnego****ZGŁOSZENIE REKLAMACYJNE  
NIEZGODNOŚCI TOWARU / USŁUGI Z UMOWĄ**

(pieczęćka firmowa sprzedawcy / usługodawcy)

Sporządzono w dniu..... w punkcie handlowym / usługowym.....  
w ..... ul.....

- 1) Imię i nazwisko reklamującego.....
  - 2) Adres.....
  - 3) Data nabycia towaru / usługi..... 4) Cena towaru / usługi.....
  - 5) Nazwa towaru / usługi.....
  - 6) Opis niezgodności towaru / usługi z umową.....  
.....
  - 7) Termin stwierdzenia niezgodności towaru z umową.....
  - 8) Żądanie reklamującego:
    - (a) doprowadzenie towaru/usługi do zgodności z umową poprzez:
      - nieodpłatną naprawę\*)
      - wymianę na nowy\*)
    - (b) \*\*)
      - obniżenie zapłaconej ceny\*)
      - odstąpienie od umowy i zwrot zapłaconej ceny\*)
- Uzasadnienie żądania (dot. tylko pkt. „b”).....  
.....  
.....
- 9) Uzgodniony termin załatwienia reklamacji.....

.....  
(podpis reklamującego).....  
(podpis sprzedawcy/usługodawcy)**Uwaga!**

Zgodnie z art. 8 ust. 1 ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego (Dz.U. Nr 141, poz. 1176):

\*) wybór żądania należy do reklamującego

\*\*) tylko w przypadkach gdy:

- naprawa albo wymiana są niemożliwe lub wymagają nadmiernych kosztów,
- sprzedawca nie wymienił rzeczy na nową albo rzeczy nie naprawił w odpowiednim czasie,
- wymiana albo naprawa narażałaby reklamującego na znaczne niedogodności.

**Dodatek B. Przydatne adresy i telefony****Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów**

Plac Powstańców Warszawy 1  
00-950 Warszawa  
tel. (22) 55 60 800  
fax (22) 826 50 76  
e-mail: konsument@uokik.gov.pl  
www.uokik.gov.pl \*

**Główny Inspektorat Inspekcji Handlowej**

Plac Powstańców Warszawy 1  
00-950 Warszawa, skr. poczt. 247  
tel. (22) 826 23 30  
fax (22) 827 22 89  
e-mail: ih\_sekret@uokik.gov.pl  
www.giih.gov.pl

**Główny Inspektorat Sanitarny**

ul. Długa 28/40  
00-238 Warszawa  
tel. (22) 635 45 81  
fax (22) 635 61 94  
e-mail: inspektorat@gis.mz.gov.pl  
www.gis.mz.gov.pl

**Główny Inspektorat Weterynarii**

ul. Wspólna 30  
00-930 Warszawa  
tel. (22) 623 20 88  
fax (22) 623 14 08  
e-mail: wet@wetgiw.gov.pl  
www.wetgiw.gov.pl

**Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych**

ul. Wspólna 30  
00-930 Warszawa  
tel. (22) 621 48 58, 629 48 16, 628 57 49  
e-mail: gisekretariat@ijhar-s.gov.pl  
www.ijhar-s.gov.pl

**Rada Krajowa Federacji Konsumentów**

Plac Powstańców Warszawy 1  
00-030 Warszawa  
tel./fax (22) 827 51 05  
e-mail: biuro@federacja-konsumentow.org.pl  
www.federacja-konsumentow.org.pl

\* Na tej stronie znajdują się też adresy Powiatowych/Miejskich Rzeczników Konsumenta.



**Polskie Towarzystwo Ekonomiki Gospodarstwa Domowego EKO-DOM**

ul. Corazziego 7/11  
00-087 Warszawa  
tel. (22) 825 61 34

**Stowarzyszenie Konsumentów Polskich**

ul. Nowowiejska 25  
00-665 Warszawa  
tel: (22) 660 52 71  
tel./fax (22) 825 68 31  
e-mail: consumer@skp.pl  
www.skp.pl

**Fundacja Test Jakość**

Plac Powstańców Warszawy 1  
00-950 Warszawa  
tel./fax (22) 826 10 37  
e-mail: testjakosc@op.pl

**Biuro Rzecznika Ubezpieczonych**

Al. Jerozolimskie 44  
00-024 Warszawa  
tel. (22) 333 73 26 - 28  
fax: (22) 333 73 29  
www.rzu.gov.pl,

**Urząd Regulacji Telekomunikacji i Poczty**

ul. Kasprzaka 18/20  
01-211 Warszawa  
tel. (22) 53 49 190  
fax (22) 53 49 162  
e-mail: urtip@urtip.gov.pl  
www.urtip.gov.pl

**Arbiter Bankowy**

ul. Smolna 10a  
00-375 Warszawa  
tel. (22) 828 14 00  
www.zbp.pl/arbiter.php

**Urząd Regulacji Energetyki**

ul. Chłodna 64  
00-872 Warszawa  
tel. (22) 661 61 07  
fax (22) 661 61 52  
ure@ure.gov.pl  
www.ure.gov.pl

\*\*\*

**Delegatura Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów w Poznaniu**

ul. Zielona 8  
861-851 Poznań  
tel. (61) 852 15 17  
fax (61) 851 86 44  
e-mail: poznan@uokik.gov.pl

**Wojewódzki Inspektorat Inspekcji Handlowej w Poznaniu**

Al. Marcinkowskiego 3  
60-967 Poznań  
tel. (61) 852 09 77  
fax (61) 851 75 76  
www.wiih.poznan.prv.pl

**Stały Polubowny Sąd Konsumentów w Poznaniu**

Al. Marcinkowskiego 3  
60-967 Poznań  
tel. (61) 852 35 07

**Federacja Konsumentów - Klub Poznański**

ul. Kozia 8  
61-835 Poznań  
tel. (61) 851 61 52

**Wielkopolski Wojewódzki Inspektor Inspekcji Sanitarnej**

ul. Noskowskiego 26  
61-704 Poznań  
tel. (61) 854 48 00

**Wojewódzki Inspektorat Weterynarii**

ul. Grunwaldzka 250  
60-166 Poznań  
tel. (61) 868 93 47

**Oddział Terenowy Urzędu Regulacji Energetyki w Poznaniu**

61-807 Poznań  
ul. Grunwaldzka 1  
tel. (61) 865 79 07

**Inspektorat Nadzoru Farmaceutycznego**

ul. Szwajcarska 5  
61-807 Poznań  
tel. (61) 875 95 78



\*\*\*

**Rejestr klauzul niedozwolonych**

- [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)

**Krajowy rejestr produktów niebezpiecznych**

- [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)

**Akty prawa konsumenckiego**

- [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl), [www.sejm.pl](http://www.sejm.pl)

**Orzecznictwo w sprawach konsumenckich**

- [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)

**Projekty aktów normatywnych**

- [www.ms.gov.pl](http://www.ms.gov.pl) oraz [www.uokik.gov.pl](http://www.uokik.gov.pl)

