

# 4

## OCHRONA PRAW KONSUMENTA



### 4.1. Prawa konsumenta – wiadomości ogólne

W Polsce na system ochrony konsumentów składa się obecnie bardzo wiele przepisów. Podstawowe z nich zostały zawarte w:

- **art. 76 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej** – nakłada na władze publiczne obowiązek ochrony konsumentów przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi,
  - ustawie z dnia 23 kwietnia 1964 r. – **Kodeks cywilny** (DzU z 2014 r., poz. 121),
  - ustawie z dnia 30 maja 2014 r. **o prawach konsumenta** (DzU z 2014 r., poz. 827),
  - ustawie z dnia 16 lutego 2007 r. **o ochronie konkurencji i konsumentów** (DzU z 2015 r., poz. 184),
  - ustawie z dnia 9 maja 2014 r. **o informowaniu o cenach towarów i usług** (DzU z 2014 r., poz. 915) – określa sposób informowania o cenach oferowanych towarów i usług oraz skutki nieprzestrzegania jej uregulowań,
  - ustawie z 7 maja 2009 r. **o towarach paczkowanych** (DzU z 2015 r., poz. 1161).
- Zgodnie z tymi przepisami do podstawowych obowiązków sprzedawcy należy:
- zapewnienie odpowiednich warunków techniczno-organizacyjnych umożliwiających wybór towaru, sprawdzenie jego kompletności, jakości oraz funkcjonowania głównych mechanizmów i podstawowych podzespołów,
  - ustosunkowanie się do zgłaszanej mu reklamacji w czasie 14 dni od daty jej otrzymania, jeżeli zaś tego nie zrobi, konsument przyjmuje, że sprzedawca reklamację uznał,
  - zwrot konsumentowi uzasadnionych wydatków poniesionych w związku z reklamacją,
  - potwierdzenie na piśmie wszystkich istotnych elementów umowy w sytuacji, gdy jest to sprzedaż na raty, na przedpłatę, na zamówienie, według wzoru lub na próbę oraz za cenę powyżej 2 tys. zł, a także zawsze na życzenie konsumenta – w takim potwierdzeniu powinny się znaleźć: oznaczenie sprzedawcy z jego adresem, data sprzedaży, nazwa, określenie towaru oraz cena,

- dołączenie do towaru wszelkich koniecznych informacji w języku polskim, umożliwiających konsumentowi dokonanie wyboru i prawidłowe użytkowanie towaru (np. instrukcje obsługi i konserwacji),
- podanie do wiadomości kupującego ceny jednostkowej oferowanego towaru oraz ceny za jednostkę miary (sprzedaż nie może następować po cenie wyższej niż uwidoczniła na towarze),
- umieszczenie na towarze niepełnowartościowym dodatkowej informacji, wymieniającej cechy decydujące o niższej jakości (wartości użytkowej), które stanowią podstawę obniżenia ceny. Obok ceny obniżonej musi być przekreślona cena takiego samego towaru pełnowartościowego.

## 4.2. Pojęcie sprzedaży konsumenckiej

Pojęcie sprzedaży zostało uregulowane w Kodeksie cywilnym (art. 535).

**Sprzedaż** to umowa cywilna, w której sprzedawca zobowiązuje się przenieść na kupującego własność rzeczy i wydać mu rzecz, a kupujący zobowiązuje się rzecz odebrać i zapłacić sprzedawcy cenę.

Przedmiotem sprzedaży mogą być:

- rzeczy ruchome (np. komputer, meble),
- nieruchomości (np. mieszkanie, budynek, grunty),
- przedsiębiorstwa,
- energia elektryczna, gaz, woda.

Szczególnym rodzajem sprzedaży jest **sprzedaż konsumencka**.

**Sprzedaż konsumencka** to sprzedaż rzeczy ruchomej osobie fizycznej (konsumentowi), która nabywa tę rzecz w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą.

Stronami sprzedaży konsumenckiej są:

- przedsiębiorca (sprzedawca),
- konsument (kupujący).

**Przedsiębiorca** to osoba fizyczna, prawna lub jednostka organizacyjna prowadząca we własnym imieniu działalność gospodarczą lub zawodową.

Przedmiotem sprzedaży konsumenckiej mogą być jedynie **rzeczy ruchome**, czyli wszelkie dobra konsumpcyjne, np. artykuły spożywcze, obuwie, odzież, książki,

samochody. **Sprzedawca** towarów, o którym jest mowa w podręczniku, dokonuje sprzedaży w trybie sprzedaży konsumenckiej, odpowiadając z tytułu rękojmi za wady fizyczne towaru polegające na niezgodności towaru z umową oraz za wady prawne (zob. pkt 4.7).

### 4.3. Oferta sprzedaży

**Oferta sprzedaży** to towar oznaczony ceną i wystawiony w miejscu sprzedaży na widok publiczny.

Przyjęcie oferty przez nabywcę uważane jest za przystąpienie do zawarcia umowy sprzedaży. Sprzedawca jest odpowiedzialny w stosunku do kupującego za jakość oferowanego towaru.

Towary przeznaczone do sprzedaży w obrocie konsumenckim muszą być odpowiednio oznakowane. Do podstawowych informacji, które powinny znajdować się na towarze lub opakowaniu jednostkowym, należą:

- nazwa towaru,
- cena towaru,
- określenie producenta lub importera i kraju pochodzenia towaru,
- znak bezpieczeństwa i znak zgodności, wymagane przez odrębne przepisy,
- informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej, stosownie do rodzaju towaru,
- określenie jego energochłonności,
- inne dane, wskazane w odrębnych przepisach regulujących oznaczenia określonych grup towarów.

Informacje te powinny być czytelne i zrozumiałe, a także umieszczone na towarze (np. na opakowaniu) lub trwale z nim połączone (np. etykieta, wywieszka). Ważne jest, żeby informacje dotyczące towarów oferowanych konsumentom były w języku polskim.

Towar przeznaczony do sprzedaży detalicznej musi być oznaczony aktualną – w momencie oferowania sprzedaży – ceną. W cenie uwzględnia się podatek od towarów i usług oraz podatek akcyzowy, jeżeli sprzedaż takiego towaru podlega opodatkowaniu podatkiem VAT lub podatkiem akcyzowym.

Ceny powinny znajdować się na – niezłączonych trwale z towarem – wywieszkach cenowych lub cennikach elektronicznych, w miejscach sprzedaży detalicznej. Cena jednostkowa, uwidoczniona przy towarze na wywieszce lub w innej formie dostępnej dla kupującego, powinna dotyczyć ceny za jednostkę danego towaru, którego ilość jest wyrażona w jednostkach miar w rozumieniu przepisów o miarach. Powinna więc dotyczyć:

- 1 litra lub 1 m<sup>3</sup> – dla tych towarów, które przeznaczone są do sprzedaży według objętości,

- 1 kilograma lub 1 tony – dla tych towarów, które przeznaczone są do sprzedaży według masy,
- 1 metra lub 1 m<sup>2</sup> – dla tych towarów, które sprzedawane są według długości lub powierzchni,
- 1 sztuki – dla towarów sprzedawanych na sztuki.

Wywieszki umieszcza się w miejscu ogólnodostępnym i widocznym dla każdego kupującego, bezpośrednio przy towarach lub blisko towarów, których dotyczą, w taki sposób, aby nie można było pomylić ceny określonego towaru z ceną innego produktu. Napisy na wywieszkach powinny być wyraźne i czytelne, tak aby nie budziły wątpliwości kupujących oraz umożliwiały porównywanie cen.

Dodatkowo towary oznacza się cenami w sposób bezpośredni na poszczególnych egzemplarzach lub na ich pojedynczych opakowaniach metodą uniemożliwiającą łatwe usunięcie oznaczenia. Można od tego odstąpić, jeżeli towar jest oznaczony kodem kreskowym w miejscu sprzedaży detalicznej, dostosowanym do samoobsługi kupujących. Taka metoda oznakowania musi spełniać pewne warunki, np.:

- liczba czytników umieszczonych na sali sprzedaży (jeden na każde rozpoczęte 400 m<sup>2</sup> powierzchni sklepu) zapewni kupującym odczytanie cen poszczególnych towarów na podstawie kodu kreskowego,
- wielkość i masa towarów nie przekroczy określonych wielkości, które uniemożliwiłyby podejście do czytnika kodów,
- pracownicy obsługi zostaną zobowiązani do niezwłocznego odczytu ceny towaru na podstawie kodu kreskowego na każde życzenie kupującego,
- cena towaru odczytana na podstawie kodu kreskowego nie może być wyższa od ceny uwidocznionej przy identycznym towarze.

W przypadku rozbieżności lub wątpliwości co do ceny za oferowany towar, konsument ma prawo do żądania sprzedaży towaru po cenie dla niego najkorzystniejszej.

Przy wystawianiu na sprzedaż większej ilości określonego towaru cenę uważa się za uwidocznioną, jeżeli wywieszkę umieści się tylko przy jednej sztuce identycznego towaru.

Podawanie cen w okresie przeprowadzania przez sprzedawcę akcji promocyjnych zostało również wyraźnie uregulowane w prawie. W trakcie akcji rabatowych (promocyjnych) ceny podaje się na wywieszkach przy towarach, oferowanych do sprzedaży po cenach promocyjnych lub obniżonych, jednak obok przekreślonej ceny dotychczasowej uwidacznia się cenę promocyjną lub cenę obniżoną, uwzględniającą rabat.

W przypadku sprzedaży towarów po przecenie – na wywieszkach umieszczonych przy towarach przecenionych, obok przekreślonej dotychczasowej ceny i wyrazu „przecena” albo wyrazów „obniżka ceny” – uwidacznia się cenę obniżoną, jej okres obowiązywania, a także przyczynę lub przyczyny dokonanej przeceny.

## 4.4. Umowa sprzedaży konsumenckiej

Kupując towar i akceptując warunki oferty sprzedaży, zawieramy umowę sprzedaży. Potwierdzeniem jej zawarcia jest dowód sprzedaży (paragon, paragon fiskalny, faktura lub rachunek) lub umowa sprzedaży sporządzona na piśmie.

**Umowa sprzedaży konsumenckiej** to dokonywana w zakresie działalności przedsiębiorstwa sprzedaż rzeczy ruchomej osobie fizycznej, która nabywa tę rzecz w celu niezwiązanym z działalnością zawodową lub gospodarczą (towar konsumpcyjny).

Jak pamiętamy z p. 4.2 – umowa sprzedaży polega na tym, że sprzedający zobowiązuje się wobec kupującego do przeniesienia na niego własności rzeczy i wydania mu jej, a kupujący wobec sprzedawcy – do odebrania rzeczy i zapłacenia ustalonej między nimi ceny.

Umowa sprzedaży może być zawarta:

- w lokalu sklepowym,
- poza lokalem sklepowym (np. w domu konsumenta przy sprzedaży przez akwizytora),
- na odległość (np. przy sprzedaży za pośrednictwem Internetu).

Najpowszechniejszą formą zawarcia umowy jest złożenie oświadczeń przez strony w formie ustnej oraz w sposób dorozumiany (bez słów).

### Przykład

Rozmowa sprzedażowa w sklepie spożywczym:

Klient: *Poproszę dwa chleby.*

Sprzedawca: *Bardzo proszę. Razem to będzie 4 zł 40 gr.*

Z punktu widzenia prawa rozmowa ta stanowi zawarcie umowy.

Często jednak zawieramy umowy bez jakichkolwiek słów, poprzestając na odpowiednim zachowaniu. Włożenie towarów do koszyka w sklepie samoobsługowym i dokonanie zapłaty to typowy przykład zawarcia umowy w sposób dorozumiany.

Przepisy nakładają na przedsiębiorców obowiązek podawania na piśmie warunków i istotnych informacji o szczególnych uprawnieniach, przysługujących konsumentom, w wypadkach gdy umowa konsumencka:

- dotyczy sprzedaży na raty, na przedpłaty, na zamówienie, według wzoru lub na próbę,
- dotyczy sprzedaży za cenę powyżej 2 tys. zł,
- jest zawierana poza lokalem ich przedsiębiorstwa lub na odległość.

Umowa sprzedaży może być również sporządzona na piśmie w innych przypadkach, niewskazanych przez przepisy, jeśli takie żądanie zostanie zgłoszone przedsiębiorcy przez konsumenta.

Umowa sporządzona na piśmie powinna zawierać:

- nazwę i adres sprzedawcy,
- dane kupującego,
- miejsce i datę podpisania umowy,
- dokładne informacje o towarze (określenie towaru oraz jego cena),
- warunki płatności,
- warunki dostawy towaru,
- podpisy stron,
- inne informacje istotne przy zakupie danego towaru.

Sprzedawca ma obowiązek udzielenia konsumentowi, na jego żądanie, wyjaśnienia znaczenia poszczególnych postanowień umowy.

## 4.5. Wady jakościowe towarów

**Wady jakościowe towarów** to cechy obniżające jakość towarów lub wpływające na to, że towar staje się bezużyteczny.

Wady jakościowe to wszystkie odchylenia od przyjętych wskaźników dla cech, określających jakość danego towaru. Za wadę towaru uważana jest również niezgodność opakowania z wymaganiami zawartymi w normach oraz niezgodne z przepisami oznaczenie towaru

Wady obniżają wartość użytkową produktu (czyli zdolność produktu do zaspokajania potrzeb), a w skrajnych przypadkach powodować mogą jego nieprzydatność. Zdarza się, że towar wadliwy zostaje dopuszczony do obrotu towarowego jako **towar niepełnowartościowy** (np. szafa z niewielką rysą na bocznej ścianie). Dotyczy to sytuacji, kiedy wartość użytkowa tego towaru zadowala (choć nie w pełni) oczekiwania nabywcy. Towar niepełnowartościowy nadaje się do użytkowania w ograniczonym zakresie.

Ze względu na znaczenie, wady jakościowe towarów dzielimy na:

- **zasadnicze** (istotne, niedopuszczalne) – eliminują towar z obrotu, zagrażają bowiem zdrowiu lub życiu użytkownika, np. wędlina pokryta pleśnią,
- **niezasadnicze** (nieistotne) – obniżają jakość towaru, jednak jest on dopuszczony do warunkowego obrotu towarowego; taką wadą może być np. brak sznurowadeł przy butach.

W zależności od sposobu wykrycia wyróżniamy wady:

- **jawne** – są to wady (zasadnicze i niezasadnicze) możliwe do wykrycia podczas odbioru jakościowego, np. pęknięte lustro, brak guzików przy bluzce,

- **ukryte** – są to wady możliwe do wykrycia dopiero podczas użytkowania towaru (np. spleśniała zawartość puszki).

Przyczyną jakościowych wad towarów mogą być:

- użyte do produkcji surowce i materiały,
- proces produkcyjny,
- warunki transportu,
- warunki przechowywania.

**Towary niepełnowartościowe** (mające wady), które zostały dopuszczone do obrotu towarowego, mogą zostać **przecenione**, tzn. z powodu wad zostaje obniżona ich cena. Jeżeli sprzedaje się towar z wadami, po obniżonej cenie, należy o tym poinformować klienta. Można tego dokonać przez umieszczenie informacji przy towarze. Należy przekreślić cenę towaru pełnowartościowego, a obok podać aktualną cenę. Informacje te pomogą klientowi podjąć decyzję, czy kupić tańszy towar, ale wadliwy. Podanie klientowi informacji o istniejących wadach towaru ma duże znaczenie z punktu widzenia uprawnień z tytułu niezgodności towaru z umową. Konsument nie może bowiem reklamować towaru z powodu wad, o których wiedział w momencie zakupu. Precenione towary można reklamować, jeżeli klient wykrył inną wadę towaru, oprócz tej, z powodu której obniżono cenę.

## 4.6. Gwarancja jakości towarów

**Gwarancja jakości towaru** to pisemne, dobrowolne zobowiązanie gwaranta do bezpłatnego usunięcia wad lub wymiany towaru na niewadliwy.

**Gwarant** to udzielający gwarancji producent, importer, hurtownik lub sprzedawca.

Udzielenie **gwarancji** (zwanej obecnie gwarancją komercyjną) nie jest obowiązkowe. Gwarancja jakości chroni konsumenta tylko wtedy, gdy gwarant tej ochrony udzielił. Przepisy prawa nie nakładają na producentów, importerów czy sprzedawców obowiązku udzielania gwarancji.

Gwarancja ma służyć zapewnieniu właściwej jakości sprzedanego towaru. Z reguły uprawnia ona nabywców do żądania usunięcia wady bądź dostarczenia towaru bez wad. Zakres uprawnień z tytułu gwarancji zależy jednak każdorazowo od postanowień sprzedawcy czy producenta.

Sposób załatwiania reklamacji oraz przysługujące uprawnienia szczegółowo określa **karta gwarancyjna** (wzór 13). Aby móc skorzystać z uprawnień z tytułu gwarancji na konkretny towar, nabywca musi otrzymać taką kartę. Sprzedawca udzielający gwarancji powinien wraz z towarem wydać kupującemu dokument

gwarancyjny, a także sprawdzić zgodność znajdujących się na towarze oznaczeń z danymi zawartymi w dokumencie gwarancyjnym oraz stan plomb i innych umieszczonych na towarze zabezpieczeń. Dokument gwarancyjny powinien być sporządzony w języku polskim, w sposób zrozumiały – nie może wprowadzać kupującego w błąd.

Karta gwarancyjna powinna zawierać następujące informacje:

- nazwę i adres gwaranta,
- adres sklepu, w którym dokonano zakupu towarów,
- obowiązki gwaranta lub uprawnienia kupującego,
- określenie właściwości towaru,
- datę sprzedaży,
- czas trwania gwarancji,
- adresy zakładów serwisowych,
- stwierdzenie, że gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z niezgodności towaru z umową.

**Wzór 13. Karta gwarancyjna**

MASZYNY DO SZYCIA <b>ŁUCZNIK</b> ul. Lubelska 89/95 26-600 Radom tel. 48 384 00 31	<b>E KUPON GWARANCYJNY</b>	
	MODEL:	NR FABR.
	Data sprzedaży	Podpis i pieczętka sprzedawcy
<b>KARTA GWARANCYJNA</b>  <b>DOMOWE MASZYNY DO SZYCIA</b>  MODEL: Kornelia II NR FABRYCZNY: DF08100920 DATA PRODUKCJI: 2010 DATA SPRZEDAŻY:  ..... Podpis i pieczętka sprzedawcy	<b>D KUPON GWARANCYJNY</b>	
	MODEL:	NR FABR.
	Data sprzedaży	Podpis i pieczętka sprzedawcy
	<b>C KUPON GWARANCYJNY</b>	
	MODEL:	NR FABR.
	Data sprzedaży	Podpis i pieczętka sprzedawcy
	<b>B KUPON GWARANCYJNY</b>	
	MODEL:	NR FABR.
	Data sprzedaży	Podpis i pieczętka sprzedawcy
	Zapoznałem się i akceptuję warunki niniejszej gwarancji  ..... Podpis klienta	<b>A KUPON GWARANCYJNY</b>
MODEL:		NR FABR.
Data sprzedaży		Podpis i pieczętka sprzedawcy



Gwarancją mogą być objęte tylko określone w karcie gwarancyjnej części wyrobu lub rodzaje wad, za które gwarant wobec nabywcy towaru ma ponosić odpowiedzialność. Różna też może być długość okresów gwarancji oraz zakres obowiązków gwaranta na rzecz nabywcy towaru. Powinnością kupującego jest dokładne zapoznanie się z treścią karty gwarancyjnej, aby poznać swoje prawa z niej wynikające. Warunkiem skorzystania z tych uprawnień jest przedstawienie w chwili zwrócenia się o usługę gwarancyjną:

- poprawnie wypełnionej karty gwarancyjnej (rodzaj zakupionego towaru, data sprzedaży zgodna z datą sprzedaży z dowodu zakupu, pieczęć sprzedawcy, podpis kupującego),
- dowodu zakupu towaru,
- wadliwego towaru.

Należy pamiętać, że **gwarancja na sprzedany towar konsumpcyjny nie wyłącza, nie ogranicza ani nie zawiesza uprawnień kupującego wynikających z rękojmi** (zob. p. 4.7). Jeżeli warunki, które zaoferował gwarant, są dla klienta niekorzystne (np. wymiana towaru dopiero po pięciu nieskutecznych naprawach), może on skorzystać z uprawnień z tytułu rękojmi.

## 4.7. Zmiany w prawie konsumenta. Rękojmia

Od 1 stycznia 2003 r. prawa konsumenta regulowała ustawa o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego z 27 lipca 2002 r. (ze zmianą z 21 maja 2009 r.). Wprowadziła ona m.in. pojęcie **niezgodności towaru z umową** i określiła uprawnienia klienta z tego tytułu. Ustawa ta utraciła ważność 24 grudnia 2014 r., ale towary zakupione do tego dnia, jeszcze przez dwa lata od dnia zakupu będzie można reklamować, jeśli sprzedany towar konsumpcyjny w chwili jego wydania był wadliwy.

### Zmiany w prawach konsumentów związane z nową ustawą

Od 25 grudnia 2014 roku obowiązują nowe przepisy zgodnie z ustawą z dnia 30 maja 2014 r. o **prawach konsumenta** (DzU z 2014, poz. 827), która określa prawa przysługujące konsumentowi. Konsumenti, którzy kupują towary po 24 grudnia 2014 roku, są objęci nowymi przepisami. Zgodnie z nowymi przepisami zmienia się definicja konsumenta w Kodeksie cywilnym.

**Konsumentem** jest osoba fizyczna, która zawiera umowę kupna-sprzedaży z przedsiębiorcą.

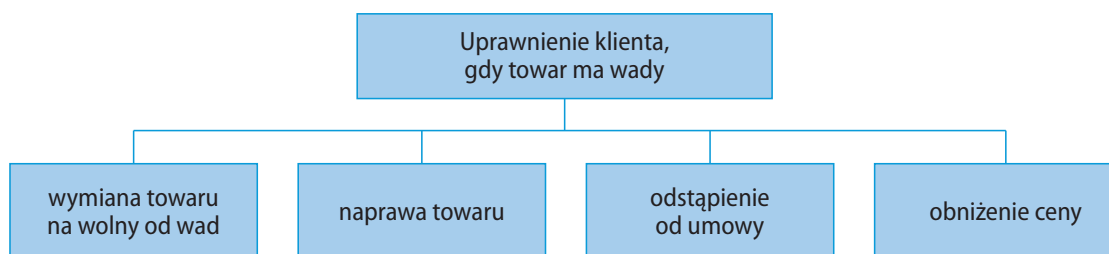
Konsument – zgodnie z ustawą – ma prawo do informacji. Oznacza to, że przedsiębiorca przed zawarciem umowy musi udzielić wyczerpujących wyjaśnień

o wszystkich jej istotnych postanowieniach (uprawnienie to będzie przysługiwało konsumentowi nie tylko przy zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa oraz na odległość, ale również w odniesieniu do umów zawieranych w sposób tradycyjny – w sklepie). Umożliwia to bardziej świadome zawieranie umów.

Przedsiębiorca jest również zobowiązany do poinformowania konsumenta w jasny sposób o wszystkich kosztach wynikających z umowy. W przypadku płatności dokonywanej przez konsumenta kartą kredytową przedsiębiorca nie może pobierać od niego opłat wyższych niż te, które sam ponosi w związku z zastosowaniem tego sposobu płatności.

**Tab. 6. Różnice w obecnie obowiązujących i nowych przepisach dotyczących praw konsumenta**

Wyszczególnienie	Ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego	Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta
Ochrona konsumenta	reklamacja z tytułu niezgodności towaru z umową	rękojmia za wady fizyczne towaru
Uprawnienia konsumenta z tytułu niezgodności towaru z umową/ rękojmią	naprawa towaru lub wymiana na wolny od wad; gdy wymiana lub naprawa są niemożliwe – zwrot pieniędzy lub obniżenie ceny	– odstąpienie od umowy od razu po stwierdzeniu wady, obniżenie ceny, – wymiana towaru wadliwego na wolny od wad, – naprawa
Czas odpowiedzialności sprzedawcy za niezgodności towaru z umową/ wady fizyczne towaru	2 lata od zakupu	2 lata od zakupu
Czas, w którym przyjmuje się, że wada istniała w momencie sprzedaży	6 miesięcy	12 miesięcy
Czas sprzedawcy na ustosunkowanie się do reklamacji	14 dni	14 dni
Termin na odstąpienie od umowy zawieranej poza lokalem sklepowym	10 dni	14 dni
Termin na odstąpienie od umowy zawieranej poza lokalem sklepowym w sytuacji, gdy przedsiębiorca nie poinformował konsumenta o przysługującym mu prawie odstąpienia	3 miesiące od momentu wydania towaru	12 miesięcy od upływu podstawowego 14-dniowego terminu



**Ryc. 65. Uprawnienia klientów z tytułu rękojmi**

**Rękojmia** to ustawowa, obligatoryjna odpowiedzialność sprzedającego względem kupującego za wady fizyczne oraz prawne rzeczy sprzedanej.

Wada fizyczna, którą określa Kodeks cywilny, polega na niezgodności sprzedanego towaru z umową sprzedaży.

**Towar jest niezgodny z umową**, jeśli:

- ma braki ilościowe (jest niekompletny), np. w pudełku powinno być 12 świec, a jest tylko 10,
- nie odpowiada podanemu przez sprzedawcę opisowi lub nie ma cech pokazanej wcześniej próbki lub wzoru, np. materiał, z którego wykonano tapicerkę zakupionych foteli, jest niezgodny z okazaną przy zawarciu umowy próbką,
- ma cechy, które zmniejszają jego wartość użytkową (wady jakościowe),
- nie ma właściwości, jakie powinny cechować towar tego rodzaju, oraz o jakich zapewniał sprzedawca lub producent (podczas indywidualnego uzgadniania właściwości towaru lub w składanych publicznie oświadczeniach – w reklamie lub na oznakowaniu towaru), np. zakupiony odplamiacz nie usuwa uporczywych plam, mimo że w reklamie podano takie zapewnienia,
- został nieprawidłowo zamontowany lub uruchomiony, jeśli czynności te zostały wykonane w ramach umowy sprzedaży przez sprzedawcę albo przez kupującego, według instrukcji otrzymanej przy sprzedaży.

Wady prawne mogą polegać na tym, że:

- sprzedawana rzecz stanowi własność osoby trzeciej (np. została pożyczona od osoby trzeciej i sprzedana),
- sprzedawana rzecz jest obciążona prawem na rzecz osoby trzeciej (np. ojciec podarował córce samochód, ale zachował prawo używania go przez 5 lat; jeżeli osoba obdarowana sprzedała samochód wcześniej, a nie poinformowała osoby kupującej o prawie ojca do używania samochodu, to transakcja sprzedaży jest obciążona wadą prawną),
- na sprzedawaną rzecz nałożono ograniczenie w zakresie korzystania z niej lub rozporządzania nią wynikające z decyzji lub orzeczenia właściwego organu, np. sprzedano nieruchomość (ziemia), wobec której starosta decyzją administracyjną ograniczył sposób korzystania w ten sposób, że zezwolił przedsiębiorstwu energetycznemu na przeprowadzenie linii energetycznej na tej nieruchomości. Jeżeli osoba sprzedająca nie poinformowała o tym osoby kupującej, to transakcja sprzedaży jest obciążona wadą prawną.

Za wady fizyczne towarów (niezgodność towaru z umową) odpowiada **sprzedawca**, mimo iż nie jest on jego producentem. Odpowiedzialność trwa **dwadzieścia lat** od daty **wydania** towaru. Klient ma zatem prawo w ciągu dwóch lat od zakupu (odebrania towaru) złożyć reklamację u sprzedawcy. Sprzedawca nie odpowiada jednak za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, gdy kupujący o tej niezgodności wiedział w momencie zakupu (np. kupujący nabył towar niepełnowartościowy po obniżonej cenie i został o tym poinformowany).

W przypadku stwierdzenia wady fizycznej (niezgodności z umową) przed upływem **dwunastu miesięcy** od wydania towaru domniemywa się, że istniała ona w chwili wydania. Po tym terminie konsument musi udowodnić, że niezgodność istniała w chwili wydania rzeczy. Reklamację należy składać na piśmie, w terminie **dwunastu miesięcy** od momentu stwierdzenia niezgodności z umową.

Jeżeli zakupiony towar ma wadę, klient może (ryc. 65):

- **żądać wymiany towaru na wolny od wad**; sprzedawca jest obowiązany wymienić towar wadliwy na wolny od wad w rozsądnym czasie bez nadmiernych niedogodności dla kupującego; sprzedawca może odmówić wymiany towaru wadliwego na wolny od wad, jeżeli wymiana towaru wadliwego na wolny od wad jest niemożliwa albo – w porównaniu z drugim możliwym sposobem doprowadzenia do zgodności z umową (tj. w porównaniu z usunięciem wady) – wymagałaby nadmiernych kosztów,
- **żądać usunięcia wady**; sprzedawca jest obowiązany usunąć wadę w rozsądnym czasie bez nadmiernych niedogodności dla kupującego; sprzedawca może odmówić usunięcia wady, jeżeli usunięcie wady jest niemożliwe albo – w porównaniu z drugim możliwym sposobem doprowadzenia do zgodności z umową (tj. w porównaniu z wymianą rzeczy wadliwej na rzecz wolną od wad) – wymagałoby nadmiernych kosztów,
- **złożyć oświadczenie o odstąpieniu od umowy**; oświadczenia o odstąpieniu od umowy kupujący nie może złożyć, jeżeli wada jest nieistotna; skuteczne złożenie oświadczenia o odstąpieniu od umowy powoduje, że umowę uważa się za nigdy niezawartą; każda ze stron umowy powinna zwrócić drugiej stronie umowy świadczenie, które od niej otrzymała: sprzedawca powinien zwrócić kupującemu wartość towaru, a kupujący powinien zwrócić sprzedawcy towar wadliwy; wobec oświadczenia o odstąpieniu od umowy sprzedawca może zaproponować kupującemu, że wymieni rzecz wadliwą na wolną od wad albo wadę usunie (sprzedawca nie może jednak tego zrobić, jeśli rzecz była już wymieniona lub naprawiana przez sprzedawcę albo sprzedawca nie uczynił zadość obowiązkowi wymiany rzeczy na wolną od wad lub usunięcia wady),
- **złożyć oświadczenie o obniżeniu ceny**; obniżona cena powinna pozostawać w takiej proporcji do ceny wynikającej z umowy, w jakiej wartość rzeczy z wadą pozostaje do wartości rzeczy bez wady; na oświadczenie o obniżeniu ceny sprzedawca może zareagować w taki sam sposób jak na oświadczenie odstąpienia od umowy: mianowicie że zaproponuje kupującemu wymianę rzeczy wadliwej na wolną od wad albo że wadę usunie (sprzedawca nie może jednak tego zrobić, jeśli rzecz była już wymieniona lub naprawiana przez sprzedawcę albo sprzedawca nie uczynił zadość obowiązkowi wymiany rzeczy na wolną od wad lub usunięcia wady).

## 4.8. Postępowanie reklamacyjne

**Reklamacja** polega na zawiadomieniu sprzedawcy o niezgodności towaru z umową i żądaniu doprowadzenia towaru do stanu z nią zgodnego.

Przy reklamacji towaru z tytułu rękojmi, należy sporządzić zgłoszenie reklamacyjne (wzór 14). Dokument ten wykonuje się co najmniej w dwóch egzemplarzach – oryginał otrzymuje nabywca, kopia pozostaje w dokumentacji sklepu.

**Zgłoszenie reklamacyjne** jest dowodem złożenia reklamacji przez klienta.

**Zgłoszenie reklamacyjne** powinno zawierać następujące informacje:

- dane zgłaszającego reklamację,
- dane sprzedawcy,
- datę i miejsce zakupu towaru,
- opis towaru oraz jego cenę,
- przyczynę reklamacji,
- opis okoliczności wykrycia wady, który może być użyteczny przy rozpatrywaniu reklamacji,
- żądanie składającego reklamację (naprawa, wymiana towaru na nowy),
- datę zgłoszenia reklamacji,
- podpis zgłaszającego.

Obowiązkiem konsumenta jest posiadanie w momencie reklamacji **dowodu potwierdzającego dokonanie zakupu** reklamowanego towaru w danym sklepie. Może to być: paragon, paragon fiskalny, faktura. Dowody zakupu należy przechowywać przez **dwa lata**, ponieważ tyle trwa odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi.

Sprzedawca jest zobowiązany ustosunkować się do żądania wymiany lub naprawy towaru konsumpcyjnego w ciągu **14 dni**. Jeżeli w tym terminie klient nie został poinformowany o decyzji sprzedawcy, uznaje się, że sprzedający reklamację przyjął.

W przypadku zakupu towaru „na odległość” lub poza lokalem sklepowym, np.:

- zamówienie towaru przez klienta na podstawie katalogu lub w sklepie internetowym i dostawa za pośrednictwem poczty lub firmy kurierskiej,
- zakup towaru w domu klienta od akwizytora (przedstawiciela handlowego),

konsumentom przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w ciągu **14 dni** od daty jej zawarcia, bez podawania przyczyn swojej decyzji. Jeżeli sprzedawca nie poinformuje klienta o tym prawie lub nie dołączy odpowiedniego formularza, wtedy na odstąpienie od umowy konsument ma dwanaście miesięcy.

Sklep odzieżowy  
„GAMMA”  
ul. Waniliowa 33  
41-400 Mysłowice

(pieczętka adresowa punktu  
przyjmującego zgłoszenie)

### ZGŁOSZENIE REKLAMACYJNE Nr 38/20XY

Sporządzone w dniu: 15.06.20XY r. w sklepie odzieżowym „GAMMA”, ul. Waniliowa 33, 41-400 Mysłowice.

(dokładny adres punktu przyjmującego zgłoszenie)

1. Imię i nazwisko reklamującego lub nazwa jednostki: *Anna Kowalska*
2. Adres: *ul. Lawendowa 8, 41-400 Mysłowice*, nr tel. *500-175-810*
3. Data nabycia towaru: *18.05.20XY*
4. Oznaczenie towaru (nazwa, typ, model): *bluzka damska w kolorze niebieskim*
5. Cena detaliczna: *55,00 zł*
6. Przedłożony dowód sprzedaży (paragon, faktura): *faktura 35/05/20XY*
7. Dokładny opis wad i okoliczności, w których wady zostały stwierdzone: *bluzka damska uległa odbarwieniu po pierwszym wypraniu – zastosowano prawidłową temperaturę prania*
8. Żądanie reklamującego: *wymiana towaru na nowy*
9. Sprzedawca przyjmuje do depozytu: *bluzka damska*

Zgłoszenie przyjęto dnia: 15.06.20XY r. i poinformowano klienta, że reklamacja zostanie rozpatrzona do dnia: 29.06.20XY r.

*Jan Nosek*  
(podpis osoby przyjmującej zgłoszenie)

*Anna Kowalska*  
(podpis osoby zgłaszającej reklamację)

#### OPINIA RZECZOZNAWCY

.....  
.....  
.....  
Sposób załatwienia reklamacji .....

#### POKWITOWANIE ODBIORU

Otrzymałem(-am)  
należność za zwrócony towar w kwocie zł .....\*)  
towar z depozytu\*)  
towar naprawiony\*)  
towar wymieniony\*)

.....  
(podpis reklamującego)

Miejscowość, data: .....

\*) niepotrzebne skreślić

### Wzór 14. Zgłoszenie reklamacyjne

Zakupiony towar można reklamować tylko wtedy, jeżeli ma wady fizyczne (jest niezgodny z umową). Dlatego kupujący powinien:

- informować sprzedawcę, co chce kupić i dokładnie określać parametry żądanego towaru,
- starannie oglądać to, co kupuje,
- sprawdzać, czy towar odpowiada jego wymaganiom i oczekiwaniom,
- sprawdzać jakość towaru,
- sprawdzać kompletność towaru,
- sprawdzać funkcjonowanie głównych mechanizmów i podzespołów,
- czytać instrukcje obsługi i konserwacji,
- sprawdzać oferowane warunki gwarancji.

## 4.9. Instytucje ochrony praw konsumenta

W Polsce działa wiele różnych instytucji państwowych oraz organizacji społecznych założonych przez samych konsumentów, a powołanych do ochrony ich praw. Do najważniejszych z nich należą: Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Inspekcja Handlowa, Stały Polubowny Sąd Konsumentki, Państwowa Inspekcja Sanitarna, Miejski (lub powiatowy) Rzecznik Konsumentów, Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Konsumentki Instytut Jakości.

**Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK)** jest centralnym organem administracji rządowej, właściwym w sprawach ochrony konsumentów oraz w sprawach ochrony konkurencji. Organem, który wykorzystuje UOKiK, jest – podlega mu – Inspekcja Handlowa.

UOKiK chroni zbiorowe interesy konsumentów. Urząd zajmuje się zwalczaniem bezprawnych praktyk dotyczących dużej liczby osób – np. złego systemu obsługi klienta, wprowadzającej w błąd reklamy, nieprawdziwej informacji na opakowaniu produktu, ukrytych wad przedmiotu. Skargi i wnioski mogą być wnoszone pisemnie, telefonicznie, faksem lub pocztą elektroniczną. Po otrzymaniu skargi urząd może wszcząć postępowanie administracyjne i w jego wyniku podjąć decyzję. Prezes UOKiK wydaje Dziennik Urzędowy Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w którym publikuje swoje decyzje. Prezes UOKiK może podawać do publicznej wiadomości także informacje o wynikach kontroli przeprowadzanych przez inne organy, np. Inspekcję Handlową, oraz informacje o swoich innych działaniach, podjętych w zakresie ochrony praw konsumentów.

**Inspekcja Handlowa** podlega Prezesowi UOKiK. Jest ona wyspecjalizowanym organem kontroli powołanym do ochrony interesów konsumentów oraz interesów gospodarczych państwa. Do jej zadań należy w szczególności:

- kontrola legalności i rzetelności działania przedsiębiorców,
- kontrola produktów i usług wprowadzonych do obrotu,

- podejmowanie mediacji w celu ochrony interesów i praw konsumentów,
- prowadzenie poradnictwa konsumenckiego.

Do zadań inspekcji należy także organizowanie i prowadzenie **Stałych Polubownych Sądów Konsumenckich**. Działają one przy Wojewódzkich Inspektoratach Inspekcji Handlowej. Do sądu polubownego sprawę może wnieść konsument, przedsiębiorca, organizacja konsumencka oraz Miejski (lub powiatowy) Rzecznik Konsumentów. Wyroki sądu konsumenckiego, a także ugoda przed nim zawarta mają taką samą moc, jak wyrok sądów powszechnych.

**Państwowa Inspekcja Sanitarna** jest organem chroniącym żywność oraz stan sanitarny jednostek handlowych, a tym samym zdrowie konsumentów. Do zadań inspekcji należy przede wszystkim:

- bezpośredni nadzór sanitarny,
- kontrola przestrzegania przepisów, określających wymagania higieniczne i zdrowotne dotyczące produkcji, przechowywania, transportu i sprzedaży artykułów żywnościowych,
- kontrola warunków, w jakich odbywa się żywienie zbiorowe.

Zadania Państwowej Inspekcji Sanitarnej wykonują:

- Główny Inspektor Sanitarny,
- państwowy wojewódzki inspektor sanitarny,
- państwowy powiatowy inspektor sanitarny.

**Miejski (lub powiatowy) Rzecznik Konsumentów** wykonuje zadania miasta (lub powiatu) w zakresie ochrony interesów konsumentów. Jego podstawowym obowiązkiem jest zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej. Do rzecznika można zwrócić się w indywidualnej sprawie. Może on skontaktować się z firmą, wobec której konsument ma zastrzeżenia, i spróbować wpłynąć na załatwienie problemu. Jeżeli to nie poskutkuje, może pozwać przedsiębiorcę do sądu i wziąć udział w postępowaniu.

**Federacja Konsumentów** jest niezależną organizacją pozarządową, której głównym celem jest ochrona indywidualnego konsumenta. Kluby federacji znajdują się w 48 miastach na terenie całej Polski. Do klubu można się zwrócić osobiście lub zadzwonić. Jeżeli sprawa jest bardziej skomplikowana i nie wystarczy telefoniczna porada, prawnicy federacji mogą podjąć bezpośrednią interwencję, np. skontaktować się z nierzetelnym sprzedawcą i wykazać mu, że postąpił niezgodnie z przepisami.

Federacja Konsumentów prowadzi następujące działania:

- dąży do stworzenia warunków, w których opinie konsumentów będą rozważane przy podejmowaniu istotnych dla nich decyzji,
- podejmuje wysiłki na rzecz wprowadzania prokonsumenckich rozwiązań do przepisów prawa,
- uczestniczy w komisjach normalizacyjnych i certyfikacyjnych,
- kształtuje rynek konsumenta korzystającego z przysługujących mu praw,
- prowadzi edukację konsumencką w szkołach.



**Stowarzyszenie Konsumentów Polskich (SKP)** za główny cel stawia sobie rozwijanie świadomości konsumentów dotyczącej prawa do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia, informacji, edukacji i reprezentacji, jak również ochronę ich interesów ekonomicznych i prawnych. Stowarzyszenie jest grupą ekspercką, a nie organizacją o masowym członkostwie. Nie tworzy oddziałów terenowych, ściśle współpracuje natomiast z miejskimi (lub powiatowymi) rzecznikami konsumentów.

Zadaniami stowarzyszenia są:

- informowanie konsumentów o tematyce konsumenckiej w postaci różnego rodzaju ulotek, broszur, prezentacji w mediach,
- przyznawanie Certyfikatu SKP umowom, które są zgodne z prawem konsumenckim,
- wpływanie na system prawnej ochrony konsumentów poprzez analizy istniejącego ustawodawstwa, poradnictwo prawne, udział w dyskusjach dotyczących systemu prawnego,
- tworzenie programów edukacji konsumenckiej dla szkół ponadpodstawowych we współpracy ze szkołami i europejskimi organizacjami konsumenckimi; opracowywanie materiałów edukacyjnych, prowadzenie szkoleń dla nauczycieli.

**Konsumentki Instytut Jakości** jest fundacją, która ma za zadanie ochronę konsumentów poprzez:

- badanie jakości i konsumencką ocenę pojedynczych produktów,
- oddziaływanie na prawidłowe relacje między jakością a ceną,
- organizowanie testów porównawczych jakości produktów konsumpcyjnych i ogłaszanie ich wyników w mediach.



## Sprawdź, czy potrafisz

### I. Pytania testowe

Podaj właściwą odpowiedź (tylko jedna jest poprawna):

1. Towar oferowany do sprzedaży detalicznej musi być oznaczony aktualną ceną
  - A. jednostkową netto (bez podatku VAT).
  - B. jednostkową brutto (z podatkiem VAT).
  - C. netto za opakowanie zbiorcze.
  - D. brutto za opakowanie zbiorcze.
2. Umowa sprzedaży musi być zawarta na piśmie w następującej sytuacji:
  - A. przy zakupie bochenka chleba w sklepie spożywczym za gotówkę.
  - B. przy zakupie telewizora na raty.
  - C. przy zakupie gazety w kiosku.

- D. przy zakupie warzyw na targowisku.
3. Zakres uprawnień z tytułu gwarancji jakości towaru szczegółowo określa
- A. faktura.
  - B. paragon fiskalny.
  - C. karta gwarancyjna.
  - D. wywieszka informacyjna w sklepie.
4. Cechy obniżające wartość użytkową towaru to
- A. zdolność towaru do zaspokajania potrzeb.
  - B. tylko cechy techniczne towaru.
  - C. tylko cechy estetyczne towaru.
  - D. wady towaru.
5. Za niezgodność towaru z umową odpowiada
- A. klient.
  - B. producent.
  - C. sprzedawca.
  - D. bank udzielający kredytu przy sprzedaży ratalnej.
6. Odpowiedzialność z tytułu rękojmi trwa od daty zakupu (lub wydania)
- A. 6 miesięcy.
  - B. 12 miesięcy.
  - C. 18 miesięcy.
  - D. 24 miesiące.
7. Reklamację należy składać najpóźniej w terminie
- A. dwóch tygodni od momentu stwierdzenia niezgodności z umową.
  - B. miesiąca od momentu stwierdzenia niezgodności z umową.
  - C. dwóch miesięcy od momentu stwierdzenia niezgodności z umową.
  - D. dwunastu miesięcy od momentu stwierdzenia niezgodności z umową.
8. Klientka w ramach oferty promocyjnej zakupiła odplamiacz do tkanin. Wcześniej, w reklamie radiowej, usłyszała bowiem, że umożliwi on usunięcie plamy po czerwonym winie. Jak się okazało, po zastosowaniu odplamiacza plama po winie pozostała. Klientka ma prawo reklamować towar, ponieważ
- A. kupiła go w ramach oferty promocyjnej.
  - B. kupiła go w sklepie samoobsługowym.
  - C. odplamiacz ma braki ilościowe.
  - D. odplamiacz nie ma cech ogłoszonych publicznie przez producenta.
9. 20 maja 2015 r. klient nabył w sklepie internetowym ze sprzętem RTV odtwarzacz DVD. Po dostarczeniu przesyłki przez kuriera okazało się, że zakupiony sprzęt ma inną obudowę niż ten, który przedstawiono w ofercie na stronie internetowej. W takiej sytuacji klient może odstąpić od umowy w terminie
- A. do 24 maja 2015.
  - B. do 30 maja 2015.
  - C. do 20 lipca 2015.
  - D. do 24 maja 2016.

10. 10 czerwca 2015 r. klientka zakupiła odkurzacz. Po dwóch miesiącach okazało się, że zakupiony sprzęt nie działa prawidłowo. 10 sierpnia 2015 r. udała się do sklepu, w którym zakupiła towar. Zabrała ze sobą: odkurzacz, dowód osobisty oraz kartę stałego klienta. Reklamacja nie została jednak uwzględniona, ponieważ
- minął czas zgłoszenia wykrycia wady.
  - karta stałego klienta była już nieaktualna.
  - klientka nie miała dowodu zakupu odkurzacza.
  - klientka zażądała naprawy towaru.

## II. Zadania

1. Przerysuj i uzupełnij tabelę w zeszytcie.

Data zakupu towaru	Data wykrycia wady	Ostateczny termin zgłoszenia reklamacji
23 kwietnia 2013	1 maja 2013	
18 maja 2013	8 czerwca 2013	
12 czerwca 2014	20 lipca 2014	
15 lipca 2014	15 sierpnia 2014	
30 sierpnia 2015	20 września 2015	

2. Narysuj i uzupełnij tabelę w zeszytcie, dzieląc podane wady ze względu na ich znaczenie.

Wady zasadnicze	Wady niezasadnicze

Wady towarów:

niewielka rysa na bocznej ścianie szafy • plama na bluzce • pleśń na dżemie • brak sznurowadeł przy butach • jogurt z terminem przydatności do spożycia • kończącym się dwa tygodnie temu • niewielkie zabrudzenia skorupki jaj • nieprawidłowy kształt chleba • pęknięcie porcelanowej filiżanki • zgniecione i spleśniałe owoce • dziura w spodniach • korozja na elementach metalowych • różne wielkości obuwia w parze.

3. Narysuj i uzupełnij tabelkę w zeszytcie, dokonując podziału podanych wad ze względu na sposób ich wykrycia.

Wady jawne	Wady ukryte

Wady towarów:

pęknięte lustro • źle sklejone obuwie • zielonkawy kolor mięsa • brak sznurówek przy butach • korozja części metalowych • spleśniała zawartość puszek • skwaśniała śmietanka w kartoniku • odbarwienie odzieży po pierwszym wypraniu • plama na spodniach • brak guzika przy bluzce • wgnieciona ściana boczna lodówki.

4. Wypełnij druk zgłoszenia reklamacyjnego na podstawie następujących informacji:

- sprzedawca: Sklep „Miś”, ul. Długa 12, 66-100 Olecko,
- odbiorca: Roman Nowak, ul. Krótka 2, 66-100 Olecko,
- towar: telewizor 42-calowy, czarny,
- cena telewizora: 4500,00 zł,
- data zakupu towaru: 2 listopada 2014 r.,
- data wykrycia wady: 22 listopada 2014 r.,
- data zgłoszenia reklamacji: 10 grudnia 2014 r.,
- nr faktury zakupu: 33/11/2014,
- rodzaj wady: brak obrazu – obraz nie pojawia się po włączeniu telewizora,
- żądania klienta: naprawa telewizora.

5. Pani Janina Nowak (zamieszkała w Mysłowicach, przy ul. Słonecznej 6, kod pocztowy 41-400) 2 września 2015 r. zakupiła w sklepie ze sprzętem AGD wielofunkcyjny robot kuchenny. Po dwóch tygodniach użytkowania urządzenie przestało działać. Klientka zdenerwowała się, ponieważ wydała na ten zakup kwotę 650,00 zł, sądząc, że będzie to produkt wysokiej jakości. Przygotowała dokument zakupu – fakturę nr 23/07/2015, zapakowała zakupiony robot i 10 października 2015 r. udała się do sklepu (wizytówka sklepu poniżej), w celu złożenia reklamacji. Na miejscu pani Nowak poprosiła o naprawę urządzenia.

*Sklep z artykułami gospodarstwa domowego*

**HERMES**

41-400 Mysłowice, ul. Okrężna 18  
NIP 786-78-34-756

Wykonaj polecenia:

- a) przedstaw etapy przyjęcia reklamacji,
- b) przeprowadź rozmowę z klientem, dotyczącą przyjęcia reklamacji,
- c) wypełnij druk zgłoszenia reklamacyjnego.