

Reklamacje. Prawa konsumenta

Różny jest tryb załatwiania reklamacji w hurcie i detalu. W przypadku hurtu, kupującym jest nabywca instytucjonalny, obowiązują więc określone procedury odbioru ilościowego i jakościowego, a także kontaktowania się obydwu stron w sytuacji wystąpienia reklamacji.

Sporządzane są odpowiednie pisma handlowe – reklamacja z załączonym protokołem reklamacyjnym, a ze strony sprzedawcy najczęściej ma miejsce pisemna odpowiedź na reklamację, w której sprzedawca ustosunkowuje się do przekazanej reklamacji i jeżeli ją akceptuje, uzgadniany jest tryb jej załatwienia. W transakcjach sprzedaży hurtowej sprawy dotyczące reklamacji są najczęściej regulowane poprzez zamieszczenie właściwej klauzuli w umowie dostawy.

Ogólne przepisy regulujące sprawy zobowiązań oraz umów sprzedaży, w tym dotyczące rękojmi za wady i gwarancji, w sytuacji kiedy stronami umowy są przedsiębiorcy, znajdują się w kodeksie cywilnym (Dz.U. nr 16, poz. 93 z 1964 r. ze zm.).

W detalu, procedura reklamacyjna jest wpisana w przepisy dotyczące ochrony praw konsumenta, czyli nabywcy towarów dla celów niezwiązanych z działalnością gospodarczą (tzw. indywidualnych klientów).

Ochrona prawna konsumenta wynika z faktu jego słabszej pozycji w kontakcie z zawodowym sprzedawcą i przedsiębiorstwem handlowym, konsument nie musi mieć bowiem wiedzy odnośnie nabywanego towaru, czy też regulacji prawnych obowiązujących przy transakcjach handlowych, co może być wykorzystywane przez sprzedających.

W Polsce, na system ochrony konsumentów składa się obecnie bardzo wiele przepisów, do podstawowych należą:

– *Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej* – art. 76 nakładający na władze publiczne obowiązek ochrony konsumentów przed działaniami zagrażającymi ich zdrowiu, prywatności i bezpieczeństwu oraz przed nieuczciwymi praktykami rynkowymi,

– *Ustawa z dnia 15 grudnia 2000 r. o ochronie konkurencji i konsumentów* (Dz.U. nr 122, poz. 1319 z późn. zm.),

– *Ustawa z dnia 5 lipca 2001 r. o cenach* (Dz. U. nr 97, poz. 1050 z późn. zm.) – określa zasady kształtowania cen towarów i usług oraz informowania o charakterystyce jakościowej i o cenach.

Dla sprzedaży detalicznej, zwłaszcza z punktu widzenia rozpatrywania reklamacji od klientów, najistotniejsze są uregulowania *Ustawy z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie kodeksu cywilnego* (Dz.U. nr 141, poz. 1176, ze zm.).

Zgodnie z tymi przepisami do podstawowych obowiązków sprzedawcy należy:

- udzielanie w języku polskim, jasnych, zrozumiałych, wystarczających do prawidłowego użytkowania towaru oraz niewprowadzających w błąd informacji o towarze i sposobie jego użytkowania,
- wydanie towaru w stanie kompletnym, wraz z instrukcją obsługi oraz inną niezbędną dokumentacją,
- zapewnienie właściwych warunków techniczno-organizacyjnych w miejscu dokonywania

sprzedaży, tak by klient miał możliwość dokonania wyboru towaru oraz sprawdzenia jego jakości, – w razie niezgodności towaru z umową, sprzedawca ma obowiązek przestrzegać uprawnień klienta, polegających na:

- żądaniu nieodpłatnej naprawy lub wymiany towaru na nowy,
- gdy powyższe żądania nie są możliwe do wyegzekwowania, konsument może domagać się obniżenia ceny lub odstąpienia od umowy, gdy niezgodność towaru z umową jest istotna,
- sprzedawca musi ustosunkować się do żądania konsumenta w ciągu 14 dni, w przeciwnym razie uznaje się, że sprzedawca zaakceptował żądanie reklamacyjne klienta.

Odmienne warunki sprzedaży obowiązują w sytuacji, gdy umowa sprzedaży jest umową **zawartą na odległość** (np. za pośrednictwem Internetu, poczty, telefonu, faksu) oraz gdy klienci dokonują zakupów poza lokalem przedsiębiorstwa.

Prawa klienta oraz obowiązki sprzedawcy w tych przypadkach szczegółowo reguluje *Ustawa 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 ze zm.).

Najważniejszym prawem, które warto tu wyeksponować, przysługującym konsumentom dokonującym zakupów poza stacjonarnym punktem sprzedaży jest możliwość odstąpienia od umowy w ciągu 10 dni od daty jej zawarcia bez podawania przyczyn swojej decyzji. Oczywiście prawo to jest odpowiednio uwarunkowane.

Tryb przyjmowania, dokumentowania, ewidencjonowania i załatwiania reklamacji ustala prowadzący jednostkę sprzedaży detalicznej.

Na ogół zgłoszenie reklamacji sporządza się na **specjalnym druku – zgłoszeniu reklamacyjnym**, które jest podpisywane przez sprzedającego i kupującego. Podstawą przyjęcia towaru do reklamacji jest przedstawienie przez klienta dowodu dokonania zakupu reklamowanego towaru w danym sklepie (paragonu z kasy rejestracyjnej, faktury zakupu, rachunku).

Bardzo ważne jest umiejętne poprowadzenie przez sprzedawcę **rozmowy reklamacyjnej**, w czasie której klient może być bardzo zdenerwowany i nieprzyjemny, natomiast sprzedawca powinien wykazać się dużym profesjonalizmem – empatią (zrozumieniem sytuacji klienta, jego emocji), wiedzą dotyczącą praw konsumenta i obowiązków sprzedawcy w tym zakresie, a także umiejętnością zastosowania techniki odpowiadania na zarzuty.

W przypadku wątpliwości, co do przyczyn reklamacji i uprawnień klienta, reklamowany towar jest przekazywany do ekspertyzy przez rzeczoznawcę, który sporządza protokół z oględzin.

Wynik ekspertyzy jest przekazywany klientowi, od wyniku zależy sposób załatwienia reklamacji. Jeżeli sposób ten nie zadawała klienta, może on skorzystać z pomocy różnych instytucji państwowych oraz organizacji społecznych założonych przez samych konsumentów, powołanych do ochrony praw konsumenta, takich jak, np. Inspekcja Handlowa, Państwowa Inspekcja Sanitarna, powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów, Federacja Konsumentów, Polubowny Sąd Konsumentencki, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich, Konsumentencki Instytut Jakości, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Ćwiczenie

Poniżej opisana jest pewna sytuacja związana ze zgłoszeniem reklamacji.

Twoim zadaniem jest:

- opracowanie algorytmu (wykazu podejmowanych czynności według właściwej kolejności) postępowania reklamacyjnego sprzedawcy w przedstawionej sytuacji,
- zainscenizowanie rozmowy pomiędzy klientką zgłaszającą reklamację a sprzedawcą (pamiętaj o zastosowaniu techniki odpowiadania na zarzuty!),
- wypełnienie druku zgłoszenia reklamacyjnego.

Opis sytuacji

Klientka sklepu obuwniczego reklamuje parę obuwia – eleganckich czółenek, które zakupiła miesiąc wcześniej. Klientka jest bardzo zdenerwowana, ponieważ mimo stosunkowo wysokiej ceny obuwia – 240 zł, mają one wadliwe wykończenie wewnętrzne, wkładki są niewygodne, podrażniają stopę oraz powodują rozdarcie rajstop na piętach. Klientka jest osobą około 50-letnią, emocjonalną (typ choleryka), wyglądającą na osobę średnio zamożną, dla której ten wydatek był znaczącym, podkreśla ona w czasie zgłaszania reklamacji swoją rozczarowanie co do jakości obuwia i złość spowodowaną faktem, że zakup czółenek został dokonany na specjalną okazję i konieczność oddania obuwia do ekspertyzy rzeczoznawcy, oczekiwanie do dwóch tygodni na odpowiedź i ewentualne załatwienie reklamacji, jest dla niej zupełnie nie do przyjęcia.

Aby wykonać ćwiczenie, powinienes:

- 1) zaprosić kolegę lub koleżankę do współpracy przy wykonaniu ćwiczenia,
- 2) zapoznać się z materiałem szkoleniowym,
- 3) zorganizować wspólne stanowisko pracy do wykonania ćwiczenia,
- 4) zastosować się do poleceń zawartych w ćwiczeniu,
- 5) sporządzić algorytm postępowania sprzedawcy związany z przyjęciem zgłoszenia reklamacyjnego,
- 6) zainscenizować, wraz z koleżanką/kolegą rozmowę reklamacyjną sprzedawcy i klientki,
- 7) wypełnić druk zgłoszenia reklamacyjnego,
- 8) zaprezentować wykonane ćwiczenie na forum klasy,
- 9) dokonać oceny poprawności wykonanego ćwiczenia.