

<http://biznes.interia.pl/finanse-osobiste/news/rozczarowanie-na-e-zakupach-i-co-wtedy,2536532,4141>

Rozczarowanie na e-zakupach. I co wtedy?



Upatrzona w niemieckim sklepie konsola do gier, która miał być prezentem urodzinowym, nie dotarła na czas. Perfumy z Francji nie przypominają z wyglądu tych wystawionych na stronie. A w sprowadzonym z Włoch rowerze szwankują przerzutki. Jak powinien zareagować klient z Polski, gdy internetowe zakupy w jednym z państw UE skończyły się fiaskiem?

Większy wybór towarów, szybszy dostęp do nowości, modele nieosiągalne w Polsce, przekonanie o wyższej jakości produktów, czasami także niższe ceny - chociaż różnią się motywy kupujących, to układają się w zbieżny trend: coraz więcej Polaków korzysta z usług zagranicznych sklepów internetowych.

Nie zniechęca nas wyższy koszt przesyłki ani dłuższy okres oczekiwania na realizację zamówienia. Z raportu pt. "E-commerce in Europe" wynika, że w ub.r. na całym Starym Kontynencie liczba amatorów e-zakupów poza granicami kraju najdynamiczniej zwiększyła się (r/r) właśnie w Polsce.

Wolne od cła

Kupując przez internet, w teorii nie trzeba zwracać uwagi na granice. Jednak w praktyce sytuacja wygląda inaczej. E-zakupy w unijnych państwach są o tyle przejrzyste, że tu w ogóle nie występuje kwestia opłat celnych. Tymczasem okazyjne oferty z azjatyckich lub amerykańskich sklepów mogą dotrzeć do Polski już w nieco mniej atrakcyjnych cenach. I nie chodzi tu o droższy transport, tylko o cło.

W ogóle nie trzeba się tym przejmować, o ile wartość towaru nie przekracza 22 euro. Wówczas przesyłki nie podlegają dodatkowym opłatom. Przy droższej zawartości paczki sprawa robi się bardziej skomplikowana. Rolę odgrywa nie tylko cena zamówionych przedmiotów, lecz także ich przeznaczenie. Np. smartfony, konsole do gier i aparaty fotograficzne obejmuje zerowa stawka cła. To nie koniec zasad. Przesyłki warte mniej niż 150 euro nie podlegają ocłeniu, lecz mogą zostać objęte 23-procentowym VAT-em. Kiedy zaś wartość nie przekracza 45 euro, można także uniknąć opodatkowania.

Maksymalnie 30 dni

Sprzedawcy w każdym z unijnych krajów zobowiązują się do zachowania 30-dniowego terminu na wywiązanie się z zamówienia. W takim limicie czasowym paczka powinna dotrzeć do klienta. Wyjątek od tej reguły następuje tylko po indywidualnym ustaleniu z klientem, że doręczenie wybranego towaru potrwa dłużej.

Co jeśli handlowiec nie dotrzyma słowa? Wówczas zamawiającemu przysługuje prawo do odstąpienia od umowy. Tzn. może nie przyjmować zamówionego produktu, żądając zwrotu przelanych pieniędzy. Podobny przywilej przysługuje każdemu, kto zostałby zaskoczony finalną kwotą transakcji. Prawo zobowiązuje bowiem sprzedających, by klarownie informowali o cenach artykułów i kosztach dostawy. Kupujący, o ile wyrażą taką wolę, akceptują wszelkie ew. dodatkowe opłaty (np. za ekspresową wysyłkę lub dodatkowe opakowanie), zanim odbiorą towar. Jeśli tego nie zrobią, powinni domagać się zwrotu pieniędzy za tzw. ukryte składowe części kosztów zamówienia.

Kto zapłaci za zwrot?

Klient musi się liczyć z drobnymi konsekwencjami, jeśli nie odbierze zamówionego towaru, który dotarł w określonym terminie. Firma handlowa najprawdopodobniej obciąży kupującego stawką za przesyłkę zwrotną.

Jednak każdą zakupioną przez internet rzecz na terenie UE można odesłać do sprzedawcy bez zagłębiania się w przyczyny, tyle że wtedy kupujący także na ogół bierze na siebie koszt wysyłki zwrotnej. "Na ogół" - ponieważ czasami oferty handlowe zawierają opcje darmowego odesłania towaru. Taki zapis staje się oczywiście wiążący, a przy tym bardzo korzystny dla klienta.

Wymagana zgodność koloru, modelu, wyglądu

Nie tylko cena, lecz także opis, jakość wykonania, rodzaj użytych materiałów, kolor, wygląd, rozmiar, ew. typ, model, parametry techniczne itp. - po prostu wszelkie podane na stronie internetowej informacje zobowiązują sprzedawców, aby wysłali klientom produkty tożsame z charakterystyką zawartą w ofercie.

Kiedy zaś dojdzie do pomyłki sprzedawcy, klientowi przysługuje tytuł, by żądać wymiany lub naprawy zamówionego towaru. Sprzedający nie tylko musi dostarczyć to, co zaoferował, lecz także odpowiada za ew. wadliwość produktów aż do chwili, w której doręczy zamówienie. Jeżeli wymiana lub naprawa - z różnych przyczyn - nie wchodzi w grę, wówczas nabywcy przysługuje zwrot pieniędzy.

Gdyby do uszkodzenia towaru doszło w transporcie, konsekwencje znów spadają na handlowca, jednak nie w każdym wypadku. Wyjątek może stanowić sytuacja, w której klient zdecydował się na

usługi innego przewoźnika niż zalecanego w ofercie. Roszczenia za zniszczenia w trakcie dostawy kupujący musi wtedy kierować do wybranej przez siebie firmy.

Liderzy rynku

Europejczykom trudno równać się z azjatyckimi i amerykańskimi gigantami pokroju: alibaba.com, aliexpress.com czy amazon.com. Tym niemniej każdy rynek ma swoich liderów i potentatów. Na Starym Kontynencie mnóstwo klientów korzysta z usług amazon.co.uk, amazon.de, eBay.co.uk, eBay.de - czyli brytyjskich i niemieckich kuzynów wywodzących się z USA kolosów.

Należy przy tym odróżnić sklepy od serwisów aukcyjnych, a na tych drugich można napotkać zarówno oferty sklepów, jak i aukcje np. używanych rzeczy od ich prywatnych właścicieli. Ludzi, którzy nie prowadzą działalności gospodarczej i sprzedają swoje używane np. ubrania, telefony czy rowery też obowiązuje odpowiedzialność za jakość towaru i dostarczanie produktów zgodnych z opisem, bez ukrytych wad. Sytuacja kupującego zmienia się jednak o tyle, że traci prawo do bezpodstawnego zwrotu zakupionej rzeczy.

Daleko za Brytyjczykami, ale grubo przed Rumunią i Bułgarią

Czy Polacy robią zakupy w sieci? - Można zażartować, że w naszym kraju taka forma nabywania towarów jest w niemal w połowie powszechna - odpowiada Bartosz Grejner, analityk rynkowy Cinkciarz.pl. - Wg Eurostatu w ub.r. 42 proc. naszych rodaków zdecydowało się na jakikolwiek e-zakup - dodaje analityk Cinkciarz.pl. - To ponad dwa razy więcej niż w 2008 r., kiedy ten odsetek wynosił 18 proc.

W Unii Europejskiej nie należymy jednak do liderów internetowego kupowania, dla równowagi nie ma nas także wśród autsajderów. - Według tych samych statystyk, jesteśmy poniżej unijnej średniej, która wynosi 55 proc. Największy odsetek kupujących przez internet jest w Wielkiej Brytanii, w 2016 r. wynosił on 83 proc., czyli prawie dwa razy więcej niż w Polsce.

Nieco mniejszy odsetek zanotowano w Danii - 82 proc., Luksemburgu czy Norwegii - po 78 proc. - wymienia analityk rynkowy Cinkciarz.pl.

- Na drugim biegunie z kolei znajdowała się Rumunia z 12 proc. ludności, która dokonała zakupu przez internet w 2016 r. To dokładnie taki sam odsetek, jaki odnotowano w Polsce, ale w 2006 r. W ub.r. tylko nieco lepiej pod tym względem wyglądała w UE Bułgaria, która charakteryzowała się 15-procentowym odsetkiem kupujących przez internet - dodaje Bartosz Grejner z Cinkciarz.pl.