

Koń jaki jest każdy widzi...

... zwłaszcza gdy dokonujemy zakupu w Internecie. Podziwianym koniem w naszym przypadku jest sklep internetowy, a podziwiającym - jego klient. W celu określenia wartości konia, poza jego wyglądem ogólnym oraz ruchom zwierzęcia, należy przyjrzeć się jego właścicielowi i paszportowi (zgodnie z wymaganiami Unii Europejskiej). Zawsze warto wiedzieć z kim ma do czynienia w przypadku handlującego.

Jednostka Certyfikująca w Instytucie Logistyki i Magazynowania, przyznająca sklepom internetowym certyfikat Euro-Label, dokonała obszernego przeglądu najpopularniejszych w Polsce sklepów internetowych. W ramach przeglądu sprawdzono stopień przestrzegania przez sklepy obowiązującego na terenie Rzeczypospolitej Polskiej prawa w zakresie obowiązku informacyjnego. Analizie poddano 134 sklepy internetowe, zdobywców najwyższych pozycji w rankingu tygodnika Wprost z roku 2007, do którego kluczem doboru była popularność sklepów, a punkty w rankingu były przyznawane wyłącznie za funkcjonalność i ergonomię sklepu.

Jako podstawowe kryteria spełnienia wymagań uznano:

Kryterium 1: Poprawną realizację Punkt 1 Ustępu 1 Artykułu 9 Ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, który mówi:

„Konsument powinien być poinformowany, przy użyciu środka porozumiewania się na odległość, najpóźniej w chwili złożenia mu propozycji zawarcia umowy, o:

1) imieniu i nazwisku (nazwie), adresie zamieszkania (siedziby) przedsiębiorcy oraz organie, który zarejestrował działalność gospodarczą przedsiębiorcy, a także numerze, pod którym przedsiębiorca został zarejestrowany,...”

Za spełnienie Kryterium 1 można było zdobyć 50 punktów.

Kryterium 2: Poprawną realizację Ustępu 3 Artykułu 9 Ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, który mówi:

„Przedsiębiorca jest obowiązany do potwierdzenia konsumentowi na piśmie informacji, o których mowa w ust. 1, najpóźniej w momencie rozpoczęcia spełniania świadczenia”.

Jednostka Certyfikująca założyła, często niesłusznie, że jeżeli na stronie internetowej sprzedawcy jest dokument o nazwie „Regulamin ...” lub „Warunki sprzedaży” to jest on dołączany do przesyłki w tradycyjnej formie pisemnej. Brak sformułowanej jednoznacznie, w sposób zrozumiały i łatwy do odczytania informacji na witrynie skutkowało przyznaniem punktacji zerowej. W przypadku spółek prawa handlowego wymaganym także było zamieszczenie w ww. dokumencie kapitału zakładowego.

Za spełnienie Kryterium 2 można było zdobyć 50 punktów.

Kryterium 3: Stanowi zgodność pomiędzy informacjami przedstawionymi na witrynie sklepu dotyczącymi firmy, a dwoma zewnętrznymi ogólnie dostępnymi źródłami informacji o sklepach:

- baza „who is?” informującą o właścicielu adresu URL (NASK, domain.com),
- informacja o firmie na portalu www.sklepy24.pl.

Za spełnienie Kryterium 3 można było zdobyć odpowiednio 8 i 2 punkty.

Punkty Dodatkowe w ilości do 10 , można było zdobyć za przedstawienie witryny zgodne z: Ustępem 1 Artykułu 2 Ustawy, z dnia 14 lutego 2003 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych, który mówi:

„Przez informację gospodarczą rozumie się następujące dane dotyczące:

1) podmiotu będącego osobą prawną lub jednostką organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej:

a) ...

d) numer identyfikacji podatkowej,

e) numer REGON,

f) imiona i nazwiska osób wchodzących w skład organów zarządzających, prokurentów lub pełnomocników podmiotu,

g) główny przedmiot działalności gospodarczej;

2) osoby fizycznej:

...

oraz w przypadku osoby fizycznej będącej przedsiębiorcą:

g) ...

i) numer identyfikacji podatkowej,

j) numer REGON,

k) ...,

l) imiona i nazwiska pełnomocników, o ile są ustanowieni,

m) główny przedmiot działalności gospodarczej;”

oraz

Ustępem 3 Artykułu 5 Ustawy, z dnia 18 lipca 2002 r., o świadczeniu usług drogą elektroniczną, o treści:

„Jeżeli usługodawcą jest przedsiębiorca, podaje on również informacje dotyczące właściwego zezwolenia i organu zezwalającego, w razie gdy świadczenie usługi wymaga, na podstawie odrębnych przepisów, takiego zezwolenia.”

Łącznie można było zdobyć 120 punktów.

Wynik przeglądu sklepów wytypowanych w trzeciej edycji rankingu sklepów internetowych tygodnika Wprost podajemy w tablicy na kolejnych stronach.

	URL	K1	K2	K3	PD	Łącznie:
1	tajgun.pl	50	50	10	3	113
2	komputronik.pl	50	50	10	3	113
3	stereo.pl	50	50	10	2	112
4	multizakupy.pl	50	50	10	2	112
5	foto-net.pl	50	50	9	3	112
6	maxaudio.pl	50	50	9	2	111
7	fun.pl	50	50	9	2	111
8	filmydvd.pl	50	50	9	2	111
9	empik.com	50	50	10	1	111
10	e-cyfrowe.pl	50	50	9	2	111
11	softon.pl	50	50	8	2	110
12	proline.pl	50	50	8	2	110
13	merlin.pl	50	50	8	2	110
14	kulturystyka.info.pl	50	50	8	2	110
15	baler.pl	50	50	8	2	110
16	athleticshop.com.pl	50	50	8	2	110
17	agito.pl	50	50	8	2	110
18	militaria.pl	50	50	6	2	108
19	punkt44.pl	50	50	6	1	107
20	pixmania.pl	50	50	7	0	107
21	redmachine.pl	50	45	4	2	101
22	maipa.pl	50	45	4	2	101
23	hoopla.pl	50	40	9	2	101
24	e-bobasek.pl	50	50	1	0	101
25	albertus.pl	50	40	8	3	101
26	gandalf.com.pl	45	45	8	2	100
27	fotozakupy.pl	45	45	8	2	100
28	flakonik.pl	45	45	8	2	100
29	e-lady.pl	45	45	8	0	98
30	e-dvd.pl	50	40	4	2	96
31	fabrykaform.pl	45	45	1	2	93
32	dvd-mania.pl	42	42	7	2	93
33	a-z-decor.istore.pl	45	45	1	2	93
34	alejka.pl	45	45	0	2	92

35	tekstyli.abc24.pl	50	35	1	2	88
36	fotoexpert.pl	50	25	10	2	87
37	sirius.pl	40	40	4	1	85
38	akwarystyka.com	45	30	8	0	83
39	mareno.pl	35	38	8	1	82
40	astabe.com	50	25	5	2	82
41	arobron.pl	35	35	8	3	81
42	activesports.pl	35	35	10	1	81
43	kosmetykionline.pl	40	25	8	2	75
44	raan.com.pl	50	20	1	2	73
45	abcp.pl	35	35	1	2	73
46	central.pl	50	20	0	1	71
47	musiccorner.pl	50	8	10	1	69
48	luxmarket.pl	50	8	9	2	69
49	wysylkowa.pl	45	20	1	2	68
50	airsoftguns.pl	45	10	8	3	66
51	oferciak.pl	35	28	0	2	65
52	megamedia.pl	50	8	4	2	64
53	vivid.pl	50	0	10	2	62
54	dalga.pl	25	25	10	2	62
55	2it.pl	50	0	10	2	62
56	swiatdziecka.pl	50	0	10	1	61
57	colisa.com.pl	50	0	9	2	61
58	zoosfera.pl	25	25	9	1	60
59	wakacje.pl	50	0	8	2	60
60	promise.pl	50	0	8	2	60
61	easygo.pl	50	0	8	2	60
62	9sekund.pl	50	0	8	2	60
63	Rockserwis.pl	50	0	7	2	59
64	kolba.pl	25	25	9	0	59
65	ceneo.pl	50	8	0	1	59
66	almatur.pl	50	0	6	3	59
67	zoologiczny.sklep.pl	25	25	6	2	58
68	rockmetalshop.pl	50	0	6	2	58
69	plejer.onet.pl	50	0	7	1	58

70	pupilandia.pl	25	25	7	0	57
71	dziecko.sklep.pl	25	25	7	0	57
72	amour.pl	25	20	9	2	56
73	rowerowy.com	25	20	7	1	53
74	bobomarket.pl	50	0	1	2	53
75	anitaberg.pl	45	0	7	1	53
76	blizejslonca.pl	50	0	0	2	52
77	babystyle.pl	20	20	8	3	51
78	kapitalka.pl	25	16	8	1	50
79	bron.pl	20	20	8	2	50
80	sklepkomputerowy24.pl	20	20	8	1	49
81	sexmarket.pl	20	20	7	2	49
82	krakvet.pl	20	20	8	1	49
83	intymna.pl	40	0	8	1	49
84	goods.pl	20	20	8	1	49
85	okmarket.pl	20	20	7	1	48
86	dyskrecja.pl	25	20	1	2	48
87	bieliznapolska.pl	25	20	1	2	48
88	garderoba.pl	45	0	0	2	47
89	travelplanet.pl	35	0	8	2	45
90	sorea.pl	20	20	1	2	43
91	animalia.pl	20	20	1	2	43
92	amekon.pl	20	20	1	2	43
93	sklep-bambino.pl	35	0	4	2	41
94	himountain.pl	25	8	8	0	41
95	mydlandia.pl	20	15	3	2	40
96	sex-pasaz.com.pl	15	15	6	2	38
97	rezerwacje.pl	35	0	0	2	37
98	demobil.pl	20	4	8	2	34
99	ultramedia.pl	25	0	8	0	33
100	traveligo.pl	25	0	8	0	33
101	rysy.pl	20	4	8	1	33
102	isplay.pl	25	0	8	0	33
103	inbook.pl	25	0	8	0	33
104	traveliada.pl	25	0	7	0	32

105	sklep-kosmetyki.pl	30	0	0	2	32
106	sk8shop.pl	25	0	4	2	31
107	nachandra.netidea.pl	25	5	0	1	31
108	kupujemy.pl	25	0	6	0	31
109	fide.pl	20	0	8	2	30
110	sexshop24.pl	20	0	7	2	29
111	perfumeria.pl	20	0	7	2	29
112	karusek.com.pl	20	0	7	2	29
113	calineczka.pl	20	0	9	0	29
114	baby.com.pl	20	0	8	1	29
115	atrakcyjna.pl	20	0	7	2	29
116	matador.pl	15	10	1	2	28
117	1klik.pl	25	0	3	0	28
118	military.pl	20	0	7	0	27
119	lideria.pl	20	0	2	2	24
120	sportsklep.pl	20	0	1	2	23
121	zoolandia.pl	20	0	0	2	22
122	sexshop.com.pl	20	0	0	2	22
123	biust.pl	20	0	1	1	22
124	sklep.eskot.pl	20	0	1	0	21
125	lulu.pl	20	0	1	0	21
126	Specshop.pl	20	0	0	0	20
127	skapiec.pl	20	0	0	0	20
128	krasnal.pl	10	0	0	0	10
129	wirtualnezakupy.pl	0	0	0	0	0
130	net-travel.pl	0	0	0	0	0
131	hk-herkules.com.pl	0	0	0	0	0
132	dru.pl	0	0	0	0	0
133	domurody.pl	0	0	0	0	0
134	decoria.pl	0	0	0	0	0

Ponieważ można było zdobyć maksymalnie 120, w tym 100 obowiązkowych, należy przyjąć wynik 80 punktów za zadowalający, aczkolwiek wymagający poprawek w dziedzinie informowania klientów przez elektronicznego sprzedawcę. Wynik poniżej 50 punktów powinien naszym zdaniem wykluczać z rankingów na najlepsze sklepy internetowe tych elektronicznych sprzedawców, którzy w rażący sposób naruszają prawo konsumentów do dostępu o informacji.

Wracając do naszego porównania do handlu końmi - w ogólnym wyniku przeglądu podawania przez sklepy obowiązkowych informacji można uznać, że w znakomitej większości konie, i to podobno z najlepszych stajni, są farbowanymi lisami. Są oczywiście chlubne wyjątki, ale ogólny wynik badania jest raczej porażający.

Wynik maksymalny 113 punktów uzyskały tylko dwa sklepy (1,5 proc.). Powyżej 101 punktów uzyskało 20 (14,9 proc.) sklepów i sklepy te podały informację o sobie w sposób poprawny, umieszczając ją także w Regulaminie/Warunkach sprzedaży, co jest warunkiem ważności dokumentu pełniącego prawną podstawę elektronicznej transakcji. Powyżej 80 punktów zdobyły 42 sklepy (31,3 proc.), a przedział pomiędzy 50, a 80 punktów reprezentuje 37 sklepów internetowych (27,6 proc.). Nie uzyskało 50 punktów 55 sklepów (41 proc.), w tym 6 (4,6 proc.) uważa, że nie trzeba się przedstawić, a zwłaszcza z nazwy firmy, którą reprezentują.

Należy mieć nadzieję, że nasz wysiłek włożony w powyższe badanie wpłynie na świadomość sprzedawców i podniesienie poziomu obsługi klientów. Ponadto liczymy na refleksję opracowujących rankingi i tym samym promujących e-sprzedawców, aby z większą rozwagą przyznawali swoje laury poddając ocenie nie tylko popularność i funkcjonalność sklepu, ale także realizowanie przez niego zobowiązań wobec konsumentów.

**Zbyszko Krojenka
Kierownik Jednostki Certyfikującej
W Instytucie Logistyki i Magazynowania
EURO-LABEL Polska**

Więcej informacji można uzyskać pod adresem poczty elektronicznej:

zbyszko.krojenka@ilim.poznan.pl