

Black Friday - nie daj się zwariować. Porady konsumenckie

Przed nami Black Friday – moda na czarne piątki przywędrowała do nas z USA, jednak w polskich sklepach próżno szukać tak spektakularnych obniżek jak w marketach po drugiej stronie globu. Czy robiąc zakupy tego dnia rzeczywiście oszczędzamy?

Black Friday to nic innego jak zmyślny chwyt marketingowy – jeśli myślisz, że płacisz mniej, to niestety w większości przypadków do złudne poczucie. Wyjaśniamy dlaczego.

Marketingowej magii czarnego piątku ulega coraz więcej konsumentów a czarno-białe billboardy opatrzone zniżkami rzędu 10, 20, 30% tylko naganiają sklepowe zyski. Ale nie czarujmy się – w polskich realiach listopad i grudzień to miesiące, gdzie sklep solidnie zarabia na towarze a marże są najwyższe. Duże wyprzedaże na miesiąc przed świętami są nieopłacalne, rabaty w większości sklepów więc nie powalają. Black Friday to nie żadna super okazja – to po prostu przedsmak sezonowych obniżek. Dlatego czasem warto chwilę poczekać, bo w przypadku handlu działa odwrócona matematyka (lub oksymoron matematyczny jak kto woli) – wraz z upływem czasu procenty będą rosły tylko w dół. Prawdziwy festiwal obniżek rozpocznie się w okresie noworocznym, sklepy będą chciały opróżnić magazyny przed wejściem nowych kolekcji. W "czarny piątek" w większości przypadków obniżone ceny dotyczą sezonowej lub ubiegłorocznej kolekcji oraz zalegającego w magazynach sprzętu, który się nie sprzedał w regularnej cenie. Działa to tak, że jeśli w magazynach zostały rzeczy, które nie sprzedały się w ubiegłym roku czy poprzednim sezonie, to produkt wraca na chwilę w normalnej cenie, a w trakcie kampanii takich jak Black Friday ulega obniżce. Część sklepów nawet podnosi cenę towaru, a potem robi „efektowną” obniżkę równającą się cenie sprzed „promocji”, licząc, że klient nie zwróci uwagi. Aby nie dać się nabrać, warto zapoznać się z cenami interesującego nas towaru na kilka dni przed „czarnym piątkiem” lub porównać ceny np. w internecie.

Poziom obniżek najlepiej obrazują wyniki „Świątecznego Barometru cenowego” - to analiza ofert 800 sklepów internetowych wybranych produktów pogrupowanych według odpowiednich kategorii. Badanie zostało przeprowadzone przez Deloitte i Dealavo oraz przy uwzględnieniu trendów wyszukiwania w Google w okresie 21-28 listopada 2016r. Różnica cen w tych dniach w porównaniu do poprzedzającego tygodnia wyniosła zaledwie od 0 do 2 proc. Oczywiście, to nie reguła, są sklepy, które kuszą promocjami z prawdziwego zdarzenia. Jeśli więc ulegniemy magii czarnego piątku i skuszą nas promocje oferowane w czarny weekend, pamiętajmy o prawach, jakie przysługują konsumentowi.

Kupujesz przez internet, pamiętaj: możesz zwrócić zakupiony towar bez podania przyczyny w ciągu 14 dni od dnia otrzymania towaru. Przedsiębiorca ma obowiązek niezwłocznie, nie później niż w terminie 14. dni od dnia otrzymania naszego oświadczenia o odstąpieniu od umowy, zwrócić nam wszystkie dokonane przez niego płatności, w tym koszty dostarczenia rzeczy. Pamiętajmy jednak, że zwrot kosztów obejmuje najtańszy sposób dostarczenia przesyłki, oferowany przez przedsiębiorcę – tak więc jeśli zwracamy towar za pomocą droższej możliwości, przedsiębiorca nie jest zobowiązany do zwrotu dodatkowych kosztów poniesionych przez konsumenta.

Natomiast jeśli kupujesz w sklepie stacjonarnym pamiętaj, że w przeciwieństwie do transakcji zawieranych na odległość, w przypadku zakupów w sklepie stacjonarnym prawo odstąpienia od umowy tylko dlatego, że dana rzecz przestała się nam podobać zależy od dobrej woli sprzedawcy. Oczywiście, większość „sieciołek” ze względów wizerunkowych dopuszcza zwrot towaru, ale jest to kwestia wewnętrznej polityki firmy, nie regulacji prawnych.

Więcej o zakupach i prawach konsumenta w tym zakresie [Tutaj](#)

Niezależnie od tego, jeśli towar okazał się być niezgodny z umową (np. żelazko się przegrzewa, telewizor nie ma funkcji, o jakiej zapewniał sprzedawca) konsumentowi przysługuje prawo do reklamacji. Za niezgodność towaru z umową odpowiada sprzedawca – prawo do reklamacji przysługuje nam w ciągu dwóch lat od wydania towaru kupującemu. Podstawą reklamowania towaru mogą być rękojmia (zawsze) albo gwarancja (o ile została

udzielona)- zarówno w przypadku nietrafionego zakupu w e-sklepie czy markecie stacjonarnym. Pamiętaj – gwarancja i rękojmia to nie to samo! Więcej na ten temat [tutaj](#). I oczywiście udanych, bezpiecznych , zakupów! :)

Podstawa prawna:

Ustawa o prawach konsumenta (Dz.U. z 2017 poz. 683.)

Kodeks Cywilny (Dz.U. 2017 poz. 459)

Katarzyna Miszczuk

Konsultacja merytoryczna: Danuta Ługowej, Rzecznik Praw Konsumenta

Zobacz też:

- [Konsumentom nie daj się oszukać – sprzedaż bezpośrednia](#)
- [Konsument na rynku energii](#)
- [Prawa konsumenta: gwarancja a rękojmia](#)
- [Prawa Konsumenta: Ubezpieczenie sprzętu RTV/AGD](#)
- [Konsumentom, znaj swoje prawa. Raty 0 procent](#)
- [Powiatowy Rzecznik Praw Konsumenta radzi: chwilówki - pożyczaj z głową](#)
- [Powiatowy Rzecznik Konsumentów radzi: jak skutecznie złożyć reklamację?](#)
- [Powiatowy Rzecznik Praw Konsumenta radzi: konsument na wakacjach](#)