

dTest: Nákupy na sociálních sítích - na co si dát pozor?

17.5.2023 - Lucie Korbéliusová | DTest, o.p.s.

Není zlato vše, co se na sociálních sítích třpytí

Sociální sítě otevírají dveře nejrozumnějším prodejcům zboží všeho druhu. S tím vystává riziko nákupu produktů pochybné kvality a třeba i pravosti zboží. „Spotřebitelům tak při nakupování na sociálních sítích doporučujeme věnovat čas důkladnému průzkumu. Je vhodné si vyžádat detailní fotky či video zboží, případně doklady o koupi zboží prodávajícím (např. účtenku, fakturu či záruční list),“ radí Eduarda Hekšová, ředitelka spotřebitelské organizace dTest.

Nákup od fyzické nebo právnické osoby

Při nákupech v éře sociálních sítí je klíčové také věnovat pozornost, zda spotřebitel nakupuje od fyzické nebo právnické osoby. „V prostředí sociálních sítí se to může zdát jako zanedbatelný detail, ale rozdíly pro práva kupujícího jsou zásadní,“ komentuje Eduarda Hekšová.

Pokud kupujete zboží od člověka, který se prodejem zboží neživí, přicházíte např. o možnost vrátit zboží ve čtrnáctidenní lhůtě bez udání důvodu. A co například dělat, když se zakoupená věc rozbije? Existuje vůbec možnost produkt reklamovat? Nedostatky zboží lze namítat po dobu 24 měsíců. Prodávající se ale může s kupujícím smluvně domluvit na vyloučení tohoto práva. Zároveň se zde neuplatní domněnka vadnosti. „Je zapotřebí také pamatovat na to, že při nákupu od druhé fyzické osoby se kupující nemůže opřít ani o žádnou zákonnou lhůtu pro vyřízení reklamace. A v případě neuznané reklamace je možné obrátit se jedině na soud,“ doplňuje Eduarda Hekšová.

Pokud jste však na sociálních sítích narazili na prodejce – podnikatele, jste ve výhodnější situaci. Jako spotřebitelé můžete uplatnit zákonnou záruku nebo odstoupit od smlouvy bez udání důvodu do 14 dnů. Jen je třeba být na pozoru u nákupu zboží z druhé ruky, kdy může být tato záruka zkrácená z běžných 24 měsíců na 12 měsíců. O tomto zkrácení však musíte být předem informováni.

Na stopě prodávajícím

Samotní prodejci mohou být jednou z největších pastí online nákupů, obzvláště ti podvodní, pro které je prostředí sociálních sítí rájem. Pokud tedy nakupujete od fyzické osoby, je vhodné zhodnotit důvěryhodnost prodávajícího. Zaměřte se na hodnocení prodávajícího, na zkušenosti ostatních kupujících nebo třeba na počet prodávaných věcí. Mnohdy napoví samotný profil prodávajícího – jeho stáří, počet sledujících či přátel. Není na škodu si také vyhledat jména prodávajícího ve vyhledávací nebo ověřit autentičnost jeho fotografie vyhledáváním pomocí obrázků.

Platěte bezpečně

Před každým nákupem zvažte, zda platba proběhne zabezpečenou platební metodou. Doporučujeme volit důvěryhodné a šifrované platební brány, tak aby nedošlo k úniku vašich platebních údajů. Vyvarujte se sdílení jakýchkoli citlivých údajů prostřednictvím přímých zpráv s prodávajícím nebo sdílením na nezabezpečených stránkách.

Pokušení nakoupit za každým kliknutím

Konečně je vhodné si uvědomit, že prostředí sociálních sítí nahrává impulzivním nákupům. Sociálně sítě bývají často protkány lákavými reklamami šitými na míru, které spotřebitelům prezentují neodolatelné produkty. V těchto případech vsadte na rozvážnost. Krátké zamyšlení a zhodnocení, zda daný produkt či službu skutečně potřebujete, vás může ochránit před chytrou marketingovou taktikou.

Na koho se obrátit

Jestliže se spotřebitelům vyskytl problém s nákupem na sociálních sítích, měl by problém řešit primárně s prodávajícím. Pokud nebude reagovat, může využít dalších řešení, kterým je v případě, že je prodávajícím podnikatel, Česká obchodní inspekce. Jestliže byla prodávajícím jiná fyzická osoba, dozorový orgán k řešení sporu není pravomocný a je tak pravděpodobnější, že bude potřeba se obrátit na soud. „V obou případech se však spotřebitelé mohou nejdříve poradit s naší právní poradnou na čísle 299 149 009 a v případě problémů s podnikatelem mohou využít i naší služby VašeStížnosti.cz,“ uzavírá Hekšová z dTestu.

Spotřebitelé mohou využít také naše vzory, které zahrnují jak samotnou kupní smlouvu, tak uplatnění reklamace a řešení dalších situací v rámci těchto vztahů.

dTest, o.p.s. je největší českou spotřebitelskou organizací, která v ČR působí již od roku 1992. Je vydavatelem spotřebitelského časopisu dTest, na jehož stránkách jsou publikovány výsledky nezávislých a objektivních testů produktů, varování před nebezpečnými a zdravotně závadnými výrobky, informace o spotřebitelských právech a rady, jak tato práva účinně uplatňovat. dTest je součástí mezinárodní organizace International Consumer Research and Testing (ICRT) a evropské spotřebitelské organizace BEUC.

Poradenská linka časopisu dTest - 299 149 009 - je v provozu každý pracovní den od 9 do 17 hodin a spotřebitelé na ní mohou konzultovat s právními poradci časopisu dTest nejrůznější spotřebitelské problémy, a to za cenu běžného tarifu volání. Od spuštění v roce 2010 této možnosti využily již statisíce spotřebitelů a poradenská linka časopisu dTest se tak stala první a nejvyhledávanější cestou k řešení potíží, se kterými se zákazníci na trhu setkávají.

<http://www.dtest.cz/clanek-10210/dtest-nakupy-na-socialnich-sitich-na-co-si-dat-pozor>