

UWIDACZNIANIE CEN TOWARÓW I USŁUG

W dniu 19 lipca 2002 roku weszło w życie rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 10 czerwca 2002 r. w sprawie szczegółowych zasad uwidaczniania cen towarów i usług oraz sposobu oznaczania ceną towarów przeznaczonych do sprzedaży (Dz. U. Nr 99, poz. 894, z późn. zm.). Z końcem 2007 roku ponownie zmieniono przepisy tego rozporządzenia – rozporządzeniem Ministra Finansów z 21 grudnia 2007 r. (Dz. U. Nr 247, poz. 1828) – stanowiąc m.in., że termin zwolnienia z obowiązku bezpośredniego oznaczania ceną niektórych towarów (§ 13 ust. 1) przedłuża się do końca roku 2013.

Rozporządzenie zawiera definicje podstawowych pojęć, np.: § 2 pkt 8 stanowi, że przez powierzchnię sprzedażową należy rozumieć powierzchnię w miejscu sprzedaży detalicznej, dostosowaną do samoobsługi kupujących, do której mają oni bezpośredni dostęp. Natomiast przez wywieszkę należy rozumieć etykietę, tabliczkę lub plakat z wydrukowaną lub napisaną odręcznie ceną, niezłączone trwale z towarem.

Towary oferowane kupującym w miejscu sprzedaży opatruje się wywieszkami zawierającymi informacje wskazujące ich nazwy handlowe, ceny oraz jednostki miar, do których odnoszą się uwidocznione ceny, z wyjątkiem ceny towarów przeznaczonych do sprzedaży, lecz umieszczonych w miejscu niedostępnym i niewidocznym dla kupujących, a w szczególności na zapleczu, którą uwidacznia się w cennikach. Wyjątek dotyczy również wierzchnich wyrobów odzieżowych, książek i prasy. W odniesieniu do tych towarów za równoznaczne ze spełnieniem wymogu uwidaczniania cen na wywieszkach uznaje się oznaczenie poszczególnych egzemplarzy towarów wyraźnie napisaną lub nadrukowaną ceną, niebudzącą wątpliwości kupującego co do jej aktualnej wysokości, pod warunkiem że przedsiębiorca zapewni stały, bezpośredni dostęp kupujących do tych towarów. W przypadku towarów podobnych na wywieszkach umieszcza się nazwę producenta i inne informacje umożliwiające niebudzącą wątpliwości identyfikację ceny z towarem. Na wywieszkach powinny być ceny aktualne w momencie oferowania towarów.

Przy towarach wystawionych w miejscu ekspozycji handlowej, takim jak: okno (witryna), gablota i innym podobnym miejscu wystawowym, wewnątrz lub na zewnątrz przestrzeni związanej z miejscem sprzedaży, powinny być uwidocznione ceny. Jeżeli zamiast towarów oryginalnych przedsiębiorca wystawia ich atrapy, imitacje lub wzory, powinien uwidocznić ceny w taki sam sposób i taką samą czcionką, jak ceny towarów oryginalnych. Przy wystawianiu na sprzedaż większej ilości określonego towaru cenę uważa się za uwidocznioną, jeżeli wywieszka umieszcza się tylko przy jednej sztuce identycznego towaru.

Nakazuje się umieszczać wywieszki w miejscu ogólnodostępnym i widocznym dla każdego kupującego, bezpośrednio przy towarach lub w bliskości towarów, których dotyczą, w taki sposób, aby nie można było pomylić ceny określonego towaru z ceną innego, a w szczególności podobnego towaru. Napisy na wywieszkach powinny być wyraźne i czytelne, tak aby nie budziły wątpliwości kupujących.

Zgodnie z przepisami rozporządzenia cenniki wywiesza się, wyklada lub w inny sposób udostępnia w miejscu sprzedaży towarów tak, aby były one czytelne dla kupujących. Ceny towarów oferowanych w punktach sprzedaży okružnej uwidacznia się w cenniku wywieszonym w miejscu dostępnym dla kupujących. Ceny potraw lub wyrobów oferowanych w

przedsiębiorstwach gastronomicznych uwidacznia się w sposób czytelny w cenniku, wywieszonym w miejscu ogólnodostępnym dla kupujących wewnątrz lub na zewnątrz lokalu, w pobliżu drzwi wejściowych. Cennik powinien ponadto zawierać aktualne informacje dodatkowe umożliwiające łatwą identyfikację ceny z towarem, w szczególności: datę wystawienia, pełną nazwę potrawy lub wyrobu, określenie ilości nominalnej potrawy lub wyrobu, wyrażonej w legalnej jednostce miary, zawartej w jednej porcji, w tym zwłaszcza ilości głównego składnika (mięsa, drobiu, ryb), dodatków uzupełniających (przystawek, deserów) i napojów. W przypadku towarów sprzedawanych na sztuki, dopuszcza się określenie ilości nominalnej oferowanej porcji w sztukach. Ceny porcji wyrobów garmażeryjnych uwidacznia się na wywieszkach przy poszczególnych towarach, wraz z pełną ich nazwą, określeniem ilości nominalnej oferowanej porcji każdego wyrobu, wyrażonej w legalnej jednostce miary. W tym przypadku również dopuszcza się określenie ilości nominalnej oferowanej porcji w sztukach.

Przedsiębiorcy prowadzący działalność usługową w zakresie gastronomii lub hotelarstwa powinni:

- 1) zapewnić wystarczającą ilość cenników oferowanych potraw lub wyrobów i napojów, aby udostępnić je kupującym przed przyjęciem zamówienia i przy rozliczeniu końcowym,
- 2) wyklądać w każdym pokoju noclegowym katalog zawierający ceny noclegu, wyżywienia lub innych oferowanych usług,
- 3) wywieszać lub wyklądać w miejscu przeznaczonym do odbywania rozmów telefonicznych cennik, zawierający cenę za jeden impuls telefoniczny i inne opłaty za usługi dodatkowe, związane z łączeniem rozmowy.

Z kolei sprzedawca reklamujący towar lub usługę wraz z ceną sprzedaży w czasopiśmie, gazecie, prospekcie, katalogu, na plakacie, afiszu lub ekranie telewizyjnym, a także w handlu elektronicznym albo na specjalnie zorganizowanych pokazach, prezentacjach, jak również w inny sposób, powinien także uwidocznić cenę jednostkową tego towaru lub usługi oraz datę lub termin obowiązywania podanej ceny. Natomiast w materiałach reklamowych, o których mowa powyżej lub na wywieszkach umieszczonych przy towarach oferowanych do sprzedaży po cenach promocyjnych lub obniżonych obok przekreślonej ceny dotychczasowej uwidacznia się cenę promocyjną lub cenę obniżoną, uwzględniającą rabat z tym zastrzeżeniem, że obowiązek ten nie dotyczy towarów oferowanych do sprzedaży po raz pierwszy.

Również w materiałach reklamowych, oraz w placówkach handlowych przy towarach oferowanych do sprzedaży po przecenie lub na wywieszkach umieszczonych przy towarach przecenionych obok przekreślonej dotychczasowej ceny i wyrazu "przecena" albo wyrazów "obniżka ceny" lub "podwyżka ceny" uwidacznia się cenę obniżoną lub podwyższoną, jej okres obowiązywania, a także przyczynę lub przyczyny dokonanej przeceny - obniżki lub podwyżki ceny.

W przypadku zamawiania przez kupującego towaru lub usługi przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość w rozumieniu przepisów o świadczeniu usług teleinformacyjnych i handlu elektronicznym, z wyjątkiem oferty sprzedaży na odległość, o której mowa w art. 9 ustawy z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o

odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny, przedsiębiorca, na żądanie kupującego, powinien zakomunikować mu cenę wraz z opłatami dodatkowymi za dostarczenie towaru lub usługi i za połączenie. Informacje te powinny być podane przez przedsiębiorcę przed sporządzeniem umowy w sposób niebudzący wątpliwości zamawiającego.

Cena jednostkowa uwidoczniiona przy towarze na wywieszce lub w innej formie dostępnej dla kupującego powinna dotyczyć ceny za:

- 1) 1 litr lub 1 metr sześcienny - dla towarów przeznaczonych do sprzedaży według objętości,
- 2) 1 kilogram lub 1 tonę - dla towarów przeznaczonych do sprzedaży według masy,
- 3) 1 metr lub 1 metr kwadratowy - dla towarów sprzedawanych według długości lub powierzchni,
- 4) 1 sztukę - dla towarów sprzedawanych na sztuki. Ceny jednostkowe towarów sprzedawanych według objętości mogą także dotyczyć 100 mililitrów lub 0,1 litra, a towarów sprzedawanych według masy - ilości za 100 gramów albo 100 kilogramów, jeżeli te jednostki są stosowane zwyczajowo i powszechnie dla tych towarów.

Powyższe zasady dotyczące oznaczania towarów ceną jednostkową odnoszącą się do legalnej jednostki miary, jej dziesiętnej wielokrotności lub podwielokrotności, znajdują odpowiednie zastosowanie do uwidaczniania cen jednostkowych przeznaczonych do sprzedaży w kompletach towarów identycznych oznaczonych na ich opakowaniach jednostkowych objętością, masą, długością lub powierzchnią. Jednocześnie do końca 2010 roku nie wymaga się uwidaczniania cen jednostkowych innych towarów przeznaczonych do sprzedaży w kompletach.

Nie wymaga uwidocznienia cena jednostkowa określonego towaru, jeżeli jest identyczna z ceną sprzedaży tego towaru.

Towary masowe powinny być opatrzone wywieszkami zawierającymi cenę jednostkową oraz nazwę handlową oferowanego towaru. Zasada ta dotyczy również towarów dystrybuowanych przez automaty sprzedające i inne automaty umieszczone w miejscach sprzedaży. W szczególnych przypadkach uzasadnionych rodzajem, przeznaczeniem oraz zwyczajowo oferowaną ilością towarów masowych, towarów pakowanych i towarów o małych gabarytach (tj. towarów, których żadna powierzchnia nie przekracza 10 cm kwadratowych) przy uwidacznianiu cen jednostkowych dopuszcza się stosowanie innych niż wyżej wymienione dziesiętnych wielokrotności i podwielokrotności legalnych jednostek miar. Zasada ta odnosi się również do towarów dystrybuowanych przez automaty.

Cena jednostkowa pakowanego środka spożywczego w stanie stałym znajdującego się w płynie lub mieszance płynów, także w postaci zamrożonej lub głęboko mrożonej, takich jak: woda, wodne roztwory soli, solanka, wodne roztwory kwasów spożywczych, ocet, wodne roztwory cukrów, wodne roztwory innych substancji słodzących, a w przypadku owoców lub warzyw – także w soku owocowym albo warzywnym, powinna dotyczyć masy netto środka spożywczego po odsączeniu, oznaczonej na opakowaniu jednostkowym, jeżeli płyn lub mieszanka płynów stanowi jedynie dodatek do podstawowego składu tego środka spożywczego i nie jest czynnikiem wpływającym na wybór konsumentów.

W przypadku towarów pakowanych oznaczonych liczbą sztuk może być stosowane przeliczenie na cenę jednostkową za 1 sztukę lub za dziesiątą wielokrotność liczby sztuk.

Towary przeznaczone do sprzedaży detalicznej oznaczają się, cenami w sposób bezpośredni na poszczególnych egzemplarzach lub na ich pojedynczych opakowaniach, metodą uniemożliwiającą łatwe usunięcie oznaczenia.

Za równoznaczne ze spełnieniem wymogu oznaczenia ceną, uznaje się oznaczenie kodem kreskowym towaru oferowanego w miejscu sprzedaży detalicznej, dostosowanym do samoobsługi kupujących, przy łącznym spełnieniu następujących warunków:

1) towary nieoznaczone ceną zostaną opatrzone wywieszkami, zawierającymi określone informacje, w tym także o cenach jednostkowych,

2) liczba czytników umieszczonych przez przedsiębiorcę na sali sprzedaży zapewni kupującym niezwłoczne odczytanie cen poszczególnych towarów na podstawie kodu kreskowego; przy czym na każde rozpoczęte 400 metrów kwadratowych powierzchni sprzedażowej powinien przypadać co najmniej 1 czytnik, nie uwzględniając czytników zainstalowanych w kasach rejestrujących,

3) masa lub objętość towaru nieoznaczonego ceną nie przekroczy 5 kilogramów lub 5 litrów odpowiednio dla towarów sprzedawanych według masy lub objętości; w przypadku towarów pakowanych podane wielkości dotyczą odpowiednio jednostek masy i objętości netto bez opakowania; towary sprzedawane na sztuki nie przekroczą swoją wielkością sumy wymiarów, przy pomiarze w skrajnych punktach (długości, szerokości i wysokości) 2 metrów oraz masy całkowitej 5 kilogramów lub objętości 5 litrów,

4) pracownicy obsługi wyodrębnionych stoisk lub działów zostaną zobowiązani do niezwłocznego odczytu ceny towaru na podstawie kodu kreskowego na każde życzenie kupującego wyrażone na sali sprzedaży,

5) cena towaru odczytana na podstawie kodu kreskowego nie może być wyższa od ceny uwidocznionej przy identycznym towarze,

6) system czytników dokonuje, na życzenie kupującego, odczytu ceny sprzedaży każdego towaru wraz z jego nazwą handlową lub zrozumiałym dla kupującego skrótem tej nazwy, umożliwiającym łatwą identyfikację towaru i ceny.

Ceny za usługi podaje się wraz z dokładnym określeniem rodzaju i zakresu usługi. Jeżeli jest to zgodne z praktyką obrotu, ze względu na rodzaj świadczonej usługi, zamiast cen za usługę można podawać cenę jednostkową za jednostkę usługi. Przy określaniu cen za usługi mogą być podawane stawki godzinowe, stawki procentowe, ceny za kilometr i inne stawki przeliczeniowe, które powinny zawierać wszystkie elementy składowe ceny. W zakładach świadczących usługi w miejscu widocznym i ogólnodostępnym powinien znajdować się cennik wraz z dokładnym określeniem rodzaju i zakresu usług. W przypadku świadczenia usług wyłącznie u konsumentów cennik powinien być przedstawiony konsumentowi przed wykonaniem zamówionej przez niego

usługi. Powyższe obowiązki dotyczą również przedsiębiorców świadczących usługi w punktach sprzedaży określonej.

Cen paliw na stacjach benzynowych tj. ceny paliw oznacza się i podaje w taki sposób, aby były one wyraźne i czytelne dla kierowców pojazdów poruszających się po drogach publicznych i zbliżających się do stacji benzynowej.

Do dnia 31 grudnia 2013 r. nie wymaga się bezpośredniego oznaczenia ceną, towarów przeznaczonych do sprzedaży detalicznej, które ze swej natury nie mogą być tak oznaczone lub których takie oznaczenie nie miałyby znaczenia dla kupujących. Dotyczy to:

- towarów o małych gabarytach, towarów masowych, sadzonek roślin, kwiatów ciętych i doniczkowych, żywych zwierząt,
- towarów żywnościowych, niepakowanych sprzedawanych na sztuki,:
- towarów zwyczajowo oferowanych do sprzedaży w większych ilościach, w szczególności: cegieł, glazury lub terakoty,
- towarów spożywczych, których termin przydatności do spożycia albo data minimalnej trwałości upływie w ciągu najbliższej doby, licząc od momentu ich wystawienia na sprzedaż,
- towarów oferowanych do sprzedaży poza lokalem przedsiębiorstwa lub na specjalnie organizowanych pokazach w celu ich sprzedaży,
- towarów dystrybuowanych przez automaty sprzedające i inne automaty umieszczone w miejscach sprzedaży,
- towarów przeznaczonych do sprzedaży, których cena nie przekracza kwoty 5 złotych.

Powyższe towary opatruje się cenami na etykietach (przywieszkach) trwale złączonych z tymi towarami lub w cennikach albo w katalogach, a także na ekranach monitorów, do których kupujący powinien mieć bezpośredni wgląd, odpowiednio do ich charakteru, właściwości, przeznaczenia i uzasadnionych oczekiwań kupujących.

Natomiast towary, przeznaczone do użytkowania wyłącznie w komplecie lub w zestawie oznacza się cenami na ich opakowaniach zbiorczych.