

TEMAT NR 11: KONSUMENT, CZYLI „KRÓL RYNKU”

1. KONSUMENT, CZYLI KTO?

Funkcjonowanie gospodarki uzależnione jest od przepływu informacji. Kluczem do sukcesu jest umiejętność stawiania pytań. Pytają zarówno producenci, czyli wytwórcy dóbr (towarów i usług), handlowcy, czyli pośrednicy, sprzedawcy dóbr, jak i konsumenci, czyli nabywcy dóbr.

Konsument – to osoba, która nabywa towary i korzysta z usług, czyli każdy z nas.

2. DLACZEGO CHRONI SIĘ KONSUMENTÓW?

Konsumentom niezbędna jest ochrona prawna, ponieważ w kontaktach z producentami i sprzedawcami zazwyczaj znajdują się oni w mniej korzystnym położeniu. Najczęściej wynika to z niedostatecznej wiedzy konsumentów o produkcie czy przysługujących im prawach, a także z utrudnionego dostępu do wymiaru sprawiedliwości. Dlatego konsumentom w Polsce ochronę gwarantuje **konstytucja**, a w sposób bardziej szczegółowy – inne ustawy, przede wszystkim **ustawa o prawach konsumenta**.

Podstawowe prawa konsumenta:

- a) **prawo do informacji,**
- b) **prawo do bezpieczeństwa i ochrony zdrowia,**
- c) **prawo do ochrony interesu ekonomicznego**
- d) **prawo do zrzeszania się i reprezentacji,**
- e) **prawo do efektywnego systemu dochodzenia roszczeń.**

3. KRO CHRONI KONSUMENTÓW?

Na mocy prawa konsumentów chronią konkretne instytucje, w tym:

- a) **Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK)**, który dba o zbiorowe prawa konsumentów m.in. przez nadzór nad bezpieczeństwem produktów oraz zapobieganie praktykom monopolistycznym.
- b) **Inspekcja Handlowa (IH)**, zajmująca się kontrolą jakości towarów, rzetelności miar i wag oraz poziomu obsługi konsumentów.

Pomoc mogą świadczyć również miejscy lub powiatowi **rzecznicy konsumentów**, którzy – w przeciwieństwie do UOKiK – zajmują się sprawami indywidualnymi. Ich głównym zadaniem jest udzielanie bezpłatnych porad prawnych dotyczących problemów konsumenckich. W uzasadnionych przypadkach mogą także pełnić funkcję mediatorów

w sporze konsumenckim lub wnieść powództwo sądowe przeciwko nieuczciwemu przedsiębiorcy.

Ponadto dla rynków o szczególnej specyfice ustanowiono odrębne instytucje konsumenckie. Ochroną konsumentów zajmują się również instytucje pozarządowe, np. **Federacja Konsumentów** oraz **Stowarzyszenie Konsumentów Polskich**. Ich działalność obejmuje m.in.: udzielanie bezpłatnych porad prawnych, upowszechnianie wiedzy dotyczącej praw konsumenckich i pomoc w prowadzeniu sporu sądowego z nieuczciwym sprzedawcą.

4. POZASĄDOWE ROZWIĄZYWANIE SPORÓW.

Większość z wymienionych instytucji pro konsumenckich ma uprawnienia do pozasądowego (polubownego) rozwiązywania sporów pomiędzy konsumentami a przedsiębiorcami. Procedura ta jest szybsza, mniej sformalizowana niż proces sądowy i zazwyczaj bezpłatna (albo podlega niskiej opłacie). W osiągnięciu porozumienia pomagają **mediatorzy** lub **arbitrzy**, którzy są niezależnymi ekspertami, starającymi się bezstronnie patrzeć na sprawę. Postępowanie można wszcząć, kiedy spór pomiędzy konsumentem a przedsiębiorcą nie został zakończony oraz gdy obydwie strony wyrażają na to zgodę. W celu rozpoczęcia postępowania należy złożyć wniosek napisany samodzielnie lub według wzoru opublikowanego przez daną instytucję. Ważne jest w nim dokładne wskazanie stron sporu (dane konsumenta i przedsiębiorcy) oraz określenie żądania, czyli informacji o tym, jakiego rozstrzygnięcia się oczekuje.

5. REKLAMACJA.

Jednym z podstawowych praw przysługujących konsumentom jest prawo do **reklamacji**. Na jego mocy konsument zawiadamia producenta lub sprzedawcę o wystąpieniu wady towaru albo o nieprawidłowym wykonaniu usługi. Prawo to przysługuje konsumentowi także przy zakupach przez internet oraz po obniżonych cenach, np. podczas sezonowej wyprzedaży. Jednak jeśli cenę obniżono z powodu wadliwości towaru (w chwili zakupu był on niepełnowartościowy), nie można reklamować usterek, które zdecydowały o obniżeniu ceny.

6. GWARANCJA.

Przy umowie kupna – sprzedaży, dotyczącej zazwyczaj towarów o dużej wartości lub skomplikowanych technicznie (np. sprzętu AGD), producenci lub sprzedawcy zwykle dobrowolnie udzielają **gwarancji** na produkt. Polega ona na naprawie lub wymianie danej rzeczy w razie wystąpienia usterki w okresie objętym gwarancją (z wyjątkiem sytuacji, w której uszkodzenie nastąpiło w wyniku nieprawidłowego użytkowania danej rzeczy).

7. CO WYBRAĆ – REKLAMACJĘ CZY GWARANCJĘ?

Przy wyborze trybu dochodzenia odpowiedzialności od producenta czy sprzedawcy należy wziąć pod uwagę, że reklamacja, przysługująca ustawowo, zapewnia z góry określone uprawnienia. Pozwala też bardzo dokładnie przewidzieć postępowanie sprzedawcy z wadliwym towarem. Wybór gwarancji, której zakres ustala producent (sprzedawca), może okazać się mniej korzystny. Gwarant będzie starał się ograniczyć swoją odpowiedzialność, na co nie pozwoliłaby mu reklamacja. Gwarancja okazuje się przydatna, kiedy wygasła już możliwość złożenia reklamacji.

8. ZAKUPY W SIECI.

W ostatnich latach rozpowszechniły się zakupy za pośrednictwem internetu. Głównymi powodami skłaniającymi konsumentów do nabywania towarów tą drogą są z reguły niższe ceny niż w tradycyjnych sklepach, a także wygoda (możliwość dokonywania zakupów bez wychodzenia z domu). Przez internet kupuje się przede wszystkim odzież, obuwie, książki oraz elektronikę, w tym sprzęt RTV i AGD. Zakupy w sieci mają wiele zalet, ale wiążą się też z ryzykiem. Dlatego warto znać przysługujące e-konsumentom prawa oraz przestrzegać podstawowych zasad, aby nie stać się ofiarą oszustwa.

9. PRAWA E-KONSUMENTA.

Osoba dokonująca zakupów na odległość, w tym także przez internet, ma większe prawa niż kupujący w tradycyjnych sklepach, np.:

- a) e – konsument może zrezygnować z zakupu towaru lub usługi bez podania przyczyny w ciągu 14 dni od otrzymania towaru lub zamówionej usługi,
- b) sprzedawca w ciągu 14 dni musi oddać pieniądze z tytułu zwrotu towaru lub usługi.

Od tych reguł są pewne wyjątki. Nie można zwrócić produktów spersonalizowanych, np. kalendarza ze zdjęciami rodzinnymi, oraz produktów spożywczych z krótką datą przydatności do spożycia ani rozpakowanych płyt CD/DVD, np. z programami komputerami.

MATERIAŁY I POMOCY EDUKACYJNE DO TEMATU – KONSUMENT, CZYLI „KRÓL RYNKU”

Krok w przedsiębiorczość, Podręcznik do podstaw przedsiębiorczości dla szkół ponadgimnazjalnych, Zbigniew Makiela, Tomasz Rachwał, Nowa Era, Warszawa 2014

Portale i strony internetowe – rf.gov.pl, ure.gov.pl, www.ulc.gov.pl/pl, www.utk.gov.pl, www.rpp.gov.pl, konsument.gov.pl, www.uokik.gov.pl, www.federacja-konsumentow.org.pl.

POLECENIA DO WYKONANIA

Proszę przeczytać powyższe streszczenie, ewentualnie temat z podręcznika „Konsument, czyli „król rynku”, str. 42 – 47 lub skorzystać ze źródeł internetowych, a następnie odpowiedzieć na następujące pytania i wysłać odpowiedzi do 5 maja 2020 r. na e-maila: rsegda1@o2.pl:

- 1. Podaj definicję konsumenta i wymień jego prawa.**
- 2. Wymień i scharakteryzuj instytucje, które chronią prawa konsumentów.**
- 3. Wyjaśnij pojęcia reklamacji i gwarancji oraz opisz czym się różnią?**

W razie problemów proszę pisać do mnie na wyżej podanego e-maila.