
Konsument na rynku

Podstawy biznesu

2013



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**Zachodniopomorska
Szkoła Biznesu
w Szczecinie**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt "Uczestnik Społeczeństwa Wiedzy - zintegrowany system kształcenia przedsiębiorczości w szkołach ponadgimnazjalnych" współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego



Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Definicja pojęcia „konsument”	3
3. Umowa konsumencka.....	3
4. Podstawowe Prawa Konsumenta	4
5. Świadomy konsument:.....	6
6. Co to jest rękojmia?.....	6
7. Gwarancja.....	7
8. Jak złożyć reklamację na zakupiony produkt?	8
9. Zasady prawidłowych zachowań konsumenckich	8
10. Zachowania konsumenta w sieci	9
11. Instytucje ochrony praw konsumenta	10
12. Podsumowanie	11
13. Literatura.....	12



Konsument na rynku

1. Wstęp

Konsument i producent to główni „aktorzy” rynku. Każdy z nas występuje w roli konsumenta. To nieuniknione we współczesnym świecie. Świadomy konsument zna obowiązki i prawa obowiązujące go na rynku. Czy wiesz, że wielokrotnie w ciągu dnia zawierasz umowę konsumencką? Czy potrafisz skutecznie złożyć reklamację? Czy potrafisz wskazać instytucje, do których możemy zwrócić się o pomoc w sytuacji łamania naszych praw konsumenckich? Zapoznaj się z informacjami na temat wyznaczników funkcjonowania na rynku w roli konsumenta.

2. Definicja pojęcia „konsument”

Konsument, zgodnie z Kodeksem Cywilnym, to osoba fizyczna dokonująca czynności prawnej, niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową, nabywająca od przedsiębiorcy towar lub usługę.

Dwa rodzaje rynku:

- rynek konsumencki - wielkość oferty sprzedaży oferowanej przez producentów przekracza zapotrzebowanie konsumentów;
- rynek producenta - na rynku występują silne niedobory produktów i usług. Jak myślisz: z jakim rodzajem rynku mamy do czynienia obecnie?

Konsument i producent to podstawowi i najważniejsi uczestnicy rynku



Źródło: opracowanie własne.

3. Umowa konsumencka

Umowa sprzedaży (błędnie często nazywana umową kupna-sprzedaży) to najczęściej zawierana umowa w obrocie gospodarczym. Każdy z nas zawiera kilka takich umów dziennie i kilkadziesiąt w tygodniu. Umowę sprzedaży konsumenckiej zawieramy, gdy kupujemy w sklepie artykuły spożywcze, przemysłowe, odzież, książki itd. Większość konsumentów nie zdaje sobie sprawy, że codzienne transakcje mają szczególny charakter, który reguluje specjalna ustawa.

Pamiętaj: konsumencka umowa dotyczy sytuacji, gdy przedsiębiorca sprzedaje tzw. rzecz ruchomą konsumentowi.

Co to oznacza? Kto stoi po dwóch stronach transakcji konsumenckiej?

W transakcjach (umowach) konsumenckich jedną stroną jest „zwykły Kowalski”, czyli osoba fizyczna (nie przedsiębiorca), która nabywa jakiś produkt w celu niezwiązanym z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Drugą stroną umowy musi być przedsiębiorca prowadzący działalność gospodarczą. Sprzedaż konsumencka dotyczy tylko „rzeczy ruchomych”, a więc jej przedmiotem nie może być np. dom, mieszkanie czy działka budowlana. Sprzedaż może odbywać się w tradycyjnym



Konsument na rynku

sklepie, ale również on-line, przez telefon oraz poza lokalem przedsiębiorcy, czyli np. w ramach akwizycji.

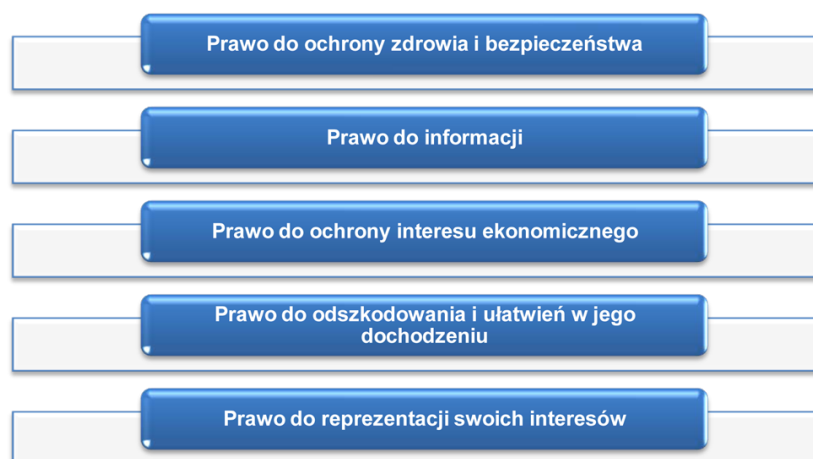
Konsument, korzystając z czyichś usług lub towarów, zawiera na zasadach domniemania umowę (umowa ustna lub na żądanie jednej ze stron - pisemna). W przypadku, gdy wartość usług jest wyższa niż 2000 złotych, umowa powinna mieć charakter pisemny. Umowa nie musi zawierać opisu wszystkich praw (regulują to odpowiednie przepisy).

4. Podstawowe Prawa Konsumenta

Konsument ma prawo wyboru. To jego decyzje wpływają na kształtowanie rynku i jego dostosowywanie do preferencji klienta. Rynek dąży do pozyskania jak największej liczby osób korzystających z proponowanych dóbr lub usług poprzez odpowiednio szybką reakcję na zmiany upodobań klientów.

Przedstawione prawa chronią konsumenta na rynku i pozwalają na bardziej świadome zachowania. Świadomy konsument ma większy wpływ na proces kształtowania rynku i zasady jego funkcjonowania.

Konsument na rynku posiada 5 podstawowych praw



Źródło: opracowanie własne.

I. Prawo do ochrony zdrowia i bezpieczeństwa

Zakres ochrony zdrowia i bezpieczeństwa konsumenta określa następujący zapis ustawy:

"Kto wytwarza lub sprzedaje produkt niebezpieczny, który może doprowadzić do jakiegokolwiek uszczerbku na zdrowiu lub wyrządzić krzywdę, ten odpowiada za powstałe w ten sposób skutki.

Naprawienie szkody obejmuje wszelkie wyniki z tego powodu koszty:

- na żądanie poszkodowanego wytwórca niebezpiecznego produktu zobowiązany jest do naprawienia szkody; powinien on wyłożyć z góry sumę potrzebną na koszty leczenia;
- jeżeli poszkodowany stał się inwalidą – może ubiegać się o sumę potrzebną na koszty przygotowania do innego zawodu;



Konsument na rynku

- jeżeli poszkodowany utracił całkowicie lub częściowo zdolność do pracy zarobkowej, może żądać od producenta wadliwego towaru naprawienia szkody w formie odpowiedniej renty.

Jeżeli w chwili wydania wyroku szkody nie da się dokładnie ustalić, poszkodowanemu może być przyznana renta tymczasowa”.

II. Prawo do ochrony interesu ekonomicznego konsumenta

W ochronie interesu ekonomicznego konsumenta wyróżnia się trzy grupy przepisów:

- ochrony przy zawieraniu umowy,
- ochrony przed krzywdzącą treścią umowy,
- ochrony przed niewłaściwą jakością świadczenia (rękojmia, gwarancja).

III. Prawo do odszkodowania i ułatwień w jego dochodzeniu (ułatwień w dostępie do wymiaru sprawiedliwości)

Prawo do odszkodowania jest egzekwowane zarówno w Sądach Powszechnych, jak i w specjalnie powołanych Polubownych Sądach Konsumenckich, które rozstrzygają spory pomiędzy konsumentami i przedsiębiorcami. Postępowanie w Polubownych Sądach Konsumenckich jest wolne od opłat (strony są jednak zobowiązane pokryć koszty powołania eksperta lub zamówienia ekspertyzy). Opłata jest zwracana stronie, która wygra sprawę.

KTOŚ POWIEDZIAŁ:

“Jest tylko jeden szef – klient. Może on zwolnić każdego, od prezesa do sprzedawcy, wydając swoje pieniądze gdzie indziej.”

Sam Walton

amerykański miliarder, założyciel sieci Wal-Mart

IV. Prawo do informacji

Konsument ma prawo do ochrony:

- jego danych osobowych oraz innych danych, które w jakikolwiek sposób mogą naruszyć jego prywatność;
- przed nachalną reklamą lub przymusem w nawiązywaniu relacji handlowych z wytwórcami lub usługodawcami.

Konsument ma prawo i możliwości ochrony przed nachalną reklamą. Zapoznaj się z działaniami, jakie możesz podjąć w sytuacji nachalnej reklamy.

Sytuacja 1. Otrzymujesz niechciane materiały reklamowe.

Właściwa reakcja: należy wywiesić np. na drzwiach lub skrzynce pocztowej zastrzeżenie. Od tego momentu reklamodawcy nie powinni już pozostawiać w zastrzeżonych miejscach materiałów.

Sytuacja 2. Konsument otrzymuje materiały reklamowe za pośrednictwem poczty.

Właściwa reakcja: należy złożyć w Urzędzie Pocztowym pisemny wniosek informujący o braku zgody na pozostawianie w skrzynce pocztowej materiałów reklamowych.

Sytuacja 3. Konsument otrzymuje materiały reklamowe zaadresowane imiennie.

Właściwa reakcja: zawiadomić nadawcę korespondencji. Pomimo braku adresu zwrotnego wystarczy zawiadomienie podmiotu, którego działalność gospodarczą obejmują materiały



Konsument na rynku

reklamowe. Dotyczy to również sytuacji, gdy producent zlecił dystrybucję reklam swoich towarów specjalnej firmie lub osobie.

Przykład: gdy mamy do czynienia z reklamówkami hipermarketu MISIU, przygotowanymi i rozprowadzanymi przez inną firmę, to wystarczy zawiadomić hipermarket MISIU.

V. Prawo do reprezentacji swoich interesów

Prawo do reprezentacji swoich interesów sprowadza się w Polsce do szczególnej roli organizacji konsumenckich i innych organów w ochronie interesów konsumenta na rynku.

Co powinieneś wiedzieć jako świadomie poruszający się po rynku konsument?

5. Świadomy konsument:

- zna swoje (konsumenta) prawa,
- stosuje i egzekwuje je w codziennym życiu.

Jedną z podstawowych umiejętności konsumenta jest składanie reklamacji na zakupiony produkt.

Te ważne z punktu konsumenta instrumenty prawne, choć spełniają podobne funkcje, różnią się od siebie znacząco.

Zasady odpowiedzialności sprzedawcy wobec konsumenta regulują dwa instrumenty prawne



Źródło: opracowanie własne.

6. Co to jest rękojmia?

Rękojmia jest to odpowiedzialność sprzedawcy względem kupującego wynikająca z ustawy, a nie z umowy stron i dotyczy zarówno rzeczy nowych, jak i używanych.

Odpowiedzialność sprzedawcy z tytułu rękojmi za wady sprzedanej rzeczy ma charakter absolutny i bezwzględny, co oznacza, że:

- sprzedawca nie może się z niej zwolnić,
- sprzedawca nie może jej ograniczyć lub wyłączyć (w umowach z udziałem konsumentów takie działanie jest niedopuszczalne).

Rękojmia obejmuje wady w chwili wydania rzeczy bądź w chwili zawarcia umowy sprzedaży rzeczy. Nie każde uszkodzenie powstałe po zakupie towaru można reklamować. Reklamacja z tytułu rękojmi jest uzasadniona, jeśli:

- wady zmniejszają wartość rzeczy np. przez niższą od ustalonej w umowie ich jakość;



Konsument na rynku

- wady zmniejszają użyteczność rzeczy, np. lodówka odbiega od norm technicznych ustalonych dla tego rodzaju sprzętu;
- rzecz nie ma właściwości, o których istnieniu zapewniał sprzedawca;
- rzecz wydano w stanie niepełnym, niekompletnym np. brak instrukcji w języku polskim, dotyczącej sposobu korzystania z danej rzeczy.

Sprzedawca ponosi więc odpowiedzialność z tytułu rękojmi za wadliwość towaru bez względu na to, czy ponosi bezpośrednio za nią winę!

Rękojmia trwa rok od daty wydania rzeczy kupującemu (trzy lata dla budynków), a wszelkie oświadczenia sprzedawcy, dotyczące krótszego okresu rękojmi, nie mają żadnych skutków prawnych. Aby nie utracić uprawnień z tytułu rękojmi, konsument musi zawiadomić sprzedawcę o wadzie w ciągu pierwszego miesiąca od daty jej wykrycia.

Jakie uprawnienia wynikają z rękojmi?

Korzystając z rękojmi możesz domagać się:

- obniżenia ceny zakupionego produktu,
- zastąpienia rzeczy wadliwej rzeczą niewadliwą,
- usunięcia wady,
- odstąpienia od umowy (zwrotu pieniędzy).

Pamiętaj:

- sprzedawca ma obowiązek przyjąć i rozpatrzyć reklamację;
- odpowiedzialnym wobec konsumenta jest sprzedawca, a nie producent, hurtownik, importer lub dealer;
- sprzedawca nie może do nich odsyłać konsumenta, sam musi przyjąć reklamację.

Jeśli sprzedawca rzecz wymieni lub usunie wadę, konsument nie może odstąpić od umowy (odstąpienie jest możliwe dopiero wówczas, gdy rzecz już raz wymieniono lub naprawiono).

7. Gwarancja

Gwarancja, w odróżnieniu od rękojmi, ustanawiana jest w drodze dobrowolnej umowy bądź oświadczenia dotyczącego umowy sprzedaży.

Właściwości gwarancji:

- gwarancja jest pisemnym zobowiązaniem do bezpłatnego usunięcia wad lub wymiany towaru na niewadliwy;
- gwarantem (udzielającym gwarancji) może być zarówno producent, hurtownik, importer, dealer, jak i sprzedawca;
- sposób załatwiania reklamacji oraz przysługujące uprawnienia określa karta gwarancyjna;
- w niektórych grupach produktów z góry ustalone są minimalne okresy obowiązywania gwarancji.

Gwarancja służy zapewnieniu właściwej jakości sprzedawanych towarów czy usług. Najczęściej gwarancja uprawnia konsumenta do żądania usunięcia wady bądź dostarczenia towaru bez wad.

Zakres uprawnień z tytułu gwarancji zależy każdorazowo od ustaleń sprzedawcy bądź producenta.



Konsument na rynku

8. Jak złożyć reklamację na zakupiony produkt?

Przed złożeniem reklamacji należy zastanowić się nad tym, czy powstała wada należy usunąć na podstawie przepisów rękojmi, czy gwarancji.

Co powinieneś wiedzieć na temat reklamacji:

1. Reklamację można składać ustnie (telefonicznie lub osobiście) albo pisemnie. Najlepszą, ze względów dowodowych, jest forma pisemna.
2. Protokół reklamacyjny należy sporządzić w dwóch egzemplarzach: jeden dla sprzedawcy, drugi dla konsumenta.
3. Sprzedawca winien rozpatrzyć reklamację niezwłocznie. Generalnie, jeśli strony nie postanowiły inaczej, ma na to nie więcej niż 14 dni kalendarzowych od dnia dostarczenia towaru lub dokonania oględzin.
4. W razie konieczności wydania opinii lub badania w miejscu używania towaru, reklamacja powinna być załatwiona w terminie niezbędnym do przeprowadzenia tych czynności (najpóźniej w ciągu 21 dni kalendarzowych).

Pamiętaj, że takie napisy wywieszane w sklepach są niezgodne z prawem:

Sklep nie ponosi odpowiedzialności za ukryte wady towaru.

Towar rozpakowany nie podlega wymianie ani zwrotowi.

Po odejściu od kasy reklamacji się nie uwzględnia.

9. Zasady prawidłowych zachowań konsumenckich

Zasada 1

Oglądaj i czytaj etykiety znajdujące na opakowaniach towarów. Etykiety, oprócz elementów reklamowych, zawierają ważne informacje na temat produktów, które producent jest zobowiązany umieścić.

Zawsze sprawdź:

- datę ważności,
- warunki przechowywania (np. towarów spożywczych),
- jak długo towar może leżeć np. po otwarciu opakowania,
- jaki jest skład ilościowy i jakościowy produktu,
- jakie składniki zawiera produkt,
- jak należy używać danego towaru (np. sposób prania ubrań),
- jaka jest rzeczywista waga towaru (nie zawsze duże opakowanie oznacza dużą ilość towaru).

Zasada 2

Sprawdź, czy towar posiada znak CE. Symbol ten stosowany jest we wszystkich krajach Unii Europejskiej i stanowi gwarancję, że towar został wykonany zgodnie z prawem.

Zasada 3

Kupuj towary (zwłaszcza spożywcze) zapakowane w szczelne i nieuszkodzone opakowania.

Zasada 4

Zawsze zabieraj ze sklepu paragon i przechowuj go przynajmniej przez dwa lata. Paragon ułatwia reklamację zakupionego towaru.



Konsument na rynku

Zasada 5

Uważaj na promocje i sprawdź, czy rzeczywiście jest to okazja. Pamiętaj, że wadliwy towar bez względu, czy został zakupiony po normalnej, czy po obniżonej cenie, masz prawo reklamować. Z wyłączeniem sytuacji, kiedy przyczyną obniżki była wada, o której sprzedawca poinformował.

10. Zachowania konsumenta w sieci

Zakupy w sieci są coraz bardziej popularne. Dzięki internetowi i telefonowi możesz kupować usługi i towary bez wychodzenia z domu. Zakupy on-line są wygodne, ale niosą za sobą różne przykre niespodzianki. Kupując towar nie widzimy go z bliska, nie możemy dopytać bezpośrednio o szczegóły i trudno jest w 100% sprawdzić, czy towar nam odpowiada. Niekiedy możesz być nieprzyjemnie zaskoczony!

Pamiętaj, że przy zakupach on-line masz prawo do:

- zapoznania się z właściwościami oferowanych towarów lub usług, ich całkowitą i ostateczną ceną oraz terminem dostawy przed złożeniem zamówienia;
- otrzymania pisemnego potwierdzenia złożonego zamówienia;
- otrzymania na piśmie lub pocztą elektroniczną potwierdzenia zawarcia umowy (nie później niż w chwili dostawy);
- odstąpienia w ciągu 10 dni od umowy bez podania przyczyny;
- odmowy przyjęcia i zapłaty za towar przez ciebie nie zamówiony.

Uwaga!

Prawo do oddania towaru bez podania przyczyny nie dotyczy zakupów robionych na internetowych portalach aukcyjnych. W takiej sytuacji umowę zawierasz z określoną osobą, a nie z organizatorem aukcji. Dlatego warto zapoznać się z opiniami i komentarzami innych kupujących o dotychczasowych transakcjach tej osoby. Staraj się nie wysyłać całej zapłaty, zanim nie otrzymasz towaru.

Jeśli decydujesz się na zakupy w sklepie internetowym, pamiętaj o dwóch kwestiach:

- Sprawdź sklep.
- Nie spiesz się.

Sprawdź sklep:

- ustal adres sklepu i numer telefonu do przedsiębiorcy (nie zakładaj z góry, że skrót pl. w adresie internetowym oznacza, że firma zawsze ma siedzibę w Polsce);
- sprawdź organ, który dokonał rejestracji działalności przedsiębiorcy oraz numer, pod którym przedsiębiorca jest zarejestrowany;
- poszukaj na forach internetowych opinii innych konsumentów na temat jakości usług świadczonych przez wybranego przedsiębiorcę;
- upewnij się, czy na witrynie sklepu stosowany jest system zabezpieczeń, sygnalizowany przez symbol (ikonkę) kłódki na dole monitora.

Nie spiesz się:

- zbierz niezbędne informacje o produkcie, sprawdź czy produkt ci odpowiada;



Konsument na rynku

- wydrukuj strony z opisem wybranego towaru (pamiętaj, że strona z opisem może być w każdej chwili zdjęta z sieci, a może przydać się np. do reklamacji);
- zapoznaj się z warunkami umowy i postanowieniami regulaminu (szczególnie zwróć uwagę, czy umowa bądź regulamin nie zawierają jakichś dodatkowych, ukrytych kosztów);
- porównaj ceny danego produktu w różnych sklepach (korzystaj z witryn - porównywarek cenowych);
- ustal formę płatności (najlepiej przed zawarciem umowy).

Pamiętaj, że zgodnie z przepisami prawa konsument nie ma obowiązku dokonywania płatności przed spełnieniem świadczenia. Gdy przedsiębiorca żąda płatności przed wykonaniem umowy, powinien być to dla ciebie sygnał alarmowy.

11. Instytucje ochrony praw konsumenta

W Polsce ochronę praw konsumenta zabezpieczają:

- organizacje konsumenckie,
- powiatowi lub miejscy rzecznicy konsumentów,
- Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Federacje Konsumentów znajdują się niemal w 50 miastach na terenie całej Polski. Federacja udziela porad i dokonuje bezpośrednich interwencji np. w przypadku nieuczciwego sprzedawcy.

Podobną, bezpłatną pomoc i poradę uzyskamy w Stowarzyszeniu Konsumentów Polskich. Nie posiada ono biur regionalnych. Problemy z przestrzeganiem praw konsumenckich zgłasza się listownie, telefonicznie lub mailem.

Instytucje związane z ochroną praw konsumenckich



Źródło: opracowanie własne.



Konsument na rynku

Powiatowy lub miejski rzecznik konsumentów jest instytucją, do której możemy zwrócić się o poradę w zakresie przysługujących nam praw konsumenckich. Rzecznik jest naszym reprezentantem, który ma bronić naszych praw. Rzeczników znajdziemy w każdym powiatowym mieście, najczęściej w siedzibie Starostwa Powiatowego lub w Urzędzie Miasta.

Zadaniem Powiatowego Rzecznika Konsumentów jest m.in.:

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa prawnego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- doradztwo kierowane do konsumentów,
- reprezentowanie pokrzywdzonych konsumentów oraz prowadzenie mediacji między stronami konfliktów, w których po jednej stronie znajduje się konsument.

Urząd Ochrony Konsumentów i Konkurencji jest instytucją państwową, której celem jest ochrona konsumentów oraz przeciwdziałanie nieuczciwej konkurencji pomiędzy przedsiębiorcami.

Najważniejszym zadaniem UOKiK jest:

- przygotowywanie projektów rządowej polityki konsumenckiej,
- opracowywanie i przedkładanie Radzie Ministrów projektów aktów prawnych dotyczących ochrony interesów konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców i związków przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- nadzór nad ogólnym bezpieczeństwem produktów przeznaczonych dla konsumentów w zakresie wynikającym z przepisów o ogólnym bezpieczeństwie produktów.

KTOŚ POWIEDZIAŁ:

„Traktuj klientów jak myślące aktywa.”

Tom Peters

amerykański konsultant ds. zarządzania

12. Podsumowanie

Prezentowane opracowanie dostarczyło Ci podstawowej wiedzy z zakresu skutecznego funkcjonowania na rynku w roli konsumenta. Konsument to rola społeczna dość sformalizowana, wyznaczona i regulowana przez różne akty prawne.

Po zapoznaniu się z materiałem potrafisz:

- określić istotę umowy i transakcji konsumenckiej,
- wskazać główne prawa konsumenta,
- określić korzyści wynikające z bycia świadomym konsumentem,
- dokonać złożenia reklamacji w oparciu o prawo rękojmi i gwarancję,
- przedstawić instytucje związane z ochroną praw konsumenta.



Konsument na rynku

13. Literatura

1. Gajewski St., Zachowania się konsumenta a współczesny marketing, WUŁ, Łódź 1994.
2. Kerplik Jacek, Kozłowski Michał, Prawo konsumenta, Axel Springer Polska, Warszawa 2011.