**Temat: Klient nasz pan – czyli o prawach młodego konsumenta.**

Autor: Beata Łuba-Krolik

**Skrócony opis zajęć:**

W trakcie zajęć uczniowie analizując typy konsumentów określają siebie jako konsumenta
w codziennych sytuacjach życiowych; poznają prawa konsumenta przy zakupach tradycyjnych oraz na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa; znają instytucje stojące na straży praw konsumenta.

**Poziom**

Podstawa programowa kształcenia ogólnego dla gimnazjów

III etap edukacyjny

Wiedza o społeczeństwie

Treści nauczania – wymagania szczegółowe

5. Udział obywateli w życiu publicznym. Uczeń:

3) przedstawia przykłady działania organizacji pozarządowych i społecznych (od lokalnych stowarzyszeń do związków zawodowych i partii politycznych) i uzasadnia ich znaczenie dla obywateli;

26.Gospodarstwo domowe. Uczeń:

4) wyjaśnia, jakie prawa mają konsumenci i jak mogą ich dochodzi..

**Cele zajęć :**

Uczeń powinien:

* identyfikować siebie jako konsumenta w różnych sytuacjach życiowych
* wyjaśniać, jakie prawa mają konsumenci, w tym konsumenci robiący zakupy na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa
* wymieniać instytucje stojące na straży praw konsumenta

**Pojęcia kluczowe:**

# [Kupno/ Zakup](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl/zakupy/) - umowa sprzedaży między przedsiębiorcą a konsumentem. Do zawarcia takiej umowy dochodzi np. podczas zakupu warzyw na bazarze lub biletu w kiosku czy zamawiania usług telekomunikacyjnych.

**Konsument-**osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej (np. poprzez zawarcie umowy) niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

**Towar konsumpcyjny**-rzecz ruchoma, która podlega sprzedaży, np. owoc, stół, samochód.

# [Umowa zawarta w sposób tradycyjny](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl/umowa-zawarta-w-sposob-tradycyjny/) - umowa zawarta przy jednoczesnej obecności obu stron (konsumenta i przedsiębiorcy) w lokalu prowadzenia działalności przez przedsiębiorcę, np. zakupy w hipermarkecie.

# [Umowa zawarta na odległość](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl/umowa-zawarta-na-odleglosc/) - umowa zawarta w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, bez jednoczesnej obecności stron, z wyłącznym wykorzystaniem co najmniej jednego środka porozumienia się na odległość, np. rejestracja w portalu internetowym, zakup w e-sklepie.

# [Umowa zawarta poza lokalem przedsiębiorstwa](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl/umowa-zawarta-poza-lokalem-przedsiebiorstwa/) - umowa z konsumentem zawarta:

przy jednoczesnej fizycznej obecności obu stron w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa (np. w domu konsumenta czy w hotelu podczas pokazu lub w wyniku przyjęcia przez przedsiębiorcę oferty złożonej przez konsumenta w okolicznościach,
o których mowa powyżej lub w lokalu przedsiębiorstwa lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak nawiązano indywidualny
i osobisty kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa,) przy jednoczesnej fizycznej obecności obu stron, np. „zwabienie” konsumenta
z ulicy na pokaz w lokalu przedsiębiorcy lub podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem są promocja i zawieranie umów z konsumentami, np. wycieczka, w trakcie której oferuje się uczestnikom produkty medyczne.

# [Wada rzeczy](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl/wada-rzeczy/) - wada fizyczna lub prawna powstała w towarze kupionym przez konsumenta.

**Reklamacja-**tryb postępowania w sytuacji wystąpienia wady towaru lub nieprawidłowego wykonania usługi. Podstawy prawne reklamacji wadliwego towaru uzależnione są od wyboru dokonanego przez konsumenta (albo na zasadach rękojmi, albo na zasadach gwarancji). Przy reklamacji konsument może wysuwać w stosunku do przedsiębiorcy określone roszczenia,
w tym żądanie wymiany towaru na nowy, naprawy, obniżenia ceny lub – przy wadzie istotnej – odstąpienia od umowy.

**Klauzule niedozwolone-**niedozwolone prawnie postanowienia/zapisy znajdujące się
w umowie naruszające prawa konsumenta.

# [Trwały nośnik](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl/trwaly-nosnik/)-materiał (np. papier, płyta CD/DVD, pendrive, karta pamięci, dysk twardy) lub narzędzie (e-mail zapisany na twardym dysku) umożliwiające konsumentowi bądź przedsiębiorcy przechowywanie informacji w sposób umożliwiający dostęp do nich przez czas odpowiedni do celów, jakim służą (np. po 2 latach od zawarcia umowy). Trwały nośnik pozwala na odtworzenie informacji w niezmienionej postaci – bez ingerencji podmiotu, który był ich twórcą. **Trwałym nośnikiem nie jest strona internetowa**.

Zadanie nr 1

**Jakim jestem konsumentem?**

1. Porozmawiaj z uczniami o tym, czy lubią chodzić na zakupy? Gdzie najchętniej robią zakupy? Przypomnij pojęcie konsumenta (patrz słowniczek).
2. Poproś uczniów, aby pracując w małych grupach stworzyli portret polskiego konsumenta-nastolatka. Wybór formy graficznej pozostaw uczniom. Ważne jest, aby w pracach uczniowie umieścili cechy, zachowania jakie ich zdaniem charakteryzują młodego, polskiego konsumenta. Po wykonaniu zadania poproś grupy o przedstawienie wyników swojej pracy na forum.

c. Rozdaj grupom opisy czterech typów konsumentów, wyodrębnionych w badaniach Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wg. znajomość praw konsumenckich i sposobów korzystania
z tych przywilejów. Poproś o przeczytanie tekstu, a następnie o refleksję z którą grupą konsumentów najbardziej się identyfikuje każdy z uczniów. Poproś ochotników o krótkie wypowiedzi.

**Tekst „ Grupy polskich konsumentów”**

**Nieostrożni optymiści**

To osoby, które lubią zakupy. Nie należą do osób najzamożniejszych, bywa, że „żyją ponad stan”.

Ich stosunek do reklamy i do nowych kanałów sprzedaży cechuje pełne zaufanie. Nie mają „alergii na reklamy”, lubią je oglądać i czerpią z nich informacje, które następnie wykorzystują
w zakupach. Bardzo słabo orientują się w tym, jaki zakres przywilejów im przysługuje. Podczas zakupów nie dbają o pozyskanie paragonów, ułatwiających procedurę reklamacyjną.

Ta grupa stanowi 19 proc. populacji konsumentów.

**Niepewni przeciętniacy**

To osoby, które charakteryzuje dość niska znajomość praw konsumenckich. Ich zachowania są mało asertywne, w przypadku stwierdzenia wady zakupionego towaru trudno przychodzi im próba egzekwowania własnych przywilejów: często po prostu rezygnują z działania. Starają się nie korzystać z zakupów na odległość i nie kupują towarów od akwizytorów. Deklarują, że nie robią zakupów w sposób impulsywny, do sklepu chodzą z gotowym planem i starają się go trzymać. Zakupy robią jednak w mniej uważny sposób, rzadziej deklarują, że zapoznają się z informacjami na opakowaniach produktów, po zrobionych zakupach często nie starają się pozyskać paragonu.

Stanowią 28 proc. Populacji.

**Ostrożni pragmatycy**

To osoby, które nieźle orientują się w przysługujących im prawach. Deklarują, że starają się robić zakupy w sposób możliwie świadomy – uważnie zapoznają się z towarem przed jego kupnem, dokładnie czytają umowy przed ich podpisaniem, po zapłaceniu za towar biorą paragon kasowy. Dzięki temu nie mają problemów z egzekwowaniem swoich praw i bez obaw składają reklamacje. Nie uważają, że sprzedawcy zachowują się nieetycznie i starają się sprzedać towar za wszelką cenę,

z naruszeniem dobra klienta – mają względne poczucie zaufania do instytucji handlu. Cenią produkty markowe. Mogą sobie na nie pozwolić, bo na tle niektórych innych grup są to osoby lepiej postrzegające sytuację ekonomiczną swoich gospodarstw domowych.

W tej grupie można znaleźć co trzeciego polskiego konsumenta.

**Nieufni liderzy znajomości praw konsumenckich**

to osoby, które najlepiej orientują się w zakresie przysługujących im praw konsumenckich.

Uważają jednak, że sprzedawcy nie cofną się przed niczym, by tylko „wcisnąć” klientowi towar. Nie mają także zaufania do reklamy, uznają ją za narzędzie wprowadzające konsumentów w błąd. Uważają, że bronią konsumentów w takiej sytuacji może być tylko doskonała znajomość przysługujących im praw, dlatego konsumenci tej grupy należą do najlepiej wyedukowanych klientów. Charakteryzują ich podobne jak „ostrożnych pragmatyków” zachowania konsumenckie:

starannie wybierają produkty, by nie musieć ich później reklamować. „Nieufni liderzy…” są przeciętnie zamożni, należą do osób oszczędnych, dlatego w wyborach konsumenckich kierują się raczej ceną niż jakością towaru lub marką.

Do tej grupy należy 28 proc. kopulacji konsumentów.

*Opracowano na podstawie „Znajomość praw konsumenckich oraz analiza barier utrudniających konsumentom bezpieczne i satysfakcjonujące uczestnictwo w rynku”, Raport z badań dla Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Warszawa, grudzień 2009, str 74-75,*

[*https://uokik.gov.pl/publikacje.php?per\_page=45&tag=4*](https://uokik.gov.pl/publikacje.php?per_page=45&tag=4)

Zadanie nr 2

**Czy znam swoje prawa konsumenckie?**

1. **Zapisz na tablicy cztery podstawowe prawa konsumentów sformułowane 1962 roku
w orędziu Johna F. Kennedy’ego, prezydenta USA:**

**Prawo do informacji, Prawo do wyboru,**

**Prawo do bezpieczeństwa, Prawo do reprezentacji.**

**Zapytaj uczniów jak rozumieją te prawa, czy są one nadal aktualne, czy polscy konsumenci mają zagwarantowane te prawa?**

b. Porozmawiaj z uczniami na temat znajomości przez nich praw konsumenta? Zaproponuj krótki quiz. Rozdaj tabelę i poproś, aby każdy uczeń indywidualnie określił:
Czy sklep ma prawo wprowadzić następującą zasadę:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | TAK | NIE |
| Po odejściu od kasy reklamacji nie uwzględnia się  |  |  |
| Towar zakupiony w promocji nie podlega zwrotowi ani wymianie |  |  |
| Sklep nie ponosi odpowiedzialności za ukryte wady towaru |  |  |
| Towar rozpakowany nie podlega wymianie ani zwrotowi |  |  |
| Dzieci do lat 13 bez opieki dorosłego nie są obsługiwane |  |  |
| Zwrot towaru możliwy tylko w oryginalnym opakowaniu |  |  |

c. Po wykonaniu zadania poproś o utworzenie par i porównanie swoich odpowiedzi,
a w przypadku rozbieżności o wspólnie przeanalizowanie problemu. Następnie poproś ochotników o prezentację odpowiedzi na forum klasy, sprawdzaj poprawność wykonania zadania, wyjaśniaj wszelkie wątpliwości.

Podsumowując zadanie zwróć uwagę, że od 25 grudnia 2014 roku obowiązują nowe przepisy konsumenckie, które w wielu obszarach ułatwiają życie konsumentom. Wyjaśnij, że niektóre prawa konsumenta **nie zależą od sposobu zawarcia umowy** z przedsiębiorcą i muszą być przestrzegane zarówno w przypadku sprzedaży tradycyjnej (np. w stacjonarnym salonie firmowym), jak i w przypadku sprzedaży na odległość (np. w sklepie internetowym) lub poza lokalem (np. podczas pokazu w hotelu). Przede wszystkim przedsiębiorca nie może narzucać konsumentowi konieczności zawarcia umowy ani obciążać go dodatkowymi opłatami, jeżeli ten nie wyraził na to zgody. Zwróć uwagę, że konsumentom robiącym zakupy na odległość, jak i poza lokalem przedsiębiorstwa przysługują dodatkowe prawa np. 14 dniowy termin odstąpienia od umowy, a sprzedawca zwraca koszty dostawy towaru do konsumenta – do wartości najtańszego sposobu transportu uwzględnionego w danej ofercie.

Zadanie nr 3

**Praca z komiksem**

1. Poleć uczniom przeczytanie komiksu „Z zupełnie innej bajki” autorstwa Macieja Jasińskiego
i Andrzeja Janickiego, wyróżnionego w 7 edycji konkursu FOR na komiks ekonomiczny.
2. Poproś o podzielenie się wrażeniami z opisanej historii. Zapytaj uczniów czy komiks im się podobał? Jakie zagadnienia przedstawia? Kim są bohaterowie komiksu? Jakie podmioty życia społeczno-gospodarczego reprezentują?

c. Następnie poproś uczniów, aby pracując w parach uzupełnili tabelę. Zadaniem uczniów będzie określenie problemów z jakimi przyszli poszczególni bohaterowie komiksu,
a następnie udzielenie podpowiedzi co mogą zrobić, aby rozwiązać ten problem. Po wykonaniu zadania poproś kilka osób o prezentację efektów pracy na forum klasy. Zwróć uwagę jakie terminy ekonomiczne związane z prawami konsumenta pojawiały się w wypowiedziach uczniów. Upewnij się, że uczniowie je rozumieją. Wspólnie omówcie zaproponowane przez uczniów rozwiązania problemów.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Bohater komiksu | Problem | Jakie prawo konsumenta zostało naruszone?  | Co powinien zrobić konsument? |
| Smok Wawelski | Dostarczenie towaru innego niż zamawiany | Prawo do wyboru | Możliwość odstąpienia w ciągu 14 dni od momentu otrzymania towaru |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

Podsumowując zadanie, podkreśl prawa konsumenta do:

- **uzyskania informacji o wszystkich kosztach jeszcze przed zawarciem transakcji (Rybak).** Konsument musi zostać poinformowany przez przedsiębiorcę **o wszystkich opłatach** związanych z zawieraną umową. Jeśli w grę wchodzą jakiekolwiek dodatkowe płatności wykraczające poza uzgodnione wynagrodzenie – **konsument musi się na to wyraźnie zgodzić.**

**- odstąpienia od umowy zawartej na odległość i poza lokalem przedsiębiorstwa w ciągu 14 dni od momentu otrzymania towaru (Smok Wawelski)**. W przypadku odstąpienia od umowy sprzedawca zwraca koszty dostawy towaru do konsumenta – do wartości najtańszego sposobu transportu uwzględnionego w danej ofercie. W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa informacje o warunkach umowy muszą być przekazane na papierze lub – za zgodą konsumenta – na innym trwałym nośniku. Jeżeli konsument nie wyrazi na piśmie lub innym trwałym nośniku zgody na propozycję zawarcia umowy złożoną przez telefon, to umowa jest nieważna.

- **reklamacji z tytułu rękojmi w ciągu roku od zauważenia wady (Kopciuszek**). Reklamacje prawie wszystkich towarów można składać w ciągu 2 lat od ich zakupu. Wyjątkiem jest żywność – termin składania reklamacji wynosi 3 dni od daty zakupu,
w przypadku żywności fabrycznie szczelnie zapakowanej, np. jogurtu, serka, mleka – 3 dni od daty otwarcia produktu (Śnieżka). W razie reklamacji wybór żądania należy do konsumenta. Możliwe żądania to: naprawa, wymiana, odstąpienie od umowy lub obniżenie ceny. Jeśli przedsiębiorca w terminie 14 dni nie ustosunkuje się do reklamacji złożonej przez konsumenta z tytułu rękojmi, reklamację traktuje się jako uznaną.

**Zaznacz, że podpisywane umowy należy dokładnie czytać, a w przypadku niejasności wyjaśniać je ze sprzedawcą. J**eśli konsument podpisze niekorzystną dla siebie umowę, nie może domagać się jej unieważnienia na podstawie twierdzenia, że zmylił go "drobny druk" lub że umowa była za długa, a język zbyt skomplikowany i niezrozumiały.

**Wyjaśnij, że w przypadku gdy umowa zawiera niedozwolone klauzule (Czerwony Kapturek)** kodeks cywilny stanowi, że postanowienia, które nie zostały uzgodnione indywidualnie, nie wiążą konsumenta, jeżeli kształtują jego prawa i obowiązki w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami i rażąco naruszający jego interesy. Konsument, który przypuszcza, że umowa, którą oferuje mu przedsiębiorca, **zawiera postanowienie niedozwolone**, powinien **zwrócić** przedsiębiorcy **uwagę** na ten fakt. W przypadku, gdy nie wyraża on zgody na zmianę kwestionowanych punktów kontraktu, najlepiej **zmienić kontrahenta**. Natomiast, **jeśli umowa, którą już konsument podpisał, zawiera niedozwolone postanowienia** to – zgodnie z definicją określoną w kodeksie cywilnym – **takie klauzule nie wiążą konsumenta z mocy prawa**. W przypadku wątpliwości przed podpisaniem umowy konsumenci mogą na stronie UOkiK <https://uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php>, znaleźć rejestr zapisów uznanych za niedozwolone.

Zadanie nr 4

**Gdzie konsumenci mogą uzyskać pomoc?**

 a. Odwołując się do komiksu i wypowiedzi uczniów zapytaj do jakiej instytucji przyszli po pomoc bohaterowie komiksu. Zapytaj czy uczniowie znają jeszcze inne organizacje pomagające konsumentom w przypadku naruszenia ich praw? Czy oni lub ich bliscy korzystali z porad i pomocy którejkolwiek z nich? Podsumowując zwróć uwagę, że zgodnie z obowiązującym prawem, UOKIK podejmuje działania w przypadku naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Natomiast w sprawach indywidualnych bezpłatną pomoc prawną konsumenci mogą uzyskać u miejskiego lub powiatowego rzecznika konsumentów lub z dotowanych ze środków publicznych organizacji konsumenckich (Federacja Konsumentów, Stowarzyszenie Konsumentów Polskich). Jeśli dysponujesz dostępem do Internetu poleć uczniom wyszukanie danych teleadresowych rzecznika konsumentów z ich miejscowości, powiatu, regionu.

**Zadanie domowe**

Poleć uczniom, aby zapoznali się z serwisem UOKiK [www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl](http://www.prawakonsumenta.uokik.gov.pl) Wybrali 1-2 zagadnienia które uważają za najbardziej przydatne dla siebie i zaprezentowali je na następnej lekcji.

**Podsumowanie**

Kończąc zajęcia zwróć uwagę, ze coraz więcej transakcji konsumenci zawierają przez internet również z zagranicznymi sprzedawcami. Jednolity rynek Unii Europejskiej daje większe możliwości wyboru najbardziej atrakcyjnych usług oraz produktów. Duża konkurencyjność stwarza konsumentom możliwość wyboru najkorzystniejszej opcji, a ujednolicone standardy sprawiają, że produkty sprzedawane w jednym z państw UE, mogą być dostępne w całej Unii Europejskiej. Polityka konsumencka UE ma na celu ochronę konsumentów, zagwarantowanie konsumentom możliwości wyboru na podstawie jasnych i spójnych informacji, dostęp do szybkich i skutecznych metod rozstrzygania sporów, ochronę praw konsumenckich oraz dbanie o to, aby regulacje prawne nadążały za zmianami gospodarczymi i społecznymi. Dlatego też dąży się do harmonizacji przepisów prawa konsumenckiego. W przypadku sporów ponadgranicznych konsumenci nie są pozostawieni sami sobie, mogą się zwrócić
o pomoc do Europejskiego Centrum Konsumenckiego w Polsce, które należy do ECC-Net, sieci centrów informujących konsumentów o ich prawach w Unii Europejskiej. Konsumenci mogą zgłaszać do ECK swoje skargi na przedsiębiorców związane z zakupami w innych krajach UE, Norwegii i Islandii oraz podróżami po Europie.

**Pytania sprawdzające:**

1. Konsument to:

a. osoba fizyczna zawierająca umowę z przedsiębiorcą, która dotyczy działalności związanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową

b. osoba fizyczna zawierająca umowę z przedsiębiorcą, która dotyczy działalności niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową

c. każdy podmiot zawierająca umowę z przedsiębiorcą, która dotyczy działalności związanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową

2. W przypadku naruszenia zbiorowych interesów konsumentów działania podejmuje:

a. Stowarzyszenie Konsumentów Polskich

b. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

c. Rzecznik Konsumentów

3. Nie można reklamować towarów:

a. kupionych w promocji

b. kupionych w internecie

c. posiadających wady, z powodu których nastąpiło obniżenie ceny.

4. Sprzedawca ma obowiązek:

a. zachęcać kupującego do nabycia towaru

b. zapewnić transport kupionego towaru

**c. udzielenia jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji w języku polskim**

5. Podpisując umowę konsument powinien:

a. przeczytać ją ze zrozumieniem i wyjaśnić wszelkie wątpliwości

b. nie czytać, uwierzyć sprzedawcy „na słowo”

c. zwracać uwagę na błędy stylistyczne

Odpowiedzi: 1b; 2b; 3c; 4c; 5a