

Co młody konsument wiedzieć powinien?

Poradnik dla uczniów szkół ponadgimnazjalnych



www.mlodykonsument.pl



Polska Zielona Sieć

Maria Huma

Co młody konsument wiedzieć powinien?

**Poradnik dla uczniów szkół
ponadgimnazjalnych**

Kraków 2006

Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć
ul. Sławkowska 26 A
31-014 Kraków
tel./fax: (012) 431 28 08
e-mail: info@zielonasiec.pl
www.zielonasiec.pl

Autor:
Maria Huma

Projekt graficzny okładki:
Katarzyna Pac-Raszewska, Bartłomiej Skibiński

Fotografie:
Maciej Zygmunt

Ilustracje:
Katarzyna Zięba, Maria Huma

Korekta:
Andrzej Żwawa

Skład:
Piotr Burnos

Druk:
Drukarnia „Goldruk”

ISBN: 83-918499-9-6

© Związek Stowarzyszeń Polska Zielona Sieć 2006, Maria Huma
Powielanie materiałów jest dozwolone, pod warunkiem że zostanie podane ich źródło.
Więcej informacji: www.mlodykonsument.pl



Projekt „Co młody konsument wiedzieć powinien? – ogólnopolska kampania edukacyjna w szkołach” finansowany jest ze środków Unii Europejskiej oraz Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

Za treść publikacji odpowiada Polska Zielona Sieć, poglądy w niej wyrażone nie odzwierciedlają w żadnym razie oficjalnego stanowiska Unii Europejskiej.

Spis treści:

Poznaj Julię, Kubę i Natalię	5
Na zakupach	5
Jak składać reklamację?	8
A co z gwarancją?	10
W banku	12
Jak założyć własne konto?	12
Jak korzystać z karty?	13
W Internecie	15
Co warto wiedzieć decydując się na zakupy w wirtualnym świecie?	15
Jak bezpiecznie płacić w Internecie?	18
Uwaga SPAM!	19
Marketing i reklama	22
Jak działa reklama?	22
Jak traktować reklamę?	26
Uwaga sklepowe pułapki!	27
Czy także ty jesteś odpowiedzialnym młodym konsumentem?	28
Kupuj mniej, używaj ponownie, sortuj!	29
Kupuj odpowiedzialnie!	30
Czy handel jest sprawiedliwy?	33
Na zdrowie!	35
Kto pomaga konsumentom?	40

Słownik Młodego Konsumenta

Konsument – każdy kto kupuje jakieś produkty (np. jedzenie, odzież, meble) lub korzysta z jakiś usług (np. fryzjera, kina, banku, Internetu) i używa ich na potrzeby własne, swojej rodziny bądź przyjaciół, znajomych; nie zaś w celach zawodowych.

Paragon – dokument potwierdzający dokonanie zakupu. Zawiera informację co było przedmiotem zakupu, kiedy dokonano zakupu, od kogo konsument nabył towar oraz za jaką cenę. Jest niezbędny do tego, aby złożyć reklamację.

Sprzedawca – każda osoba, która obsługuje konsumentów w lokalu przedsiębiorstwa (czyli np. w sklepie lub w punkcie usługowym).

Umowa sprzedaży konsumenckiej – umowa zawierana pomiędzy sprzedawcą a konsumentem na sprzedaż rzeczy ruchomej (czyli wszystkiego co nie jest nieruchomością).

Niezdgodność towaru z umową – towar jest niezgodny z umową, gdy jest uszkodzony, niekompletny, nie nadaje się do celu, do jakiego jest zwykle używany lub nie spełnia oczekiwań gwarantowanych przez sprzedawcę lub producenta.

Reklamacja – żądanie konsumenta do doprowadzenia towaru do stanu zgodnego z umową poprzez nieodpłatną naprawę lub wymianę na nowy. W szczególnych przypadkach (np. gdy naprawa lub wymiana nie jest możliwa lub gdy naraża konsumenta na znaczne niedogodności) konsument może żądać obniżenia ceny lub zwrotu pieniędzy.

Gwarancja – dobrowolne zobowiązanie gwaranta (producenta, importera, sprzedawcy) zamieszczone w dokumencie dołączonym do produktu (karcie gwarancyjnej) do bezpłatnej naprawy lub wymiany towaru na nowy.

Umowa na odległość – umowa zawierana pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem bez jednoczesnej obecności obu stron przy wykorzystaniu środków porozumiewania się na odległość (Internet, telefon, fax, sms, list).

Rzecznik konsumentów – urzędnik, który pomaga konsumentom bronić swych praw, udziela im porad, może nawet wystąpić w ich imieniu w sądzie; jest w każdym mieście i powiecie.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów – centralny urząd, którego zadaniem jest ochrona konkurencji na rynku oraz zbiorowych interesów konsumentów; może np. wycofać produkt z rynku, nakazać przedsiębiorcy zmianę postępowania lub nałożyć na firmę karę.

Poznaj Julię, Kubę i Natalię



Julia ma 17 lat i chodzi do liceum. Interesuje ją głównie moda, dieta i kosmetyki. Ma dwoje rodzeństwa: 14-letniego Kubę i 11-letnią Natalię. Czasami działają jej na nerwy, ale jakoś się z nimi dogaduje. Za to Darek, jej chłopak, jest super! Odkąd Julia zaczęła pracować w hurtowni z kosmetykami i samodzielnie zarabiać pieniądze, rodzice traktują ją dorośle. Pozwolili jej nawet na pierwszy samodzielny wypad w góry. Tylko, że Julia nigdy nie jeździła na snowboardzie. Musi więc kupić sprzęt i odpowiednie wyposażenie.

Na zakupach

Julia poprosiła Kubę o pomoc. Co jak co, ale jeśli chodzi o sprzęt sportowy, Kuba to prawdziwy ekspert! Poszli więc do jego ulubionego sklepu. Kuba zaproponował model, który całkiem jej odpowiadał. Fajny był zwłaszcza turkusowy kolor deski – idealnie pasował do kurteczki i spodni. Nie zapomnieli też o goglach. Jednak jakoś żadne nie leżały dobrze. Po godzinie przymiarek w końcu wybrali białe. Zapłacili i zadowoleni, choć zmęczeni wyszli ze sklepu.



Pamiętaj o paragonie!

Zawsze pamiętaj, żeby zabrać ze sobą paragon. To on jest twoim dowodem zakupu oraz informacją – co, kiedy, od kogo i za jaką cenę kupiłeś/kupiłaś. To podstawa do ewentualnej reklamacji. Dlatego należy go przechowywać co najmniej przez 2 lata!

Jakie są obowiązki sprzedawcy?

Idąc na zakupy pamiętaj, że zgodnie z odpowiednimi przepisami prawa twój sprzedawca ma obowiązki:

- **podać dokładną i aktualną cenę produktu (w przypadku żywności dwie ceny: konkretnego towaru i za jednostkę miary – np. kilogram)**
- **udzielać kupującemu prawdziwych, jasnych i zrozumiałych informacji na temat towaru**
- **zapewnić w miejscu sprzedaży odpowiednie warunki umożliwiające dokonanie wyboru towaru i sprawdzenie jego jakości, kompletności itd.**
- **potwierdzić na piśmie istotne postanowienia zawartej umowy, np. przy sprzedaży na raty, na zamówienie, według wzoru czy za cenę powyżej dwóch tysięcy złotych, a także zawsze na żądanie klienta**
- **wydać towar z pełnym wyposażeniem i wszystkimi niezbędnymi elementami oraz instrukcją obsługi w języku polskim**

Po powrocie do domu Julia jeszcze raz wszystko przymierzyła i... wpadła w panikę. Google, które tak pieczołowicie wybierali, okazały się uszkodzone. Pokazała rodzicom feralny zakup. A ci, ku zdziwieniu Julii, spokojnie i bez nerwów wytłumaczyli jej, że:

- Julia dokonała zakupu, więc jest konsumentem

Konsumentem jest każdy, kto kupuje jakieś produkty (np. jedzenie, odzież, meble) lub korzysta z jakiś usług (np. fryzjera, kina, banku, Internetu) i używa ich na potrzeby własne, swojej rodziny bądź przyjaciół, znajomych, nie zaś w celach zawodowych.

Przykład: gdy tato Julii tankuje benzynę do ich samochodu rodzinny jest konsumentem, lecz gdy tankuje benzynę do samochodu służbowego konsumentem nie jest.

- Julia zawarła ze sprzedawcą umowę

Zawsze, gdy dokonujesz zakupu rzeczy ruchomej (rzeczy nie będącej nieruchomością), zawierasz ze sprzedawcą umowę. Nawet zakup chleba czy szczoteczki do zębów wiąże się z zawarciem tzw. umowy sprzedaży konsumenckiej. Stronami umowy są konsu-



ment i sprzedawca (przedsiębiorca). Umowa może być ustna lub pisemna. Przy drobnych zakupach najczęściej nie spisuje się umowy, ale kiedy zawiera się umowę na przykład z bankiem, spisanie umowy jest wymagane przez przepisy.

- Kupione przez Julię gogle są niezgodne z umową

Towar jest niezgodny z umową, gdy:

- **jest uszkodzony (przykład: dziurawe spodnie, stłuczona lampa)**
- **jest niekompletny (przykład: książka bez wszystkich stron, bluzka bez guzików)**
- **nie nadaje się do celu, do jakiego jest zwykle używany (przykład: długopis nie pisze, drukarka nie drukuje)**
- **nie spełnia oczekiwań gwarantowanych przez sprzedawcę lub producenta (przykład: sprzedawca obiecywał, że długopis będzie świecić w ciemności, tymczasem nie świeci, w reklamie szamponu do włosów podano, że usunie on łupież po 2 tygodniach, tymczasem łupież nie znika)**



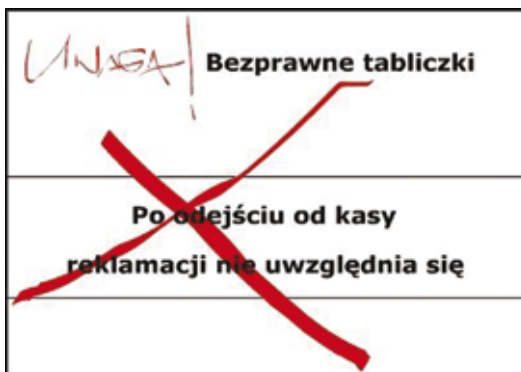
- Julia ma prawo złożyć reklamację u sprzedawcy

W przypadku, gdy towar jest niezgodny z umową, konsument zawsze ma prawo złożyć reklamację u sprzedawcy i:

- **żądać naprawy towaru**
- **domagać się wymiany na towar zgodny z umową**

Gdy naprawa lub wymiana nie jest możliwa, jest bardzo kosztowna lub naraża konsumenta na znaczne niedogodności:

- **żądać obniżenia ceny**
- **żądać zwrotu pieniędzy (odstąpić od umowy)**



Sprzedawca początkowo nie chciał przyjąć reklamacji Julii. Próbował się wymigać, że to producent a nie on odpowiada za niezgodność towaru z umową.

W świetle prawa to właśnie sprzedawca ponosi odpowiedzialność za niezgodny z umową towar. Pamiętaj, że zawsze masz prawo złożyć reklamację u sprzedawcy, a on ma obowiązek ją od Ciebie przyjąć!

Próbował także wmówić Julii, że spóźniła się z reklamacją. Julia jednak wiedziała, że:

- **w ciągu 2 lat od zakupu towaru niezgodnego z umową można składać jego reklamację**
- **o niezgodności towaru z umową należy zawiadomić sprzedawcę w terminie 2 miesięcy od wykrycia tej niezgodności**

W dodatku marudził o otwartym opakowaniu.

Konsument zawsze ma prawo złożyć reklamację niezgodnego z umową towaru i żądać jego naprawy lub wymiany nawet wtedy, gdy otworzy lub wyrzuci opakowanie!

Na domiar złego stwierdził, że skoro gogle zostały kupione z 20% rabatem, to nie można ich reklamować. Jednak tu także nie przechytrzył Julii, bo:

Każdy towar, kupiony po promocyjnej cenie lub na wyprzedaży, podlega takiej samej procedurze reklamacyjnej jak inne towary. Jeżeli jednak powodem obniżenia ceny jest jego wada lub usterki, o których konsument został poinformowany, to reklamacja nie może ich dotyczyć.

Na koniec Julia poinformowała sprzedawcę, że ma on obowiązek ustosunkować się do jej reklamacji w terminie 14 dni. Brak odpowiedzi w tym czasie będzie oznaczać uznanie reklamacji z jego strony. Poprosiła jeszcze, aby sprzedawca podpisał się na reklamacji wpisując datę jej przyjęcia i wyszła ze sklepu, zadowolona z tego, że jest asertywna i nie dała się nabrać na nieuczciwe sztuczki sprzedawcy.

Po dwóch dniach Julia dostała odpowiedź, że sprzedawca uznał jej reklamację i wymieni uszkodzone gogle na inny model. Tym razem wybrała czerwone.



Po powrocie do domu stwierdziła jednak, że gogle te kompletnie nie pasują do jej turkusowych spodni i kurteczki. Postanowiła więc, że spróbuje je zwrócić.

Pamiętaj!

Sprzedawca nie ma obowiązku przyjąć zgodnego z umową, nie mającego wad towaru, który okazał się niepotrzebny lub przestał ci się podobać!

Tym razem w sklepie był inny sprzedawca. Julia wytłumaczyła mu swój problem, a ten bez chwili wahania przyjął niechciane gogle i zwrócił Julii całą kwotę.

Pomimo, że prawo nie przewiduje takich uprawnień, niektóre sklepy dobrowolnie zobowiązują się zwrócić pieniądze, jeśli konsument zrezygnuje z zakupu w określonym przez sklep terminie. Sklep przyznaje wtedy konsumentowi tzw. prawo do namysłu.

Julia opowiedziała całą historię rodzicom. Stwierdziła też, że udane zakupy to spora odpowiedzialność. Postanowiła więc, że następnym razem będzie dokładniej sprawdzać każdą rzecz przed kupnem, upewniając się czy jest cała i działa jak należy. Będzie także zastanawiać się, czy dany produkt się jej podoba i czy na pewno jest jej potrzebny. Uniknie wtedy rozczarowania i kłopotliwych sytuacji.

A co z gwarancją?

Kuba i Natalia od tygodnia byli jacyś nie w sosie. Powód? Zepsuty telewizor! Julia, mając już dosyć ich dąsów, stwierdziła, że musi jak najszybciej załatwić naprawę. Telewizor był całkiem nowy, służył im przecież dopiero niecały rok. Nie powinien tak szybko się zepsuć! Odzukała więc paragon chcąc złożyć reklamację. Przy okazji znalazła też gwarancję.

Gwarancja, obok reklamacji z tytułu niezgodności z umową, jest drugim narzędziem umożliwiającym ci dochodzenie twych praw w przypadku ujawnienia wady w nabytej rzeczy. Jest to dobrowolne zobowiązanie gwaranta (producenta, importera lub sprzedawcy) zamieszczone w dokumencie dołączonym do produktu (karcie gwarancyjnej) do bezpłatnej naprawy lub wymiany towaru na nowy.



Julia dokładnie przeczytała kartę gwarancyjną. Okazało się, że na ich telewizor udzielono 2 lat gwarancji.

Pamiętaj, aby gwarancja była ważna, musi ona przede wszystkim określać obowiązki gwaranta i uprawnienia kupującego. Sam napis na opakowaniu „2 lata gwarancji”, gwarancją nie jest! Oprócz tego w gwarancji powinny się znaleźć: nazwa i adres gwaranta lub jego przedstawiciela w Polsce, terytorialny zasięg ochrony gwarancyjnej oraz czas trwania gwarancji. Prawo nie narzuca czasu trwania gwarancji, wobec czego gwarant może określić go według swego uznania.



Dowiedziała się też, jakie są warunki gwarancji.

Zanim skorzystasz z gwarancji, zawsze dokładnie czytaj jej warunki. Może się niestety zdarzyć, że będą one dla Ciebie niekorzystne!

Julia przeanalizowała dokładnie warunki gwarancji. Uznała, że są dla niej korzystne, więc stwierdziła, że właśnie w ten sposób będzie dochodzić swych praw.

Jeżeli do produktu dołączono gwarancję, wybór drogi reklamacyjnej zależy od konsumenta. Może on wtedy reklamować towar:

- 1) z tytułu niezgodności z umową (u sprzedawcy)**
- 2) z tytułu gwarancji (u producenta, importera lub sprzedawcy)**

Pamiętaj, że gwarancja nie wyłącza, nie ogranicza, ani nie zawieszają Twoich uprawnień wynikających z prawa do reklamacji towaru niezgodnego z umową. Konsument zawsze ma prawo reklamować towar z tytułu niezgodności z umową u sprzedawcy, który ponosi odpowiedzialność prawną za sprzedany towar!

Zgłosiła się więc do wskazanego w gwarancji punktu serwisowego. Okazało się, że usterka, którą dokładnie opisała, objęta jest ochroną gwarancyjną. Poproszono ją jeszcze, aby dostarczyła zepsuty telewizor. W ciągu pięciu dni otrzymała naprawiony.



W banku

Jak założyć własne konto?

Julia od dawna chciała mieć własne konto w banku. Zebrała więc wszystkie oferty banków skierowane do młodzieży i poprosiła rodziców o pomoc. Tato obiecał, że pójdzie z Julią do banku.

Młodzież pomiędzy 13 a 18 rokiem życia ma prawo do zawierania umów w drobnych bieżących sprawach życia codziennego, czyli samodzielnie może kupować żywność, gazety, długopisy, książki i inne drobne przedmioty. Wszystkie inne umowy, np. te z bankiem czy biurem podróży, musi zawierać w towarzystwie i za zgodą rodziców.

Najpierw jednak Julia musiała się zdecydować, w którym banku założyć sobie konto. Najbardziej zależało jej na tym, aby móc samodzielnie korzystać z bankomatu lub płacić kartą za zakupy oraz – marzyła o tym od dawna – dokonywać transakcji przez Internet. Zwłaszcza, że chciała zrobić Darkowi super niespodziankę!

Tato wytłumaczył jej, że musi także zwrócić szczególną uwagę na oprocentowanie zgromadzonych kwot i opłaty za transakcje. Razem wybrali więc bank, w którym oprocentowanie było korzystne, opłaty za transakcje niskie, a za prowadzenie rachunku i przelewy przez Internet w ogóle nie trzeba było płacić. Bank ten miał też solidną sieć własnych bankomatów w ich mieście. Poszli do banku, gdzie dokładnie przeczytali umowę i założyli Julii konto.



Umowę z bankiem sporządza się zawsze na piśmie. Dokładnie przeczytaj umowę zanim ją podpiszesz! Zwłaszcza to, co napisane jest najdrobniejszym drukiem, najmniejszymi literkami lub znajduje się w najmniej widocznym miejscu. Każdy złożony przez siebie podpis niesie za sobą poważne skutki finansowe. Dziś podpiszesz, a jutro może się okazać, że wyraziłeś/wyraziłaś w ten sposób zgodę na bardzo niekorzystne oprocentowanie bądź wysokie prowizje pobierane przy transakcjach.



Jak korzystać z karty?

Złożyli także wniosek o wydanie karty płatniczej.

Karty są narzędziem umożliwiającym dokonywanie transakcji bezgotówkowych. Istnieje kilka rodzajów kart: kredytowe, debetowe, bankomatowe i płatnicze. O wydanie karty płatniczej mogą się ubiegać wszyscy posiadacze rachunków bankowych.

Pamiętaj, dostając „własną” kartę nie stajesz się tak naprawdę jej właścicielem, lecz posiadaczem. Właścicielem karty zawsze pozostaje jej wydawca, czyli bank. To on decyduje o losie karty i to on w pewnych okolicznościach może nawet zakazać jej używania.

Pani w banku wytłumaczyła Julii, że korzystając z karty płatniczej musi zachować szczególną ostrożność. Przecież chodzi o bezpieczeństwo jej własnych pieniędzy!

O czym trzeba pamiętać korzystając z karty?

Nie trzymaj kodu PIN zanotowanego w tym samym miejscu, w którym przechowujesz kartę, np. w portfelu - karta i PIN powinny być oddzielone od siebie!



Najlepiej naucz się kodu PIN na pamięć!

Nie udostępniaj kodu PIN osobom trzecim: kolegom, znajomym itd.!

Korzystając z bankomatu zawsze dbaj o to, by nikt go nie zobaczy!

Nie rozstawaj się z kartą dokonując zakupów. Sprzedawca lub kelner w restauracji nie może z nią odchodzić od Ciebie!

Gdy otrzymasz potwierdzenie zapłaty, zawsze sprawdzaj czy kwota na nim wydrukowana zgadza się z wartością wydatków. Potwierdzenie przechowuj do czasu, aż otrzymasz wyciąż z banku. Tylko w ten sposób możesz zgłosić w banku reklamację!

Pani w banku wyjaśniła również Julii, że posiadacz karty ma obowiązek potwierdzić na żądanie akceptanta, czyli osoby która przyjmuje płatność, swoją tożsamość. Julia powinna być więc przygotowana, że może spotkać się z żądaniem okazania swojej legitymacji szkolnej.

Na koniec Julia spytała, co powinna zrobić w sytuacji, gdyby zgubiła kartę lub została jej ona skradziona.

Pamiętaj!

Jeżeli zgubisz kartę lub zostanie ci ona skradziona, natychmiast powiadom o tym twój bank, w celu zastrzeżenia karty. Im szybciej to zrobisz, tym mniejsze straty poniesiesz! Możesz to zrobić telefonicznie. Dlatego zawsze miej pod ręką numer telefonu do banku lub całodobowej infolinii.



W Internecie

Co warto wiedzieć decydując się na zakupy w wirtualnym świecie?

Darek od miesiąca marzył o nowym odtwarzaczu MP3. Za tydzień były jego 18 urodziny. Julia postanowiła więc, że zrobi mu wyjątkowy prezent. Zdecydowała się na zakupy w sklepie internetowym. Ceny były niższe i łatwiej było je porównać.

Kupując w Internecie zawierasz ze sprzedawcą umowę na odległość. Umowę na odległość zawiera się bez jednoczesnej obecności obu stron, co oznacza, że konsument nie ma ze sprzedawcą osobistego kontaktu. Nie może też sprawdzić i wypróbować towaru tak jak w sklepie tradycyjnym.

Sprawdziła kilka sklepów i wybrała ten, w którego regulaminie znalazła wszystkie istotne dla niej informacje.

Pamiętaj, robiąc zakupy na odległość, masz prawo do następujących informacji:

- o przedsiębiorcy - nazwie sklepu bądź firmy oraz jej fizycznym adresie
- o towarze - o wszelkich jego właściwościach, cenie
- o sposobie zapłaty
- o kosztach, terminie i sposobach dostawy
- o prawie do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny
- o sposobie składania reklamacji, w tym o miejscu i formie jej składania

Na wszelki wypadek skontaktowała się jeszcze z firmą prowadzącą sklep i dopytała o wszystkie parametry interesującego ją modelu odtwarzacza.

Pytaj o szczegóły dotyczące towaru!

Jeżeli jakiś przedmiot cię interesuje, nie zadawaj się lakonicznym opisem, bądź niewyraźnym zdjęciem. Pytaj o wszystkie szczegóły, których brakuje w opisie towaru!

Nie zapomniała też sprawdzić kosztów przesyłki.

Sklepy internetowe często oferują towary po cenach promocyjnych. Nie zapomnij jednak, że do ceny każdego towaru należy doliczyć koszty przesyłki. Może się też okazać, że nie jest to wyłącznie koszt samego przysyłania rzeczy, ale również opakowania. O tego typu opłatach przedsiębiorca jest zobowiązany cię poinformować.

Sprawdziła w Internecie stan swojego rachunku i zdecydowała się złożyć zamówienie.

Na drugi dzień otrzymała e-mailem potwierdzenie przyjęcia zamówienia. Znalazły się w nim wszystkie ważne dla niej informacje – zwłaszcza termin dostawy towaru i jego ostateczna cena, obejmująca wszystkie jej składniki.

Robiąc zakupy na odległość masz prawo do otrzymania od przedsiębiorcy (e-mailem lub listownie) pisemnego potwierdzenia przyjęcia zamówienia (najpóźniej w chwili otrzymania towaru), w którym znajdą się wszystkie istotne dla ciebie informacje. Jest to zobowiązanie przedsiębiorcy do realizacji twojego zamówienia za daną cenę i w określonym terminie.

Jeżeli potwierdzenie otrzymałeś/otrzymałaś e-mailem, nie zapomnij go zapisać w pamięci komputera lub wydrukować! Będzie to twój dowód na wypadek, gdyby coś poszło nie tak.

Julia długo zastanawiała się, w jaki sposób najlepiej zapłacić za odtwarzacz. W końcu stwierdziła, że wypłaci pieniądze w bankomacie i zapłaci przy odbiorze przesyłki.

Kupując w Internecie możesz zapłacić kartą kredytową, przelewem internetowym lub przy odbiorze przesyłki „za zaliczeniem pocztowym” („za pobraniem”). Pamiętaj, aby uniknąć problemów, najlepiej płacić po otrzymaniu towaru.

Po tygodniu Julia otrzymała odtwarzacz.



Otworzyła paczkę jeszcze w obecności kuriera. Wszystko wydawało się w porządku.

Przy odbiorze przesyłki sprawdź jej zawartość w obecności pracownika poczty lub kuriera. W razie problemów będzie on twoim świadkiem.

Julia dokładnie sprawdziła odtwarzacz – działał jak powinien. Jednak był mały problem. W innym sklepie internetowym znalazła fajniejszy odtwarzacz, za jeszcze niższą cenę! Julia postanowiła zwrócić zakup.

Twoje prawo!

Przy zakupie na odległość, w tym w sklepie internetowym, przysługuje ci prawo do odstąpienia od umowy i zwrotu towaru bez podania przyczyny w terminie do 10 dni od daty jego otrzymania (w przypadku usług – od momentu zakupu).

Żeby odstąpić od umowy, musisz przesłać oświadczenie na piśmie na adres firmy listem poleconym. Oświadczenie to należy wysłać nie razem z towarem, lecz w osobnym liście.

Sprzedawca ma obowiązek zwrócić pieniądze najpóźniej w terminie 14 dni od daty otrzymania oświadczenia o odstąpieniu od umowy. W takim samym terminie musisz też odesłać towar.

Wysłała więc oświadczenie i już po tygodniu firma zwróciła jej całą kwotę. Koszt odesłania towaru musiała jednak ponieść Julia.

Aukcje internetowe – brak możliwości zwrotu!

Pamiętaj, prawo do odstąpienia od umowy bez podania przyczyny nie dotyczy zakupów robionych na internetowych portalach aukcyjnych! Dokonujemy tam zakupu od innej osoby fizycznej, nie zaś od przedsiębiorcy.

Zanim więc coś kupisz, bardzo dokładnie przeczytaj regulamin aukcyjny, a także opinie i komentarze o sprzedającym. Decydując się na zakup nie wysyłaj całej zapłaty, zanim nie otrzymasz towaru. Możesz deponować zapłatę na koncie u organizatora aukcji do czasu nadejścia przesyłki. Wówczas on przekazuje pieniądze sprzedawcy. Możesz też umówić się ze sprzedającym osobiście lub zapłacić przy odbiorze przesyłki. Po każdej transakcji koniecznie napisz komentarz i to nie zdawkowy, ale na tyle wyczerpujący, żeby pomógł innym przyszłym kupującym.



Jak bezpiecznie płacić w Internecie?

Jeszcze tego samego dnia Julia zamówiła fajniejszy odtwarzacz. Tym razem postanowiła, że zapłaci przelewem internetowym. Najpierw jednak dopytała się rodziców i znajomych jak zrobić to bezpiecznie.

Bezpieczny dostęp do sieci!

Dokonując transakcji finansowych przez Internet nigdy nie loguj się do systemu z komputerów ogólnie dostępnych - np. w kawiarence internetowej. Używane tam oprogramowanie może być tak skonfigurowane, że dane gromadzone są bez twojej wiedzy!

Używaj i wciąż aktualizuj program antywirusowy w komputerze, z którego korzystasz!

Aktualizuj wszystkie programy - zwłaszcza te, za pomocą których łączysz się z Internetem (przeglądarki www, komunikatory). Ściągając nowsze wersje tych programów masz większą pewność, że za ich pomocą nikt nie włamie się do twego komputera i nie zdobędzie informacji dotyczących konta czy karty kredytowej, z których korzystasz podczas zakupów!

Zainstaluj w swoim komputerze oprogramowanie Firewall, czyli zaporę sieciową. Jest to program który ma za zadanie nasłuchiwać i blokować niepowołany dostęp do komputera!

Logując się na strony, za pomocą których przekazujesz pieniądze, zawsze sprawdzaj czy na pasku adresowym przeglądarki adres zaczyna się od https (nie samo http!) oznaczający połączenie szyfrowane. Jeśli adres zaczyna się od http, nie korzystaj z systemu!

Wymyśl dobre hasło do swojego konta internetowego i często je zmieniaj. Dobre hasło powinno być możliwie jak najdłuższe, nie powinno kojarzyć się z twoją nazwą użytkownika ani żadnymi informacjami, które cię dotyczą (data urodzenia, imię, nazwisko itd.), korzystaj w hasle z liter, cyfr a także ze znaków specjalnych!

Nie udostępniaj hasła innym osobom i nie zapisuj w widocznym miejscu. Zwłaszcza nie odpowiadaj na e-maile z prośbami o jego weryfikację!

Dokonując transakcji Julia dokładnie przestrzegała wszystkich zasad bezpieczeństwa. Zamówiony odtwarzacz otrzymała w przeddzień urodzin Darka. Darek był zachwycony. Nie spodziewał się, że dostanie taki super prezent!



Uwaga SPAM!

Spam, czyli co?

Spam oznacza niechciane i niezamawiane wiadomości zawierające treści o charakterze reklamowym przesyłane drogą elektroniczną. Najbardziej rozpowszechniony jest spam za pośrednictwem poczty elektronicznej. Lecz za spam należy uznać także niechciane wiadomości sms, mms, niezamawianą korespondencję przesyłaną na komunikatory internetowe (np. ICQ, Gadu-Gadu), a także poprzez czaty, fora dyskusyjne czy strony www (i znajdujące się tam tzw. wyskakujące okienka).

Kuba był zapalonym miłośnikiem jazdy na desce. Swojej pasji oddawał się jednak nie tylko na ulicy, ale także w Internecie. Wciąż przeglądał coraz to nowe portale skateboardowe, wpisując się do ksiąg gości, czy uczestnicząc w różnych dyskusjach na forach. Miał też własnego bloga.

Od jakiegoś czasu Kuba zaczął dostawać ogromne ilości reklam, za-proszeń i innych niechcianych e-maili.

Jak stać się ofiarą spamera?

Aby stać się ofiarą spamera wystarczy, że:

- **umieścisz swój e-mail na publicznie dostępnych stronach internetowych (własne strony, blogi itd.)**
- **umieścisz swój e-mail na publicznie dostępnej liście dyskusyjnej**
- **zarejestrujesz się na stronie (np. sklepu internetowego czy forum dyskusyjnego) podając swój adres e-mail**

Adresy e-mail potencjalnych ofiar mogą być również generowane od imion, nicków czy też popularnych wyrazów lub automatycznie przesyłane do spamera za pomocą wirusów typu koń trojański.

W końcu zdenerwował się nie na żarty. E-maile te kompletnie zapychały mu skrzynkę!

Czy spam jest szkodliwy?

Niestety tak, gdyż:

- **powoduje zatykanie się łącz internetowych i blokadę serwerów spowalniając ich działanie**
- **powoduje stratę czasu użytkowników Internetu, bo muszą oni czytać i kasować niepotrzebne wiadomości**



- utrudnia czytanie „normalnej” poczty i stwarza ryzyko jej utraty (z powodu blokad antyspamowych albo przepełnienia skrzynki) lub niezauważenia (z powodu „przysypania” przychodzącym spamem)
- naraża operatorów internetowych i użytkowników na dodatkowe koszty ponoszone na przeciwdziałanie spamowi
- narusza prywatność i bezpieczeństwo odbiorców, ponieważ często zawiera treści, których nie życzyliby sobie oglądać - np. obraźliwe, pornograficzne, nieodpowiednie dla dzieci
- wiąże się często z różnego rodzaju wirusami i innymi złośliwymi programami
- powoduje także utratę zaufania do komunikacji elektronicznej



Zebrał więc informacje, jak zabezpieczyć się przed spamem.

Jak bronić się przed spamem?

- nie umieszczaj niezabezpieczonego adresu w miejscu ogólnodostępnym, jak np. grupy dyskusyjne, strony www, fora dyskusyjne itp.
- gdy musisz podać swój adres - zamaskuj go, np. zastępując znak @ innym znakiem lub ciągiem znaków (np. *, #, (at), (na)) czy też wstawiając w miejsce kropki słowo „(kropka)” (np. „adres@domena(kropka)pl”) lub wstawiając do adresu dodatkowy kawałek tekstu, np. WYTNIJ_TO lub NIE_SPAMEROM
- jeśli w jakiejś witrynie internetowej podajesz swój adres, zawsze sprawdzaj obowiązujące w niej zasady ochrony prywatności - dowiedz się jak ten adres będzie użyty, zanim zdecydujesz się go ujawnić
- załóż dodatkowe konto e-mail, którego będziesz używać, gdy zostaniesz zmuszony podać swój adres - np. robiąc zakupy online; jeżeli okaże się, że na konto to zaczynasz otrzymywać duże ilości spamu, po prostu z niego zrezygnuj i załóż nowe
- używaj niestandardowych programów do obsługi poczty - nawet jeśli oferują one podobny poziom bezpieczeństwa, to konie trojańskie tworzone są z myślą o „współpracy” z programami najczęściej używanymi
- nigdy nie reaguj na spam - nie klikaj na żadne odnośniki w nim zawarte i nie odwiedzaj zawartych w nim adresów

- wyłącz obsługę Javascript w twojej poczcie oraz ładowanie obrazków w listach w formacie html
- używaj filtrów pocztowych blokujących niechciane wiadomości lub odpowiednio je oznaczających. Pamiętaj jednak, że żadne z rozwiązań filtrujących nie jest doskonałe, ponieważ może blokować także „normalną” pocztę
- nigdy nie odpowiadaj spamem na spam. Spam generowany w odpowiedzi na spam jest nazywany flames i tak samo jak spam pierwotny blokuje łącza. W dodatku twoja odpowiedź będzie dla spamera sygnałem, że twój adres działa i warto na niego wysyłać kolejne oferty
- sam nie wysyłaj czegoś, co może być uznane za spam, w szczególności nie przysyłaj dalej listów łańcuskowych – są to zwykle wybryki żartownisiów, a nie prawdziwe prośby o pomoc czy ostrzeżenia przed groźnym wirusem komputerowym

Niestety, na niektóre z tych metod było już za późno. Przecież Kuba udostępnił już swój e-mail na wielu stronach.

Prawo zabrania przysyłania informacji handlowych bez zgody odbiorcy (czyli spamu). Pamiętaj jednak, że często zakładając bezpłatną skrzynkę e-mail wyrażasz zgodę na otrzymywanie reklam od portalu, który ci ją udostępnił. Tego typu wiadomość nie jest spamem, pod warunkiem, że informacja o wyrażeniu zgody jest jasno i klarownie opisana w regulaminie portalu, a każda wiadomość reklamowa zawiera dopisek typu: „List został wysłany za zgodą użytkownika i zgodnie z regulaminem portalu”.

Nie chcąc zmieniać swojego adresu, postanowił zainterweniować.

Spam jest nieuczciwą praktyką rynkową zakazaną zarówno przez polskie jak i europejskie prawo, a także wykroczeniem ściganym na wniosek pokrzywdzonego.

Jeżeli uważasz, że twoje dane osobowe są wykorzystywane bezprawnie lub gdy otrzymujesz niezamówione informacje handlowe, możesz złożyć skargę do:

- Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (www.uokik.gov.pl)
- Generalnego Inspektora Ochrony Danych Osobowych (www.giodo.gov.pl)
- Federacji Konsumentów (www.federacja-konsumentow.org.pl)
- Powiatowego (Miejskiego) Rzecznika Konsumentów

Możesz również złożyć zawiadomienie na Policję w związku z popełnieniem wykroczenia.



Marketing i reklama

Julia od dawna zastanawiała się na jakie studia się wybrać, gdy skończy szkołę. Od jakiegoś czasu chodził jej po głowie marketing. Rodzice spytali się jej więc, czy wie, co tak na prawdę oznacza słowo „marketing”.

Marketing ma wiele definicji naukowych. Jednak, najprościej mówiąc, marketing to działania podejmowane przez producentów i sprzedawców mające skłonić konsumentów do kupna produktu. Ich przemyślany dobór to strategia marketingowa, a konkretny zestaw narzędzi to tzw. marketing mix.

Strategia marketingowa jest to całościowa polityka przedsiębiorstwa mająca doprowadzić do realizacji jego celów - czyli osiągnięcia zysku. Może ona stawiać na masową produkcję towaru atrakcyjnego dla wielu konsumentów (np. herbata), zakładać produkowanie kilku różnych wersji dla różnych grup odbiorców (np. odzież) lub wytwarzanie towaru przeznaczonego dla konkretnej grupy konsumentów (np. deskorolka).

Marketing mix jest to inaczej kompozycja marketingowa, czyli takie elementy (instrumenty), za pomocą których przedsiębiorca oddziałuje na rynek. Najbardziej popularna koncepcja marketingu mix to tzw. „4P” czyli produkt, cena, dystrybucja i promocja (z ang.: product, price, place, promotion).

Julię zaciekała zwłaszcza promocja.

Promocja ma za zadanie informować konsumenta o produkcie i przekonać, że warto go kupić. Główną jej formą jest reklama, ale ważne są też: promocja sprzedaży (obniżki cen, bezpłatne próbki towarów, kupony, premie, konkursy, loterie czy programy lojalnościowe) oraz public relations (kampanie wizerunkowe, wydarzenia medialne).

Jak działa reklama?

Julia wiedziała, że głównym celem każdej reklamy jest skłonienie odbiorców do kupna reklamowanego produktu. Do reklamy starała się podchodzić z dystansem i nie ulegać panującym właśnie modom. Jednak zdziwiła się, kiedy uświadomiła sobie, że wybierając się na urodziny do Anki kupiła akurat te chipsy, w których reklamie jedząca je młodzież świetnie się bawi na imprezie.





W jaki sposób reklama wpływa na zachowanie?

Aby konsument kupił tę, a nie inną rzecz, specjaliści od reklam, oprócz zwykłego zachwalania, korzystając z wiedzy psychologów czy socjologów, stosują różne techniki perswazyjne wpływające na zachowania jednostki bądź grupy. Poznaj kilka z nich:

Reklama uczuciowa

Jedną z technik perswazji wykorzystywaną w reklamie jest nadawanie jej znaczeń emocjonalnych. Oznacza to, że reklamy świadomie prowokują różne emocje – czyli przemawiają do sfery uczuć, ukazując np. radość z posiadania reklamowanego produktu, „fantastyczne” efekty korzystania z produktu, „rewelacyjne” ceny, itd. Główne emocje, do których odwołują się reklamy, to właśnie radość, jaką daje np. jedzenie chipsów na imprezie; miłość, którą pocujemy pijąc wspólnie z rodziną napój gazowany; zaciekawienie; złość, którą czujemy, gdy nie posiadamy reklamowanego produktu; smutek, który oczywiście przeminie gdy kupimy produkt; wstyd, który zniknie po użyciu cudownego preparatu – np. dezodorantu czy kremu na trądzik.

Mądra reklama

Reklamy „mądre”, „racjonalne”, „naukowe” przekonują logiką przytaczanych informacji. Często operują podawaniem faktów, np. badań naukowych, które poprzez swój „obiektywizm” mają pełnić nie tylko funkcje „zwykłej” informacji handlowej, lecz także komunikatu o charakterze perswazyjnym. Przykładem takich reklam są reklamy kosmetyków (np. w ciągu 2 tygodni od stosowania kremu X u 80% kobiet biorących udział w badaniu stwierdzono spłylenie się zmarszczek o 60%), reklamy past do

zębów, leków itd. Często do reklamy załączony jest wykres ilustrujący „znacząca” poprawę. Ale czy zauważyłeś/zauważyłaś, żeby w tego typu reklamach podawano kto i jak robił badania czy skąd pozyskano dane?

Rola gwiazd i autorytetów

W reklamach często występują wybitne osobistości – gwiazdy, autorytety, a także eksperci z danej dziedziny itd. Gwiazdy i autorytety to znani i powszechnie lubiani aktorzy, sportowcy, piosenkarze, czy dziennikarze. Jedzą określone produkty, piją takie a nie inne napoje, noszą odzież danej firmy, posiadają samochód określonej marki lub konta bankowe w danym banku. A konsument zaczyna wierzyć, że kupując reklamowany produkt stanie się do nich podobny i osiągnie w życiu to, co oni osiągnęli. Pamiętaj jednak, że ci idole wcale nie jedzą chipsów tylko tej jednej marki lub wcale nie mają konta w reklamowanym przez nich banku. Występowanie w reklamach to po prostu część ich pracy, za którą biorą spore honorarium.

Zwykli ludzie, tacy jak ty

Czy zauważyłeś/zauważyłaś, że w reklamach występują też osoby podobne do ciebie, twoich rodziców czy znajomych? Młodzież je batoniki i chipsy, dzieci bawią się zabawkami, dorośli biorą kredyt mieszkaniowy. Wykorzystanie „postaci z życia codziennego” ma uwiarygodnić przekaz reklamowy, a także kształtować u odbiorców potrzeby i preferencje danej marki. Tego typu postać pokazuje też, że produkt nie jest adresowany do niedostępnych „gwiazd” czy ludzi show biznesu, ale do osób takich jak ty! Przecież skoro ten chłopak z reklamy też jest nastolatkiem i ma już własne konto bankowe, to może ja też powinienem/powinnam je mieć, żeby nie zostać w tyle?

Zwróć na mnie uwagę!

Kolejną z technik stosowanych w reklamie jest wiedza na temat działania ludzkiej uwagi. Uwaga jest wyspecjalizowanym narzędziem znajdującym się w mózgu, dzięki któremu potrafisz selekcjonować docierające bodźce. Wyobraź sobie, co by było, gdybyś z taką samą intensywnością interpretował wszystkie pojawiające się wokół ciebie informacje – np. te dotyczące zmiany fryzury żony wujka twojej koleżanki i konieczności ewakuacji z powodu zagrożenia pożarem! Dlatego uwaga jest tak ważna. Dzięki niej wiesz, które informacje są istotne i niezbędne do przetrwania, a które błahie i nieprzydatne. W świecie przeładowanym informacjami, twoja uwaga jest dla twórców reklam zasobem bezcennym. Wykorzystują oni więc mechanizm jej działania po to, by zwrócić twoją uwagę na reklamowany produkt. A mechanizm jej działania jest stosunkowo prosty. Sprawia ona, że człowiek koncentruje się przede wszystkim na bodźcach nagłych, intensywnych, wyróżniających się, żywych, a przede wszystkim nowych. Czy nie brzmi to znajomo?



Jeszcze bardziej zdziwiło ją, jak zaczęła powtarzać slogan reklamowy usłyszany w jednej z reklam telewizyjnych.

Slogan reklamowy jest zakodowaną, skróconą, często symboliczną formą wyrażenia głównej idei reklamy. To, czy reklama będzie skuteczna, często zależy od jej sloganu. Slogan musi być krótki, wpadający w ucho.

A czy ty znasz i powtarzasz slogany zasłyszane w reklamach?

Oto jaki procent nastolatków badanych w styczniu 2006 r. na zlecenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów* pamiętał, która marka „mówi”:



* „Nastolatki wobec reklamy, marek, zakupów”. Podsumowanie wyników badań zrealizowanych w ramach kampanii edukacyjnej „Moje konsumenckie ABC”, dr Anna Giza-Poleszczuk, marzec 2006, Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, www.uokik.gov.pl/pl/informacja_i_educacja/m_konsumenckie_abc/raport_z_bada_spolecznych

Jak traktować reklamę?

Julia przywykła traktować reklamę z przymrużeniem oka. Wie, że po użyciu kremu z genialną formułą, nad którą pracował sztab naukowców, nie będzie wyglądać jak supermodelka, która go reklamuje. Wie też, że od nowego proszku do prania jej ubrania nie będą wyglądać jak zaraz po kupnie.

A czy ty wiesz jak traktować reklamę i jej nie ulegać?

Zawsze pamiętaj, że reklama jest po to, żeby przekonać cię do kupna jakiegoś produktu, czyli skłonić do wydania pieniędzy.

Nie zapominaj, że to, co na ekranie telewizora czy w radiu trwa kilkadziesiąt sekund, wymyślone jest tygodniami przez sztab specjalistów, którzy znają setki sztuczek na to, jak wpłynąć na twoje zachowanie. Dlatego zawsze staraj się przemyśleć, co naprawdę jest ci potrzebne, a co jest tylko kreacją tych potrzeb.

Do obietnic zawartych w reklamach podchodź z dystansem i dużą dozą krytycyzmu. Pamiętaj, że modelka, która reklamuje krem na piękną cerę ma grubą warstwę makijażu na twarzy i komputerowo wyretuszowane niedoskonałości.

Zawsze staraj się być sobą i nie wierz w złudny obraz świata, w którym szczęście daje modna marka. Tak naprawdę liczy się to, co masz w środku, a nie metki.

Gdy jesteś w sklepie, zastanów się chwilę, czego dokładnie potrzebujesz i dlaczego wybierasz taki, a nie inny produkt. Czy to nie aby kolorowa reklama, w której świat to wieczna impreza, a przyjaciół zyskuje się jedząc razem chipsy, skłoniła cię do tego?

Pamiętaj, że reklama nie może wprowadzać w błąd! Zatem jeśli producent za jej pomocą zapewnia, że po tygodniu stosowania jakiegoś preparatu schudniesz 2 kilo, to masz prawo nie tylko oczekiwać takiego efektu, ale wręcz go wymagać. W razie niespełnienia tych zapewnień masz prawo złożyć reklamację z tytułu niezgodności towaru z umową.



Uwaga sklepowe pułapki!

Julia, Kuba i Natalia wraz z rodzicami wybrali się na zakupy do hipermarketu. Julia od dawna chciała sobie kupić tonik do twarzy. W alejce z kosmetykami znalazła w superpromocji tonik z kremem.

Przy tej różnorodności towarów i usług, którą mamy obecnie na naszym rynku, producenci i sprzedawcy głowią się, co zrobić, byś spośród wielu produktów znajdujących się w sklepach wybrała/wybrał właśnie ten oferowany przez nich. Stosują nie tylko reklamę, ale także różne akcje promocji sprzedaży. Jedną z nich są promocyjne ceny.

Cena promocyjna zestawu wynosiła 18,99. Jednak oba te towary bez promocji razem kosztowały tylko 14,58. Na szczęście Julia nie dała się nabrać!

Niestety, często zdarza się, że promocyjne ceny mają istnieć wyłącznie w świadomości konsumentów, a nie w rzeczywistości. Dlatego zawsze warto samemu porównać cenę promocyjną ze „zwykłą”.

Julia znalazła też swoje ulubione jogurty! I do tego także w promocyjnej cenie! Postanowiła więc, że kupi kilka „na zapas”. Najpierw jednak sprawdziła datę ważności.

Obniżki cen muszą mieć swoją przyczynę. Może być to np. niższa jakość produktów lub upływający termin przydatności do spożycia. Dlatego zawsze sprawdzaj datę ważności, zanim zrobisz „zapasy”.

Na swojej liście zakupów mieli też musztardę. Wieczorem planowali urządzić grilla dla znajomych. Julia wzięła do koszyka tę, która na półce znajdowała się na wysokości jej wzroku. Cena? 9,29. Za namową taty sprawdziła cenę na samej górze półki – 3,99 i na samym dole – 1,79.

Jedną z form promocji sprzedaży jest merchandising, czyli sposób wpływania na zachowania klientów poprzez wystrój pomieszczenia i sposób prezentacji towarów. Liczy się zarówno aranżacja sklepu, jego wyposażenie, układ półek, jak i sam sposób ułożenia towarów na półkach sklepowych. Czy zastanawiałaś/zastanawiałas się kiedyś dlaczego w dużych sklepach spożywczych stoiska z artykułami pierwszej potrzeby (np. pieczywem) znajdują się zazwyczaj na końcu sklepu?

Pamiętaj!

Jeśli nie chcesz ulec naciśkom w sklepie i własnej pokusie, zawsze na zakupy (zwłaszcza wybierając się do dużych sklepów) bierz ze sobą listę zakupów. Ty zaoszczędzisz, a planeta na której żyjesz odetchnie z ulgą!



Czy także ty jesteś odpowiedzialnym młodym konsumentem?

Julia, Kuba i Natalia lubią mieć własne zdanie. Nie znoszą jak im się coś narzuca, ponieważ chcą podejmować decyzje samodzielnie. Wiedzą jednak, że to co jedzą, piją czy na siebie zakładają wpływa nie tylko na nich, lecz także na świat, w którym żyją.

Twój świat, Twoja decyzja!

Czy wiesz, że za pomocą twoich codziennych wyborów w sklepie, stopniowo możesz wpłynąć na poprawę środowiska, w którym żyjesz i tym samym na jakość życia innych ludzi i przyszłych pokoleń? Takie właśnie poczucie odpowiedzialności nazywa się zrównoważoną konsumpcją. Termin ten pochodzi od pojęcia zrównoważonego rozwoju, czyli rozwoju przyjaznego zarówno dla ludzi jak i dla środowiska naturalnego.



Kupuj mniej, używaj ponownie, sortuj!

Podoba im się, że za pomocą swoich wyborów konsumenckich mogą działać aż tak wiele!

A ty co możesz zrobić?

1. Kupuj mniej!

Czy wszystkie ubrania znajdujące się w twojej szafie kupiłeś/kupiłaś z głową? Może niektóre z nich założyłeś/założyłaś tylko raz? A jedzenie? Czy nie zdarzyło ci się wyrzucić jakiegoś produktu, tylko dlatego że skończył się mu termin przydatności do spożycia? Pomyśl zanim coś kupisz i kupuj dokładnie tyle, ile potrzebujesz! Każdy niepotrzebny zakup to nie tylko strata energii i surowców, których może zabraknąć dla twoich dzieci, to także ogromna ilość odpadów, które codziennie zasypują świat, w którym żyjesz! Pomyśl o tym!

2. Używaj ponownie!

Kupione przez siebie przedmioty używaj ponownie, tak często jak to możliwe. Nie wyrzucaj ich na śmieci tylko dlatego, że wyszły z mody lub przestały ci się podobać! Niektóre z nich możesz użyć ponownie (np. „reklamówki”). Inne (książki, płyty) oddaj do sklepu z używanymi rzeczami. Ubrania wrzuć do pojemnika PCK! Idąc na zakupy zabieraj własną torbę, nie bierz za każdym razem ze sklepu jednorazowej „reklamówki”!



3. Sortuj!

Spójrz do swojego kosza na śmieci. Czy wiesz, że zaledwie 20% odpadów, które się w nim znajduje, powinno trafić na wysypiska? Reszta to papier, plastik, szkło i metal, które bez problemu można ponownie przetworzyć. Wystarczy, że zużyte butelki, papier, kartony, folie, opakowania z tworzyw sztucznych czy puszki wrzucisz do odpowiednich pojemników! Sprawdź, zapewne znajdziesz je tuż pod twoim blokiem!



Kupuj odpowiedzialnie!

Podoba im się również, że jako konsumenci mogą decydować komu i na co oddają swoje pieniądze. Co prawda nie są jeszcze pełnoletni, więc nie mogą głosować w wyborach, ale pieniądze, które wydają codziennie podczas zakupów, tak naprawdę są jak karty do głosowania... Wystarczy, że kupią taki, a nie inny produkt!

Twoje pieniądze kształtują świat!

Czy wiesz, że zostawiane przez siebie w kasie pieniądze mogą decydować o losie ludzi, zwierząt, środowiska? Mogą wspierać działalność charytatywną, lokalny rynek, ekologiczne gospodarstwa rolne, ale mogą też być wykorzystane na rabunkową działalność niszczącą środowisko, na handel bronią, na okrutne traktowanie zwierząt czy łamanie praw człowieka.

© Bankwatch/proj.hotdesign



Zwyczaj starają się kupować produkty ekologiczne. W ten sposób nie tylko chronią środowisko, ale dają zarobić ekologicznym producentom, którzy dzięki temu mogą dalej inwestować w czyste i zdrowe technologie produkcji. Jednocześnie dają znak innym firmom, które o to nie dbają, że jeżeli nie zmieniają swojego postępowania, będą tracić klientów, a więc zarobią mniej.

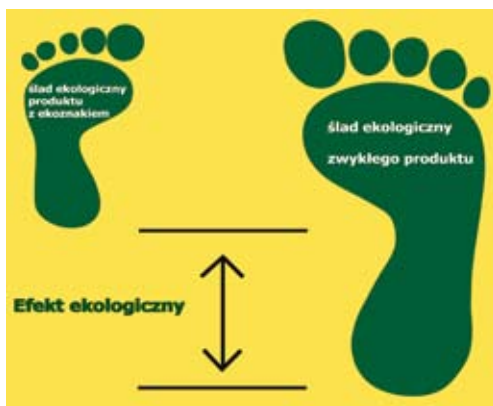
Czy wiesz jak wybrać ekologiczne produkty?

Zwracaj uwagę na znaki i symbole umieszczane na opakowaniach! Niektóre z tych znaków mogą informować cię, że opakowanie produktu nadaje się do wielokrotnego użycia, że jego produkcja i użytkowanie nie wpływa szkodliwie na środowisko, że produkt nie był testowany na zwierzętach, lub że jest bezpieczny dla powłoki ozonowej. Są to tzw. zielone znaki bądź ekoznaki. Sprawdź sam!

Konsumencie, możesz zmieniać świat!

Czy wiesz, że gdyby produkty oznaczone ekoznakami, zdobyły zaledwie 5% rynku w Unii Europejskiej, to osiągnięty zostałyby następujący roczny efekt ekologiczny*:

- **zaoszczędzilibyśmy 14,7 tys. gigawatogodzin energii elektrycznej (równowartość jaką zużywa 3,5 miliona rodzin w Unii)**
- **zmniejszylibyśmy emisję CO₂ do atmosfery o 9 miliona ton (równowartość, jaką produkuje milion osób w Unii)**
- **zmniejszylibyśmy emisję innych szkodliwych substancji do atmosfery (tlenku azotu i siarki, pyłów, itd.) o 17,5 tys. ton**
- **uniknęlibyśmy zanieczyszczenia 12 000 miliardów litrów wody.**



* „The Direct and Indirect Benefits of the European Ecolabel – Final Report”, listopad 2004, Dyrekcja Generalna Komisji Europejskiej http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/pdf/market_study/benefitsfinalreport_1104.pdf

Czy wiesz co „mówi” ten znak?



Opakowanie nadaje się do recyklingu

Znak informuje, że opakowanie nadaje się do ponownego wykorzystania, czyli recyklingu. Umieszcza się go na opakowaniach z tworzyw sztucznych bądź aluminium.



Zielony Punkt

Producent wniósł wkład finansowy w budowę i funkcjonowanie systemu odzysku i recyklingu odpadów polskiej organizacji Rekopol.



Dbaj o czystość

Opakowanie po zużyciu w produkcie należy wyrzucić do kosza nie zaśmiecając nim otoczenia.



Znak CE

Towar został wyprodukowany zgodnie z przepisami obowiązującymi w Unii Europejskiej. Obowiązkowy dla ponad dwudziestu grup produktów, w tym urządzeń elektrycznych, zabawek.



Nie testowane na zwierzętach

W fazie badań produkt nie był testowany na zwierzętach. Najczęściej występuje na kosmetykach.



Bezpieczny dla ozonu

Produkt nie zawiera freonów, które niszczą powłokę ozonową.



EKO - znak ekologiczny (Polska)

Produkt został wytworzony zgodnie z ekologicznymi kryteriami ustalonymi przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji.



Ekoland (Polska)

Znak przyznawany przez Polskie Stowarzyszenie Producentów Żywności Metodami Ekologicznymi gospodarstvom rolnym, które w produkcji stosują metody ekologiczne.



Produkcja ekologiczna (Unia Europejska)

Co najmniej 95% składników tego produktu żywnościowego wytworzono zgodnie z metodami ekologicznymi, a produkcja była nadzorowana.



Margerytka (Unia Europejska)

Alternatywa dla państwowych ekologicznych znaków towarowych krajów zrzeszonych, gwarantująca określoną jakość także poza politycznymi granicami państw członkowskich.

Niektóre symbole cię ostrzegają!



Graficzny znak ostrzegawczy dotyczący wieku dziecka

Zabawka zawiera małe, ruchome elementy i może być niebezpieczna dla dzieci poniżej 3 roku życia.



Materiał łatwopalny

Nie wolno zbliżać produktu do ognia ani go ogrzewać. Występuje na opakowaniach dezodorantów i innych produktów w aerozolu.

Czy handel jest sprawiedliwy?

Julia, Kuba i Natalia nie pamiętają już czasów PRL, kiedy w sklepach były puste półki. Teraz mamy tzw. „wolny rynek”. Oznacza to, że wygrywa ten, kto jest najbardziej konkurencyjny, czyli zazwyczaj najtańszy.

Wiele firm, by móc zaferować konsumentowi jak najtańszy produkt, a sobie jak największy zysk, na wszelkie sposoby minimalizuje koszty produkcji. Firmy łączą się tworząc giganty – ponadnarodowe korporacje oraz korzystają z taniej siły roboczej kupując materiały do swych wyrobów w biednych regionach świata (tzw. Trzeciego Świata) lub przenosząc tam swoje linie produkcyjne.

Wiedzą, że nie każdemu na świecie żyje się tak dobrze jak im...

Wolny rynek za wszelką cenę?

Czy wiesz, że być może za uszycie koszulki, którą masz na sobie, pracownik fabryki odzieżowej w Chinach, Bangladeszu czy Indonezji otrzymał wynagrodzenie kilkadziesiąt razy niższe od wynagrodzenia przeciętnego Europejczyka? Czy wiesz, że szwaczka w Chinach za godzinę swojej ciężkiej pracy otrzymuje zaledwie 13 centów, czyli około 40 groszy, podczas gdy za tę samą pracę w Stanach Zjednoczonych, Europie czy Kanadzie otrzymuje się od 10 do 19 dolarów za godzinę (30–60 zł)! Nie lepiej mają rolnicy z Afryki Zachodniej czy Ameryki Środkowej, którzy za swoją często katorżniczą pracę trwającą po 12–16 godzin dziennie, dostają najwyżej 5% ceny, którą płacisz za codziennie spożywane kakao, herbatę czy kawę! Wynagrodzenie to jest tak marne, że nie starcza nawet na utrzymanie rodziny, a to z kolei często wiąże się z koniecznością pracy dzieci. Niestety tak się dzieje! Globalny handel, gdzie silniejsi (kraje Europy, Ameryka Północna, Australia) dyktują warunki słabszym (krajom Trzeciego Świata czyli krajom Afryki, Ameryki Południowej i Azji), oparty jest na wyzysku, niesprawiedliwości i żerowaniu na czyjeś biedzie!

Co ty możesz zrobić?

Możesz kupować produkty Sprawiedliwego Handlu (Fair Trade). Fair Trade jest przybierającym na sile międzynarodowym ruchem, który gwarantuje producentom w ubogich krajach sprawiedliwe wynagrodzenie, godne i bezpieczne warunki pracy oraz długoletnie umowy handlowe. Wyklucza pracę dzieci i niewolników i umożliwia pracownikom uczestnictwo w demokratycznym podejmowaniu decyzji. Sprawiedliwy Handel daje też konsumentom gwarancję zakupu wysokiej jakości wyrobów (m.in. kawy, herbaty, kakao, czekolady, owoców, przypraw, rzemiosła artystycznego, tekstyliów, biżuterii, instrumentów muzycznych), których produkcja nie opiera się na wyzysku i nie rujnuje zdrowia i życia ich wytwórców, nie niszczy też przyrody oraz oszczędza zasoby naturalne.

Pomaga też podnosić świadomość o problemach ubogich części świata, a mieszkańcom krajów bogatych daje możliwość, by w najprostszym sposobie – poprzez świadomą i odpowiedzialną konsumpcję – uczestniczyli w rozwoju krajów ubogich. Od niedawna produkty wytworzone zgodnie z zasadami Sprawiedliwego Handlu można kupić w Polsce. Sprawdź sam: www.sprawiedliwyhandel.pl



Na zdrowie!

W piątek Julia i Darek wybrali się do kina. Zabrali ze sobą Natalię. Przed seansem Darek zjadł dwa tłuste hot-dogi. Oczywiście, wbrew woli Julii, która jest zwolenniczką zdrowej żywności i zdrowego trybu życia, uległ namowom Natalii i kupił jej batona i colę.

A ty jaki tryb życia prowadzisz?

Wstajesz rano i szybko biegniesz do szkoły, nie masz czasu na śniadanie. W szkole zjadasz batona lub chipsy i popijasz je słodkim napojem gazowanym. Na ćwiczenia fizyczne także nie starcza ci czasu. STOP! Czy wiesz, że zbyt duża ilość tłuszczów, cukrów i soli w codziennej diecie połączona ze zbyt małą ilością ruchu, może prowadzić do nadwagi, raka, chorób serca, cukrzycy i zawału? Myślisz sobie „to mnie nie dotyczy, jestem jeszcze młody/młoda”. Błąd! Na choroby cywilizacyjne coraz częściej zapadają właśnie ludzie młodzi. W dodatku to, jak żyjesz teraz, będzie miało wpływ na twoje samopoczucie w przyszłości.

Julia wie, że zdrowa dieta to dieta zrównoważona – powinny się w niej znaleźć wszystkie ważne substancje odżywcze, takie jak węglowodany, białko, tłuszcze, składniki mineralne czy witaminy.

Czy wiesz co jesz?

Podstawę zrównoważonego żywienia powinny stanowić produkty zbożowe (pieczywo, kasze, ryż, makarony, płatki). Stanowią one bogate źródło węglowodanów, składników mineralnych i błonnika. Najcenniejsze związki znajdują się tuż pod okrywą otaczającą ziarno zboża, która jest odrzucona podczas produkcji białej mąki. Dlatego zamiast białej bułki sięgaj po kromkę razowego chleba.





Na drugim miejscu w twojej diecie powinny się znaleźć warzywa, a na trzecim owoce. Warzywa i owoce to bogate źródło minerałów, błonnika i witamin. Zawarta w nich witamina C wzmacnia odporność, a witamina A nadaje skórze i włosom ładny wygląd. Warzywa zaleca się jeść 4–5 razy dziennie na surowo lub po krótkim gotowaniu – nie tracą wtedy cennych substancji. Owoce zaś najlepiej spożywać na surowo 2–3 razy dziennie.

Na czwartym miejscu powinny figurować mleko i produkty mleczne (kefiry, jogurty, sery). Są one głównym źródłem pełnowartościowego i łatwo przyswajalnego białka oraz wapnia, który buduje kości. Zaleca się spożywanie 3 porcji produktów mlecznych dziennie. Jedna porcja to szklanka mleka lub jogurtu, 100 g twarogu lub 35 g żółtego sera.

Mięso, ryby, jaja powinny się znaleźć na piątym miejscu w twoim jadłospisie. Produkty te, tak jak mleko i jego przetwory, są ważnym źródłem białka. Mięso jest też jednym z głównych źródeł tłuszczu. Dlatego powinno być spożywane tylko 2–4 razy w ciągu tygodnia.

Słodczyce i przekąski (chipsy, paluszki, chrupki, snacki) powinny się znaleźć na ostatnim miejscu w twojej diecie. Pomimo, że są smaczne, to zawierają niewiele substancji odżywczych. Dodatkowo, zawierają dużo tłuszczu, trudno przyswajalnego cukru oraz



soli. Często zawierają sztuczne związki chemiczne (np. konserwanty), które mogą powodować alergie.

Po wyjściu z kina, Julia, która jeszcze nic nie jadła tego wieczoru, zaproponowała Darkowi i Natalii wypad do baru sałatkowego. Długo zastanawiała się, co zamówić. Wybrała sałatkę z pomidorami i serem feta. Niestety, sałatka jaką otrzymała od sprzedawcy była nieświeża. Julia postanowiła złożyć reklamację, żądając wymiany na inną lub zwrotu ceny. Sprzedawca uznał reklamację Julii i oddał jej całą kwotę.

Pamiętaj!

Składając reklamację żywności obowiązują cię krótsze terminy, niż w przypadku innych produktów:

- **żywność paczkowaną (np. jogurt, sok, dżem w słoiku) możesz reklamować w terminie 3 dni od dnia otwarcia opakowania**
- **żywność sprzedawaną luzem (np. owoce, warzywa, sery, ciastka na wagę) możesz reklamować w terminie 3 dni od dnia sprzedaży lub otrzymania towaru (czyli np. wtedy, gdy został on dostarczony do twojego miejsca zamieszkania).**

Julia zdecydowała, że w takim razie kupi sobie coś w sklepie spożywczym. Wybrała sałatkę jarzynową, bułkę z ziarnami i świeżo tłoczony sok z jabłek. Darek poprosił zaś o małe mleko w kartoniku. Zanim zapłacili za towary, dokładnie sprawdzili informacje zawarte na etykietach.



Co kryje etykieta?

W trosce o własne zdrowie, pamiętaj aby zawsze dokładnie czytać etykiety!

Na prawidłowo przygotowanej etykiecie produktów spożywczych powinny znajdować się:

- nazwa produktu
- nazwa i adres producenta bądź importera
- informacja do kiedy można spożyć produkt

Istnieją dwa rodzaje oznaczeń:

1) „Najlepiej spożyć przed:” – informuje nas o tzw. Dacie minimalnej trwałości, czyli dacie do której prawidłowo przechowywana żywność zachowuje swe pełne właściwości, nie zmienia się. W ten sposób znakuje się wszystkie trwałe produkty spożywcze (np. wyroby cukiernicze, napoje, konserwy itd.)

2) „Należy spożyć do:” – informuje nas o tzw. Terminie przydatności do spożycia, czyli terminie, po upływie którego żywność nie nadaje się już do spożycia. W ten sposób znakuje się wszystkie nie-trwałe produkty spożywcze (np. świeżo tłoczony sok z owoców, produkty mięsne, śmietana, mleko)

- informacja w jaki sposób przechowywać produkt (np. w jakiej temperaturze)

MLEKO
Spożywcze, pasteryzowane

Wartość odżywcza 100 ml produktu:
wartość energetyczna 197 kJ (47 kcal)

białko	3,1 g
węglowodany	4,7 g
tluszcz	2,6 g

Przechowywać w temperaturze 0-8°C.
Chronić przed światłem.
Pojemność: 1l.

SM MLEKO
00-001 Mleková
ul. Mleczna 4

Należy spożyć do:
data i numer partii:
07.01.07
08-88:88:1/2

- **waga produktu**
- **skład** - na etykiecie muszą być wymienione wszystkie składniki, nawet woda i składniki dodatkowe (barwniki, konserwanty). Podanie składu nie jest wymagane w przypadku produktów jednoskładnikowych (np. wody, mleka). Składniki muszą być podane według wagi, w kolejności malejącej
- **informacja żywieniowa** - to informacja na temat wartości energetycznej produktu i zawartości poszczególnych składników odżywczych, takich jak białka, tłuszcze i węglowodany. W przypadku wyrobów przeznaczonych do powszechnego spożycia podawanie jej jest dobrowolne
- **ewentualnie przeznaczenie produktu i sposób jego przygotowania** - informacja ta musi zostać podana na etykietach produktów, w przypadku których niewłaściwe postępowanie konsumenta może stanowić dla niego zagrożenie (np. zjedzenie bez uprzedniego zagotowania)



Kto pomaga konsumentom?

Wszystkim konsumentom, czyli także tobie, przysługuje wiele różnych praw, które poznałeś/poznałaś w niniejszym poradniku. Niestety, zdarza się czasami, że niektórzy przedsiębiorcy nie przestrzegają tych praw i dlatego tak ważne jest abyś wiedział/wiedziała do kogo możesz zwrócić się w takiej sytuacji. Pamiętaj, konsumentom, których prawa zostały naruszone, pomagają:

Miejski (Powiatowy) Rzecznik Konsumentów – jest w każdym mieście lub powiecie. Jest on twoim reprezentantem, broni twych praw. Jeżeli twój problem dotyczy tylko ciebie (nie łamie zbiorowych interesów konsumentów) zgłoś się do swojego rzecznika. Udzieli ci on bezpłatnej porady, skontaktuje się z nieuczciwą firmą i spróbuje wpłynąć na załatwienie sprawy. Jeżeli to nie skutkuje, może nawet skierować sprawę do sądu i wystąpić w nim w twoim imieniu.

Adresy wszystkich rzeczników znajdziesz na stronie internetowej Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów: www.uokik.gov.pl

Organizacje konsumenckie – w indywidualnej sprawie możesz się zwrócić także do organizacji konsumenckich, np. do Federacji Konsumentów bądź Stowarzyszenia Konsumentów Polskich. Reprezentują one interesy konsumentów oraz udzielają nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) – centralny urząd, którego zadaniem jest ochrona konkurencji na rynku oraz zbiorowych interesów konsumentów. Jeśli więc twój problem uderza nie tylko w ciebie, ale w interesy wszystkich konsumentów – np. zły system obsługi klienta, wprowadzająca w błąd reklama, nieprawdziwa informacja na opakowaniu produktu, ukryte wady przedmiotu – złóż skargę do UOKiK. Możesz to zrobić pisemnie, faksem, telefonicznie, e-mailem lub podczas rozmowy z urzędnikiem.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów: www.uokik.gov.pl





**Konsument to osoba kupująca jakieś produkty lub korzystająca z jakichś usług.
Oznacza to, że wszyscy jesteśmy konsumentami, także TY!
Poznaj więc swoje prawa i korzystaj z nich!
Pamiętaj jednak, że bycie konsumentem to nie tylko prawa, to także wielka
odpowiedzialność!!!
Miłej lektury 😊**

Projekt

„CO MŁODY KONSUMENT WIEDZIEĆ POWINIEN?
– OGÓLNOPOLSKA KAMPANIA EDUKACYJNA W SZKOŁACH”



finansowany jest ze środków Unii Europejskiej i Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów