

15 MARCA - ŚWIATOWY DZIEŃ (PRAW) KONSUMENTA



15 marca corocznie obchodzimy Światowy Dzień Konsumenta, zwany też Światowym Dniem Praw Konsumenta.

Święto to wywodzi się z USA. Sięga ono 1983 roku.

Dlaczego wybrano właśnie datę 15 marca?

Tego dnia w 1962 roku ówczesny prezydent USA John F. Kennedy wygłosił w Kongresie Stanów Zjednoczonych przemówienie, którego tematem był projekt ustawy o ochronie praw konsumenta.

Wówczas to prezydent USA sformułował cztery podstawowe prawa konsumentów (Kennedy's Bill of Rights), a mianowicie:

- prawo do bezpieczeństwa;
- prawo do informacji;
- prawo wyboru spośród różnych produktów i usług po konkurencyjnych cenach;
- prawo wyrażania opinii, które mają wpływ na kształtowanie polityki.

Z jego ust padło też stwierdzenie: **„Konsumentami to my wszyscy”**.

W Polsce Światowy Dzień Konsumenta obchodzony jest oficjalnie od roku 2000. Do obchodów włącza się Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów i organizacje pozarządowe.

Światowy Dzień Praw Konsumenta „świętowany” jest w wielu krajach pod różnymi hasłami, ale cel jest wspólny: uświadomić zarówno decydentom politycznym, jak i obywatelom, że odpowiedni poziom ochrony konsumenta przyczynia się do zwiększenia poczucia bezpieczeństwa i sprawiedliwości w społeczeństwie i że poziom ochrony powinien być adekwatny do wyzwań XXI wieku.

Światowy Dzień Praw Konsumenta to dzień nas wszystkich, bo jak powiedział przytaczany wcześniej J. F. Kennedy wszyscy jesteśmy konsumentami. Przedsiębiorcy w innych, pozazawodowych, sytuacjach też są konsumentami jak każdy - w sklepie, w samolocie, na meczu sportowym, kupując mieszkanie, ubezpieczenie, biorąc kredyt, płacąc rachunek za prąd...

Organizacje konsumenckie na całym świecie szczególnie w tym dniu wspólnym głosem przypominają, że jesteśmy, jako konsumenci, ważni i nasz głos musi być słyszany, a nasze prawa przestrzegane. Bez konsumenta, mającego zaufanie do funkcjonowania rynku, uczciwości i rzetelności przedsiębiorcy, konsumenta zadowolonego z towarów i usług, **za które płaci**, nie ma rozwoju gospodarki.

Jeśli konsumenci czują się niepewnie, wolą unikać sytuacji, których się obawiają, bo mieli złe doświadczenia, np. ze sprzedawcami czy usługodawcami, byli niezadowoleni z jakości towarów, będą mniej skłonni do częstego i intensywnego uczestniczenia w obrocie rynkowym. Ucierpią na tym uczciwe, innowacyjne przedsiębiorstwa przyczyniające się do wzrostu gospodarczego.

Dlatego tak ważne jest stanowienie mądrego prawa, jasno określającego prawa i obowiązki zarówno konsumentów, jak i przedsiębiorców, a przede wszystkim przestrzeganie go!

Korzenie ruchu konsumenckiego sięgają gwałtownych procesów uprzemysłowienia z drugiej połowy XIX w.

Pierwsza w świecie organizacja konsumencka - Liga Konsumentów (Consumers League) - powstała w Nowym Jorku w 1891 r. Rozpoczęła swą działalność od propagowania sklepów, które miały dogodnie dla konsumentów godziny pracy i odpowiednie warunki sanitarne.

Wkrótce jej idee przejęły szybko powstające ligi w innych miastach Stanów Zjednoczonych. W 1899 r. stworzyły one Narodową Ligę Konsumentów (National Consumers League) - pierwszą w świecie organizację konsumencką ogólnokrajową, funkcjonującą nieprzerwanie do dziś!

Pierwszy w świecie akt prawny dotyczący ochrony interesów został uchwalony w 1902 r. w Stanach Zjednoczonych. Była to ustawa o czystości żywności i lekarstw (Pure Food and Drugs Act).

W Europie, szczególnie w Wielkiej Brytanii i Francji, droga do ochrony konsumentów wiodła przez ruch spółdzielczy. Pierwsza brytyjska spółdzielnia konsumencka powstała w 1844 r. w Rochdale i była formą obrony ludności ubogiej przed nadużyciami producentów i dostawców. W 1903 r. było już prawie 1500 takich spółdzielni.

Ustawę o sprzedaży dóbr wprowadzono w życie w 1893 r., choć uprawnienia z niej wynikające mają już ponad sto lat, nadal są aktualne.

Zgodnie z tą ustawą konsument ma prawo żądać, aby produkty i usługi, które kupuje:

- **były dokładnie takie, jakie opisuje i zachwala sprzedawca;**
- **odpowiadały obowiązującym na rynku standardom jakości;**
- **były tak wykonane, by dokładnie odpowiadały celom, którym z założenia mają służyć;**
- **były sprzedawane bez długiego łańcucha pośrednictwa, który zwykle podwyższa cenę, a często obniża jakość.**

We Francji pierwsza spółdzielnia konsumencka powstała w Lyonie w 1835 r. Po przeszło siedemdziesięciu latach w 1910 roku w Paryżu powołano Ligę Konsumentów.

Inną historię ochrony konsumentów mają kraje skandynawskie, w których państwo tradycyjnie ingeruje w życie gospodarcze. Pierwszym

krokiem w kierunku ustanowienia instytucjonalnych form ochrony konsumentów było powołanie w Szwecji w 1809 r. komisarza parlamentarnego - ombudsmana, który z czasem stał się faktycznym rzecznikiem praw konsumentów.

Jeśli chodzi o naszą część Europy, to pierwszą i przez wiele lat jedyną organizacją konsumencką w Europie Środkowej i Wschodniej była, zarejestrowana 7 lipca 1981r., Federacja Konsumentów. Od samego początku zasady jej działalności były i są tożsame z tymi, którymi kierują się organizacje konsumenckie w krajach gospodarki rynkowej.

Mimo tak długiej historii ruchu konsumenckiego, kształtowania praw zgodnie z rozwijającym się rynkiem oraz zmieniającą się rzeczywistością gospodarczą i społeczną jest naprawdę, o co nadal upominać się, stanowczo egzekwować przysługujące nam prawa, nie godzić się na różne niekorzystne praktyki rynkowe.

Konsumenci stanowią największą grupę ekonomiczną w gospodarce, wpływającą oraz pozostającą pod wpływem prawie każdej publicznej i prywatnej decyzji ekonomicznej... Ale są oni jedyną ważną grupą, której zdanie często nie jest wysłuchane”.

Każdy zatem konsument ma prawo do:

- **zaspokojenia podstawowych potrzeb, a więc prawo dostępu do podstawowych dóbr i usług, odpowiedniej żywności, ubrania, mieszkania, opieki zdrowotnej, edukacji i higieny;**
- **bezpieczeństwa, a więc ochrony przed produktami, procesami produkcyjnymi i usługowymi, które mogą być niebezpieczne dla życia i zdrowia;**
- **informacji, co oznacza prawo do ochrony przed nieuczciwymi praktykami reklamowymi oraz prawo do uzyskiwania wszelkich informacji pomagających w dokonaniu świadomego wyboru;**
- **wyboru, a więc możliwości wyboru różnych produktów i usług oferowanych po konkurencyjnych cenach, przy zachowaniu gwarancji ich odpowiedniej jakości;**

- **wyrażania opinii, które mają wpływ na kształtowanie polityki konsumenckiej**
- **zadośćuczynienia tj. do otrzymania uczciwej rekompensaty za nieodpowiednie produkty i nie satysfakcjonujące usługi**
- **edukacji konsumenckiej, a więc do zdobycia wiedzy i umiejętności niezbędnych do podejmowania świadomych decyzji i dokonywania pewnych wyborów w oparciu o podstawowe prawa konsumentów, a także umiejętności korzystania z tych praw;**
- **zdrowego środowiska naturalnego, a więc prawo do życia i pracy w zdrowym, nieskażonym środowisku naturalnym oraz do zachowania go dla przyszłych pokoleń.**

Przeszło dwadzieścia lat po wystąpieniu Johna F. Kennedy'ego, 9 kwietnia 1985 roku Zgromadzenie Ogólne Narodów Zjednoczonych przyjęło jednomyślnie (!) „Wytyczne w sprawie ochrony konsumenta”. Adresatami tego dokumentu są wszystkie rządy krajów członkowskich ONZ. To one mają określone obowiązki w stosunku do konsumentów -obywateli poszczególnych krajów. „Wytyczne” wskazują na wiele powinności rządów, do których należą m.in. popieranie wzrostu etyki producentów i sprzedawców, pomoc w zwalczaniu nieuczciwych praktyk biznesu dotyczących konsumentów zarówno na szczeblu krajowym, jak i międzynarodowym, ułatwianie rozwoju, niezależnego ruchu konsumenckiego, rozszerzanie międzynarodowej współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów, popieranie takiego rozwoju gospodarczego, który zapewni konsumentom większy wybór towarów i usług przy niższych cenach.

Aby te i inne cele mogły być realizowane, rządy, jak wskazują „Wytyczne”, muszą tworzyć, a następnie rozwijać silną politykę prokonsumencką, której elementami są:

- **ochrona konsumentów przed wszelkim ryzykiem dla ich zdrowia i życia;**

- **promowanie i ochrona ekonomicznych interesów konsumentów;**
- **dostęp konsumentów do rzetelnej informacji pozwalającej im dokonywać racjonalnego wyboru zgodnie z indywidualnymi życzeniami i potrzebami;**
- **edukacja konsumentów;**
- **dostępność efektywnego załatwiania reklamacji i skarg;**
- **wolność zrzeszania się konsumentów w różnego rodzaju związkach i umożliwianie takim związkom prezentacji ich poglądów oraz opinii przed powstawaniem ważnych dla nich dokumentów i przy podejmowaniu decyzji ich dotyczących.**

Przypomnę jeszcze raz na koniec - wszyscy jesteśmy konsumentami. Dla naszego własnego dobra musimy znać swoje prawa i co najważniejsze mieć odwagę ich bronić w przypadku, gdy są łamane.

Udanych zakupów życzy

Ewa Nowikow