

## 15 marca - Światowy Dzień Praw Konsumenta

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 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.

### **Aktualne, prawda?**

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.

### **Może jeszcze krótkie wyjaśnienie, dlaczego właściwie marzec i 15?**

15. marca - na pamiątkę wystąpienia prezydenta Johna F. Kennedy'ego. W tym roku obchodzony jest po raz trzydziesty pierwszy Światowy Dzień Praw Konsumenta. Został on ogłoszony w 1983 r. przez międzynarodową organizację związków konsumenckich - znaną pod nazwą Consumers International - skupiającą 240 organizacji i instytucji konsumenckich (w tym Federację Konsumentów) ze 120 krajów świata.

15 marca 1962 roku prezydent John F. Kennedy, stojąc przed Kongresem Stanów Zjednoczonych, wypowiedział brzemienną w skutki sentencję: „Consumers, by definition, include us all (...)” – „Wszyscy, z definicji, jesteśmy konsumentami”. Konsumentami 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”. Prezydent Stanów Zjednoczonych zaprezentował wówczas projekt ustawy o prawach konsumentów (Kennedy's Bill of Rights) zawierający cztery podstawowe prawa, 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 konsumenckiej .

W ciągu następnych lat zostały one rozwinięte przez Consumer International w katalog praw konsumentów, który stał się podstawą działalności wszystkich konsumenckich ugrupowań. Zawiera on osiem uniwersalnych praw przysługujących konsumentom niezależnie od tego, w jakim kraju mieszkają. 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 konsumencka;
- 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.