



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INNOWACYJNE NARZĘDZIA EDUKACYJNE



**Temat: „DECYZJE ZAKUPOWE – ZWROT
TOWARU”**

Tomasz Załona
Monika Danielska

I. Uzasadnienie wyboru tematu

Nauka, która interesuje się zachowaniami konsumentów na rynku jest dość szeroka. Zachowania konsumentów to pojęcie, którego nie można łatwo zdefiniować. Dlatego też poznanie siebie jako konsumenta jest nie tylko cenną lekcją ale też umożliwia poznanie samego siebie jako konsumenta i swoich reakcji zakupowych.

II. Ogólne cele kształcenia

- Stworzenie warunków umożliwiających poznanie bezpiecznych i skutecznych sposobów podejmowania decyzji o zakupie i prawach konsumenta.
- Istotnym elementem realizacji tematu jest także przygotowanie uczniów do życia w środowisku społecznym, w szczególności poprzez rozwój umiejętności oceny szans i zagrożeń, wynikających z wykorzystania różnych metod dokonywania zakupów.

III. Zakres tematyczny zajęć

1. Klient i konsument
2. Zachowania konsumentów w procesie zakupu
3. Czynniki wpływające na zachowanie konsumenta
4. Zakupy w sieci i zakupy bezpośrednie
5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru
6. Ćwiczenia

IV. Metody prowadzenia zajęć

- 1) Mini wykład (w oparciu o prezentację)
- 2) Materiały poglądowe – interaktywny film
- 3) Praca pod kierunkiem
- 4) Praca w grupie

1. Klient i konsument

**KLIENT – osoba fizyczna lub instytucja
występująca w charakterze
partnera sprzedawcy
w transakcjach kupna-sprzedaży**

1. Klient i konsument

Po co komu zadowolony klient?

Zadowolony klient	Niezadowolony klient
Ponownie dokona zakupu	Nie dokona kolejny raz zakupu
Będzie stałym klientem	Zmieni sprzedawcę
Jest źródłem pozytywnych opinii	Będzie źródłem negatywnych opinii
Zainteresuje się innymi produktami firmy z której jest zadowolony	Ma negatywny stosunek do innych produktów firmy, która go zawiodła
Chętnie sięga po nowe produkty firmy	Utrudni wprowadzenie na rynek nowych produktów
Powoduje, że działania promocyjne nie są bardzo potrzebne	Wymaga sporych działań promocyjnych
Kupuje – więc przynosi zyski	Nie kupuje – przynosi straty

1. Klient i konsument

Pojęcie to może być utożsamiane z
„NABYWCA” lub
„KUPUJĄCYM”, ale jest tylko pokrewny w
stosunku do terminów
ogólniejszych „ODBIORCA”, „KONTRAHENT”

1. Rodzaje nabywców i rynków

**KONSUMENT – osoba fizyczna, która nabywa i spożywa
dobra i usługi**

**Konsument dokonuje wyboru dóbr i usług kierując się swoimi
preferencjami i dochodami, a także upodobaniami,
przyzwyczajeniami i tradycjami**

2. Zachowania konsumentów w procesie zakupu

Zachowania konsumentów stanowią cykl dotyczący procesu nabycia dobra, jego używania oraz wyzbycia się go.

Obejmują one nie tylko działania fizyczne ale również wszystkie operacje zachodzące w psychice w czasie dokonywania zakupu.

Zachowania konsumentów mają pokazywać postępowanie dążące do zaspokojenia pragnień jednostek.

2. Zachowania konsumentów w procesie zakupu

Podstawowe typy zachowań konsumentów:

- **Zamierzone** - w pełni świadome, dobrze przemyślane i mające określony cel, zachowanie to ukazuje poglądy konsumenta i jego pragnienia,
- **Niezamierzone** - nie są celowe oraz wykonywane są odruchowo pod wpływem chwili, nie pokazują one prawdziwych potrzeb konsumenta.

2. Zachowania konsumentów w procesie zakupu

Podstawowe typy zachowań konsumentów:

- **Dobrowolne** - działania, które powstają z wewnętrznej chęci posiadania jakiegoś dobra i nie są niczym ograniczone,
- **Przymuszone** - powstające z musu, jakim jest np. ograniczenie wynikające z trudnej sytuacji losowej jednostki, takie działanie jest także skutkiem wpływu innych osób na działanie konsumenta.

2. Zachowania konsumentów w procesie zakupu

Podstawowe typy zachowań konsumentów:

- **racjonalne** - pozwala konsumentowi na możliwie największe zadowolenie z dokonanego zakupu, który ma miejsce wtedy, gdy konsument za posiadaną kwotę pieniędzy kupuje tyle dóbr, aby był jak najbardziej usatysfakcjonowany z zakupu.

W zachowaniu racjonalnym konsument umie zidentyfikować w miarę możliwości swoje potrzeby, potrafi określić ich hierarchię (od najintensywniejszych do najmniej potrzebnych) oraz dokonuje wyborów pozwalających na jak największe zadowolenie

2. Zachowania konsumentów w procesie zakupu

Podstawowe typy zachowań konsumentów:

- **Irracjonalne** - jest nielogiczne lub niezgodne z oczekiwaniem konsumenta i on o tym wie w chwili zakupu. Irracjonalność rozumie się jako zasadnicze trzymanie się potrzeb mimo iż są one szkodliwe. Sądzi się, że konsument irracjonalny podejmując decyzje o kupnie danego dobra kieruje się naśladownictwem i impulsami.

3. Czynniki wpływające na zachowanie konsumenta

- **czynniki kulturowe:** kultura, subkultura i społeczność konsumenta,
- **czynniki społeczne:** mniejsze grupki społeczne, członków rodziny, status i rola. Zwrócić tu uwagę należy zwłaszcza na rodzinę, która w sytuacji większych wydatków stanowić będzie grupę decyzyjną, a każdy z członków będzie odgrywać co najmniej jedną z ról: inicjatora, doradcy, decydenta, nabywcy i użytkownika,
- **czynniki osobowe:** charakterystyczne cechy indywidualne konsumenta: wiek oraz związana z nim faza cyklu życia, wykonywany zawód, sytuacja materialna, sposób życia, hobby a także osobowość,
- **czynniki psychologiczne:** motywacja, przekonania, kształcenie się oraz poglądy.
- **czynniki ekonomiczne:** (dochody)

3. Czynniki wpływające na zachowanie konsumenta

Przyczyny zakupu produktów:

- ▶ Ekonomiczne (zakup ze względu na koszt, cenę),
- ▶ Techniczne (ze względu na oczekiwaną jakość, wygodę użytkowania, parametry techniczne produktu),
- ▶ Społeczne (ze względu na fakt użytkowania produktu przez znajomych, przyjaciół, chęć dorównania innym),
- ▶ Preferencje (ze względu na fakt preferowania określonej marki produktu),
- ▶ Przyzwyczajenie (określony nawyk),
- ▶ Reputacja (producenta lub sprzedawcy, dotychczasowe pozytywne doświadczenia z produktu).

3. Czynniki wpływające na zachowanie konsumenta

Podział konsumentów ze względu na osobowość:

1. Oczekujący pomocy od sprzedawcy przy wyborze i zakupie towarów: osoby towarzyskie i osoby nietowarzyskie.
2. Niechętnie przyjmujący pomoc sprzedawcy: osoby małomówne i osoby nieufne.
3. Preferujący samodzielny wybór i zakup towarów:
 - osoby impulsywne,
 - osoby stanowcze,
 - osoby powolne.

4. Zakupy w sieci i bezpośrednie

Lepsze zakupy bezpośrednie?

A może on – line?

4. Zakupy w sieci i bezpośrednie

Lepsze zakupy bezpośrednie?

A może on – line? ...

4. Zakupy w sieci i bezpośrednio

To zależy 😊

Najbardziej zadowolony nabywca to taki, który ma poczucie, że kupił produkt wysokiej jakości w dobrej (niskiej) cenie, niezależnie od sposobu 😊

4. Zakupy w sieci i bezpośrednio

Z reguły niższa cena produktu nie jest dla wielu konsumentów wystarczającą rekompensatą za konieczność oczekiwania na kupiony produkt nawet kilka dni...

Oszczędność kosztów nie jest już tak oczywista, jeśli do niższej ceny produktu dodamy koszty jego wysyłki.
Oszczędność czasu też nie jest już tak oczywista

4. Zakupy w sieci i bezpośrednio

Wadą zakupów w sieci jest ryzyko otrzymania towaru niezgodnego z zamówieniem.

Poza tym zdarzają się oszustwa związane z płatnościami w Internecie.

Wadą jest też brak możliwości obejrzenia produktu w rzeczywistości.

4. Zakupy w sieci i bezpośrednio

Kupiłeś coś w sklepie internetowym, zapłaciłeś i nie otrzymałeś produktu, lub otrzymałeś produkt niezgodny z zamówieniem?

Prawdopodobnie trafiłeś na sieciowego oszusta. Choć pieniądze trafiły już na konto fikcyjnego sklepu, a ty rozpaczasz z powodu swojej nieuwagi, warto zawałczyć o zwrot pieniędzy.

Jak to zrobić?

4. Zakupy w sieci i bezpośrednio

Kilka możliwości:

- ▶ Złóż reklamację w banku
- ▶ Zgłoś sprawę na policji
- ▶ Zgłoś sprawę rzecznikowi praw konsumenta

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Czy możemy zwrócić towar zakupiony przez internet?

Kiedy i jak możemy to zrobić?

Choć zakupy zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i internetowych, są dla każdego z nas codziennością, to wciąż liczne wątpliwości budzą kwestie związane z prawami konsumentckimi.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Dodatkowy problem..

Prawo przewiduje odrębne przepisy dla tradycyjnej formy zawierania transakcji kupna sprzedaży, a inne dla umów zawieranych na odległość.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Konsument, który dokonał zakupu w sklepie stacjonarnym nie ma prawa zwrotu towaru bez wady, chyba, że wewnętrzny regulamin sklepu przewiduje taką ewentualność.

Dlatego też często spotykamy się z możliwością zwrotu towaru w nienaruszonym stanie np. w ciągu 30 dni od zakupu.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Warto wiedzieć, że sprzedawca nie ma obowiązku przyjmowania zwrotu niewadliwego towaru.

Z kolei jeśli towar ma wadę, to zwrot może zostać dokonany w ramach reklamacji złożonej na zasadach rękojmi.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

A co z zakupem przez internet?

W tym wypadku konsument ma prawo do odstąpienia od umowy w terminie 14 dni od zakupu, a zwrotu towaru musi dokonać w ciągu kolejnych 14 dni.

Prawo konsumenta do zwrotu towarów na tych zasadach dotyczy także innych transakcji kupna sprzedaży dokonanych na odległość, np. poprzez zamówienie z katalogu, jak i zakupów towarów dokonanych poza lokalem firmy np. w czasie pokazów, targów czy wystaw.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Odstąpienie od umowy zawartej na odległość

Konsument chcąc dokonać zwrotu towaru musi odstąpić od umowy poprzez złożenia oświadczenia o odstąpieniu od umowy.

Forma takiego oświadczenia jest dowolna, więc klient może to zrobić listownie, mailowo, telefonicznie etc., choć sprzedawca powinien dostarczyć wzór formularza odstąpienia od umowy. Konsument ma prawo do zwrotu towaru bez podania przyczyny.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Co musi zrobić sprzedawca?

1. Powinien w ciągu 14 dni od otrzymania oświadczenia zwrócić klientowi pieniądze za zakupiony towar, a także za koszty jego dostawy,
2. Nie musi zwracać dokładnie tych samych kosztów za przesyłkę, z której skorzystał klient, lecz kwotę odpowiadającą najtańszemu sposobowi dostawy w danym sklepie internetowym,
3. Pieniądze należy oddać w tej samej formie, w której dokonano płatności, chyba, że klient zgodzi się na inną formę zwrotu,
4. Może wstrzymać się ze zwrotem pieniędzy do czasu otrzymania produktu z powrotem lub przynajmniej dowodu odesłania produktu.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Odpowiedzialność konsumenta za korzystanie produktu

1. Masz prawo skorzystać z produktu w sposób pozwalający na stwierdzenie jego jakości, cech, sposobu funkcjonowania. Oznacza to, że produkt możesz rozpakować z oryginalnego opakowania, przymierzyć i sprawdzić jego działanie.
2. Jeśli produkt nosi ślady użytkowania wykraczające poza standardowe sprawdzenie produktu, a tym bardziej uszkodzenia, to sprzedający może wymagać od klienta pokrycia strat.

5. Prawo konsumenta do zwrotu towaru

Kiedy nie możesz zwrócić towaru?

1. Kiedy jest wyprodukowany na specjalne zamówienie konsumenta. Dotyczy to np. personalizowanych gadżetów,
2. Kiedy ulega on szybkiemu zepsuciu np. żywności,
3. Kiedy są to środki higieniczne i po rozpakowaniu nie mogą zostać ponownie sprzedane
4. Kiedy rozpakujesz produkt z oryginalnych, zapieczętowanych opakowań, np. płyty, programy komputerowe.
5. Zwrot nie jest możliwy również w przypadku zakupu treści cyfrowych na nośnikach niematerialnych.
6. Konsument nie ma także prawa zwrotu biletów.

6. Ćwiczenia praktyczne



Dziękuję za uwagę

