

Prof. dr hab. Anna Dąbrowska
Katedra Badań Zachowań Konsumentów
Instytut Zarządzania
Kolegium Zarządzania i Finansów SGH

Sprawozdanie z konferencji „Bezpieczeństwo konsumenta na rynku – ujęcie holistyczne

15 marca obchodzony jest Światowy Dzień Praw Konsumenta. Ważną kwestią jest bezpieczeństwo konsumenta na rynku. Właśnie temu zagadnieniu była poświęcona II Krajowa Konferencja Naukowa „Bezpieczeństwo konsumenta na rynku – ujęcie holistyczne”, która odbyła się w 14 marca 2024 roku w SGH. Organizatorami konferencji byli: Szkoła Główna Handlowa Katedra Badań Zachowań Konsumentów, Federacja Konsumentów i Fundacja Konsumentów. Patronatem honorowym konferencję objęli: Jego Magnificencja Rektor Szkoły Główniej Handlowej, Prezydent m.st Warszawy, Marszałek Województwa Mazowieckiego, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, Prezes Urzędu Komunikacji Elektronicznej, Rzecznik Finansowy, natomiast patronatem medialnym: Marketing i Rynek oraz Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych.

Sponsorami konferencji byli: Nestle Polska, Consumer Empowerment Project, Federacja Konsumentów i Fundacja Konsumentów.

W konferencji licznie uczestniczyli przedstawiciele świata nauki (24 Uczelni), praktyki gospodarczej, instytucji publicznych, instytucji samorządowych, redakcji czasopism. Otwierający konferencję rektor SGH dr hab. Piotr Wachowiak, prof. SGH, podkreślił wagę konferencji wobec znaczenia konsumenta w gospodarce, a także w działalności przedsiębiorstw. Odniósł się do jego bezpieczeństwa jako uczestnika rynku. Dziekan Kolegium Zarządzania i Finansów dr hab. Joanna Wielgórska-Leszczyńska, prof. SGH, zwróciła uwagę na prawa konsumenta oraz na przejawy ich naruszania. Podniosła także kwestię sytuacji konsumenta wobec rozwoju nowoczesnych technologii.

Prof. dr hab. Anna Dąbrowska w swoim wystąpieniu podkreśliła, że Światowy Dzień Praw Konsumenta to okazja do przywołania praw konsumentów oraz znaczenia jego ochrony przed dyskryminacją, formami nieuczciwych praktyk. Jest to także okazja do promowania świadomości konsumenckiej. Podziękowała za udział w konferencji przedstawicielom administracji publicznej, samorządowej, praktyki gospodarczej i świata nauki. Złożyła życzenia Rzecznikom konsumentów z okazji 25lecia ich działalności

Ze swej strony wiceprezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów dr Daniel Mańkowski przypomniał, że 1 stycznia 2023 roku weszły w życie zmiany w ustawie o prawach konsumenta. Nowelizacja wprowadziła szereg nowych obowiązków dla sprzedawców i lepszą ochronę dla konsumentów sklepów internetowych i tradycyjnych. O działalności organizacji konsumenckich mówili prezes Federacji Konsumentów Monika Kosińska-Pyter oraz założyciel i prezes Fundacji Konsumentów Paweł Rokicki.

Druga część konferencji poświęcona była jubileuszowi 70-lecia urodzin prof. dr hab. Bogdana Mroza. Jubilat wygłosił wykład „Konsument wobec nowych wyzwań”, a list gratulacyjny odczytał rektor Piotr Wachowiak i dziekan Joanna Wielgórska-Leszczyńska. Drogę naukową Pana Profesora przedstawił dr hab. Adrian Lubowiecki-Vikuk, prof. SGH. Uczestnicy konferencji otrzymali książkę jubileuszową „Zrozumieć duszę konsumenta”, zawierającą zbiór wybranych tekstów prof. Mroza i liczne listy gratulacyjne.

Trzecią część konferencji stanowiły sesje panelowe. Pierwsza sesja panelowa „Konsument na rynku żywności” składała się, tak jak i pozostałe, z dwóch części. Część pierwszą, poświęconą bezpieczeństwu konsumenta na rynku żywności, poprowadził prof. dr hab. Henryk Mruk z Wyższej Szkoły Zarządzania i Psychologii w Poznaniu. Jak wskazali

paneliści, jako społeczeństwo konsumujemy dużo więcej niż kiedykolwiek wcześniej, sterowani także przez reklamę i różne działania marketingowe. Żywność stanowi podstawę egzystencjonalną człowieka, a jej jakość i dostępność bezpośrednio wpływa na zdrowie i życie społeczeństwa. Bezpieczeństwo żywności jest jednym z priorytetów państwa oraz Unii Europejskiej. W ostatnich latach nastąpiła zmiana paradygmatu, w związku z czym rozszerzono cele bezpieczeństwa żywności o czynniki ryzyka środowiskowego, w tym zmian klimatu. Paneliści zgodzili się, że na bezpieczeństwo żywności wpływają działania podejmowane na każdym etapie łańcucha dostaw: od dostawców środków do produkcji rolnej, rolnictwo, poprzez dystrybucję, przetwórstwo, magazynowanie, handel, gastronomię i konsumpcję. Potrzebne są działania wzmacniające pozycję konsumentów i ochronę ich interesów, ale także edukacja budująca kompetencje konsumentów.

Drugą część, poświęconą świadomości polskich konsumentów w zakresie wyboru produktów ekologicznych, poprowadziła dr hab. Małgorzata Twardzik z SGH. Świadomość konsumencka często wiąże się z wiedzą ekologiczną i społeczną. Konsumenti coraz bardziej zwracają uwagę na aspekty zrównoważonego rozwoju i poszukują produktów, które są bardziej ekologiczne, etyczne i społecznie odpowiedzialne. Wiedza ekologiczna stanowi ważny element świadomości konsumenckiej, zwłaszcza w erze, w której zmiany klimatyczne i ochrona środowiska są wciąż aktualnymi tematami debaty społecznej. Konsumenti coraz bardziej interesują się wpływem swoich zakupów na planetę i preferują produkty, które są przyjazne dla środowiska. Wnioski z dyskusji upoważniają do postawienia tezy, że świadomość ekologiczna konsumentów w Polsce wzrasta, ale ciągle jeszcze zbyt słabo widoczna jest w ich zwyczajach zakupowych. Potrzebna jest edukacja konsumenta, gdyż tylko odpowiednia wiedza ekologiczna pomoże nam podczas codziennych zakupów dokonywać bardziej świadomych i odpowiedzialnych wyborów konsumenckich. Świadoma konsumpcja to pierwszy krok do zmiany świata na lepsze – zgodnie z zasadą: mniej kupuję, mniej śmieci produkuję i dzięki temu mniej zużywam zasobów planety. Zrozumienie znaczenia terminów „green marketing” oraz „greenwashing” pozwoli nam lepiej kontrolować nasze zachowania, zrozumieć, dlaczego sięgamy po dane produkty i dlaczego jedna marka wydaje się nam atrakcyjniejsza od drugiej.

Druga sesja panelowa dotyczyła sytuacji konsumentów na rynku usług telekomunikacyjnych i zaawansowanych technologii. Pierwszy panel „Bezpieczeństwo konsumenta na rynku usług telekomunikacyjnych” poprowadziła prezes Fundacji Konsumentów Monika Kosińska-Pyter. Podkreślono rolę i wyzwania przedsiębiorstwa wobec opieki nad klientem. Dostosowanie się do nowych uregulowań prawnych nie zawsze przekłada się na czytelność treści umów. Rozwiązaniem jest jednostronicowe podsumowanie najważniejszych elementów umowy oraz edukacja konsumenta w zakresie jego praw np. co do 12miesięcznego okresu złożenia reklamacji. Paneliści podzielili się praktycznymi rozwiązaniami, które wpisują się w trendy i zmianę zachowań konsumentów na rynku usług telekomunikacyjnych.

Drugi panel „Konsument na rynku zaawansowanych technologii” poprowadził dr hab. Rafał Kasprzak, prof. SGH. Paneliści zostali poproszeni o określenie kluczowych czynników stanowiących zagrożenia dla konsumenta na rynku zaawansowanych technologii. Wskazano na niski poziom kompetencji cyfrowych konsumentów, a także wynikającą z nich potrzebę ich ochrony instytucjonalnej. Potrzeba ochrony wynika również ze zwiększających się dysproporcji na rynku. Za szczególnie ważny aspekt uznano to, jak korzystać z innowacji technologicznych, a jednocześnie wspierać bezpieczeństwo konsumenta. Zwrócono uwagę na niski poziom świadomości młodych konsumentów, jeśli chodzi o wpływ sztucznej inteligencji na ich suwerenność (młodzi w większości dostrzegają jedynie atuty nowoczesnych

technologii). Za priorytet na kolejne lata uznano skuteczną promocję efektywnych narzędzi kontroli rynku i egzekwowania praw konsumenckich. Paneliści zgodnie podkreślali znaczenie hybrydowych rozwiązań w zakresie regulacji rynku, jego samoregulacji oraz rozwiązań o charakterze instytucjonalnym, dynamicznie reagujących na wyzwania i nowe symptomy z niego płynące.

Trzecia sesja panelowa dotyczyła prawa konsumenta do ochrony. Prowadzącą panel „Świadomość konsumentów ich praw” była prof. dr hab. Anna Dąbrowska z SGH. Zgodnie z badaniem z 2023 r. dotyczącym znajomości nowych praw konsumentów Polacy mają niską świadomość jako konsumenci, adresaci nowych rozwiązań legislacyjnych. Paneliści ustosunkowali się do czterech pytań: (1) konsument ma prawo do edukacji – jak zatem skutecznie edukować konsumentów? (2) konsument ma prawo do rzetelnej informacji o produktach i cenach – czy przedsiębiorcy przestrzegają tego obowiązku? (3) konsument ma prawo do bycia wysłuchanym i skutecznego dochodzenia roszczeń – z jakimi sprawami najczęściej zgłaszają się do rzecznika konsumentów? (4) badawczy, deklaracyjny portret konsumenta różni się od tego rzeczywistego, wynikającego z realnych zachowań konsumentów – jak możemy to tłumaczyć? Podczas dyskusji stwierdzono, że wśród obszarów polityki konsumenckiej jednakowo ważne są: obszar legislacyjny, instytucjonalny, inspekcyjno-kontrolny, sądowy i informacyjno-edukacyjny. Ważna rola przypada współpracy pomiędzy instytucjami i organizacjami zajmującymi się ochroną konsumenta, biznesem i nauką.

Drugiemu panelowi „Bezpieczeństwo konsumenta na rynku usług finansowych” przewodniczyła dr hab. Katarzyna Kreczmańska-Gigol, prof. SGH. W trakcie dyskusji skupiono się na trzech problemach: tzw. kredytach frankowych, cyberbezpieczeństwie osób korzystających z usług finansowych w sieci oraz równości stron umów zawieranych między konsumentami i instytucjami finansowymi. Rozmówcy patrzyli na omawiane zagadnienia z różnych perspektyw. Dyskutując nad kredytami udzielanymi we frankach szwajcarskich, oceniając postawę banków i ich klientów, zwrócili uwagę na konsekwencje, jakie konflikt między bankami i ich klientami przyniesie w krótkim i długim okresie. W kontekście równości stron dyskutowano także o wiedzy, jakiej potrzebują konsumenci, żeby korzystać z własnych praw, ale również zmniejszać asymetrię informacyjną związaną ze skutkami zawieranych umów. Rozmówcy zwrócili także uwagę na ryzyko związane z zapewnieniem cyberbezpieczeństwa klientów usług finansowych, zagrożeń w przestrzeni cyfrowej jest bowiem coraz więcej. Instytucje finansowe powinny nie tylko koncentrować się na wdrażaniu usług, które będą wygodniejsze i tańsze dla nich i ich klientów, ale także muszą zapewniać swoim klientom bezpieczeństwo korzystania z nich. Być może należałoby pomyśleć o stworzeniu funduszu, z którego pokrywane będą szkody powstałe w wyniku cyberusług finansowych? Szczególną troską powinni zostać otoczeni seniorzy, żeby nie dopuścić do wykluczenia finansowego osób starszych.

Na zakończenie konferencji podsumowano dyskusję w panelach i sformułowano najważniejsze wnioski.