

SŁOWNICZEK

DROPSHIPPING – model sprzedaży, w której rola „sklepu internetowego” sprowadza się do zbierania zamówień i przesyłania ich do dostawcy, realizującego wysyłkę towaru do klienta. Sklep internetowy w dropshippingu pośredniczy pomiędzy klientem, którego pozyskuje, a dystrybutorem (np. hurtownią z Chin). Towar nie jest wysyłany ze sklepu, tylko bezpośrednio od dystrybutora. W praktyce w modelu dropshippingu występują trzy podmioty: dostawca/dystrybutor (będący jednocześnie sprzedawcą), pośrednik (przedsiębiorca, który prowadzi „sklep internetowy”) i konsument.

KONSUMENT – osoba fizyczna dokonująca z przedsiębiorcą czynności prawnej (np. zawarcia umowy) niezwiązanej bezpośrednio z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.

ODSTĄPIENIE OD UMOWY ZAWARTEJ NA ODLEGŁOŚĆ – uprawnienie konsumenta, zgodnie z którym konsument może w terminie 14 dni odstąpić od umowy zawartej na odległość bez podawania przyczyny i bez ponoszenia kosztów z wyjątkiem tych, na które pozwalają przepisy np. zapłata za świadczenia spełnione do chwili odstąpienia od umowy.

OGROMACZONA ZDOLNOŚĆ DO CZYNNOŚCI PRAWNYCH – przysługuje m.in. osobom małoletnim, które ukończyły 13 lat; osoba, która ją posiada, aby mogła zaciągnąć ważne zobowiązanie (np. zawrzeć umowę), potrzebuje zgody przedstawiciela ustawowego (rodziców lub ustanowionych opiekunów). W przeciwnym wypadku umowa będzie nieważna. Osoba ograniczona w zdolności do czynności prawnych może bez zgody przedstawiciela ustawowego zawierać umowy należące jedynie do umów powszechnie zawieranych w drobnym, bieżącym sprawach życia codziennego oraz rozporządzać swoim zarobkiem.

PEŁNA ZDOLNOŚĆ DO CZYNNOŚCI PRAWNYCH - oznacza, że osoba, która ją posiada, może w sposób prawnie wiążący, ważny i skuteczny samodzielnie podejmować różne działania, które przez prawo identyfikowane są jako czynności prawne; pełną zdolność prawną mają np. osoby pełnoletnie.

PRZEDSIĘBIORCA - osoba fizyczna, osoba prawna lub tzw. ułomna osoba prawna, wykonująca we własnym imieniu, w sposób ciągły, zorganizowaną działalność zarobkową (działalność gospodarcza).

REKLAMACJA – uprawnienie konsumenta na wypadek stwierdzenia wad zakupionego towaru lub nienależytego wykonania usługi, zazwyczaj obejmuje żądanie wymiany, naprawy towaru lub ponownego wykonania usługi, jak również żądanie zwrotu całości lub części ceny. Szczegółowe zasady zależą od podstawy jej złożenia (np. reklamacja na podstawie rękojmi lub reklamacja na podstawie gwarancji).

UMOWA ZAWARTA NA ODLEGŁOŚĆ – umowa, która została zawarta z konsumentem w ramach zorganizowanego systemu zawierania umów na odległość, strony nie były przy tym fizycznie obecne, w celu zawarcia umowy wykorzystano środki porozumiewania się na odległość. Będą to umowy zawarte np. w sklepie internetowym, na aukcji internetowej, przez telefon czy przez e-mail.

ZDOLNOŚĆ DO CZYNNOŚCI PRAWNYCH - zdolność do dokonywania we własnym imieniu czynności prawnych (np. zawarcia umowy), czyli do przyjmowania i składania oświadczeń woli mających na celu wywołanie powstania, zmiany lub ustania stosunku prawnego. Innymi słowy, jest to zdolność do samodzielnego kształtowania swojej sytuacji prawnej (nabywania praw i zaciągania zobowiązań).



MŁODZIEŻ Z PRAWEM NA CZ@SIE

EDUKACJA MŁODYCH KONSUMENTÓW



BEZPIECZNE ZAKUPY W SIECI SCENARIUSZ ZAJĘĆ EDUKACYJNYCH



Fundacja LexCultura
www.lexcultura.pl
730 336 909
@LexCultura

Zadanie „Młodzież z prawem na cz@sie” jest realizowane dzięki finansowaniu ze środków Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

CHARAKTERYSTYKA ZAJĘĆ

- **Grupa docelowa:** uczniowie 1 i 2 klasy szkół ponadpodstawowych.
- **Czas trwania:** 45 minut (godzina dydaktyczna).
- **Materiały dydaktyczne:** dedykowane karty pracy, rzutnik lub monitor interaktywny, tablica lub flipchart (ew. tablica w aplikacji do webinarów). Dodatkowo mogą zostać wykorzystane komputery lub telefony komórkowe/tablety z dostępem do Internetu.
- **Metody:** rozmowa edukacyjna, burza mózgów, praca w grupach, analiza przypadku, obserwacja, dyskusja panelowa, metoda problemowa, praca domowa.
- **Główne pojęcia:** zawarte w słowniczku; nieuczciwe praktyki rynkowe, sztuczka manipulacyjna, rzecznik konsumentów, Inspekcja Handlowa, prawa konsumenta, cyberbezpieczeństwo, UOKiK.
- **Tematy powiązane na platformie konsument.edu.pl:** „Oszustwo zakupowe”, „Black Friday”, „Dropshipping”.

PRZEBIEG ZAJĘĆ

Część I. Wstęp

🕒 5 min

1. Czynności organizacyjne: przedstawienie się przez prowadzącego, sprawdzenie listy obecności, podanie najważniejszych informacji o realizowanym projekcie, wskazanie tematu zajęć.
2. Podzielenie uczniów na 3 grupy i przypisanie każdej z nich zadań.
3. Rozdanie grupom dedykowanych kart pracy.

Część II. Praca w grupach

🕒 25 min

🕒 5 min Dyskusja kierowana. Prowadzący przeprowadza krótkie wprowadzenie w tematykę konsumencką, m.in. tłumaczy uczniom, kim jest konsument oraz przedsiębiorca i w jakich sytuacjach nie jesteśmy konsumentami. Informuje także o tym, że pomimo braku pełnoletności uczniowie posiadają ograniczoną zdolność do czynności prawnych i co to dla nich oznacza. Prowadzący zaznacza, że konsumenci są szczególnie chronieni przez prawo, także w Internecie, jednakże to właśnie tam młode osoby najczęściej stają się ofiarami nieuczciwych praktyk przedsiębiorców.

🕒 7 min Praca w grupach. Każda grupa zostaje poproszona, aby wykonać przydzielone jej zadanie na dedykowanych kartach pracy, polegające na wypisaniu:

- **Grupa 1:** znanych uczniom praw, które przysługują konsumentom w odniesieniu do zakupów w Internecie;
- **Grupa 2:** obowiązków, które według uczniów przedsiębiorcy mają w stosunku do konsumentów kupujących w sieci;
- **Grupa 3:** zagrożeń i pułapek stosowanych przez nieuczciwych sprzedawców w Internecie.

Prowadzący aktywnie uczestniczy w pracach grup - podchodzi do każdej z grup i naprowadza na kwestie, o które chodzi w zadaniu (sugeruje, podpowiada, by pobudzić uczniów do kreatywności). Dodatkową uwagę prowadzący poświęca grupie nr 3, ukierunkowując ją na sprzedaż w modelu pośrednictwa i ewentualne zagrożenia dla konsumentów z tym związanych.

🕒 13 min Prezentacja wyników prac w grupach. Zaczynając od grupy nr 1 i 2, uczniowie prezentują swoje odpowiedzi, a prowadzący weryfikuje na bieżąco ich poprawność, dodając od siebie nowe informacje (np. uzupełniając listę najważniejszych praw i obowiązków). Jednocześnie na tablicy prowadzący wypisuje hasłowo zweryfikowane prawa konsumentów oraz obowiązki przedsiębiorców. Następnie grupa nr 3 prezentuje swoje odpowiedzi i „pomysły” na wykorzystanie ufności lub niewiedzy konsumentów robiących zakupy w sieci. W tym momencie, szczególna uwaga zostaje

zwrócona na sprzedaż w modelu dropshippingu. Prowadzący wskazuje sytuacje, gdy w regulaminie sklepu pojawia się np. zapis typu „kupujący uiszcza opłaty celno-skarbowe”, podejrzanie długi okres dostawy (np. 30 lub 60 dni). Przypomina również, że zawsze należy przeczytać i upewnić się, kto jest sprzedawcą (najczęściej informacja ta jest w regulaminie), kto pośrednikiem, kto za co odpowiada oraz czy i jakie prawa przysługują konsumentowi.

Prowadzący wskazuje najczęstsze problemy wynikające z zakupów w modelu nieuczciwego dropshippingu (otrzymanie niewłaściwego towaru, niska jakość towaru, niewłaściwy adres dostarczonej przesyłki, trudności z ewentualnym serwisowaniem i reklamowaniem towaru u zagranicznego przedsiębiorcy, konieczność uiszczenia dodatkowej opłaty celnej).

W tej części prowadzący uczy uczniów, aby weryfikowali prawdziwość sklepu internetowego, dane przedsiębiorcy, sprawdzali regulamin oraz opinie o sprzedawcy na zaufanych stronach. Dodatkowo, prowadzący wskazuje możliwość zgłoszenia nieuczciwych praktyk m.in. do rzecznika konsumentów lub właściwych instytucji konsumenckich.

Część III. Praca z platformą edukacyjną konsument.edu.pl

🕒 10 min

Prowadzący z wykorzystaniem ekranu/rzutnika otwiera link do platformy konsument.edu.pl i zachęca uczniów do korzystania ze strony także w późniejszym czasie.

Następnie uczniowie bazując na zdobytej wcześniej wiedzy, starają się zidentyfikować pułapki dotyczące tematów poruszonych na zajęciach, które znajdują się na platformie (prowadzący nakierowuje na pułapki: „Dropshipping”, „Oszustwo zakupowe”, „Black Friday”).

Wspólnie z prowadzącym uczniowie porównują rezultaty wcześniejszej pracy, wyszukując podejrzane elementy ofert/sklepów. Możliwe do wykrycia naruszenia to:

a) w pułapce dot. „dropshippingu” np. podany jest wyłącznie kontakt do chińskiego sprzedawcy, w regulaminie zawarty jest numer telefonu zarejestrowany w Chinach, a na stronie tylko małym drukiem zawarta jest informacja „Dostawy na całym świecie prosto od zagranicznego producenta, który swoją siedzibę ma w Chinach”.

b) w pułapce dot. „Black Friday” np. sklep nie naliczył deklarowanego rabatu, z regulaminu wywnioskować można, że nie wszystkie produkty objęte są promocją, regulamin dotyczy jedynie warunków promocji, a nie zasad sprzedaży.

c) w pułapce dot. „oszustwa zakupowego” np. osoba sprzedająca perfumy posłużyła się zdjęciami produktu pobranymi z Internetu, wysłała fałszywy dowód osobisty (w miejscu podpisu widnieje napis „Sto lat!”) oraz prosiła o zapłatę wyłącznie poprzez BLIK lub przelew.

W tej części prowadzący uczy uczniów, że w sieci dochodzi do cyberprzestępstw. Oszuści w różny sposób próbują wyłudzić dane i kody do płatności (oszustwa na BLIK) w celu kradzieży pieniędzy. Prowadzący podaje przykłady takich działań, zwracając uwagę na ich socjotechniczne aspekty, oraz podpowiada uczniom jak nie wpadać w te pułapki.

Część IV. Podsumowanie

🕒 5 min

Na zakończenie prowadzący prezentuje na tablicy interaktywnej/projektorze dane kontaktowe do instytucji, które pomagają konsumentom w problemach prawnych. W celu utrwalenia wiedzy uczniów, prowadzący zadaje im pracę domową, aby na portalu konsument.edu.pl w ścieżkach dotyczących tematów zajęć rozwiązali quizy i obejrżeli filmiki edukacyjne. Dodatkowo zachęca uczniów, aby postarali się rozpoznać inne oszustwa zastawione na nich na platformie. Prowadzący dziękuje za udział w lekcji i zaangażowanie.