

## Konsument potrójnie chroniony w sprzedaży bezpośredniej

**Jak wynika z badania przeprowadzonego przez IBRiS w maju i czerwcu 2016 r. na zlecenie Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej (PSSB) głównym czynnikiem powstrzymujących potencjalnych klientów przed korzystaniem z systemu sprzedaży bezpośredniej jest obawa, że w przypadku zmiany decyzji zakupowej lub wady produktu klient może mieć problem z reklamacją lub zwrotem zakupionego produktu. Taki pogląd wyraziło ponad 30% respondentów. Czy takie obawy są rzeczywiście uzasadnione?**

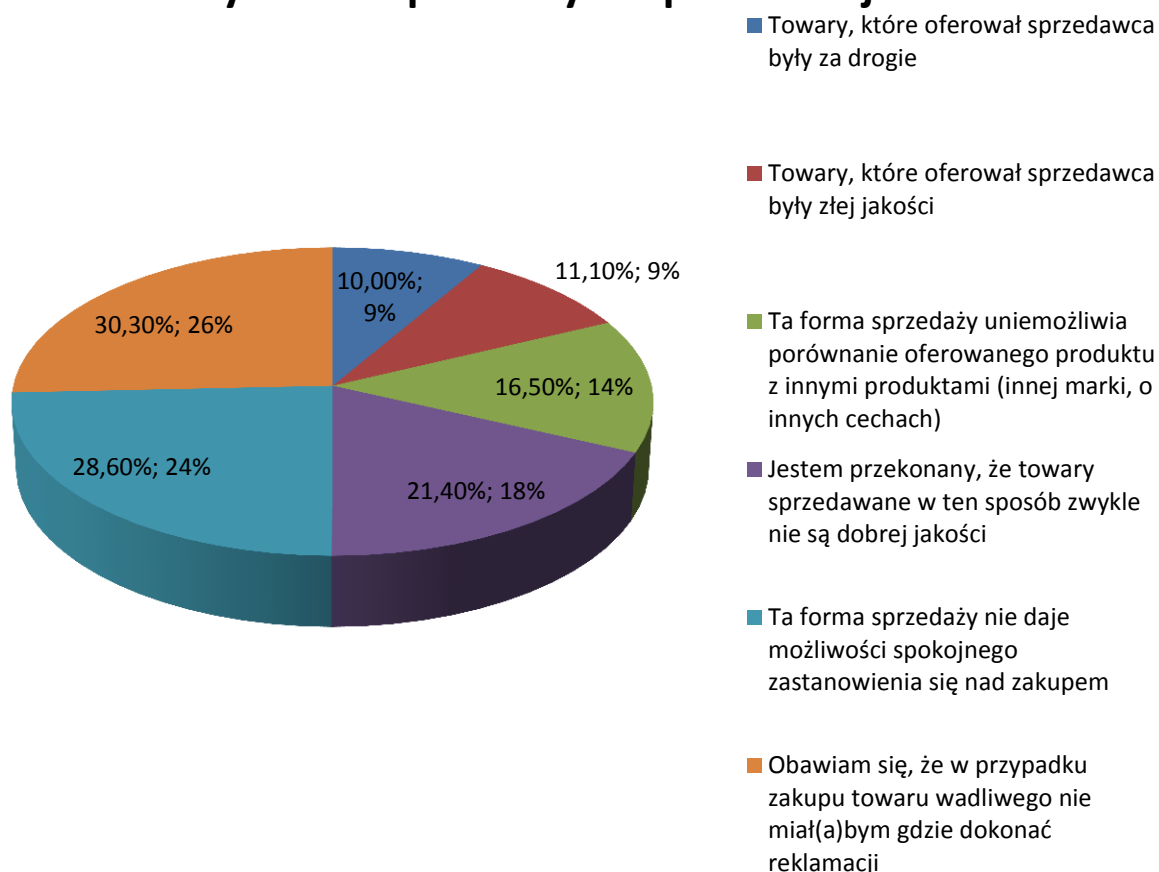
Zgodnie z obowiązującymi regulacjami konsumenckimi, klient korzystający ze sprzedaży bezpośredniej ma prawo do odstąpienia od umowy zakupu w ciągu 14 dni od daty jej zawarcia, co daje mu wystarczający czas na dokładne przemyślenie dokonanego zakupu oraz przekonanie się o jakości produktów. Warto także, zauważyć, że polskie prawo daje konsumentom dwa miesiące na zgłoszenie niezgodności towaru z umową od momentu stwierdzenia wady produktu. Powyższe regulacje obowiązują w całej rozciągłości także w przypadku sprzedaży bezpośredniej. Co więcej, kodeks etyczny, który obowiązuje wszystkich członków Stowarzyszenia, stanowi, iż okres na odstąpienie od umowy ma wynosić przynajmniej 14 dni, a na zgłoszenie niezgodności towaru z umową – trzy miesiące.

Dodatkowo firmy zrzeszone w PSSB mają wewnętrzną politykę dotyczącą zwrotów, która jeszcze wydłuża ustawowe terminy. Jest regułą, że przedsiębiorstwa sprzedające kosmetyki, przyjmują zwroty produktów w znacznie dłuższym terminie – i to nawet częściowo zużytych. Na przykład Avon oferuje swoim klientom „Gwarancję Avon”, na podstawie której osoby nabywające produkt mogą zwrócić go w ciągu 90 dni od jego otrzymania pod warunkiem, że zużycie produktu nie przekracza 25%. Amway oferuje natomiast gwarancje stuprocentowej satysfakcji na większość swoich produktów (w tym na kosmetyki marki Artistry i suplementów diety Nutrilite). Polega ona na tym, że produkt można zwrócić bez ograniczenia czasem oraz stopnia zużycia produktu i otrzymać za niego zwrot pieniędzy.

Kodeks etyczny PSSB reguluje szczegółowo stosunki między sprzedawcą a konsumentem. Podkreśla ustawowy obowiązek informowania klientów przez sprzedawcę jeszcze przed zawarciem umowy sprzedaży o prawie do odstąpienia lub zwrotu oraz o warunkach gwarancji, wymaga od sprzedawcy udzielania pełnych i rzetelnych informacji o produkcie i firmie oraz kategorycznie zakazuje stosowania nieuczciwych praktyk sprzedaży, w tym szczególnie w odniesieniu do osób małoletnich lub w podeszłym wieku..

Klienci, którzy nabyli produkt w sprzedaży bezpośredniej są zatem chronieni potrójnie: nie tylko przez obowiązujące prawo, ale także przez Kodeks Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej i wewnętrzne regulacje firm zrzeszonych w Stowarzyszeniu.

## Dlaczego nigdy nie kupował (a) Pan / Pani w systemie sprzedaży bezpośredniej?



### Metryka badań

**Czas realizacji badania:** maj/czerwiec 2016

**Miejsce realizacji:** badanie ogólnopolskie

**Metoda:** badanie zrealizowane metodą telefonicznych standaryzowanych wywiadów kwestionariuszowych wspomaganych komputerowo (CATI)

**Próba:** losowo – kwotowa, stanowiąca liczebną reprezentację cech demograficznych dla ogółu mieszkańców kraju (dane wg GUS)

**Wielkość próby:** N=1101