REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA ŠOLSTVO IN ŠPORT

unisVET
uvajanje novih izobraževalnih programov na področju storitev

Naložba v vašo prihodnost
OPERACIJO DELNO FINANCIRA EVROPSKA UNIJA
Evropski socialni sklad

**Ada Borišek**

# VARSTVO POTROŠNIKA

**Program: TRGOVEC**
Modul: Odprti kurikul



Ljubljana, maj 2011

**Srednje poklicno izobraževanje**

Program: **Trgovec**
Modul: **Odprti kurikul**

Naslov učnega gradiva
**Varstvo potrošnika**

Ključne besede: **potrošnja, potrošnik, podjetje, pogodba, odgovornost, garancija, napaka, pravica, pritožba**

Seznam kompetenc, ki jih zajema učno gradivo:
**VS 1 Zavedanje pomena varstva potrošnika**
**VS 2 Poznavanje in uporaba Zakona o varstvu potrošnikov v praksi**

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

366.5(075.3)(0.034.2)

BORIŠEK, Ada
Varstvo potrošnika [Elektronski vir] / Ada Borišek. - El. knjiga. - Ljubljana : GZS, Center za poslovno usposabljanje, 2011. - (Srednje poklicno izobraževanje. Program Trgovec. Modul Odprti kurikul)

Način dostopa (URL): http://www.unisvet.si/index/index/activityId/81. - Projekt UNISVET

ISBN 978-961-6413-71-8

256983296

Avtorica: **Ada Borišek**
Recenzentka: **Elda Levpušček**
Lektorica: **Marjetka Zorzut Santoro**

Založnik: **GZS Ljubljana, Center za poslovno usposabljanje**
**Projekt unisVET**
**URL: http://www.unisvet.si/index/index/activityId/81**

Kraj in datum: **Ljubljana, maj 2011**

To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons:
Priznanje avtorstva – Nekomercialno - Deljenje pod enakimi pogoji.

Učno gradivo je nastalo v okviru projekta unisVET Uvajanje novih izobraževalnih programov v srednjem poklicnem in strokovnem izobraževanju s področja storitev za obdobje 2008–2012, ki ga sofinancirata Evropska unija preko Evropskega socialnega sklada in Ministrstvo Republike Slovenije za šolstvo in šport. Operacija se izvaja v okviru operativnega programa razvoja človeških virov za obdobje 2007–2013, razvojne prioritete: Razvoj človeških virov in vseživljenjskega učenja, prednostna usmeritev Izboljšanje kakovosti in učinkovitosti sistemov izobraževanja in usposabljanja.

Vsebina gradiva v nobenem primeru ne odraža mnenja Evropske unije. Odgovornost za vsebino nosi avtor.

## NAGOVOR AVTORICE

Modul odprtega kurikula Varstvo potrošnika, ki ga naša šola ponuja dijakom drugega letnika izobraževalnega programa Trgovec, dopolnjuje obvezne in izbirne strokovne module ter praktično usposabljanje z delom. Zakon o varstvu potrošnikov je »osnovno orodje« vsakega prodajalca, saj smo potrošniki polni pričakovanj in zahtev, ki jih mora prodajalec izpolnjevati v vsakodnevni praksi. Zato sem pripravila učno gradivo Varstvo potrošnika, ki je namenjeno učiteljem in dijakom.

Modul odprtega kurikula Varstvo potrošnika vključuje devet področij, in sicer: pomen varstva potrošnika; enotno urejanje varstva potrošnikov v EU; splošna določila in odgovornost za izdelek; oglaševanje blaga in storitev; garancijo za brezhibno delovanje stvari; prodajo blaga in storitev; posebne vrste prodaje blaga; nosilce varstva potrošnikov in postopek uveljavljanja pravic potrošnikov – pritožbo potrošnika.

**Zakaj potrošniki sploh potrebujemo izobraževanje in informiranje?** V slikovno bogatem učnem gradivu, ki je pred vami, boste našli odgovore na številna vprašanja s področja varstva potrošnika:

Kakšno vlogo igra potrošnja v našem vsakdanjem življenju? Kako prepoznamo primere zavajajočega in nedostojnega oglaševanja, ki nas ogrožajo na vsakem koraku? Ali se potrošniki zavedamo svoje moči na trgu in vpliva na trajnostni razvoj?

Ali ima potrošnik pri nakupih čez mejo enake pravice kot v Sloveniji? Ali obvezna oznaka CE na izdelku oz. embalaži zagotavlja 100-odstotno varnost?

Ali veste, da je v Sloveniji garancija za tehnične izdelke obvezna, po zakonodaji EU pa prostovoljna? V čem je prednost garancijskega lista EU?

Kako se označujejo cene in kaj mora vsebovati označena cena? Ali se potrošnikove pravice pri nakupu blaga na razprodaji razlikujejo od pravic pri redni prodaji? Ali veste, da potrošniki lahko uveljavljamo pravico zaradi stvarne napake na blagu, garancije ali vračila blaga brez napake?

Kaj pomeni dostava blaga na dom? Katerim nevarnostim smo izpostavljeni pri spletnih nakupih? Kako se lahko ubranimo agresivni poslovni praksi zastopnikov, ki se brez povabila pojavijo na vratih našega doma?

Pri katerih institucijah lahko poiščemo pomoč, ko potrebujemo informacije o potrošnikovih pravicah ali ko naletimo na težave pri uveljavljanju le-teh v Sloveniji oz. v drugih državah EU?

Kaj lahko storimo, če z izdelkom oz. s storitvijo nismo zadovoljni? Na kateri način najhitreje in najlažje rešimo reklamacijo?

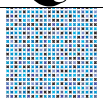
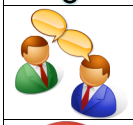
**Zakaj naj bi vedeli odgovore na ta in podobna vprašanja?** Vsi se moramo zavedati, da samo z znanjem, s pravimi informacijami in sodelovanjem lahko rešimo marsikateri potrošniški problem.

# KAZALO VSEBINE


1. POMEN VARSTVA POTROŠNIKA ... 1
   1.1 VLOGA POTROŠNJE V NAŠEM VSAKDANJEM ŽIVLJENJU ... 1
   1.2 NAMEN IZOBRAŽEVANJA POTROŠNIKOV ... 3
   1.3 MOČ POTROŠNIKOV ... 5
   1.4 VREDNOTE OZAVEŠČENEGA POTROŠNIKA ... 7
2. ENOTNO UREJANJE VARSTVA POTROŠNIKOV V EU ... 10
   2.1 EVROPSKA DIREKTIVA O NEPOŠTENIH POSLOVNIH PRAKSAH ... 10
   2.2 SLOVENSKA ZAKONODAJA O VARSTVU POTROŠNIKA ... 12
3. SPLOŠNA DOLOČILA IN ODGOVORNOST ZA IZDELEK ... 13
   3.1 SPLOŠNA DOLOČILA ... 13
   3.2 ODGOVORNOST ZA IZDELEK ... 16
4. OGLAŠEVANJE BLAGA IN STORITEV ... 21
5. GARANCIJA ZA BREZHIBNO DELOVANJE STVARI ... 24
6. PRODAJA BLAGA IN STORITEV ... 27
   6.1 POGODBENI POGOJI ... 27
   6.2 CENA, ZAMUDA PRI PLAČILU IN PREDPLAČILO ... 28
   6.3 POSEBNA PRAVILA O LASTNOSTIH BLAGA ... 31
7. POSEBNE VRSTE PRODAJE BLAGA ... 45
8. NOSILCI VARSTVA POTROŠNIKOV ... 54
9. POSTOPEK UVELJAVLJANJA PRAVIC POTROŠNIKOV – PRITOŽBA POTROŠNIKA ... 56

ZAKLJUČEK: MOST MED PODJETJEM IN POTROŠNIKOM ... 59
VIRI ... 60

V učnem gradivu boste opazili naslednje simbole:

| | |
|---|---|
|  | Izhodišče |
|  | Rešite. |
|  | Več informacij |
|  | Medpredmetna povezava |
|  | Naloga se nadaljuje na naslednji strani. |
|  | Zelo pomembno, zato si zapomnite. |
|  | Ali ste vedeli … |
|  | Primer |
|  | Zahtevnejša naloga |
|  | Delo v paru oz. v skupini |
|  | Delo doma |

# 1. POMEN VARSTVA POTROŠNIKA



**Novo znanje:**

- **Vloga potrošnje v našem vsakdanjem življenju**
- **Namen izobraževanja potrošnikov**
- **Moč potrošnikov**
- **Vrednote ozaveščenega potrošnika**

## 1.1 VLOGA POTROŠNJE V NAŠEM VSAKDANJEM ŽIVLJENJU



*Danes živimo v potrošniški družbi, ki se zelo hitro spreminja. Kakšno vlogo igra potrošnja v vašem vsakdanjem življenju?*



**Potrošnja ima pomembno vlogo v našem vsakdanjem življenju, saj zanjo porabimo precej svojega denarja in časa.**



Zaradi družbenih, ekonomskih, kulturnih in tehnoloških sprememb so se v zadnjih 60 letih življenjski slogi potrošnikov in njihove nakupovalne navade bistveno spremenili. Globalizacija, za katero je značilna velika mobilnost ljudi, proizvodnje, denarja in informacij, vpliva tudi na osebnost potrošnika in spreminja pripadnost izdelkom in blagovni znamki.



**Vaja 1: Potrošništvo je sestavina našega življenja. Na desno stran tehtnice razvrstite pozitivne značilnosti tega družbenega pojava, na levo stran pa negativne. Na katero stran se bo prevesila tehtnica?**

| POTROŠNIŠTVO KOT SESTAVINA NAŠEGA ŽIVLJENJA | Pozitivna oz. negativna značilnost | - + |
|---|---|---|
| • Spodbuja pretirano porabo dobrin. | |  |
| • Trgovini in proizvodnji prinaša več prihodkov. | | |
| • Okolje se dodatno obremenjuje z embalažo in s še neporabljenimi izdelki. | | |
| • Pogosto preživljanje prostega časa v nakupovalnih središčih vpliva na družinske odnose in zdravje posameznikov. | | |
| • Oglasi obljubljajo potrošnikom ideale, ki pa so v resničnem življenju nedosegljivi. | | |
| • Kakovostno in cenovno pestra ponudba izdelkov in storitev lahko zadovolji vsakega kupca. | | |

**Vaja 2: Ko ste opravljali šolsko oz. počitniško prakso v trgovini, ste spoznali različne tipe potrošnikov. V desni stolpec zapišite značilnosti RACIONALNEGA potrošnika. V pomoč vam je levi stolpec, ki prikazuje značilnosti hedonističnega potrošnika.** *Povezava z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Psihologija prodaje.*



**Hedonistični potrošnik (»Nakupovanje je užitek!«)**

- Nakupuje, ker mu je všeč.
- Za nakupovanje porabi veliko časa.
- V trgovinah prebije veliko časa, saj mu nakupovanje predstavlja življenjski slog.
- Pogosto kupuje izdelke, ki jih sploh ne potrebuje.
- Glavno merilo nakupa sta privlačnost in oblika izdelka, saj ob nakupovanju takih izdelkov doživlja prijetna in pozitivna čustva.
- Pogosto se odloči za nakup brez premisleka.
- Nakupovanje povsem obvladuje njegovo življenje.
- Strogo upošteva modne smernice pri nakupu izdelkov in storitev (oblačila, čevlji, torbice, mobilni telefon …).



**Racionalni potrošnik**

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

**Vaja 2 a: Kateri sklep lahko izpeljete iz te primerjave?**

_____

**Oblikujte slogan za racionalnega potrošnika.**

_____

**Vaja 3: Kakšen je vaš pogled na modo in statusne simbole?**

1. V katero skupino potrošnikov se uvršča večina mladih potrošnikov?

   _____
2. Mnogi mladi želijo zadostiti hedonistični želji po tem, da bi imeli zadnje »vroče« blagovne znamke. Kateri izdelki v življenju mladih so zelo zaželeni in veljajo za statusni simboli? _____
3. Kaj jim pomenijo statusni simboli?

   _____
4. Kolikšna je življenjska doba statusnih simbolov? _____
5. Kako bi opisali potrošnika, ki je »žrtev mode«?

   _____
6. V katero skupino potrošnikov bi uvrstili sebe? _____
7. V kateri generaciji potrošnikov prevladujejo racionalni potrošniki? _____

## 1.2 NAMEN IZOBRAŽEVANJA POTROŠNIKOV

*Mnogi potrošniki se težko znajdejo v poplavi istovrstnih izdelkov različne kakovosti in ne prepoznavajo zavajajočega oglaševanja. Ali vedno uspete zadovoljiti svoje potrošniške potrebe?*

Potrošniki potrebujemo izobraževanje in informiranje, da bi se **zavedali razlik med resničnimi in umetnimi potrebami, ki jih ustvarja oglaševanje.** Preudarni izbor izdelka torej izhaja iz prepoznanih lastnih potreb.

**Vaja 1: Na spletnem iskalniku (Google) vtipkajte naslov *dolceta.net* in odgovorite na spodnja vprašanja.**

1. Kaj je Dolceta?

   _____

   _____
2. Koliko držav vključuje in kdo financira njegov razvoj?

   _____
3. Katero tematiko obravnava Dolceta? _____, ki je prevedena v 21 jezikov EU.
4. Prepišite slogan.

   _____

   _____

Spletna stran www.dolceta.eu ponuja številne informativne članke o različnih potrošniških zadevah, ki so predstavljene na uporabniku prijazen način. Priporočam vam, da vaše poznavanje potrošniške problematike preizkusite v interaktivnih kvizih. Lahko pa samo brskate po spletnih straneh in se tako učite na zabaven način.

**Vaja 2: Na spletnem iskalniku poiščite portal Zveze potrošnikov Slovenije (ZPS) in odgovorite na spodnja vprašanja.**

1. Kaj je to? _____
2. Pojasnite njen status.

   _____
3. Čigave interese varuje in zastopa že od leta 1990?

   _____
3. Katera področja vključuje spletna stran?

   _____

   _____
4. Izberite eno področje, ki se vam zdi zanimivo, in ga predstavite.
   Področje _____ vključuje naslednje teme:

   _____

ZPS v reviji VIP in na spletni strani objavlja ocene primerjalnih testov kakovosti za različne izdelke. ZNAK VIP TEST je namenjen zlasti **slovenskim potrošnikom**, da bi v pestri ponudbi istovrstnih izdelkov izbrali tistega, ki je na neodvisnem testu pridobil dobro oceno.

Več informacij poiščite na **spletnem portalu Zveze potrošnikov Slovenije.**

**Vaja 3: Oglejte si primer znaka VIP-test in ugotovite, katere objektivne informacije nam ponuja.**

| Probiotični mlečni izdelki | Test objavljen | Znak VIP-test |
|---|---|---|
| Ljubljanske mlekarne EGO, tekoči naravni | VIP 9/2009 |   Vir: http://www.zps.si/o-nas/zveza-potrosnikov-slovenije/znak-vip-test-3.html?Itemid=362 |

1. Za kateri izdelek velja ocena? _____
2. Koliko izdelkov so testirali? _____
3. Katero oceno je dobil najbolje ocenjen izdelek? _____
4. Kje so objavljeni rezultati testa? _____
5. Katero oceno si je priboril ta izdelek? _____
6. Ali je izdelek, ki so ga ocenjevali, zmagovalec testa?

**Vaja 4: Preverite učiteljevo trditev: »Izdelki domačih blagovnih znamk v VIP-testu prejmejo višjo oceno kakovosti kot izdelki tujih blagovnih znamk.« (delo z viri)**

**Kratka navodila za skupinsko delo:**

1. Dijaki se razdelijo v 3-članske skupine. Vsaka skupina izbere vodjo, ki bo na koncu predstavil ugotovitve posamezne skupine.
2. Vsaka skupina v šolski knjižnici poišče katerikoli izvod revije VIP in ga prinese k pouku.
3. **V reviji VIP** člani skupine poiščejo rezultate testiranja določene skupine izdelkov, ki je pritegnila njihovo pozornost, npr. pralni stroji, čaji, med, športna oblačila … Test mora vključevati domače in tuje izdelke.
4. Člani skupine izpolnijo spodnjo tabelo. Pozorni so zlasti na blagovno znamko in skupno oceno.
5. Učitelj na tablo zapiše tezo: **»Izdelki domačih blagovnih znamk v VIP-testu prejmejo višjo oceno kakovosti kot izdelki tujih blagovnih znamk.«**
6. Skupina zapiše svoje ugotovitve.
7. Ko vodja posamezne skupine zapisuje ugotovitve na tablo, ostale skupine pozorno poslušajo.
8. Dijaki ob pomoči učitelja presodijo veljavnost učiteljeve trditve.

| Blagovna znamka | Model | Proizvajalec | Cena | Skupna ocena |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |



**Vaja 4 a : Katere sklepe lahko izpeljete iz te primerjave?**

1. Kaj vam pokaže primerjava med ceno izdelka in skupno oceno kakovosti v VIP-testu?
   _____
2. Ali visoka cena vedno zagotavlja visoko kakovost, nizka cena pa nizko kakovost?
   _____Odgovor pojasnite na primeru konkretne blagovne znamke.
   _____
3. Ali visoko skupno oceno kakovosti dosegajo najbolj »vroče« blagovne znamke? _____
4. Ali ste presenečeni nad rezultati? _____
5. Ali bodo rezultati testa kakovosti vplivali na vaše bodoče nakupe? _____
6. Komu bi še priporočali ogled VIP-testov? _____

## 1.3 MOČ POTROŠNIKOV



*Ali menite, da ima potrošnik pravico vedeti, kaj vsebuje izdelek, ki ga plača? Ali ima pravico vedeti, kdo in pod kakšnimi pogoji je izdelek proizvedel in/ali je v procesu proizvodnje delodajalec spoštoval ekološke in socialne standarde, standarde varstva in zdravja pri delu ...?*

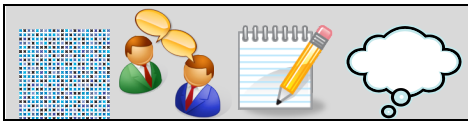


**Potrošniki imajo VELIK VPLIV na gospodarstvo in delovanje celotne družbe.** Vendar se svoje moči običajno ne zavedajo, še posebej kadar so v sporu s proizvajalcem oz. prodajalcem in ne vedo, kam bi se pritožili.



**Toda moč potrošnikov na trgu se povečuje, saj s svojim ravnanjem izredno vplivajo na družbeno odgovornost podjetij. Kako se kaže moč potrošnikov?** Govorimo o dveh načinih, in sicer:

- Negativni način: Potrošniki *bojkotirajo izdelke* (tj. zavračajo nakup izdelkov, ki so v nasprotju z njihovimi vrednotami) in *podjetje,* ki se obnaša družbeno neodgovorno. To so javne oblike »pritiska« potrošnikov (civilne iniciative in razne nevladne organizacije, npr. ZPS, Mednarodna potrošniška organizacija, Greenpeace …).
- Pozitivni način: Potrošnik upošteva etične vidike (trajnost, zdravje, pravičnost …) in z nakupom *»nagradi«* podjetje in njegove družbenoodgovorne prakse. V večini primerov je za izdelke takega podjetja pripravljen plačati več.



**Vaja 1: Preberite izsek iz članka »Moč potrošnika ali koga se bojijo podjetja« in odgovorite na vprašanja.**

**Izsek iz članka »Moč potrošnika ali koga se bojijo podjetja«**

V 90. letih je proizvajalca športne opreme Nike javnost postavila na sramotilni oder. Njegovim dobaviteljem je očitala ilegalna masovna odpuščanja, prisilne nadure in sadistična kaznovanja ter vedno znova tudi suženjske razmere in izkoriščanje otrok pri proizvodnji. Nike je postal sinonim za nepošten način proizvodnje in izgubil ugled. Ko so se za njim pod ploho očitkov javnosti in medijev znašli še drugi proizvajalci športne opreme in oblačil, se je začelo nekaj premikati.

Danes se jih večina postavlja s posebnimi *kodeksi*, ki prepovedujejo otroško delo in izkoriščanje ter zapovedujejo pravičnejše dohodke in poštene delovne razmere. Kaj se v resnici dogaja za lepimi zapisanimi obljubami, še ni mogoče povsem preveriti, vendar so nekateri koncerni že dopustili nadzor neodvisnih organizacij, skratka, pod pritiskom javnosti in potrošnikov so se razmere vsaj deloma izboljšale.

Skupine podjetij (koncerni) počasi sprejemajo dejstvo, da se morajo, če želijo obdržati simpatije potrošnikov, vesti družbeno odgovorno.

(Vir: Dnevnik: Novice, 30. 1. 2008, http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/nika/294990)

1. Zakaj se je v 90. letih Nike znašel na sramotilnem odru?

   _____

   _____

2. Kdo je odigral glavno vlogo v borbi za boljše delovne razmere?

   _____

3. S čim se danes hvali večina koncernov (to so združenja podjetij)?

   _____

4. Ali je njihove obljube možno preveriti v realnem poslovnem življenju? _____
5. Zakaj se vedno več podjetij obnaša družbeno odgovorno?

   _____

   _____

6. Na osnovi prebranega besedila presodite, kaj je značilno za družbeno odgovorno podjetje. (V pomoč so vam naslednje informacije: visoki dobički, pošteni prispevek za reševanje družbenih problemov).

   _____

   _____

7. Katere značilnosti pa opredeljujejo družbenoodgovornega potrošnika? (V pomoč so vam naslednje informacije: zavedanje posledic svojih nakupnih odločitev in potrošnje).

   _____

   _____

8. Katere podjetniške informacije poleg kakovosti izdelkov še zanimajo družbeno odgovornega potrošnika?

   _____

   _____

   _____

9. Navedite primere podjetij na območju RS, ki se obnašajo družbenoodgovorno.

   _____

10. Huda gospodarska kriza, ki trenutno pesti slovensko gospodarstvo, vpliva tudi na družbeno odgovornost podjetij in potrošnikov. Kako se njen vpliv odraža v vsakodnevni praksi?

Vpliv gospodarske krize na družbeno odgovornost podjetij v RS:

_____

Vpliv gospodarske krize na družbeno odgovornost slovenskega potrošnika:

_____

## 1.4 VREDNOTE OZAVEŠČENEGA POTROŠNIKA



*Ali ste se kdaj vprašali, kakšen je dejanski vpliv izdelkov, ki jih trošimo, in storitev na okolje, in to od proizvodnje do uporabe in odlaganja? Ali ste že slišali za trajnostno potrošnjo?*



**Ozaveščen potrošnik ravna odgovorno in sprejema posledice svojih odločitev**. Ko se odloča o nakupu, upošteva trajnost, zdravstvene in ekonomske vidike, družbene in politične posledice svojega potrošniškega ravnanja.



**Izobraževanje potrošnikov, ki uravnotežuje moč proizvajalcev in potrošnikov, prinaša koristi posamezniku in družbi nasploh.** Pri izobraževanju potrošnikov je poudarek na ***vzgoji vrednot***, saj ozaveščen potrošnik izbira na podlagi vrednot, kot so: svoboda, varnost in zdravje, resnica, družbena odgovornost, enakost ter trajnostni pristop.



**Vaja 1: Ugotovite vrednote ozaveščenega potrošnika, tako da poiščite ustrezne dvojice.**

| Zap. št. | VREDNOTE ozaveščenega potrošnika | Par | | Zap. št. | Razlaga |
|---|---|---|---|---|---|
| A | Svoboda | | | 1 | Trajnostna potrošnja je okolju prijazna in družbeno pravična. |
| B | Varnost in zdravje | | | 2 | Pravice in dolžnosti potrošnikov se morajo uveljavljati in spoštovati. |
| C | Resnica | | | 3 | Vsi potrošniki morajo imeti enak dostop do izdelkov in storitev. |
| D | Družbena odgovornost | | | 4 | V socialnotržnem gospodarstvu potrošniki lahko svobodno izbirajo. |
| E | Enakost | | | 5 | Potrošniki morajo znati prepoznati izdelke in storitve, ki so lahko nevarni za njihovo zdravje. |
| F | Trajnostni pristop | | | 6 | Potrošniki morajo imeti dostop do informacij o prednostih in slabostih izdelkov in storitev. |



**Vaja 2: Najprej preberite zapovedi trajnostnega potrošnika** (le-ta se zaveda vpliva svojih potrošniških navad na trajnostni razvoj)**. Nato izberite eno izmed zapovedi in odgovorite na spodnja vprašanja.**

**ZAPOVEDI TRAJNOSTNEGA POTROŠNIKA**



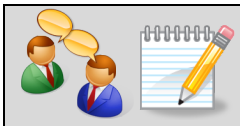
- Premisli, preden kupiš.
- Kupuj izdelke, ki trajajo dlje.
- Beri nalepke, če so le-te nejasne, vprašaj ali preglej spletne strani proizvajalcev.
- Izbiraj izdelke z znaki, da so za okolje neškodljivi, prijazni, izogibaj pa se izdelkom in storitvam, ki so predstavljene z zavajajočimi trditvami.
- Izberi izdelke, ki vsebujejo velik odstotek recikliranih materialov.
- Daj prednost izdelkom in storitvam družbenoodgovornih podjetij.
- Podpiraj lokalno gospodarstvo (če so izdelki in storitve dovolj kakovostni in prijazni za okolje).
- Spremljaj novosti na spletnem portalu ZPS oz. v njihovi reviji VIP.

Vir: **http://www.cpi.si/files/cpi/userfiles/TrajnostniRazvoj/05_Potrosnistvo.pdf**

**Zapoved trajnostnega potrošnika, ki sem jo izbral:**

_____

1. Zakaj ste izbrali zgoraj navedeno zapoved? _____
2. Ko ste v vlogi potrošnika, ali spoštujete (upoštevate) to zapoved? _____
3. Navedite tri razloge, s katerimi boste pojasnili vaš odgovor pod točko 2.
   a)_____
   b)_____
   c) _____
4. Kaj vas ovira oz. spodbuja pri uporabi izbrane zapovedi pri vsakodnevnih nakupih?
   _____
5. Koliko zapovedi trajnostnega potrošnika upoštevate pri vsakodnevnih nakupih?
   _____
6. Ali bi sebe označili za trajnostnega potrošnika? _____
7. Ali bodo zapovedi trajnostnega potrošnika vplivale na vaše potrošniško obnašanje v vsakdanjem življenju? _____
8. Kaj bi morali spremeniti v vaših potrošniških navadah, da bi prevzeli vlogo »popolnega trajnostnega potrošnika«?
   _____
   _____
9. Ko boste v vlogi prodajalca na šolski oz. počitniški praksi, ali boste zapovedi trajnostnega potrošnika uporabili pri svetovanju potrošnikom? _____. Odgovor pojasnite.
   _____
   _____



**Vaja 3: Preberite posamezni zavihek in ga naslovite. Kateri zavihki označujejo trajnostno oz. netrajnostno potrošnjo?** Vir: http://www.cpi.si/files/cpi/userfiles/TrajnostniRazvoj/05_Potrosnistvo.pdf

**1.**_____

- »Sem, kar in kakor nakupujem,« saj moda obvladuje moje življenje.
- *Moda* niso samo oblačila, ampak tudi nakit, kozmetika, frizura, računalniki, mobilni telefoni, pohištvo avtomobili, športni izdelki, turistična potovanja … .

**2.**_____

- *Ekomoda* je proizvodnja oblačil, ki upošteva okolje, zdravje potrošnikov in delovne pogoje ljudi v modni industriji.
- Ekomodna oblačila so izdelana iz materialov, kot so bombaž, pridelan brez pesticidov, svila, proizvedena iz sviloprejk, pa tudi volna in viskoza ne vsebujejo škodljivih kemikalij.
- Ta oblačila so pogosto izdelana iz recikliranih tekstilij.

**3.**_____

- Proizvodnja cenenih izdelkov v glavnem poteka v *manj razvitih državah.*
- V ospredju je čim večji dobiček, delodajalca ne zanimajo varnost in zdravje pri delu in pošteno plačilo, še manj pa ekološki standardi.
- Kljub mednarodni zakonodaji, ki prepoveduje otroško delo, uporabljajo otroško delovno silo zlasti v

**4.**_____

- Izdelki izhajajo iz *pravične trgovine* – ljudje, ki jih izdelujejo, dobijo za svoje delo pravično plačilo in imajo zagotovljene dostojne delovne pogoje.
- Pravična trgovina želi zaščititi delavce in zagotoviti enakopravnost žensk, prepoveduje otroško delo, vsem proizvajalcem pa zagotavlja poštene cene, ki krijejo stroške proizvodnje kot tudi pošteno plačilo za opravljeno delo.
- Del dobička porabijo za razvoj novih izdelkov oz. za socialne projekte.

# 2. ENOTNO UREJANJE VARSTVA POTROŠNIKOV V EU



**Novo znanje:**

- **Evropska direktiva o nepoštenih poslovnih praksah**
- **Slovenska zakonodaja o varstvu potrošnika**

## 2.1 EVROPSKA DIREKTIVA O NEPOŠTENIH POSLOVNIH PRAKSAH



*Vstop Republike Slovenije v Evropsko unijo je odpravil številne ovire za čezmejno nakupovanje in odprl nove možnosti za podjetja in potrošnike, vendar se mnogi potrošniki še vedno izogibajo čezmejnega poslovanja. Zakaj? Česa se bojijo?*



**Evropska direktiva o nepoštenih poslovnih praksah – sprejela jo je Evropska komisija – pojasnjuje pravice potrošnikov pri trgovanju, povečuje njihovo zaupanje in poenostavlja čezmejno trgovanje.**



Enotna evropska zakonodaja **nadomešča množico nacionalnih zakonov** in **pojasnjuje, katere poslovne prakse so dovoljene, katere pa niso**, ne glede na to ali potrošnik kupuje v trgovini, ki se nahaja za vogalom, ali prek spletne strani iz tujine. To pomeni, da morajo podjetja vsem potrošnikom v EU oglaševati in prodajati pod enakimi pogoji kot domačim potrošnikom.

**Katera področja vključuje Evropska direktiva o nepoštenih poslovnih praksah?**

**EVROPSKA DIREKTIVA O NEPOŠTENIH POSLOVNIH PRAKSAH**

**SPLOŠNA PREPOVED NEPOŠTENIH POSLOVNIH PRAKS**



***(Merilo je povprečen potrošnik)***

- **ZAVAJAJOČE PRAKSE:**
  - zavajajoča dejanje (informacija je neresnična, zavaja ali bi lahko zavajala)
  - zavajajoče opustitve (podjetje izpusti ali prekriva bistvene informacije)
- **AGRESIVNE PRAKSE**: nadlegovanje, prisila, uporaba sile, nedopustno vplivanje …, kar vpliva ali bi lahko vplivalo na odločitev povprečnega potrošnika.

**ČRNI SEZNAM**

***(Poslovne prakse, ki so PREPOVEDANE v vseh okoliščinah)***





Več informacij lahko poiščite v zgoraj navedeni direktivi - Nova zakonodaja za zaustavitev nepoštenega ravnanja do potrošnikov.
(Vir: http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_sl.pdf)



**Vaja 1: Sestavite ČRNI SEZNAM prepovedanih poslovnih praks, tako da poiščite ustrezne dvojice.**

| Zap. št. | PREPOVEDANE POSLOVNE PRAKSE | Par | | Zap. št. | Primer |
|---|---|---|---|---|---|
| A | Prikrito oglaševanje | | | 1 | Trgovec izrecno obvesti potrošnika, da ogroža njegovo delovno mesto, če ne kupi določenega izdelka. |
| B | Lažne trditve v zvezi s selitvijo poslovnih prostorov ali prenehanjem dejavnosti | | | 2 | Oglasni letaki, razdeljeni v poštnih predalih, na katerih piše »Osvojili ste brezplačni mobilni telefon«. – Toda potrošnik mora kupiti nek izdelek, zato da bi dobil svojo »nagrado«. |
| C | Lažne trditve o sposobnosti zdravljenja | | | 3 | Po pošti prejmete katalog. V njem je oglas, da boste prejeli brezplačno darilo, npr. obesek za ključe. – V resnici pa to velja le za tiste osebe, ki iz kataloga naročijo druge izdelke. |
| D | Vabljivo oglaševanje | | | 4 | Trgovcu, ki prodaja sesalnike, potrošnik dovoli vstopiti v njegov dom, da bi mu pokazal izdelek. Potrošnik je jasno povedal, da ga izdelek ne zanima – toda trgovec vztraja pri nadaljevanju predstavitve. |
| E | Ustrahovalna taktika kot informacija o trgu | | | 5 | Trditi, da verižica odpravi vse alergije in bolezni, le vedno in povsod jo moramo nositi. – To dejansko ni res. |
| F | Ustvarjati lažen vtis ali vtis brezplačne ponudbe | | | 6 | Članek v ženski reviji o negi mladostne kože poudarja, kako izjemna je določena blagovna znamka kozmetike za nego problematične mladostne kože. – Članek je finančno podprl proizvajalec te blagovne znamke, zato da bi informiral vse bralke. |
| G | Neposredno nagovarjanje otrok | | | 7 | Trgovec, ki prodaja alarmne naprave, predstavi statistiko vlomov v določeni regiji. Le-ta kaže, da je ta regija še posebej izpostavljena vlomom – to pa v resnici ne drži. |
| H | Osvojitev nagrade | | | 8 | Oglas o izidu otroške knjige »Čarobni svet slovenskih pravljic je sedaj na voljo na CD.« – »Recite mami, naj vam jo kupi v vaši knjigarni.« |
| I | Agresivna prodaja na hišnem pragu | | | 9 | Oglaševanje koles po zelo nizki ceni v primerjavi z drugimi ponudbami na trgu. – Toda trgovec nima ustrezne zaloge koles glede na pričakovano povečano povpraševanje. |
| J | Čustveni pritisk | | | 10 | Na vratih prodajalne čevljev visi napis “Zadnje zaloge” ali “Razprodaja blaga zaradi selitve” – prodajalec pa se v resnici ne seli in tudi zaloge še ne bodo kmalu pošle. |

## 2.2 SLOVENSKA ZAKONODAJA O VARSTVU POTROŠNIKA

*Ali so naše potrošniške pravice v Slovenije enake, večje ali manjše kot v drugih državah EU? Ali veste, kateri predpisi urejajo varstvo potrošnika na slovenskem trgu?*

**Hrbtenico slovenske zakonodaje, ki varuje potrošnika na slovenskem trgu, predstavlja Zakon o varstvu potrošnikov.**

V svežnju slovenske zakonodaje o varstvu potrošnika najdemo tudi *Zakon o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami, Zakon o potrošniških kreditih* in posamezna *določila Obligacijskega zakonika*. V pripravi pa je tudi *Zakon o alternativnem reševanju potrošniških sporov.*

**Vaja 1: Dokončajte piramido Varstvo potrošnika, tako da evropsko zakonodajo nadgradite s slovensko.**




**Vaja 2: Pojasnite pomen enotnega urejanja varstva potrošnikov v EU.** (V pomoč so vam naslednje informacije: evropska zakonodaja, enake vsaj minimalne potrošniške pravice).

**V nadaljevanju boste spoznali tiste določbe Zakona o varstvu potrošnikov, ki bi jih moral obvladati vsak prodajalec v trgovini na drobno.**

# 3. SPLOŠNA DOLOČILA IN ODGOVORNOST ZA IZDELEK



**Novo znanje:**
- **Splošni določila**
- **Odgovornost za izdelek**

## 3.1 SPLOŠNA DOLOČILA



*Ali ste kdaj zamudili s plačilom telefonske naročnine? Ali so vam takoj odklopili telefonski signal?*



Zakon o varstvu potrošnikov **ureja pravice potrošnikov** pri ponujanju, prodajanju in drugih oblikah trženja blaga in storitev s strani **podjetij in zavodov** ter določa **dolžnosti državnih organov**, da te pravice zagotavljajo.

### OSNOVNI POJMI



- **Potrošnik** je vsaka fizična oseba, ki pridobiva ali uporablja izdelke oz. storitve za osebno rabo in rabo gospodinjstva, nikakor pa ne za opravljanje poklicne ali pridobitne dejavnosti.
- **Podjetje** je pravna (d. o. o., d. d., …) ali fizična oseba (s. p.), ki opravlja pridobitno dejavnost.
- **Proizvajalec** je podjetje, ki izdeluje končne izdelke ali sestavne dele ali pridobiva osnovne surovine. Za proizvajalca po tem zakonu se štejejo tudi uvoznik izdelka in predstavništvo proizvajalca v Republiki Sloveniji.
- **Storitve informacijske družbe** opravlja podjetje preko svetovnega spleta oziroma interneta in vključujejo prodajo storitev in blaga na podlagi sklepanja pogodb preko svetovnega spleta oziroma interneta ter brezplačne storitve, kot so posredovanje podatkov in oglasna sporočila.



**Vaja 1: Razlikovanje osnovnih pojmov. Rešitev označite z znakom X v ustrezni pravokotnik.**

| | Potrošnik | Podjetje | Storitve informacijske družbe |
|---|---|---|---|
| • Direktor gradbenega podjetja je kupil računalnik za svojega otroka. | | | |



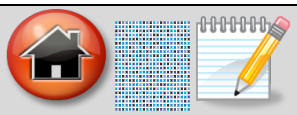
| | Potrošnik | Podjetje | Storitve informacijske družbe |
|---|---|---|---|
| • Direktor trgovskega podjetja je nabavil nov avto za službene namene. | | | |
| • Spletna trgovina Kolesko, d. d., nudi veliko izbiro kolesarskih oblačil in opreme za profesionalne in rekreativne športnike. | | | |

## POSLOVANJE IN OZNAČEVANJE IZDELKOV V SLOVENSKEM JEZIKU



- Podjetje **mora s potrošniki poslovati v slovenskem jeziku,** na območjih, kjer živita italijanska ali madžarska narodna skupnost, pa **tudi v jeziku narodne skupnosti**. Pri tem mora v pisnih sporočilih praviloma uporabljati celotno ime svoje firme in sedež (v pisnih sporočilih, namenjenih posameznemu potrošniku, lahko tudi skrajšana firma).

- **Pri označevanju izdelkov** mora potrošniku v slovenskem jeziku posredovati potrebne informacije glede značilnosti, prodajnih pogojev, uporabe in namembnosti izdelka. Pri tem lahko uporablja tudi splošno razumljive simbole in slike.



**Vaja 1: V dokumentaciji, ki vam jo je prodajalec izročil ob nakupu mobilnega telefona, poiščite zahtevane informacije. Nato izpolnite desno polovico tabele.**

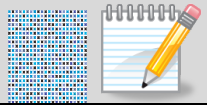
| Zahtevane informacije | Primer mobilnega telefona |
|---|---|
| 1. Blagovna znamka in tip mobilnega aparata | |
| 2. Osnovni podatki o telefonu:<br>a) lastnosti – izpišite 2 lastnosti<br>b) vsebina kompleta | a) lastnosti<br>• _____<br>• _____<br>b) vsebina kompleta: |
| 3. Navodila in nastavitve – izpišite 2 najbolj pogosti nastavitvi. | • _____<br>• _____ |
| 4. Servis | |

| | |
|---|---|
| 5. Varnostni ukrepi – izpišite 2 varnostni opozorili. | • _____<br>• _____ |
| 6. Ustrezno odstranjevanje izdelka | |

## POSTOPEK Z NEPLAČNIKI PRI JAVNIH STORITVAH IN DOBRINAH



Če potrošnik pri pogodbah o zagotavljanju javnih storitev in dobrin (voda, elektrika, telefon, plin) **zamudi z izpolnitvijo obveznosti**, ga mora upnik s pisnim opominom pozvati k izpolnitvi obveznosti in mu določiti naknadni rok za izpolnitev, ki ne sme biti krajši od 15 dni. *Pred iztekom dodatnega roka* za izpolnitev upnik *ne sme prekiniti* zagotavljanja javne storitve ali dobrine.



**Vaja 1: Preberite »Postopek z neplačniki« v »Splošnih pogojih za uporabo telekomunikacijskih storitev« in odgovorite na vprašanja.**

| Postopek z neplačniki | Vprašanja |
|---|---|
| Če naročnik *ne poravna zapadlih obveznosti* na podlagi računa, mu slovenski operater pošlje pisni opomin, v katerem ga pozove, da zapadle obveznosti poravna najkasneje *v roku, ki je naveden na opominu* in ki ne sme biti krajši od 15 dni.<br>Slovenski operater *lahko* pošlje še en opomin v obliki kratkega sporočila (SMS). Stroški opominjanja oz. opomina se zaračunajo po *veljavnem ceniku.*<br>Če naročnik svojih zapadlih obveznosti ne poravna po izteku dodatnega roka za izpolnitev, bodo *vse njegove telefonske številke izklopljene iz omrežja.*<br>V primeru zamude s plačilom je naročnik, ki je potrošnik, dolžan poleg *glavnice poravnati tudi najvišje z zakonom predpisane zamudne obresti.*<br><br>(Vir: http://itm.siol.net/_m/media/_docs/splosni-pogoji_GD01.pdf) | 1. V katerem primeru slovenski operater pošlje potrošniku pisni opomin?<br>_____<br>_____<br>2. V kolikšnem roku mora potrošnik poravnati zapadle obveznosti?<br>_____<br>_____<br>3. Ali je naslednji opomin v obliki kratkega (SMS) sporočila obvezen? _____<br>4. Kako se računajo stroški opomina?<br>_____<br>5. Kaj se zgodi, če naročnik svojih zapadlih obveznosti ne poravna po izteku dodatnega roka?<br>_____<br>_____<br>6. Kaj vključuje znesek, ki ga mora poravnati potrošnik, če zamuja s plačilom zapadlih obveznosti?<br>_____<br>_____ |

## 3.2 ODGOVORNOST ZA IZDELEK

*Ali so vsi izdelki, ki nam jih ponujajo trgovci, varni? Ali poznate primere izdelkov, ki so jih v zadnjem letu odpoklicali (umaknili iz prodaje), ker so predstavljali resno nevarnost za potrošnike in niso bili v skladu s predpisi o splošni varnosti proizvodov?*

### VAREN IZDELEK

**Izdelek je varen,** če v razumnih mejah uporabe ne pomeni tveganja, da bi se zgodila nesreča. Znaka, ki bi uporabniku zagotavljal, da je izdelek 100-odstotno varen, ni! **Izdelek ni varen,** kadar njegova varnost ni takšna, kot jo *potrošnik lahko upravičeno pričakuje.*

- **Proizvajalec izdelka** je dolžan, kadar napaka na izdelku povzroči smrt, telesno poškodbo ali okvaro zdravja človeka ali kadar zaradi napake na izdelku nastane škoda na drugi stvari, **povrniti nastalo škodo.**
- **Proizvajalec je odgovoren za škodo,** ki jo je povzročil izdelek z napako, če je škoda nastala **10 let** od dneva, ko je ta izdelek dal v promet.
- **Oškodovanec mora dokazati napako, škodo in vzročno zvezo med njima**.
- **Na nevaren izdelek**, ki ogroža naše zdravje in/ali življenje, nas opozorijo pristojni organi (Tržni inšpektorat RS, Zdravstveni inšpektorat RS, ZPS in sistem RAPEX na spletni strani varstva potrošnikov v EU) oz. sami proizvajalci in trgovci z odpoklicem takega izdelka.

**RAPEX je sistem Evropske unije za hitro izmenjavo informacij** o izdelkih, za katere *so oz. bodo izvedli prisilni ukrep odpoklica* s strani pristojnih organov ter o prostovoljnih odpoklicih proizvajalcev in trgovcev.

Seznam nevarnih proizvodov v EU si lahko ogledate na spletnih straneh varstva potrošnikov EU, kjer lahko dobite tudi več informacij o sistemu RAPEX. Javnosti so dostopne tedenske informacije o vrsti proizvoda, nevarnosti, povezani z njegovo uporabo, in sprejetih ukrepih.
(Vir: http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm)



**Vaja 1: Na spletnem portalu ZPS ali v časopisu poiščite obvestilo o odpoklicu kateregakoli izdelka. Obvestilo prilepite in odgovorite na spodnja vprašanja.**

1. Kdo je opravil nadzor nad izdelkom?

   _____

   _____

2. Podatki o izdelku:

   _____

   _____

   _____

   _____

   _____

   _____

   _____

3. Ukrep:

   _____

   _____

   _____

4. Nasvet ZPS:

   _____

   _____

   _____

5. Vir:

   _____

6. Ali bo zgoraj navedeno obvestilo vplivalo na zaupanje potrošnikov do proizvajalca oz. trgovca? _____. Kašna bo pričakovana reakcija potrošnikov?

   _____

7. Kako bi lahko proizvajalec oz. trgovec preprečil zmanjševanje prodaje podobnih izdelkov zaradi odpoklica zgoraj navedenega izdelka?

   _____

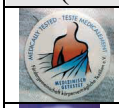
## VARNOSTNA OZNAKA

*Potrošniki vsakodnevno kupujemo živila in uporabljamo različne tehnične, tekstilne in drogerijske izdelke. Zakaj so ti izdelki oz. njihova embalaža opremljeni s številnimi pisnimi in slikovnimi oznakami in znaki, ki pa niso namenjeni le prodajalcem, serviserjem, frizerjem, čistilcem, ... ampak predvsem potrošnikom?*

**Varnostna oznaka na vidnem mestu na izdelku** (nalepljena, odtisnjena ali vgravirana) **oz. na embalaži potrjuje, da izdelek odgovarja vsem varnostnim standardom, povezanih s to oznako**. **Vendar varnostna oznaka na izdelku ne pomeni, da smo pri uporabi le-tega lahko manj pozorni!**

*Na tehničnih izdelkih se poleg varnostnih oznak pojavlja še veliko drugih znakov:* opozorilni znaki, zakonsko predpisane oznake, znaki ustreznosti, tehnični podatki in ekološki znaki. Katere oznake pa so značilne za tekstilne, živilske in drogerijske izdelke?

**Vaja 1: Razložite pomen spodaj navedenih varnostnih oznak na izdelkih oz. embalaži in odgovorite na vprašanja.** *Povezava z izbirnimi moduli: Upravljanje z blagovno skupino tehničnega blaga ali z blagovno skupino tekstilij in drogerijskih izdelkov ali z blagovno skupino živil.*

| **Varnostne oznake na svetilih**<br>(Vir: spletni portal ZPS: zloženka, leto 2002) | **Pomen** |
|---|---|
|  | |
|  | |
|  | |
| **Varnostne oznake na tekstilijah**<br>(Vir: spletni portal ZPS: zloženka, leto 2002) | **Pomen** |
|  | |
|  | |
|  | |
| **Varnostne oznake za nevarne snovi**<br>(Vir: spletni portal ZPS: zloženka, leto 2002) | **Pomen** |
|  | |





| HACCP (predpisana metoda zagotavljanja varnosti živil po vsem svetu) | Odgovor |
|---|---|
| **1. Kdo je neposredno odgovoren za varnost živil »od polja do mize«?**<br> | **a) Nosilci živilske dejavnosti:**<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br>**b) Državni organi: vlada, ministrstva, inšpekcijske službe.**<br>**c) Potrošniki** |
| **2. Katere podatke vsebuje pravilno označevanje živil?**<br>**Novost v letu 2011: Vrednosti GDA so vodilo, koliko kalorij in bistvenih hranil** (sladkorjev, beljakovin, soli …) **vsebuje predpakirano živilo.**<br><br>**Sami lahko določite prehranski profil živila, tako da vnesete podatke v semaforček na spletni strani ZPS: http://www.zps.si/veskajjes/index.php** | • _____<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br>• _____ |
| **3. Na živilih pogosto vidimo tudi naslednje oznake. Kaj pomenijo?**<br>  <br>Vir: Spletni portal ZPS | • _____<br>• _____<br>• _____ |

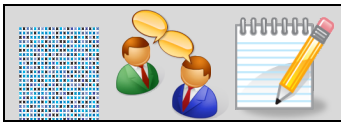
| na 100 g živila | ZELENA manj kot ... | ORANŽNA srednje ... | RDEČA več kot ... |
|---|---|---|---|
| Maščoba | 3 g | 3 – 20 g | 20 g |
| Nasičene maščobne kisline | 1 g | 1 – 5 g | 5 g |
| Sladkor | 5 g | 5 – 15 g | 15 g |
| Sol | 0,3 g | 0,3 – 1,5 g | 1,5 g |
| na 100 g živila | ZELENA več kot ... | ORANŽNA srednje | RDEČA manj kot ... |
| Prehranske vlaknine | 6 g | 3 – 6 g | 3 g |

**Kaj pomeni oznaka CE pri igračah?**



**PREVIDNI moramo biti, četudi imajo igrače oznako CE, saj so nesreče z igračami še vedno pogoste!**

- Poleg USTREZNOSTI in VARNOSTI igrače naj starši PREVERIJO, ali igrača DELUJE tako, kot obljublja, pozorni pa naj bodo tudi na ESTETIKO.
- **NE POZABIMO!** Nevaren izdelek lahko potrošnik vedno vrne v trgovino, kjer ga je kupil, in zahteva vračilo kupnine, ne glede na to, ali je to v obvestilu o nevarnem izdelku omenjeno ali ne.



**Vaja 1: Najprej preberite izsek iz članka »Previdno pri nakupu igrač: Igrače so na vrhu seznama odpoklicanih izdelkov«. Nato odgovorite na vprašanja.**

| **Znak CE še ni jamstvo za kakovost (nasveti ZPS)** | **Vprašanja** |
|---|---|
| Kupujmo *v zaupanja vredni trgovini oziroma pri zanesljivem spletnem trgovcu*. Preberimo vsa opozorila in navodila.<br>Igrač, na katerih ni znaka CE, ne kupujmo, saj je verjetnost, da bo igrača nevarna, večja. "Znak CE nalepi proizvajalec, za v EU uvožene izdelke pa uvoznik. To je 'izjava', da izdelek izpolnjuje vse v EU veljavne varnostne zahteve, in ne 'garancija' za varnost," opozarjajo na ZPS.<br>Med igračami je treba poiskati tako, ki je *primerna starosti, sposobnosti in spretnosti otroka*. "Otroku, mlajšemu od treh let, nikoli ne izberimo igrače, opremljene z znakom ali opozorilom, da ni primerna za male otroke," opozarjajo na ZPS in dodajajo, da sem spadajo igrače z majhnimi deli, saj otroci igrače radi vtikajo v usta in bi jih lahko pogoltnili. Igrača naj bo brez ostrih robov in konic in iz obstojnih materialov brez vonja.<br>Poleg vseh opozoril o ustreznosti igrače morajo biti starši pozorni tudi na *tehnološko ustreznost*, torej da se z igračo da početi res vse, kar obljublja, dodaja Marjanovič-Umkova. To je na primer pomembno predvsem pri kakšnih vozilih, ki so praviloma dragi. Tudi navodila morajo biti napisana v slovenščini.<br>Pri videzu pa je treba paziti tudi na *estetiko*, opozarja. Sploh zelo majhni otroci igračo gledajo ure in ure, to pa je tudi obdobje, ko se oblikuje čut za estetiko, torej kaj je lepo in kaj ni. Tako da ni vseeno, kako igrača zgleda.<br><br>Vir: Novice.Dnevnik.si Novice/Aktualne zgodbe, 23. 12. 2010, http://www.dnevnik.si/novice/aktualne_zgodbe/1042412351 | 1. Kje naj potrošnik kupuje igrače?<br>_____<br>_____<br>2. Kaj bi priporočali potrošniku, ko se odloča za nakup določene igrače?<br>_____<br>_____<br>3. Če igrača nosi obvezno oznako CE, kdo prevzema odgovornost za varnost proizvoda?<br>_____<br>4. Ali je uporaba oznake CE garancija, da je igrača res varna?<br>_____, ker skladnost z varnostnimi zahtevami ne nadzira neodvisna institucija, ampak sam proizvajalec.<br>5. Zakaj potrošnik potrebuje vaše priporočilo?<br>_____<br>_____<br>6. Kaj naj potrošnik preveri, preden se odloči za nakup določene igrače?<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br>7. Kateri inšpektor izvaja nadzor nad varnostjo igrač?<br>_____ |



- *Z* obvezno oznako CE na določenem izdelku **proizvajalec na lastno odgovornost izjavlja,** da *izdelek izpolnjuje* bistvene zahteve glede varnosti potrošnikov, zdravja ali varovanja okolja, kot določa evropska zakonodaja, in ga lahko prodaja na trgu EU.
- **Oznaka CE ni namenjen potrošnikom, temveč nadzornim organom.**
- Če država članica EU ugotovi, da predstavlja določen izdelek nevarnost, ga **lahko prepove, četudi nosi proizvod oznako CE.**

# 4. OGLAŠEVANJE BLAGA IN STORITEV



**Novo znanje:**
- **Nedostojno oglaševanje**
- **Zavajajoče oglaševanje**



*Ali imamo potrošniki dovolj znanja, da bi razumeli sporočila v oglasih, prepoznali pasti oz. nevarnosti, ki prežijo na nas v nedostojnih in zavajajočih oglasih? Kakšne so negativne posledice zavajajočega oglaševanja?*



**Oglaševanje NE SME BITI v nasprotju z zakonom, torej ne sme biti NEDOSTOJNO in ZAVAJAJOČE.**

**Katere so značilnosti nedostojnega oz. zavajajočega oglaševanja?**

| Nedostojno oglaševanje | Zavajajoče oglaševanje |
|---|---|
| • Vsebuje sestavine, ki so ali bi lahko bile žaljive za potrošnike, bralce, poslušalce in gledalce,<br>• ali sestavine, ki nasprotujejo morali. | • Izkorišča ali bi lahko izkoriščalo potrošnikovo neizkušenost in neznanje v dobičkonosne namene.<br>• Vsebuje nejasnosti in čezmerna pretiravanja. |



- **V vseh (tudi v spletnih) oglaševalskih sporočilih** mora biti jasno prepoznavno, da gre za oglaševalsko sporočilo in katero podjetje je njegov naročnik.
- Če oglaševalsko sporočilo vključuje **posebne ponudbe** (popusti, premije, darila in podobno), morajo biti le-te jasno prepoznavne. Enako velja tudi za dovoljena nagradna tekmovanja ali igre na srečo.
- Oglaševalsko sporočilo ne sme prizadeti človekovega dostojanstva, spodbujati rasne, spolne ali narodnostne diskriminacije in verske ali politične nestrpnosti.
- Oglaševanje ne sme vsebovati sestavin, ki povzročajo ali bi lahko povzročile **telesno, duševno ali drugačno škodo pri otrocih,** ali sestavin, ki izkoriščajo ali bi lahko izkoriščale **njihovo zaupljivost ali pomanjkanje izkušenj**.
- **Primerjalno oglaševanje** (tj. vsako oglaševanje, ki na kakršenkoli način, izrecno ali z nakazovanjem, določa prepoznavnost konkurenta oziroma blaga ali storitev, ki jih ponuja konkurent) **načeloma ni dovoljeno, razen pod določenimi pogoji.**
- **Oglaševanje nekaterih izdelkov je urejeno s posebno zakonodajo, in sicer:**
  - oglaševanje tobaka in tobačnih izdelkov,
  - oglaševanje zdravil,
  - oglaševanje medicinskih pripomočkov,
  - oglaševanje alkoholnih pijač.

**Vaja 1: Najprej preberite izsek iz oglasa »Povsem varno in 100 % naravno hujšanje z originalnim indijskim čajem Darjeeling«. Nato odgovorite na vprašanja.**

**Izsek iz oglasa »Povsem varno in 100 % naravno hujšanje z originalnim indijskim čajem Darjeeeling«**

**Značilnosti izdelka**



Darjeeling čaj ima znanstveno dokazano številne pozitivne lastnosti, ki pripomorejo k zmanjšanju telesne teže in so potrjene s strani 25 znanstvenih študij iz zadnjih nekaj let.

**Znanstveno potrjene prednosti:**

- Darjeeling čaj izboljša sposobnost telesa za izgorevanje maščob za 32 %.
- Je za 350 % bolj učinkovit pri vzpodbujanju telesne presnove kot drugi čaji.
- Darjeeling čaj preprečuje debelost tudi pri uživanju hrane z veliko maščobe.
- Darjeeling čaj varno pomaga pri zmanjšanju maščobe v predelu trebuha.
- Darjeeling čaj bistveno zniža preprečuje visok krvni tlak.
- Darjeeling čaj pomaga pri stresu in utrujenosti.
- Dišeča aroma Darjeeling čaja spodbuja pozitivno mišljenje.

**Mnenje strokovnjaka za prehrano**

- »Darjeeling čaj je zelo učinkovit pri zniževanju telesne teže, izboljša psihično in fizično počutje in pomaga pri izgubi telesnih maščob.
- Darjeeling čaj je zaradi svojih specialnih značilnosti koristen pri hujšanju. Njegovi učinki so vidni v roku enega meseca in ga toplo priporočam ljudem, ki se malo gibajo.
- Darjeeling čaj prestavlja povsem varen in 100% naraven način za zmanjšanje telesne teže.«

Vir: lastni

**Vprašanja**

1. Ali vas je oglas prepričal, da je mogoče hitro in učinkovito izgubiti težo brez diete in telovadbe? _____
2. Ali oglas ustreza zakonskim določilom? _____
3. Katere sestavine oglasa so »problematične«?
   _____
   _____
   _____
   _____
4. V katero skupino nedovoljenega oglaševanja spada ta oglas?
   _____
5. Kateri inšpektor bo izdal upravno odločbo o prepovedi tega oglasa?
   _____
6. V katerem letnem času opazite največ oglasov o hitrem in enostavnem hujšanju?
   _____Zakaj? _____
7. Kaj svetujete potrošnikom ob branju podobnih oglasov?
   _____

## Vaja 2: Oglejte si oglas in odgovorite na vprašanja.




(Vir: Etika v oglaševanju: mladi in predrzni. Dnevnik, 19. 2. 2008: http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/299736)

- **Slovenska oglaševalska zbornica (SOZ)** je nevladna organizacija, ki zastopa interese oglaševalcev, oglaševalskih agencij in medijev.

- **Zavzema se** za visoke oglaševalske standarde in uveljavlja etiko v oglaševanju**. V ta namen sprejema in uveljavlja *Slovenski oglaševalski kodeks.***

### Vprašanja

1. Kaj prikazuje oglas?
   _____
2. Ali se vam zdi oglas neprimeren? _____Zakaj?
   _____
   _____
3. Na kaj namiguje ta oglas?
   _____
4. Ali oglas izpolnjuje visoke oglaševalske standarde in zagovarja etiko v oglaševanju? _____
5. Kako oglas vpliva na vaša čustva?
   _____
6. Ali oglas ustreza zakonskim določilom? _____
7. Katera sestavina oglasa je »problematična«?
   _____
8. Ali je ta oglas v skladu z moralnimi in etičnimi normami, kot zahteva zakonodaja? _____
9. V katero skupino nedovoljenega oglaševanja spada ta oglas?
   _____
10. Čigave pravice krši oglas?
    _____
11. Katero rešitev bi vi predlagali Slovenski oglaševalski zbornici (SOZ)?
    _____
    _____
12. Navedite primere moralno spornih obcestnih plakatov, ki so jih morali zaradi pritiska slovenske javnosti umakniti?
    _____
    _____
    _____
13. Na koga ima oglaševanje izredno velik vpliv?
    _____
14. Kakšne so lahko posledice nemoralnega oglaševanja za otroke?
    _____
    _____
15. Oglaševanje je močno orodje vidnega in besednega sporočanja. Kako bi vi »preoblikovali« oglas, da ne bi bil moralno sporen in bi tako ustrezal zakonskim določilom?
    _____
    _____
    _____
    _____

# 5. GARANCIJA ZA BREZHIBNO DELOVANJE STVARI



**Novo znanje:**
- **Uveljavljanje pravic iz garancije**
- **Garancijski list EU**



*Če ste v času šolske prakse oz. dijaškega dela prodajali tehnično blago, katere dokumente ste morali izročiti potrošniku? Kakšna pa je vaša osebna izkušnja z uveljavljanjem potrošnikovih pravic iz garancije?*



Potrošniku je treba izročiti **garancijski list za blago, katerega brezhibno delovanje** se zagotavlja z vzdrževanjem ali zamenjavo njegovih sestavnih delov (pohištvo, avto, mobilni aparat, gospodinjski aparat … in za njihove sestavne dele).



Garancija za brezhibno delovanje se izda tudi za *nekatero rabljeno blago*. Informacijo lahko poiščite v **Pravilniku o blagu, za katero se izda garancija za brezhibno delovanje** (Ur. l. RS, št. 73/2003). Vir: http://www.uradni-list.si/1/content?id=44477

**Uveljavljanje pravic iz garancij**

- Pravice iz garancije lahko potrošnik uveljavlja proti proizvajalcu in prodajalcu.
- Stroške za material, nadomestne dele, delo, prenos in prevoz izdelkov v zvezi z uveljavljenjem garancije plača proizvajalec.
- Če pooblaščeni servis ne more odpraviti napake najkasneje v skupnem roku 45 dni, odkar je prejel izdelek na popravilo, ali če traja popravilo več kot 45 dni, mora proizvajalec potrošniku brezplačno nadomestiti tak izdelek z enakim novim in brezhibnim izdelkom.
- Potrošniku ni treba dokazovati, kdaj v garancijskem roku je nastala napaka..



Več informacij poiščite v **Zakonu o varstvu potrošnikov** (Ur. l. RS, št. 98/2004). Vir: http://www.uradni-list.si/1/content?id=51154

**Kolikšen je najkrajši garancijski rok?**

- Garancijski rok za blago začne teči z dnem njegove izročitve končnemu uporabniku in ne sme biti krajši od 1 leta. Rok zagotavljanja vzdrževanja, zagotavljanja nadomestnih delov in priklopnih aparatov je še 3 leta po preteku garancijske dobe, ne glede na to kako dolga je garancijska doba.

**Obveznosti proizvajalca oz. prodajalca**

- Ob sklenitvi prodajne pogodbe mora izročiti potrošniku garancijski list, navodila za sestavo in uporabo ter seznam pooblaščenih servisov.
- Proizvajalec je dolžan zagotoviti popravilo in vzdrževanje izdelka za čas garancijskega roka brezplačno, po poteku le-tega pa za plačilo.
- Proizvajalec ima vse obveznosti po zakonu, tudi če garancija ni obvezna, pa jo je javno obljubljal – t. i. **prostovoljna garancija.**



**Garancijski list EU** pomeni, da proizvajalec ponuja garancijo v vseh državah članicah EU. Zato pravice iz EU garancije lahko potrošnik uveljavlja v vseh državah članicah EU, tudi v Sloveniji.

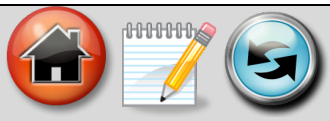
Več informacij lahko dobite na spletni strani **Evropski potrošniški center**: pravice potrošnikov v EU.

(Vir: http://www.epc.si/index.php?option=com_content&view=article&id=140%3Aevropska-garancija&catid=39%3Anakupovanje-v-eu&Itemid=86&lang=sl)



**Vaja 1: V pravokotniku z znakom X označite, ali je rešitev pravilna ali napačna.**

| Trditve | Pravilno | Napačno |
|---|---|---|
| 1. Pravice iz garancije lahko potrošnik uveljavlja proti proizvajalcu in proti prodajalcu. | | |
| 2. Garancijski rok za blago začne teči z dnem prevzema blaga v skladišču trgovskega podjetja. | | |
| 3. Rok zagotavljanja vzdrževanja, zagotavljanja nadomestnih delov in priklopnih aparatov za blago ne sme biti krajši od 5 let. | | |
| 4. Garancijski rok za blago ne sme biti krajši od 3 let. | | |
| 5. Proizvajalec je dolžan zagotoviti popravilo in vzdrževanje izdelka za čas garancijskega roka, po poteku le-tega pa za plačilo. | | |
| 6. Proizvajalec nima nobenih obveznosti po zakonu, tudi če gre za prostovoljno garancijo. | | |
| 7. Garancijski list za blago, ki se prodaja v Sloveniji, mora biti za potrošnika lahko razumljiv in v celoti v slovenskem jeziku. | | |
| 8. Za čas, ko je izdelek v popravilu, se garancijski rok zmanjša. | | |
| 9. Pooblaščeni servis mora odpraviti napako v skupnem roku 60 dni, odkar so prejeli zahtevek za popravilo izdelka. | | |



**Vaja 2: Za blago, ki ga uporabljate v gospodinjstvu** (npr. za hladilnik, sesalnik, mobilni telefon, avto …), **poiščite garancijski list in izpišite njegove obvezne podatke.** *Povezava z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Poznavanje blaga ali z izbirnim modulom Upravljanje z blagovno skupino tehničnega blaga.*

**Obvezni podatki na garancijskem listu**

1. Firma in sedež proizvajalca: _____
2. Firma in sedež prodajalca: _____
3. Identifikacija blaga: _____

4. Datum izdaje (tj. datum izročitve blaga)_____
5. Garancijski rok:_____
6. Rok veljavnosti garancije = datum izdaje + garancijski rok: _____
7. Rok zagotavljanja nadomestnih delov = garancijski rok + 3 leta _____
8. Izjava proizvajalca, da jamči za kakovost oziroma za brezhibno delovanje v garancijskem roku, ki začne teči z izročitvijo blaga potrošniku.



**Vaja 2 a: Podatke iz vašega garancijskega lista primerjajte s podatki iz garancijskega lista sošolca po danih kriterijih. Kaj ste ugotovili?** V pomoč so vam nedokončane povedi.

| **Podatki iz vašega garancijskega lista** | **Podatki iz garancijskega lista sošolca/ke** |
|---|---|
| • Izdelek _____ | • Izdelek _____ |
| • Država porekla _____ | • Država porekla _____ |
| • Država prodaje _____ | • Država prodaje _____ |
| • Garancijski rok _____ | • Garancijski rok _____ |

**Splošne ugotovite**

1. Potrošnik praviloma uveljavlja pravice iz garancije v državi _____.
2. Zakonodaja v državi _____ vpliva na garancijski rok, saj zakonodaja *EU določa, da je garancija prostovoljna* in ni obvezna kot v RS.
3. Če bi za dani izdelek razpolagali z EU--garancijo, bi lahko uveljavljali pravice iz garancije v vseh državah _____, tudi v Sloveniji.



**Vaja 3: Presodite značilnosti garancije. Če niso pravilne, jih ustrezno popravite.**

| **Elementi garancije** | **Značilnosti garancije** | **Pravilno** | **Napačno** | **Poprava** |
|---|---|---|---|---|
| **uveljavitev** | Garancijo lahko potrošnik uveljavlja za *vsak izdelek.* | | | |
| **rok** | Potrošnik lahko napako reklamira *kadarkoli* v garancijskem roku. | | | |
| **odgovornost** | Potrošnik lahko uveljavlja pravice iz garancije samo pri *proizvajalcu.* | | | |
| **pravice** | Potrošnikove pravice iz garancije so:<br>- odprava napake,<br>- če popravilo ni mogoče ali ga pooblaščeni servis ne izvrši v roku *60 dni,* lahko potrošnik zahteva zamenjavo za nov, brezhiben izdelek. | | | |

# 6. PRODAJA BLAGA IN STORITEV



**Novo znanje:**

- **Pogodbeni pogoji**
- **Cena, zamuda pri plačilu in predplačilo**
- **Posebna pravila o lastnostih blaga**
- **Pravila o lastnostih blaga**
- **Stvarna napaka**
- **Primerjava med garancijo in stvarno napako**

## 6.1 POGODBENI POGOJI



*Ali ste pred podpisom pogodbe o šolskem nezgodnem zavarovanju pozorno prebrali vse dokumente, ki so vam jih izročili na zavarovalnici? Ali ste preučili tudi Splošne pogoje?*



**Pogodbeni pogoji so vse sestavine pogodbe**, ki jih določi podjetje. Velikokrat so zapisani v obliki *Splošnih pogojev ali kot vnaprej natisnjen obrazec pogodbe.* Pogosto jih uporabljajo banke, zavarovalnice, turistične agencije … .



- Pogodbeni pogoji zavezujejo potrošnika le, če je podjetje pred sklenitvijo pogodbe (pisne ali ustne) **izrecno opozorilo potrošnika z njihovim celotnim besedilom in mu jih izročilo oz. so mu bili dostopni brez težav** (npr. v poslovalnici).
- Pogodbeni pogoji **morajo biti JASNI in RAZUMLJIVI,** nejasni se razlagajo v korist potrošnika.
- **Podjetje ne sme postavljati pogodbenih pogojev, ki so nepošteni do potrošnika.**
- Če so pogodbeni pogoji **nepošteni do potrošnika**, so **nični** - kot da ne bi bili dogovorjeni. Nepošteni pogodbeni pogoji so določbe**, ki bi dale prodajalcu pravno in ekonomsko prednost** nasproti potrošniku.
- Za presojanje, ali so v posameznem primeru pogoji nepošteni, je pristojen **Tržni inšpektorat RS.**



**Vaja 1: Presodite spodaj navedene pogodbene pogoje. Če niso v skladu z veljavno zakonodajo, jih ustrezno popravite.**

| Primeri pogodbenih pogojev | Pošteni | Nepošteni | Poprava |
|---|---|---|---|
| 1. Podjetje se obvezuje, da bo *spoštovalo* obveznosti, ki so jih prevzeli njegovi zastopniki. | | | |

| Primeri pogodbenih pogojev | Pošteni | Nepošteni | Poprava |
|---|---|---|---|
| 2. Podjetje si pridržuje pravico, da lahko odstopi od pogodbe *v vsakem primeru.* | | | |
| 3. *Podjetje se obvezuje, da bo* spremenilo bistvene pogodbene pogoje samo *v dogovoru s kupcem.* | | | |
| 4. Podjetje si pridržuje pravico, da ceno blaga *določi ali spremeni ob dobavi* izdelka, potrošnik pa *ne more* odstopiti od pogodbe. | | | |
| 5. Podjetje si pridržuje pravico, da bo izpolnilo potrošnikovo naročilo za dobavo blaga *v naslednjih 3 letih.* | | | |

## 6.2 CENA, ZAMUDA PRI PLAČILU IN PREDPLAČILO

*V kateri valuti se izraža cena blaga oz. storitve? Kdo običajno plača stroške dobave blaga pri kataloški in internetni prodaji? Kdaj podjetje potrošniku lahko zaračuna zamudne obresti, kdaj pa mora podjetje potrošniku priznati obresti?*

**Podjetje mora vidno označiti ceno, ki vključuje DDV** (če je podjetje davčni zavezanec za DDV), **in mora upoštevati označene cene.** Pri prodaji blaga oz. storitve mora upoštevati dobre poslovne običaje.

- Pri **internetni prodaji** mora biti poleg cene jasno in nedvoumno navedeno, ali cena vključuje tudi stroške dobave.
- Predpisana **obrestna mera zamudnih obresti** je zakonsko določena in velja za 6-mesečno obdobje (od 1. 1. 2011 znaša 9 %, vir: Ur. l. RS št. 1/2011).
- **Stroški opomina** zaradi zamude pri plačilu ne smejo presegati dejanskih stroškov izdelave in pošiljanja opomina potrošniku, hkrati pa tudi ne višine zamudnih obresti.
- Če podjetje pogojuje nakup blaga ali opravljanje storitev z **delnim ali s celotnim predplačilom** in dobavi blago ali opravi storitev po prejemu predplačila, mora **potrošniku** obračunati in plačati **obresti** po obrestni meri, ki velja za hranilne vloge, vezane nad 3 mesece. **To ne velja,** če je predplačilo plačano v roku manj kot 3 delovne dni pred dnem, ko se opravi dobava ali začne z opravljanem storitev.

**Vaja 1: Odgovorite na vprašanja.**

1. Kako se imenuje cena na izdanem računu? _____
2. Ali podjetje lahko izstavi račun z višjo ceno, kot jo ima izdelek na polici? _____ Odgovor pojasnite. _____
3. Kaj se poleg cene jasno in nedvoumno označuje pri internetni prodaji?

   _____
4. Zaradi zamude pri plačilu je salon pohištva samovoljno zaračunal potrošniku 20 % zamudnih obresti. Ali je prodajalec pravilno ravnal? _____ Odgovor pojasnite.

   _____
5. Pojasnite pojem predplačilo.

   _____
6. Avtosalon in potrošnik sta se dogovorila za predplačilo v znesku 5.000,- € za nakup avta. Potrošnik je nakazal dogovorjeni znesek v roku 2 dni pred načrtovano dobavo in zahteval od prodajalca, da mu le-ta obračuna in plača obresti. Prodajalec ni hotel niti slišati o potrošnikovi zahtevi. Čigavo ravnanje je bilo pravilno? Odgovor utemeljite.

   _____

## NAČELA OZNAČEVANJA CEN

*Kako ste označevali cene izdelkov na polici v času šolske prakse oz. dijaškega dela? Ali so vas potrošniki prosili za pomoč zaradi težav pri branju cen? Zakaj je označevanje cen pomembno za potrošnika?*

**Temeljno načelo je PREGLEDNOST in JASNOST pri označevanju cen. Cena za izdelke in storitve mora že vsebovati DDV in vse druge dajatve.**

**Tudi blago v izložbi in razstavljeno blago**, ki je namenjeno prodaji, se mora označiti s ceno. To pa ni potrebno za izdelke, ki se uporabljajo za *okrasitev prodajalne in izložbe.*

- **Če je prodajalna večja od 500 m2**, se mora izdelke označiti tudi s ceno za enoto (npr. za 1 liter, kilogram, meter …), če prodajna cena ni enaka ceni za enoto (npr. sladkor je pakiran po ½ kg, zato moramo označiti obe ceni).
- **Cena izdelka se označi na izdelku.** Vendar zakonodaja dovoljuje označiti ceno tudi:
  - na polici, kjer je zložen izdelek,
  - na izvirni embalaži izdelka,
  - v obliki cenika,
  - v katalogu,
  - na nek drug ustrezen način.
- Cene izdelkov in storitev morajo biti **označene nedvoumno, enostavno prepoznavno, jasno čitljivo in za potrošnika na vidnem in dosegljivem mestu.** Kupec mora razbrati ceno izdelka, ne da bi potreboval pomoč prodajalca ali koga drugega.

Več informacij lahko poiščete v **Pravilniku o načinu označevanja cen blaga in storitev** (Ur. l. RS št. 63/1999).
(Vir: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=199963&stevilka=3031)

- Trgovci praviloma *svobodno* določajo cene za izdelke in storitve, ki jih ponujajo. Obstajajo pa tudi **regulirane cene,** ko vlada neposredno nadzira cene. V letu 2010 je *vlada neposredno nadzirala* cene za naslednje proizvode in storitve:
  - **naftni derivati,**
  - storitve **prevoza potnikov po železnici** v notranjem potniškem prometu,
  - proizvodnja in distribucija pare in tople vode za namene **daljinskega ogrevanja** za tarifne uporabnike,
  - **šolski učbeniki**, ki so edini za določen predmet v posameznem razredu, letniku oziroma programu.

Več informacij lahko poiščite v **Zakonu o kontroli cen** (Ur. l. RS št. 51/2006).
(Vir: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200651&stevilka=2177)

**Vaja 1: Kako se označuje cene izdelkov?** *Povezava z modulom Poslovanje trgovskega podjetja, vsebinski sklop Poslovno računstvo.*

| Primer označevanja cene | Naloga | Izračun |
|---|---|---|
| <br>(Vir: http://www.dolceta.eu/slovenija/Mod1/spip.php?article488) | Oglejte si primer označevanja cene *za enoto.*<br>• **Izračunajte maloprodajno ceno za ½ kg mlečne čokolade Milka.**<br>• **Kolikšna je kupnina za zgoraj naveden izdelek, če trgovec na drobno ponuja 10-odstotni novoletni popust?** | |
|  | Oglejte si primer označevanja cene *za količino.*<br>• **Za koliko jajc velja cena 1,81 €?** | |

| | | |
|---|---|---|
| (Vir: http://www.dolceta.eu/slovenija/Mod1/spip.php?article488) | • **Izračunajte ceno za paket, ki vsebuje samo 6 jajc.** | |

## 6.3 POSEBNA PRAVILA O LASTNOSTIH BLAGA



*Ali pogosto obiskujete sezonske razprodaje? Pri katerih izdelkih običajno preverjate rok uporabnosti? Ali preberete navodilo za uporabo, preden začnete uporabljati mobilni telefon? Koga boste obvestili in kaj boste zahtevali v primeru, da vaš mobilni aparat ne deluje brezhibno?*

### RAZPRODAJA IN PRODAJA BLAGA Z NAPAKO



*Ali veste, kaj pomeni npr. »sezonska razprodaja od 30 % do 50 %«? Ali so pravice potrošnika na razprodaji manjše kot pri redni prodaji? V čem se razprodaja razlikuje od ugodne prodaje?*



**Tudi blago, kupljeno na razprodaji, kljub znižani ceni MORA BIT I BREZHIBNO, razen če ni posebej označeno, da gre za blago z napako. Potrošnik ima ENAKE PRAVICE kot pri redni prodaji.**



- **Podjetje mora razprodajo objaviti na krajevno običajen način**. Objava o uvedbi razprodaje mora vsebovati podatke o vrsti blaga, odstotku znižanja in času trajanja tovrstne prodaje.
- **Blago, ki se prodaja na razprodaji**, se mora označiti s ceno pred znižanjem in z znižano ceno.
- **Če je odstotek znižanja objavljen v razponu (npr. od 30 % do 50 %),** mora *najvišji odstotek znižanja (torej 50 %)* zajemati *najmanj ¼ vrednosti vsega blaga, ki je na razprodaji*.
- Tudi za blago, kupljeno na razprodaji, lahko potrošnik uveljavlja **vse zahtevke iz naslova garancije v primeru okvare ali pa iz naslova stvarne napake, če se na izdelku pokaže napaka.**
- **Za sezonske razprodaje tekstilnega blaga in obutve** veljajo določila *Zakona o varstvu potrošnikov* in *Pravila pri sezonskih razprodajah tekstilnega blaga in obutve,* ki jih je sprejela Trgovinska zbornica Slovenije (TZS).
- **Začetek zimske in poletne razprodaje je dogovorjen okviru TZS**. Datum in trajanje razprodaje v posamezni prodajalni določi trgovec, vendar lahko razprodaja traja največ 60 dni.

- V primeru, da se **trgovec NE odloči za sezonsko razprodajo**, pa lahko ponuja *popuste* skozi daljše časovno obdobje. To so razne akcije, gotovinski popusti ….
- **Vračilo brezhibnega izdelka**: trgovec takega izdelka ni dolžan sprejeti. Od poslovne prakse vsakega posameznega trgovca pa je odvisno, kako bo obravnaval zahtevo potrošnika.



**Vaja 1: Najprej preberite članek ZPS »Označevanje cen pri razprodajah in zamenjava blaga«. Nato odgovorite na vprašanja.**

| **»Označevanje cen pri razprodajah in zamenjava blaga«** | **Vprašanja** |
|---|---|
| Potrošnica se je v času zimskih razprodaj ustavila v trgovini z oblačili. V izložbi je bilo označeno, da so cene izdelkov *znižane za 30 %.* V trgovini je opazila *hlače*, ki so ji bile všeč, vendar pa je bila na njih navedena zgolj *redna cena,* zato je sklepala, da niso znižane. *Zato je kupila le majico z označeno znižano ceno*.<br>Kasneje je v pogovoru s prijateljico ugotovila, da je ta v isti trgovini na razprodaji kupila po znižani ceni, ki je bila za 30 odstotkov nižja od označene, prav hlače, ki jih je nameravala kupiti tudi sama. Potrošnico je to dejstvo razburilo, saj bi hlače po znižani ceni kupila tudi ona.<br>Odpravila se je v trgovino z namenom, *da bi kupljeno majico zamenjala za hlače, vendar pa prodajalka njeni želji ni ugodila.*<br><br>Vir: spletni portal ZPS: http://www.zps.si/ | 1. Ali so v trgovini z oblačili pravilno označili blago na razprodaji? _____<br>Odgovor pojasnite<br>_____<br>_____<br>_____<br>_____<br>2. Ali potrošnica lahko vztraja na zamenjavi majice za hlače? _____ Odgovor pojasnite.<br>_____<br>_____<br>3. Če bi potrošnica ugotovila, da ima majica, kupljena na razprodaji, stvarno napako, ali bi lahko vztrajala na zamenjavi? _____ Odgovor pojasnite.<br>_____ |



**Vaja 2: Oglejte si letak o razprodaji in odgovorite na vprašanja.**



NOGAVIČKE, d. o. o. , N. Gorica

**Kotnikova 2, 5000 Nova Gorica**

VELIKA ZIMSKA RAZPRODAJA

DO 50 %

ZA VSE ZIMSKE NOGAVICE

3. 1. 2011 - 20. 1. 2011

Občutek toplote za vaše noge!

1. Katere podatke mora obvezno vsebovati vsaka objava o razprodaji?
   - _____
   - _____
   - _____
   - _____
   - _____
2. Kam bi vi izobesili plakat o razprodaji?
   _____
   Svoj odgovor pojasnite.
   _____
3. Kako bi potrošnike še dodatno obvestili o napovedani razprodaji?
   _____
   _____
4. V katerih primerih se objavi popolna razprodaja? _____
   _____



- Po preteku roka razprodaje blagu, ki ga nismo uspeli prodati na razprodaji, NE SMEMO ZVIŠATI CENE na prejšnjo ceno. Toda ceno lahko še dodatno znižamo in označimo kot **ugodna prodaja.**

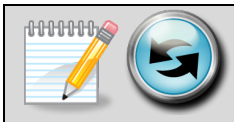
- **Če trgovec ponuja blago z napako (poškodovano, umazano …),** mora tako blago (kot pri razprodaji) fizično ločiti od redne prodaje brezhibnega blaga in vidno opozoriti, da gre za blago z napako, ter vsak kos blaga posebej označiti.

- **Prodaja blaga po znižanih cenah** (ne glede na razlog znižanja) se mora ločiti od redne prodaje (v posebni prodajalni, na posebnem oddelku, posebnem pultu). Najpogostejši razlogi so: akcijska ponudba, prodaja izdelkov tik pred iztekom roka, tovarniško znižanje cen, priložnostna prodaja na sejmih, uvajanje izdelka na določen trg …



**Vaja 4: Na primeru razprodaje odgovorite na vprašanja in izračunajte ceno blaga v razprodaji.** *Povezava z modulom Poslovanje trgovskega podjetja, vsebinski sklop Poslovno računstvo.*

| **Poletna razprodaja oblačil in obutve od 30 % do 70 %** | **Vprašanja in izračuni** |
|---|---|
| • Vrednost blaga v prodajalni: 5.000,- €<br>• Vrednost blaga v razprodaji: 2.000,- €<br>• Ženski usnjeni sandali, model Viva, velikost 37:<br>- redna cena: 65,42 € /par<br>- znižanje 30 %<br><br><br>Vir: http://24ur.com/novice/slovenija/razprodaje-so-ze-tu.html, 4. 1. 2010 | 1. Koliko znaša najvišji % znižanja? _____<br>2. Kolikšno vrednost blaga v razprodaji mora zajemati najvišji % znižanja (torej 70 %)?<br>_____<br>3. Izračunajte ceno ženskih sandalov, model Viva, na razprodaji.<br>4. Kdo v RS določa začetek poletne oz. zimske razprodaje? _____<br>5. Katere predpise mora trgovec upoštevati v času razprodaje?<br>_____<br>_____<br>6. Koliko dni največ lahko traja poletna razprodaja?<br>_____<br>7. Kaj bi svetovali trgovcu, če zgoraj navedenega izdelka ne bo uspel prodati na razprodaji?<br>_____<br>8. Ali trgovec z obutvijo lahko prodaja sandale z napako oz. po znižani ceni? _____ Odgovor pojasnite.<br>_____<br>_____ |



**Vaja 5: Postavite se v vlogo prodajalca v trgovini na drobno. Ustvarite letak, s katerim boste potrošnike opozorili na ugodno prodajo ali prodajo blaga z napako ali akcijsko ponudbo. V pomoč vam je plakat pri nalogi številka 2.** *Povezava z umetnostjo.*

## LASTNOSTI BLAGA IN EMBALAŽA

*Kako ukrepate, ko ugotovite, da se je doma živilo pokvarilo, čeprav ga hranite v originalni embalaži? Ko se odpravite po nakupih, ali s seboj vzamete že večkrat rabljeno plastično vrečko ali nosilno vrečko iz reciklirane plastike za večkratno uporabo ali vrečko iz tekstila …?*

**Podjetje je dolžno storiti vse,** kar je potrebno, da se ohranijo vse lastnosti blaga**, zlasti blaga z omejenim rokom uporabe.** Prodajalec mora ponujati blago v **primerni embalaži.**



- Če je za blago predpisan **rok uporabnosti,** mora biti ta rok na blagu *vidno in čitljivo označen.*
- **Rok uporabnosti živila** je za potrošnike izjemno pomemben podatek**,** označen mora biti na vsakem predpakiranem izdelku. Rok uporabnosti živila je:
  - **datum minimalne trajnosti živila** (datum je označen z besedami »uporabno najmanj do…« ali »uporabno najmanj do konca ...«) ali pa
  - **datum uporabe** (datum je označen z besedami »porabiti do ...«).
- Na potrošnikovo zahtevo mora prodajale blago **posebej zaviti,** potrošniku se lahko zaračuna le dejanske stroške zavijanja.
- Embalaža mora biti **zdravju neškodljiva, primerna obliki in teži blaga** in ne sme zavajati potrošnika o velikosti in teži blaga.
- Prodajalec mora na potrošnikovo zahtevo **obdržati embalažo.**



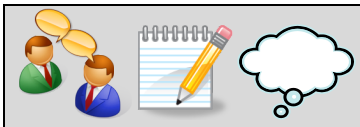
**Vaja 1: Na embalaži različnih živil preberite rok uporabnosti. Nato izpolnite spodnjo tabelo.** *Povezava z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Poznavanje blaga.*

| **DATUM UPORABNOSTI ŽIVILA** | | |
|---|---|---|
| **»porabiti do …«** | **»uporabno najmanj do«** | **navedba roka uporabnosti NI OBVEZNA** |
| Primeri živil:<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br><br>Hramba: | Primeri živil:<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br><br>Hramba: | Primeri živil:<br>• _____<br>• _____<br>• _____<br><br>Hramba: |



**Vaja 2: Dopolnite seznam napotkov pri nakupovanju živil, ki bi jih moral upoštevati vsak potrošnik.** *Povezava z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Poznavanje blaga.*

| Pojmi za pomoč | Seznam napotkov pri nakupovanju živil |
|---|---|
| 1. deklaracija na živilih | 1. Natančno preberite oznake oz deklaracije na živilih (zlasti rok uporabnosti, sestavo, hranilno vrednost in navodila za uporabo – še posebej navodila za shranjevanje). |
| 2. poškodovana embalaža | 2. _____ |
| 3. nakup hitro pokvarljivih živil | 3. _____ |
| 4. nakupovalne vrečke | 4. _____ |
| 5. hramba živilskih in neživilskih izdelkov | 5. _____ |



**Vaja 3: Kako bi rešili problem: »Povprečen Slovenec porabi letno od 150–300 plastičnih vrečk, in sicer največ brezplačnih vrečk?«**

Vir: Izsek iz članka »Plastične vrečke so kuga našega planeta«, http://m.24ur.com/bin/mobile/index.php?article_id=3504206

1. Zakaj so zavržene plastične vrečke tako velik problem?
   _____
2. Kdo naj bi se lotil danega problema v Sloveniji?
   _____
3. Predlagajte vsaj tri možne rešitve, da bi zmanjšali uporabo plastičnih vrečk.
   - _____
   - _____
   - _____
4. Kje vidite ovire (težave) za uresničitev predlaganih rešitev? Navedite vsaj dve oviri.
   - _____
   - _____
5. Predlog Zakona o prepovedi uporabe plastičnih vrečk predvideva obdavčitev nepotrebne embalaže z ekološko dajatvijo v višini 0,002 € in globo v višini od 2.000,- € do 5.000,- € za trgovca, ki bo potrošniku ponudil brezplačno plastično vrečko. Ali se bo povpraševanje po plastičnih oz. ekoloških vrečkah spremenilo?
   _____
6. Katera sosednja država je 1. januarja 2011 že prepovedala uporabo plastičnih vrečk?
   _____
7. Ali ste mladi ekološko ozaveščeni glede uporabe nakupovalnih vrečk? Odgovor utemeljite.
   _____
8. Kdo bi največ pridobil s prepovedjo uporabe plastičnih vrečk? Odgovor utemeljite.
   _____

**Vaja 4: Razložite pomen ekoloških oznak za ravnanje z odpadno embalažo, tako da poiščite ustrezne dvojice.** Povezava *z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Poznavanje blaga.*

| Zap. št. | EKOLOŠKA OZNAKA za ravnanje z odpadno embalažo | Par | | Zap. št. | Razlaga |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 |  | | | A | **Mobiusova zanka** je simbol za izdelek ali embalažo, ki ima na koncu življenjskega cikla določeno zbiranje in procese recikliranja. |
| 2 |  | | | B | **Simbol s krožnico** uporabljajo za embalažo, ki je delno ali v celoti izdelana iz recikliranega materiala. |
| 3 |   | | | C | **Trikotnik** je mednarodni simbol, ki pomeni, da izdelek lahko recikliramo. Praviloma je sredi trikotnika napisana številka, spodaj pa je kratica, ki označuje vrsto materiala. |
| 4 |  | | | D | **Slika smetnjaka** opozarja, da je embalažo treba odvreči na primerno mesto. Z vzpostavitvijo sistema za ravnanje z odpadno embalažo je primerno mesto zbiralnica. |
| 5 |  | | | E | **Evropsko marjetico** EU podeli proizvodom, ki zmanjšujejo negativne vplive na okolje, pripomorejo h gospodarni rabi energetskih virov in visoki ravni varstva okolja ter zaradi okoljske note pomenijo dodano vrednost za končnega potrošnika. |
| 6 |   | | | F | **Slika smetnjaka s podnapisom recycling** opozarja na to, da je embalaža iz materiala, ki ga je mogoče reciklirati. Poleg slike je včasih tudi opis z ekološko vsebino. |
| 7 |  | | | G | **Zelena pika** označuje, da je embalaža izdelka vključena v sistem ravnanja z odpadno embalažo ter da se zbira, ponovno uporabi, reciklira ali drugače ustrezno predela. Zelena pika je *najbolj razširjen ekološki znak v Evropi* in se pojavlja na embalaži izdelkov. |

Vir: Snaga Ljubljana, http://www.jh-lj.si/snaga/locevanje/embalaza/embalaza_oznake in Ministrstvo za okolje in prostor, http://www.mop.gov.si/si/delovna_podrocja/okoljski_management/

## INFORMIRANJE POTROŠNIKA PRI PRODAJI BLAGA IN STORITEV

*Pri kateri blagovni skupini sta v ospredju prodajnega postopka prodajalčevo znanje o lastnostih blaga in veščina prikazovanja delovanja stvari? Katere dokumente mora prodajalec izročiti potrošniku za prodano blago?*

Podjetje mora potrošnika **seznaniti z lastnostmi ponujenega blaga**, po katerem povprašuje. Na izbranem kosu blaga mora potrošniku **nazorno prikazati delovanje in ugotoviti njegovo brezhibnost.** Če to ni mogoče, mora **potrošniku izročiti podrobna navodila in pojasnila o prodanem blagu.**



- Blago, pri katerem je za njegovo pravilno uporabo potreben določen postopek ali bi potrošnik z njegovo napačno uporabo lahko povzročil nevarnost zase ali za druge ali onesnažil okolje, mora proizvajalec priložiti **navodilo za uporabo.**
- **Navodilo za uporabo:**
  - Lahko je tudi prilepljeno ali natisnjeno na blagu oz. na njegovi embalaži.
  - Lahko je v obliki besedila, slike ali skice oz. kombinacija teh oblik.
  - Mora biti za potrošnika lahko razumljivo in mu mora omogočati pravilno uporabo izdelka.
  - Za blago, ki se prodaja v RS, mora biti v celoti v slovenskem jeziku.
- **Dokumentacija za potrošnika:**
  - Podjetje mora za prodano blago oziroma opravljeno storitev potrošniku **izdati račun in mu omogočiti, da preveri pravilnost zaračunanega zneska.**
  - Za blago, ki se prodaja v prodajalnah, zunaj prodajaln ali na daljavo mora podjetje izročiti potrošniku:
    - oznake
    - certifikat
    - izjavo o skladnosti
    - garancijski list
    - navodila za uporabo in sestavo
    - seznam pooblaščenih servisov
    - druge spremne dokumente, če je s predpisom določeno

Nekatere zgoraj navedene dokumente že poznate iz predhodnih poglavij, zato si bomo ogledali samo primere še nepoznanih dokumentov.



**Vaja 1: Oglejte si del vzorca certifikata o skladnosti gradbenih izdelkov in storitev in odgovorite na vprašanja.** Povezava *z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Poznavanje blaga.*




Vir: Zavod za gradbeništvo Slovenije

1. Katera neodvisna institucija v RS izdaja certifikat o skladnosti za gradbene izdelke in storitve?

   _____

2. Kaj dokazuje ta certifikat (odgovor je skrit v navodilu)?

   _____

**Vaja 2: Preberite izsek iz navodil za uporabo likalnika in odgovorite na vprašanja.** Povezava *z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Poznavanje blaga ali z izbirnim modulom Upravljanje z blagovno skupino tehničnega blaga.*

| **Izsek iz navodil za uporabo likalnika** | **Vprašanja** |
|---|---|
| • Pozorno preberite navodila za uporabo.<br>• Ne pustite likalnika brez nadzora, kadar je vključen.<br>• Napravo ob prisotnosti otrok uporabljajte zelo previdno.<br>• Ne uporabljajte likalnika, če je kabel obrabljen.<br>• Preden likalnik napolnite z vodo, ga izključite iz vtičnice.<br>• Po končanem likanju likalnik izklopite iz vtičnice in izpraznite rezervoar za vodo.<br>• Aparat ni namenjen, da bi ga uporabljali otroci in osebe z zmanjšanimi fizičnimi ali psihičnimi sposobnostmi in tudi ne osebe s pomanjkljivimi izkušnjami in z znanjem, razen če jih pri uporabi nadzoruje ali jim svetuje oseba, ki je odgovorna za njihovo varnost. Otroci naj se ne igrajo z aparatom.<br><br>Vir: http://www.gorenje.si/akcija-meseca?c=199556 | 1. Kaj moramo storiti, še preden začnemo uporabljati likalnik? _____<br>2. Ali vključen likalnik lahko pustimo brez nadzora? _____<br>3. Kako naj uporabljamo likalnik, če je v bližini otrok? _____<br>4. Zakaj ne smemo uporabljati likalnika, če je kabel obrabljen? _____<br>5. Kaj moramo storiti po končanem likanju? _____ _____<br>6. Kdo ne sme brez nadzora druge odrasle osebe uporabljati likalnika?<br>- _____<br>- _____<br>- _____<br>7. Zakaj proizvajalec odsvetuje otroško igro z aparatom? _____ _____ |

**Vaja 3: Oglejte si spodnjo oznako in odgovorite na vprašanja.** Povezava *z modulom Prodaja blaga, vsebinski sklop Poznavanje blaga ali z izbirnim modulom Upravljanje z blagovno skupino tekstilij in drogerijskih izdelkov.*




Vir: http://www.dolceta.eu/slovenija/Mod3/spip.php?article275

1. Na katerih izdelkih včasih opazite to oznako? _____
2. Kaj dokazuje ta mednarodna ekološka oznaka (v pomoč vam je besedilo pri naslednjem vprašanju)? _____ _____
3. Ali poznate slovenskega proizvajalca, ki je že pridobili certifikat, s katerim dokazuje, da njegovi izdelki ne vsebujejo škodljivih snovi in ne ogrožajo človekovega zdravja in okolja? _____
4. Navedite še druge oznake na tekstilnih izdelkih. _____

## STVARNA NAPAKA



*Ali veste, da potrošnik lahko uveljavlja pravice zaradi stvarne napake ali garancije ali vračila blaga brez napake?*



**Prodajalec mora potrošniku izročiti blago v skladu s pogodbo in odgovarja za stvarne in pravne napake svoje izpolnitve.**



**Stvarna napaka** pomeni, da stvar nima lastnosti, ki se normalno pričakujejo ali pa so bile dogovorjene. **Pravna napaka** pomeni, da prodana stvar nima ustrezne pravne lastnosti.



**Vaja 1: Oblikujte seznam stvarnih in pravnih napak, tako da poiščite ustrezne dvojice.**

| Zap. št. | STVARNE oz. PRAVNE NAPAKE NA BLAGU | Par | | Zap. št. | Primer |
|---|---|---|---|---|---|
| A | Če ima do prodane stvari nekdo tretji svojo pravico, ki lastninsko pravico kupca omejuje ali izključuje. | | | 1 | Mobilni telefon na deluje. |
| B | Če stvar nima lastnosti, ko so potrebne za njeno normalno rabo ali za promet. | | | 2 | Konec decembra 2010 je potrošnik nabavil nov TV sprejemnik, vendar ne more spremljati digitalnih programov. |
| C | Če je prodajalec izročil stvar, ki se ne ujema z vzorcem ali modelom, razen če je bil vzorec ali model prikazan zaradi obvestila. | | | 3 | Potrošnik je nameraval kupiti pralni stroj, ki ima še dodatno funkcijo hladnega pranja Cold Wash pri temperaturi 15 °C za manj umazano perilo. Zato je svojo željo povedal prodajalcu. Vendar doma je razočaran ugotovil, da kupljeni pralni stroj sploh nima želene funkcije. |
| D | Če stvar nima lastnosti, ki so bile izrecno ali molče dogovorjene oz. predpisane. | | | 4 | Potrošnik se je v avtosalonu navdušil nad osebnim športnim avtomobilom rdeče barve in ga takoj naročil. Naročeni izdelek pa so mu dobavili v črni barvi. |
| E | Če stvar nima lastnosti, ki so potrebne za posebno rabo, za katero jo kupec kupuje, ki pa je bila kupcu znana oz. bi morala biti znana. | | | 5 | Potrošnik je pri podjetju, ki ponuja rabljene avtomobile, nabavil rabljen avto. Kasneje pa se je pojavil njegov pravi lastnik, saj je bil avto ukraden. |

**Kateri primeri se nanašajo na stvarne oz. pravne napake?**

_____



## Uveljavljanje stvarne napake na blagu in obveznosti potrošnika

- Potrošnik lahko uveljavlja stvarno napako **za vsak kupljen izdelek** (ne glede na garancijo) le proti prodajalcu.
- Potrošnik mora prodajalca obvestiti o napaki v roku 2 mesecev od dneva, ko je bila napaka odkrita, in v roku 2 let od nakupa.
- Potrošnik lahko osebno obvestiti prodajalca o stvarni napaki, pri čemer mora prodajalec potrošniku izdati potrdilo. Lahko pa tudi pošlje pisno obvestilo v prodajalno, kjer je stvar kupil, ali zastopniku prodajalca, s katerim je sklenil pogodbo.
- Potrošnik mora v obvestilu o napaki natančno opisati napako in omogočiti prodajalcu, da stvar pregleda.

**Odgovornost prodajalca za stvarne napake:**

- Prodajalec NE ODGOVARJA za stvarne napake na blagu, ki se pokažejo po tem, ko **mineta 2 leti**, odkar je stvar izročil potrošniku.
- Ko gre za prodajo RABLJENE STVARI, prodajalec ne odgovarja za stvarne napake na blagu, ko **mine 1 leto,** odkar je stvar izročil potrošniku.
- Če se napaka pojavi **v roku 6 mesecev od izročitve potrošniku**, se šteje, da je obstajala že v času izročitve.



**Vaja 2: Dokončajte shemo, ki ponazarja uveljavljanje potrošnikovih pravic iz naslova stvarne napake.**

P - - - - - - - K

- Ustno ali pisno _____ v roku _____od dneva, ko je bila napaka odkrita in v roku _____ od nakupa.
- Natančno _____napako in omogočiti prodajalcu, da stvar _____.

P - - - - - - - - C

**Pravice potrošnika iz naslova stvarne napake na blagu oz. pomanjkljivo opravljene storitve:**





Potrošnik, ki je prodajalca pravilno obvestil o stvarni napaki na blagu oz. pomanjkljivo opravljeni storitvi, lahko zahteva:

- odpravo napake na izdelku (pomanjkljivosti pri opravljeni storitvi),
- vrnitev dela vplačanega zneska sorazmerno z napako (pomanjkljivostjo pri opravljeni storitvi),
- zamenjavo blaga z napako z novim brezhibnim blagom (ponovno opravljanje storitve) ali
- vrnitev plačanega zneska (odstop od pogodbe).

**Potrošnik sam izbira, katerega od štirih zahtevkov bo naslovil na prodajalca. Poleg tega lahko potrošnik zahteva od prodajalca tudi:**

- povračilo škode in
- povračilo stroškov, ki nastanejo potrošniku zaradi uveljavitve stvarne napake (to so stroški materiala, nadomestnih delov, prenosa in prevoza izdelka).



**Dolžnosti prodajalca**

- Če napaka ni sporna**,** mora podjetje čim prej, vendar najkasneje **v roku 8 dni,** ugoditi potrošnikovi zahtevi.
- Podjetje mora pisno odgovoriti potrošniku najkasneje **v roku 8 dni** po prejemu potrošnikove zahteve, če je napaka sporna.

**Uničenje, izguba ali poškodba proizvoda, ki je bil dan v popravilo**

- Če podjetje uniči ali izgubi proizvod, ki mu je bil dan v popravilo, vzdrževanje ali dodelavo, je dolžno potrošniku po njegovi izbiri izročiti v **8 dneh** nov enak proizvod ali mu takoj plačati odškodnino v višini maloprodajne cene novega proizvoda.
- Če podjetje poškoduje ali pokvari proizvod, ki mu je bil dan v popravilo**,** vzdrževanje ali dodelavo, je dolžno na lastne stroške **v 3 dneh** odpraviti okvaro oziroma poškodbo, kadar se s tem ne zmanjšata vrednost in uporabnost proizvoda. V primeru, da tega ni mogoče zagotoviti, pripada potrošniku nov enak proizvod.

**Vračilo izdelka brez napake**

- Prodajalec po zakonu **ni dolžan** vrniti denarja za blago brez napake.
- V skladu z dobro poslovno prakso prodajalec pogosto ponudi potrošniku nakup drugega izdelka v enaki vrednosti.
- Prodajalec se sam odloči, ali bo vzel nazaj izdelek s poškodovano embalažo.



**Vaja 3: V pravokotniku z znakom X označite, ali je rešitev pravilna ali napačna.**

| Trditve | Pravilno | Napačno |
|---|---|---|
| 1. Potrošnik lahko uveljavlja stvarno napako na blagu samo za izdelek, ki ima garancijo. | | |
| 2. Pravice iz stvarne napake lahko potrošnik uveljavlja proti proizvajalcu in proti prodajalcu. | | |
| 3. Stvarne napake na blagu zastarajo v roku 2 let, odkar je prodajalec izročil blago potrošniku. | | |
| 4. Potrošnik mora obvestiti prodajalca o stvarni napaki na blagu oz. pomanjkljivo opravljeni storitvi v roku 3 mesecev od izročitve blaga oz. opravljene storitve. | | |
| 5. Če se pojavi stvarna napaka v roku 12 mesecev od nakupa, se šteje, da je obstajala že v času izročitve blaga potrošniku. | | |
| 6. Če napaka ni sporna, mora podjetje čim prej, vendar najkasneje v roku 8 dni ugoditi potrošnikovi zahtevi. | | |
| 7. Prodajalec mora vrniti denar za blago brez napake. | | |
| 8. V skladu z dobro poslovno prakso prodajalec pogosto ponudi potrošniku nakup drugega izdelka manjše vrednosti. | | |
| 9. Če podjetje uniči, izgubi ali poškoduje izdelek, ki mu je bil dan v popravilo, nima nobenih obveznosti do potrošnika. | | |

## PRIMERJAVA MED GARANCIJO IN STVARNO NAPAKO

*Postavite se v vlogo prodajalca. Na kaj morate biti pozorni pri uveljavljanju potrošnikovih pravic zaradi garancije oz. stvarne napake?*

**Dokler NE POTEČE 8-dnevni rok od PISNEGA uveljavljanja zahtevka s strani potrošnika, NI KRŠITVE. Zato tudi potrošnik ne more uveljavljati pravic pri Tržnem inšpektoratu RS ali sodišču.**

**Napotki za prodajalca:**

- Prodajalec mora biti obveščen o napaki v navedenih rokih (potrebno je pisno obvestilo s strani potrošnika), če imate le ustno obvestilo, bo le-to potrošnik zelo težko dokazoval.
- V obvestilu mora potrošnik natančno opisati napako.
- Prodajalec mora imeti priložnost, da stvar pregleda in oceni morebitno napako.
- Potrošnik mora navesti, katero pravico želi uveljavljati.
- Prodajalec mora nujno odgovoriti potrošniku v roku 8 dni – tako v primeru, če ugodi zahtevi kot tudi v primeru, če se ne strinja z uveljavljanjem napake oziroma garancije.

**Vaja 1: Garancijo in stvarno napako primerjajte po danih kriterijih, tako da izpolnite manjkajoče celice v tabeli. V pomoč vam je vaja 3 na str. 26.**

| Kriterij | Garancija | Stvarna napaka |
|---|---|---|
| **uveljavitev** | Garancijo lahko potrošnik uveljavlja za izdelek, za katerega je bila oziroma bi morala biti dana garancija. | |
| **rok** | | Potrošnik mora o napaki obvestiti prodajalca v 2 mesecih od odkritja napake. Po preteku 2 let od nakupa prodajalec ne odgovarja več. |
| **pravice** | | Potrošnik lahko zahteva po lastni izbiri:<br>- odpravo napake,<br>- vračilo dela plačanega zneska sorazmerno z napako,<br>- zamenjavo za nov brezhiben izdelek ali<br>- vračilo plačanega zneska. |
| **odgovornost** | Garancijo lahko potrošnik uveljavlja pri proizvajalcu ali prodajalcu. | |

# 7. POSEBNE VRSTE PRODAJE BLAGA



**Novo znanje:**

- **Dostava blaga na dom**
- **Pogodbe, sklenjene na daljavo**
- **Pogodbe, sklenjene izven poslovnih prostorov**
- **Prodaja na obroke**

## 7.1 DOSTAVA BLAGA NA DOM



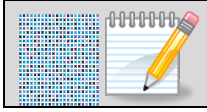
*Za katero blago se potrošniki pogosto dogovorimo o dostavi na dom? Ali dostava na dom pomeni puščanje blaga pred vrati potrošnikovega stanovanja?*



**Če se podjetje in potrošnik dogovorita o dostavi na dom ali drug kraj, mora podjetje blago dostaviti v POTROŠNIKOVO STANOVANJE v brezhibnem stanju, v dogovorjeni količini in v dogovorjenem času. Hkrati mu mora izročiti vso pripadajočo dokumentacijo.**



*Puščanje blaga pred vrati potrošnikovega stanovanja NI dostava na dom.*



**Vaja 1: Preberite situacijo in odgovorite na vprašanja.**

| Situacija | Vprašanja |
|---|---|
| Pred tremi meseci se je potrošnik dogovoril s salonom pohištva o dostavi nove kuhinje na njegov domači naslov. Ko se je včeraj vrnil z dela, je presenečen zagledal pohištvo pred vhodnimi vrati stanovanjskega bloka. Nemudoma je poklical prodajalca in zahteval dostavo naročenega pohištva v njegovo stanovanje. Prodajalec je pojasnil, da brezplačna dostava na dom pomeni le dostavo do vhodnih vrat stanovanjskega bloka, ne pa tudi v stanovanje.<br><br><br>Vir:<br>http://www.zps.si/pravice/trgovina/dostava-na-dom.html?Itemid=645 | 1. Čigavo stališče je pravilno?<br>_____<br>2. S katerim argumentom lahko podprete kupčevo stališče?<br>_____<br>_____<br>3. Katero dokumentacijo mora prodajalec izročiti potrošniku ob dostavi na dom?<br>_____<br>_____<br>4. Katerega inšpektorja naj obvesti potrošnik, če prodajalec ne bi hotel upoštevati zakonskih določil?<br>_____<br>5. Ali brezplačna dostava na dom vedno vključuje tudi brezplačno montažo? ____ Odgovor pojasnite.<br>_____ |

## 7.2 POGODBE, SKLENJENE NA DALJAVO

*Ali imate izkušnje z nakupi na daljavo: po katalogu, telefonu, internetu…? Za katero blago oz. storitev ste sklenili pogodbo na daljavo? Ali ste kdaj pomislili na morebitno zlorabo kreditne kartice pri internetnem nakupu?*

Pogodbe, sklenjene na daljavo, so posebni tip pogodb, ko **ni potrebna istočasna fizična prisotnost pogodbenik strank.** Podjetje (s. p. oz. gospodarska družba) za namen sklenitve pogodbe na daljavo uporablja **eno ali več sredstev za komunikacijo na daljavo.**

**a) Sredstva za komuniciranje na daljavo** so pisemske pošiljke in druge tiskovine, katalogi, telefonski pogovori, oglaševanje v tisku z naročilnico, televizijska prodaja, faks naprava, elektronska pošta in svetovni splet oziroma internet.



**b) Sklenitev pogodbe na daljavo**

- **Obvezne informacije pred sklenitvijo prodajne pogodbe:**
  - firma in sedež podjetja
  - bistvene lastnosti blaga ali storitve
  - cena blaga ali storitve, vključno z DDV (in druge dajatve)
  - stroški dostave in rok dobave
  - način plačila
  - opis pravice do odstopa od pogodbe
  - stroški, povezani z uporabo komunikacijskega sredstva (če odstopajo od običajnih)
  - rok veljavnosti ponudbe, še posebej cene
  - za **tehnično blago** še dodatni podatki: naslov za ugovore in pripombe, podatke o servisni službi in garancijskih pogojih in pogoji za odstop od pogodbe

- V vsakem primeru pa mora podjetje (razen če se pogodba sklene izključno z izmenjavo elektronske pošte) takoj po prejemu naročila potrošniku **potrditi naročilo, in sicer v elektronski obliki ter posredovati pogodbena določila v** obliki, ki zagotavlja njihovo hranjenje in kasnejšo uporabo.

- **Davki pri prodaji preko interneta**
  - Nakup blaga **od trgovca znotraj EU:** uporablja se davčna stopnja države, kjer smo opravili nakup (izjema je nakup avtomobila).
  - Nakup blaga **preko interneta od trgovca zunaj EU:** trgovec mora navesti ceno brez davka, davek se plača kasneje ob uvozu v Slovenijo.
  - Nakup »izdelka brez dostave« (npr. računalniškega programa) **preko interneta od trgovca zunaj EU:** trgovec mora vključiti naš DDV v ta nakup.

**c) Pravice potrošnika pri prodaji na daljavo – odstop od pogodbe**

- Potrošnik ima pravico, da **v roku 14 dni od prejema blaga ali v roku 14 dni od sklenitve pogodbe** podjetju sporoči, da odstopa od pogodbe, ne da bi mu bilo treba navesti razlog za svojo odločitev. Edini strošek, ki bremeni potrošnika v zvezi z odstopom od pogodbe, je neposreden strošek vračila blaga.

**d) Dolžnosti prodajalca pri prodaji na daljavo – odstop od pogodbe**

- Če je potrošnik obvestil podjetje, da odstopa od pogodbe, mu mora podjetje **vrniti vsa opravljena plačila najkasneje v 30 dneh** od prejema obvestila o odstopu.
- **Pozor: Potrošnik NIMA pravice do odstopa od pogodbe, sklenjene na daljavo, v naslednjih primerih:**
  - blago, ki je bilo izdelano po natančnih navodilih potrošnika,
  - blago, ki je hitro pokvarljivo, ali kateremu je že potekel rok uporabe,
  - avdio ali video posnetki in računalniški programi, če je potrošnik odprl varnostni pečat,
  - loterija in igre na srečo,
  - časopisi in revije.

**e) Dolžnosti potrošnika pri prodaji na daljavo – odstop od pogodbe**

- Če je potrošnik blago že prejel in odstopa od pogodbe, mora blago nepoškodovano in v nespremenjeni količini odposlati podjetju **v 30 dneh** po obvestilu, da odstopa od pogodbe (lahko hkrati z obvestilom o odstopu v roku 14 dni). Izjeme: če je blago uničeno, pokvarjeno, izgubljeno ali se je količina zmanjšala brez potrošnikove krivde.

**f) Prodajalec - rok za izpolnitev obveznosti iz pogodbe**

- Podjetje mora izpolniti svoje **obveznosti iz pogodbe v roku 30 dni** od sklenitve pogodbe, razen če se stranki nista dogovorili drugače.
- **Če podjetje ne more izpolniti svoje obveznosti, ker blago ni na razpolago ali ker ni pogojev za opravljanje storitve,** mora podjetje o tem takoj obvestiti potrošnika in mu vrniti vsa opravljena plačila.

**g) Nenaročeno blago** 

- Potrošnik nima nikakršnih obveznosti v primeru nenaročene ponudbe blaga ali storitev.
- Če podjetje z namenom skleniti prodajno pogodbo **pošlje potrošniku blago, ki ga ta ni naročil**, se takšna pošiljka blaga šteje za reklamno darilo.

**h) Zloraba potrošnikove plačilne ali kreditne kartice** 

- Če se v zvezi s pogodbo, sklenjeno na daljavo, **zlorabi potrošnikova plačilna ali kreditna kartica,** ima potrošnik v primeru, da transakcija še ni bila opravljena, pravico do preklica plačila pri banki.
- V primeru, da je bilo denarno nakazilo **že opravljeno,** potrošnik lahko zahteva vračilo zneska od podjetja, kateremu je bil znesek nakazan.

**i) Varnost nakupovanja po internetu s kreditno kartico** 

- Nikoli ne smemo shraniti podrobnosti o naši kreditni kartici na trdem disku našega računalnika, ker lahko te informacije "prebirajo" nekateri virusni programi.
- Ko uporabljamo kreditno kartico za internetne nakupe, moramo vedno zagotoviti, da to počnemo prek varne povezave in varne strani (varne spletne strani so označene s ključavnico v spodnjem delu zaslona).
- Nekateri trgovci ohranjajo podatke o kreditnih karticah kupcev v svojih podatkovnih bazah. Take informacije lahko zlorabijo njihovi zaposleni ali tretje osebe, ki nezakonito pridobijo informacije z uporabo virusov ali vohunske programske opreme.

**j) Telefonska prodaja** 

- Pri telefonskih pogovorih mora oseba, ki v imenu podjetja vzpostavi telefonski stik, na začetku vsakega razgovora s potrošnikom **razkriti firmo in sedež podjetja in jasno povedati, da gre za klic, ki ima komercialni namen.**

**SPLOŠNO PRAVILO PRI PRODAJI NA DALJAVO**

Podjetje lahko uporablja sistem klicev brez posredovanja človeka, faks napravo in elektronsko pošto **samo z VNAPREJŠNJIM SOGLASJEM posameznega potrošnika**, ki mu je sporočilo namenjeno.

Če potrošnik pri kateremkoli stiku, vzpostavljenem s sredstvom za komunikacijo, **izjavi, da ne želi več prejemati sporočil na takšen način**, mu podjetje ne sme več pošiljati nobenih sporočil, ki so namenjena sklenitvi pogodbe za dobavo kateregakoli blaga ali katerekoli storitve.



**Vaja 1: Odgovorite na vprašanja.**

1. Navedite sredstva za komunikacijo na daljavo.

   _____

   _____

2. Navedite obvezne informacije, ki jih mora podjetje posredovati potrošniku še pred sklenitvijo pogodbe na daljavo.

   - _____
   - _____
   - _____
   - _____
   - _____
   - _____
   - _____
   - _____
   - _____

3. Kaj mora storiti prodajalec na daljavo, ko prejme potrošnikovo naročilo?

   _____

4. Od česa sta odvisna višina in čas plačila DDV pri nakupih na daljavo?

   _____

5. V kolikšnem roku lahko potrošnik odstopi od pogodbe, sklenjene na daljavo? _____
6. Kateri strošek bremeni potrošnika pri odstopu od pogodbe? _____
7. V kolikšnem času mora prodajalec izpolniti pogodbo? _____
8. Ali mora potrošnik plačati nenaročeno blago? _____, ker se taka pošiljka šteje za reklamno darilo.
9. Kako je z varnostjo spletnega nakupovanja?

   _____

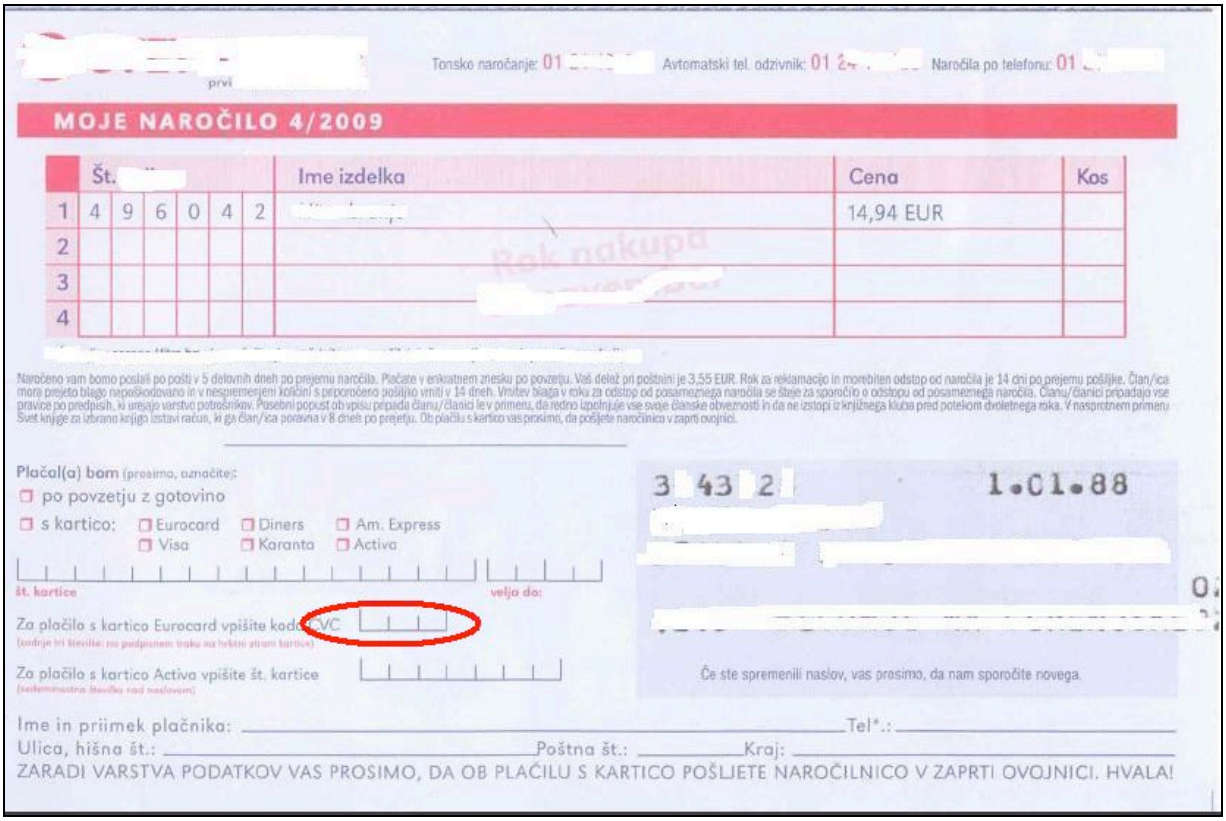
10. Če potrošnik izjavi, da ne želi več prejemati sporočil s sredstvi za komunikacijo na daljavo, kako mora ukrepati podjetje?

    _____

11. Koga boste obvestili, ko boste posumili, da gre za spletno goljufijo?

    _____

**Vaja 2: Natančno si oglejte primer tiskane naročilnice – nakup preko pošte in odgovorite na vprašanja.**



Tonsko naročanje: 01 Avtomatski tel. odzivnik: 01 Naročila po telefonu: 01

**MOJE NAROČILO 4/2009**

| | Št. | Ime izdelka | Cena | Kos |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 4 9 6 0 4 2 | | 14,94 EUR | |
| 2 | | | | |
| 3 | | | | |
| 4 | | | | |

Naročeno vam bomo poslali po pošti v 5 delovnih dneh po prejemu naročila. Plačate v enkratnem znesku po povzetju. Vaš delež pri poštnini je 3,55 EUR. Rok za reklamacijo in morebiten odstop od naročila je 14 dni po prejemu pošiljke. Član/ica mora prejeto blago neposkodovano in v nespremenjeni količini s priporočeno pošiljko vrniti v 14 dneh. Vrnitev blaga v roku za odstop od posameznega naročila se šteje za sporočilo o odstopu od posameznega naročila. Članu/članici pripadajo vse pravice po predpisih, ki urejajo varstvo potrošnikov. Posebni popust ob vpisu pripada članu/članici le v primeru, da redno izpolnjuje vse svoje članske obveznosti in da ne izstopi iz knjižnega kluba pred potekom dvoletnega roka. V nasprotnem primeru Svet knjige za izbrano knjigo izstavi račun, ki ga član/ica poravna v 8 dneh po prejetju. Ob plačilu s kartico vas prosimo, da pošljete naročilnico v zaprti ovojnici.

Plačal(a) bom (prosimo, označite):
- ☐ po povzetju z gotovino
- ☐ s kartico: ☐ Eurocard ☐ Diners ☐ Am. Express ☐ Visa ☐ Karanta ☐ Activa

št. kartice | velja do:

Za plačilo s kartico Eurocard vpišite kodo CVC

Za plačilo s kartico Activa vpišite št. kartice

3 43 2 1.01.88

Če ste spremenili naslov, vas prosimo, da nam sporočite novega.

Ime in priimek plačnika: _____ Tel*.: _____

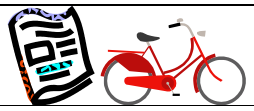
Ulica, hišna št.: _____ Poštna št.: _____ Kraj: _____

ZARADI VARSTVA PODATKOV VAS PROSIMO, DA OB PLAČILU S KARTICO POŠLJETE NAROČILNICO V ZAPRTI OVOJNICI. HVALA!

Vir: http://dmedos.blog.siol.net/files/2010/11/Kreditna-kartica-21.jpg

1. Katere načine plačila ponuja prodajalec na daljavo? _____in _____
2. Pojasnite, kaj pomeni *plačilo po povzetju z gotovino.* _____
3. Dopolnite. Plačilo po povzetju z gotovino uvrščamo med *gotovinska* plačila, plačilo s kartico Eurocard, Diners, American Express … pa med _____plačila.
4. Presodite, katera oblika plačila je bolj varna in zakaj? _____ _____
5. Navedite argument, ki potrjuje nevarnost plačevanja s kreditno kartico.(Bodite pozorni na označen podatek.) _____
6. Prepišite opozorilo potrošniku, kako mora ravnati, če izbere plačilo s kreditno kartico. _____
7. Do neke mere je to zaščita pred zlorabo kreditne kartice. Toda ali vsi potrošniki pazljivo preberejo zadnjo vrstico? _____
8. Če izpolnjeno tiskano naročilnico damo v zaprto ovojnico, je to »motivacija« tudi za tiste, ki bi radi pridobili številke kreditnih kartic skupaj s 3-mestno varnostno kodo. Ali je zaprta ovojnica dovolj varna? _____
9. Kateri način plačila naj izbere potrošnik, da bi se izognil morebitni zlorabi kreditne kartice? _____

**Vaja 3: Kako se zavarovati pred poslovnimi goljufijami pri nakupu na daljavo? Oblikujte seznam 5 zlatih pravil tako, da poiščite ustrezne dvojice.**

| Zap. št. | PRAVILO | Par | | Zap. št. | Razlaga |
|---|---|---|---|---|---|
| A | **Prepričajte se, kaj kupujete.** | | | 1 |  |
| B | **Pred nakupom preverite prodajalca, kupujte pri bolj znanih podjetjih.** | | | 2 |   |
| C | **Pazite komu, kdaj in na kakšen način posredujete vaše osebne podatke.** | | | 3 | **Splošni pogoji poslovanja** Splošni pogoji poslovanja spletne trgovine Večna mladost so objavljeni v skladu z Zakonom o varstvu potrošnikov. **Naročanje, dobava, plačilo, odstop od pogodbe …** |
| D | **Izpolnjujte obrazce le na tistih spletnih straneh, ki jih razumete.** | | | 4 |  |
| E | **Pred dokončnim naročilom preberite Splošne pogoje.** | | | 5 |  |

**Vaja 4: Oglejte si statistične podatke o spletnih nakupih blaga in storitev v 1. četrtletju 2009 v RS.** Povezava *z matematiko.*

| Statistični podatki o spletnih nakupih posameznikov v starosti od 10 – 74 let v RS | Vprašanja |
|---|---|
|   Vir: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2670 | 1. Kateri izdelki s skoraj 2/5 deležem izstopajo pri spletnih nakupih?<br>_____<br>2. Katerim storitvam pripada dobra desetina spletnih nakupov?<br>_____<br>3. Navedite dve prednosti spletnega nakupovanja.<br>• _____<br>• _____<br>4. Kaj je glavna ovira za razcvet e-nakupovanja?<br>_____<br>_____ |

## 7.3 POGODBE, SKLENJENE ZUNAJ POSLOVNIH PROSTOROV

*Ali so vas na vašem domu že kdaj obiskali zastopniki za prodajo posode, sesalcev, čistil ...brez vašega povabila in vas prepričevali, da bi kupili njihove »enkratne« izdelke? Ali ste se odločili za nakup?*

Pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov so posebne pogodbe. Le-te se NE sklepajo v prodajalni ali v poslovnem prostoru podjetja, ampak **na potrošnikovem domu, ko ga obišče zastopnik podjetja, ali na posebnih prireditvah ali izletih,** kamor ga povabijo iznajdljivi prodajalci. Med te pogodbe sodijo tudi potrošnikovi **nakupi na sejmih.**

- Če potrošnik sklene pogodbo zunaj poslovnih prostorov in **zastopnika (prodajalca) ni sam izrecno povabil k sebi domov,** lahko brez navajanja razloga **odstopi od pogodbe** in zahteva vrnitev vplačanega zneska. To pravico ima tudi v primeru, če z izdelkom ali s storitvijo ni nič narobe.



- Rok za odstop od pogodbe je **14 dni** od dneva dobave izdelka oz. sklenitve pogodbe za storitev.
- Podjetje mora potrošniku izročiti **pisno obvestilo z obveznimi podatki**:
  - firma in sedež podjetja,
  - vrsta in cena blaga,
  - pravica potrošnika do odstopa od pogodbe,
  - kraj in datum nakupa.

**Vaja 1: Preberite izsek iz primera »Nadlegovanje s prodajo na domu« in odgovorite na vprašanja.**

| Izsek iz primera »Nadlegovanje s prodajo na domu« | Vprašanja |
|---|---|
| Starejšo gospo so že večkrat obiskali zastopniki podjetja za prodajo knjig na domu in jo prepričali, da je kupila različne zbirke knjig. Gospa se je sicer zavedala, da knjig ne potrebuje, vendar so jo mladi agenti s svojim pristopom hitro prepričali, da je knjige kupila. Ob vsakem naročilu je dobila položnico, ki jo je plačala, nato pa so ji knjige poslali na dom.<br><br>Vir: http://www.zps.si/ | 1. Za katere pogodbe gre v tem primeru?<br>_____<br>2. Ali ima potrošnica pravico do odstopa od pogodb, čeprav so knjige brezhibne?<br>_____<br>3. V kolikšnem roku bi lahko potrošnica odstopila od pogodb in zahtevala vračilo že plačane kupnine?<br>_____<br>4. Kako bi označili ravnanje mladih zastopnikov? To je primer<br>_____<br>5. Katerega inšpektorja naj obvesti potrošnica, da ne bi bila več žrtev agresivne poslovne prakse? _____ |

## 7.4 PRODAJA NA OBROKE

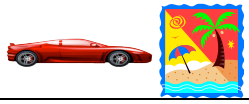
*Zakaj potrošniki pogosto kupujemo na obroke trajne potrošne dobrine (avto, pohištvo, gospodinjske aparate ...)? Ali je za potrošnika potrošniški kredit ugoden način nakupa avtomobila?*

S pogodbo o prodaji blaga na obroke se podjetje (s. p. oz. gospodarska družba) zavezuje, da bo **potrošniku izročilo določeno blago**, še preden mu bo kupnina popolnoma izplačana. Potrošnik pa se zavezuje, da bo **dolg odplačal v obrokih v določenih časovnih presledkih.**

- Pogodba o prodaji blaga oz. storitve na obroke se sklepa v **pisni obliki.**
- Ta pogodba je **zahtevnejša** kot pogodba o prodaji za gotovino, saj mora vključevati še dodatne podatke:
  - podatki o potrošniku,
  - skupni znesek vseh obročnih odplačil, vključno s pologom (kar je bilo plačano ob sklenitvi pogodbe),
  - znesek posameznega obroka, število obrokov ter roki plačila,
  - izrecno navedene pravice potrošnika.
- **Odstop podjetja od pogodbe (navedeni so le nekateri primeri):**
  - Če potrošnik zamuja z začetnim plačilom.
  - Če potrošnik zamuja z najmanj dvema zaporednima obrokoma po plačilu začetnega obroka.
  - V izjemnih primerih lahko sodišče na zahtevo potrošnika podaljša roke za plačilo zamujenih obrokov, če potrošnik da zavarovanje, da bo izpolnil obveznost in če prodajalec zaradi tega ne trpi škode.
- **Odstop potrošnika od pogodbe:**
  - Potrošnik lahko v vsakem primeru odstopi od pogodbe, če to pisno sporoči prodajalcu v **15 dneh po podpisu pogodbe.**
  - Potrošnik lahko kadarkoli predčasno odplača ostanek dolžne kupnine, in to brez pogodbenih obresti, razen stroškov izdelave obračuna predčasnega odplačila kupnine.
- **Razveza pogodbe**
  - Če se pogodba razveže, mora prodajalec vrniti potrošniku prejete obroke z zakonitimi obrestmi od dneva, ko jih je prejel, in mu povrniti nujne stroške, ki jih je imel za blago.
  - Potrošnik mora vrniti prodajalcu blago v stanju, v kakršnem je bilo tedaj, ko mu je bilo izročeno, in mu dati povračilo za njegovo uporabo vse do razveze pogodbe.

Več informacij lahko dobite v **Zakonu o potrošniških kreditih**, Ur. list RS, št. 59/2010, z dne 23. 7. 2010.
Vir: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=201059&stevilka=3270

**Vaja 1: Kaj moramo vedeti pred najemom potrošniškega kredita? Kolikšen kredit si lahko privoščimo? Oblikujte seznam 4 zlatih vprašanj in splošen nasvet, tako da poiščite ustrezne dvojice.**
Vir: brošura ZPS: Potrošniški krediti, 30. 10. 2010, http://www.zps.si/osebne-finance/krediti/potrosniski-krediti.html?Itemid=668

| Zap. št. | VPRAŠANJE oz. NASVET | Par | | Zap. št. | Razlaga |
|---|---|---|---|---|---|
| A | **Koliko denarja lahko mesečno namenim za odplačevanje potrošniškega kredita?** | | | 1 | Potem se nikakor ne odločite za nakup na potrošniški kredit, saj tvegate, da bo vaš finančni položaj še težji.  |
| B | **Kolikšen kredit potrebujem?** | | | 2 | Na podlagi vaših podatkov v preteklih mesecih izračunajte, kolikšni so vaši mesečni prihodki in odhodki. Pomislite tudi na nepredvidene stroške.  |
| C | **Koliko časa odplačevati potrošniški kredit?** | | | 3 | Šele ko ste prepričani, koliko kredita si lahko privoščite in kolikšne so vaše potrebe, začnite iskati ponudbo, ki ustreza vašim potrebam in finančni moči.  |
| D | **Kaj pa če si kredita ne morem privoščiti?** | | | 4 | Dobo odplačila potrošniškega kredita poskušajte prilagoditi dobi uporabe blaga, ki ga s kreditom kupujete. Avta ne plačujte več kot 3-5 let, kredit za počitnice pa odplačajte pred naslednjim dopustom.  |
| E | **SPLOŠEN NASVET** | | | 5 | Razmislite, koliko denarja za zaželeni nakup zares potrebujete. Mogoče imate dovolj privarčevanih sredstev, zato ni pametno najemati potrošniškega kredita.  |

# 8. NOSILCI VARSTVA POTROŠNIKOV

*Ko boste potrebovali informacije o potrošnikovih pravicah ali pa boste naleteli na težave pri uveljavljanju potrošnikovih pravic v RS oz. v drugih članicah EU, na katere institucije se boste obrnili?*

Dejavnosti s področja varstva potrošnikov se opravljajo kot **javna služba.** Te dejavnosti na podlagi koncesije (dovoljenja) **Urada za varstvo potrošnikov** lahko opravljajo **potrošniške organizacije.**

**a) Potrošniške organizacije** se lahko povezujejo v **zvezo potrošniških organizacij,** pri nas je to **Zveza potrošnikov Slovenije.**

- Potrošniška organizacija **ne sme** pridobivati sredstev od ponudnikov blaga in storitev.
- Dejavnosti s področja varstva potrošnikov, ki se opravljajo kot javna služba, so:
  - svetovanje potrošnikom
  - obveščanje in izobraževanje potrošnikov
  - izvajanje primerjalnih ocenjevanj blaga in storitev.

**b) Evropski potrošniški center v Sloveniji (EPC)** nudi potrošnikom informacije o njihovih pravicah na skupnem evropskem trgu in pomoč pri uveljavljanju potrošnikovih pravic v drugi državi EU.

- Deluje kot organizacijska enota v okviru ZPS.
- EPC je del Mreže evropskih potrošniških centrov (ECC - Net), ki vključuje centre iz 27 držav članic EU, Islandije ter Norveške. Vse storitve mreže ECC – Net so za potrošnike brezplačne.

Več informacij o potrošnikovih pravicah v EU in reševanju čezmejnih sporov lahko poiščete na spletni strani Evropskega potrošniškega centra v Sloveniji.
http://www.epc.si/index.php?option=com_content&view=section&layout=blog&id=12&Itemid=60&lang=sl

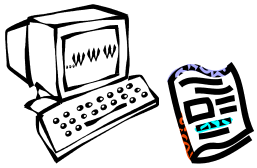
**c) Tržni inšpektorat RS** zagotavlja spoštovanje pravic potrošnikov tako z nadzorom nad poslovanjem podjetij kot tudi z reševanjem potrošnikovih reklamacij.

REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO
TRŽNI INŠPEKTORAT REPUBLIKE SLOVENIJE

**d) Varuh človekovih pravic** opravlja naloge varstva potrošnikovih pravic v razmerju do državnih organov in organov lokalne samouprave (občine).

REPUBLIKA SLOVENIJA
VARUH ČLOVEKOVIH PRAVIC

**Vaja 1: Ko se odločate za nakupovanje v eni od držav članic EU, se morate zavedati, da so naše potrošniške pravice tam DRUGAČNE kot Sloveniji. Zato oblikujete seznam štirih zlatih pravil pri nakupovanju čez mejo.**
Vir: Nakupovanje v Evropi, zloženka Evropskega potrošniškega centra v Sloveniji, http://www.epc.si/images/stories/Brosure/shopp_%20harm_slo1.pdf

| | Pravilo | Par | | | Razlaga |
|---|---|---|---|---|---|
| A | **Prepričajte se, kaj kupujete.**  | | | 1 | Najpomembnejše podrobnosti so običajno skrite v drobnem tisku. Vzemite si čas in še pred podpisom pogodbe natančno preberite kaj podpisujete.<br><br>Posebej bodite pozorni na Splošne pogoje. |
| B | **Preberite droben tisk v pogodbi oz. Splošne pogoje.**  | | | 2 | V vseh državah EU lahko še 2 leti po nakupu izdelka z napako zahtevate njegovo popravilo ali zamenjavo.<br><br>Za uveljavljanje te pravice boste morali prodajalcu predložiti račun. |
| C | **Preverite, če lahko garancijo uveljavljate v Sloveniji.**  | | | 3 | To opozorilo velja predvsem, ko izdelek ni razstavljen v trgovini in ga morate izbrati iz kataloga oziroma ko kupujete na spletu. |
| D | **Račune hranite še dve leti po nakupu.**  | | | 4 | V vseh državah članicah EU lahko zahtevate popravilo ali zamenjavo izdelka z napako v dveh letih od nakupa izdelka. To lahko zahtevate zgolj pri prodajalcu.<br><br>To pa ne velja pri uveljavljanju pravic iz garancije, saj le-ta ni obvezna v vseh državah EU.<br><br>Zato vam priporočamo, da pred nakupom posameznega izdelka (npr. bele tehnike, električnih aparatov, računalnikov itd.) preverite, ali ima izdelek garancijo ter kaj je določeno v garancijski izjavi.<br><br>Predvsem pa zahtevajte pojasnilo, ali lahko garancijo za izdelek, kupljen v drugi državi EU, uveljavljate tudi na pooblaščenem servisu v Sloveniji. |

**Dopolnite. Zakonodaja EU vendarle zagotavlja, da ima potrošnik v vseh državah EU _____VSAJ MINIMALNE potrošniške pravice.**

# 9. POSTOPEK UVELJAVLJANJA PRAVIC POTROŠNIKOV – PRITOŽBA POTROŠNIKA



*Ali so vas ponudniki blaga oz. izvajalci storitev že kdaj prelisičilii? Nikakor niste edini. Vsak dan ima na tisoče potrošnikov težave s kupljenimi izdelki in storitvami. Kaj lahko naredimo, če z izdelkom ali s storitvijo nismo zadovoljni?*



Potrošnik, ki kupi izdelek oz. storitev, pričakuje ustrezno izpolnitev prodajne pogodbe. Če prodajalec svojih pogodbenih obveznosti do potrošnika ne izpolni ali pa jih izpolni le delno, lahko potrošnik uveljavlja svoje pravice s **PRITOŽBO neposredno pri prodajalcu**. Tako skušamo problem rešiti na **sporazumen način,** saj se pogosto tako najlaže odpravi spor.

## Kaj storiti, če se pojavi težava?

**Opredelite problem – kaj je narobe.**

- Ima izdelek stvarno napako?
- Se je pokvaril v garancijskem roku?
- Vam ni všeč?

→

**Preverite vaše pravice – kaj lahko zahtevate.**

- Poglejte, kaj piše v pogodbi (zlasti Splošne pogoje, pravice in obveznosti obeh strank).
- Lahko poiščete pomoč pri ZPS oz. EPC pri nakupih v tujini.

→

**Pritožite se prodajalcu – reševanje problema na sporazumen način.**

- osebno
- po telefonu
- pisno (tudi e-pošta).

→

**Če podjetje ne odgovori na pritožbo v 8 dneh oz. ne reši problema ali je odgovor podjetja negativen:**

- Poiščite pomoč pri ZPS, EPC ali Tržnemu inšpektoratu RS.
- Opozorite podjetje, da boste uporabili pravna sredstva za rešitev problema.

## Kako sestavite pisno pritožbo?

1. **Opredelite izdelek in kje ste ga kupili** (npr. ženski črni usnjeni čevlji, artikel Maja, kolekcija Pomlad – poletje 2011, kupljeni v trgovini Čeveljci, d. o. o., Maribor, PE Nova Gorica, Državna cesta 15, 5000 Nova Gorica, datum nakupa: 15. 3. 2011).

2. **V čem je težava?** (npr. Zaradi puščanja črne barve se mi obarvajo nogavice, kar je še posebej nadležno v toplih pomladanskih dneh. Čevlji niso primerni za uporabo.)

3. **Ali se je glede reševanja težave že kaj zgodilo?** (npr. 20. 3. 2011 sem že klicala prodajalko v PE Nova Gorica. Svetovala mi je, naj čevlje uporabljam v hladnejšem vremenu, kar pa je zame nesprejemljivo.)

4. **Kaj želite?** (popravilo ali zamenjavo izdelka, znižanje cene ali vrnitev kupnine - odvisno od napake)

5. **Priloge – kopije dokumentov** (račun, garancijski list, fotografija …).



**Pri sestavljanju pisne pritožbe morate upoštevati pet pravil:**

- **Zberite vse dokaze o določenem problemu** (tj. pokvarjen ali razbit izdelek, embalažo, fotografijo o škodi zaradi puščanja pomivalnega stroja …).
- Če podjetju izročite pokvarjen izdelek, vam mora izdati **potrdilo o prevzemu.**
- **Nasvet:** Pisno pritožbo pošljete kot priporočeno pismo s povratnico ali jo oddate osebno (dokaz, da so dobili naše pismo) ali po e-pošti (v prilogi skenirani dokumenti).
- Ne zamudite **2-mesečnega zakonskega roka** za obvestilo o napaki na blagu ali o pomanjkljivosti storitve.
- Zase obdržite **kopijo pisne pritožbe in nikoli ne pošiljate originalnih dokumentov** (računa, garancijskega lista).

**Pisna pritožba zaradi stvarne napake na izdelku.**

**Jana Razočarana**
Samska ulica 10
5000 Nova Gorica
Tel. +386 041 123 456
E-pošta: jana.razocarana@mladost.net

N. Gorica, 25. 3. 2011

Čeveljci, d. o. o.
Udobna ulica 5
2000 Maribor

REKLAMACIJA – ŽENSKI USNJENI ČEVLJI, model Maja

V vaši poslovni enoti v Novi Gorici, Državna cesta 15, sem 15. 3. 2011 kupila par ženskih črnih usnjenih čevljev, model Maja, kolekcija Pomlad – poletje 2011.
Vendar sem zelo razočarana, saj kupljeni čevlji puščajo črno barvo in mi vsakokrat obarvajo nogavice. 20. 3. 2011 sem že klicala prodajalko v PE Nova Gorica. Svetovala mi je, naj čevlje uporabljam v hladnejšem vremenu, kar pa je zame nesprejemljivo.

Pričakujem, da mi boste neuporabne čevlje zamenjali z novimi brezhibnimi ali pa vrnili kupnino.

Lep pozdrav

Jana Razočarana
Jana Razo□arana

Priloga:
- kopija računa
- fotografija čevljev in obarvanih nogavic



**Vaja 1: Postavite se v vlogo POTROŠNIKA, ki se PISNO PRITOŽUJE prodajalcu mobilnih aparatov zaradi motenj v delovanju mobilnega telefona (garancijski rok še ni potekel).** V pomoč so vam navodila za sestavljanje pisne pritožbe in primer pisne pritožbe na predhodni strani.

## ZAKLJUČEK: MOST MED PODJETJEM IN POTROŠNIKOM

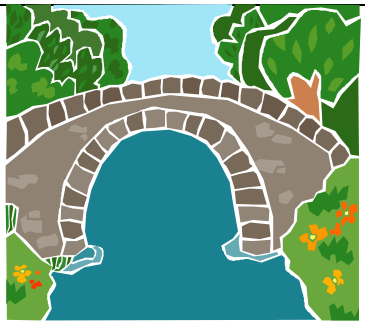
Ali ste usvojili znanje o varstvu potrošnika? Prepričana sem, da to področje ni več »španska vas«, saj razumete vlogo podjetja in vlogo potrošnika.

**Kaj odlikuje informiranega prodajalca oz. samozavestnega potrošnika?**

Prvi v prodajnem procesu spoštuje slovenske in evropske predpise s področja varstva potrošnika, drugi pa se zaveda potrošnikovih pravic in jih zna uveljaviti.

**Vaja 1: V spodnji sliki prepoznajte vlogo, ki jo igra varstvo potrošnika.**





**VARSTVO POTROŠNIKA**

_____

KONČNO, POČITNICE SO TU!
MOŽGANI NA OFF, ŽURI NA ON!

# VIRI


1. Borišek, A. (2011). *Nabava in prodaja.* Spletna stran: http://www.unisvet.si/.

2. *Direktiva o nepoštenih poslovnih praksah.* Evropska komisija(generalni direktorat za zdravje in varstvo potrošnika). Spletna stran: http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_sl.pdf

3. *Dolceta – Spletno izobraževanje potrošnikov.* Spletna stran: http://www.dolceta.eu/slovenija/

4. *Evropska garancija*. Evropski potrošniški center v Sloveniji. Spletna stran: http://www.epc.si/index.php?option=com_content&view=article&id=140%3Aevropska-garancija&catid=39%3Anakupovanje-v-eu&Itemid=86&lang=sl

5. Hiršenfelder I. *Etika v oglaševanju: mladi in predrzni.* Dnevnik: Novice, 19. 2. 2008. Spletna stran http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/dnevnik/299736

6. Mlakar P. *Previdno pri nakupu igrač: Igrače so na vrhu seznama odpoklicanih izdelkov.* Dnevnik: Novice, 23. 12. 2010. Spletna stran: http://www.dnevnik.si/novice/aktualne_zgodbe/1042412351

7. Podnar, K. *Moč podjetja ali koga se bojijo podjetja*. Dnevnik: Novice, 30. 1. 2008. Spletna stran: http://www.dnevnik.si/tiskane_izdaje/nika/294990

8. Potočnik, V. (2002). *Gospodarsko poslovanje 2 za program trgovec.* Celovec: Mohorjeva založba.

9. *Potrošništvo.* CPI, Center RS za poklicno izobraževanje. Spletna stran: http://www.cpi.si/files/cpi/userfiles/TrajnostniRazvoj/05_Potrosnistvo.pdf

10. *Plastične vrečke so kuga našega planeta*. 24 ur.com, 26. 11. 2010. Spletna stran: http://m.24ur.com/bin/mobile/index.php?article_id=3504206

11. Pravilnik o blagu, za katero se izda garancija za brezhibno delovanje (Ur. l. RS, št. 73/2003 z dne 29. 7. 2003). Spletna stran: http://www.uradni-list.si/1/content?id=44477

12. Pravilnik o načinu označevanja cen blaga in storitev (Ur. l. RS, št. 63/1999 z dne 6. 8. 1999). Spletna stran: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=199963&stevilka=3031

13. *Sistem RAPEX - seznam nevarnih proizvodov v EU*. Evropska komisija: potrošniške zadeve. Spletna stran: http://ec.europa.eu/consumers/dyna/rapex/rapex_archives_en.cfm

14. *Spletni nakup vozovnic za vlak.* RTV SLO, Znanost in tehnologija, 30. 6. 2005. Spletna stran: http://www.rtvslo.si/znanost-in-tehnologija/spletni-nakup-vozovnic-za-vlak/39132

15. Spletni portal Zveza potrošnikov Slovenije: http://www.zps.si/

16. Spletna stran Gorenje, d. d., Partizanska cesta 12, 3320 Velenje: http://www.gorenje.si/akcija-meseca?c=199556

17. Spletna stran Ministrstvo za okolje in prostor:
http://www.mop.gov.si/si/delovna_podrocja/okoljski_management/

18. Spletna stran Snaga, d. o. o., Povšetova 6, Ljubljana:
http://www.jh-lj.si/snaga/locevanje/embalaza/embalaza_oznake

19. Spletna stran Statistični urad RS: http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2670

20. Spletna stran Zavod za gradbeništvo Slovenije: http://www.zag.si/si/index.php

21. Splošni pogoji uporabe elektronskih komunikacijskih storitev družbe Mobitel, d. d., Vilharjeva 23, 1000 Ljubljana.
Spletna stran: http://itm.siol.net/m/media/docs/splosni-pogoji_GD01.pdf

22. Zakon o kontroli cen (Ur. l. RS št. 51/2006 z dne 18. 5. 2006).
Spletna stran: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=200651&stevilka=2177

23. Zakon o potrošniških kreditih (Ur. l. RS, št. 59/2010 z dne 23. 7. 2010).
Spletna stran: http://www.uradni-list.si/1/objava.jsp?urlid=201059&stevilka=3270

24. Zakon o varstvu potrošnikov (Ur. l. RS, št. 98/2004 z dne 9. 9. 2004).
Spletna stran: http://www.uradni-list.si/1/content?id=51154