

SHOPPING

AD-

Educiranog nemoguće je

Kada se prevareni potrošači jave na vrijeme, tada je moguće nešto i napraviti. Zbog toga ljude treba obrazovati kako kupovati i koja su im potrošačka prava – kaže Jelena Jurić, voditeljica savjetovališta

PIŠE VLADO OZRETIĆ



Gotovo je... Invazija na prodavnice, markete, šoping-centre, martove, na žalost vlasnika, ali radost onih koji rade u njima, prošla je. Ludilo kupovanja inducirano nametnutim božićnim (pretjeranim) konzumerizom, minulo je, darovi su se otvorili, bakalar i odojčić su se pojeli, a nove lampice i borovi blješte u dnevnim boravcima.

No, hoće li uskoro uslijediti invazija druge vrste, ostaje nam vidjeti. Naime, napadači su isti, dakle potrošači, no ovaj put ne radi se o velikim i malim trgovinama, nego o udrugama koje se brinu za njihova prava, konkretno, u ovom slučaju radi se o udruzi Dalmatinski potrošač, a razlog invazije – razne pritužbe na "friško" kupljenu odjeću, hranu, tehniku, kako bijelu tako i onu drugu...

Prema riječima Jelene Jurić, voditeljice savjetovališta u Dalmatinskom potrošaču, međutim, velikog broja pritužbi do Božića nije ni bilo. "Najviše su se ljudi žalili na povećanje kamata, razne poreze iskombinirane s haračem", kazat će, ali ipak, tijekom cijele godine ponavlja se slučaj kada se potrošači daju "upecati" na raznim prezentacijama.

Najčešće se radi o raznim medicinskim uredajima i pomagalicama, potrošač ga odmah na prezentaciji kupi, no nakon nekog vremena želi odustati od kupnje. Trgovac, naravno, o tome ne želi ni čuti, štoviše, zahtjeva od potrošača, ako želi raskinuti ugovor, isplatu 25 posto cijene proizvoda, što je nezakonito i krši prava kupca. Zakonski rok za odustajanje od ugovora iznosi 14 dana... – pojasnila je voditeljica savjetovališta.

Ubrzo će i Nova godina, a što je ona bez gotovo obvezne kapljice pjenušca kojom tako često volimo smočiti grlo u tek zakoračenom novom ljetu. No, kupci oprez, nemojte da vam prodaju splačine pod deklaracijom pjenušavog vina. Tako su se ljudi prošle godine žalili na nešto što se deklariralo kao pjenušavo vino, a bilo je prodavano po cijeni od 11 kuna. Nakon što se Dalmatinski potrošač umiješao, uslijedila je analiza koja je pokazala sljedeće.

Ne samo da se nije radilo o pjenušavom vinu, nego su kemikalije koje je ta tekućina sadržavala bile štetne za zdravlje – kazala je Jurić, istaknuvši jedan mnogo zanimljiviji slučaj kada je umjetna jela sa svijećama, kupljena u velikom trgovačkom lancu nasuprot Splita, umalo zapalila stan.

Svijeće na jeli su jeftin proizvod uvezen iz Kine, i na njima ne piše do koje razine smiju gorjeti. Kupac to, naravno, nije znao, te je zamalo došlo do tragedije. Trgovački lanac je pristao zamijeniti jelu, ali na daljnje plaćanje štete nanesene namještaju u stanu nisu pristali. No, kupac ima pravo na nadoknadu štete.

Obuća je predmet sljedećeg slučaja, konkretno, radi se o paru muških cipela čija je cijena (koja je na rasprodaji bila snižena za čak 10 kuna), dok ih je kupac isprobavao, sa 159 odjednom skočila na 290 kuna, što je van svake pameti, kao da smo u najgoroj inflaciji...

"Cijena se ne može tako mijenjati", ističe Jurić, te nastavlja: "Da se možda radilo o danu razmaka, bilo bi prihvatljivo, ali ona cijena koja se nalazi na proizvodu za vrijeme kupnje jest konačna cijena, i nezakonito ju je mijenjati tijekom



kupca



samog čina kupnje."

Ipak, najviše pritužbi, sasvim očekivano, pristiže na račun velikih kapitalista-monopolista telekomunikacijskih tvrtki i njihovih mobitela.

– Gotovo uvijek se vrti slična priča. Potrošač kupi mobitel, i to onaj iz više klase, koji se nakon nekog vremena pokvari. Naravno, kupac odnese taj mobitel u ovlaštenu servis iz kojeg dobije obavijest kako je u uređaj ušla vlaga, te zbog lošeg rukovanja njegov popravak ne podliježe garanciji. Takvi slučajevi tada najčešće završe kod Državnog inspektorata, te se u više od 90 posto njih pokaže kako je kupac bio u pravu. Na kraju vještačenje plaćeno od stranke koja je bila u krivu pokaže tko je bio u pravu, a tko ne. Naravno, u velikoj većini puta su trgovine ili servisi upravo morali plaćati vještačenje.

Mnogi su pripadnici "grubljeg" spola za ove blagdane svojim majkama, sestrama, bakama, boljim polovicama, sigurno odlučili darovati pokoji parfem, no i tu vrebala zaka, u što se nedavno uvjerio jedan kupac koji se nedavno požalio Dalmatinskom potrošaču. Parfem, naime, nije bio svjež, iako je prodavačica tvrdila suprotno. Na kraju je ispalo da je proizveden 2008. godine, a potrošač se s pravom žalio.

Prema podacima Dalmatinskog potrošača, što se tehnike tiče, najveću mučnu muče potrošači čiji su uređaji "čitavu vječnost" na popravku u ovlaštenom servisu. Naime, zna se dogoditi da se na pokvareni televizor ili perilicu za odjeću zna čekati i dva do tri mjeseca, iako zakonski rok, temeljen za trgovačkim ušancama, za povratak robe sa servisa iznosi 30 dana. Stoga je vrlo važno, prema riječima Jelene Jurić, prigodom predavanja kupljene stvari na servis preuzeti potvrdu s datumom budući da se ona može koristiti i kao dokaz u eventualnim sporovima.

– Također je važno bilo kakav nedostatak kupljene stvari reklamirati u roku od osam dana budući da tada imate pravo na zamjenu kupljene stvari sasvim novom. To se dogodilo jednoj gospođi koja je, kupivši perilicu za posude, uvidjela kako je ona vidno oštećena. Odmah je prijavila štetu, no iz trgo-

vine su je uputili u ovlaštenu servis, dok je njezino pravo da dobije sasvim novu perilicu. Isto tako, prilikom nepoštovanja roka isporuke, prema Zakonu o zaštiti potrošača, kupac može raskinuti ugovor, zatražiti povrat novca, te još uz to i isplatu kamata zbog kašnjenja isporuke – istaknula je...

Nažalost, prema riječima iz Dalmatinskog potrošača, domaći su kupci vrlo slabo upoznati sa svojim pravima, čime postaju savršeni za samovolju prodavača. Vrlo često kasno shvate što i kako napraviti, no tada se malo toga može učiniti, čak i u udruzi.

– Vrijeme je ključno – napominje Jurić – jer, ako se kupac ne javi na vrijeme, sve žalbe mu padaju u vodu, no ako se javi na vrijeme, tada se većina slučajeva riješi povoljno u korist potrošača, što nam jasno govore povratne informacije koje primamo od zadovoljnih ljudi. No, samo je dobro educiranog kupca nemoguće prevariti, te zbog toga treba prorađiti na tome, ljude treba obrazovati kako kupovati i koja su i potrošačka prava – zaključila je Jurić.

Savjeti za pametnu kupnju

1. Ne ići u kupovinu bez pomno sastavljene liste potrebnih stvari
2. Ukoliko ste u mogućnosti obiđi nekoliko trgovina
3. Pripaziti se bombastičnim natpisa u izlozima koja oglašavaju sniženja, ona su vrlo često minorna i gotovo zanemariva
4. Prilikom kupovine dobro pregledati predmet kupnje (vidljiva oštećenja, rok trajanja, deklaracija)
5. Račun se obvezno mora pregledati i sačuvati
6. Kloniti se božićnih sniženja, i pričekati ona prava u siječnju i veljači
7. Ukoliko sumnjate da vas „vuku za nos“ nazvati udrugu Dalmatinski potrošač i potražiti savjet

Evidencijski broj / Article ID: 9854665
Vrsta novine / Frequency: Dnevna
Zemlja porijekla / Country of origin: Hrvatska
Rubrika / Section: Sfinga



prevariti



VRIJEME

Ako se kupac
ne javi na vrije-
me, sve žalbe
mu padaju u
vodu