

DODATNA POJASNILA K POLETNI SEZONSKI RAZPRODAJI 2010

Menjava blaga, kupljenega na razprodaji

Razlikovati je potrebno **pravice potrošnika pri uveljavljanju stvarne napake** na izdelku ter zahtevami potrošnika pri zamenjavi oziroma vračilu izdelka, ki **potrošniku ni všeč ali si je premislil**, pa z blago oziroma izdelek nima nikakršne stvarne napake. **Pravic potrošnikov iz naslova stvarne napake ni mogoče omejevati** in seveda veljajo tudi v času izvajanja razprodaj oziroma pri blagu, ki je bilo kupljeno v času razprodaje. Primeri, ko pa si je potrošnik premislil in želi vrniti izdelek, ki nima napake (razlog za vrnitev je subjektivne narave, npr. potrošnik si je premislil), pa zakonsko niso posebej urejeni (izjema so pogodbe, ki so sklenjene na daljavo in pogodbe, sklenjene izven poslovnih prostorov), **zato so stvar poslovne odločitve posameznega trgovca** in so stvar tudi njegovega konkurenčnega pristopa do potrošnikov. Torej kot trgovec se lahko odločite ali boste blago vzeli nazaj ali ne.

OSTALE OBLIKE POSPEŠEVANJA PRODAJE

Če se trgovec ne odloči za izvajanje sezonske razprodaje, lahko tudi v času sezonske razprodaje oziroma pred njo neovirano izvaja druge procese, ki so povezani s pospeševanjem prodaje (akcije, ugodno, popusti,.....). Pri navedenih oblikah pospeševanja prodaje, ni potrebno upoštevati 28. člena ZVPot. Vendar pa je še vedno potrebno upoštevati ostale določbe ZVPot ter Zakona o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami, ki se predvsem nanašajo na zavajajoče oglaševanje in se uporabljajo ne glede na obliko prodaje.

Trgovci, ki potrošnikom nudijo cenovne ugodnosti, morajo spoštovati določbe [Zakona o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami \(v nadaljevanju ZVPNPP\)](#) in pri vršenju kakršnihkoli akcij, znižanj, popustov in drugih ugodnosti paziti, da ne uporablja zavajajočih poslovnih praks, za kakršne je mogoče šteti tudi zavajajoče oglaševanje. ZVPNPP v 5. členu določa poslovno prakso, ki se šteje za zavajajočo (zavajajoče dejanje), med drugim tudi, če vsebuje napačne informacije in je torej neresnična, če kakor koli, vključno s celotno predstavitvijo, zavaja ali bi utegnila zavajati povprečnega potrošnika, četudi je informacija točna glede enega ali več naštetih elementov, ter v vsakem primeru povzroči ali bi utegnila povzročiti, da povprečen potrošnik sprejme odločitev o poslu, ki je sicer ne bi sprejel.

Nadalje ZVPNPP v istem členu kot zavajajočo poslovno prakso med drugim opredeljuje tudi poslovno prakso, ki kakorkoli, vključno s celotno predstavitvijo, zavaja ali bi utegnila zavajati povprečnega potrošnika glede cene, načina izračunavanja cene in določene cenovne prednosti in bi potrošnik kupil izdelek zaradi predstavljene cenovne ugodnosti, ki pa ni resnična oziroma je zavajajoča, in ga potrošnik drugače ne bi kupil.