

Novice EPC 5/2016: Ali sodite v ranljivo skupino potrošnikov?

13.12.2016



Pri urejanju področja varstva potrošnikov večina predpisov izhaja iz standarda »povprečnega potrošnika«. Ta pojem označuje običajno (razumno) obveščeno, razumno pozorno in pazljivo osebo, vendar pa raziskava Evropske komisije o vzrokih in obsegu ranljivosti potrošnikov v EU potrjuje, da se lahko vsakdo znajde v okoliščinah ali situaciji, ki je ne obvlada in v kateri ne zna (najbolje) zaščititi svojih interesov, zaradi česar je bolj ranljiv in podvržen možnosti, da bo na trgu oškodovan.

Velikokrat imamo takšno izkušnjo, ko se srečamo z raznovrstno in cenovno zapleteno tržno ponudbo, ki nam onemogoča najboljšo izbiro, ali pa ko ne zmoremo kupiti, izbirati ali imamo slabši dostop do primernih izdelkov ali storitev, zaradi česar ne primerjamo ponudb različnih dobaviteljev.

Rezultati omenjene študije so pri slovenskih potrošnikih pokazali, da se v veliki meri počuti ranljive 27% vprašanih, ki razloga niso navedli, 18% potrošnikov občuti ranljivost zaradi svojega finančnega položaja, 14% zaradi nezaposlenosti, 6% zaradi zdravstvenih težav in 3% zaradi starosti. 16% vprašanih potrošnikov je odgovorilo, da so že kdaj preplačali storitev, ker niso bili zmožni uporabiti določenih plačilnih sredstev. V energetskega sektorja je 12% potrošnikov dejalo, da imajo težave s primerjanjem ponudb, medtem ko kar 35% vseh vprašanih ponudb prodajalcev znotraj tega sektorja ne primerja. Takih potrošnikov je še več na področju finančnega sektorja, kjer je kar 47% vprašanih odgovorilo, da ponudb ne primerjajo, 12% vprašanim se to zdi zelo zapleteno.

Omejitve in okoliščine, ki nas kot potrošnike delajo ranljive, so raznovrstne. Tudi v letošnjem letu se je na EPC Slovenija obrnilo nemalo potrošnikov, ki so bili žrtev prevare, ker so nasedli neverjetno ugodnim ponudbam. Iz teh primerov bi lahko zaključili, da nas do neustreznih, velikokrat tudi

škodljivih nakupnih odločitev lahko privede prevelika zaupljivost do ljudi, lahkovernost, impulzivnost, pripravljenost tvegati, ... medtem ko smo za določeno ponudbo ali marketinške prijeme, ki obljublajo hitre in enostavne rešitve težav bolj dovzetni, kadar npr. želimo izboljšati zdravje, videz ali pa smo v finančni stiski.

V zadnjih letošnjih Novicah EPC vam predstavljamo dva primera, kjer ima lahko potrošnik zaradi določene osebne značilnosti ali situacije, slabo izkušnjo s ponudnikom blaga ali storitev. Prvi se nanaša na potnike s posebnimi potrebami v letalskem prometu, drugi pa na prodajo na domu, katere tarča so pogosto ranljivejše skupine (starejših) potrošnikov. Ob tem se lahko na naši spletni strani epc.si poučite o najpomembnejših pravicah, ki nastopijo v opisanih situacijah:

Pravice potnikov s posebnimi potrebami v letalskem prometu

Kljub temu, da pravo Evropske unije zagotavlja temeljne pravice potrošnikov, in posebno skrb namenja potnikom s posebnimi potrebami, se le-ti še vedno soočajo z resnimi težavami, kadar potujejo z letalom. V letu 2016 je Mreža EPC na področju pravic potnikov invalidov in oseb z omejeno mobilnostjo prejela več vprašanj in pritožb. Potniku, ki je zaradi zdravstvenih težav potreboval dializni aparat, je letalski prevoznik zavrnil možnost brezplačnega prevoza aparata, ker je bil večji od dovoljene ročne prtljage, starejšo nizozemsko potnico, ki na letališču ni bila zmožna prehoditi daljše razdalje, pa je osebje letališča pospremilo do napačnega izhoda, zaradi česar je zamudila letalo. Kakšne so pravice potrošnikov v teh situacijah si preberite na [povezavi](#).

Pravice potrošnikov pri prodaji na domu

EPC Slovenija je pri svojem delu pogosto seznanjen s slabimi izkušnjami potrošnikov, povezanimi z neposrednim trženjem in prodajo blaga in storitev, ki poteka izven poslovnih prostorov podjetja. Takšne oblike trženja in prodaje se največkrat izvajajo na domu potrošnika (tkim. prodaja »od vrat do vrat«), lahko pa tudi v okviru organiziranih turističnih izletov ali drugih, navidezno ugodnih, ponudb (npr. vabila na brezplačne večerje ali nudenje drugih brezplačnih storitev izven poslovnih prostorov). Ponavadi gre za prodajalce s sedežem v Sloveniji, tako da EPC, ki potrošnikom pomaga pri težavah s tujimi prodajalci, v teh primerih žal ne more posredovati.

Značilen primer prodaje na domu je prodaja ležišč in pregrinjala. Zastopnik podjetja, ki prodaja ležišča in pregrinjala, po telefonu pokliče potrošnika in se z njim dogovori za predstavitev izdelkov na njegovem domu. V predstavitvi pove, da njihovi izdelki delujejo kot zaščita pred kozmičnim sevanjem in »geopatogenimi« conami, da okoli človeka zgradijo močno energetsko polje, kar preprečuje nastanek različnih obolenj. Zastopnik navede vrsto bolezenskih stanj, na katera izdelki ugodno vplivajo, saj odpravijo vzroke za njihov nastanek, nato pa z aparatom za meritve opravi meritve stanja telesnih organov. Na podlagi meritev potrošniku pove, da ima slabo kri ter da srce in želodec nista v redu, zato mu predlaga nakup ležišča ter pregrinjala. Cena ležišča je 720 evrov, pregrinjala pa 760 evrov. V primeru nakupa dveh kompletov za ceno 2.220 EUR zastopnik potrošniku obljubi tudi prospekt, v katerem je obrazloženo delovanje izdelkov ter prikazani rezultati uporabe le-teh. Več o pravicah potrošnikov v teh situacijah si preberite na [povezavi](#).