



MEDNARODNI INŠTITUT
ZA POTROŠNIŠKE RAZISKAVE

ZVEZA POTROŠNIKOV
SLOVENIJE



NAKUPOVANJE PO INTERNETU



Pripravila: Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave
Zveza potrošnikov Slovenije
Založnik: Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave
Avtorica: Urša Šmid Božičević
Lektor: Borut Omerzel
Strokovni recenzent: Mirana Omerzu, dr. Rok Rupnik
Naslovnica: Foto Spring
Oblikovanje: a&d Breskvar in sin
Tisk: Tiskarna Razvedrilo, Ljubljana
Naklada: 10.000 izvodov
Leto izdaje: Ljubljana, december 2003
Pripravo publikacije je omogočil:
REPUBLIKA SLOVENIJA
Ministrstvo za gospodarstvo
Urad RS za varstvo potrošnikov

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

338.186:004.738.5

ŠMID Božičević, Urša

Nakupovanje po internetu / [avtorica Urša Šmid Božičević]. -
Ljubljana : Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave, 2003

ISBN 961-90761-9-2

1. Gl. stv. nasl.

127494656

Na podlagi Zakona o DDV (Ur. list RS št. 89/98) sodi publikacija med
proizvode, za katere se obračunava DDV po stopnji 8,5%.

Internet je bil najprej namenjen za raziskovalno delo

Sprva je bil internet namenjen predvsem za raziskovalno delo na univerzah, za vojaške in vladne namene. Tako je bilo še približno naslednjih 20 let, potem pa so leta 1990 internet "odprli" tudi za širšo javnost. Takrat se je začel njegov veliki razmah: podjetja so kar tekmovala, katero se bo prej predstavilo tudi v njem. In od predstavitve podjetja do prodaje po internetu je le kratek korak. Internet, ki je bil vzpostavljen za raziskovalno delo in komuniciranje, je postal strahovito skomercializiran.

Danes so podjetja, ki se ne predstavljajo tudi v internetu, že prava redkost in všečne, zanimive spletne strani so pomemben del ugleda v javnosti. Seveda je internet tudi pomembna poslovna priložnost. In Slovenci ne uporabljamo interneta le za elektronsko pošto in iskanje informacij, ampak po njem tudi kupujemo. In zakaj naj bi potrošniki sploh kupovali v spletnih trgovinah? Razlogov je kar nekaj, najpomembnejši pa so (skoraj) neomejena izbira, dostopnost trgovin, konkurenčne cene in velika količina informacij, ki jih o posameznem izdelku lahko dobimo. Dejstvo je, da nakupovanje po internetu prinaša številne prednosti, ki pa jih lahko izkoristijo le osveščeni, dobro informirani potrošniki. Spletno nakupovanje namreč lahko prinese tudi številne težave. Verjetno ste že slišali za zlorabo osebnih podatkov ali morda

poznate nekoga, ki izdelka, ki ga je naročil po spletu, nikoli ni prejel. Internet je namreč tudi idealen medij za trgovce z nepoštenimi nameni. Kako se torej izogniti težavam in izkoristiti prednosti, ki jih internet prinaša potrošnikom? Kaj lahko storite, ko gre kaj narobe? Kakšne so pravice potrošnikov, ki kupujejo v spletnih trgovinah? V nadaljevanju smo pripravili pregled slovenske zakonodaje in nekaj nasvetov za varnejše nakupovanje.

Posebej opozarjamo, da slovenska zakonodaja velja, če kupujete v slovenskih spletnih trgovinah, v tujini pa so pravila različna.

Medtem ko je slovenska zakonodaja usklajena z evropsko, torej v EU veljajo podobna pravila kot pri nas, so pravila drugod po svetu različna (ali pa jih sploh ni). Previdnost pred nakupom torej ni odveč.



Naročilo

Oglaševanje

Za nakup nekega izdelka po spletu se boste seveda odločili na osnovi oglasa – ponudbe. Oglaševanje ne sme biti v nasprotju z zakonom, zavajajoče in nedostojno. Pri spletnem oglaševanju je to še posebno pomembno, ker se potrošnik za nakup odloči izključno na podlagi oglasa (ponudbe). Izdelka pred nakupom ne more preizkusiti, otipati ali pomeriti, prav tako tudi ne pozna trgovca, pri katerem kupuje. Prav “asimetrija informacij” je ena izmed najpogostejših težav pri takšnem nakupovanju. Zato so poleg splošnih podatkov, ki veljajo za oglaševanje, torej podatkov o podjetju in njegovem sedežu, posebej za oglaševanje v spletu predpisani še nekateri drugi obvezni podatki o spletnem trgovcu, na primer elektronski naslov in podatek o vpisu v register oziroma drugo javno evidenco.

Neželeno elektronska pošta – spam

To je prav gotovo eden izmed najbolj nepriljubljenih internetnih produktov, njegova največja težava pa je, da je dejansko nemogoče ugotoviti pošiljatelja sporočila. Oglaševanje s spamom je izredno poceni, zato se podjetjem izplača že, če se na spam odzove le manjše število potrošnikov. V Sloveniji je, tako kot v Evropski uniji, uzakonjena možnost “opt – in”, kar pomeni, da podjetje potrošniku lahko pošilja neželeno elektronsko pošto le, če potrošnik to izrecno dovoli, na primer se prijavi na listo ali izjavi, da želi prejemati reklamna obvestila. Za kršitelje so predpisane visoke kazni in lahko jih prijavite tržni inšpekciji (tirs.info@gov.si). Večje težave predstavljajo torej predvsem spami iz tujine. Naš nasvet: na spame se ne odzivajte in jih ne odpirajte. Nevarni so zato, ker lahko z virusi, ki jih (nekateri) vsebujejo, okužite računalnik. Opozorjamo tudi na to, da je kar 70 % vsebine spamov zavajajočih in goljufivih. Pošteni ponudniki tako enostavno ne poslušajo!



Mladinska.com
Moje življenje

Kaj bereš danes?

Spostovani uporabnik
spletnih strani
mladinska.com (+emka.si,
Svet knjige ...)

Aktualno te dni:

Nagrada za Najlepšo slovensko knjigo
je že Zvonka
in tem ...

Emkalo
najhitrejši
obdariti, ka
Vse o tem

Darila za Miklavža
brezplačna dostava v dveh dneh



Marketinške novice
www.vecer.com/marketing



AllYouCanRead
Izberite poljubno težavo
knjigo iz izborov. Cena je
enotna: samo 19.900 SIT

Okusni recepti, predlogi za
razline okraske in privlana
darila

ZA OTROKE:
Zabavno in poučno!

Nakup

Potrošnikom predlagamo, da se za nakup odločijo šele, ko natančno spoznajo trgovca. Še tako ugodna ponudba ne pretehta pomanjkljivih podatkov o trgovcu. Solidni, resni trgovci svojih podatkov ne skrivajo, ampak se potrudijo, da potrošnik o njih izve kar največ.

Med podatke, s katerimi mora biti potrošnik seznanjen še pred sklenitvijo pogodbe, sodijo podatki o:

1. podjetju – njegovem statusu in sedežu;
2. izdelku ali storitvi – bistvenih lastnostih blaga ali storitve, ki vsebuje najkrajši rok trajanja pogodbe, če je predmet pogodbe trajna ali ponavljajoča se izpolnitev;
3. ceni blaga ali storitve, v katero so vključeni vsi davki in druge dajatve;
4. morebitnih stroških dostave;
5. možnih načinih plačila ter načinu in roku dobave;

6. pravici potrošnika do odstopa od pogodbe – naveden mora biti rok za uveljavljanje te pravice; če potrošnik nima pravice do odstopa od pogodbe, mora biti o tem izrecno obveščen;
7. stroških, povezanih z uporabo komunikacijskega sredstva, če se ti stroški razlikujejo od običajne osnovne tarife, ki jo potrošnik običajno plačuje;
8. roku veljavnosti ponudbe, še posebej o ceni;
9. točni navedbi tehničnih korakov, ki vodijo do sklenitve pogodbe;
10. tem, ali bo sklenjena pogodba shranjena pri podjetju in kako bo možen dostop do nje;
11. tehnoloških sredstvih, ki omogočajo prepoznavanje in popravljanje napak pred oddajo naročila;
12. jezikih, v katerih je možno skleniti pogodbo.

Če teh podatkov ni na voljo (navadno jih najdete v rubrikah, kot so “Pogosta vprašanja in dogovori”, “Pomoč”, “O podjetju” ipd.), nakup odsvetujemo.



Plačilo

Če kupujemo, moramo tudi plačati. Najbolj zanesljiv (a ne najudobnejši) način je vsekakor plačilo po povzetju. Plačali boste šele takrat, ko boste naročeno blago tudi v resnici prevzeli.

Plačevanje s kartico je vedno pogostejše, zlasti če kupujete v tujih spletnih trgovinah. Večina potrošnikov se za nakup ne odloči prav zaradi bojazni, da bodo podatki o kartici zlorabljeni. Takšni primeri niso redki, najpomembnejše pa je, da se že pred nakupom seznanite, kako je z varnostjo posredovanja podatkov. Podjetja za zagotavljanje varnosti posredovanja podatkov uporabljajo različne metode, ki omogočajo varnost on-line transakcije. Večina spletnih brskalnikov omogoča enkripcijo in daje možnost uporabe spletnega protokola SSL (Secure Socket Layer), ki omogoča, da so kupčevi podatki zavarovani na poti od kupca do prodajalca in jih ne more prestreči nekdo tretji. Poleg

protokola SSL sta pogosto v uporabi še TLS (Transport Layer Security) in WTLS (Wireless Transport Layer Security) za poslovanje po brezžičnih povezavah.

Ti protokoli vzpostavljajo varen kanal med strežnikom in odjemalcem. Če spletni trgovec uporablja eno od naštetih metod, je varnost posredovanja podatkov bistveno večja. Če podjetje ne uporablja varnih metod posredovanja podatkov, nakupa odsvetujemo.

Podatke posredujte le tistim spletnim trgovcem, ki uporabljajo enkripcijo. Potrošnik se mora zavedati, da lahko največ stori za varnost osebnih podatkov s tem, da jih ne posreduje v okolju, ki ni varno. Pozoren mora biti na obvestila o varnosti posredovanja in na ikone, npr. ključ. Vsak brskalnik po svoje pokaže, ali je uporabnik v varnem načinu delovanja. Microsoftov Internet Explorer prikaže ikono v spodnjem desnem kotu, brskalnik Netscapea v spodnjem levem in nekatere novejšje različice pa v desnem. Poleg tega se v naslovu prodajalne v brskalniku namesto "http" pojavi "https".

The screenshot shows the top part of the EMKA.SI website. At the top, there is a navigation bar with links for 'Knjige', 'Multimedija', 'Izobraževanje', and 'SVETOVALEC za darila'. Below this is a search bar with a search button labeled 'IŠČI'. The main content area features a blue banner with the text: 'EMKA.SI med priljubljenimi Slovenci veliki leksikon - 18.000 SIT popusta - samo še do 15. decembra!'. Below the banner, there is a link: 'EMKA.SI jamči 100-odstotno varen nakup in popolno zaščito vaših osebnih podatkov'. The main text explains that EMKA.SI uses Secure Socket Layers (SSL) for security and that users should ensure their browser is updated to support 128-bit encryption. It also mentions that EMKA.SI has a VeriSign certificate. At the bottom, it notes that the page is secure and that the status bar of the browser should show a lock icon.

Če je kartica zlorabljena

Če je potrošnikova plačilna ali kreditna kartica zlorabljena, ima potrošnik, če transakcija še ni bila opravljena, pravico do preklica plačila pri podjetju, registriranem in pristojnem za opravljanje transakcije. Če je bila transakcija že opravljena, ima potrošnik pravico zahtevati vračilo zneska od podjetja, ki mu je bil znesek nakazan, torej od spletnega trgovca, pri katerem je nekaj kupil.



Varstvo osebnih podatkov

Vsakič ko potrošnik uporabi splet, pusti za seboj sled. Takšne informacije o potrošnikih pa so postale blago neprecenljive vrednosti. Ni pomembno samo, da ima spletni trgovec zagotovljene vse tehnične pogoje za zagotavljanje ustrezne varnosti podatkov, ampak tudi, da ima tudi ustrezno varnostno politiko. Pomembno je, kaj s podatki, ki mu jih je posredoval potrošnik, počne: kako jih hrani, za kakšne namene jih uporablja in kdo vse ima dostop do teh podatkov. Politiko varovanja osebnih podatkov torej.

Pri elektronskem poslovanju označujemo pravico do zasebnosti tudi kot varovanje osebnih podatkov: to so pravila o njihovem zbiranju, posredovanju in uporabi. Poslovanje po spletu namreč omogoča podjetjem, da veliko lažje zberejo in analizirajo podatke o potrošniku kot pri klasičnem poslovanju. Večina spletnih podjetij "zasleduje" potrošnika in hkrati pri vsakem nakupu zbira osebne podatke (ime in priimek, naslov, telefonsko številko) kot pogoj za plačilo s kreditno kartico. Podjetje pri vsakem nakupu ne zabeleži samo tistih artiklov, ki jih je potrošnik v resnici kupil, ampak shrani podatke tudi o vseh drugih, ki si jih je le ogledal. Cilj zbiranja podatkov o obiskovalcu je personalizacija oglaševanja.

Kdo, zakaj in kako lahko zbira in obdeluje osebne podatke, je določeno v Zakonu o varstvu osebnih podatkov.

Zbiranje osebnih podatkov

Osebnostne podatke lahko poleg državnih organov (natančno je predpisano, kateri so to) obdelujejo tudi fizične ali pravne osebe, ki imajo pisno privolitev posameznika, na katerega se nanašajo osebni podatki. Pisna privolitev mora vsebovati navedbo podatkov, ki se obdelujejo, in tudi namen obdelave. Glede na to, da je treba za vsak opravljene nakup po spletu posredovati vsaj nekaj osebnih podatkov (v povprečju od šest do osem), morajo imeti vsi spletni trgovci izoblikovano (in seveda objavljeno) politiko varovanja osebnih podatkov. In ne samo to: imeti morate tudi možnost, da privolite (ali ne) v zbiranje osebnih podatkov.

Zakon sicer opredeljuje možnost, da se osebni podatki zbirajo tudi od drugih oseb oziroma iz že obstoječih zbirk, vendar mora upravljavec v tem primeru za to pridobiti soglasje posameznika, na katerega se podatki nanašajo. Upravljavec lahko v tem primeru podatke obdeluje le za namene, ki so opredeljeni v pisni privolitvi posameznika. Po izpolnitvi namena, za katerega je bila dana privolitev, pa jih mora zbrisati ali blokirati. V praksi to pomeni, da slovenski spletni trgovci sicer lahko zbirajo podatke tudi od drugih ponudnikov, vendar vas morajo pred tem vprašati za dovoljenje, hkrati pa mora imeti ponudnik, ki takšne podatke posreduje, to, da prodaja (posreduje, odstopa) podatke t. i. tretjim stranem, jasno zapisano na svojih spletnih straneh.

V primeru kršitev lahko posameznik od upravnega sodišča s tožbo zahteva bodisi ugotovitev kršitve (če je kršitev njegovih pravic že prenehala) bodisi

zahteva sodno varstvo (če kršitev pravic še traja). Če mu je s kršitvijo povzročena škoda, pa od povzročitelja lahko zahteva tudi povračilo te škode – odškodnino. V vsakem primeru pa lahko, ko sumite, da je spletni trgovec vaše osebne podatke zlorabil, to prijavite inšpektoratu za varstvo osebnih podatkov.

Podatkov o potrošniku pa podjetja ne zbirajo le javno, ampak tudi prikrito. Pri tem so jim v veliko pomoč t. i. “piškotki” in “hroščki”.

Če ste pri nas že nakupovali, uporabite svoje uporabniško ime in geslo.

Uporabniško ime

Geslo

Če še nimate uporabniškega imena in gesla, izpolnite spodnji obrazec.

Ime

Prilimek

Naslov

Poštna številka

Kraj

Država

Davčna številka [?]

Davčni zavezanec (pravna oseba)

Uporabniško ime

Geslo

Ponovni geslo

E-poštni naslov

Telefon

Dosegljiv/a sem od

Dosegljiv/a sem do

Piškotki – cookies

Piškotek je majhna datoteka, ki se shrani na disk v potrošnikovem računalniku. Potrebna je pri e-nakupovanju (navidezna nakupna kartica si zapomni vse, kar kupec ob nakupu počne), za shranjevanje dostopnih gesel in uporabnikovih programskih nastavitvev ipd. Ti podatki se zbirajo v uporabnikovem računalniku, česar pa se večina uporabnikov niti ne zaveda. Njihova uporaba se je zelo povečala, ko so ugotovili, da lahko z enim piškotkom sledijo uporabniku po več spletnih straneh. S pridom jih izkoriščajo predvsem podjetja, ki se ukvarjajo z oglaševanjem po spletu, saj lahko tako izvedo o potrošniku, kaj ga zanima in kakšne so njegove želje. Ciljno oglaševanje je tako uspešnejše.

Nekateri piškotkov ne marajo, drugi jih imajo radi, ker tako prihranijo čas, saj piškotki za strani, kjer je potrebna prijava uporabnika, hranijo uporabnikovo geslo. Vsekakor pa mora biti potrošnik obveščen, kakšna je v tem primeru poslovna politika podjetja. Potrošnik mora imeti možnost, da spletna trgovina piškotkov ne uporabi, obveščen pa mora biti tudi o tem, kako ravna podjetje, če kupec noče, da bi uporabili piškotke. Sicer pa si program za brskanje po internetu lahko sami nastavite tako, da bo zavrnil piškotke ali pa bo vsaj opozoril nanje. Če želite spletno stran kljub temu obiskati, pobrišite piškotke, ko boste končali obisk.

Žal pa v večini spletnih aplikacij, ki podpirajo delovanje spletnih trgovin, ne gre brez piškotkov. Piškotki namreč tudi odpravljajo nekatere pomanjkljivosti protokola HTTP.

Hroščki – web bugs

Še bolj izpopolnjen način sledenja potrošnikom so spletni hroščki, nevidne podobe, ki lahko vstavijo v potrošnikov računalnik piškotke in pošiljatelju sporočijo, da je uporabnik obiskal neko spletno stran ali odprl neko elektronsko pošto. Omogočajo tudi pošiljanje piškotkov z elektronsko pošto.

Potrditev o opravljenem nakupu

Spletni trgovec mora potrošniku poslati potrditev o opravljenem nakupu. Potrditev mora vsebovati vse pomembnejše podatke o izdelku in pogodbenih pogojih, skupaj z informacijo o pravici do odstopa od pogodbe. Ker mora biti potrditev v taki obliki, da omogoča trajno hranjenje in tudi poznejšo uporabo, je seveda stavek “Hvala za opravljeni nakup”, ki se izpiše na zaslonu, premalo.

Dostava

Podjetje mora potrošniku naročeno blago dostaviti v obljubljenem roku. Če podatka o roku dostave ni, pa najpozneje v roku tridesetih dni (razen če se sami niste s trgovcem dogovorili drugače). Če trgovec ne more izpolniti svoje obveznosti, ker blaga ni na razpolago, mora o tem takoj obvestiti potrošnika in mu vrniti vsa opravljena plačila.

Najpozneje ob dobavi mora spletni trgovec potrošniku še na trajnem nosilcu, torej na papirju, zagotoviti ključne podatke o izdelku in trgovcu. Poleg podatkov, ki jih mora potrošniku posredovati že pred nakupom (gl. prvih osem točk v poglavju Nakup), so med drugim še podatki o naslovu, kamor lahko potrošnik pošlje ugovore, podatki o servisu in garanciji, pogoji za odstop od pogodbe, če je pogodba sklenjena za daljši čas, zapisan pa mora biti tudi podatek o pravici do odstopa od pogodbe oziroma pisno obvestilo, da potrošnik pravice do odstopa nima (gl. Kdaj od pogodbe ne moremo odstopiti?).

Brez težav

Izdelek ste torej prejeli v roku in z njim ste zadovoljni. Opravili ste svoj prvi – in kot trdijo tisti, ki se ukvarjajo s prodajo po internetu – najpomembnejši nakup. Če je potrošnik s svojim prvim spletnim nakupom zadovoljen, bo vsak naslednji nakup namreč opravil kar petkrat lažje. Zdaj ko ste postali e-potrošnik, pa ni treba hiteti z nakupi v različnih spletnih trgovinah. Obiskujte dobro znane spletne trgovce in kupujte pri njih, povprašajte prijatelje o njihovih izkušnjah, preberite revije, ki pišejo o računalništvu in internetu, poglejte v revijo VIP, kjer redno pišemo tudi o spletni trgovini. In pred nakupom vedno poiščite čim več podatkov o spletnem trgovcu. Zaupanja vredni trgovci z njimi ne skoparijo.



Kaj pa, če ni vse tako, kot bi moralo biti?

Potrošniku ni treba obdržati izdelka, s katerim ni zadovoljen. Takšen izdelek lahko vrne, trgovec pa mu mora vrniti denar. Takšna pravila so nekakšna varovalka, ki ščiti potrošnika v primeru "posebnih oblik" prodaje. Potrošnik namreč predstavo o izdelku dobi le na osnovi slike in podatkov, ki mu jih posreduje trgovec.

Pravilo 15 + 15

Potrošnik lahko pri nakupu v spletnih trgovinah brez navedbe razloga v petnajstih dneh po prejemu izdelka od nakupa odstopi: sporoči trgovcu, da kupljenega izdelka ne želi več. In v naslednjih petnajstih dneh mora izdelek nepoškodovan trgovcu tudi vrniti.

Opozorilo:
minimalen rok za odpoved brez razloga v EU je 7 delovnih dni, države članice pa so ta rok določile različno. Pri nakupih v spletnih trgovinah s sedežem v EU torej ni nujno, da je rok tako dolg kot v Sloveniji. V Veliki Britaniji je ta rok npr. 7 delovnih dni, v Nemčiji pa 14. Pogodbeni pogoji so pred nakupom torej obvezno branje. Če kupujete zunaj EU, pa sploh ni nujno, da je z zakonodajo določen rok za odstop od pogodbe. Vsekakor pa spletnega trgovca obvezuje rok za odstop, ki ga navede na svoji spletni strani.

Trgovec mora potrošniku vrniti vse stroške: kupnino za izdelek, stroške pošiljanja in morebitne druge stroške. Edini strošek, ki bremeni potrošnika, je strošek vračanja blaga. Vračilo plačil mora trgovec opraviti takoj, najpozneje pa v petnajstih dneh po prejemu sporočila o odstopu od pogodbe. Če spletni trgovec zamudi z vračilom, mora potrošniku poleg zakonitih zamudnih obresti plačati še eno desetino prejetih plačil za vsakih dopoljenih 30 dni zamude pri vračilu.

Tri mesece

Če trgovec potrošnika ne obvesti o pravici do odstopa od pogodbe brez navedbe razloga, se rok, v katerem potrošnik lahko odstopi od pogodbe, podaljša na tri mesece. Enak rok je določen tudi v državah članicah EU. Po tem času pravica do odstopa brez navedbe razloga ugasne.

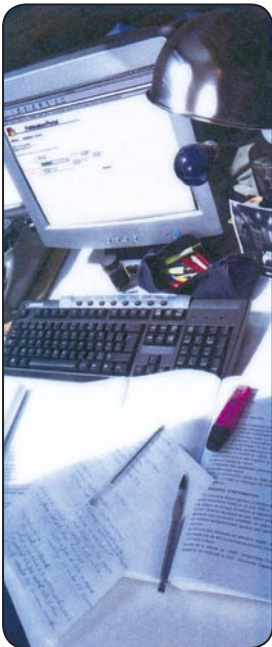
Od pravice do odstopa od pogodbe pa je treba ločiti pravico do reklamiranja izdelka zaradi napake. Potrošnik ima namreč v primeru napake na izdelku vse pravice, kot jih ima pri klasičnem nakupu.

Pri izdelkih, za katere je obvezna garancija, lahko potrošnik uveljavlja svoje pravice v rokih in ob pogojih, ki so navedeni v garancijskem listu – le-ta je obvezen tudi pri prostovoljni garanciji.

Pri t. i. stvarnih napakah pa potrošnik za napake, ki se pojavijo v roku dveh let od prevzema izdelka, od prodajalca lahko zahteva, da odpravi napako, ali zamenja izdelek z novim brezhibnim ali vrne kupnino v sorazmerju z napako, ali vrne celotno kupnino (pri zadnjem mora potrošnik vrniti izdelek). Več informacij o stvarnih napakah lahko poiščete na naših spletnih straneh.

Kdaj od pogodbe ne moremo odstopiti?

- Če je vrednost izdelka ali storitve odvisna od dogajanj na finančnih trgih, na katere trgovec ne more vplivati (če npr. po internetu kupujete delnice).
- Če je izdelek narejen po navodilih potrošnika in prilagojen njegovim potrebam ali če gre za pokvarljiv izdelek ali izdelek, ki mu je že potekel rok uporabe (npr. hrana, pijača, oblačila narejena po meri).
- Če je potrošnik že odprl varnostni pečat pri avdio- in videoposnetkih in računalniških programih.
- Če gre za dobavo časopisov, revij in periodičnih publikacij.
- Če gre za igre na srečo ali loterijo.



Za to, da bodo vaši nakupi varnejši, lahko največ naredite sami

Pred nakupom:

- Preverite identiteto prodajalca.
- So postopki za preklic naročila in vračilo kupnine enostavni ali spletni trgovec vračilo blaga s čim omejuje?
- Ali podjetje, pri katerem kupujete, uporablja varne načine za posredovanje podatkov?
- Kako je z garancijo za izdelke, ki jih kupujete, ali je možnost servisa zagotovljena?
- Je politika varovanja osebnih podatkov objavljena na spletni strani? Lahko zavrnete spam? Podatke o sebi posredujete čim bolj selektivno.
- Je postopek za reševanje pritožb enostaven ali zapleten?

Če naštetih podatkov ni na voljo, nakup odsvetujemo. Vse informacije si natisnite in shranite.

Pred nakupom si izdelajte še en elektronski naslov, ki ga boste posredovali spletnim trgovcem. Brezplačnih možnosti je veliko, tako na slovenskih kot na tujih spletnih straneh.

Ob nakupu:

- Izberite plačilo po povzetju, če pa to ni mogoče, preverite, ali se podatki posredujejo v varnem okolju.
- Postopek naročila mora biti jasen.
- Kupovanje zdravil po internetu ni varno ravnanje. Ne samo, da je splet idealen medij za različne prevare, z nakupom "čudežnih" izdelkov lahko ogrozite tudi svoje zdravje.
- Sodelovanja na dražbah ne priporočamo, po nekaterih ocenah se največ prevar zgodi prav na spletnih straneh, kjer potekajo dražbe. Poleg tega opozarjamo, da Zakon o varstvu potrošnikov (in tudi evropske direktive), če sta v sporu dve fizični osebi, se pravi potrošnika, ne velja.

Po nakupu:

- Izdelek takoj preglejte.
- Če izdelka ne želite, takoj pisno obvestite trgovca in vrnite izdelek.
- Vedno napišite, koliko denarja vam mora trgovec vrniti.
- Če od spletnega trgovca dobivate komercialno e-pošto, ki je ne želite, ga o tem obvestite. Če še to ne pomaga, prijavite njegovo ravnanje tržni inšpekciji.

Uporabne spletne strani:

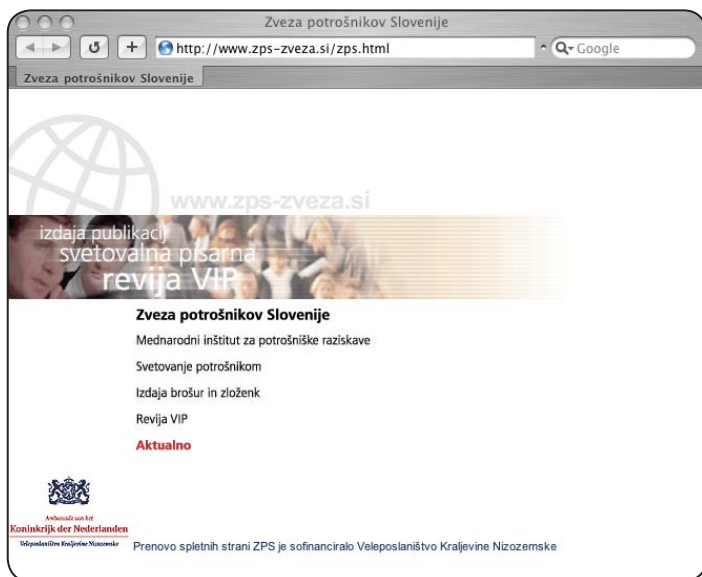
www.consumersinternational.org

www.consumerwebwatch.org

www.econsumer.gov

www.eejnet.org

www.zps-zveza.si



Kam se pritožiti?

Tržni inšpektorat Republike Slovenije

Parmova 33, 1000 Ljubljana

Tel: 01 280 87 00

Fax: 01 280 87 40

tirs.info@gov.si

<http://www2.gov.si/mg/tirs/tirs.nsf>

Pritožbo lahko oddate tudi prek njihove spletne strani

Inšpektorat Republike Slovenije za telekomunikacije, elektronsko podpisovanje in pošto

Tržaška c. 21, 1000 Ljubljana

Tel: 01 478 81 54

Fax: 01 478 83 57

peter.mraz@gov.si

<http://mid.gov.si>

Inšpektorat za varstvo osebnih podatkov

Tivolska 50, 1000 Ljubljana

Tel: 01 478 52 60

Fax: 01 478 53 44

joze.bogataj@gov.si

<http://gov.si/mp>

Gospodarska zbornica Slovenije, Častno sodišče

Dimičeva 13, 1504 Ljubljana

Tel: 01 589 81 78

Fax: 01 589 81 00

infolink@gzs.si

<http://www.gzs.si>

Obrtna zbornica Slovenije, Častno razsodišče

Celovška 71, 1000 Ljubljana

Tel: 01 583 05 00

Fax: 01 519 34 96

obrtna.zbornica@ozs.si

<http://www.ozs.si>

Oglaševalska zbornica Slovenije, Oglaševalsko razsodišče

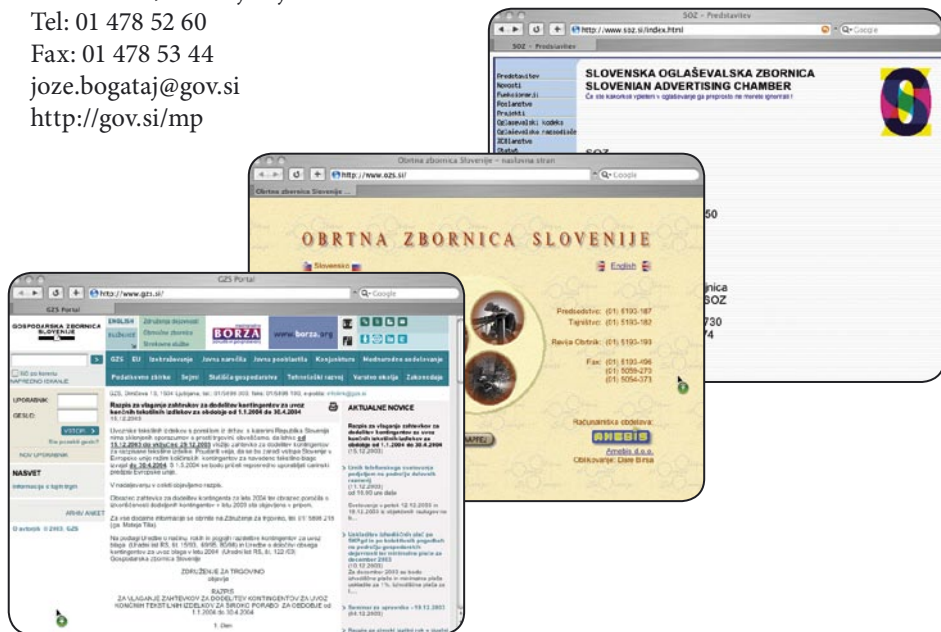
Parmova 53, 1000 Ljubljana

Tel: 01 439 60 50

Fax: 01 439 60 59

info@soz.si

<http://www.soz.si>



ZPS

Zveza potrošnikov Slovenije – društvo

Frakopanska 5, 1000 Ljubljana,

tel. 01/474 06 00, e-pošta: zps@zps-zveza.si, www.zps-zveza.si

nevladna organizacija (društvo) ustanovljena l. 1990

delokrog: varstvo potrošnikov

ustanoviteljica revije za potrošnike VIP (l. 1991)

glavne dejavnosti:

- neodvisno svetovanje
- izobraževanje
- zastopanje interesov potrošnikov
- pravna pomoč
- mednarodno sodelovanje

S plačilom naročnine na revijo VIP postanete tudi podporni član

Zveze potrošnikov Slovenije in pridobite članske pravice:

- brezplačno pomoč pravne pisarne ZPS
- brezplačne nasvete svetovalcev ZPS
- prejmete revijo VIP na dom

Član Zveze potrošnikov Slovenije je lahko samo fizična oseba.

MIPOR

Mednarodni inštitut za potrošniške raziskave

Frakopanska 5, 1000 Ljubljana,

tel. 01/474 06 10, e-pošta: mipor@zps-zveza.si, www.mipor-institut.si

raziskovalni inštitut (ustanovljen l. 1993)

glavne dejavnosti

- izdajanje revije za potrošnike VIP
- primerjalno testiranje
- strokovno in raziskovalno delo ter strokovna podpora dejavnostim ZPS
- izobraževanje in strokovno usposabljanje potrošniških organizacij Srednje in JV Evrope
- razvoj in krepitev politike varstva potrošnikov v srednji in vzhodni Evropi
- informacijska dejavnost
- mednarodno sodelovanje