

Prestrelené výpredaje. E-shopy ľudí klamú

MALOOBCHOD

Pri poslednej kontrole Slovenskej obchodnej inšpekcie pohorelo vyše 90 percent kontrolovaných predajcov.

Olívia Lacenová

olivia.laceno@mafraslovakia.sk

©hn

Bratislava – Povianočné výpredaje sú v plnom prúde. A hoci sa zákazníci tešia na obrovské zľavy, vlnu neistoty, či sú zľavy skutočne reálne, vyvolal e-shop Alza, ktorý spôsobil rozruch svojim sušičom do topánok. Ten na Slovensku predával v zľave za 80 eur, no v Nemecku bez akcie iba za 17 eur. Alza už priznala svoju chybu,

no podobne „nafúknuté“ ceny sa našli pri niektorých výrobkoch aj v prípade internetového predajcu Notino. Zákazníci sa však proti takýmto praktikám môžu brániť a podať podnet. Pri poslednej kontrole Slovenská obchodná inšpekcia zistila nedostatky až pri 82 e-shopoch.

Pochybili aj ďalší

Výpredajové ceny nie vždy zodpovedajú realite a aj na internete sa môže stať chyba v nacenení, ako to bolo v prípade Alzy. „Je nám to veľmi ľúto. Hoci máme nastavené systémy kontroly a robíme všetko pre to, aby sme v takej obrovskej ponuke chyby minimalizovali, môže k nim vo výnimočných prípadoch dôjsť,“ vyjadrila sa Patricie Šedivá, PR manažérka Alzy, po tom, čo HN na vysokú zľavu upozornili.

Alza však nie je jediná, ktorá pochybila. Pri kontrole Slovenskej obchodnej inšpekcie, ktorá sa

uskutočnila v novembri, pohorela veľká väčšina predajcov. Kontrola bola zameraná na dodržiavanie zákonných povinností predávajúcich pri ponuke a predaji výrobkov. Podľa výsledkov išlo celkovo o deväť desiatok kontrol. Okrem toho, že internetové obchody neuvádzali cenu s DPH, neuvádzali platobné a dodacie podmienky či právo spotrebiteľa odstúpiť od zmluvy, bolo zistené aj to, že v niektorých prípadoch časť „Košík“ zaokrúhľovala celkovú cenu.

Najskôr porovnať

Základným pravidlom nakupovania je zvýšená pozornosť a porovnávanie cien na viacerých webových miestach. „Stačí si skontrolovať vývoj cien, napríklad u nás na Heureka,“ ozrejmil Tomáš Braverman, šéf Heureka. Podľa Romana Müllera, analytika spotrebiteľského financovania Home Credit, sú z minulosti známe prí-

pady, že niektoré zľavy boli len „naoko“ v snahe zbaviť sa ťažko predajného tovaru.

Súčasná legislatíva na Slovensku konkrétne neupravuje predaj výrobkov v zľavách. Nešpecifikuje ani presný postup uvádzania cien výrobkov a ich zliav. Zákony neriešia ani to, ku ktorej cene z výrobku je povinné uvádzať zľavu. „Predávajúci preto môže deklarované percento zľavy z výrobku vyčísliť jednak z ceny bezprostredne predchádzajúcej akciovej cene, alebo z ďalších platných cien, vyplývajúcich z cenovej evidencie,“ objasňuje Danuša Krkošová, tlačová hovorkyňa z Ústredného inšpektorátu Slovenskej obchodnej inšpekcie. Ak si spotrebiteľ následne porovnáva nákupné podmienky za posledné obdobie a matematicky prepočíta, vyčíslená percentuálna hodnota zľavy nemusí korešpondovať s deklarovanou zľavou. Záleží to-

tiž na tom, z akej sumy ju predajca vypočítal. To platí napríklad aj v prípade 50 ml toaletnej vody Nino Cerruci, ktorá sa v zľave predáva na Notino.sk za 17 eur, pričom ako pôvodnú cenu deklaruje vyše 50 eur.

Cenová evidencia nepustí

„Predávajúci však nemôže uvádzať ako pôvodné ceny výrobkov tie, ktoré nie sú evidované v jeho cenovej evidencii a za ktoré sa v minulosti spotrebiteľovi ani nepredávali,“ uvádza Krkošová a dodáva, že v opačnom prípade by mohlo ísť o nekalé praktiky. Ak má spotrebiteľ pochybnosti o pôvodnej deklarovanej cene tovaru, môže sa s podnetom obrátiť na Slovenskú obchodnú inšpekciu. Na otázku, či inšpekcia v súčasnosti eviduje nejaké podnety od zákazníkov, HN dostali odpoveď, že prichádzajú skôr sporadicky a nie je ich veľa.