



UVODNA REČ

RELJA JOVIĆ

Pare ne vraćamo!

KADA KUPUJETE neki proizvod, vi praktično zaključujete ugovor s prodavcem. Prodavac će dobiti vaš novac, a vi ćete dobiti kvalitetan uređaj – tako bi barem trebalo da bude. Kupovina u našim prodavnicama,

međutim, često podseća na repliku iz kabaretskog programa Milana Gutovića, što je pre desetak godina bio na repertoaru Scene Bojan Stupica. Negde na početku predstave, Gutović je otprilike rekao: „Nezadovoljni nakon predstave mogu na blagajni da podignu svoj novac, ali pošto smo mi zadovoljni vašim parama, nećemo vam ih vratiti.“

Salu na stranu, garantna podrška i zadovoljstvo kupaca ovdašnjim trgovcima izgleda da i nisu na prvome mestu. U pripremi ovoga teksta koristio sam obrađene anketne kartice iz *Mikra* i saznanja stečena iz razgovora sa slušaocima emisije PC Petak. Najveći broj anketiranih je, u oba slučaja, bio nezadovoljan odnosom prodavaca i servisa kada je dolazilo do problema s proizvodima što su ih kupili, a koji su se pokvarili u garantnom roku. U servisima najčešće tvrde da kvar nije pokriven garancijom, ili ako jeste pokriven, na popravku se po pravilu čeka četrdeset pet dana, koliko je zakonom propisano kao rok u kome se kvar mora otkloniti ili proizvod zameniti novim, istim ili sličnim.

Garancije nisu jedini problem s kojim se suočavaju domaći kupci. Uoči Nove godine, kompanija Sony je organizovala promotivnu akciju u kojoj je kupcima ponudila veći popust za određene modele njenih proizvoda, kao i mogućnost da se ti modeli kupuju u paketu s dodatnom opremom. Primera radi, po veoma povoljnoj ceni mogli ste da kupite video kameru s baterijom većeg kapaciteta i torbicom. Na kraju reklamnog letka bio

je naveden spisak ovlašćenih prodavnica, među kojima je pomenut i jedan veliki lanac što prodaje tehničku opremu. Kada smo pokušali da kupimo kameru pod tim uslovima u prodavnici, rečeno nam je da oni ne prodaju takve pakete i da nisu obavezni da postupaju po onome što piše u letku – iako se on nalazio i na reklamnom stolu u njihovoj radnji. U telefonskom razgovoru s merodavnicima u beogradskoj kancelariji Sonyja rečeno nam je da su oni upoznati s tim problemom i da su akciju organizovali u dogovoru s prodav-



nicama, ali da nemaju nikakav način da prodavce nateraju da poštuju dogovor. Da ne bude zabune, zaposleni u lokalnom predstavništvu Sonyja odlično obavljaju svoj posao – primera radi, i domaćim kupcima su ponudili besplatnu popravku aparata s problematičnim čipovima CCD, što jeste praksa u svetu. Problem je, naravno, u postupanju trgovca i po slovu zakona, njega bi kupac mogao da tuži, ali bi na zadovoljenje pravde sigurno čekao predugo, a nadoknada bi verovatno bila simbolična.

Kako se u svetu štite prava potrošača

imao sam priliku i lično da proverim. Pre dve godine sam, tokom boravka na sajmu CeBIT, kupio džepni televizor, ali se ispostavilo da on nije bio upotrebljiv u Hanoveru, s obzirom na to da tamo nema klasičnog emitovanja na UHF/VHF frekventnom opsegu, za koji je ovaj prijemnik bio predviđen. Bez ikakvog pogovora, prodavac je sutradan primio aparat nazad i vratio novac – bio sam nezadovoljan u roku od 30 dana i to se jednostavno podrazumevalo. Drugi primer: moj poznanik je u Južnoafričkoj Republici kupio digitalni fotoaparat i nekoliko dana posle toga je u izlogu video da je aparat pojeftinio za 35 procenata. Ušao je u prodavnicu i uz priložen račun mu je vraćen novac u visini popusta. Prodavac je objasnio da je njima lakše da odobre popust i za kupovine u prethodnih 30 dana, nego da se petljaju s administrativnom procedurom ako im kupci vrate robu i potom je ponovo kupe s popustom. Naravno, u urednim potrošačkim društvima, kvarovi u prvih mesec dana podrazumevaju momentanu zamenu proizvoda novim.

Do uspostavljanja takvih standarda i u našoj zemlji, preostaje nam da se raspravljamo s prodavcima, potežemo veze i da se radujemo kada čujemo za neki pozitivan primer, a njih ipak ima. Moje iskustvo s hipermarketom Merkator i reklamacijom za dva problematična uređaja nekoliko dana posle kupovine zaista je sjajno – ponudena mi je zamena ili vraćanje novca. Nadam se da će broj ovakvih trgovaca rasti i da će naša udruženja za zaštitu kupaca vremenom ojačati. ■

Relja Jović je glavni i odgovorni urednik časopisa Mikro. Njegove uvodne reči pročitajte na adresi www.mikro.co.yu/arhiva/relja.