



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## INOVATÍVNE VZDELÁVACIE NÁSTROJE



## TÉMA: „NÁKUPNÉ ROZHODNUTIA – VRÁTENIE TOVARU”

Tomasz Załona

Monika Danielska

# I. Odôvodnenie výberu témy

Výskumy, ktoré sa venujú spotrebiteľskému správaniu na trhu, sú pomerne široké. Správanie spotrebiteľov nie je ľahké definovať. Z tohto dôvodu je tiež spoznanie seba samého v úlohe spotrebiteľa cennou lekciou. Umožňuje nám spoznať seba samého ako spotrebiteľa a svoje nákupné reakcie.

## II. Všeobecné vzdelávacie ciele

- Spoznanie bezpečných a efektívnych spôsobov prijímania nákupných rozhodnutí a spotrebiteľských práv.
- Dôležitým prvkom je tiež pripraviť žiakov na život v sociálnom prostredí, predovšetkým rozvoj schopnosti ohodnotenia šancí a hrozieb, vyplývajúcich z využívania rôznych spôsobov nákupu.

# III. Tematicky rozsah hodín

1. Klient a spotrebiteľ
2. Správanie spotrebiteľa počas nákupu
3. Faktory ovplyvňujúce správanie spotrebiteľa
4. Online nakupovanie a nakupovanie v kamennej predajni
5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru
6. Cvičenia

## IV. Metódy vedenia hodín

- 1) Miniprednáška (na základe prezentácie)
- 2) Ilustračné materiály – interaktívny film
- 3) Práca pod vedením
- 4) Práca v skupine

# 1. Klient a spotrebiteľ

**KLIENT – fyzická osoba alebo inštitúcia, ktorá je partnerom predajcu pri kúpno-predajných transakciách.**

# 1. Klient a spotrebiteľ

## Prečo je dobré, aby bol klient spokojný?

Spokojný klient	Nespokojný klient
Nakúpi znova.	Neurobí ďalší nákup.
Bude stálym klientom.	Zmení predajcu.
Bude zdrojom pozitívnych hodnotení.	Bude zdrojom negatívnych hodnotení.
Bude sa zaujímať aj o iné produkty firmy, s ktorou je spokojný.	Má negatívny vzťah k iným produktom firmy, ktorá ho sklamala.
Rád skúša nové produkty firmy.	Sťažuje zavedenie nových produktov na trh.
Propagačné aktivity nie sú v jeho prípade potrebné.	Vyžaduje si výrazné propagačné aktivity.
Kupuje – preto prináša zisky.	Nekupuje – prináša straty.

# 1. Klient a spotrebiteľ

Tento pojem môže byť stotožňovaný s termínom  
„NADOBÚDATEĽ” alebo  
„KUPUJÚCI”, ale len súvisí so všeobecnejšími  
termínmi „ODBERATEĽ” a „KONTRAHENT”.



# 1. Druhy nadobúdateľov a trhov

**Spotrebiteľ – fyzická osoba, ktorá nadobúda a konzumuje tovary a služby.**

**Spotrebiteľ si vyberá tovary a služby podľa svojich preferencií a príjmov, a tiež zvykov a tradícií.**

## 2. Správanie spotrebiteľov počas nakupovania

Správanie spotrebiteľa je cyklus súvisiaci s procesom nakupovania tovaru, jeho využívania a zbavovania sa.

Zahrňa nielen fyzické činnosti ale aj všetko, čo počas nákupu prebieha v psychike.

Správanie spotrebiteľa môže ukazovať správanie zamerané na uspokojenie túžob jednotlivcov.

## 2. Správanie spotrebiteľov počas nakupovania

### Základné typy spotrebiteľného správania:

- **Vedomé** – vedomé, dobre premyslené, s presne určeným cieľom. Toto správanie ukazuje názory spotrebiteľa a jeho túžby.
- **Nevedomé** – nevedomé správanie, vykonávané automaticky, neukazuje skutočné potreby spotrebiteľa.

## 2. Správanie spotrebiteľov počas nakupovania

### Základné typy spotrebiteľského správania:

- **Dobrovoľné** – činnosti vyplývajúce z vnútornej túžby vlastníť niečo dobré, ktoré nie sú ničím obmedzované,
- **Nedobrovoľné** – vznikajú z donútenia, akým je napríklad obmedzenie vyplývajúce zo zložitej životnej situácie jednotlivca, ako aj činnosti, ktoré sú výsledkom vplyvu iných ľudí na konanie spotrebiteľa.

## 2. Správanie spotrebiteľov počas nákupu

### Základné typy spotrebiteľského správania:

- **racionálne** – umožňuje, aby bol spotrebiteľ čo najspokojnejší s vykonaným nákupom. Je to predovšetkým vtedy, keď spotrebiteľ za požadovanú sumu kúpi toľko tovaru, aby bol s nákupom čo najspokojnejší.

*Pri racionálnom správaní je spotrebiteľ schopný identifikovať svoje potreby, dokáže určiť ich hierarchiu (od tých najintenzívnejších až po tie najmenej potrebné) a robí rozhodnutia, ktoré prinášajú čo najväčšiu spokojnosť.*

## 2. Správanie spotrebiteľov počas nákupného procesu

### Základné typy spotrebiteľského správania:

- **Iracionálne** – je nelogické alebo nie je v súlade s očakávaniami spotrebiteľa a vie o tom počas nákupu. Iracionalita je chápaná ako pridržovanie sa potrieb, aj keď sú škodlivé. Predpokladá sa, že iracionálny spotrebiteľ sa pri rozhodovaní o kúpe daného tovaru riadi napodobňovaním a impulzmi.

### 3. Faktory ovplyvňujúce správanie spotrebiteľa

- **Kultúrne faktory:** kultúra, subkultúra a spotrebiteľská komunita,
- **Sociálne faktory:** menšie sociálne skupiny, členovia rodiny, postavenie a ich rola. Osobitnú pozornosť je potrebné venovať rodine, ktorá v prípade vyšších výdavkov vytvorí rozhodovaciu skupinu a každý člen bude hrať minimálne jednu z rolí: iniciátor, poradca, rozhodovateľ, kupujúci a užívateľ,
- **Osobnostné faktory:** individuálne vlastnosti spotrebiteľa: vek a fáza životného cyklu, zamestnanie, materiálna situácia, spôsob života, záľuby a osobnosť,
- **Psychologické faktory:** motivácia, presvedčenia, vzdelávanie sa a názory.
- **Ekonomické faktory:** (príjmy)

### 3. Faktory ovplyvňujúce správanie spotrebiteľa

#### Príčiny nákupu produktov:

- Ekonomické (nákup s ohľadom na náklad, cenu),
- Technické (predpokladaná kvalita, pohodlie využívania, technické parametre),
- Sociálne (z dôvodu, že produkt využívajú známy, priatelia, túžba byť taký ako ostatní),
- Preferencie (preferencia určitej značky),
- Zvyk (špecifický zvyk),
- Reputácia (výrobcu alebo predávajúceho, predchádzajúce pozitívne skúsenosti s produktom).



### 3. Faktory ovplyvňujúce správanie spotrebiteľa

#### Rozdelenie spotrebiteľov podľa osobnosti:

1. Osoby, ktoré očakávajú pomoc predávajúceho pri výbere a nákupe tovarov a nespoločenské osoby.
2. Osoby, ktoré neradi prijímajú pomoc predávajúceho: málovravné a nedôverčivé osoby.
3. Osoby preferujúce samostatný výber a nákup tovarov:
  - Impulzívne,
  - Rozhodné,
  - Pomalé osoby.

## 4. Online nákupy a nákupy v kamennej predajni

**Sú lepšie nákupy v kamennej predajni?**

**Alebo na internete?**

## 4. Online nákupy a nákupy v kamennej predajni

**Sú lepšie nákupy v kamennej predajni?**

**Alebo na internete? ...**

## 4. Online nákupy a nákupy v kamennej predajni

**Ťažko povedať. 😊**

Najspokojnejší kupujúci je ten, ktorý má pocit, že kúpil kvalitný produkt v dobrej (nízkej) cene, bez ohľadu na spôsob. 😊

## 4. Online nákupy a nákupy v kamennej predajni

Nižšia cena produktu nie je spravidla pre väčšinu spotrebiteľov dostatočnou kompenzáciou za nutnosť čakať na zakúpený produkt aj niekoľko dní...

Úspora nákladov nie je až taká jednoznačná, ak k nižšej cene produktu pripočítame náklady na dopravu.

Úspora času už tiež nie je až taká zjavná.

## 4. Online nákupy a nákupy v kamennej predajni

Nevýhodou online nakupovania je riziko, že dostanete tovar, ktorý sa nebude zhodovať s objednávkou.

Okrem toho existujú aj podvody súvisiace s platbami na internete.

Ďalšou nevýhodou je aj nemožnosť prezrieť si produkt v skutočnosti.

## 4. Online nákupy a nákupy v kamennej predajni

Kúpili ste niečo na internete, zaplatili ste, ale produkt ste nedostali, alebo ste dostali produkt, ktorý nie je zhodný s objednávkou?

Pravdepodobne ste natrafili na podvodníka.

Hoci sa už peniaze dostali na účet fiktívnej predajne, a Vy ste zúfalý z toho, že ste boli nepozorný, oplatí sa zaoberať a pokúsiť sa získať peniaze späť.

Ako to urobiť?

## 4. Online nákupy a nákupy v kamennej predajni

### Niekoľko možností:

- ▶ Podajte sťažnosť v banke
- ▶ Nahláste celú vec na polícií
- ▶ Nahláste celú vec spotrebiteľskému ombudsmanovi



## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

**Je možné vrátiť tovar, ktorý sme kúpili cez internet?**

**Kedy a ako to môžeme urobiť?**

**Aj keď je nakupovanie, v kamenných ako aj internetových predajniach, pre každého z nás bežnou záležitosťou. Stále existuje veľa pochybností o právach spotrebiteľov.**

## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

**Ďalší problém..**

**Právo predpokladá iné predpisy pre tradičnú formu uzatvárania kúpno- predajných zmlúv a iné pre zmluvy uzatvárané na diaľku.**

## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

**Spotrebiteľ, ktorý urobí nákup v kamennej predajni, nemá právo na vrátenie nezávadného tovaru, pokiaľ takúto možnosť neponúkajú podmienky predajne.**

**Preto sa často stretávame s možnosťou vrátenia tovaru v nenarušenom stave, napríklad do 30 dní termínu od zakúpenia tovaru.**

## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

**Je dobré vedieť, že predávajúci nie je povinný prijať vrátenie nezávadného tovaru.**

**Ak je však tovar chybný, vrátenie tovaru môže byť realizované v rámci reklamácie uplatnenej na základe záruky.**

## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

### A čo s nákupom cez internet?

V takomto prípade má spotrebiteľ právo odstúpiť od zmluvy v termíne do 14 dní od dátumu nákupu. Vrátenie tovaru musí byť realizované do 14 dní.

Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru sa týka aj kúpno-predajných transakcií realizovaných na diaľku, napr. napríklad objednávka z katalógov, nákup tovarov mimo kamennej predajne firmy napr. počas ukážok, výstav alebo trhov.

## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

### Odstúpenie od zmluvy uzatvorenej na diaľku

Spotrebiteľ, ktorý chce tovar vrátiť, musí od zmluvy odstúpiť zaslaním vyhlásenia o odstúpení od zmluvy.

Forma takéhoto vyhlásenia je ľubovoľná, je možná formou listu, emailom, telefonicky atď.. Predávajúci by však mal poskytnúť vzor formulára na odstúpenie od zmluvy.

Spotrebiteľ má právo na vrátenie tovaru bez uvedenia dôvodu.

## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

### Čo musí urobiť predávajúci?

1. Mal by v priebehu 14 dní od obdržania vyhlásenia vrátiť klientovi peniaze za zakúpený tovar, ako aj za náklady na jej doručenie,
2. Nemusíte platiť úplne rovnaké náklady za zásielku, ktorú použil klient, ale sumu zodpovedajúcu najlacnejšiemu spôsobu dopravy do uvedeného internetového obchodu,
3. Peniaze by mali byť vrátené v takej forme, v akej bola realizovaná platba, ibaže klient nahlási inú formu vrátenia peňazí,
4. Môže zadržať vrátenie peňazí, kým nedostanete produkt späť alebo aspoň doklad o vrátení tovaru späť.

## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

### Zodpovednosť spotrebiteľa za využívanie produktu

1. Máte právo využiť produkt spôsobom, ktorý Vám pomôže určiť jeho kvalitu, vlastnosti a spôsob fungovania. Znamená to, že produkt môže rozbaľiť z originálneho balenia, vyskúšať a skontrolovať jeho funkčnosť.
2. Ak výrobok vykazuje stopy užívania, ktoré sú nad rámec štandardného užívania produktu, nehovoriac o poškodení, môže predávajúci požadovať od klienta pokrytie strát.



## 5. Právo spotrebiteľa na vrátenie tovaru

### Kedy nemôžete vrátiť tovar?

1. Keď je vyrobený na špeciálnu objednávku spotrebiteľa. Týka sa to napríklad personalizovaných predmetov,
2. Keď podlieha rýchlemu pokazeniu napr. potraviny,
3. Keď sú to hygienické výrobky a po rozbalení nemôžu byť opätovne predané.
4. Po vybalení produktu z originálneho zapečateného obalu, napríklad cde-čka, počítačový program.
5. Vrátenie nie je možné ani v prípade nákupu digitálneho obsahu na nehmotných nosičoch.
6. Spotrebiteľ tiež nemá právo na vrátenie vstupeniek.

## 6. Praktické cvičenia



**Ďakujem za pozornosť**

