

GZS

Pravna služba

g. Igor Knez

ga. Katja Čoh Kragolnik

Dimičeva ulica 13

1000 Ljubljana

Ljubljana, 4. 12. 2015

Zadeva: Pripombe na osnutek novega Zakona o varstvu potrošnikov – ZVPot-1

Spoštovani!

V Sekciji operaterjev elektronskih komunikacij (SOEK), ki je ustanovljena v Združenju za informatiko in telekomunikacije pri Gospodarski zbornici Slovenije, se vam zahvaljujemo za vaš angažma in priložnost, v nadaljevanju pa vam pošiljamo pripombe na prejeti osnutek novega Zakona o varstvu potrošnikov – ZVPot-1 in vas prosimo, če te ustrezno posredujete delovni skupini na resornem ministrstvu, ki je zadolžena za pripravo predloga novega zakona (v nadaljevanju: ZVPot-1), ki bo nadomestil doslej veljavnega (v nadaljevanju: ZVPot).

Uvodoma pozdravljamo prizadevanja, da so v osnutku ZVPot-1 vsebovane združene določbe obstoječega Zakona o varstvu potrošnikov ter tudi Zakona o varstvu potrošnikov pred nepoštenimi poslovnimi praksami, saj gre za vsebino, ki se med seboj dopolnjuje ter je z vidika kodifikacije prava ustrežnejše, da je vsebina umeščena v en skupen zakonski akt.

Nadalje pozdravljamo tudi vsebino osnutka ZVPot-1, kjer se odgovornost prodajalca blaga opredeljuje v dveh ločenih institutih: najprej kot obvezna zakonska odgovornost prodajalca za stvarne napake na stvari; nadalje pa kot prostovoljno jamstvo – garancija. Sedanja obstoječa zakonska ureditev teh dveh institutov, pri čemer se oba štejeta kot zakonsko obvezna za prodajalce, se je namreč v praksi večkrat pokazala kot neustrezna, saj predstavlja veliko nejasnosti pri uveljavljanju in reševanju zahtevkov kupcev blaga.

K 6. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se tretji odstavek 6. člena spremeni kot sledi:

»Če podjetje omogoča posebne prodajne pogoje iz prejšnjega odstavka, takšne pogoje jasno in razumljivo označi v ponudbi.«

Obrazložitev:

Osnutek ZVPot-1 zahteva objavo posebnih prodajnih pogojev v poslovnih prostorih podjetja, vendar se prodajne ponudbe v praksi distribuirajo preko različnih komunikacijskih kanalov (npr. preko oglaševalskih sporočil na TV, preko pošte, oglasov v časopisih,...) in ne vidimo razloga, da bi posebni prodajni pogoji bili navedeni samo v poslovnih prostorih, ampak so lahko navedeni v ponudbi in se tako lahko z njimi seznanijo potrošniki preko vseh komunikacijskih kanalov (ne glede na to ali blago kupijo v poslovnih prostorih podjetja ali na kakšen drug način).

K 9. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se 9. člen črta.

Obrazložitev:

Besedilo, navedeno v 9. členu predloga ZVPot-1 je povzetek določb 8. člena ZVPot-1 in samo še enkrat poudari njihovo vsebino. Takšno podvajanje je po našem mnenju popolnoma nepotrebno.

K 13. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se 13. člen spremeni kot sledi:

»Podjetje za blago, ki je namenjeno prodaji potrošnikom izroči označbe, certifikat, izjavo o skladnosti, garancijski list v primeru prostovoljnega jamstva, navodilo za sestavo in uporabo oziroma druge spremne dokumente, če je s tem ali drugim predpisom tako določeno.«

Obrazložitev:

Osnutek ZVPot-1 v členu 85 in nasl. določa garancijo kot prostovoljno jamstvo. Torej 13. člen ZVPot-1 ne bi smel nalagati obvezne predložitve garancijskega lista.

Ker je po osnutku ZVPot-1 garancija prostovoljna, podjetje ne bi smelo biti sankcionirano za primer, če garancijskega lista blagu ne priloži. To je treba upoštevati v zadnji alineji prvega odstavka 206. člena ZVPot-1, ter tudi v kazenskih določbah (ki jih obravnavani osnutek ZVPot-1 sicer še ne vsebuje, zaradi česar se ne moremo konkretno opreti na številko člena kazenskih določb).

K 17. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se 17. člen spremeni kot sledi:

»Aksijska prodaja je prodaja določene količine blaga enega proizvajalca v določenem časovnem obdobju, ki ne sme biti daljši od 60 dni, po nižji ceni od redne cene po kateri se je blago predhodno prodajalo v redni prodaji.«

Obrazložitev:

Predlagamo podaljšanje časovnega obdobja iz 30 dni na 60 dni. Podjetje akcijsko prodaja blaga običajno oglašuje in v to oglaševanje vloži veliko finančnih sredstev, zato je omejitev na tako kratko obdobje iz gospodarskega vidika nesprejemljiva. Podjetje bi v tem primeru komajda začelo z oglaševanjem blaga in potrošniki bi se komajda zavzeli za akcijsko prodajo podjetja, potem pa bi podjetje akcijsko prodajo moralo skorajda že zaključiti, ker bi minilo 30 dni.

Tudi Trgovinska zbornica trenutno omejuje sezonske razprodaje na 60 dni in ne vidimo razloga za krajše obdobje akcijske prodaje. Če lahko sezonske razprodaje trajajo 60 dni, potem bi bilo edino pravilno roke poenotiti, tako da bi lahko tudi akcijska prodaja trajala 60 dni.

K 25. členu ZVPot-1

25. člen opredeljuje, kdaj se pogodbeni pogoji štejejo za nepošteno. Na načelni ravni pozdravljamo zakonsko ureditev in definiranje nepoštenih pogodbenih pogojev, a vendar moramo opozoriti, da navedena definicija povzroča nemalo zapletov in problemov v praksi. Definicija je namreč zelo splošna in abstraktna, kar je sicer normalno, saj gre za zakonsko določbo, a žal tudi zelo nejasna in neopredeljiva - zavezanci, ki moramo ravnati skladno z njo, opažamo, da je v zvezi z njo v praksi dosti problemov in negotovosti. Ti problemi se nanašajo največkrat na takšne pogodbene pogoje, za katere objektivno ocenjujemo, da so pošteni, pa vendar je bilo (zgolj na I. stopnji) ugotovljeno drugače, kar predpisujemo predvsem nedorečeni in preveč odprti določbi. Kot primer naj navedemo, da je bil kot nepošten pogodbeni pogoj opredeljeno naštevanje, kot so: in podobno, zlasti, na primer, ali na drug ustrezen način, ali na drug zanesljiv način... . To vsekakor ne more biti nepošten pogodbeni pogoj, kar je bilo kasneje tudi potrjeno, pa vendar je bil sprva opredeljen kot tak. Glede na to, da je sankcija v tovrstnih postopkih (poleg globe) lahko tudi prepoved opravljanja dejavnosti, ki prične učinkovati takoj, moramo opozoriti, da je jasnejša in določnejša opredelitev nepoštenih pogojev nujna. Prav tako je nujno, da se doda več konkretnih primerov, ki bodo kot taki nakazovali razumevanje prvega odstavka 25. člena in njegov obseg tako, da bo na vseh stopnjah odločanja jasno, kje je tista meja, ko lahko govorimo o nepoštenih pogodbenih pogojih. Na drugi strani pa bo tudi gospodarskim subjektom jasno kakšen je namen zakonodajalca.

Pogledali smo tudi primerjalno prakso v Avstriji, kjer imajo v njihovem Zakonu o varstvu potrošnikov (»Konsumentenschutzgesetz«) tudi naveden poseben člen glede nepoštenih pogodbenih pogojev (člen 6: Unzulässige Vertragsbestandteile), vendar pa imajo za razliko od ureditve v Sloveniji navedenih kar nekaj primerov nepoštenih pogodbenih pogojev in samo na koncu eno kratko določbo v smislu, da se posamezen pogoj šteje kot nepošten, če je nerazumljiv potrošniku. Nimajo torej

navedenih toliko splošnih in abstraktnih določb, ki bi bile nejasne in neopredeljive kot jih imamo pri nas, ampak je predvidenih več konkretnih primerov nepoštenih pogodbenih pogojev.

Posebej pa naj še izpostavimo dva primera nepoštenih pogodbenih pogojev kot so opredeljeni v tretjem odstavku 25. člena:

- šesta alineja 3. odstavka 25. člena: ta alineja se nam sama po sebi ne zdi nepošten pogodbeni pogoj. Namreč že po Zakonu o elektronskih komunikacijah (ZEKom-1) je operaterjem omogočeno spreminjanje pogodbenih pogojev, saj je v drugem odstavku 129. člena ZEKom-1 predviden postopek obveščanja naročnikov o spremembi pogojev in obveznost omogočanja odstopnega upravičenja. Operater ima torej po ZEKom-1 pravico spremeniti pogodbene pogoje (katerekoli) ob predpostavki, da imajo potrošniki v tem primeru možnost odstopiti od naročniške pogodbe brez plačila pogodbene kazni in plačila stroškov prekinitve naročniškega razmerja. Določba šeste alineje je torej v popolnem nasprotju z določbami ZEKom-1, ki ureja razmerja med naročniki in operaterji kot *lex specialis* v razmerju do ZVPot.

- osma alineja 3. odstavka 25. člena: tudi ta alineja se nam sama po sebi ne zdi nepošten pogodbeni pogoj. Namreč že po Obligacijskem zakoniku ima naročnik elektronskih komunikacijskih storitev, kot šibkejša stranka, določene pravice v zvezi s Splošnimi pogoji, ti se razlagajo v njegov prid, ravno zaradi ekonomske moči nasprotne pogodbene stranke. Nadalje nikakor ne nasprotujemo izbrisu te alineje v celoti, predlagamo pa da se ta bolj definira in sicer tako, da se kot nepošten pogodbeni pogoj opredeli zgolj tista pogodbena kazen, ki je nesorazmerna oziroma nepravilna, pač v duhu nepoštenosti, kot ga opredeljuje prvi odstavek 25. člena ZVPot-1. Tako se zaščiti potrošnika in še vedno ohrani pogodbeno razmerje v duhu načela vestnosti in poštenosti, hkrati pa se omogoči subjektu, ki zagotavlja storitve, da zagotovi uravnoteženost med pravicami in obveznostmi. Namreč sedaj iz veljavnega ZVPot izhaja, kot da pogodbena kazen sploh ni mogoče oziroma je že sama po sebi nepošten pogodbeni pogoj in to tudi v primerih hujših kršitev pogodbenih obveznosti potrošnika oziroma tudi v primeru zlorabe njegovih pravic, kar nikakor ni ne v korist potrošnika ne v korist subjektov, ki mu zagotavljajo storitve oz. blago. Se pa povsem strinjamo, da mora biti potrošnik varovan pred nepoštenim poslovanjem subjektov, zato vsakršna pogodbena kazen ne more biti dovoljena.

- deveta alineja 3. odstavka 25. člena: tudi ta alineja po našem mnenju sama po sebi ni nepošten pogodbeni pogoj. Preverjanje legitimnosti posameznih prevzemov in združitvev podjetij je v pristojnosti Agencije za varstvo konkurence in ne Tržnega inšpektorata. Če Agencija za varstvo konkurence določen prevzem ali združitvev podjetij potrdi, ne vidimo razloga, da bi se prenos pogodbenih pravic in obveznosti na tretjo osebo smatral kot nepošten pogodbeni pogoj. Glede na trenutno gospodarsko stanje in število prevzemov in združitvev, ki se dogajajo, bi predlagali, da se tudi ta alineja nomotehnično spremeni, tako da se šteje kot nepošten pogodbeni pogoj samo v primeru, če so izpolnjeni tudi pogoji iz prvega odstavka tega člena (v kolikor bo prvi odstavek ostal v takšen zapisu kot je sedaj).

Inšpektorji se v praksi po naših izkušnjah osredotočajo predvsem na primere nepoštenih pogodbenih pogojev iz 3. odstavka 25. člena, pri tem pa ne upoštevajo predpogojev iz prvega odstavka 25. člena, zato predlagamo, da se člen nomotehnično drugače zapiše in se še bolj poudari zahteva po izpolnitvi predpogojev iz prvega odstavka 25. člena. Namreč v praksi se dogaja, da odločevalci že na podlagi dejstva, da sta izpolnjena kriterija osme in devete alineje, brez izpolnjenih kriterijev iz prvega odstavka 25. člena, zaključijo, da gre za nepošten pogodbeni pogoj, kar pa nikakor ne more držati.

K 34. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se drugi odstavek 34. člena spremeni kot sledi:

»Višina zaračunanega opomina, ki ga izda podjetje, v primeru zamude plačila potrošnika kot pogodbene stranke, ne sme presegati dveh eurov, pri čemer se višina usklajuje s stroškom rasti življenjskih stroškov, in dejanskih stroškov izdelave pošiljanja opomina.«

Obrazložitev:

Ugotovili smo, da osnutek ZVPot-1 glede zaračunavanja stroškov opominjanja (drugi odstavek 34. člena ZVPot-1), glede na obstoječi ZVPot (27a. člen ZVPot), vsebuje spremenjeno določbo. Spremenjena določba deloma upošteva pripombe, ki vam jih je SOEK podal dne 15.9.2014.

Osnutek 34. člena ZVPot-1 predpisuje maksimalno višino stroška opomina, tako da le ta ne sme presegati seštevka:

- 1 eura in
- stroškov pošiljanja opomina.

a) Glede višine 1 eura:

Prosimo pojasnilo, na čem temelji določitev 1 eura. Namreč, v času vse večje plačilne nediscipline, po našem mnenju takšna določitev višine neplačnikov ne bo zadosti disciplinirala. Tako nizko določena znesek potrošnika še vedno spodbuja k nerednemu plačevanju obveznosti. Predlagamo povišanje zneska.

Poleg tega predlagamo tudi, da se zakonsko določen nominalni znesek usklajuje s stroškom rasti življenjskih stroškov, glede na to, da bo predvidoma zakon v veljavi daljše časovno obdobje (obstoječi ZVPot, z nekaj spremembami, velja vse od leta 1998 dalje), saj je pomembno, da so zakonske določbe ves čas veljave zakona aktualne. Nominalno določen znesek opomina bo, ob rasti življenjskih stroškov, sčasoma izvodenel, ter takšna zakonska norma tedaj zopet ne bo služila svojemu namenu – krepitvi plačilne discipline.

b) Glede stroškov pošiljanja opomina:

Stroški opominjanja, ki nastajajo podjetju, niso le stroški pošiljanja, kot to opredeljuje osnutek ZVPot-1 (pri čemer se strošek pošiljanja verjetno ozko tolmači le kot strošek poštnine?), temveč podjetju nastajajo stroški tudi v zvezi z izdelavo in pošiljanjem opomina. Podajamo primer kalkulacije stroškov izdelave in pošiljanja opomina enega od operaterjev, iz katere izhaja, da stroški pošiljanja (poštnina) predstavljajo le manjši del vseh stroškov, ki podjetju nastajajo.

Materialni stroški (papir, kuverta, tiskanje)	0,0457 €
Stroški obdelave (pregled, kontrola, priprava, IT obdelava)	1,0780 €
Fiksni stroški	0,8049 €
Stroški pošiljanja (poštmina)	0,4200 €
SKUPAJ STROŠEK	2,3486 €

Ob takšni analizi osnutka 34. člena ZVPot-1 je mogoče ugotoviti, da zakonska določba v predlagani vsebini »Višina zaračunanega opomina, ki ga izda podjetje, v primeru zamude plačila potrošnika kot pogodbene stranke, ne sme presegati enega eura in stroškov pošiljanja opomina«, torej bistveno ne korigira sporne situacije obstoječega 27a. člena ZVPot:

- nominalno določen znesek 1 euro ne bo povečal plačilne discipline neplačnikov;
- poteg tega bo takšna določba ob rasti cen življenjskih stroškov sčasoma povsem obsoletna;
- poleg tega pa si bodo podjetja lahko pokrila zgolj manjši del nastalih stroškov v zvezi s procesom opominjanja.

V izogib ponavljanju vseh obsežnih argumentov, se ponovno sklicujemo na pripombe, ki jih je SOEK podal dne 15.9.2014, ter pri katerih v celoti vztrajamo.

K 46. členu ZVPot-1

46. člen osnutka ZVPot-1 določa, da se določila VII. poglavja ZVPot-1 uporabljajo tudi za oblike oglaševanja, ki niso namenjene potrošnikom. Če natančno pogledamo VII. poglavje ZVPot-1 - oglaševanje blaga in storitev, potem lahko ugotovimo, da se v drugem odstavku 39. člena tudi govori o oglaševanju, ki je namenjeno podjetjem. Posledično se sprašujemo ali 46. člen govori zgolj o tem, da določila glede primerjalnega oglaševanja veljajo tudi za podjetja? Vsekakor ugotavljamo, da je določba nejasna. Predlagamo, da predlagatelj oziroma na koncu zakonodajalec ustrezno zapiše določbo člena 46, da bo nedvomno izražena volja, ki je bila zasledovana in da bo določba 46. člena povsem določno navajala kateri del velja neposredno tudi za podjetja (in ne samo za potrošnike) in to tudi tako, da ne bo nepotrebnega podvajanja v okviru poglavja, kar vnaša negotovost in nejasnost v razumevanje določb.

K 74. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se določba spremeni tako, da se glasi:

»Potrošnik podjetju mora omogočiti, da blago pregleda.«

Obrazložitev:

Bistven moment pri uveljavljanju zahtevkov iz naslova stvarnih napak je možnost podjetja, da preden odloči o zahtevku potrošnika, blago, ki je predmet zahtevka, natančno pregleda ter presodi ali v konkretnem primeru gre za stvarno napako ali ne. Zato menimo, da je potrebno ohraniti obveznost potrošnika omogočiti pregled blaga podjetju pri katerem uveljavlja zahtevek iz naslova stvarne napake, kot je to urejeno v trenutno veljavnem Zakonu o varstvu potrošnikov. Iz trenutnega besedila predloga 74. člena zakona namreč ne izhaja obveznost potrošnika omogočiti pregled blaga ampak bi se lahko takšna določba interpretirala samo kot možnost, ki jo ima potrošnik.

K 76. členu ZVPot-1

Določba osnutka 76. člena ZVPot-1 se glasi:

»(1) Če se napaka na blagu pojavi v času, ko v skladu s prvim odstavkom prejšnjega člena velja domneva, da je napaka obstajala že v času izročitve blaga in podjetje meni nasprotno, stroške mnenja neodvisnega strokovnjaka nosi podjetje.

(2) Če se napaka na blagu pojavi po preteku roka iz prvega odstavka prejšnjega člena, stroške izdelave mnenja neodvisnega strokovnjaka lahko nosi podjetje ali potrošnik, odvisno od izida mnenja.«

Predlagamo, da se določba črta.

Podrejeno predlagamo, da se določba spremeni tako, da se glasi:

»(1) Stroške izdelave mnenja neodvisnega strokovnjaka nosi podjetje ali potrošnik, odvisno od izida mnenja.«

Obrazložitev:

Iz predlagane določbe ni jasno, kdo se sploh lahko šteje za neodvisnega strokovnjaka. Že samo okoliščina, da je mnenje tretje osebe naročil bodisi potrošnik bodisi podjetje, bo porajala dvom o tem, ali je bila tretja oseba pri izdelavi mnenja neodvisna. V zvezi s tem pa trdimo, da se lahko kot neodvisno mnenje strokovnjaka šteje zgolj mnenje pooblaščenega servisa za konkretno prodano blago, to je servisa, ki ima pooblastilo proizvajalca za izvajanje servisnih del na proizvodih ter z njim sklenjeno pogodbo za dobavo nadomestnih delov; ali pa mnenje samega proizvajalca tega blaga. Le tak subjekt je strokovno usposobljen za pregled blaga ter podajo mnenja v zvezi z zatrjevano stvarno napako, saj razpolaga z ustreznim kadrom, znanjem ter sredstvi za pregled blaga in podajo mnenja.

Iz takšne določbe tudi ni jasno, ali je mnenje take tretje osebe v predpravdnem postopku zavezujoče za stranki. Menimo, da ne sme biti. Namreč, postopki uveljavljanja zahtevkov iz naslova stvarne napake ne smejo nobene od pogodbenih strank odvrniti od ustavne pravice do sodnega varstva, kjer se določene trditvene podlage dokazujejo z izvedbo dokazov, med drugim tudi z izvedbo dokazov s postavitvijo sodno zapriseženih izvedencev in cenilcev ustrezne stroke, postavljenih

z odredbo neodvisnega sodišča. Menimo, da se šele s strani sodišča odrejen sodno zapriseženi izvedenec oz. cenilec ustrezne stroke lahko šteje (seveda po izvedeni dokazni oceni sodišča) za neodvisnega strokovnjaka. V predpravnih postopkih pa je »neodvisnost« tretjih oseb, ki podajajo mnenje o utemeljenosti zahtevka potrošnika, zelo vprašljiva, ter zaradi tega takšna mnenja ne smejo biti zavezujoča.

Tudi sicer je nesorazmerno breme za podjetja, da se za vse blago, v zvezi s katerim potrošnik zatrjuje stvarno napako, ki naj bi se pojavila v roku šestih mesecev od izročitve (ali enega leta od izročitve, če gre za blago z daljšo življenjsko dobo), vsi stroški pridobitve mnenja prevalijo izključno na podjetje, ne glede na vsebino mnenja. Če bo mnenje neodvisnega strokovnjaka, da napaka na blagu ni obstajala že v času izročitve blaga – ter da je torej nastala v sferi odgovornosti potrošnika – bo moralo podjetje, upošteva je določbo 76. člena ZVPot-1, vseeno nositi stroške mnenja neodvisnega strokovnjaka. To je v nasprotju s temeljnimi načeli sodobnega prava ter v nasprotju s temeljnim pojmom etike, morale in prava - pravičnostjo! Je tudi v nasprotju z določili splošnega obligacijskega prava, da odgovornost za škodo (direktno in indirektno) nosi subjekt, v sferi katerega je škoda nastala.

Takšna zakonska določba lahko vodi v zlorabo pravic s strani potrošnikov. Lahko si zamislimo zelo absurdne, a žal povsem realne situacije, ko bo potrošnik namerno poškodoval blago pred iztekom 6 mesecev od izročitve blaga, nato pa na prodajalca podal zahtevek iz naslova stvarne napake, stroške izdelave mnenja neodvisnega strokovnjaka o vzrokih napake na stvari bo v vsakem primeru nosilo podjetje, ki se bo tako znašlo v razpotju: ali ugoditi (sicer neutemeljenemu) zahtevku potrošnika, ali pa nositi (verjetno nesorazmerno visoke) stroške izdelave mnenja neodvisnega strokovnjaka (ne glede na to ali bo ta strokovnjak ugotovil, da odgovornost za zatrjevano stvarno napako ni v sferi prodajalca). V skladu z določbami splošnega obligacijskega prava bi moralo veljati, da stroške neodvisnega strokovnjaka v vsakem primeru nosita ali podjetje ali potrošnik, odvisno od izida mnenja.

Zavedamo se, namen te določbe zaščita pravic potrošnikov. A zaščito pravic potrošnikov v zadostni meri nudi že določba 75. člena ZVPot-1, ki dokazno breme prelaga na podjetje! Podjetje mora z ustreznimi dokazi (in v slovenskem pravnem redu dokaz ni zgolj mnenje strokovnjaka, kot ga inforsira določba 76. člena ZVPot-1, ampak dokazna sredstva določa npr. Zakon o pravnem postopku, pri čemer imajo vsa dokazna sredstva enako dokazno težo) nesporno dokazati, da napaka ni nastala v sferi njegove odgovornosti. Če podjetju tak dokazni postopek ne uspe, seveda podjetje samo nosi stroške dokazovanja – v nasprotnem primeru pa stroške dokazovanja nosi nasprotna stranka.

Ne smemo pozabiti, da zaščiti pravic potrošnikov služi tudi druga zakonodaja, ne zgolj ZVPot-1. Med drugim pravice potrošnikov ščiti tudi nedavno uveljavljeni Zakon o izvensodnem reševanju potrošniških sporov, kjer bo lahko potrošnik po postopku, ki je zanj cenovno ugodnejši od sodnega postopka, uveljavljal svoje pravice tudi iz naslova stvarne napake na kupljenem blagu.

Določba 76. člena ZVPot-1 je tako nesorazmeren poseg v pravice podjetij.



K 99. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se peti odstavek 99. člena spremeni kot sledi:

»Informacije iz prvega odstavka tega člena so sestavni del pogodbe in se lahko naknadno spremenijo le z izrecnim soglasjem pogodbenih strank, razen če drug zakon ne določa drugačnega načina naknadnega spreminjanja.«

Obrazložitev:

Obstoječe besedilo petega odstavka 99. člena osnutka ZVPot-1 je v neskladju z določbami Zakona o elektronskih komunikacijah (Uradni list RS, št. 109/2012, s spremembami; ZEKom-1) ter določbami na podlagi ZEKom-1 sprejetega Splošnega akta o obliki in načinu objave obvestila o spremembi pogojev iz naročniške pogodbe (Uradni list RS, št. 62/2013).

ZEKom-1 v odnosu do Zakona o varstvu potrošnikov kot specialnejši predpis ureja pravna razmerja med podjetjem - operaterjem javnih komunikacijskih storitev ter potrošniki –uporabniki oz. naročniki javnih komunikacijskih storitev. ZEKom-1 v odnosu do predlaganih sprememb ZVPot-1 velja kot lex specialis (Lex specialis derogat Lex generali).

Predmet Zakona o varstvu potrošnikov je urejanje pravic potrošnikov pri ponujanju, prodajanju in drugih oblikah trženja blaga in storitev s strani podjetij, pri čemer je potrošnik opredeljen kot fizična oseba, ki pridobiva ali uporablja blago in storitve za namene izven njegove poklicne ali pridobitne dejavnosti.

Predmet Zakona o elektronskih komunikacijah pa je urejanje pogojev za zagotavljanje elektronskih komunikacijskih omrežij in za izvajanje elektronskih komunikacijskih storitev, (med drugim) pa tudi določanje pravic uporabnikov, pri čemer je uporabnik opredeljen kot fizična ali pravna oseba, ki uporablja ali zaprosi za uporabo javne komunikacijske storitve oziroma naročnik vsaka fizična ali pravna oseba, ki z izvajalcem javno dostopnih elektronskih komunikacijskih storitev sklene pogodbo o zagotavljanju takih storitev (prim. določbe 34. in 69. točke 1. odstavka 3. člena ZEKom-1).

Določba petega odstavka 99. člena ZVPot-1 ureja način spreminjanja sestavnega dela pogodb, sklenjenih na daljavo in pogodb, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov. Tudi operater pa lahko z naročniki za zagotavljanje javnih komunikacijskih storitev sklepa pogodbe na daljavo in pogodbe, sklenjene zunaj poslovnih prostorov. Tudi v tem primeru pa gre za pravno oz. pogodbeno razmerje med operaterjem in naročnikom, ki je podvržen zakonskim ureditvam Zakona o elektronskih komunikacijah.

Pravice uporabnikov so podrobneje razčlenjene zlasti v XI. poglavju ZEKom-1, ki med drugim predpisuje obvezne sestavine pogodbe s končnim uporabnikom, ter tudi kogentno določen postopek sprememb sestavin pogodbe (prim. 1., 2. in 3. odstavek 129. člena ZEKom-1):

»(2) O vsaki spremembi pogojev, določenih v naročniški pogodbi, morajo biti naročniki obveščeni najmanj 30 dni pred predlagano uveljavitvijo sprememb.

Pri tem morajo biti naročniki obveščeni, da imajo, razen če je sprememba pogojev, določenih v naročniški pogodbi, potrebna zaradi uskladitve s tem zakonom oziroma na njegovi podlagi sprejetimi predpisi, v istem roku pravico brez odpovednega roka, brez plačila stroškov prekinitve naročniškega razmerja in brez pogodbene kazni odstopiti od naročniške pogodbe, če se s predlaganimi spremembami ne strinjajo. Agencija lahko s splošnim aktom predpiše obliko in način objave obvestila.

(3) Določbe prejšnjega odstavka ne vplivajo in ne posegajo v zapadle in neplačane obveznosti naročnikov ter v obveznosti izpolnitve pogodbeno dogovorjenih obveznosti naročnikov.«

ZEKom-1 torej ne predpisuje, da se pogodbena določila lahko naknadno spremenijo le z izrecnim soglasjem pogodbenih strank, temveč uzakonja uveljavljanje odstopnega upravičenja za tistega potrošnika, ki se s predlaganimi spremembami pogodbenih določil ne strinjajo.

Zakonska ureditev na področju opravljanja dejavnosti elektronskih komunikacij jasno vodi k naslednjim ugotovitvam:

- ZEKom-1 ureja pravna razmerja med uporabniki oziroma naročniki elektronskih komunikacijskih storitev in operaterji kot *lex specialis*;
- ZEKom-1 ob tem ne razlikuje med pravnimi in fizičnimi osebami, saj se pojem naročnika nanaša na vsako fizično ali pravno osebo, ki z izvajalcem javnih komunikacijskih storitev sklene pogodbo za uporabo teh storitev oziroma za njihovo zagotavljanje s strani izvajalca;
- zakonska ureditev načina spreminjanja pogodb, sklenjenih med operaterjem in naročniki, ki torej ne razlikuje med fizičnimi in pravnimi osebami (potrošniki po ZVPot in podjetji), veže operaterja glede postopka spreminjanja pogodbenih določb s specialno določbo zgoraj citiranega 2. odstavka 129. člena ZEKom-1;
- obstoječe besedilo petega odstavka 99. člena osnutka ZVPot-1 je v neskladju z določbami 2. odstavka 129. člena ZEKom-1;
- gre za pravno situacijo, ko sta dve normi, ki pokrivata isti življenjski stan, med seboj v nasprotju. Norma enega pravnega akta zapoveduje določeno ravnanje na en način, norma drugega pravnega akta pa zapoveduje to določeno ravnanje na drugačen način, pri čemer sta si ta dva načina v nasprotju. Tako je potrebno izhajati iz dejstva, da je (oz. da naj bi bil) pravni red notranje skladen, ter da se pravne norme med seboj ne smejo izključevati, temveč dopolnjevati.

Glede na navedeno predlagamo, da naj se besedilo petega odstavka 99. člena osnutka ZVPot-1 dopolni tako, kot navedeno.

K 111. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se drugi odstavek 111. člena spremeni kot sledi:

»Podjetje vrne prejeta plačila potrošniku z enakim plačilnim sredstvom, kot ga je uporabil potrošnik, razen če se potrošnik in podjetje izrecno dogovorita za uporabo drugega plačilnega sredstva in če potrošnik zaradi tega ne nosi nobenih stroškov.«

Obrazložitev:

Zavedamo se, da predlagano besedilo temelji na besedilu direktive 2011/83/EU, sprejete s strani Evropskega parlamenta a vendar moramo opozoriti, da navedena definicija povzroča nemalo zapletov in problemov v praksi. Vračilo prejetih plačil potrošniku z enakim plačilnim sredstvom kot ga je potrošnik uporabil namreč v praksi velikokrat ni mogoča. Razlogi so tako tehnične narave kot tudi poslovne narave, saj ponavadi podjetja potrošnikom ponujajo več različnih možnosti plačila z namenom čimbolj ustreči potrošniku. Vendar pa vzdrževanje več različnih vrst procesov oz. poti vračila prejetih plačil predstavlja za podjetja ogromen strošek saj ima vsako od plačilnih sredstev svoje značilnosti in različne mehanizme, ki jih je potrebno vzdrževati. Zaradi tega bi bilo za podjetje dosti bolj učinkovito in stroškovno prijazno, če bi se ob pogoju, da se potrošnik s tem strinja, lahko s potrošnikom vnaprej (to je pred odstopom od pogodbe) dogovoril za način vračila prejetih plačil v primeru odstopa od pogodbe.

K 137. členu ZVPot-1

Predlagamo, da se določba spremeni tako, da se glasi:

»(1) Če dobavljena digitalna vsebina povzroči škodo na strojni opremi ali drugi digitalni vsebini, v lasti potrošnika, in ta ni nastala zaradi dejanj potrošnika ali koga tretjega, lahko potrošnik zahteva odpravo povzročene škode ali plačilo odškodnine.«

Obrazložitev:

Iz predlagane določbe je določena neposredna odgovornost dobavitelja za povzročeno škodo na strojni opremi ali drugi digitalni vsebini, v lasti potrošnika, ne glede na to če je škoda nastala zaradi dejanj potrošnika (npr. uporaba v nasprotju z navodili za uporabo, izključitev varnostnih funkcij pri npr. antivirusnem programu ali predrugačenje digitalne vsebine) ali dejanj koga tretjega. Menimo, da v teh primerih zakonodajalec dobaviteljem ne more naložiti neposredne odgovornosti za škodo, ki ne izhaja iz sfere dobaviteljevega blaga temveč je le-ta posledica dejanj potrošnika oziroma koga tretjega.

K III. in V. poglavju ZVPot

Osnutek ZVPot-1 v III. poglavju vsebuje določbe o pogodbah, sklenjenih na daljavo in pogodbah, sklenjenih zunaj poslovnih prostorov, kjer 102. člen določa 14-dnevno odstopno upravičenje potrošnika. Nadalje pa zakon v V. poglavju o prodaji na obroke v 146. členu določa 15-dnevno odstopno upravičenje.

Ker je lahko pri določenem podjetju vzpostavljen model prodaje, ki vsebuje elemente obeh tipov pogodb (npr. prodaja na obroke s sklenitvijo takšne pogodbe na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov), bi bilo smiselno poenotiti rok za uveljavljanje odstopnega upravičenja.

Istočasno bi bilo smiselno poenotiti tudi dikcijo zakonskih določb, ki se navezujejo na pravice in obveznosti subjektov z zvezi uveljavitvijo odstopnega upravičenja (vračilo

kupnine, vračilo blaga, itd.), saj bi se s tem odpravila kolizija zakonskih določb glede posledic odstopa od pogodbe (t.j. glede posledic razvezane pogodbe).

Namreč, izhajajoč iz splošnejših določb Obligacijskega zakonika (111. člen OZ), so učinki razvezane pogodbe sledeči:

- obe stranki sta prosti svojih obveznosti, razen obveznosti za povrnitev morebitne škode;
- če je ena stranka popolnoma ali deloma izpolnila pogodbo, ima pravico do vrnitve tistega, kar je dala;
- če imata obe stranki pravico zahtevati vrnitev danega, veljajo za vzajemno vračanje pravila, ki veljajo za izpolnitev dvostranskih pogodb;
- vsaka stranka dolguje drugi povračilo za koristi, ki jih je medtem imela od tistega, kar je dolžna vrniti oziroma povrniti;
- stranka, ki vrača denar, mora plačati obresti od dneva, ko je prejela izplačilo.

Pravne posledice odstopa od pogodbe, sklenjene na daljavo ali zunaj poslovnih prostorov ter pravne posledice odstopa od pogodbe glede prodaje na obroke bi bilo torej potrebno znotraj ZVPot medsebojno uskladiti, ter jih istočasno uskladiti tudi s splošnejšo določbo OZ.

K 146. členu ZVPot-1

Člen 146. določa:

»Potrošnik lahko v vsakem primeru odstopi od pogodbe, če to pisno sporoči podjetju v petnajstih dneh po podpisu.«

Navedena določba je umeščena v poglavje ZVPot-1 »V. Prodaja na obroke«. Prvi odstavek 141. člena ZVPot-1 določa, da mora biti pogodba o prodaji na obroke sestavljena v pisni obliki. Nadalje 142. člen ZVPot-1 določa obvezne sestavne dele te pisne pogodbe; v pogodbi morajo biti izrecno navedene tudi pravice, ki jih ima potrošnik po tem poglavju zakona. Če pogodba o prodaji na obroke ne vsebuje navedenih obveznih sestavin, zakon izrecno določa, da lahko potrošnik odstopi od pogodbe. Torej je potrošnik s pisno pogodbo vnaprej seznanjen z vsemi njegovimi pravicami in obveznostmi iz naslova nakupa blaga ali storitve na obroke. Pri sklepanju take pogodbe torej zakonodajalec potrošnika ščiti pred lastno nepremišljenostjo, ščiti pa ga tudi pred morebitnimi zlorabami s strani prodajalca blaga ali storitev – potrošnik lahko odstopi od pogodbe.

Izhajajoč iz zakonske ureditve, ki izhaja iz 141. in 142. člena ZVPot-1, ima torej potrošnik, ki kupi blago na obroke, že zadostno pravno varstvo:

- ker zakon predpisuje pisnost pogodbe prodaje na obroke, je v primeru neizpolnitve pogoja o obličnosti tak pravni posel ničen (prim. 55. člen OZ);
- v primeru, da pogodba ne vsebuje bistvenih sestavin, lahko potrošnik uveljavlja pravico do odstopa od pogodbe.

Nadalje pa 146. člen ZVPot-1 določa, da potrošnik lahko v vsakem primeru odstopi od pogodbe v odstopnem roku 15 dni. Izpostavljamo vprašanje, v čem je namen oz. pravni smisel takšne posebne ureditve odstopa od pogodbe pri prodaji na obroke, glede na to:



- da ZVPot-1 v 141. in 142. členu že opredeljuje obličnost sklepanja pogodbe ter bistvene sestavine take pogodbe, ter se lahko potrošnik z vsemi njegovimi pravicami in obveznostmi, povezanimi z obročnim plačilom kupnine, seznanja na transparenten način ter pisni osnutek pogodbe pred podpisom preuči;
- da pri »običajnem« nakupu blaga in storitve, kjer je med potrošnikom in prodajalcem dogovorjeno plačilo blaga in storitve v enkratnem celotnem znesku, zakon potrošniku ne daje pravice do odstopa od take pogodbe o nakupu, pa četudi je lahko za potrošnika plačilo kupnine v enkratnem celotnem znesku finančno celo bolj obremenjujoče kot obročen način plačila kupnine;
- da lahko pri »običajnem« nakupu blaga potrošnik to blago tudi vidi in preizkusi ob nakupu, se seznanja z njegovimi značilnostmi, zaradi česar ni smiselno, da ima pravico do razmisleka glede nakupa.

Ali potrošnik ob nakupu blago dejansko preveri in se seznanja z njegovimi značilnostmi, je to v njegovi domeni, njegova skrbnost, in ni pravično, da posledice opustitve skrbnega pregleda stvari nosi prodajalec oz. subjekt, ki mu storitev/blago zagotavljajo. Zatorej ni razloga, da bi imel potrošnik pravico do odstopa od pogodbe v roku 15 dni od sklenitve pogodbe o prodaji blaga na obroke, kot jo opredeljuje 146. člen ZVPot-1, saj njegove pravice v zadostni meri varujeta že 141. in 142. člen ZVPot-1.

V zvezi s tako pravno ureditvijo je treba tehtati pravice in interese obeh pravnih subjektov – potrošnika in prodajalca. Menimo, da predmetna zakonska določba prekomerno posega v pravice in interese prodajalca oz. gospodarskih subjektov, ki prodajajo blago in storitve na obroke. Namreč, na nasprotni strani so gospodarski subjekti tisti, ki nosijo in bodo nosili finančno breme tovrstnih odstopov od pogodbe o prodaji na obroke, ki se jih lahko potrošniki (glede na zapisano zakonsko določilo 146. člena ZVPot-1) poslužujejo »kar tako«. Stroški gospodarskih subjektov, povezani z odstopom potrošnika od pogodbe o prodaji na obroke niso zanemarljivi, sploh če upoštevamo, da je npr. bilo blago, ki je vrnjeno na podlagi odstopa od pogodbe, že bilo v uporabi in ga v nobenem primeru ni mogoče vrniti v stanje pred uporabo.

Pogledali smo tudi primerjalno prakso na Hrvaški, kjer v njihovem Zakonu o varstvu potrošnikov (»Zakon o zaščiti potrošača, NN br. 41/14 od 31.3.2014«), sklepanje pogodb o prodaji na obroke sploh ni normirano.

Glede na navedeno predlagamo črtanje zakonske določbe 146. člena ZVPot-1.

K 1. odstavku 148. člena ZVPot-1

1. odstavek 148. člena določa:

»(1) Če potrošnik ali podjetje v skladu z določbami tega oddelka odstopi od pogodbe, podjetje vrne potrošniku prejete obroke z zakonitimi obrestmi od dneva, ko jih je prejel, in mu povrne nujne stroške, ki jih je imel za blago.«

Sprašujemo se zakaj je potrebno tudi vračilo zakonitih obresti in zakaj je potrebno vračilo nujnih stroškov? Kaj nujni stroški sploh so? A so mišljene zakonite zamudne obresti? Tu namreč ni prišlo do zamude, zato tovrstne obresti ne morejo priti v poštev. Zato v prvi vrsti predlagamo brisanje tako zakonitih obresti, kot tudi nujnih stroškov. Če pa obstaja racionalen razlog za plačilo zakonitih zamudnih obresti in/ali ev. nujnih stroškov (npr. samo v primeru, da prodajalec ne vrne prejetih obrokov v določenem roku, se zamudne obresti zaračunavajo samo za tiste dni, ko je prodajalec s povrnitvijo obrokov zamujal), bi bilo logično, da potemtakem tudi potrošnik povrne vse administrativne stroške, ki jih je imel prodajalec s tem, da je omogočil potrošniku nakup blaga, da je omogočil nakup na obroke, da je izvedel obračun in vračilo obrokov (in ev. zamudnih obresti/nujnih stroškov).

K 2. odstavku 148. člena ZVPot-1

2. odstavek 148. člena določa:

»(2) Potrošnik vrne podjetju blago v stanju, v kakršnem je bilo tedaj, ko mu je bilo izročeno, in plača povračilo za njegovo uporabo vse do razveze pogodbe.«

Strinjamo se, da mora v primeru odstopa od pogodbe potrošnik vrniti podjetju blago v stanju, v kakršnem je bilo tedaj, ko mu je bilo izročeno.

Ne razumemo pa pomena določbe, da potrošnik »plača povračilo za uporabo blaga vse do razveze pogodbe«. Namen uporabnine izhaja iz določb splošne obligacijske zakonodaje, da nihče ne more biti obogaten na račun drugega v primeru odstopa od pogodbe. Uporabnina je povračilo oz. nadomestilo koristi od uporabe aparata.

Iz 2. odstavka 148. člena zelo nejasno izhaja, ali lahko potrošnik tekom trajanja odstopnega upravičenja blago uporablja ali ne. Prvi del zakonske določbe navaja, da mora potrošnik vrniti podjetju blago v stanju, v kakršnem je bilo tedaj, ko mu je bilo izročeno – to v praksi pomeni nerabljeno, če je kupil nerabljeno blago! Nato pa drugi del zakonske določbe navaja, da mora plačati uporabnino – torej da ga lahko uporablja, a da povrne koristi od uporabe. Nejasno zakonsko določbo, ki jo vsebuje že obstoječi ZVPot, si pristojni organi nadzora nad izvajanjem obstoječega ZVPot, tolmačijo izključno v korist potrošnika: da torej potrošnik lahko uporablja blago, nato pa se lahko odloči da bo odstopil od nakupa na obroke. S tem se daje potrošniku bistveno prevelike pravice. Če je namen roka 15 dni za odstop od nakupa na obroke, kot ga določa 146. člen ZVPot-1, v tem, da v tem roku potrošnik pretehta, ali bo lahko obroke sploh plačeval v skladu z njegovimi finančnimi zmožnostmi, in ga torej štiti pred lahkomiselnostjo pri preuranjenem nakupu, potem bi bila zaradi varstva pravic prodajalca nujna jasnejša zakonska ureditev, da tekom odstopnega roka, t.j. tekom razmišljanja o finančnih zmožnostih odplačevanja kupnine, potrošnik ne sme uporabljati blaga. Potrošnik naj v tem času odstopnega roka 15-dni pač premišljuje, ali je bil njegov nakup blaga na obroke smotrno s finančnega vidika, ampak naj v tem času premišljanja blaga ne uporablja. Prodajalcu namreč vrnjeno rabljeno blago nima več enake ekonomske veljavnosti.

Menimo, da potrošnik v primeru nakupa blaga na obroke ne bi smel imeti več pravic kot v primeru nakupa blaga na daljavo – tudi pri slednjem v odstopnem roku 14-dni blaga ne sme uporabljati, ampak se lahko zgolj prepriča o lastnostih kupljenega blaga, ter ga mora nerabljenega vrniti prodajalcu. Prodajalec lahko s takim nerabljenim blagom razpolaga dalje in ga da dalje v pravni promet.



Poleg tega, potrošnik v primeru nakupa blaga na obroke ne bi smel imeti več pravic kot v primeru nakupa v klasični trgovini z enkratnim plačilom – tudi v tem primeru mu zakon ne daje pravice, da bi blago po nakupu uporabljal in ga nato rabljenega brez razloga vrnil prodajalcu.

K 206. člena ZVPot-1

Predlagamo, da se 206. člen spremeni kot sledi:

»Če pristojni tržni inšpektorat ali drugi pristojni inšpekcijski organ ugotovi, da:

- podjetje pri sklepanju pogodb s potrošniki uporablja nepošteno pogodbene pogoje;
 - cene blaga oziroma storitev niso označene ali niso vidno označene;
 - cena blaga oziroma storitve ni označena v eurih;
 - najvišji odstotek znižanja cen blaga na razprodaji, objavljen v razponu, ne zajema najmanj ene četrtnine vrednosti blaga, ki je na razprodaji;
 - blago z napako ni fizično ločeno od redne prodaje brezhibnega blaga ali podjetje ni vidno opozorilo, da gre za prodajo blaga z napako ali vsakega kosa blaga z napako ni posebej označilo;
 - predpisani rok uporabnosti na blagu ni vidno in čitljivo označen;
 - je podjetje dalo v prodajo blago oziroma ni ustavilo prodaje blaga, ki zaradi svojih lastnosti ni primerno za običajno uporabo in na njem ni označilo, za kakšne namene je uporabno tudi s temi lastnostmi;
 - blagu, pri katerem je za njegovo pravilno uporabo potreben določen postopek ali bi potrošnik z njegovo napačno uporabo lahko povzročil nevarnost zase ali za druge ali onesnažil okolje, ni priloženo navodilo za uporabo;
 - podjetje za blago, ki je namenjeno prodaji, ne izroči označb, certifikata, izjave o skladnosti, navodila za sestavo in uporabo, seznama pooblaščenih servisov oziroma drugih spremnih dokumentov
- lahko izda odločbo, s katero prepove prodajo tega blaga oziroma storitev do odprave pomanjkljivosti v kolikor je takšen ukrep sorazmeren z ugotovljeno kršitvijo.

Obrazložitev:

206. člen ZVPot-1 določa upravno varstvo prepovedi prodaje blaga ali opravljanja storitev. Predlagamo, da se v besedilo člena doda beseda »lahko«, saj je kar avtomatska prepoved prodaje blaga oziroma storitev do odprave pomanjkljivosti lahko nesorazmerna glede na kršitev, ki jo je tržni inšpektorat ugotovil. Glede na obstoječi predlog člena pa tržni inšpektor sploh nima izbire in mora v vsakem primeru izdati prepoved prodaje blaga oziroma storitev, četudi glede na kršitev in njegovo presojo takšna prepoved ne bi bila potrebna.

Dodatno je kot razlog za prepoved v zadnji alineji prvega odstavka tega člena določa tudi, če podjetje za blago, ki je namenjeno prodaji, ne izroči garancijskega lista. Ker je po osnutku ZVPot-1 garancija prostovoljna, podjetje ne bi smelo biti sankcionirano za primer, če garancijskega lista blagu ne priloži.

H končnim določbam

Glede na pretekle izkušnje ugotavljamo, da je za gospodarske družbe implementacija kakršnihkoli sprememb zakonodaje zelo otežena oziroma celo nemogoča, če ni določenega vacatio legis. V dotičnem primeru predvidevamo, da bo sprememba obsežnejše narave, zato to toliko bolj velja. V splošnem lahko rečemo, da se na ravni subjektov, ki jih spremembe zadevajo, terja določitev novih postopanj, morebitne prilagoditve poslovnih modelov, morebiti tudi pogodbenih razmerij tako na veleprodajni kot maloprodajni rabi – kaj vse pa je v tem trenutku težko reči, saj bodo potrebne prilagoditve odvisne od vsebine sprememb. Vsekakor take spremembe terjajo svoj čas. In v kolikor gospodarski subjekti tega nimamo, sledijo neusklajenosti postopanja z veljavno zakonodajo, kar verjamemo, da ni v interesu nikogar.

Predlagamo, da se uvede ustrezen vacatio legis, upoštevajoč dejansko in realno sposobnost gospodarskih subjektov za implementacijo sprememb, vse s ciljem, da nam bo omogočen potreben čas za prilagoditev sistemov in delovanje skladno z zakonodajo.

Na koncu želimo še izpostaviti, da so zgoraj podane pripombe in komentarji splošne narave ter podani glede na obstoječi zakon in v obsegu, kot nam je dopuščal čas, se pa priporočamo tudi za nadaljnjo sodelovanje.

Na voljo smo tudi za ustna pojasnila obrazloženega, ki vam jih lahko podamo na skupnem sestanku, vse tako da bo zgoraj pojasnjeno tudi za vas bolj razumljivo in vam kolikor lahko olajšamo predstavitev pristojnemu ministrstvu.

S spoštovanjem,

Dušan Zupančič
Direktor Združenja za informatiko in telekomunikacije pri GZS

Marko Anžič
Predsednik Sekcije operaterjev elektronskih komunikacij SOEK pri ZIT, GZS