

İstehlakçılarının hüquqlarının müdafiəsi...

Bu işdə onların da üzərinə böyük məsuliyyət düşür

Ticarət subyektləri xüsusən bayram günləri və mövsümün dəyişməsi ilə əlaqədar malların qiymətlərində endirimlər tətbiq edirlər. Lakin bəzi hallarda təsərrüfat subyektləri tərəfindən aparılan endirim kampaniyaları saxta xarakter daşıyır. Belə ki, istehlakçıların cəlb edilməsi məqsədilə qeyri-dəqiq reklamlar yerləşdirilir və bu, nəticədə alıcıların aldanmasına səbəb olur.

İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti tərəfindən mağazalarda tətbiq edilən endirim kampaniyalarının doğruluğunu araşdırmaq və istehlakçı hüquqlarının qorunması məqsədilə monitorinqlər həyata keçirilir. Aparılmış monitorinqlərin nəticələrindən məlum olur ki, yüksək, bəzən hətta 70-80%-dək endirimli mal təklif edən ticarət obyektləri aşkarlanır ki, belə mağazaların əksəriyyətində əslində heç bir endirim tətbiq olunmur. Xidmətdən verilən məlumata görə, bu tip qeyri-dəqiq reklamlara əsasən parfümeriya və geyim mağazalarında rast gəlinir. Belə halların geniş yayıldığı bir vaxtda istehlakçılar endirim kampaniyaları zamanı hansı endirimin saxta, hansının doğru olduğunu necə bilməlidirlər?

İstehlakçı malın bütün sənədlərini tələb etmək hüququna malikdir...

Azad İstehlakçılar Birliyinin sədri Eyyub Hüseynovun qəzetimizə açıqlamasında bildirilir ki, «İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında» Qanuna əsasən, alıcının malın bütün sənədlərini, o cümlədən qiymət sənədlərini tələb etmək hüququ var. Onun sözlərinə görə, Nazirlər Kabinetinin müvafiq qərarına uyğun olaraq, malın üzərində qiymət kağızı, onun arxasında işə məsul şəxsin imzası və möhürü olmalıdır ki, istehlakçılar endirimin həqiqiliyinə və göstərilən qiymətin ilkin qiymət olduğuna inansınlar. Amma bəzi mağazalarda belə imkanın yaradılmadığını deyən E.Hüseynov endirim adı altında istehlakçıların hüquqlarının pozulduğuna diqqəti yönəlmişdir: «Məsələn, qiymət kağızında endirimdən öncəki qiymətin üstündən xətt çəkib, həmin məbləğin ilkin qiymət olduğunu göstərmək istəyirlər ki, bu da təbii ki, əksər hallarda həqiqəti əks etdirmir. Yaxud da mağazanın 1-2 günə bağlanması ilə əlaqədar elanlar vurulur və endirimlərin bu səbəbdən olduğu bildirilir. Amma üstündən aylar ötməsinə baxmayaraq, mağaza fəaliyyətini davam etdirir, bəzən hətta endirim reklamları belə yığışdırılır».

Saxta endirimlə əlaqədar dövlət orqanlarının mütəmadi olaraq monitorinqlər apardığını deyən E.Hüseynov istehlakçıların bu sahədə üzləşdiyi problemlərlə əlaqədar aidiyyəti qurumlarla yanaşı, AİB-ə də müraciət edər bildiklərini vurğulamışdır.

Endirim tətbiq olunan malın əvvəlki qiyməti ilə sonuncu qiyməti göstərilməlidir...

İqtisadi İnkişaf Nazirliyi yanında Antiinhisar Siyasəti və İstehlakçıların Hüquqlarının Müdafiəsi Dövlət Xidməti endirim kampaniyaları zamanı istehlakçıların hüquqlarının pozulmaması üçün keçirilən monitorinqlər zamanı tək-cə bu ilin ötən dövrü ərzində 10-a yaxın mağazada qeyri-dəqiq reklamlardan istifadə etməklə endirim kampaniyalarının aparılması faktını aşkarlamışdır. İstehlakçıların aldanmaması, saxta endirimi həqiqi endirimdən ayıra bilməsi üçün bəzi məqamlara diqqət yetirməyin vacibliyini vurğulayan İqtisadi İnkişaf Nazirliyinin mətbuat xidmətinin rəhbəri Abbas Əliyevin sözlərinə görə, istehlakçılar endirimlərlə mal təklif edən mağazalara daxil olmazdan əvvəl yayımlanan reklamlara fikir verməlidirlər. Reklamda endirim tətbiq olunan malların əhatə dairəsinin (bütün mallara, bir qrup mala, yaxud bir mala və s.), tətbiq olunan endirim faizlərinin reklamda konkret göstərilib-göstərilməməsinə xüsusi diqqət yetirməlidirlər: «Endirimin sərhədləri, faizləri reklamda konkret göstərilməlidir. Bəzən yazırlar ki, 50 faizədək endirim var. Amma qeyd edilmir, neçə faizdən 50 faizədək endirim tətbiq olunur».

A.Əliyevin sözlərinə görə, mağazaya daxil oldub alış-veriş edərkən istehlakçılar endirimin yayımlanan reklama uyğunluğuna, malların üzərində endirimdən əvvəlki və sonrakı qiymətlərin olmasına diqqət yetirməlidirlər. Eyni zamanda, endirimlərin vaxtının dəqiq göstərilməməsi də istehlakçıların aldanmasına səbəb olur. Onun sözlərinə görə, reklamlarda bəzən ayın 1-dən endirim

tətbiq olunacağı yazılsa da, endirimin nə vaxtadək davam edəcəyi qeyd edilmir. İstehlakçı mağazaya daxil olandan sonra bilir ki, endirim kampaniyasının vaxtı bitib. A.Əliyevin fikrincə, diqqət yetirilməli məqamlardan biri də endirim tətbiq olunan malın əvvəlki qiyməti ilə sonuncu qiymətinin göstərilməsi ilə bağlıdır. İİN rəsmisinin sözlərinə görə, monitorinqlər zamanı qeyri-dəqiq reklam aşkar olunduqda reklam fəaliyyəti dayandırılır və istehlakçının aldadılma faktı qanunvericiliyə uyğun dəyərləndirilərək cərimələr tətbiq edilir.

Aytən NƏBİYEVƏ