

Araşdırma

Qiymətlər endirilir, alıcı isə bundan nəşə qazanmır

Bu oyunun arxasında bahalaşmanı və keyfiyyətsizliyi gizlətmək dayanır

Paytaxtın iri ticarət müəssisələrində keçirilən endirim kampaniyalarının sayında, xüsusilə, Yeni il ərəfəsində ciddi artım müşahidə olunur. Mağaza vitrinlərində “50 faiz, 70 faiz endirim!”, “Bu gündən yalnız bir həftə!” kimi elanlar istehlakçıları cəlb edir. Lakin realıqda bu cür kampaniyalar hər zaman alıcı üçün real qənaət və fayda ilə nəticələnmir.

Ekspertlərin sözlərinə görə, bu zaman nəinki Azərbaycanda, eləcə də dünyada istehlakçı hüquqları ilə bağlı mürəkkəb problemlər yaranır. Belə ki, bəzən mağazaların vitrinlərində endirim elanları yerləşdirsə də, əslində, həmin məhsullara kampaniya tətbiq edilmir. Alıcı ticarət müəssisəsinə daxil olub malı soruşduqda, “bu, endirimə daxil deyil” deyə cavabı verilir.

Onu da qeyd edək ki, əksər mağazalarda endirimli məhsulun əsl qiyməti rəsmi sənədlərdə göstərilir. Endirim sadəcə etiketin üstündən xətt çəkib yeni qiymət yazmaqla həyata keçirilir ki, bu da qanunvericiliyə zidd hal sayılır. Alınan endirimli geyimi və ya ayaqqabını sonradan keyfiyyətsizlik səbəbilə dəyişdirmək, eləcə də geri qaytarmaq istəyəndə mağazada bunlar qəbul edilmir, çox zaman isə “endirimli alınıb, dəyişilmir” kimi cavablar verilir. Halbuki bu, qanunvericiliyin tələblərinə uyğun gəlmir.

Bəs endirim kampaniyaları necə keçirilməlidir? Sualla bağlı **ekspert Qasım İsrailov** bildirdi ki, elanda, ilk növbədə, məhsulun əvvəlki qiyməti, endirim faizi, kampaniya müddəti, qaytarma və dəyişdirmə şərtləri Azərbaycan dilində açıq şəkildə istehlakçılara göstərilməlidir. Eyni zamanda, adi vaxtlarda digər məhsullara tətbiq edilən qaytarma və dəyişdirmə hüququ, bu kampaniyalarda da diqqət mərkəzində saxlanılmalıdır. Heç bir qiymət endirimi istehlakçı hüququnu məhdudlaşdırmamalıdır.

Yuxarıda sadalananlarla bərabər, bütün endirimlər rəsmi sənədlərdə də (etiket/qaimə) göstərilməli, alıcıya əvvəlki və endirimli qiymətlər xatırladılmalıdır. Reklamlar vasitəsilə məhsulların kampaniyaya daxil olması və bunun detalları (ölçülər, rəng, mövcudluq) barədə düzgün məlumat verilməlidir.

Yeri gəlmişkən, Azərbaycan Respublikasında “İstehlakçıların hüquqlarının müdafiəsi haqqında” Qanunda da bununla bağlı bir sıra mühüm müddəalar diqqətə çatdırılır. Məsələn, adıçəkilən sənədə əsasən, istehlakçının aldığı malı dəyişdirmək hüququ qanunla tanınır, qeyri-ərzəq məhsulunun alınmasından sonra onun 14 gün ərzində müəyyən şərtlərlə dəyişdirilə və ya geri qaytarıla biləcəyi bildirilir. Eyni zamanda, bu müddət ərzində malın istifadə olunmaması, qablaşdırmasının pozulmaması və sənədlərin (kassa qəbzi və s.) sax-

Ekspert rəyi

Eyyub HÜSEYNOV,
Azad İstehlakçılar Birliyinin sədri



Əvvəlcə qeyd edim ki, mağaza vitrinlərində “70 faiz” və bu kimi endirim elanlarının əsas məqsədi istehlakçıları mağazaya cəlb etməkdir. Problemlər də məhz bundan sonra başlanır. İstehlakçı ticarət müəssisəsinə daxil olaraq məhsul seçir, lakin sonradan ona həmin malın endirimə aid olmadığı bildirilir. Bəzi hallarda isə alıcı endirimlə aldığı malın tələbatına uyğun gəlmədiyini görsə də, onu dəyişdirmək və ya geri qaytarmaq mümkün olmur. Məsələn, bir sıra hallarda mağazalarda endirimli geyimlərin dəyişdirilməsinin, yaxud qaytarılmasının mümkün olmadığı iddia edilir ki, bu da qanunvericiliyə ziddir.

Endirimlə alınan mallar da dəyişdirilə və ya qaytarıla bilər. Bunun üçün istehlakçı kassa çekini saxlamalı və 14 gün müddətində mağazaya müraciət etməlidir. Lakin icarət müəssisəsində alıcının bu istəyinə

lanması zəruri sayılır.

Endirimlə alınmış mallarla bağlı da heç bir xüsusi məhdudiyyət yoxdur. Belə ki, endirim mağazadakı satış şərtlərindən asılı olmayaraq, malın geri qaytarılması və ya dəyişdirilməsi hüququ hələ də qüvvədədir. Satıcı istehlakçıya malların keyfiyyəti, xüsusiyyətləri barədə düzgün və tam məlumat verməli, gizli şərtlərlə alıcıları aldatmamalıdır. Ümumiyyətlə, yuxarıda adıçəkilən qanunla müvafiq icra hakimiyyəti orqanlarına istehlakçı bazarında keyfiyyət və ticarət qaydalarına nəzarət etmə səlahiyyəti verilir və pozuntular olduqda tədbirlər görülür. Bu hüquqlar əsasında istehlakçının alqı-satqı münasibətlərində ədalətli davranışla üzləşməsi diqqətdə saxlanılır. Xüsusilə, endirim kampaniyalarında satıcıların “qaytarılmır”, “dəyişdirilmir” kimi sözləri ilə istehlakçının hüquqlarından məhrum edilməsi qanunla qadağan olunur.

Bu məqamda endirim kampaniyası ilə bağlı Avropa Birliyi (AB) təcrübəsinə də nəzər salmaq istərdik. Belə ki, AB qanunvericiliyinə əsasən, endirim kampaniyalarında alınan mal qüsurlu çıxarsa, ticarət müəssisəsi tərəfindən məhsul ya təmir edilir, ya da dəyiş-

qarşı çıxılması isə istehlakçı hüquqlarının pozulmasıdır. Belə məqamlarda biz dövlət orqanları qarşısında məsələlər qaldırıraq, ancaq bəzən deyirlər ki, bu marketing siyasətidir. Belə çıxır ki, marketing siyasəti istehlakçının aldadılmasına yönəlib. Təəssüf ki, xüsusilə, bayram ərəfələrində endirim kampaniyaları zamanı istehlakçıların kütləvi şəkildə aldadılması halları da baş verir.

Nazirlər Kabinetinin 94 sayılı qərarına əsasən, malların üzərində maddi məsul şəxsin imzası olan rəsmi qiymət sənədi olmalıdır. İstehlakçının malın əvvəlki və sonrakı qiymət sənədləri ilə tanış olmaq hüququ var. Lakin hazırda ölkədə satış şəbəkələrindəki məhsulları, təxminən, 80 faizinin heç bir rəsmi sənədi yoxdur və bu da istehlakçıları öz hüquqlarından məhrum edir. Bütün bu məsələlər qaydaya salınmalıdır. Əks halda, bu fonda istehlakçı hüquqlarının pozulması davam edəcək.

Bizim mağazalarda, sadəcə, etiketlərin üzərində müəyyən bir qiymət yazılır, endirim olduqda isə qələmlə üstündən xətt çəkilərək yeni qiymətlər göstərilir. Qanunvericiliyə əsasən, istehlakçı rəsmi sənədlər əsasında endirimin nə qədər olmasını bilməlidir.

Ümumiyyətlə, ticarət müəssisələrində şişirdilmiş qiymətlər və yalançı endirimlərlə bağlı böyük problem var. Bu da ölkəmizdə mükəmməl və perspektivli istehlakçı siyasətinin formalaşmadığını göstərir. Saxta kampaniyaların təbliği isə insanların cibini bir növ soymağa hesablanıb.

dirilir. Yaxud alışın 14 günü ərzində istehlakçı heç bir səbəb göstərmədən malı geri qaytara və pulunu ala bilər. Bu yanaşma istehlakçı inamını artırır və endirim kampaniyalarını daha şəffaf edir. Çünki belə kampaniyalar ticarətin mühüm hissəsidir və alıcılar üçün real qənaət imkanı yaradır. Lakin endirim kampaniyaları sırasında istehlakçıların hüquqlarının qorunması da ən az satış həcmi qədər önəmlidir. Düzgün qanunvericiliyin diqqətdə saxlanması, şəffaf siyasət və istehlakçı məlumatlılığının mövcudluğu da alış-verişin ədalətliyini və səmərəliliyini şərtləndirir.

Beləliklə, Yeni il və digər mövsümi endirim kampaniyaları alıcıları cəlb etsə də, hüquqların qorunması baxımından qarşıya çıxan problemlər ədalətli ticarət münasibətləri üzərinə kölgə sala bilər. Azərbaycan qanunvericiliyində istehlakçı hüquqlarının qoruyun kifayət qədər maddələr var və bu hüquqlar endirimlə alınan mallara da şamil olunur. Beynəlxalq təcrübə isə bu sahədə şəffaflıq və azad seçim hüququ prinsiplərini gücləndirir.

Vaqif BAYRAMOV
XQ