

Издание на
Българска национална асоциация
на потребителите.

София 1000
ул. 11 Август №10
тел. 02/ 989 01 06
факс: 02/ 989 01 07
e-mail: bnap@bnap.org

www.bnap.org



Настоящото издание е изготвено със съдействието на Европейския съюз. Отговорност за съдържанието на тази публикация носи единствено БНАП и по никакъв начин не може да се счита, че то изразява възгледите на Европейския съюз.

Издава се с финансовата подкрепа на Европейския съюз. Програма ФАР "Развитие на гражданското общество" 2002



Рискови търговски практики. Как да се защитим?

Рискови практики
Сделки от разстояние
Сделки извън търговския обект
Намаления и промоции
Награди
Нежелани доставки
Продукти с обща цена



Българска национална асоциация
на потребителите

Рисковите търговски практики

Рисковите търговски практики представляват особени търговски прийоми, при които потребителят е особено уязвим. Причините за това могат да са различни - особено интензивното психологическо въздействие от страна на търговеца, невъзможността за пряк контакт с продукта, отвличането на вниманието от качествата на стоката и примамването на потребителя с "атраکتивни" съпътстващи предложения и др.

Много често жертва на подобен род нелоялно въздействие стават рисковите групи потребители - деца и възрастни хора.

Общото при рисковите търговски практики е, че много често потребителят остава излъган в своите очаквания, поради което са и обект на специална регламентация от страна на Закона за защита на потребителите.

Сделки от разстояние

При сделките от разстояние търговецът и потребителят не влизат в пряк контакт, а използват технически средства за комуникация - писма, каталози, интернет, телефон, факс, радио, телевизия и т. н. В резултат на това, потребителят няма възможност пряко да се запознае с продукта, а формира своите представи въз основа на снимките и описанията, дадени му от търговеца, които не винаги са обективни и точни.

За намаляване на рисковете от увреждане на икономическите интереси на потребителя, законодателят е създал специални механизми:

1. За използването на факс, електронна поща или на системи за автоматично прозвъняване е необходимо предварително съгласие на потребителя.
2. Предлагането на лекарства, хомеопатични препарати, хранителни добавки и други продукти с лечебно въздействие чрез метода на дистанционните продажби е абсолютно забранено.
3. Преди сключването на сделката, търговецът е длъжен да предостави на потребителя информация относно:
 - своята самоличност,
 - характеристиките на продукта;
 - цената на продукта с включени всички данъци и такси;
 - съпътстващите сделката разходи;
 - начина на плащане, доставка и

изпълнение на договора;
 - правото на потребителя да се откаже от договора и условията, при които стоката може да бъде върната или услугата отказана;
 - периодът, за който важи направеното предложение или обявената цена;
 - минимална продължителност на договора, когато той касае редовни доставки.

Тази информация трябва да бъде представена по ясен и разбираем начин и да подчертава търговския характер на предложението.

4. Потребителят има право да се откаже от договора и да получи обратно платената цена в срок от 7 работни дни да се откаже едностранно и без да дължи обезщетение. Когато предмет на договора са финансови услуги, срокът за отказ е 14 дни. Единственото негово задължение в този случай е да върне на търговеца получения продукт.

Упражняването на това право води и до прекратяване на договора за кредит, ако такъв е бил сключен с цел потребителят да може да заплати цената.

Посочените права потребителят има при всички видове сделки, освен при:

- сделки, които касаят строителство или права върху недвижими имоти;
- сделки, сключени чрез автомати за продажба;
- редовна доставка на храни, напитки и други стоки за ежедневна употреба в довя на потребителя или на неговото работно място;
- настаняване, транспорт, хранене или други услуги за свободното време, които ще бъдат предоставени на определена датата или в рамките на определен

- период от време
- сделки за услуги, чието изпълнение е започнало с изрично съгласие на потребителя и е приключило преди изтичане на 7-мо дневния срок;
- сделки за доставка на стоки или услуги, чиито цени зависят от колебанията на финансовите пазари;
- доставка на стоки, изработени съобразно индивидуалните изисквания на потребителя;
- доставка на бързоразвалящи се стоки или на стоки, които поради своето естество не могат да бъдат върнати без това да намалява съществено тяхната цена;
- доставка на аудио - и видеозаписи или на програмни продукти, които са разпечатани от потребителя;
- доставка на вестници, списания и други периодични издания;
- хазартни игри и лотарии.

5. При търговски предложения, отправени чрез използване на телефон, операторът е длъжен в началото на разговора да уведоми потребителя за своята самоличност и за търговския характер на обаяждането.

6. Преди изтичане на срока за отказ, търговецът няма право да изисква или да приема плащане.

Важно!

За да може да докаже правомерността на своите действия, потребителят трябва да пази всички съпътстващи сделката документи (оферти, фактури и др.) и да отправи уведомлението за отказ от договора по начин, който позволява да се докаже датата, на която то е направено (напр. писмо с обратна разписка, нотариална покана, телеграма, куриер).

Ако желае да се откаже от договора, потребителят трябва да върне обратно на търговеца предадената вещь в състоянието, в което я е получил, в противен случай, търговецът има право на обезщетение за намалените потребителски свойства. Поради тази причина, законът за защита на потребителите задължава потребителя да съхранява грижливо получените стоки до изтичане на срока за отказ.

Важно!

При неправомерно използване на банкова карта на потребител във връзка със сключване и изпълнение на договор от разстояние, потребителят има право да поиска плащането да бъде обявено за недействително и банковата му сметка да бъде заверена с размера на неправомерно платените суми. Това трябва да бъде направено в срок от 30 дни от уведомяването на банката издала картата.

Сделки извън търговския обект

При този вид търговски практики потребителят сключва сделката извън магазина или друго обичайно място за търговия, след като бъде заговорен от представител на търговеца. Това може да се случи навсякъде - в дома, на работното място, по време на екскурзия или на оживена улица или площад. Обикновено потребителят не е подготвен за подобна среща и често става жертва на словоохотливостта на търговеца. Поради това, законът му дава възможност в срок от 7 дни от сключване на договора едностранно и без да дължи обяснение или обезщетение да се откаже от него, като върне получената вещь на търговеца и получи обратно платената цена. Преди сключване на договора, търговецът е длъжен да уведоми потребителя за правото му да се откаже от договора и да посочи своята самоличност и адреса, където това право може да бъде упражнено. Ако той не изпълни това свое задължение, срокът за отказ се удължава на 3 месеца от датата на сключване на договора.

И тук е важно потребителят да върне обратно на търговеца предадената вещь в състоянието, в което я е получил. Това право не може да бъде упражнено при:

- договори на стойност под 120 лв.,
- договори с предмет строителство, права върху недвижими имоти или ценни книги,

- договори за застраховка;
- договори за редовна доставка на храни, напитки и други домакински стоки за текуща употреба.

Разбира се, правото не може да бъде упражнено и в случаите, когато потребителят сам е поискал от търговеца да го посети.

Рискови практики в интернет

Специфичен проблем при сделките от разстояние представляват рисковете при интернет търговията. Основната причина за това е, че интернет премахва границите между държавите и действието на националните закони. Така едно действие, което е забранено от българския закон, може да не е забранено в друга държава. Ето десетте най-често срещаните заплахи:

1. **Интернет търгове** - изразява се чрез недоставяне на платената стока. Около 87% от всички измами в интернет се извършват чрез онлайн търгове.
2. **Недоставяне на продукт** - изобщо или във вида, в който е рекламиран.
3. **Интернет услуги** - недоставени или не по начина по който са рекламирани.
4. **Хардуер и софтуер** - недоставен или не във вида, в който са рекламирани.
5. **Пирамиди и мултилевъл маркетинг схеми.**
6. **Други бизнес възможности**, например печалби от и-мейл маркетинг - печалби без усилия.
7. Предложения за **надомна работа.**
8. Предложения за **съдействие при прехвърляне на средства.**
9. **Възстановяване на кредит.**
10. **Недоставка на кредитни карти.**

Важно!

Тежестта на доказване на спазването на срока за отказ е на потребителя, поради което е тук е важно отказът да се направи по начин, който позволява да се удостовери датата.

Намаления и промоции

Намаленията и промоциите са често срещана търговска практика. Те се правят по различни поводи и целта им е да привлекат потребителите в търговския обект с обещание за особено изгодни покупки. Потребителят обаче никога не е в състояние да прецени доколко обявената промоция е реална.

За да го предпази от злоупотреби, Законът за защита на потребителите предвижда редица изисквания, чието неспазване води след себе си сериозни административни санкции за търговците.

1. Всяко съобщение за намаление на цените, независимо от неговата причина, трябва изрично да съдържа информация за продуктите, за които се отнася и периода, за който важи.
2. Старата и новата цена трябва да бъдат едновременно посочени по начин, който позволява на потребителя недвусмислено да се ориентира в тях, напр. с посочване на "стара цена" и "нова цена" или с процент на намалението, като новата цена се поставя до старата цена, която се зачертава..
3. Посочената стара цена трябва да е реална, т. е. търговецът задължително да е предлагал продукта на тази цена поне един месец преди обявяване на намалението. Това изискване не важи за храни и бързо развалящи се стоки.
4. Съобщението за намаление на цените не може да бъде прилагано за срок по-дълъг от един месец и по-кратък от един работен ден. Удължаване на срока е допустимо единствено при разпродажба на стокови наличности поради закриване на търговския обект или преустановяване дейността на търговеца, при строителни преустройства в търговския обект, при прехвърляне на предприятието или ликвидация.

Нежелани доставки

В последно време зачестиха случаите, при които търговци изпращат на потребителите продукти с уведомление, че ако не ги върнат в определен срок, се счита че са ги закупили. Най-често даже под формата на абонамент. Освен че е крайно неприятна, тази търговска практика може да доведе и до сериозни разходи за потребителите. Законът за защита на потребителите въвежда изрична забрана за подобен род непоръчани изрично от потребителя доставки, а ако все пак потребителят получи подобна стока, той не дължи нито нейното връщане, нито заплащане на цената ѝ.

Законът изрично постановява, че мълчанието на потребителя не може да се тълкува като знак на съгласие за придобиване на продукта.

Награди

Предлагането на различни награди или възможности за участие в томболи едновременно с покупката на даден продукт и широко разпространена практика в България. Когато стойността на продукта, който може да се придобие след участие в томболата значително надвишава цената на стоката, този вид търговска практика се приема за форма на нелоялна търговия. Едновременно с това тя е в състояние да увреди и интересите на потребителите.

Причините за това са няколко - стоката вече не се избира според критериите качество и цена, а се превръща на практика в лотариен билет. По този начин сериозно се ощетяват малките производители, които предлагат качествени продукти, но не са в състояние да осигурят големи награди. Затрудняват се инвестициите в бранша, тъй като вместо да усъвършенстват продуктите и технологиите, търговците инвестират парите си в награди.

Отделно от това, раздаването на наградите рядко се прави по прозрачен начин.

Всеки потребител, който бъде привлечен от оферта за възможна награда трябва да знае, че шансът за нейното спечелване, доколкото въобще съществува е малък, покупката обаче и парите, които харчи за стоката са реални, поради което закупуването на една стока само заради възможността да се участва в лотарията не би могло да се приеме за разумно потребителско поведение.

СМС игри

Обхваща различните игри с предметни и парични награди, при които потребителите участват чрез изпращането на СМС или обаждане към телефон с добавена стойност. Проблемите от потребителска гледна точка, са свързани с липсата на филтър за участие на деца и непълнолетни, както и с възпитаването на хазартност у тях. В същото време, разпределянето на печелившите награди става по непрозрачен начин, което създава съмнение относно тяхната същност. В някои случаи, участието в такива игри се обвързва и с покупката на потребителска стока, която съдържа възможност за участие в играта в опаковката си. По този начин трайно се отклонява вниманието от потребителските качества на продуктите, което пречи на развитието на пазара в качествено отношение.

Предлагане на продукти с обща цена

Нерядко в практиката се срещат случаи, при които търговците използват възможността да се "отърват" от слабо търсени стоки, като ги предлагат заедно с такива, за които търсенето е голямо. По този начин потребителите на търсената стока биват принудени освен нея да придобият и друга, която не им е потребна, но е включена в цената. Тази търговска практика е забранена от закона.

Предлагането на две или повече стоки или услуги на обща цена е допустимо единствено в случаите, когато между тях има съществена връзка или ако стоките могат да бъдат закупени и поотделно и потребителят е информиран за тази възможност.

Полезни съвети

1. Не давайте данните на кредитната ви карта на деца. Те лесно могат да бъдат подведени, чрез търговски практики от разстояние и да ви донесат нежелани покупки!

2. Никога не подписвайте документ при доставена ви от куриер пратка, когато не очаквате доставката или се съмнявате в изпращача! В много случаи по този начин може да получите нежелана доставка, която трябва да заплатите впоследствие!

3. Не откликвайте на нежеланите рекламни съобщения по електронната поща. Те звучат примамливо, но крият огромни рискове!

4. Не се подлъгвайте от обещанията за награди при покупка! В общия случай, шансовете ви да получите награда са подобни с тези да спечелите от тотото.

5. Отнасяйте се критично към съобщенията за намаления и промоции! Винаги сравнявайте цените и с други магазини, за да се уверите, че наистина ви предлагат намаление!

6. Никога не пазарувайте лекарства, хранителни добавки и други продукти с лечебно въздействие от разстояние. Напоследък, случаите на продажби на фалшиви медикаменти по интернет зачестиха.