



ilustračné foto: www.cas.sk

Na Slovensku sa dnes nežije ľahko. Každý sa snaží zarobiť a privyrobiť si, ako sa dá. Neraz proti svojmu presvedčeniu, proti morálke a zákonu. V trhovom priestore sa objavujú podomoví predajcovia a organizujú sa predajné akcie. Najčastejšími obeťami premyslených stratégií sú dôchodcovia.

Poštové schránky sú neraz preplnené letákmi s ponukou predajných akcií. Lákadlom je poznávací výlet, cukrovinky alebo chutný obed, a to všetko zadarmo. Pre seniorov je tiež zaujímavá ponuka kontroly zdravotného stavu a prehliadky vitamínov a liečiv. Spoločným znakom všetkých predajných akcií je ponuka najvýhodnejšieho a najkvalitnejšieho produktu na trhu za zlomok ceny.

Nemáte peniaze a nemáte hotovosť? Mladí a dôveryhodne vyzerajúci učesaní páni a dámy vám radi ponúknu pohotovostnú pôžičku. Stačí občiansky preukaz a podpis. Produkty máte hneď a dlhy na pár rokov.

NA ČO LÁKAJÚ PREDAJCOVIA:

- atraktívna pozvánka, ktorá prezentuje predajcov,
- elegantné oblečenie predajcov,
- odvolávanie sa na spoluprácu a partnerstvá s všeobecne uznávanými organizáciami
- vytváranie pocitu neopakovateľnej a exkluzívnej akcie a výhodného nákupu,
- využívanie psychologických znalostí, útočenie na strach a obavy ľudí.

„Na Slovensku dnes prebieha takmer milión exekučných konaní a významnú časť z nich tvoria prípady nebankových inštitúcií a spotrebiteľov, ktorí s nimi uzatvorili nevýhodné zmluvy. Pritom až takmer 40 000 dôchodcov je objektom takýchto exekúcií a mnohí ďalší sú obeťami rôznych nekalých praktík podomových predajcov a im podobných subjektov. Práve preto som sa rozhodla pomôcť spoluobčanom a poskytnúť im nádej, že aj pri zdanlivo zúfalých životných situáciách nikdy nie je nič stratené a brániť sa oplatí.“

AKO PREDAJCOVIA DOSAHUJÚ SÚHLAS SENIOROV:

- slušný, seriózný prístup na začiatku akcie,
- profesionálne letáky s fotografiami špičkových výrobkov, ich divadelné predvádzanie,
- príslub výletu, darčiekov, živej hudby, tanca,
- vyvolávanie pocitu vďačnosti u seniorov,
- súhlas je v niektorých prípadoch vynútený výčitkami o nekupovaní, nátlakom, hrozbami nevrátenia sa z akcie.

AKO PREDAJCOVIA UZAVRÚ NEVÝHODNÚ ZMLUVU:

- losovanie vyplnených výherných lístkov, vyvolanie dojmu výhry a navodenie omylu, že podpisujete preberací protokol, ale pritom ide o nevýhodnú kúpnu zmluvu,
- oddelenie od partnera (manžela), zavedenie do samostatnej miestnosti, psychický nátlak, prerušenie kontaktu s ostatnými účastníkmi akcie,
- nakrúcanie kamerou, zvukový záznam,
- vyvolanie atmosféry jedinečnosti a výhodnosti výrobkov, presvedčanie o tom, že človek výrobky potrebuje,
- v prípade nedostatku peňazí ponúkajú „výhodnej“ pôžičky, ktorá často predstavuje nevýhodný a zbytočný úver na predražený tovar.

1. Pozvánka

Obyčajne je to farebná letáková forma s ponukou dokonalých výrobkov, a to všetko zadarmo. Veľké nápisy „Hody“, „Čokoládový deň“, „Zabíjačka“, „Hudba, tanec“...

2. Odvoz na odlahlé miesto

Častá praktika, ktorá zaručuje minimalizáciu obrany a možností, aby sa účastník akcie mohol poradiť s príbuznými či blízkymi ľuďmi. Spotrebiteľ sa stáva ľahkou obeťou manipulácie a nátlaku.

3. Spôsob prezentácie

Prezentácia je vnucujúca, invazívna. Súčasťou je agresívna psychológia predaja, spojená s prehnaným vychvaľovaním tovaru; formy: losovanie, vyvolanie dojmu výhry, klamanie o skutočnej cene výrobkov – uvádzanie do omylu, že 5 výrobkov stojí v obchode 5.000 eur, na akcii len 1.600 eur. Spravidla sa nepredáva jeden tovar, ale viacero produktov naraz, aby si spotrebiteľ nebol v rýchlosti schopný urobiť skutočný obraz o cene produktov.

4. Nátlak na nákupné rozhodnutie

Verbálny až fyzický nátlak s rôznymi formami prejavu – vyvolanie pocitu vďačnosti a príživníctva na akcii – veď nič nie je zadarmo, oddelenie od zvyšku účastníkov, hrozby, zneužitie nátlaku, branie osobných vecí, hrozba, že sa účastník nedostane domov – všetko má stupňujúci charakter najmä, ak si spotrebiteľ nechce nič kúpiť.

5. Podpis neprimeraných zmlúv

Zmluvy obsahujú klauzuly, ktoré kupujúceho zbavujú spotrebiteľskej ochrany (napríklad odnímajú právo na odstúpenie od zmluvy). Spotrebiteľ má výslovne vyhlásiť, že si objednal

návštevu domov a tovar nekúpil na predajnej akcii mimo prevádzky. Zmluvy obsahujú neprímerané pokuty, či už kúpna alebo úverová zmluva sú jednostranne nevýhodné – založené na taktike rýchlo podpísať, odovzdať braky – nekvalitný tovar, a potom už nie je možné s firmou sa skontaktovať.

6. Používanie nekalých praktík

Tieto praktiky sprevádzajú celú prezentáciu akcie a každú jej fázu – od letákov, kde sú spotrebiteľia klamaní o darčekom, prezentácii výrobkov, nie sú informovaní o ich kúpe až po samotnú prezentáciu – klamanie o vlastnostiach a kvalite výrobkov, o ich cene a výhodnosti kúpy... Potom prichádzajú agresívne praktiky – oddelenie „výhercu“ od väčšiny – nátlak, vydieranie, hrozby neodvezenia domov, nevydania osobných vecí a pod. Nekalé praktiky sprevádzajú aj podpisovanie zmluvy. Nekalé je už len to, že sa spotrebiteľom zmluva nevysvetlí, neskúma sa jej bonita. Každému, kto nemá peniaze, sa predkladá zmluva o pôžičke od známych spoločností splátkového predaja, nevysvetlia sa podmienky a dôsledky uzavretia zmluvy.

7. Dôsledky

Vytriezvenie, problémy, často až exekúcia. To sú najčastejšie dôsledky takýchto akcií. Trpké vytriezvenie prichádza na druhý deň, keď opadne psychológia akcie. Dôchodca sa poradí doma, prečíta si zmluvu a zistí, že za štyri hodiny prezentačnej akcie prišiel o nasporené peniaze, prípadne sa na štyri roky zaviazal splácať úver a v konečnom dôsledku výrobky, ktorých skutočná hodnota je desatina ich „akciových“ kúpnej ceny, ani nepotrebuje.

8. Najčastejšie nakupované produkty

Na predajných akciách sa predávajú spravidla viaceré výrobky súčasne. Aj táto praktika má vyvolať dojem výhodnosti a má spotrebiteľa ovplyvniť vo výpočte ceny výrobkov – neraz sa hovorí, že za 5 výrobkov by v obchode zaplatil 5.000 eur, ale takto zaplatí len 1.600 eur. Aj z týchto dôvodov sa výrobky nepredávajú samostatne. Najčastejšie sa predávajú parný čistič, kuchynský robot, sada riadu, sada nožov, vysávač, tlakový hrniec a pod.

AKO SA BRÁNIŤ?

Vyhýbať sa predajným akciám neznámych, nepreverených spoločností, najmä akciám zájazdového typu, kde je spotrebiteľ úplne závislý od predávajúceho, najmä dopravou.

Ak sa spotrebiteľ predajnej akcie zúčastní, zvážiť akékoľvek podpisovanie zmlúv alebo akýchkoľvek iných dokumentov; odporúčame neposkytovať ani občiansky preukaz, ani nepožičiavať prezentujúcim nijaké osobné veci.

Odmietnuť vyvíjanie nátlaku, prehnané propagovanie výrobku a výčitky, že si spotrebiteľ nič nekúpil, aj keď prijal darček alebo obed.

Ak spotrebiteľ cíti neprímeraný tlak a agresívny prístup, má právo kedykoľvek z predajnej akcie odísť a predávajúci mu to musí umožniť.

Ak spotrebiteľ neodolá nátlaku, žiadať vždy adekvátny čas na preštudovanie zmluvy alebo akýchkoľvek iných dokumentov najmä, ak by mal uzavrieť zmluvu o pôžičke; spotrebiteľ má vždy právo odmietnuť uzavretie zmlúv na mieste akcie.

Ak spotrebiteľ pod tlakom okolností uzavrie zmluvu, okamžite po jej uzavretí sa treba poradiť s blízkymi, s právnikom alebo u nás na Komisii na posudzovanie podmienok v spotrebiteľských zmluvách a súčasne zvážiť zaslanie písomného odstúpenia od zmluvy alebo od oboch zmlúv (ak bola uzavretá aj zmluva o pôžičke / úvere) poštou na adresu predávajúceho a prípadne aj veriteľa, ktorý pôžičku poskytol.

Ak spotrebiteľovi po odstúpení od zmluvy predávajúci nechce vrátiť zaplatenú kúpnu cenu, prípadne spotrebiteľa žaluje alebo sa dokonca už vykonáva exekúcia z titulu prijatej pôžičky, nikdy nerezignovať na svoje práva a aktívnu obranu a vyhľadať konkrétnu právnu pomoc.

Predávajúci je povinný spotrebiteľovi poskytnúť všetky podstatné informácie o spoločnosti,

ktorá predaj organizuje a o právach spotrebiteľa; osobitne je povinný spotrebiteľa poučiť o jeho zákonnom práve odstúpiť od spotrebiteľskej zmluvy.

Predávajúci nesmie voči spotrebiteľovi používať klamlivé alebo agresívne nekalé obchodné praktiky, najmä ho nesmie nútiť zúčastniť sa a zotrvať na predajnej akcii, podpísať akúkoľvek spotrebiteľskú zmluvu a podobne.

Spotrebiteľ má právo na ochranu pred nekalými zmluvnými podmienkami a obchodnými praktikami a má právo na pravdivé informácie o poskytovaných službách alebo predávaných výrobkoch.

Ak spotrebiteľ uzavrie akúkoľvek spotrebiteľskú zmluvu mimo prevádzky, vždy má zo zákona právo od nej v lehote 7 pracovných dní bezodplatne a bez uvedenia dôvodu odstúpiť. Odstúpenie od zmluvy a jeho účinky nepodliehajú súhlasu druhej zmluvnej strany. Ak ide o zmluvu o úvere, právo na odstúpenie od zmluvy má spotrebiteľ v lehote 14 dní od uzavretia zmluvy.

Po odstúpení od zmluvy má spotrebiteľ právo na vrátenie zaplatenej kúpnej ceny alebo jej časti. Ak boli práva spotrebiteľa porušené, má právo žiadať aj tzv. primerané finančné zadosťučinenie ako náhradu spôsobenej ujmy, ak si úspešne uplatní nároky z porušenia svojho práva na súde.



ilustračné foto: www.blogovisko.sk

Nič ste si nekúpili?! Načo ste sem chodili, keď nič nepotrebuje? Vy si vôbec nevážite naše pozvanie a pohostinnosť!!!

spracované podľa

AKO SA BRÁNIŤ PROTI NEKALÝM PRAKTIKÁM PODOMOVÝCH PREDAJCOV – „ŠMEJDOV“.