



Netikri vartotojų ATSILIEPIMAI

Stebėsenos ataskaita
2018 m. II pusmetis

KODĖL ATSILIEPIMAI?

Prekių ir paslaugų reklamose pasitelkiami įvairiausi būdai pirkėjų dėmesiui patraukti. Vienas jų – viešai skelbiami asmenų, įsigijusių produktus ar išbandžiusių paslaugas, atsiliepimai. Tokia informacija, kuri dažniausiai perteikia teigiamą pirkėjų nuomonę ar patirtį, sudaromas įspūdis, kad atsiliepimus parašė konkretūs vartotojai.

Konkurencijos taryba atkreipia dėmesį, kad reklamose pateikiami atsiliepimai gali daryti reikšmingą įtaką vartotojų sprendimams pirkti tam tikrus produktus ar naudotis teikiamomis paslaugomis, todėl atsiliepimas turi atspindėti realią vartotojo nuomonę, išvadas, įsitikinimus ar patirtį. Kad apie tai susimąsto ne visi verslo atstovai, liudija Konkurencijos tarybos 2018 m. rugsėjį atliktas tyrimas.



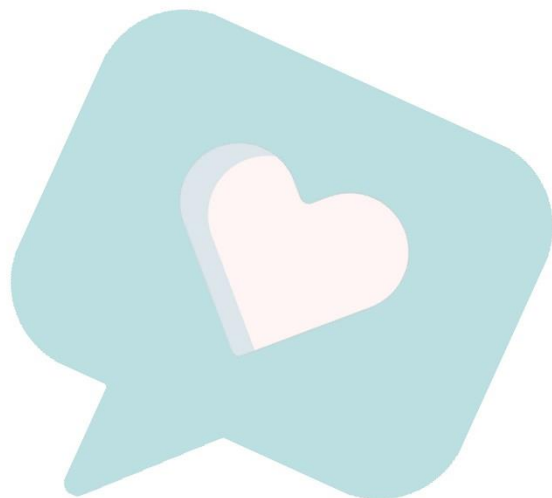
**Paskolos tikslas:
REMONTAS**

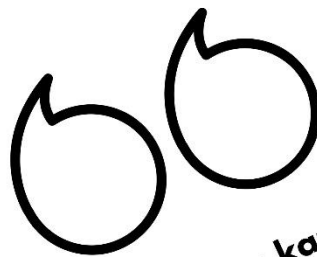
**Paskolą gavau labai laiku,
nes turėjome atsiskaityti su
darbuotojais už remonto
darbus, o atlyginimas buvo
tik už poros savaičių.**

Institucija, išnagrinėjusi daugiabučio reklamoje pateiktus vartotojų atsiliepimus, nustatė, kad viešai skelbtos ne konkrečių asmenų citatos, o pokalbių metu išgirstų nuomonių pagrindu parengti apibendrinti komentarai, todėl reklama pripažinta klaidinančia.



**Tikrai paprasta ir aiški Jūsų
sistema. Visa procedūra truko
apie porą valandų, nuo
skambučio iki pinigų gavimo.
Labai tvarkingai**





Vacuumo kapsulė yra kažkas
wow! Atrodo per keliolika
minučių gali pasiekti tiek daug!
Tikrai jautėsi savijautos
pagerėjimas ir kūno
pagražėjimas. Dėka šio sporto
galėjau įlysti į mėgstamas
kelnes 😊

Apgaulingas prisistatymas vartotoju laikytina klaidinančia komercine veikla, o tuo pačiu ir klaidinančia reklama. Todėl reklaminės veiklos subjektai, skleidami reklamą, kurioje pateikiami vartotojų atsiliepimai, turi užtikrinti, kad reklama neturės klaidinančios komercinės veiklos požymių, t. y. reklamoje pateikti atsiliepimai atspindės tikrąją vartotojų patirtį.

Norėdama užtikrinti, kad skleidžiama reklama, kurioje pateikiami vartotojų atsiliepimai, būtų teisinga ir neklaidintų pirkėjų ar paslaugos gavėjų, Konkurencijos taryba 2018 m. II pusmetį prevenciniais tikslais atliko reklamų, kuriose pateikiami vartotojų atsiliepimai, stebėseną.



LIETUVIŠKOJI UKRAINA

Dėkojame už gerą ir turiningą
kelionę į Ukrainą. Nuostabus
Rūstis bei jo pasakojimai apie LDK
istoriją bei pilis. Dėl tam tikrų
priežasčių mėčiau si, ilgai
sprendėme ar važiuoti, - tačiau
jaučiau, kad kelionė pavyks,
juolab grupė puiki, gidai
aukštumoje. Dėkojame Jums.



KOKIE ATSILIEPIMAI?

Konkurencijos taryba pasirinko tris – greitųjų kreditų, grožio ir turizmo paslaugų – sritis ir siekė išsiaiškinti, ar ūkio subjektų paskelbti vartotojų atsiliepimai yra realūs. Minėtos veiklos sritys išskirtos todėl, kad reklamose pateikti atsiliepimai gali daryti reikšmingą poveikį vartotojų ekonominiam elgesiui. Pavyzdžiui, greitųjų kreditų paslaugų vartotojai dažnai priima impulsyvius, neapgalvotus sprendimus, kurie gali turėti ilgalaikių pasekmių, todėl itin svarbu, kad susidomėjęs greitaisiais kreditais dėl netikrų vartotojų atsiliepimų apie suteiktas paslaugas nebūtų klaidingai paskatinti priimti sprendimus dėl sandorio, kurio jie kitomis aplinkybėmis nebūtų priėmę.



Rugpjūčio mėnesį keliavau į Indiją. Kelionė buvo nuostabi. O tokio įdomaus ir puikaus gido kaip Dainius Kinderis nerasi net su žiburiu:) Ačiū, Dainiau! Tikrai dar keliausiu su Magelano kelionėm.

Giedrius



Man patinka Jūsų centre atliekamos procedūros, kitur net šiais metais neužsakinėjau. Gal kaina, procedūrų gausa labiausiai ir pritraukia.



STEBĖSENOS EIGA

54

Konkurencijos tarybos ekspertai atsitiktine tvarka atrinko ir patikrino 54 greitųjų kreditų ir susieto vartojimo kredito (lizingo) davėjų bei grožio (grožio namų, masažo salonų) ir turizmo paslaugas teikiančių bendrovių interneto svetaines.

21

Nustatyta, kad iš 54 interneto svetainių 21 buvo skleidžiamos reklamos, kuriose pateikta teigiama asmeninė vartotojų patirtis ir nuomonė apie tam tikrą ūkio subjektą ir jo suteiktas paslaugas.

Stebėsenos metu nustatyta, kad iš 21 reklamos 6 galimai klaidino vartotojus:

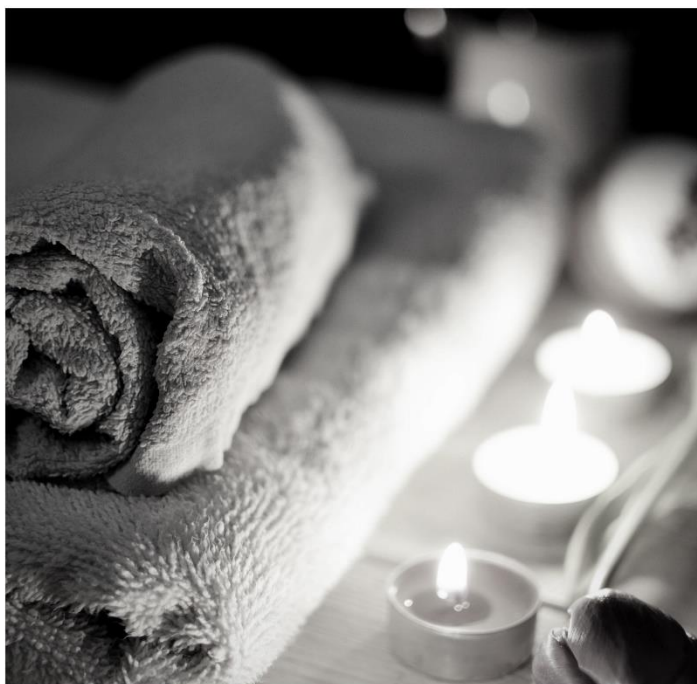
6

2 reklamos apie greituosius kreditus;

reklamos apie grožio paslaugas. **4**

15

Tiek ūkio subjektų Konkurencijos taryba pateikė rekomendacijas, kuriose atkreipė dėmesį, kokią informaciją ūkio subjektas privalo skleisti, kad išvengtų galimo vartotojų klaidinimo ateityje. Rekomendacijose taip pat priminta, kad būtina saugoti įrodymus, pavyzdžiui, gautus vartotojų laiškus, atsiliepimus, kurie pagrįstų skleidžiamų reklamų teisingumą.



STEBĖSENOS REZULTATAI IR TENDENCIJOS

2/3

Atlikusi atsiliepimų stebėseną, Konkurencijos taryba išsiaiškino, kad daugiau kaip du trečdaliai patikrintų reklamų atspindėjo realią vartotojų nuomonę, išvadas, įsitikinimus ir patirtį.



6 ūkio subjektus įspėjus, kad jų reklamos galėtų turėti klaidinančios reklamos požymių, verslo atstovai geranoriškai atsižvelgė į pateiktus siūlymus ir reklamas nutraukė. Kitoms bendrovėms buvo išsiųstos bendro pobūdžio rekomendacijos.



Atkreiptas ūkio subjektų dėmesys, kad reklamos skleidimo metu būtina turėti ir saugoti įrodymus, pagrindžiančius reklamose pateiktą vartotojų atsiliepimų teisingumą.



Atlikta stebėseną buvo prevencinio pobūdžio, siekiant užkirsti kelią galimam vartotojų klaidinimui ateityje.