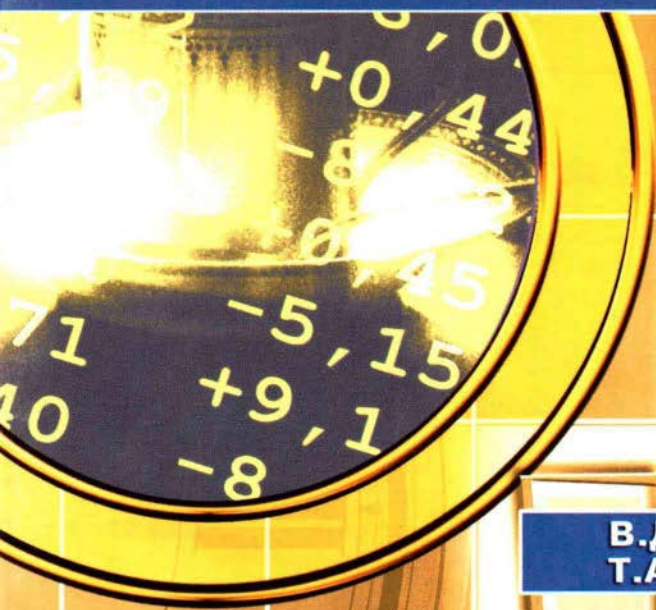


ПРЕДПРОФИЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА



В.Д. Симоненко
Т.А. Степченко

АЗБУКА ПОТРЕБИТЕЛЯ



ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС

ПРЕДПРОФИЛЬНАЯ
ПОДГОТОВКА

В. Д. Симоненко
Т. А. Степченко

АЗБУКА

ПОТРЕБИТЕЛЯ

ЭЛЕКТИВНЫЙ КУРС

Учебное пособие для 8 - 9 классов
общеобразовательных учреждений



ИЗДАТЕЛЬСТВО

VITA
Press

МОСКВА 2005

УДК 373.167.1:366
ББК 67.404я721.6
С37

Авторы выражают особую благодарность за оказанную помощь при подготовке материалов для книги коллеге и единомышленнику, преподавателю курса «Основы потребительской культуры» Ирине Владимировне Жук.

Симоненко В.Д.

С37 Азбука потребителя: Учебное пособие по элективному курсу для 8—9 классов общеобразоват. учрежд.: Предпрофильная подготовка учащихся. / В.Д. Симоненко, Т.А. Степченко. — М.: Вита-Пресс, 2005. — 64 с.: ил. — ISBN 5-7755-0774-6

Учебное пособие по новому элективному курсу (образовательная область «Обществознание») содержит краткую информацию об основах потребительской культуры. Учащиеся узнают, что такое рынок и каковы основные принципы торговли, как спланировать потребительский бюджет, насколько опасны пищевые добавки, в чем назначение товарных знаков и брендов, какими правами обладают потребители, какие государственные и общественные организации помогают потребителю защитить свои права.

Широкое использование примеров облегчает учащимся понимание материала.

Практические задания помогут им осуществить «пробу сил» — почувствовать себя в роли потребителя.

Изучение элективного курса призвано помочь учащимся в выборе профиля обучения в старшей школе.

УДК 373.167.1:366
ББК 67.404я721.6

ISBN 5-7755-0774-6

© ООО Издательство «Вита-Пресс», 2005
© Художественное оформление
ООО Издательство «Вита-Пресс», 2005
Все права защищены

От авторов

*Недостаточно только иметь хороший разум,
но главное — это хорошо применять его.*
Р. Декарт

Дорогие друзья!

Мы хотим познакомить вас с основами потребительской культуры — прежде всего с вашими правами как потребителя и способами их защиты. И не просто познакомить, но научить в любой, самой непростой ситуации находить самые простые решения всех возникающих проблем.

Знания и практические умения, которыми вы овладеете, пригодятся вам в жизни независимо от того, кем вы станете в будущем. Ведь все вы должны уметь покупать качественные товары, понимать преимущества и недостатки различных способов торговли. Вы должны знать, что делать, если приобретенный товар окажется с недостатками, а продавец отказывается удовлетворить ваши требования по этому поводу. Вы должны также уметь читать маркировку на товаре — это позволит избежать ряда неприятностей при пользовании им. И, конечно, вы должны знать, в каких случаях нужно обращаться в суд и требовать возмещения морального вреда за некачественный товар.

Действие Закона РФ «О защите прав потребителей» распространяется не только на сферу торговли, но и на сферу услуг, например, когда вы пользуетесь сотовой связью, видеопрокатом, Интернет-кафе и др. Вы должны знать, не нарушаются ли ваши права как учащегося (образовательные услуги) или пассажира (транспортные услуги) и, наконец, какие государственные органы защищают ваши права как потребителей.

Знакомясь с содержанием книги, старайтесь чаще выходить за рамки учебных ситуаций, упражняйтесь на практике.

В добрый путь!

СОДЕРЖАНИЕ

От авторов	3
Глава 1. Все мы — потребители	5
Глава 2. Какие права имеют потребители... ..	10
Глава 3. Как не потеряться в мире информации	17
Глава 4. Такие разные магазины... ..	24
Глава 5. Наш постоянный спутник — деньги	31
Глава 6. Если товар оказался некачественным	37
Глава 7. Услуги, которые мы получаем	43
Глава 8. Защита прав потребителя	53
Заключение	60
Приложение	61

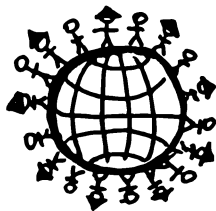


ВСЕ МЫ — ПОТРЕБИТЕЛИ

Потребители — это все мы. Это крупнейший экономический слой, который воздействует на любое частное или государственное экономическое решение. Но это единственный голос, которого зачастую не слышно.

Джон Ф. Кеннеди

Население нашей планеты составляет свыше 6 млрд человек. И каждый человек строго индивидуален. Цвет кожи, глаз, рост, возраст, характер, профессия, социальное положение отличают нас друг от друга. Но есть моменты, которые объединяют нас. Например, то, что все мы потребители.



Кто же такой потребитель?

В соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей», это «гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности».

Из этого определения следует, что организации не являются потребителями. Это несправедливо, могут возразить некоторые из вас. Но посудите сами, интересы фирм и организаций защищают квалифицированные юристы, а граждане-потребители могут рассчитывать только на себя. Тут на помощь и приходит Закон РФ «О защите прав потребителей», который является основным гарантом их прав. Именно его статьи

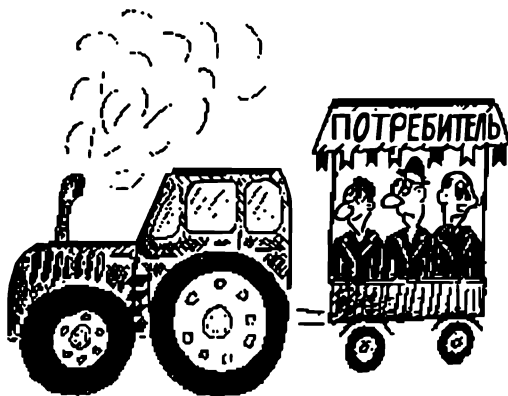
защитят от недобросовестных продавцов и производителей. Подробно об этом мы расскажем в главе 2.

В соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей», человек является потребителем только в случае, когда он приобретает товар для нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. На практике это означает, что предприниматель, покупающий товар для перепродажи, под действие Закона РФ «О защите прав потребителей» не подпадает. А вот если он покупает продукты для своей семьи, то обладает всеми правами, гарантируемыми данным законом.

Не только взрослые, но и дети и подростки тоже являются потребителями. Так что, покупая товары, помните об этом. Однако в ситуации, когда вы совершаете крупные покупки, лучше заручиться согласием родителей. Ведь в соответствии со ст. 172 ГК РФ сделка, совершенная несовершеннолетним, не достигшим 14 лет, считается ничтожной. Каждая из сторон такой сделки обязана возвратить все полученное. А это значит, что родители могут вернуть покупку в магазин и потребовать возврата денег.

Есть ли у потребителя какой-либо документ, удостоверяющий его статус? К сожалению, потребителям не выдают специальных удостоверений и свидетельств. Главное — это почувствовать себя потребителем, осознать свои права и не бояться реализовать на практике полученные знания. Основные документы, которые вам пригодятся при отстаивании ваших прав, — это товарный или кассовый чек и договор.

Кассовый чек выдается, когда вы покупаете в магазине любые товары, или если вы оплачиваете через кассу какие-либо услуги (например, парикмахерские). В случае если у вас



возникнут претензии к качеству приобретенных товаров или оказанных услуг, кассовый чек послужит доказательством совершения сделки. Например, наш знакомый, Сережа К., любит рассказывать своим друзьям историю о том, как он менял бракованный компакт-диск. Продавец на просьбу заметить некачественный товар отрицательно качал головой и говорил, что первый раз Сережу видит. Но когда наш знакомый предъявил чек, продавцу ничего не оставалось, как обменять диск.

Товарный чек выдают на рынках, где нет кассовых аппаратов, а также в магазинах, продающих одежду, обувь, технически сложные товары и т. д. При этом важно, чтобы в нем были указаны наименование и цена товара, дата совершения сделки. Товарные чеки, выданные на рынке, также должны содержать фамилию и инициалы продавца, его подпись и номер торгового места.

При заключении сделки на оказание услуги потребителю выдается экземпляр договора, где отражены права и обязанности его участников. Важно, чтобы в договоре были указаны полное наименование организации, ее адрес, цена оказанных услуг, дата заключения договора, а также стояли печать и подписи тех, кто принял заказ. Таким образом договор не только удостоверяет факт заключения сделки, но и гарантирует соблюдение прав его участников.

Эти документы могут оказать неоценимую помощь при отстаивании ваших прав. Однако если ни чека, ни договора нет, а претензии к качеству купленного товара или оказанной услуги имеются, не расстраивайтесь. Их могут заменить свидетельские показания. Например, если вы покупали товары с другом, то можете привлечь его как свидетеля. Но все же рациональнее сохранять чеки, ведь неизвестно, как поведет себя новый тостер или проигрыватель.

Уже знакомый вам Сережа К. всегда берет чеки в магазинах и поэтому считает себя рациональным потребителем. Но что скрывается за понятием «рациональный потребитель»? Под рациональностью потребителя понимают его стремление достичь максимального результата при ограниченных возможностях. Если один человек потратил деньги на концерт своего любимого певца, а другой копит деньги для приобретения, например, автомобиля, то может показаться, что первый иррационален, а второй рационален. С точки зрения экономиста,

поведение и того и другого рационально, если они действительно выбрали для себя самые предпочтительные варианты. Потребитель ведет себя так, чтобы из покупки извлечь для себя максимальную полезность.

К понятию «рациональность» близко понятие «благоразумие». Согласитесь, ведь благоразумие, проявленное при покупке товаров, может сослужить хорошую службу, уберечь от многих проблем в будущем. Мы предлагаем вам пройти несложный тест, который поможет выявить степень вашего благоразумия. На каждый из двенадцати вопросов нужно ответить ДА (0 баллов) или НЕТ (1 балл).

■■■■■ Тест



1. Часто ли вы выходите из себя по мелочам?
2. Не боитесь ли вы рассердить человека, который физически сильнее вас?
3. Начинаете ли вы громко разговаривать, чтобы на вас обратили внимание одноклассники?
4. Любите ли вы скатываться по перилам?
5. С удовольствием ли вы принимаете лекарства, когда заболите?
6. Пойдете ли вы на все ради достижения своей цели?
7. Любите ли вы больших собак?
8. Уверены ли вы в том, что когда-нибудь станете знаменитостью, как ваш кумир?
9. Умеете ли вы вовремя остановиться, когда чувствуете, что проигрываете?
10. Привыкли ли вы много есть, даже если не голодны?
11. Хочется ли вам знать заранее, что вам подарят на праздник?
12. Любите ли вы часами сидеть под солнечным или лунным светом?

Если вы набрали более 8 баллов, то вы должны рассматриваться (или рассматриваете себя сами) как воплощение жизненной мудрости, разумности и уверенности, что, однако, мешает вам быстро ориентироваться в жизненных ситуациях и может привести к тяжелой форме мании величия.

От 4 до 8 баллов набирают люди «золотой середины», обладающие развитым чувством меры и реально оценивающие

свои возможности. Правда, чувство меры у этих людей развито настолько, что им непросто чувствовать себя безмерно счастливыми.

Ну а если вы набрали менее 4 баллов, то вы, по-видимому, безрассудный субъект, которому всегда всего мало. Из-за своей кажущейся неудовлетворенности вы часто чувствуете себя несчастным, и, право же, вам полезно было бы научиться радоваться мелочам жизни.

Надеемся, полученные результаты вас порадовали. Но помните, сложно проявить рациональность или благоразумие при покупке товаров, если не знаешь хотя бы основных прав потребителей. Именно им посвящена следующая глава.

■■■■■ *Практическое задание*

- Составьте список необходимых качеств, которыми должен обладать потребитель. Какие из них важнее? Обсудите результаты с одноклассниками.

Глава 2.

КАКИЕ ПРАВА ИМЕЮТ ПОТРЕБИТЕЛИ

*Кто знает, что такое право,
знает очень хорошо, как в своих
интересах его обойти.*

В. Швебель

История потребительского движения насчитывает не один десяток лет. Человечеством накоплен большой опыт по защите прав потребителей. Разработаны и приняты законы, гарантирующие права потребителей, созданы специальные организации, занимающиеся защитой этих прав. И сейчас трудно поверить, что еще в XIX веке о правах потребителей даже не задумывались.

Прообразом современных организаций, выступающих в защиту прав потребителей, была независимая Лига потребителей (покупателей), созданная в 1891 г. в Нью-Йорке. Первой организацией потребителей на Европейском континенте стал Нидерландский союз потребителей (НСП), основанный в 1954 г.

15 марта 1962 г. Президент США Джон Ф. Кеннеди, выступая перед Конгрессом США, сформулировал последовательный ряд прав потребителей:

- право на безопасность;
- право на информацию;
- право на выбор;
- право быть выслушанным.



Общемировое признание права потребителей получили в резолюции Генеральной ассамблеи ООН № 39/248 от 9 апреля 1985 г., которая закрепила уже 8 прав потребителей:

- право на безопасность товара;
- право на информацию;
- право на выбор товара;
- право на выражение своих интересов;
- право на удовлетворение основных потребностей;
- право на возмещение ущерба;
- право на потребительское образование;
- право на здоровую окружающую среду.

Практически все эти права нашли свое отражение в действующем российском законодательстве о защите прав потребителей.

Мы уже упоминали о Законе РФ «О защите прав потребителей», который является основным гарантом прав потребителей. Он был принят 7 февраля 1992 г., но, как известно, жизнь быстро меняется... Вот и этот закон постоянно совершенствуется: Государственной думой к нему принимаются поправки.

Таблица 1

**Основные права потребителей, закрепленные
Законом РФ «О защите прав потребителей»**

Право	Статья, его закрепляющая
1. На просвещение в области защиты своих прав	3
2. На надлежащее качество товаров	4
3. На безопасность товаров	7
4. На информацию	8–10
5. На возмещение морального вреда	15
6. На судебную защиту	17
7. На государственную, общественную защиту	40–46

1. Право потребителей на просвещение в области защиты своих прав обеспечивается, как сказано в законе, посредством включения соответствующих требований в государственные об-

разовательные стандарты, общеобразовательные и профессиональные программы, а также через организацию системы информации о правах потребителя и необходимых действиях по их защите Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Международной конфедерацией обществ потребителей, органами местного самоуправления, общественными организациями по защите прав потребителей путем издания информационных бюллетеней, специальных буклетов, проведения семинаров и конференций, публикаций в прессе.



2. Право потребителей на надлежащее качество товаров, работ, услуг. Правовой аспект понятия качества товара (работы, услуги) заключается в том, что требования к качеству товара (работы, услуги) подлежат обязательной сертификации, точному соответствию стандартам, условиям договора. Право потребителей на надлежащее качество также закреплено в ст. 245 Гражданского кодекса РФ и ст. 76 Основ гражданского законодательства.

3. Право потребителей на безопасность товаров (работ, услуг). Потребитель имеет право на то, чтобы товары (работы, услуги) при обычных условиях их использования, при их хранении, транспортировке и утилизации были безопасны для его жизни, здоровья, окружающей среды, а также не причиняли вреда его имуществу.

4. Право потребителей на информацию. Потребитель вправе потребовать от продавца (изготовителя, исполнителя) предоставления необходимой и достоверной информации о его предприятии, реализуемых товарах (работах, услугах) и режиме его работы. Например, если вы покупаете магнитофон с техническим паспортом на иностранном языке, то вам обязаны предоставить всю необходимую информацию на русском языке.

5. Право потребителей на возмещение морального вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги). Под моральным вредом понимаются устойчивые (а не временные) физические страдания и нравственные переживания, вызванные повреждением здоровья, смертью близких, невозможными имущественными потерями. Закреплено это право в ст. 131 Основ гражданского законодательства, в ст. 151 Гражданского кодекса РФ, которая введена в действие с 1 января 1995 г., и в ст. 15 Закона РФ «О защите прав потребителей».

6. Право потребителя на судебную защиту своих прав. В соответствии со ст. 17 Закона РФ «О защите прав потребителей» защита прав потребителей, предусмотренных законодательством, осуществляется судом.

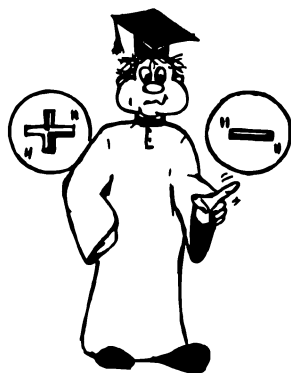
Законом гарантированы также и специальные права потребителей при продаже товаров (ст. 18–26) и при оказании услуг (ст. 27–39). Например, в случае продажи товаров ненадлежащего качества потребитель обладает рядом прав, которые закреплены в Основах гражданского законодательства, Кодексе РФ об административных правонарушениях (ст. 14.4), Законе РФ «О защите прав потребителей». Согласно ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей», потребитель, которому продан товар с недостатками, если они не были оговорены в договоре продавцом, вправе по своему выбору потребовать:

- безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление средствами потребителя либо третьего лица;

- соразмерного уменьшения покупной цены;

- замену на товар аналогичной марки (модели артикула);

- замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;



- расторжения договора и возмещения понесенных убытков.

Также потребитель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный, если он не подошел по форме, габаритам, расцветке, фасону, размеру или комплектации (ст. 25). Этим правом потребитель может воспользоваться только в течение 14 дней, не считая дня покупки. Важной гарантией охраны прав потребителей является установление запрета на включение в договор условий, ущемляющих права граждан по сравнению с правами, установленными законодательством (ст. 16 Закона «О защите прав потребителей»).

Рациональный потребитель хорошо знает свои права и те статьи Закона РФ «О защите прав потребителей», в которых эти права закреплены. Иногда точное упоминание какой-то из этих статей производит сильное впечатление на недобросовестного продавца, и конфликт разрешается быстро, не доходя до суда.

Однако следует помнить, что требования потребителей должны быть обоснованны. Нередки ситуации, когда потребитель полагает, что его права ущемлены, в то время как нормы закона соблюдены. Вот одна из таких ситуаций.

Светлана С. приобрела электрический утюг, который сломался через месяц эксплуатации. Она отнесла прибор в мастерскую при магазине, чтобы его отремонтировали по гарантии, но, когда устранили все недостатки, женщина решила вернуть товар продавцу и забрать деньги. В магазине товар принять отказались.

С одной стороны, согласно ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если оно не было оговорено продавцом, имеет право потребовать расторжения договора купли-продажи.

Но здесь существует одна важная оговорка: потребитель может предъявить только одно из перечисленных в ст. 18 требований (см. выше). Значит, в данном случае потребительница оказалась не права. Продавец уже потерпел убытки, удовлетворяя требование ремонта товара, и он не несет ответственности за то, что покупательница не смогла сразу определиться с выбором.

К сожалению, иногда встречаются недобросовестные продавцы, отказывающиеся удовлетворить какое бы то ни было требование потребителя, например о замене недоброкачественного продукта или о соразмерном уменьшении стоимости.

В этой ситуации для потребителя есть один выход — обратиться с иском в суд. При этом важно отметить, что потребитель может подать в суд самостоятельно или обратиться в одну из общественных организаций по защите прав потребителей.

В последнее время число таких организаций в нашей стране растет. Они есть почти во всех крупных городах.

Бывают ситуации, когда конфликт с продавцом разрешается после простого упоминания о такой организации.

■■■■■ Практическое задание.

■ Узнайте, есть ли общественная организация по защите прав потребителей в вашем городе (поселке), запишите ее номер телефона и запомните название.

И в завершение несколько случаев из жизни. Может быть, и с вами случалось что-то подобное?

Константин В. в супермаркете покупал продукты. В кассе он оплатил свои покупки и, довольный, пошел домой, где и обнаружил, что ему неправильно дали сдачу. Что ж, ему остается только посочувствовать, ведь деньги нужно проверять не отходя от кассы.

Виктор М. купил в магазине пакет кефира. Он и кассовый чек взял, и сдачу тщательно пересчитал. Но вот на срок годности не обратил внимания, а кефир оказался просроченный. Ему пришлось возвращаться в магазин для того, чтобы обменять некачественный товар. Чтобы такое не произошло с вами, всегда обращайте внимание на срок годности товаров, которые покупаете.

Вам наверняка приходилось сталкиваться с тем, что в продуктовом магазине функции кассира и продавца совмещает один человек. Когда речь идет о товарах, продающихся в упаковке, повода для беспокойства нет. Но если вы покупаете хлебобулочные изделия, стоит быть внимательнее. И хотя поговорка утверждает, что деньги не пахнут, микробов на них очень много. Проследите за тем, чтобы продавец, приняв от вас «грязные» деньги, теми же руками не подал вам хлеб: в противном случае большинство микробов окажется на буханке.

Это далеко не все неприятности, которые могут случиться с любым неопытным потребителем. Читайте внимательнее эту книгу, и, возможно, вам удастся их избежать.

■ ■ ■ ■ ■ Практическое задание.

■ Найдите в периодической печати информацию о правах потребителей в других странах.

Во всех ли странах действует закон, подобный Закону РФ «О защите прав потребителей»?

Как вы думаете, так ли уж необходим этот закон?



КАК НЕ ПОТЕРЯТЬСЯ В МИРЕ ИНФОРМАЦИИ

*Чем менее точная информация,
тем более бурно на нее реагируем.*
А. Блох

Современный человек может потеряться в море информации. Производители и продавцы расхваливают свои товары с экранов телевизоров, веселыми песенками по радио зазывают в свои магазины, убеждают пользоваться услугами только их фирмы со страниц газет и журналов. И даже на улицах городов с рекламных щитов на прохожих взирают девушки с дежурными улыбками, призывающие купить те или иные товары как необходимые.



Как же ориентироваться потребителю в такой обилии информации? Первое, что нужно сделать, — это определить, какая информация самая достоверная. Все, конечно же, понимают, что реклама, хотя и остается одним из самых распространенных источников информации, не всегда предоставляет эту информацию в полном объеме. Из короткого рекламного ролика не узнаешь полный состав продукта, противопоказания к применению или срок годности.

В такой ситуации важно сочетать информацию из разных источников. Увидев, например, рекламу нового продукта, не стоит сразу же бежать в магазин. Нужно разузнать как можно больше о нем, опросить знакомых и родственников, может быть, кто-нибудь уже успел его попробовать.

Следующий шаг — знакомство с информацией производителя, данной им непосредственно на товаре. Этикетка (а в некоторых случаях инструкция по применению) содержит много полезных сведений о товаре. Например, на этикетке любого продовольственного товара в обязательном порядке должна содержаться информация о его составе, массе и объеме содержимого, калорийности, содержании вредных для здоровья веществ в сравнении с обязательными требованиями стандартов и противопоказаниями к применению при отдельных видах заболеваний. Там же должен быть указан срок годности и адрес изготовителя.

При этом важно отметить, что вся эта информация должна быть на русском языке. Это и понятно, ведь не все свободно изъясняются на нескольких языках.

Часто в составе продукта указывают малопонятные для потребителя индексы, например E103, E210, E322 и др. Это пищевые добавки. Они служат разным целям, к примеру, краситель β -каротин (E160a) не только придает определенную окраску продукту, но и служит источником витамина А. Помимо красителей, производители могут применять консерванты, которые подавляют рост микроорганизмов. Это позволяет продлить срок хранения продуктов, и мы дольше сможем наслаждаться их вкусом. Кстати, о вкусе: если продукт совсем безвкусный или без запаха, то производитель сможет это исправить. Для этого нужно добавить ароматизатор, и тогда даже обычная газированная вода приобретает вкус апельсина или лимона, а может, и манго.



Когда мы видим упоминание о пищевых добавках в составе продукта, важно помнить, что все они, и красители, и ароматизаторы, и консерванты, и все остальные, должны соответствовать определенным стандартам. Разрешением на применение пищевых добавок и определением их безопасной нормы занимаются специальные организации, учрежденные ООН и Европейским Сообществом. В каждой стране есть список пищевых добавок, запрещенных к применению на территории этой страны. Есть такой список и в нашей стране.

Помимо текста, на упаковке товара могут присутствовать различные значки. Например, любители животных могут спо-

Внимание! Розыск!

Ищите на вкладышах и упаковках!

Пищевые добавки, запрещенные к применению в РФ

Обозначение	Класс	Наименование
E 121	Краситель	Цитрусовый красный
E 123	Краситель	Амарант
E 240	Консервант	Формальдегид
E 924a	Улучшитель муки и хлеба	Бромат калия
E 924b	Улучшитель муки и хлеба	Бромат кальция

При встрече с указанными пищевыми добавками немедленно сообщите об их местонахождении в ближайший отдел по защите прав потребителей. Товары с такими пищевыми добавками подлежат изъятию из товарооборота.

койно покупать товары, на которых есть следующий символ (рис. 1). Он означает, что продукт не был опробован на животных. Символ наносится на упаковку после очень строгого контроля: только если ни один из компонентов, из которых сделан товар, не был опробован на животных.



Рис. 1

Если вы вегетарианец и покупаете неизвестный вам соус, обратите внимание на значок, изображенный на рис. 2. Его наличие свидетельствует о том, что продукт годится даже для самых строгих вегетарианцев.

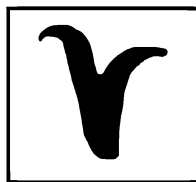


Рис. 2

На этикетках одежды часто можно встретить различные символы. Они должны рассказать нам, как правильно ухаживать за вещами. Например, если вы увидите на одежде знак, представленный на рис. 3, то вы должны знать, что такую вещь можно стирать только вручную.

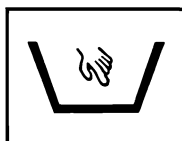


Рис. 3

Значок на рис. 4 говорит о той температуре, при которой данную вещь рекомендовано



Рис. 4

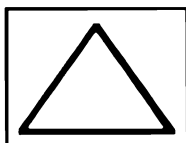


Рис. 5

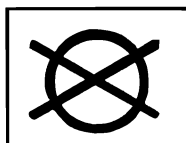


Рис. 6

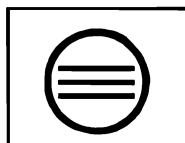


Рис. 7

стирать (вручную). В данном случае это 40 градусов по Цельсию, но также там могут стоять следующие цифры: 95 (можно кипятить), 60 или 30. Если на этикетке вы увидите треугольник (рис. 5), то такая вещь выдержит машинную стирку.

Значок на рис. 6 сообщает, что приобретенная вещь не может быть подвергнута химической чистке. А символ на рис. 7 предупреждает, что вещь можно сушить только на вешалке.

Группа значков, представленная на рис. 8—11, информирует нас о той температуре, при которой можно вещь гладить. Три звездочки на утюге говорят о том, что температура подошвы должна быть примерно 200 градусов, две — до 150, одна — около 100. Если же на приобретенной блузке вы увидите значок с рис. 11, то ее лучше не пытаться гладить утюгом.

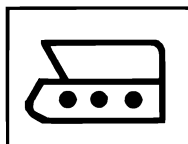


Рис. 8

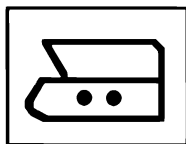


Рис. 9

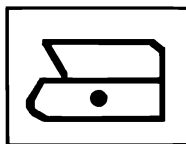


Рис. 10

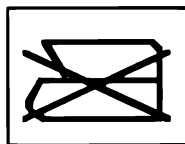


Рис. 11

Очень важно внимательно изучить все знаки на упаковке и этикетке. Ведь если вы нарушите какое-то из предписаний и вещь окажется испорченной, производитель или продавец ответственности за это не несут.

Например, однажды покупательница требовала вернуть ей деньги за испорченный свитер. После первой же стирки он потерял форму и вытянулся. Продавец отказался удовлетворить ее требования, ведь на этикетке был знак: сушить на вешалке. А женщина сама призналась, что сушила его на бельевой веревке.

Есть группа значков, предупреждающих об опасности для жизни и здоровья потребителя (рис. 12–14). Например, крест с рис. 12 уведомляет, что товар может вызвать раздра-

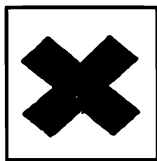


Рис. 12



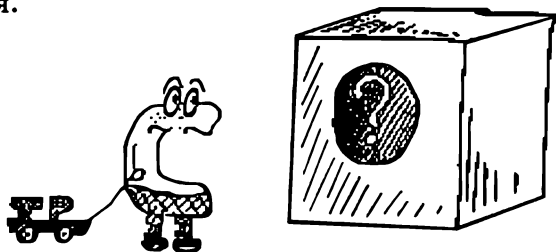
Рис. 13



Рис. 14

жение, например слизистых оболочек. Символ с рис. 13 говорит об инфекционной опасности, а череп и скрещенные кости (рис. 14) — о токсичности товара, им маркированного.

С 01.07.03 г. в России действует Федеральный закон «О техническом регулировании». В соответствии с ним обязательной сертификации подлежат лишь отдельные группы товаров, остальные могут пройти добровольную сертификацию. При этом вместо ГОСТов вводятся технические регламенты, в которых будут заданы обязательные нормы безопасности продукции. Потребительские же качества товара остаются на совести производителя.



В ст. 27 этого закона утверждено описание знака обращения на рынке, предназначенного для маркировки продукции, соответствующей требованиям регламента. Он представляет собой сочетание букв Т (с точкой над ней) и Р, вписанных в букву С, стилизованную под измерительную скобу, имеющую одинаковые высоту и ширину.

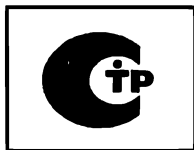


Рис. 15

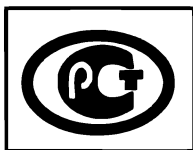


Рис. 16

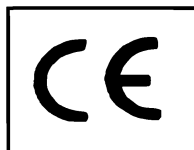


Рис. 17

Изображение знака обращения на рынке должно быть одноцветным и контрастировать с цветом поверхности, на которую оно нанесено. Всего существует четыре варианта такого знака (рис. 15).

Но важно отметить, что увидеть данный знак на этикетках мы сможем только в 2005 г., когда начнут действовать первые регламенты. А пока все мы будем искать на упаковках такой знакомый значок (рис. 16).

На упаковках иностранных товаров можно встретить следующий знак (рис. 17). Он символизирует соответствие европейских изделий нормам ЕЭС (стран Общего рынка), в том числе требованиям безопасности.

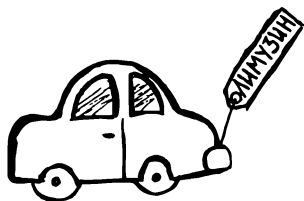
На этикетках многих товаров можно увидеть штрих-код (рис. 18). Во всем мире сотни тысяч магазинов сканируют штрих-коды, чтобы подготовить чек покупателю. Основная смысловая нагрузка, которую несет штрих-код, — это указание страны, где зарегистрирована фирма-производитель товара. Она определяется по первым трем цифрам на штрих-коде.



Рис. 18

Часто мы видим знакомую упаковку и уже не обращаем внимания на «мелочи», как то: страна-производитель, состав продукта. Это, конечно, зря, ведь на рынке множество подделок. Следует быть внимательнее, если не хотите, например, вместо любимого чая получить коричневую субстанцию со странным вкусом.

В России подделка товаров влечет за собой уголовное наказание. Но, к сожалению, многих это не останавливает. Широкое распространение получил следующий способ обмана покупателей:



выпускается товар качеством хуже разрекламированного, но в упаковке, до мелочей похожей на оригинал. Чтобы их не могли обвинить в банальной подделке, такие производители называют свои товары слегка иначе. Например, вместо «PANASONIC» пишут «PANASONIK» или «PANACONIC». Поэтому в ситуации, когда знакомый товар любимой фирмы стоит дешевле, чем обычно, стоит задуматься и внимательнее посмотреть на упаковку: возможно, это подделка!

Каждый день вы как потребитель являетесь объектом различных рекламных кампаний, поэтому надо уметь оценивать рекламу, отделять реальные факты от эмоций и на этой основе решать, стоит ли покупать данный продукт или нет.

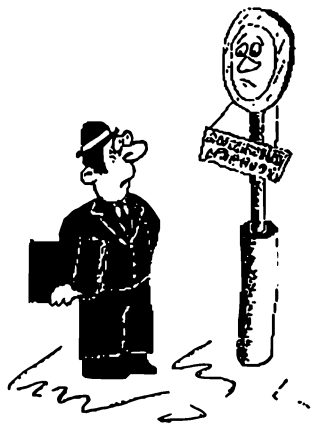
Вот несколько простых советов.

- Старайтесь не поддаваться первому импульсу. Рациональнее сопоставить хотя бы несколько рекламных объявлений на интересующую вас тему. Неплохо было бы поговорить с людьми, которые уже прибегали к услугам фирмы-рекламодателя.

- Знайте, что частота демонстрации рекламы ни в коей мере не свидетельствует о надежности фирмы-рекламодателя. Кроме того, помните, что рекламу предприниматель оплачивает хоть и со своих счетов, но фактически из вашего кармана, увеличивая цену на товар.

- Самая надежная реклама — деловая, содержащая не красивые слова, а конкретную информацию (адрес, телефон, название фирмы, условия продажи, цену).

Советуем вам также особенно осторожно относиться к агрессивной рекламе лекарственных препаратов. Прежде чем их покупать, обратитесь за советом к врачу.



■■■■■ Практическое задание.

- Приведите примеры, когда право потребителя на достоверную информацию о товаре или продавце ущемляется. Как следует поступить в такой ситуации?

Глава 4.



ТАКИЕ РАЗНЫЕ МАГАЗИНЫ...

*Торговля — школа обмана.
Л. Вовенарг*

Улицы больших и малых городов пестрят вывесками, приглашающими посетить магазины, супермаркеты, кафе, бутики, салоны, торговые центры и торговые дома. Рядовой потребитель не сразу сможет определить, чем же отличается гипермаркет от супермаркета, а салон от бутика. Попробуем разобраться вместе.

Салонами принято называть магазины, основной упор делающие на своем оформлении. Товара в них, как правило, немного, зато обслуживание должно быть на высшем уровне.

Бутики являются узкоспециализированными магазинами, например они могут продавать товары какой-то конкретной торговой марки. Особых изысков в их оформлении нет, зато ассортимент богаче, чем в салоне.

Традиционные магазины, специализирующиеся на продаже продовольственных либо промышленных товаров, постепенно уступают свои позиции супермаркетам и гипермаркетам. В чем же их особенность?

Такие магазины часто называют магазинами самообслуживания. Здесь сложно получить консультацию продавца, но зато покупатель имеет свободный доступ к товарам и может не



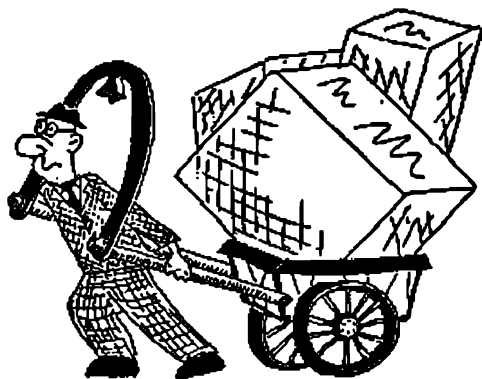
спеша выбрать необходимое. Супермаркеты, а тем более гипермаркеты имеют большую торговую площадь, где продовольственные товары соседствуют с промышленными. Кассы находятся ближе к выходу, и покупатели могут оплатить все покупки сразу. Это гораздо удобнее, чем стоять в очереди в каждом отделе.

Как правило, в супермаркетах посетителям предоставляются корзины или тележки, при этом сумки и пакеты должны быть оставлены в камере хранения. Это сделано как для удобства покупателей, так и в целях предотвращения краж товаров. Однако эти меры зачастую оказываются неэффективными, и владельцы магазина могут включать в цену товара определенный процент, компенсирующий потери от краж, т. е. переложить потери на потребителей.

Для России такая ситуация довольно редка. В большинстве супермаркетов цены несколько ниже, чем в обычных магазинах. Владельцы часто проводят политику «продавать дешевле, чтобы продавать больше». Что это значит на практике?

Покупатели, соблазнившись низкой ценой, могут не только совершить незапланированную покупку, но и порекомендовать магазин «низких цен» своим знакомым. В результате увеличивается товарооборот, а это прибыль для владельца. Таким образом, доволен «сэкономивший» потребитель, доволен и владелец магазина, получивший дополнительную прибыль. В такой ситуации главное, чтобы покупка не оказалась ненужной тратой денег. Поэтому следует тщательно подумать, прежде чем ее совершить.

Часто магазины объявляют о «тотальных распродажах» или даже «ликвидациях». Здесь все просто, цены на товары или группы товаров снижают на 20, 30, 50 и даже 80%. Как



правило, такие большие скидки носят сезонный характер. Например, дубленку или зимние сапоги летом можно купить гораздо дешевле, но это будет модель прошлого сезона. К тому же можно ожидать, что ассортимент окажется не очень обширным, так как самые ходовые модели и размеры купили еще зимой.

Нередка ситуация, когда предлагается «два товара по цене одного» или «на 25% дешевле». Это тоже скидка, хотя и немного замаскированная. Как правило, мы покупаем в 2 раза больше, чем собирались.

Иногда на улицах можно встретить человека в яркой куртке с логотипом какой-нибудь фирмы или клуба, раздающего буклеты прохожим. Чаще всего это просто рекламные материалы, но есть вероятность, что вам в руки попадет флаер. Он дает право на скидку в каком-нибудь магазине или бесплатный вход в развлекательный клуб. Похожи по функциям на флаеров купоны. Они печатаются в газетах и журналах и гарантируют владельцу (или скорее человеку, предъявившему его в магазине) скидку.

Близкая родственница скидок и флаеров — дисконтная карта. Это пластиковая карта с логотипом и реквизитами фирмы. Она дает право на скидку во всех магазинах сети. Как правило, чем на большую сумму совершено покупок, тем выше процент скидки. Дисконтная карта удобна в случае, если вы являетесь постоянным покупателем магазина.

Еще один способ завлечь покупателя — это лотерея. На глаза часто попадаются объявления: «Собери 5 вкладышей — и ты в Греции», «Главный приз — автомобиль» или «Приз под каждой второй крышкой». В ситуации, когда вы и так часто покупаете данный товар, например чай, собрать 5 вкладышей или наклеек довольно просто. Выполнив несложные условия конкурса (заполнив анкету и отослав ее вместе с вкладышами), мы с радостным нетерпением ждем заветную кружку или книгу рецептов. Однако следует упомянуть, что шанс выиграть главный приз относительно невысок. Ведь в нашей стране много желающих его получить, а вот приз, как правило, один.

В море скидок и розыгрышей много подводных камней и течений, поэтому потребителю следует поступать, руководствуясь пословицей: «Семь раз отмерь, один раз отрежь».

Товары попадают в наши дома не только из привычных магазинов. Их можно заказать по почте, купить у коммиво-

яжера или торгового представителя, приобрести в кредит или в комиссионном магазине (сэконд-хенд). Мы оплачиваем покупки «живыми» деньгами или с помощью кредитной карты, почтовым переводом или через банк.



В последние годы появляются новые формы и способы торговли. Одной из последних новинок являются Интернет-магазины. Ассортимент таких магазинов довольно разнообразен, но чаще всего там покупают книги и видеофильмы, компьютеры и оргтехнику, мобильные телефоны.

К плюсам такого способа торговли можно отнести экономию времени. Не нужно тратить время на хождение по разным торговым точкам, да и товар вам доставят на дом или в офис. Но будьте готовы к тому, что отстаивать свои права в случае возникновения претензий при покупках через Интернет окажется, скорее всего, очень сложно. Добиваться справедливости придется через суд.

Обратите внимание на самые «популярные» подвохи: вы знаете лишь электронный адрес продавца, поэтому разыскать его для предъявления претензий будет невероятно трудно. В случае если товар импортный, возможно, и производитель окажется недоступен для вас.

17 ноября 2004 года Государственная дума приняла проект внесения изменений в Закон РФ «О защите прав потребителей». Один из его пунктов предусматривает законодательное закрепление права покупателей на судебное обжалование качества товара, приобретенного в Интернет-магазинах, с целью обмена, возврата и т. д.

Правда, не совсем понятно, зачем оговаривать этот факт отдельно, ведь нет принципиальной разницы между обычными

и онлайн-магазинами, тем более с точки зрения применения законодательства по защите потребительских прав. К тому же Интернет-магазины, как правило, оговаривают условия гарантийного обслуживания, обмена или возврата купленных у них товаров.

Запомните, если вы решили сделать заказ в Интернет-магазине, то постарайтесь получить максимум информации о той фирме, организации, куда вы перечисляете деньги, и об условиях продажи товаров (вернут ли вам деньги при несоответствии товара, в какие сроки вы получите товар и т. п.). При этом не забудьте узнать, включена ли в цену товара стоимость почтовых услуг, и если нет, оцените — будет ли покупка выгодной.

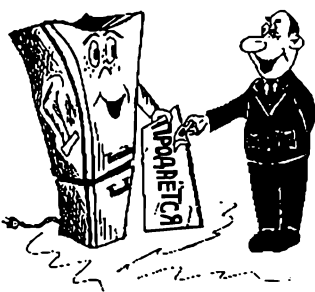
Не всегда удобен и механизм оплаты покупки. Например, покупателю отправляют по факсу или электронной почте счет. Чтобы оплатить его, покупатель идет в банк. Важно отметить тот факт, что банк может взять определенный процент за свои услуги. Таким образом, экономия времени оказывается эфемерной, да и заплатить приходится больше, чем покупатель рассчитывал.

Пластиковые карты как форма оплаты принимаются далеко не во всех Интернет-магазинах, при этом существует одна немаловажная оговорка. Карта должна быть с особым «интернетовским» кодом. Как его получить, можно узнать в банке.

Есть еще одна форма торговли, которая набирает обороты в наше время. Это продажа товаров на дому у покупателя. Она чаще всего осуществляется посредством торговых агентов. Примеров много и в наше время (косметические фирмы, осуществляющие торговлю через дистрибьюторов), и в истории (американские коммивояжеры, предлагающие большой ассортимент товаров, вплоть до пылесосов).

Для продавца такая форма торговли очень удобна. Он экономит на аренде помещения под офис, магазины и т. д., и заработная плата торгового агента часто представляет собой определенный процент от его выручки.

Покупателям также очень удобно, когда товары приносят им на дом или на работу. Им не приходится никуда



ехать, можно внимательно рассмотреть понравившийся товар, оценить, как он впишется в интерьер, и посоветоваться с родственниками.

Но не следует забывать, что торговый агент-профессионал обладает большой силой внушения. И после его ухода вы можете остаться с дорогой, но ненужной покупкой. К тому же если товар оказался некачественным или по каким-то своим характеристикам не удовлетворяет вашим запросам, то его замена может оказаться долговременным и трудоемким процессом.

Важно отметить, что требования в этом случае следует предъявлять фирме, а не ее торговому агенту. Для этого у коммивояжера следует попросить документы и уточнить юридический адрес и телефон фирмы-продавца.

Все вышеперечисленные формы и способы торговли легальны с точки зрения торговли. Если нарушены права потребителя, то можно обратиться в соответствующие инстанции для их защиты. Однако существуют способы торговли, когда покупатель заведомо обманут. К ним можно отнести торговлю по схеме «пирамида».

Чтобы получить товар по цене значительно ниже рыночной, покупатель обязан найти еще несколько человек, согласных приобрести товар на тех же условиях. Но вероятна ситуация, когда вы заплатили залог, но так и не смогли найти нужное количество компаньонов. В этом случае вы теряете сумму залога. Помните, что в этой игре выигрывает только тот, кто вступил в нее первым, а дальше число проигрывающих растет в геометрической прогрессии.

Также где-нибудь возле станции метро вам могут предложить бесплатно жетон для участия в лотерее. В лотерее вам выпадает приз, например видеокамера. Ведущий предлагает устроить аукцион между вами и вновь подошедшим гражданином, который тоже якобы выиграл. Вы охотно соглашаетесь, и не подозревая о том, что играете с человеком из команды ведущего. Зрители (человека 3—4), поддерживающие вас, тоже из той же команды. Они настоятельно рекомендуют вам продолжать играть, так как соперник выкладывает последние деньги (умышленно используя купюры по 5—10 р.). В конце концов ваш капитал растаял раньше, а ваш соперник с видеокамерой и деньгами мгновенно затерялся в толпе. А вечером вся команда в сборе отмечает очередную победу по одурачиванию доверчивого потребителя.

И таких примеров множество. Необходимо помнить, что продавец крайне редко может продавать товар себе в убыток. Если условия сделки кажутся чересчур заманчивыми, стоит тщательно все обдумать и взвесить. Возможно, это очередной обман.

■■■■■ *Практическое задание.*

- Можете ли вы выделить один универсальный способ торговли, оптимальный для каждого?
Если нет, то почему? Какой из способов торговли встречается вам чаще всего?

Глава 5.



НАШ ПОСТОЯННЫЙ СПУТНИК — ДЕНЬГИ

Деньги не пахнут, но улетучиваются.

С. Е. Лец

У человечества есть верный спутник, который сопровождает его уже довольно давно. Этот спутник — деньги. За время совместного пути деньги претерпели значительные изменения: от ракушек и выделанных шкурок до золотых и серебряных монет, а затем — современных купюр. Неизменной оставалась их роль всеобщего эквивалента, т. е. на деньги можно было обменять, а проще говоря, купить товары.

К сожалению, появление денег сопровождалось появлением и фальшивых. Случаи фальшивомонетничества известны еще в античные времена. Например, по свидетельству современников, этим грешил сам Диоген. Наказание за такое преступление всегда было очень строгим — вплоть до смертной казни. Но то, что считалось недопустимым для простых граждан, монархам сходило с рук. Например, император Наполеон Бонапарт даже приказал выстроить фабрику для подделки государственных казначейских билетов Венского банка.

С начала 1990-х годов подделка денег переживает необычайный подъем. Причина — в быстром совершенствовании компьютерной и копировально-множительной техники, которая к тому же стала более доступной по цене. Но как бы ни был велик соблазн, следует помнить, что существует статья 186 Уголовного кодекса РФ, которая предусматривает суро-



вое наказание за изготовление в целях сбыта или сбыт поддельных банковских билетов Центрального банка Российской Федерации.

Предусмотренное наказание не является единственной защитой от произвола фальшивомонетчиков. Как правило, денежные знаки имеют несколько степеней защиты от подделки. Они печатаются на специальной высококачественной прочной бумаге. Скажем для примера: чтобы банкнота США истерлась на сгибе, ее придется сложить пополам более 4 тысяч раз.

Часто в бумагу денежных билетов вводят пластиковые, металлизированные или металлические нити. Краски, которые используются при изготовлении денежных билетов, устойчивы к действию различных химических веществ и не изменяют свой цвет. Один из способов защиты денежных знаков — это наличие на купюре водяного знака.

И хотя современные поддельные купюры сложно отличить от настоящих, существует несколько нехитрых правил, которые надо знать, чтобы не попасться на удочку фальшивомонетчиков. Когда речь идет о нашей отечественной валюте, рекомендуют произвести следующие операции:

1. Рассмотреть купюру на просвет и убедиться в наличии водяного знака, а также защитной полосы. Если их не видно, то вероятность того, что купюра фальшивая, близка к 100%.

2. Убедиться в наличии защитных волосков в бумаге купюры, проверить, не дорисованы ли они.

3. Осветить купюру ультрафиолетовым светом. Если защитные волоски, а также элементы узора лицевой и оборотной сторон светятся — очень вероятно, что купюра подлинная. Но если купюра светится ярко-голубым светом — она, скорее всего, поддельная.

4. Постараться увидеть кипп-эффект (буквы РР в нижней части лицевой стороны купюры). Однако следует сразу предупредить, что и на подлинных купюрах он не очень заметен.

5. Рассмотреть купюру с лицевой и оборотной сторон и убедиться, что на ней нет расплывов краски, изображения четкие, линии сплошные (не состоят из точек) и нет глянцевого блеска.

6. На оборотной стороне купюр на купонных полях можно рассмотреть защитную сетку. Линии должны быть четкими, тонкими, не иметь разрывов. Они не должны состоять из точек.

7. С помощью небольшого увеличительного стекла можно постараться рассмотреть микропечать. Она должна читаться.

Однако не всякая купюра, даже настоящая, принимается к оплате. Так происходит, например, если на ней отсутствуют серийный номер или она залита краской более чем на треть. В такой ситуации говорят, что купюра неплатежеспособна. Но известны случаи, когда продавцы отказываются принимать и банкноты, утратившие края, обгоревшие, надорванные, постиранные. Такие купюры должны приниматься к оплате, главное, чтобы на них четко был виден серийный номер. Также должны приниматься к оплате и купюры, имеющие штампы, надписи, небольшие отверстия, масляные пятна.

Наличные деньги не являются единственной формой оплаты за товары и услуги. В последние годы в нашей стране все большее распространение получают безналичные расчеты. Их осуществляют как через расчетный счет (эта форма скорее подходит для фирм), так и с помощью банковских пластиковых карт.

Пластиковые карточки условно можно разделить на банковские (иногда их называют платежными), идентификационные, клубные и дисконтные. Идентификационные служат для осуществления доступа сотрудников в помещение. Клубные и дисконтные карточки выпускаются отдельными организациями, клубами и распространяются среди членов этих организаций. О дисконтных картах мы говорили подробнее в предыдущей главе.

Пластиковая банковская карта представляет собой документ в виде карточки из негибкого пластика, не подлежащей передаче и помогающей ее держателю оплачивать товары и услуги и получать со счета денежные суммы (в том числе через сеть банкоматов).

На банковской пластиковой карточке обычно расположена следующая информация:

- на лицевой стороне карточки наносится имя владельца, номер карточки (как правило, 16 цифр), срок действия карточки, логотип банка-эмитента карточки, логотип платежной системы. На некоторых карточках в качестве одного из средств защиты от подделки наносится голограмма;

- на оборотной стороне карточки находится место для подписи владельца карточки, магнитная полоса, иногда фотография владельца и логотипы сетей банкоматов, в которых можно обналичить карточку.

Выделяют магнитные банковские карты (информация на магнитной полосе) и смарт-карты (с чипом или микросхемой). На магнитной карточке записаны данные владельца и информация о том, в какой банк обращаться для списания необходимой суммы за товар или услугу. Как видите, карта не содержит информации о сумме, которая на ней находится. В смарт-карточке эта информация зашифрована.

Магнитные карты появились раньше, постепенно они сдают свои позиции и все большее распространение получают смарт-карты.

Обналичить банковскую карту можно через сеть банкоматов. В РФ функционируют карточки: STB, Cirrus, Maestro, Visa Electron и международные карты Сбербанка России для частных лиц: Visa Classic, Eurocard/ MasterCard Mass.

Основные операции, выполняемые банкоматом:

- выдача наличных;
- пополнение карты (внесение средств на счет);
- просмотр информации карт (средства на карте, лимиты и последние совершенные операции);
- продление срока действия карты (карточка продляется автоматически, если вы регулярно, не реже одного раза в месяц, проводите в банкомате операцию «Пополнение»);
- оплата услуг.

Банкоматы появились в нашей стране сравнительно недавно, и поэтому большинство граждан не очень отчетливо представляют, как ими пользоваться. Пластиковую карту вставляют чипом вперед и лицевой стороной вверх. Когда карта вставлена верно, банкомат «попросит» ввести PIN-код. При вводе на экране код отображается звездочками. Если PIN-код введен три раза подряд неверно, карточка будет задержана банкоматом и ее владельцу придется обратиться в банк, обслуживающий данный банкомат.

Если в течение 45 секунд после того, как карта вставлена в банкомат, не нажата ни одна из клавиш, банкомат вернет карту. Если же в течение следующих 45 секунд карточка не будет вынута из прорези, банкомат ее задержит.

Если выбрана операция «Получение наличных», то после введения требуемой суммы необходимо нажать «Возврат карты». Банкомат сначала вернет карточку, а после того, как ее заберут, выдаст деньги, которые появятся в лотке под экраном. Потом банкомат выдаст квитанцию. Если по какой-либо

причине деньги не заберут из банкомата в течение 30 секунд, они автоматически возвращаются внутрь банкомата. В такой ситуации владелец карточки будет вынужден обратиться в банк.

Есть несколько простых правил, которые помогают предотвратить возможность незаконного использования пластиковой карты:

- нельзя передавать ее другому лицу и разрешать проводить операции с ее использованием;
- сразу же при получении карты следует расписаться (шапrikовой ручкой) на ее оборотной стороне;
- нельзя хранить карту вместе с документами, удостоверяющими личность;
- при оплате товаров и услуг, при получении наличных в банке карта всегда должна быть в поле зрения ее владельца;
- забирая карту, надо убедиться в том, что это именно ваша карта;
- нельзя никому сообщать свой PIN-код, хранить его записывать надо отдельно от карты.

У каждой страны свои деньги, иначе говоря, валюта. Все знают, что национальная валюта нашей страны — рубль, США — доллар. А вот национальную валюту, например, Албании знают немногие — она называется лек. В Монголии денежная единица — тугрик, он равен ста монго.

В нашей стране в общественном транспорте не заплатишь за проезд долларами, да и в США не примут в качестве оплаты рубли. Валюты разных стран находятся между собой в различных соотношениях. Эти пропорции называют валютным курсом. Вы наверняка не раз слышали по телевизору фразы: «Курс доллара на сегодняшний день составляет..., это на ... больше (меньше), чем вчера». Где же можно поменять одну валюту на другую?

Часто можно встретить человека, готового обменять валюту по очень выгодному курсу. Но не стоит рисковать: велика вероятность того, что он окажется мошенником, да и российское законодательство запрещает продажу и покупку валюты «с рук». Для этого существуют специализированный обменные пункты. Такие пункты есть в каждом городе, большом поселке. В любом из них на видном месте находится перечень валют, с которыми данный обменный пункт осуществляет операции, а также курсы их купли-продажи.

Помимо того что такие операции абсолютно законны и сопровождаются выдачей справки о покупке (продаже) валюты, там еще будет предоставлена возможность спокойно пересчитать купюры. К тому же соблюдается относительная конфиденциальность сделки: кабины, как правило, изолированы и защищают от внимательных взглядов мошенников. Особенно это актуально при совершении сделок на крупные суммы. В большинстве обменных пунктов применяются специальные аппараты, позволяющие проверить подлинность банкнот.

■■■■■ *Практическое задание.*

■ Знаете ли вы, почему валюта нашей страны называется рублем? Попробуйте придумать альтернативное название денежной единицы, которое отражало бы специфику России.

ЕСЛИ ТОВАР ОКАЗАЛСЯ НЕКАЧЕСТВЕННЫМ

Каждый из нас может оказаться в ситуации, когда новый джемпер после первой стирки расползается по швам, купленная шоколадка с истекшим сроком годности горчит. О таких товарах можно сказать, что они некачественные. Но что же такое качество товара? Под этим термином понимают совокупность закрепленных в договоре, стандарте обычно предъявляемых требований к товару. Если хотя бы одно из этих требований не соблюдено, то товар можно признать товаром ненадлежащего качества.

Некачественным может быть признан и товар, не отвечающий целям, для которых он был приобретен (если продавец был предупрежден о них). Например, вы покупаете полочку для ванной, о чем и сообщили продавцу. По его рекомендации вы делаете выбор и оплачиваете покупку. Но через непродолжительное время полочка начала деформироваться от повышенной влажности. Кто виноват в данной ситуации? Конечно, продавец, ведь вы же поставили его в известность о целях покупки.

Некачественный товар может обладать целым рядом недостатков, явных и скрытых. **Явные** — это такие недостатки, которые могут быть обнаружены при визуальном осмотре или проверке (подключении к сети). Скрытые недостатки выявляются при эксплуатации товара.



Отдельно выделяют существенные недостатки:

- неустранимые;
- те, которые не могут быть устранены без несоразмерных затрат времени;
- те, которые выявляются неоднократно или проявляются вновь после их устранения;
- другие подобные недостатки.

Конечно, если при покупке будет обнаружен явный недостаток, то такой товар не следует покупать. Вероятность приобретения товара со скрытыми недостатками весьма велика, поэтому в статье 19 Закона РФ «О защите прав потребителей» установлены сроки для обнаружения недостатков в товаре и предъявления требований потребителей.

Примеров появления на рынке некачественных товаров множество. Например, Диме С. родители купили в магазине туфли. Но уже на третий день носки он отказался их надевать, так как ходить в них было неудобно. Родители попытались обменять туфли, но продавец ответил отказом, ведь на первый взгляд брака в товаре не было. Дима предложил отдать туфли на экспертизу в специальную лабораторию. Конечно, это не бесплатная услуга, но если наличие брака будет установлено, все расходы должен возместить продавец. Экспертиза показала, что соединение деталей строчкой сделано грубо, такая строчка и мешала при ходьбе. На основании экспертного заключения продавец вернул деньги за товар и оплатил экспертизу.

А как быть, если недостатки не удалось выявить сразу? На отдельные группы товаров устанавливаются специальные сроки для обнаружения недостатков — это гарантийный срок, срок годности и срок службы; на другие товары сроки могут быть не установлены.

Гарантийный срок (ст. 5 закона) определяет период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе, услуге) недостатка изготовитель (исполнитель, продавец) обязан удовлетворить требования потребителя, установленные ст. 18 Закона РФ «О защите прав потребителей». Речь идет о технически сложных товарах (радиотелевизионная аппаратура, автотомотосредства, бытовая техника) и товарах длительного пользования (обувь, меховые изделия). Изготовитель не будет нести ответственность, если докажет, что недостатки возникли в результате нарушения потребителем правил пользования, хранения или действий непреодолимой силы. Важно отметить,

что свои требования потребитель может предъявить как продавцу товара, так и изготовителю. В любом случае его права защищены Законом РФ «О защите прав потребителей».

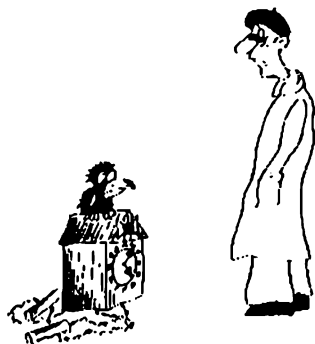
Например, сломался холодильник, а гарантийный срок, установленный продавцом или производителем, еще не истек. В соответствии со ст. 17 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель вправе потребовать:

- безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление;
- соразмерного уменьшения покупной цены;
- замены на товар аналогичной марки (модели, артикула);
- замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим пересчетом покупной цены;
- расторжения договора купли-продажи.

При этом потребовать можно только что-то одно, но вот что именно — остается на усмотрение потребителя, и продавец не вправе навязывать свое мнение.

Срок годности (ст. 5 закона) — период, по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению. Он устанавливается на продукты питания, парфюмерно-косметические средства, медикаменты и другие товары, потребительские свойства которых могут ухудшаться с течением времени до такой степени, что станут угрозой для жизни и здоровья людей. Закон запрещает реализацию товаров с истекшим сроком годности. Если именно такой товар был приобретен потребителем, то он должен быть заменен продавцом на аналогичный, на который не истек срок годности, или покупателю должна быть возвращена стоимость товара. Если же товар с истекшим сроком годности был употреблен потребителем и вследствие этого был причинен вред его здоровью или имуществу, то продавец должен нести ответственность в соответствии с законом.

Так, йогурт с истекшим сроком годности может принести много проблем и потребителю, и продавцу. Первый, вероятно, получит расстройство желудка (отравление), а второй не толь-



ко вернет деньги за некачественный продукт, но и оплатит лечение и моральный вред.

На технически сложные товары и товары, предназначенные для длительного пользования, устанавливается срок службы товара. Он определяет период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечить потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки, возникшие по его вине. Если срок службы не установлен, то потребитель вправе предъявлять требования по поводу недостатков товара, обнаруженных в течение 10 лет со дня изготовления товара. Однако выявленные недостатки должны быть существенными. При выявлении существенного недостатка в течение срока службы потребитель вправе потребовать безвозмездно устранить недостаток.

Но какие конкретно товары относят к технически сложным и дорогостоящим? Это стиральная машина, холодильник, а также другие крупногабаритные и дорогие товары. В Законе РФ «О защите прав потребителей» есть важная оговорка. Если у купленного вами компьютера через несколько лет проявится какой-либо недостаток, вам его никто на новый не обменяет (ст. 18 закона), хотя недостаток, если он возник по вине производителя, бесплатно устранят. Данная поправка к закону была принята в связи с массовым «потребительским экстремизмом». Некоторые догадливые граждане предъявляли продавцам претензии по поводу малейших недостатков в дорогих товарах и выдвигали требования о замене на новые. В результате они могли на протяжении длительного времени пользоваться новыми холодильниками, микроволновками, а продавцы несли дополнительные расходы.

Часто возникают ситуации, когда уже после совершения покупки потребитель понимает, что товар не удовлетворяет его потребность в полной мере. Например, приобретенная мебель не подходит под интерьер комнаты или купленный диван не помещается на отведенном ему пространстве. В этом случае согласно ст. 25 Закона РФ «О защите прав потребителей» покупатель имеет право на обмен товара надлежащего качества. Однако следует помнить, что:

- обмену подлежат только непродовольственные товары надлежащего качества;
- потребитель может обменять товар только на аналогичный приобретенному, но другой расцветки, фасона, формы, габаритов;

• обмену подлежат только те товары, которые не были в употреблении, не потеряли свой товарный вид и потребительские свойства, а также при условии, что сохранены пломбы, фабричные ярлыки, товарный или кассовый чек, выданный потребителю вместе с проданным товаром;

• потребитель имеет право обменять товар лишь в течение 14 дней, не считая дня его покупки;

• просьба об обмене товара может быть направлена только продавцу, у которого был приобретен товар.

Если потребитель просит обменять товар, а аналогичного в продаже нет, потребитель имеет право расторгнуть договор и потребовать возврата уплаченной суммы или обменять товар на аналогичный при поступлении его в продажу. В этом случае покупатель оставляет продавцу свой адрес и тот обязан сообщить потребителю о поступлении товара. Если в результате ожидания потребитель потерял интерес к приобретению товара, он вправе расторгнуть договор и потребовать возврата уплаченной суммы.



Но не все товары надлежащего качества подлежат обмену. Перечень таких товаров утвержден Правительством Российской Федерации.

Итак, покупая товар, не забывайте о том, что, прежде всего, он должен быть качественным. Если вы случайно приобрели товар с недостатком, то помните, в какие сроки вы можете предъявить требования по поводу их устранения, и, конечно, обязательно обращайтесь внимание на гарантийные сроки, установленные для товаров. При покупке товаров сохраняйте кассовый или товарный чек, а также гарантийные талоны. Наличие этих документов поможет вам отстоять свои права, если приобретенный товар окажется некачественным. Но если кассовый чек затерялся, то в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей» его могут заменить свидетельские показания тех, кто был с вами в момент покупки.

Возможны ситуации, когда качественный товар в результате эксплуатации теряет свои потребительские качества. Например, после стирки растягивается свитер или после часа работы перегорает фен. Конечно, возможен производственный брак, но, как правило, в такой ситуации дело в невниматель-

ности или лени потребителя. Ведь на ярлыке свитера наверняка указаны правила стирки и сушки, а в сопроводительной документации к фену есть инструкция, где написано, что более 30 минут подряд феном пользоваться нельзя.

Чтобы не попасть в такую ситуацию, тщательно изучайте все символы на этикетках и ярлыках, внимательно читайте инструкцию и не стесняйтесь задавать вопросы продавцу.

■ ■ ■ ■ ■ *Практическое задание.*

- Составьте список недовольственных товаров надлежащего качества, которые, на ваш взгляд, не подлежат возврату или обмену на аналогичный товар.

Глава 7.



УСЛУГИ, КОТОРЫЕ МЫ ПОЛУЧАЕМ

*Телефон — самая большая помеха среди удобств
и самое большое удобство среди помех.*

Р. Линд

На Земле мало людей, ни разу не обращавшихся за услугами в какую-нибудь фирму. Кто-то сдавал вещь в химчистку, кто-то регулярно пользуется услугами парикмахерских и маникюрных кабинетов, кто-то покупал путевку у туроператора. Многие оплачивают коммунальные услуги и счета за телефон через банк и т. д.

Экономисты отметили, что за последние десятилетия мировой рынок услуг по темпам своего развития опережает рынок товаров. На практике это означает, что увеличивается количество фирм, оказывающих услуги населению, растут суммы, которые тратят люди на оплату услуг.

Наша страна не исключение в этой сфере. Открываются платные стоматологические кабинеты, парикмахерские, частные школы, туристические агентства, салоны сотовой связи. Быстрыми темпами развивается и рынок банковских услуг.

У потребителя в такой ситуации есть выбор, в какую из фирм обратиться. И хотя права потребителей при оказании услуг и гарантированы Законом РФ «О защите прав потреби-



телей», здесь важно не ошибиться с выбором: есть вероятность столкнуться с недобросовестным исполнителем. А некачественная стрижка или плохо сделанный ремонт в квартире доставят больше неприятных минут, чем неисправный тостер или некусный сыр.

Как и при выборе товаров, здесь важно получить как можно больше информации: юридический адрес фирмы, гарантии, цена услуги, сроки начала и окончания работ, средние цены на аналогичные услуги у других фирм. Когда выбор сделан, следующий шаг — подписание договора.

Существует много видов договоров, определяемых их предметом, содержанием и тем, кто в них участвует. Например, когда человек что-то покупает, заключается договор купли-продажи. Договор, который заключается при покупке билета для езды в транспорте, называется договором перевозки. Договор, содержащий заказ одного лица на выполнение работ или изготовление продукции другими лицами, называют договором-заказом.

Важно отметить, что договор заключается не с одним человеком, который принял у вас заказ, оказал услугу, а с целой фирмой, службой, магазином, так как предприятие в целом несет ответственность в случае нарушения ваших прав.

Договор подписывает представитель (приемщик) и клиент. Ваша подпись на квитанции означает, что вы согласны с условиями договора и с описанием вещи или работы. Например, С.В. сдавала в химчистку свою куртку. При этом она заключила с фирмой договор на оказание услуг, и ей выдали квитанцию о приеме вещи. В квитанции было записано: куртка черная из кожи тельяка, износ 30%. В некоторых случаях указывают не процент износа, а фактическую стоимость вещи. Зачем это делается? Если исполнитель испортит вещь, то он будет вынужден возместить ее стоимость в двукратном размере.

С.В. куртку из химчистки вернули, но вот пуговиц на ней не оказалось. Возмущенная женщина высказала свои претензии приемщице, на что получила ответ: «Но ведь в квитанции не указано, что пуговицы были». Поэтому



описание любой вещи, передаваемой исполнителю, должно быть максимально подробным.

Следует отметить, что при утрате или порче материалов или вещей, переданных потребителем для выполнения работы, исполнитель обязан либо в трехдневный срок заменить этот материал (вещь) материалом (вещью) аналогичного качества, либо возместить потребителю двукратную стоимость материала (вещи), а также расходы, понесенные потребителем. Оплата производится по сумме, указанной в договоре.

Итак, договор заключен, осталось лишь дожидаться окончания работ. Сроки начала и окончания работ должны быть указаны в договоре. Имейте в виду, что любая услуга может быть оказана в срочном порядке, но за повышенную плату.

Заветный срок подошел, а работа еще не выполнена. Что же делать? За услугу, не выполненную в срок, продавец несет денежное наказание — выплачивает неустойку.

Неустойка выплачивается потребителю:

- за просрочку срока устранения недостатков (для изготовителя он составляет 10 дней, для продавца — 20 дней, предельный срок, в течение которого товар должен быть заменен, — 20 дней). Неустойка платится в размере 1% от стоимости товара за каждый день просрочки;

- за задержку предоставления потребителю на время ремонта аналогичного товара (аналогичный товар в пользование потребителю предоставляется бесплатно и немедленно по его требованию) — в размере 1% от стоимости товара за каждый день задержки;

- за нарушение установленных сроков начала и окончания работ (оказания услуг) — в размере 3% стоимости работы (услуги) за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки до начала исполнения работ или, например, до расторжения договора.

Расчет неустойки производится из стоимости товара на момент предъявления требования изготовителю (исполнителю) или продавцу, а в случае, если потребитель обратился в суд за защитой своих прав, то на момент подачи в суд искового заявления.

Уплата неустойки и возмещение убытков не освобождают продавца от исполнения возложенных на него законом обязательств перед потребителем, т. е. продавец обязан давать полную информацию о товаре, уважительно относиться к потребителю, не грубить и не показывать свое недовольство.

А еще возможна ситуация, когда качество выполненной работы или оказанной услуги далеко от идеала. В такой ситуации важно помнить, что согласно Закону РФ «О защите прав потребителей» в случае обнаружения недостатков в работе (услуге) претензии можно предъявить в процессе выполнения этой работы, а также при ее принятии от исполнителя. Скрытые недостатки потребитель (заказчик) вправе требовать исправить в течение 6 месяцев. Для строителей этот срок составляет 2 года (при отсутствии гарантии).

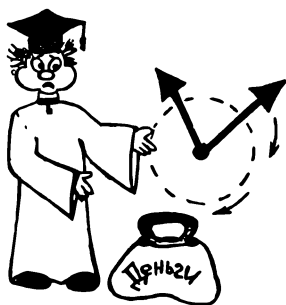
Согласно ст. 29 закона, при обнаружении недостатков в выполненной работе (услуге) потребитель вправе по своему выбору требовать от исполнителя:

- безвозмездного устранения недостатков;
- соответствующего уменьшения вознаграждения за выполненную работу (услугу);
- безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества (или повторного выполнения работы, кроме услуг транспорта, туристических, зрелищных). При этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь;
- возмещения понесенных им расходов по исправлению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или другими лицами.

Потребитель вправе потребовать выплаты неустойки за нарушение сроков устранения недостатков в выполненной работе. Размер неустойки устанавливается правилами о выполнении работ или может быть предусмотрен в договоре. Если размер неустойки не установлен правилами или договором, то потребитель не вправе требовать выплаты неустойки.

Если дело дошло до суда, то потребитель наряду с возмещением понесенных убытков вправе потребовать возмещения морального вреда. Право на получение компенсации морального вреда гарантировано ст. 15 Закона РФ «О защите прав потребителей».

Например, гражданин Т. должен был ехать к родственникам в Нижний Новгород. Билет был им куплен заранее, однако ему понадобилось быть в этом городе раньше, и он купил



новый билет, а старый решил сдать. Но кассир отказалась принять билет, грубо разговаривала, что отразилось на самочувствии гражданина Т. После этого он обратился в суд с иском о взыскании стоимости билета и возмещении морального ущерба.

Ответчик иск признал частично, пояснив, что организация согласна возместить стоимость билета, а иск о моральном вреде она не признает, так как ее вины нет. Выслушав объяснения сторон, ознакомившись с документальным подтверждением случившегося (истцом были представлены билеты и справка от врача об ухудшении состояния здоровья), суд пришел к выводу, что иск подлежит удовлетворению, причем сумма морального вреда превышала стоимость билета в 10 раз. Размер морального вреда не зависит от стоимости товара, услуги, а также от размера возмещения имущественного вреда и понесенных потребителем убытков.

Во всех крупных городах нашей страны функционирует несколько систем сотовой связи. Операторы каждой из них пытаются с помощью рекламы убедить потребителя, что их связь — самая надежная и качественная. Разработано множество тарифных планов, часто проводятся рекламные кампании. Выбор оператора сотовой связи — индивидуальное дело потребителя. Здесь решающее значение могут сыграть несколько фактов: какую сеть выбрали друзья и знакомые (звонки внутри сети, как правило, дешевле), зона покрытия и др.

Воспользуйтесь несколькими простыми советами, которые, возможно, помогут вам избежать многих проблем.

Важно помнить, что в соответствии с законодательством любая организация, предоставляющая населению услуги сотовой связи, должна иметь лицензию, выданную органом исполнительной власти, и сертификат. Заключая договор с оператором связи, будьте очень внимательны, постарайтесь тщательно прочесть текст договора и не стесняйтесь уточнить то, что вам неясно. При выборе тарифного плана прочтите все, что указано в проспекте, даже то, что написано мелким шрифтом.

Главное — помните, что, приобретая телефон или подключаясь к какой-либо из многочисленных сотовых сетей, вы



становитесь потребителями, а значит, ваши отношения с операторами связи регулируются Законом РФ «О защите прав потребителей».

В последнее время увеличилось число не только салонов связи, но и видеопрокатов и Интернет-кафе. Ассортимент видеопрокатов существенно расширился, теперь там предлагают, помимо привычных видеокассет, фильмы на CD и DVD дисках. Вот только правила пользования услугами видеопрокатов существенно не изменились. Большинство из них предлагает своим клиентам членские карты (их невозможно получить без местной прописки). Альтернативой является внесение залоговой стоимости кассеты или диска.

Помните, если взятая напрокат кассета или диск оказались некачественными, вы можете потребовать возврата денег. «Но ведь мы не покупали эту кассету», — могут возразить некоторые из вас. Это верно, вы платите не за кассету, а за возможность ее просмотреть, т. е. оплачиваете услугу. И раз эта услуга оказалась некачественной, значит, можно требовать возврата денег. Главное — доказать, что не вы испортили кассету.

Многие подростки с гордостью считают себя завсегдатаями Интернет-кафе. Вот только мало кому из вас известен один интересный факт. В Лос-Анджелесе скоро вступит в силу законодательный акт, в соответствии с которым детям, не достигшим 18 лет, запрещается посещать подобные заведения с 8:30 утра до 13:30. Также им запрещается находиться в Интернет-кафе после 22 часов. При нарушении этого «комендантского часа» подростки будут доставляться родителям с соответствующим внушением.

Все мы с нетерпением ждем отпуска или каникул, надеясь поправить здоровье и просто хорошо отдохнуть. Планируя свой отдых, ваши родители часто обращаются в туристические фирмы в надежде, что они возьмут все проблемы по организации отдыха на себя. Но нередко ситуации, когда рекламные обещания оказываются далеки от реальности, а трехзвездочный отель превращается в хижину у моря.

В наше время существует огромное количество туристических агентств, которые организывают путешествия. Оказание туристических услуг осуществляется на основании письменного договора. Существенными условиями такого договора являются:

- информация о туроператоре или турагенте, включая данные о лицензии на оказание таких услуг, юридический адрес и банковские реквизиты;

- сведения о туристе в объеме, необходимом для реализации туристского продукта;

- достоверная информация о потребительских свойствах туристского продукта, включая информацию о программе пребывания и маршруте путешествия, условиях безопасности туристов, результатах сертификации туристского продукта;

- дата и время начала и окончания путешествия, его продолжительность;

- порядок встречи, проводов и сопровождения туристов;

- права, обязанности и ответственность сторон;

- розничная цена туристского продукта и порядок его оплаты;

- минимальное количество туристов в группе, сроки информирования туриста о том, что путешествие не состоится по причине недобора группы;

- условия изменения и расторжения договора, порядок урегулирования возникших в связи с этим споров и возмещения убытков сторон;

- порядок и сроки предъявления туристом претензий к качеству туристических услуг.

У туристов есть определенные обязанности, например соблюдать законодательство страны временного пребывания, уважать ее социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования; сохранять и не засорять окружающую среду; соблюдать правила въезда в страну и др.

Но помимо обязанностей, туристы имеют право на необходимую и достоверную информацию; свободу передвижения; обеспечение личной безопасности; беспрепятственный доступ к средствам связи и др.

Планируя путешествие, турист выбирает вид транспорта: поезд, автобус, самолет. Покупая билет, он заключает с транспортным предприятием договор перевозки, согласно которому перевозчик обязуется перевезти пассажира в пункт назначения вместе с багажом (если он имеется), а пассажир, со своей стороны, обязуется уплатить установленную плату за проезд, а при сдаче багажа — и за провоз багажа.

Пассажир всегда рассчитывает на своевременную доставку в пункт назначения. В случае просрочки он имеет право на

получение неустойки. Кроме этого, пассажиру должна быть предоставлена полная и достоверная информация о перевозчике и оказываемых им услугах. Споры между перевозчиком и пассажиром, не урегулированные в добровольном порядке, могут быть рассмотрены в суде.

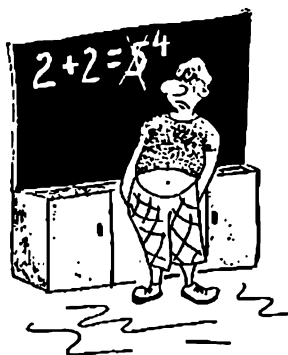
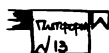
Все вышесказанное относится и к городскому общественному транспорту. Например, такая ситуация: при посадке в троллейбус человек получил удар электрическим током. Налицо нарушение права потребителей на безопасность проезда в общественном транспорте для жизни, здоровья и имущества.

Согласно ст. 12 Закона РФ «О защите прав потребителей», вред, причиненный жизни, здоровью и имуществу вследствие недостатков услуги, подлежит возмещению в полном объеме.

В такой ситуации можно посоветовать пострадавшему немедленно поставить в известность о происшедшем водителя, кондуктора, уточнить их фамилии, номер троллейбуса, его принадлежность к определенному депо, узнать у очевидцев, кто согласился бы в случае необходимости дать свидетельские показания в суде, а также, если травма достаточна серьезна, настоять на вызове скорой помощи. После этого пострадавший может потребовать от владельца транспортного средства возмещения материального и морального ущерба в добровольном или судебном порядке.

И в заключение рассмотрим еще один вид услуг, становящийся все более популярным в наше время. Это образовательные услуги.

Перед выпускниками школ и их родителями встает нелегкий выбор: в какое учебное заведение подать документы и какую форму обучения предпочесть. В нашей стране много высших и средне-специальных образовательных учреждений, осуществляющих подготовку студентов по множеству специальностей. При выборе учебного заведения играют роль следующие факторы: направленность и престиж учебного заведения, его



географическое расположение. Для некоторых абитуриентов важнее этих факторов проходной балл на бесплатные места. Прежде чем остановить свой выбор на каком-то образовательном учреждении, постарайтесь узнать максимум информации о нем, о своей будущей специальности, о том, каковы шансы найти работу по этой специальности после окончания учебы, и, конечно, соотнесите все это со своими возможностями.

Еще один немаловажный фактор — какой диплом получает выпускник данного учебного заведения. Любым учреждением на территории России официально признаются дипломы государственного образца. Выдавать такие дипломы имеют право образовательные учреждения, прошедшие государственную аккредитацию. Есть еще одна категория документов об образовании — дипломы, признаваемые за рубежом. Международным сообществом признаются дипломы МГУ им. Ломоносова, МВТУ им. Баумана, МГИМО и некоторых других вузов. Имеющим дипломы этих вузов, чтобы устроиться на работу по специальности за границей, достаточно сдать экзамен по языку.

Выбирая учебное заведение, помните, что любое образовательное учреждение должно иметь лицензию на право заниматься образовательной деятельностью. Если такой лицензии нет, то это учебное заведение в любой момент может быть закрыто.

Не забудьте выяснить порядок организации учебного процесса: режим работы, дополнительные специальности, сроки сдачи экзаменов, зачетов (надо ли платить за пересдачу экзаменов, в каких случаях отчисляют студентов и т. п.). Всем ли студентам предоставляется общежитие? Как производится оплата за обучение — полностью или по частям, и в какие сроки? Чем больше вопросов вы зададите и чем обстоятельнее будут ответы, которые вы на них получите, тем больше у вас шансов на правильный выбор учебного заведения.

В последние годы в нашей стране все больше студентов обучаются на платной основе. Заключая договор о платном образовании, гражданин действует как потребитель этих услуг, поэтому взаимоотношения между студентом и учебным заведением регулируются законодательством о защите прав потребителей.

Будьте особенно внимательны при заключении договора. Сначала внимательно изучите все его пункты. Если какие-то условия договора вам непонятны, посоветуйтесь с юристом.

Но имейте в виду, что образование — столь специфическая сфера, что определить качество оказываемых услуг зачастую просто невозможно. Если же у вас есть доказательства нарушения договора, вы можете потребовать предоставления вам услуг, закрепленных в договоре, либо возврата уплаченных за обучение денег.

Еще сложнее ситуация с репетиторами. Как правило, договор с ними не заключается и все нюансы учебного процесса могут быть не оговорены. В такой ситуации остается лишь порекомендовать документально оформить отношения между обучаемым и репетитором.

■■■■■ *Практическое задание.*



- Перечислите те виды услуг, с которыми вы встречаетесь в повседневной жизни. Как, по-вашему, происходит процесс назначения цены той или иной услуги? Какие факторы могут повлиять на процесс ценообразования?

Глава 8.

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ

*Незнание закона не освобождает от
ответственности. А вот знание
нередко освобождает.*

Е. Лец

Потребительское движение зародилось в США в начале XX века. Особая роль в защите прав потребителей принадлежит различным объединениям и обществам потребителей, которые начали создаваться еще в XIX веке. Это и Лига покупателей (Нью-Йорк), и Нидерландский союз потребителей.

На международном уровне защита прав потребителей привела к созданию в 1960 г. Международной организации потребительских союзов. МОПС был создан пятью потребительскими союзами: США, Англии, Бельгии, Нидерландов, Австрии, и ее членами могли быть частные независимые и государственные организации.

В Российской Федерации правовая основа для формирования и реализации целенаправленной политики в сфере защиты прав потребителей была создана с введением в действие 7 февраля 1992 г. Закона РФ «О защите прав потребителей». Закон закрепил важнейшие международно признанные права потребителей: право на государственную и общественную защиту прав потребителей, право на объединение в организации потребителей и др.



В нашей стране общественные организации потребителей возникли раньше, чем специальные государственные органы. Первые общества потребителей были созданы еще в 1988 г. — сначала в Ленинграде (ныне Санкт-Петербург), а затем в Москве, Свердловске (ныне Екатеринбург), Ростове-на-Дону и других городах. В 1989 г. общества потребителей, действующие на территории СССР, объединились в Федерацию обществ потребителей СССР (ФООП СССР).

После распада Советского Союза общества потребителей объединились в Союз потребителей Российской Федерации (СПРФ) и Международную конфедерацию обществ потребителей (КонфОП). В Российской Федерации сложилась национальная система защиты прав потребителей, включающая Федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека и ее территориальные управления, федеральные и территориальные органы исполнительной власти, органы местного самоуправления, общественные объединения потребителей.

В последнее время законодательство в сфере защиты прав потребителей подверглось значительным изменениям. Реформа еще не закончена, и следует ожидать новых постановлений и поправок к уже существующим законодательным актам.

Итак, если вам продан товар с истекшим сроком годности, если вам не была предоставлена полная и достоверная информация о товаре (работе, услуге), об исполнителе (продавце, изготовителе) и режиме его работы, если с вас незаконно потребовали плату за выдачу справок, бланков в различных организациях и т. п., то вы можете написать заявление о нарушении ваших прав. Оно подается в отдел по защите прав потребителей территориального управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Специалисты рассматривают заявление, при необходимости просят предоставить дополнительную информацию. Далее происходит встреча с должностными лицами того предприятия, на действия которого жалуется потребитель. С нарушителя требуют объяснения и предлагают ему удовлетворить законные требования потребителя. Если такого разъяснения бывает недостаточно, то антимонопольные органы выдают обязательное для исполнения предписание.

Отдельно стоит рассмотреть механизм защиты прав потребителей, не достигших совершеннолетия, т. е. детей и под-

ростков. До 18 лет они не смогут самостоятельно отстаивать свои права и обращаться в суд. Эта функция перекладывается на плечи их родителей или опекунов. Однако следует помнить, что знание основных прав потребителей часто помогает в разговоре с недобросовестными продавцами и исполнителями.

Помимо государственных организаций, защитой прав потребителей могут заниматься общественные объединения потребителей (ООП). В большинстве крупных городов нашей страны созданы общественные организации по защите прав потребителей. Главное их отличие от государственного органа по защите прав потребителей — независимость от государства, политики, бизнеса.

ООП (их ассоциации, союзы) в соответствии со ст. 45 закона вправе обращаться в суды за защитой прав потребителей (неопределенного круга потребителей). В ситуации, когда права потребителя нарушены, он может обратиться в такую организацию. Ее сотрудники возьмут на себя все проблемы по улаживанию конфликта или, если продавец не соглашается на мирное урегулирование вопроса, обратятся с иском в суд.

ООП также организуют и проводят социологические опросы и научные исследования, экспертную оценку проектов экономических реформ и социальных программ, ценовой и налоговой политики, законодательных и нормативных актов по проблемам потребительского рынка и вносят предложения в органы законодательной и исполнительной власти.

В Интернете размещены официальные сайты ООП, где можно получить консультацию специалиста по интересующему вопросу или самостоятельно просмотреть законодательные акты. На сайтах также выложена информация об услугах, которые конкретная общественная организация оказывает населению.

Общественным организациям потребителей целесообразно работать во взаимодействии со службами по защите прав потребителей органов местного самоуправления, территориальными антимонопольными управлениями.

Деятельность региональных ООП координирует Международная конфедерация обществ потребителей. Она помогает их дальнейшему развитию и совершенствованию. Это достаточно сильная организация, потому что в ее ведомстве работают такие важные службы, как юридическая, информационная,

служба по защите интересов потребителей финансовых услуг и др.

Международная конфедерация обществ потребителей является учредителем журнала «Спрос» — одного из безусловных лидеров российской прессы для потребителей.

Также в нашей стране функционирует Торгово-промышленная палата. Ее роль в защите прав потребителей значительна: содействуя развитию предпринимательства, повышению конкурентоспособности отечественных товаров, экспертизе и контролю за качеством импортных товаров, она способствует ликвидации дефицита на товарном рынке и наполнению его товарами, предназначенными для массового покупателя и отвечающими всем требованиям безопасности.

Иногда заключение о том, качественный ли товар или продукт, может дать только экспертиза (исследование). И если у вас возникнет в отношении с продавцом (исполнителем, изготовителем) спорная ситуация о качестве товара, то вы можете обратиться в экспертную лабораторию. Ее основное назначение — экспертиза качества товаров (работ, услуг), проверка на соответствие требованиям стандартов и другой нормативно-технической документации, в том числе правилам безопасности для потребителя. Экспертные лаборатории — независимые органы, но они взаимодействуют по вопросам безопасности товаров и защиты прав потребителей с другими органами, прежде всего с Федеральным органом по стандартизации, метрологии и сертификации, Федеральным органом санитарно-эпидемиологического надзора, Госсанэпиднадзора России, соответствующими подразделениями органов УВД. Заключение лаборатории является для этих органов основанием для принятия мер ответственности к виновным лицам за производство некачественных товаров, представляющих опасность для потребителей.

Остается сожалеть, что количество экспертных лабораторий пока не столь велико, как их значимость.

Итак, подведем итог, кто и как в нашей стране занимается защитой прав потребителей. Права потребителей защищаются государственными органами, которые контролируют безопасность товаров (работ, услуг), соблюдение законодательства о защите прав потребителей и обеспечивают пресечение нарушений прав потребителей и привлечение правонарушителей к ответственности.

Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека РФ и ее территориальные органы осуществляют государственный контроль за соблюдением законодательства РФ о защите прав потребителей, направляют предписания изготовителям (исполнителям, продавцам) о прекращении нарушений прав потребителей, дают официальные разъяснения по вопросам применения законодательства о защите прав потребителей. Все претензии к продавцам и производителям рационально отправлять не в главный офис службы, а в ее территориальные управления.

Органы местного самоуправления могут обеспечить оперативную защиту интересов потребителя по месту жительства на основе безвозмездного, беспристрастного, индивидуального подхода к каждому потребителю.

Основными направлениями деятельности общественных объединений потребителей являются: представительство интересов потребителей, участие в законотворческой деятельности, обеспечение прав потребителей на безопасность и качество товаров (работ, услуг), просвещение и образование, оказание правовой поддержки потребителям и помощь в составлении претензий, исковых заявлений.

Но как потребитель может защитить свои права, не обращаясь ни в какие организации или государственные службы? Предлагаем несколько простых советов:

1. Прежде всего необходимо знать свои права, установленные Законом РФ «О защите прав потребителей», правилами продажи товаров, выполнения работ и оказания услуг. Хорошо, если эти документы есть у вас дома и вы их изучите самостоятельно. Можете с ними ознакомиться в библиотеке или обратиться в местные органы защиты прав потребителей, к книгам издательства «Правовое просвещение» и другим изданиям.

2. Чтобы самостоятельно отстаивать свои права, вы должны получить полную и достоверную информацию о продавце (изготовителе, исполнителе) и о тех товарах (работах, услугах), которые вы приобретаете.

3. Сохраняйте чеки, квитанции, расписки, инструкции, технические паспорта, гарантийные талоны (с соответствующими отметками), потому что в случае возникновения споров вы должны будете приложить необходимые документы к претензии, заявлению.

4. Если нарушены ваши права, обратитесь с устной претензией к должностному лицу предприятия (директору, администратору, управляющему и др.). Зачастую такого обращения бывает достаточно для восстановления ваших прав.

5. Если магазин или мастерская предлагает вам «заключить мир» на приемлемых для вас условиях, а вы рассчитываете на большее и обращаетесь в суд, то можете оказаться, как пушкинская старуха, у разбитого корыта. Конечно, без возмещения суд вас не оставит, но может обязать ответчика выплатить уже предложенную вам сумму или даже урезать ее, потому что попытка ответчика пойти на мировую судом учитывается. И ни о каком возмещении морального вреда речи не пойдет: вам же предложили исправить ситуацию, а вы сами отказались.

6. В случае отказа продавца (изготовителя, исполнителя) по устному требованию обеспечить ваши права напишите на имя руководителя предприятия (в двух экземплярах) претензионное письмо с четким изложением фактов, к которому приложите ранее упоминавшиеся документы. Письмо можно передать лично или послать заказным по почте. Копию оставьте себе.

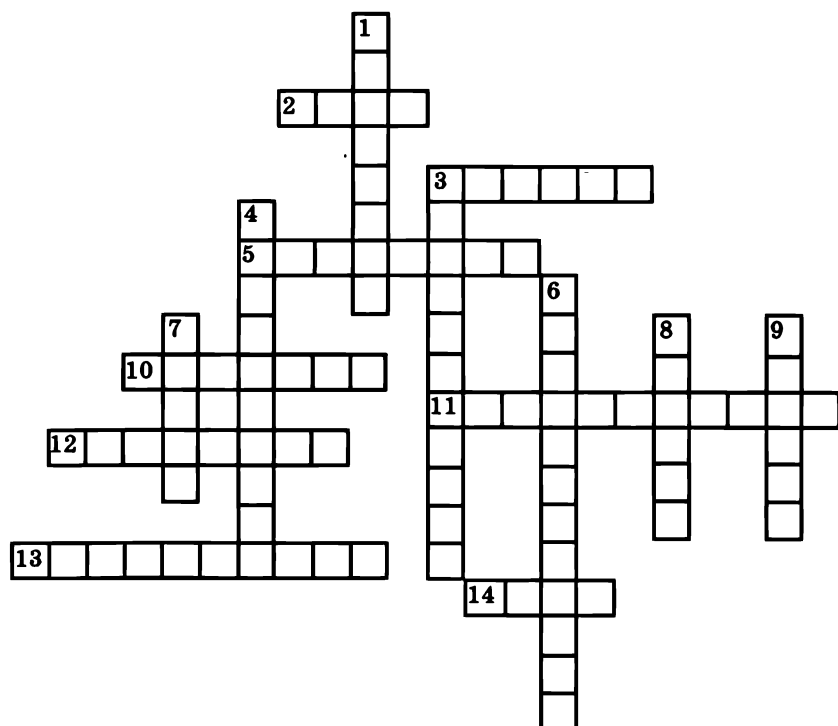
7. Практика работы органов защиты прав потребителей показывает, что подобных заявлений со стороны потребителя зачастую бывает достаточно для добровольного обеспечения прав потребителя. Следовательно, отпадает потребность обращаться в другие органы или суд.

Надеемся, эти простые советы вам пригодятся.

■■■■■ Практическое задание.

■ Считаете ли вы сложившуюся в России систему защиты прав потребителей оптимальной? Если нет, то почему? Какие службы по защите прав потребителей, на ваш взгляд, также необходимы в нашей стране? Придумайте им название.

Кроссворд «Потребитель — король на рынке»



По горизонтали: 2. Период времени. 3. Торгово-промышленная ... — некоммерческая общественная организация. 5. Совокупность характеристик любого товара. 10. Один из способов привлечения покупателей. 11. Организация, оказывающая услуги населению за определенную плату. 12. Гарантийный срок также называют ... 13. Сведения о товаре или продавце. 14. Конфликт между продавцом и потребителем.

По вертикали: 1. Организация, реализующая товары по договору купли-продажи. 3. Тот, кто покупает товары. 4. Исследование товара, проводимое в специальных лабораториях. 6. Одна из характеристик товара, гарантирующая, что потребитель не пострадает при использовании этого товара. 7. Мы приносим их из магазинов, бутиков и салонов. 8. Снижение цены на товар. 9. Их оказывают и фирмы-риэлторы, и банки.

Ответы на кроссворд вы найдете на с. 63.

Заключение

*Свои способности человек может узнать,
только шлифуя их.
Сенека*

Трудно не согласиться с автором эпитафия, если предложенные ситуации вы апробировали на практике. Мы не подводим итоги и не спешим ставить точку, как это принято делать в заключение. Мы приглашаем вас углубить свои знания и поупражняться дальше в своих умениях, ведь недаром говорят: «Учение — путь к умению».

Впереди у вас знакомство с Законом РФ «О рекламе», конкурсы на лучший рекламный ролик и товарный знак, составление и решение кроссвордов, тестов, ребусов, анализ ситуаций и многое другое.

Все это вы можете найти в практикуме по основам потребительской культуры для учащихся старших классов.

Помните, грамотный потребитель это — тот, кто:

- всегда честен с собой и окружающими и соблюдает законы;
- разумно распоряжается имеющимися средствами;
- всегда читает инструкцию и следует ей;
- сохраняет товарные, кассовые чеки, гарантийные талоны и квитанции;
- предъявляет только обоснованные претензии и доводит начатое дело до конца.

И главное, грамотным потребителем может считать себя лишь тот, кто знает свои права и не боится применять их на практике. Если все вышеперечисленные качества вы обнаружили у себя, значит, вы можете с гордостью носить статус грамотного потребителя.

**Перечень непродовольственных товаров
надлежащего качества, не подлежащих возврату
или обмену на аналогичный товар других размера,
формы, габарита, фасона, расцветки или
комплектации**

(в ред. Правительства РФ от 20.10.1998 №1222,
от 06.02.2002 №81)

1. Товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях (предметы санитарии и гигиены из металла, резины, текстиля и других материалов, инструменты, приборы и аппаратура медицинские, средства гигиены полости рта, линзы очковые, предметы по уходу за детьми), лекарственные препараты.

2. Предметы личной гигиены (зубные щетки, расчески, заколки, бигуди для волос, парики, шиньоны и др. аналогичные товары).

3. Парфюмерно-косметические товары.

4. Текстильные товары (хлопчатобумажные, льняные, шелковые, шерстяные и синтетические ткани, товары из нетканых материалов типа тканей — ленты, тесьма, кружево и др.); кабельная продукция (провода, шнуры, кабели); строительные и отделочные материалы (линолеум, пленка, ковровые покрытия и др.) и др. товары, отпускаемые на метраж.

5. Швейные и трикотажные изделия (изделия швейные и трикотажные бельевые, изделия чулочно-носочные).

6. Изделия и материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, из полимерных материалов, в том числе для разового использования (посуда, принадлежности столовые и кухонные, емкости и упаковочные материалы для хранения и транспортирования пищевых продуктов).

7. Товары бытовой химии, пестициды и агрохимикаты.

8. Мебель бытовая (мебельные гарнитуры и комплекты).

9. Изделия из драгоценных металлов, с драгоценными камнями, из драгоценных металлов со вставками из полудрагоценных и синтетических камней, ограненные драгоценные камни.

10. Автомобили и мототранспортные средства, прицепы и номерные агрегаты к ним; мобильные средства малой механизации сельскохозяйственных работ; прогулочные суда и иные плавсредства бытового назначения.

11. Технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки (станки металлорежущие и деревообрабатывающие бытовые; электробытовые машины и приборы; бытовая радиотелефонная аппаратура; бытовая вычислительная и множительная техника; фото- и киноаппаратура; телефонные аппараты и факсимильная аппаратура; электромузыкальные инструменты; игрушки электронные; бытовое газовое оборудование и устройства).

12. Гражданское оружие, основные части гражданского и служебного огнестрельного оружия, патроны к нему.

13. Животные и растения.

14. Непериодические издания (книги, брошюры, альбомы, картографические и нотные издания, листовые издания, календари, буклеты; издания, воспроизведенные на технических носителях информации).

Ответы на кроссворд
«Потребитель — король на рынке»:

По горизонтали: 2. Срок. 3. Палата. 5. Качество. 10. Лотерея. 11. Исполнитель. 12. Гарантия. 13. Информация. 14. Спор.

По вертикали: 1. Продавец. 3. Потребитель. 4. Экспертиза. 6. Безопасность. 7. Товар. 8. Скидка. 9. Услуга.

Учебное издание

**Симоненко Виктор Дмитриевич
Степченко Татьяна Александровна**

АЗБУКА ПОТРЕБИТЕЛЯ

**Учебное пособие по элективному курсу
для 8—9 классов общеобразовательных учреждений**

**Редактор Т.А. Чамаева
Обложка художника А. Проскурякова
Компьютерная верстка Е. В. Чертовских
Корректор Е.В. Барановская**

Лицензия ИД № 02033 от 13.06.2000. Подписано в печать 04.02.2005.

Формат 60×88/16. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 4,0. Уч.-изд. л. 4,0. Тираж 2 000 экз. Заказ 4751.

**ООО Издательство «Вита-Пресс». 107140, Москва, ул. Гаврикова, 7/9,
тел.: (095) 261-83-37, 261-30-78, 265-70-87, 265-71-57;
e-mail: vitaprss@garnet.ru
www.vita-press.ru**

**Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных
диапозитивов в ФГУП «Производственно-издательский комбинат ВИНТИ».
140010, г. Люберцы Московской обл., Октябрьский пр-т, 403
Тел. 554-21-86**

ПРЕДПРОФИЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА

В.Д. Симоненко
Т.А. Степченко

АЗБУКА

ПОТРЕБИТЕЛЯ



ISBN 5-7755-0774-6



64