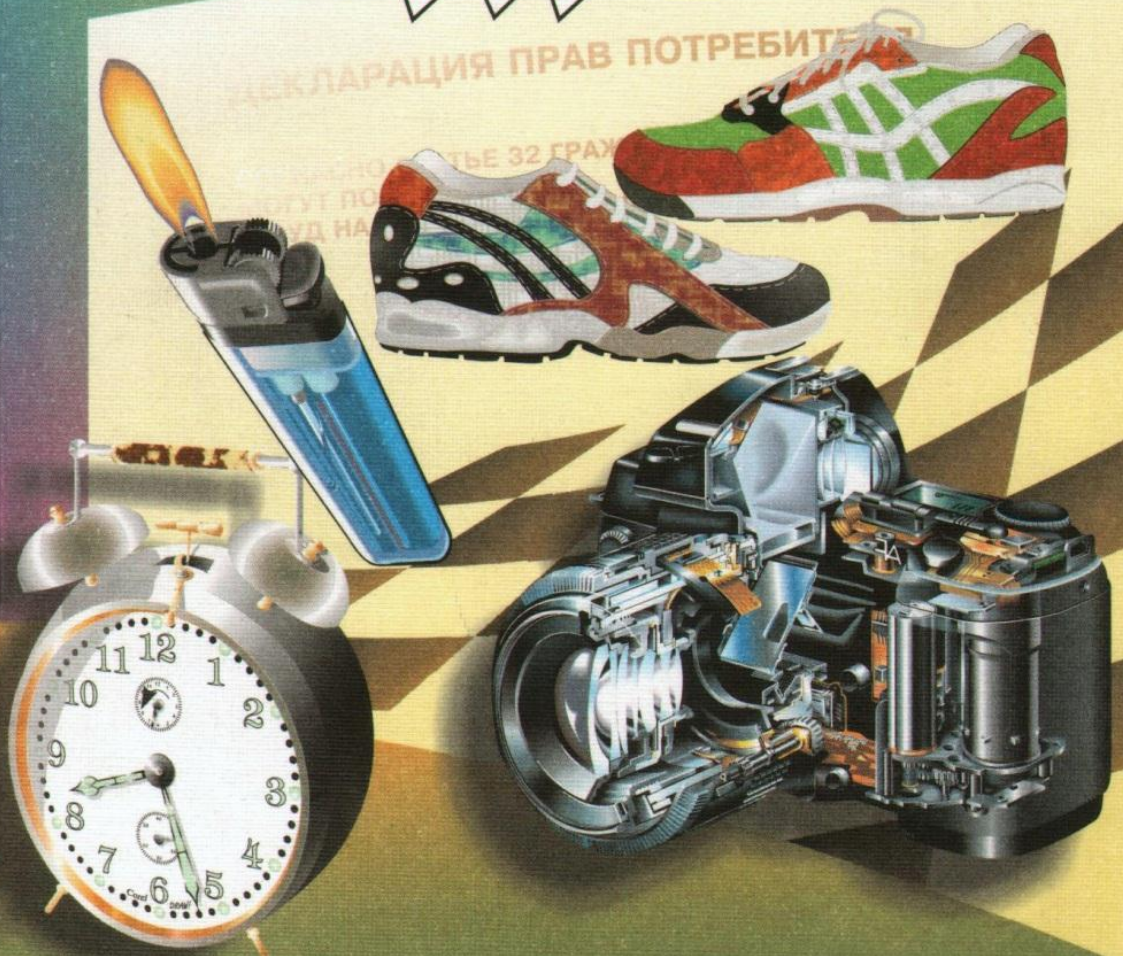




С.Ю. ШАМСУТДИНОВА

ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЗНАНИЙ



ФОНД СОРОС—КАЗАХСТАН

ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЗНАНИЙ

Учебное пособие для учащихся средних школ

Авторы:

Республика Казахстан **ШАМСУТДИНОВА СВЕТЛАНА
ТРЕТЬЯКОВА АЛЬБИНА
СЕРГУНИНА ВЕРА
УТКИН СЕРГЕЙ**

Российская Федерация **ВИНОГРАДОВА ИРИНА
КОКОРЕВ РОСТИСЛАВ
КОЛОСОВА МАРИНА
КОМИССАРОВА ЮЛИЯ
КРЮЧКОВА ПОЛИНА
КУЗНЕЦОВА ЕЛЕНА
ПОРОХОВСКАЯ ОКСАНА
РЯБОЧЕНКО МАРИНА
СОРК ДИАНА
ТАБАХ АНТОН
ТРУХАЧЕВ СЕРГЕЙ
ФОНТАНОВА АЛЛА
ЯНИН ДМИТРИЙ**

АЛМАТЫ «БІЛІМ» 1999

ББК 65. 9 (5 Каз) 42 я 72
О 75

В 1999 году Фондом Сорос—Казахстан в рамках программы “Учебная книга” проводился открытый конкурс учебников и учебных пособий по гражданскому образованию для учащихся 1—11 классов общеобразовательных школ. Данное издание представляет собой авторскую работу, вошедшую в число победителей конкурса, и предлагается в качестве экспериментального учебного пособия.

Фонд Сорос—Казахстан с благодарностью примет отзывы, замечания и предложения в адрес издания, проходящего апробацию в учебных аудиториях.

*Спонсор программы — известный американский предприниматель и общественный деятель **ДЖОРДЖ СОРОС**.*

О 75 Основы потребительских знаний: Учебное пособие для учащихся средних школ. / С.Ю.Шамсутдинова и др. —Алматы: “Білім”, Фонд Сорос—Казахстан, 1999. — 152 с.

ISBN 5-7667-2401-2

Потребительские права. Что мы знаем о них?

Знания по правам потребителя необходимы всем, каждому гражданину, еще задолго до окончания школы.

Цель данного учебного пособия — дать учащимся основы знаний по потребительским правам, предоставленным нашим законодательством.

О $\frac{3403010000 - 017}{412(05)-99}$ без объявл.

ББК 65. 9 (5 Каз) 42 я 72

ISBN 5-7667-2401-2

© Шамсутдинова С.Ю. и др., 1999

Введение

Учебник издается в соответствии с программой «Потребительское образование» Национальной ассоциации обществ защиты прав потребителей Республики Казахстан совместно с Международной конфедерацией обществ потребителей, первым шагом которой было издание учебника «Основы потребительских знаний» в Москве в 1997 году.

Учитывая, что каждый человек обязательно является потребителем, то есть приобретает различные товары и услуги для личного пользования, подобные знания необходимы каждому гражданину. Причем большинство людей начинают самостоятельно приобретать товары задолго до окончания школы, то есть полученные знания можно применять на практике уже сразу после занятий.

Еще несколько лет назад в Республике Казахстан, также как и во всех странах — бывших республиках Советского Союза, многие люди вообще не представляли, какими правами должен обладать потребитель, сегодня же потребительское движение набрало реальную силу, поэтому каждый может реально пользоваться всеми правами, предоставленными нашим законодательством.

Настоящее учебное пособие предназначено для того, чтобы помочь учащимся средних школ получить основы знаний, необходимые потребителям.

ТЕМА 1. КТО ТАКИЕ ПОТРЕБИТЕЛИ?

Каждый человек на протяжении всей жизни пользуется различными предметами, которые он когда-либо приобрел за деньги. Посмотрите дома вокруг себя: вот стол, купленный в мебельном магазине, вот яблоки, принесенные с рынка, вот холодильник, который недавно отремонтировали.

Все эти вещи нужны нам, чтобы пользоваться ими, то есть их потреблять. В каждый момент нашей жизни мы что-то потребляем — одежду, которую носим, пищу, которую едим, кровать, на которой спим. Мы потребляем также телефильмы, которые смотрим, музыку, которую слушаем, телефонную связь, которой пользуемся, чтобы общаться на расстоянии, услуги туристического агентства, которые избавляют нас от хлопот по организации собственного отдыха.

Приобретая что-то за деньги, мы выступаем в качестве потребителей. И как потребители мы вступаем в отношения с другими людьми. А любые отношения предполагают взаимные права и обязанности. Именно о таких правах и обязанностях просто необходимо иметь представление каждому современному человеку.

Потребителями, вне зависимости от профессии, пола, возраста, являемся все мы. Даже стоящая за прилавком магазина тетя Шолпан, хотя и выступает как продавец, но лишь пока она на работе. Как только она закончила работать и зашла на рынок, стала потребителем. Бизнесмен, владеющий рынком, тоже является потребителем, так как он ездит на автомобиле, который где-то купил. И даже президент республики является потребителем, так как костюм, который на нем надет, он тоже сшил не сам.

Потребитель — это гражданин, который покупает товар и пользуется работами и услугами в целях личного потребления или использования в частном хозяйстве. Именно такую формулировку дает закон “О защите прав потребителей”.

А почему, собственно, закон говорит о потребителе как о частном лице, гражданине? Связано это с тем, что интересы предприятия, организации защищают профессионалы (юристы, экономисты и т.п.), а потребитель, как правило, вынужден защищать свои интересы самостоятельно. Кроме того, организация может переложить свои потери на других потребителей (например, увеличив стоимость выпускаемой продукции), а потребитель сам расплачивается за неприятности, возникающие при покупке товаров или оказании ему услуг.

Необходимо отметить, что человек является потребителем в том лишь случае, если он приобрел товар для личных нужд. Очень часто один и тот же товар может использоваться как для личного потребления, так и для предпринимательской деятельности, например, для перепродажи. Конечно, на практике бывает сложно определить, с какими именно целями вы покупаете товар. Однако в случае возникновения конфликта надо иметь в виду, что если будет доказано, что вещь использовалась вами как предпринимателем, вам будет сложнее отстоять свои права.

Блага, которые мы потребляем, могут быть как материальными, так и нематериальными. Материальные блага — это товары, которые можно пощупать руками: батон хлеба, телевизор, автомобиль. К нематериальным благам, относятся работы и услуги. Работа изменяет по нашему желанию вещь уже существующую. Например, превратить груду стройматериалов в дом — это работа. Услуга не производит новых вещей, а просто облегчает нашу жизнь. Например, носильщик на вокзале или на оптовом рынке оказывает нам услугу. Отличительная особенность услуги в том, что она потребляется в момент производства. Обратите внимание: «услуга» — значительно более распространенный термин, чем «работа», поэтому в обиходе часто работу тоже называют услугой (например, услуга парикмахера, который делает вам красивую прическу). Это не столь принципиально, но все-таки иметь представление о разнице между работой и услугой не помешает.

Есть вещи, которые мы потребляем, не платя за них непосредственно. Например, бесплатное школьное образование или медицинское обслуживание. Понятно, что содержание школы стоит денег: надо платить зарплату учителям, ремонтировать здание, приобретать оборудование. Все это оплачивает государство. Чтобы по-

крыть свои расходы, государство собирает налоги. В тех случаях, когда какие-то блага предоставляются нам государством бесплатно, мы потребителями не являемся. Однако, если государственные организации предоставляют нам услуги за деньги (например, в бесплатной школе есть уроки, за посещение которых надо платить), мы становимся потребителями, а школа выступает в качестве продавца.

Кто же такие продавцы?

Потребителю на рынке противостоит продавец, то есть тот, кто предлагает нам товары. Мы привыкли в обычной жизни называть продавцом человека, стоящего за прилавком. Однако это не совсем так. Да, если вы покупаете овощи на рынке, то, продавцом действительно является тот, кто стоит за прилавком. А вот, придя в магазин, вы вступаете в отношения не только с конкретным человеком, но и с магазином в целом. В таком случае в качестве продавца выступает организация. Именно магазин (а не конкретный человек) — продавец несет ответственность, если вам будет продан некачественный товар.

Точно также, придя в туристическую фирму, вы заключаете договор не с конкретным сотрудником, а с фирмой в целом. Однако в этом случае фирма будет называться уже не продавцом, а исполнителем. Согласно закону «О защите прав потребителей» *исполнитель — это предприятие, организация, учреждение или гражданин, выполняющие работы или оказывающие услуги.*

Иногда бывает сложно понять, кто именно является продавцом. Например, в здании ЦУМа реализуют товары множество других фирм и индивидуальных предпринимателей, которые совершенно независимы от магазина ЦУМ.

Почему надо знать, кто конкретно является продавцом? Если вы удовлетворены купленным товаром, это не очень важно, хотя знание того, что в данной фирме обслуживание всегда высококачественное, может пригодиться (например, вы предпочтете купить плеер именно здесь, а не в отделе, принадлежащем другой фирме). Но если проданный вам товар оказался некачественным, то надо знать, к какому именно продавцу необходимо обращаться с претензией. Так, если вы недовольны качеством купленного диска, совершенно бессмысленно обращаться с претензией к руководству

ЦУМа — там вам резонно ответят, что не несут ответственность за деятельность самостоятельной организации.

Помимо термина «продавец» и «исполнитель», вы можете встретиться в законодательстве с термином «производитель». *Производитель — это тот, кто производит товары для реализации.* О его взаимоотношениях с потребителем и продавцом мы подробно расскажем в разделе «Как продаются товары».

Итак, мы уже знаем, что на рынке всегда существуют две стороны:

продавцы (исполнители, изготовители) и потребители, при этом *потребитель — главное действующее лицо на рынке.*

Потребители — огромная сила. Посмотрите: во всех газетах, журналах, на радио и телевидении тысячи фирм предлагают нам, потребителям, свои товары и услуги. Они зависят от нас: если никто не будет покупать их товар, они разорятся. Поэтому продавцы и исполнители идут на всевозможные уловки, публикуют рекламу, снижают цены, расширяют набор услуг — и все это для того, чтобы к ним пришли потребители. Мы же, потребители, независимы — нас никто не может заставить купить тот или иной товар. У нас есть выбор: мы всегда можем пойти в тот магазин, где товар лучшего качества или продается дешевле.

Мы как потребители влияем на продавцов через наш спрос. *Спрос — это количество товаров определенного вида, которое покупатели готовы купить при определенном уровне цен на них.* Спросу противостоит предложение — количество товаров, которое продавец готов предложить для продажи при определенном уровне цен на эти товары. Чем больше спрос на конкретный товар, тем лучше продавцу. Соответственно — чем ниже спрос, тем ему хуже.

Продавцы и исполнители конкурируют между собой. Цель каждого из них — привлечь как можно больше потребителей. Добиться этого можно снижением цены товара или услуги. Понятно, что чем ниже его цена, тем больше потребителей пожелают его купить, тем больше будет спрос на этот товар (по сравнению с точно таким же, но по более высокой цене). Посмотрите, например, на развитие рынка по оказанию услуг сотовой или пейджинговой связи у нас в республике. Еще несколько лет назад позволить себе приобрести сотовый телефон или

пейджер могли только состоятельные бизнесмены. Сегодня же, благодаря приходу на рынок нескольких компаний, конкурирующих между собой, цены начали снижаться чуть ли не каждый квартал, при этом качество и сервис только возрастают!

Итак, потребитель — король рынка. Именно он указывает продавцам, что надо продавать, а те, в свою очередь, — производителю, что производить. Если потребители откажутся покупать какой-либо товар, то и продавец, и производитель могут разориться. Однако надо помнить, что потребитель — король только тогда, когда существует рынок, то есть, когда каждый человек в своих действиях руководствуется только собственными интересами (желанием получить товар нужного качества по доступной цене или извлечь прибыль). Если же в стране будет господствовать централизованное директивное планирование, если производителю начнут указывать, что именно производить и по каким ценам продавать, то результатом станет дефицит. В условиях рынка сам продавец реагирует на желания и потребности потребителя, в то время как потребитель самостоятелен при принятии тех экономических решений, которые ему выгодны. Такую самостоятельность еще называют суверенитетом потребителя.

Но почему же рынок не решает всех потребительских проблем? Потребитель, как правило, — непрофессионал. Он далеко не всегда детально разбирается в тех товарах, которые хотел бы купить. Продавец же — даже частное лицо, а тем более организация, — специалист в области торговли. Представьте, вы покупаете магнитофон раз в пять лет, а продавец продает десятки магнитофонов в день. Так кто из вас лучше разбирается в магнитофонах?

В абсолютном большинстве случаев продавец-организация — богаче потребителя — частного лица, и поэтому он в состоянии привлечь на работу профессионалов, которые не только до тонкостей знают продаваемые товары, но и могут воздействовать на вкусы покупателей, в том числе и через рекламу. Потребитель далеко не всегда может объективно оценить потребительские качества товара, но он запоминает красивую рекламу и готов руководствоваться ею, принимая решение о покупке.

Кроме того, продавец лучше, чем потребитель, информирован о продаваемых им товарах: он точно знает,

свежая ли у него колбаса, исправный ли телевизор. Потребитель же либо оценивает качество товара или услуги в соответствии с собственными знаниями (которые, как мы уже говорили, ограничены) и здравым смыслом, либо верит продавцу на слово.

Поэтому у продавца есть возможность обмануть потребителя. Конечно, если обман вскроется, это может нанести ущерб репутации продавца — и другие потребители к нему не пойдут, но тому, которого обманули, от этого не легче.

Потребителям сложнее на рынке, чем продавцам, еще и потому, что бизнес организован, а потребители разобщены. Предприниматели могут объединяться, чтобы воздействовать на правительство, подталкивать его к принятию нужных им законов. Если потребителей много, а продавцов мало, предприниматели могут договориться не конкурировать между собой путем снижения цен, а вместе удерживать высокие цены на продаваемые товары — потребители все равно будут вынуждены покупать товары по этим ценам, если нет других возможностей их приобрести.

Итак, продавец в чем-то сильнее, чем потребитель. Но и продавец не может жить без потребителя. Так от чего же зависит реальное соотношение сил на рынке? От чего зависит соблюдение интересов потребителей? В первую очередь от самих потребителей, от их умения правильно вести себя в различных ситуациях, знания своих прав, умения отстаивать свои интересы. А если все потребители ведут себя грамотно, разумно отстаивают свои права, то на рынке устанавливаются порядки, которые не позволяют ущемлять права потребителей. Вспомните, еще несколько лет назад на покупателя, который требовал в магазине чек за покупку, смотрели как на ненормального. Теперь продавцы магазинов сами, даже без напоминания, выписывают чеки, выдают гарантийные талоны и это стало привычным явлением.

Но бывают случаи, когда сам потребитель не может заставить продавца более внимательно относиться к своим интересам. И тогда на помощь приходит закон. Во многих странах мира есть законодательство, защищающее права и интересы потребителей. Подобное законодательство есть и в Республике Казахстан. Основной «потребительский» нормативный правовой акт — закон «О защите прав потребителей». Закон этот достаточно жесткий именно потому, что многие отношения потре-

бителей и продавцов у нас еще не сложились. Привычным является пренебрежение интересами потребителей.

Закон действует только в том случае, если потребители знают свои права и стремятся их защитить, то есть все зависит от самих потребителей, от нас с вами.

И последнее. Потребителю-неспециалисту часто трудно бывает тягаться с продавцом. Но у потребителей в нашей стране есть защитники — специальные государственные и общественные организации, в которых работают высококвалифицированные специалисты. Не надо бояться обращаться к профессионалам в тех случаях, когда вы сами в затруднительном положении.

ВЫВОДЫ

1. Потребитель — это человек, приобретающий товары и услуги для своего личного потребления. Потребителями в определенные моменты нашей жизни являемся все мы, вне зависимости от пола, возраста и профессии.

2. Потребителю на рынке противостоит продавец, лицо, а чаще организация, предлагающая нам товары и услуги. Приобретая товар или пользуясь услугами, мы вступаем в отношения с организацией в целом, а не с конкретным человеком, стоящим за прилавком или непосредственно оказывающим нам услугу.

3. Потребитель — главное действующее лицо на рынке. У него есть свобода выбора — где и что покупать. Продавец же зависит от потребителя: если у него не будут покупать товар, он может разориться.

4. Продавец зависит от потребителя, но он сильнее потребителя, так как хорошо знает свой товар и рынок. Зависимость же продавца от потребителя определяется поведением самого потребителя. Чем лучше знает свои права потребитель, тем легче ему во взаимоотношениях с продавцом, тем меньше шансов, что он сделает ошибку или будет обманут.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Кто такой потребитель?
2. Является ли потребителем именинник, которому подарили велосипед на день рождения?

3. Как узнать, кто является продавцом определенного товара, если вы его купили в одном из отделов большого магазина?

4. Приведите примеры, когда один и тот же человек может выступать то в качестве продавца, то в качестве потребителя.

ТЕМА 2. КЛАССИФИКАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ПОТРЕБНОСТЕЙ

“У человека всегда бывают два мотива для всякого поступка: один, который красиво выглядит, и второй, подлинный. Чтобы воздействовать на людей, взывайте к более благородным мотивам».

Морган

Испытывать определенную необходимость — это и есть потребность человека. Она перекликается с такими понятиями, как «хочу», «могу», «необходимо». На протяжении всей жизни человек испытывает различные потребности: в пище, жилье, общении с друзьями, человеческом понимании, любви и т.д. Потребность — двигатель развития человека, потому что пока человек нуждается в чем-либо, испытывает потребность, он стремится достичь этого. Как только он достигает определенной цели, получает желаемый результат, у него возникает потребность в другом. Для удовлетворения своих потребностей человек руководствуется определенными мотивами.

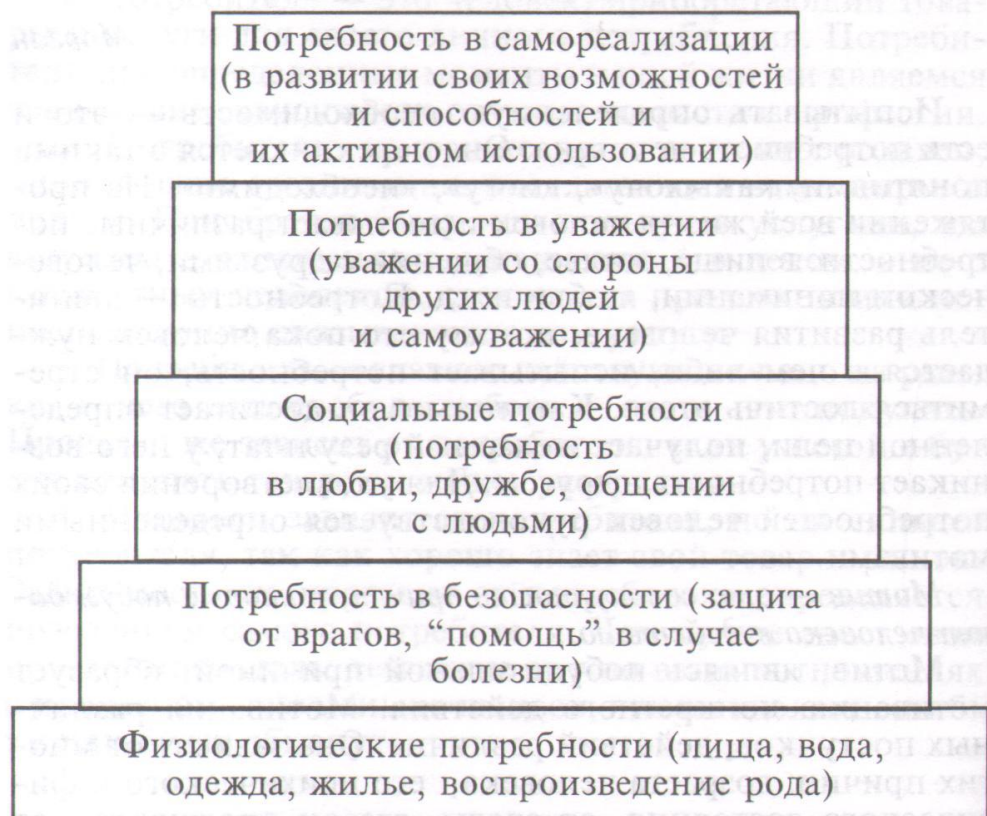
Мотив — это совокупность причин, которые побуждают человека к действию.

Мотив, являясь побудительной причиной, образует мотивацию конкретного действия. Мотивация различных поступков, действий различна. Она зависит от многих причин: возраста человека, его психического и физического состояния, от среды, где он проживает, от уровня умственных способностей людей, которые его окружают, а также от его собственного образовательного уровня.

Причины, обуславливающие потребность человека, изменяются с возрастом. Так, у новорожденного ребен-

ка потребности минимальные — это сон и пища. У взрослого человека потребностей больше, но они также меняются в зависимости от условий жизни и интеллекта. У одних возникают потребности в самореализации, получении образования, перспективной работы, другим достаточно поесть и поспать. Человек верующий постоянно испытывает потребность в молитве, а наркоманы испытывают непреодолимую тягу к наркотикам, которая полностью парализует их волю и снижает уровень других потребностей.

1. Американский социолог Абрахама Маслоу составил классификацию человеческих потребностей в виде пирамиды. Внизу физиологические потребности, а на вершине духовные. Они как бы показывают вершину человеческих устремлений. От низшей ступени человек в своем развитии постоянно должен двигаться к высшей. Духовные ценности — это вершина его развития.



Физиологические потребности — самая основная потребность человека, которая обеспечивает ему ежедневное существование. Каждый день любой из нас нуждается в питании. Нам обязательно нужен дом, где мож-

но было бы жить, спать, отдыхать. Для естественного воспроизведения человечества мы испытываем потребность в рождении детей.

Потребность в безопасности — это прежде всего защита от преступлений и помощь в случае заболевания. Она достигается путем реализации государственной политики, защиты конституционных прав граждан.

Социальные потребности человека возникают, когда он живет в обществе. Они связаны с общением, получением информации. Информация — это связующее звено в общении между людьми. Появление Интернета расширило круг общения, но породило и новую потребность — изучение иностранных языков. Человек испытывает большую потребность в общении между близкими людьми, с родителями, детьми, супругами.

Потребность в уважении проявляется двояко:

1. *Самоуважение — уважение себя.* Оно способствует развитию человека как личности (духовные и физические качества).

Самоуважение — это личностная характеристика, которая характеризуется собственными ценностями.

2. Уважение со стороны других граждан проявляется как взаимное уважение между гражданами. Каждый человек требует уважения со стороны других граждан, а это, в свою очередь, обязывает проявлять уважение к окружающим его людям.

Потребность в самореализации — это потребность в развитии своих возможностей и способностей и их активном использовании. Направлений в самореализации множество — можно стать великим ученым, писателем, спортсменом, художником, политиком, главное чтобы твое «Я» отличалось от других.

Другие ученые представляют потребности человека в другой классификации. Они выделяют такие основные человеческие потребности:

Биологические потребности — обеспечивающие основные функции жизнедеятельности человеческого организма (сон, пища и др.).

Социальные потребности — потребности взаимодействия человека с обществом (общение).

Материальные потребности — это потребность в денежных средствах, которая позволит приобрести необходимые для жизнедеятельности материальные и духовные ценности.

Духовные потребности — потребность в образовательном и культурном развитии каждого гражданина.

И та, и другая классификация взаимодополняют друг друга и будут считаться объективными, так как потребности конкретного человека никем не устанавливаются, и не могут быть заранее кем-то определены. Потребность — это не стабильная категория, она постоянно находится в движении. Как только человек разрешит одну, сразу же возникнет другая. Как правило, в первую очередь, человек удовлетворяет физиологические потребности, а потом уже остальные. Помимо тех потребностей, которые уже были рассмотрены, существует еще одна — вредная потребность, которая приносит вред как самому человеку, так и людям, которые его окружают. Например, потребность пьющего человека в алкогольных напитках. Нет ничего хуже, когда один из родителей пьет. Мучается он сам, но еще больше страдают люди, которые его окружают.

Потребности и полезности

Слово *полезность* означает: приносить людям пользу. Почему мы выбираем те или иные товары или услуги? Потому что они для нас приносят определенную пользу, обладают определенной полезностью, тем самым удовлетворяют нашу потребность.

Полезность — это степень удовлетворения, получаемая человеком от потребления товара или услуг.

Чем большей полезностью обладает тот или иной товар, тем больше мы будем отдавать ему предпочтение. Например, на рынке товаров сегодня появилось большое множество великолепной посуды. Но большая часть населения предпочтение отдает посуде фирмы Цептер, хотя она и дорогая. Почему? Потому что у нее много качественных характеристик, которые приносят пользу: малые энергозатраты, быстрое приготовление пищи, наибольшая сохраняемость витаминов и др.

Одни и те же потребности можно удовлетворить по-разному. Например, можно приобрести обычную посуду отечественного производства, но можно купить и от фирмы Цептер. Также можно купить холодильник «Атлант» Минского производства, но можно купить холодильник западных производителей.

Полезность товара или выбор той или иной услуги определяется для каждого конкретного человека его индивидуальными потребностями и возможностями.

Так, при использовании компьютерами любой модели потребность в дискетах намного больше, чем для того человека, у которого нет компьютера.

Потребительский выбор: теория и практика

Из всего вышесказанного вы уже поняли, что у каждого человека неограниченное количество потребностей, но ограниченные возможности реализовать эти потребности. Покупая тот или иной товар, каждый потребитель стоит перед выбором: купить необходимую вещь, но по более низкой цене, потому что он ограничен, как правило, в денежных средствах. Выбирая тот или иной товар, из огромного числа товаров мы определяемся, что именно нам необходимо, и за какую цену можно купить.

Рассмотрим это более подробно.

Необходимость — это то, что при наличии определенных условий должно обязательно произойти. Человек заболел — ему просто необходимо воспользоваться услугами врача-специалиста. Понятие необходимость пересекается с понятием случайность. *Случайность* — это то, что может произойти в определенных условиях, но может и не произойти, т.е. это хаотический, не упорядоченный выбор тех или иных товаров или услуг. Например, женщине крайне необходимо купить зимние сапоги, но зайдя в магазин, она увидела шикарное платье. И вместо сапог покупает платье, хотя в нем необходимости не испытывала.

Цена напрямую зависит от качества товара или предлагаемых услуг, а также от себестоимости, затраченной на производство того или иного товара, либо оказания услуги. Помимо этого, распределяя те или иные денежные средства, мы сталкиваемся еще с одной дилеммой: одну и ту же потребность можно удовлетворить по-разному. Можно получить минимум медицинских услуг в районной поликлинике в рамках Базовой программы, которая предоставляется бесплатно, можно эти же услуги получить в любой частной клинике, но уже за деньги. Можно купить одну вещь, которая будет удовлетворять несколько потребностей, но и купить несколько вещей, которые будут удовлетворять те же самые потребности. Поэтому при выборе того или иного товара или услуги, каждый потребитель должен оценивать не

только его полезность, но и определенные выгоды и издержки, которые он одновременно приобретает с тем или иным товаром.

Дополнительные выгоды и издержки

На рынке, перенасыщенном товарами и услугами, чтобы их реализовать каждый продавец предлагает массу выгод, например, продажа по более низкой цене (два в одном, но за более низкую цену); к товару может прилагаться определенный бонус (подарок как от товаропроизводителя непосредственно, так и от продавца) если мы купим две штуки; покупка товара в кредит или в рассрочку (рассчитываться можно не сразу, а в течение определенного времени) и др.

Но тем не менее, покупая тот или иной товар, мы можем нести и определенные издержки. Издержки также могут быть различные: товар более низкого качества или более низкого уровня по техническим параметрам или характеристикам:

— товар продается без доставки на дом, а это влечет за собой дополнительные материальные затраты;

— предлагаемый товар реализуется через посредников, следовательно, цена будет выше настолько, во сколько свой труд оценят посредники и др.

Но сами по себе издержки могут нести дополнительные выгоды. Например, посредник, реализуя товар, гарантирует вам сервисное обслуживание в течение определенного времени. На данном примере просматривается, что характеристики выгод и издержек могут быть взаимозависимы, поэтому такие выгоды тоже должны учитываться при покупке товара.

Риск как часть денежных издержек

Азартных людей при выборе того или иного товара или услуги привлекает чаще всего риск осуществления данной сделки. Недаром в народе по этому поводу имеется много пословиц и поговорок: “Кто не рискует, тот не пьет шампанского”, “Риск — благородное дело”. Но всегда ли риск оправдывает себя? Всю нашу жизнь нас постоянно сопровождают рискованные ситуации, когда мы стоим перед дилеммой выбора. Мы рискуем постоянно: покупая товары (не всегда нам гарантируют качество его), выбирая те или иные услуги и т.д. Всегда ли риск

оправдывается себя? Нет. Все знакомы с тем, как много граждан рискнуло получить большую прибыль, вложив свои деньги в АО "МММ", "Смагулов и К", "Властелина" и другие трастовые компании, которые обещали сделать прибыль из ничего.

Тем не менее, даже любая штатная ситуация несет в себе тот или иной риск. Поэтому рискованные ситуации не зависят от нашего самосознания или волеизъявления. Они постоянно присутствуют, но мы должны уменьшать риск. Существует несколько способов:

- поиск дополнительной информации,
- использование заключений независимых экспертов о качестве реализуемого товара или предоставляемой услуги,
- опыт других лиц, кто уже воспользовался предлагаемыми услугами или товарами и имеет свое особое мнение, и другие способы, которые уже непосредственно могут подсказываться веяниями времени или жизненным опытом.

Цена выбора

Каждая предлагаемая услуга или товар имеют свою стоимость — это цена реализации, которая складывается из многих компонентов. Реализуя свою возможность купить тот или иной товар, мы расходует свои средства различными альтернативными путями, т.е. перед нами стоит цена выбора.

Цена выбора — это блага или доходы, которых мы лишемся, если принимаем решение о других действиях, нежели те, что могли принести нам блага или доход.

Существует несколько способов:

- поиск дополнительной информации,
- использование заключений независимых экспертов о качестве реализуемого товара или предоставляемой услуги,
- опыт других лиц, кто уже воспользовался предлагаемыми услугами или товарами и имеет свое особое мнение,
- и другие способы, которые уже непосредственно могут подсказываться веяниями времени или жизненным опытом.

Цена выбора преломляется в понятие альтернативная стоимость. Каждый товар или услуга имеют свою стоимость. И, как показывает опыт, один и тот же товар в

различных магазинах может стоить по-разному. Вам предоставляется альтернатива выбора, которая преломляется в альтернативную стоимость. Например, вы решили купить себе магнитофон, но придя в магазин, соблазнились тем, что за одну стоимость магнитофона вы можете себе купить плеер и ролики. И вы осознаете, что, покупая магнитофон, вы уже не сможете купить себе плеер и ролики, и наоборот, покупая плеер и ролики, вы отказываетесь от магнитофона — в этом и проявляется альтернативная стоимость.

ВОПРОСЫ

1. Что такое потребительский выбор?
2. Потребности и проблема выбора, как прийти к консенсусу?
3. Как соотносятся такие понятия как потребность и полезность?
4. Как вы понимаете альтернативную стоимость?
5. Что такое риск и как его снизить?

ВЫВОДЫ

Проблема выбора всегда соотносится с потребностями гражданина. Потребности носят индивидуальный характер. В первую очередь, человек реализует физиологические потребности, а затем духовные.

Каждый выбор имеет свою цену. Цена выбора — это блага или доходы, которых мы лишаемся, если принимаем решение о других действиях.

ТЕМА 3. КАК ПРОДАЮТСЯ ТОВАРЫ?

Торговля — это совокупность операций по покупке товаров у производителя и продаже их потребителям.

Как продаются товары? Мы сразу не сможем ответить на этот вопрос, потому что они продаются по-разному. Их можно купить на базаре, в магазине, у производителя, на ярмарке, на распродаже и другими способами. Деятельность по реализации товаров называется торговлей. Непосредственной целью торговли является про-

движение товаров и услуг от производителя к потребителю, в соответствии с действующим законодательством. Основной задачей торговли является предложить товар или услугу потребителю в определенном виде, в специализированном для торговли месте, в необходимое время и по приемлемой цене. Сочетание этих четырех элементов должно удовлетворять потребности покупателя. В этом проявляется суть данных отношений, ибо товары производятся для удовлетворения любого вкуса покупателя, а торговля должна способствовать этому.

По-разному товары попадают от производителя к потребителю. В одних случаях товары продает производитель, а в других, через сложную цепочку посредников. Чем больше будет посредников, тем выше цена товара, так как в цену товара посредники включают стоимость своих услуг. Помимо этого цена товара увеличивается на определенный процент магазином-реализатором — это уже называется торговой наценкой, так как любой вид деятельности должен оплачиваться.

Способы движения товаров и услуг на рынке

На потребительском рынке существует два основных способа движения товаров:

1. Оптовая торговля осуществляется через оптовых торговцев, которые закупают товар в большом количестве и по более низкой цене у товаропроизводителя.

2. Розничная торговля, которая непосредственно осуществляется через универсам, магазин.

Производитель продает свою продукцию крупным оптовикам, тем более мелким, а последние — в розничную сеть. И на каждом этапе продукция дорожает из-за комиссионных, рекламных и транспортных расходов, а также за счет расходов по складированию и в отдельных случаях амортизации. Когда покупатель покупает продукцию в магазине, то в конечной отпускной цене реальная стоимость продукта составляет незначительную часть, все остальное покупатель платит за то, что ему этот товар продали. По экономическим расчетам цена товара, доставляемого от производителя в магазин увеличивает его цену в среднем в 4 раза. Это самый основной способ, при котором товар приходит непосредственно к потребителю. Человек с детства знаком с этими ценами, они растут медленно и не вызывают психологического конфликта. Единственный недостаток этого

способа — это затоваривание магазинов схожей продукцией разных производителей, что вызывает затруднение в выборе покупки.

Классификация магазинов по видам

Существует несколько градаций деления магазинов на виды. В основе деления лежит специфика реализуемых товаров: специализированные и универсальные магазины.

Специализированные магазины реализуют ограниченный круг товаров одной или нескольких товарных групп. Хлеб продают в хлебных магазинах, обувь в обувных, машины в автоцентрах и т.д.

Универсальные магазины — магазины, торгующие разнообразными промышленными товарами, либо только продовольственными товарами, а в некоторых реализуются и продовольственные и промышленные товары.

В основе другой классификации лежит такая характеристика, как доступ потребителей к товарам: магазины самообслуживания и магазины с индивидуальным обслуживанием каждого конкретного покупателя.

Магазины самообслуживания — это магазины, где покупатель сам себя обслуживает, имеет реальный доступ к товарам. Может самостоятельно изучить его, ознакомиться с инструкцией и при этом не испытывать психологического давления со стороны продавца. В магазинах самообслуживания покупатель может сделать “импульсные покупки”, которые заранее не были запланированы и желание купить возникло одновременно с его непосредственным знакомством. Почему магазины самообслуживания наиболее эффективны, чем другие магазины:

1. Идет реальное знакомство с товаром, что влечет за собой незапланированные покупки.
2. В одном магазине можно приобрести товары различного профиля.
3. Приобретя массу товаров, рассчитаться можно только в одной кассе, что значительно экономит время покупателя.
4. Цены в магазинах самообслуживания должны быть ниже, потому что цена на товар в обычном магазине включает в себя и стоимость услуг продавца, обслуживающего этот товар.

Магазины с индивидуальным обслуживанием каждого конкретного покупателя

Торговля в этих магазинах строится на личном контакте между покупателем и продавцом. Этот принцип торговли еще называют традиционным, потому что он знаком издревле, характерен для отдельных видов реализуемых товаров, когда требуется непосредственный подбор товаров для конкретного покупателя, например, при покупке драгоценных изделий, косметических товаров, которые требуют индивидуального подбора, при покупке сложной бытовой техники, которая требует дополнительной информации. Также таким методом реализуются и обычные промышленные товары в маленьких магазинах, лавочках, коммерческих киосках, где нет возможности создать прямого доступа к товару из-за малогабаритности помещений. Помимо этого такой способ реализации товаров сокращает уровень кражи товаров. Тем не менее этот способ имеет ряд недостатков, а именно: большие затраты времени как со стороны продавцов на конкретного покупателя, так и со стороны покупателя — время нахождения в очереди, приобретение товаров в нескольких отделах, оплата стоимости товара в кассу.

Продажа товаров с открытой выкладкой

Это комбинация двух способов реализации товаров, которые мы с вами рассмотрели выше, когда товары реализуются в большом зале при непосредственном участии продавца-консультанта, от которого можно получить всю необходимую информацию. Также покупатель имеет реальную возможность ознакомиться с товаром при непосредственном контакте с ним, выбрать подходящую модель и уже через продавца-кассира оформить покупку. Это характерно для магазинов, торгующих автомобилями, бытовой техникой, обувью.

Покупки на рынках и ярмарках

1. Распродажа на рынках и ярмарках имеет схожесть по реализации товаров в магазинах с открытой выкладкой. Однако на практике механизм реализации товаров различен. Цена товара здесь будет намного ниже, чем в магазине, но никто вам не гарантирует качество товаров.

В случае покупки товара ненадлежащего качества вероятность возврата товара продавцу низкая. Вы сможете на рынке или ярмарке на следующий день, а тем более через несколько дней найти продавца. Здесь вы не застрахованы от мошенничества со стороны продавца, от скрытого вымогательства и обычной карманной кражи.

Реализация товаров на распродажах

Наиболее эффективный способ покупки товаров для потребителя — реализация товаров на распродажах. Потому что у него получается прекрасная возможность купить тот же самый товар, который продается ежедневно, но по более низкой цене. Распродажа проводится как на ярмарках, так и непосредственно в магазинах. «Причина проведения распродаж банальна — затоваривание. Покупая по этой системе продукцию в магазине, потребитель получает двойную выгоду — низкая цена и гарантия качества.

Где что покупать?

Юрист, который будет защищать ваши права как потребителя однозначно посоветует покупать товар в магазинах, а еще лучше в специализированных, потому что:

1. Специализированные магазины имеют прямые контакты с товаропроизводителями, а это более низкая цена, возможность гарантийного обслуживания, возможность возврата некачественного товара или замена его качественным.

2. Большой ассортимент выбора предлагаемых товаров.

3. Более квалифицированные продавцы-консультанты.

Тем не менее товары повседневного спроса можно покупать в любых магазинах, для этого необязательно заходить в специализированный. Например, хлеб можно купить и в специализированном хлебном магазине и в отделе любого другого продовольственного магазина.

Реализация товаров в кредит

Кредит — предоставление в долг товаров и услуг.

Кредитная система предоставления товаров и услуг широко развита в отношении дорогостоящих товаров и

товаров длительного пользования. Особенно эта система развита в странах со стабильной экономикой. Суть ее состоит в том, что, оплатив часть стоимости товара при покупке, остальную сумму можно выплачивать на протяжении нескольких лет. Все это оговаривается непосредственно между сторонами: продавцом и покупателем. Но при этом покупатель должен быть платежеспособен, то есть он имеет возможность в дальнейшем погасить сумму долга, а именно у него есть постоянная работа, которая приносит ему стабильный заработок, или у него есть имущество, продав которое, он сможет погасить сумму долга. Кредитные отношения вытекают из кредитного договора. Кредитный договор заключает в себе все условия сделки, а именно:

- предмет договора, т.е. какой конкретно товар продается в кредит;
- размер первоначального взноса;
- процент ежемесячных отчислений;
- срок действия договора;
- ответственность за неисполнение договора.

Данный договор может предусматривать различные формы ответственности, вплоть до конфискации товара, который был предметом данного договора. Данный договор несет в себе определенный риск как для покупателя, так и для продавца. Поэтому, заключая такой договор, следует тщательно изучить все его условия, чтобы не попасть в кабалу даже в рамках закона.

Посылочная торговля

Заговаривание продукцией вызывает необходимость разрабатывать новые формы торговли. Метод посылочной торговли избавляет покупателя от различного рода проблем, прежде всего от хождения по магазинам. Метод посылочной торговли широко практикуется средствами массовой информации, в так называемых телевизионных программах "Товары-почтой", а также через специализированные каталожные издательства. В каталоге описывается товар, его номер, основные качественные характеристики с диапазоном выбора (например, детские туфли с 11 размера по 18, цветовая гамма), а также цена товара. При этом публикуется бланк заказа, адрес и телефон фирмы распространителя. На основании заказа товар доставляется либо по почте, либо через специализированную сеть данного распространителя.

Таким образом, можно приобрести любой товар, но по цене немного выше, потому что стоимость товара включает услуги пересылки. При этом вы не застрахованы от различного рода мошенничества как с качеством товара, так и с возможностью реального приобретения товара, так как такая система предусматривает предоплату стоимости товаров. Также от момента заявки на тот или иной товар до реального приобретения проходит определенное время. Трудно будет защитить права потребителя в том случае, если он получит некачественный товар, так как торговля через телемагазины осуществляется непосредственно не самим распространителем, а как правило, через рекламных агентов. В нашей стране еще не сложилась система безусловного возврата денег за некачественный товар, что так характерно для ряда западных стран. Очень важным остается и то обстоятельство, что в ряде случаев с оформлением заказа требуется 100 процентная предоплата, но нет гарантии, что ваш заказ дойдет до адресата и не потеряется в дороге.

Коммивояжерство

Коммивояжерство — это реализация товаров непосредственно через торговых агентов.

На западе это считается наиболее эффективным способом продвижения товаров и услуг непосредственно от товаропроизводителя к потребителю, так как не требует дополнительных затрат на аренду магазинов, на заработную плату продавцам, потому что за свой труд они получают комиссионные вознаграждения — определенный процент, который устанавливается соглашением сторон от общей суммы продаж. Реализация товаров в этом случае осуществляется под давлением убеждения, чем больше на себе будет испытывать давление покупатель, тем больше вероятность того, что он купит его. Деятельность торговых агентов направлена прежде всего на тот товар, который не может быть реализован в системе общей торговли, так как слишком много однообразного товара разных производителей заполнило магазины и поэтому некоторые из них не пользуются спросом и реализуются по этой схеме через коммивояжеров. Коммивояжеров можно разделить на два вида:

1. Первые представляют непосредственно интересы конкретного товаропроизводителя и поэтому несут от-

ветственность за реализуемый ими товар, за его качество. Например, фирмы Мери Кэй, Паллада, Цептер и др.

2. Вторые таким путем зарабатывают себе на жизнь. Они покупают любой товар подешевле, а затем реализуют его по более высокой цене, принося тем самым себе прибыль. При этом качество товара гарантировать не может никто. Такой вид деятельности может в ряде случаев рассматриваться как мошенничество.

Стимулирование сбыта

Стимул — это побуждение к действию. Стимулирование сбыта — приемы, которые применяют продавцы для привлечения покупателя.

Для привлечения потребителей продавцы прибегают к таким уловкам, как объявление о сезонных распродажах, скидках, призовых лотереях, конкурсах, премиях и льготах, о чем делают соответствующую рекламу в средствах массовой информации, на телевидении, или просто вывешивают плакат непосредственно на магазине, тем самым привлекая как можно больше покупателей. Продавец ставит ставку на то, что при проведении такого стимулирования сбыта у покупателя возникнет желание сэкономить деньги и он купит незапланированный товар, может быть, в котором у него даже не было острой необходимости. И как показывает практика, продавец в накладе не остается. У него появляются дополнительные возможности реализовать товар, даже тот, который слишком долго лежал на прилавках.

Рассмотрим подробнее некоторые методы стимулирования сбыта.

Гарантийное обслуживание

Такие виды стимулов устанавливают продавцы технических товаров, сложной бытовой техники. *Гарантийное обслуживание — это обязанность продавца в течение определенного срока осуществлять техническое обслуживание конкретной техники в случае неисправности, бесплатной замене отдельных частей или всего оборудования, если причина неисправности вызвана действиями завода-изготовителя.* При покупке товара потребителю выдается гарантийный талон, как правило, сроком не более 3 лет, но продавец может установить срок больше,

чем устанавливает непосредственно товаропроизводитель. Это делается для того, чтобы привлечь покупателя.

В течение гарантийного срока некачественный товар подлежит ремонту, замене неисправных частей или полной замене неработающей вещи на новую. Причем в соответствии с Законом Республики Казахстан “О защите прав потребителей” за потребителем остается право самостоятельного выбора:

- вернуть свои деньги и полностью расторгнуть договор;
- заменить неработающие части или комплект данного оборудования;
- произвести ремонт;
- полностью заменить купленный товар на новую вещь.

Никто не может ограничить потребителя в его праве выбора, потому что потребитель при покупке неисправного товара защищен Законом.

Скидки

Скидка — это ценовое стимулирование стоимости товара.

Скидки непосредственно устанавливаются продавцом, но могут быть установлены и товаропроизводителем. Как правило, цена товара перед этим завышается и уже не обеспечивает покупательской способности. Поэтому при проведении скидки, продавец в снижении цены не лишает себя прибыли, но создает дополнительные условия для реализации товара. Он стимулирует продажу путем снижения цены, тем самым заинтересовывая потребителей. При этом никакой экономической подоплеки здесь нет, а существует единственная цель реализовать товар по приемлемой для себя цене и при этом получить прибыль. Как правило, потребитель здесь ничего не выигрывает, реально свои денежные средства не экономит. Он даже может купить этот же товар, но еще по более низкой цене, чем при скидке в другом магазине, в котором цены формируются в соответствии с экономическим обоснованием.

Скидки объявляются продавцом самостоятельно и могут быть приурочены к тем или иным событиям. Также скидки проводятся в том случае, если, покупая товар, например, телевизор, продавец просит покупателя принести его старый телевизор, за который он доплатит

ему определенную сумму. Здесь проявляется форма скрытой сделки, когда стоимость купленного товара уменьшается на стоимость сдаваемой старой вещи.

Купон

Купон дает право на снижение цены при покупке конкретного товара или при оказании конкретной услуги. Купон публикуется в средствах массовой информации или специализированных рекламных изданиях. Потребитель при наличии купона имеет право рассчитывать на конкретное снижение цены товара, которая прямо указана в купоне или только на снижение суммы цены на определенный процент.

Пароль

Для нашей республики это новый метод снижения цены товара, который осуществляется с единственной целью — привлечение потребителя с целью больше реализовать товаров, но с определенной выгодой для себя. Чаще всего такой метод рекламируется в телемагазинах, когда рекламодатель, рассказывая о качествах того или иного товара, называет “слово-пароль”, и обязательно говорит, в каком магазине можно купить этот товар. Затем, когда потребитель начинает рассчитываться с продавцом за товар, он называет “слово-пароль” и это гарантирует ему снижение цены товара на определенный процент, который заранее оговаривается рекламодателем.

Лотереи

Очень часто мы стали встречаться с тем, что товаропроизводитель или продавец объявляют розыгрыш на тот или иной товар. Например, производитель сигарет «Сверлен» объявил конкурс: кто пришлет 3 крышки с пачек сигарет, тот будет участвовать в розыгрыше и у него есть шанс получить приз. Такая рекламная деятельность приносит колоссальные прибыли как для товаропроизводителей, так и для продавцов. Такие рекламные кампании, с позиции закона, лотереями назвать нельзя. Но устроители таких лотерей преследуют только одну цель — получение как можно больше прибыли и возможность найти новые рынки сбыта.

ВОПРОСЫ

1. Объясните, как формируется цена товара или услуги. Как на процесс формирования влияют скидки, розыгрыши, лотереи и др.?
2. Магазин и его отличие от ярмарки, рынка, коммерческого киоска?
3. Где и какой товар выгоднее приобретать?
4. Какие уловки придумывают продавцы и товаропроизводители для покупателей?
5. Как вы думаете, эффективна ли торговля в нашей стране, осуществляемая коммивояжерами?
6. Назовите основные способы стимулирования сбыта товаров, с которыми вам приходилось встречаться в жизни на практике.

ВЫВОДЫ

Торговля — это совокупность операций, позволяющая товарам проделать путь от производителя к потребителю.

В магазинах самообслуживания каждый покупатель имеет возможность непосредственного знакомства с товаром.

Стимулирование сбыта — один из механизмов современной торговли, который влечет за собой привлечение покупателей и возможность реализовать залежавшийся товар.

ТЕМА 4. ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Сведения только тогда становятся информацией, когда содержат в себе конкретное сообщение, предназначенное для определенных пользователей.

Мы ежедневно получаем различного рода информацию, не задумываясь над ее источниками происхождения, и над тем, будем ее использовать или нет. Везде нас окружает поток информации, который готовится непосредственно для потребителя: на улице на рекламных щитах, в магазинах, на плакатах, в газетах, на радио и

телевидении, в разговоре с коммивояжерами, а также с друзьями или знакомыми. Мы не знаем, помогут ли нам полученные сведения, пригодятся ли они нам в дальнейшем.

Информация — одна из основных привилегий прежде всего товаропроизводителя или продавца. Они знают свой товар, знают его все плюсы и минусы, а это позволяет им полноценно владеть информацией на рынке сбыта товаров и услуг. Но прежде всего от информации пользу должен получить потребитель. Какую выгоду мы получаем, имея доступ к информации?

— Информация — это конкретное сообщение, которое содержит в себе определенные сведения.

— Информация всегда рассчитана на определенный круг потребителей, т.е. предоставляется только для тех, кто конкретно нуждается в этом товаре или в этой услуге.

Информация об определенном товаре не может быть интересна всем потребителям — это, во-первых, а во-вторых, есть такие категории граждан, которым эту информацию знать еще не положено ввиду субъективных причин. Например, реклама сигарет и алкогольных напитков не может быть рассчитана на несовершеннолетних детей, поэтому не может печататься в детских специализированных журналах.

Отдельные виды информации должны представляться определенным гражданам, которые в ней непосредственно заинтересованы. Например, услуги по ремонту автомобилей предлагаются заинтересованным гражданам в специализированной газете “Колеса”. Это позволяет сократить время в поиске необходимой информации.

Если у человека возникает необходимость получить информацию, то перед ним встает вопрос: как ее можно вылущить и где? Поэтому следует для себя сразу определиться:

- Какая конкретно информация вам необходима.
- Найти источник для получения такой информации.
- Убедить в достоверности данной информации.
- Попытаться извлечь из этого для себя определенную выгоду.

Советы друзей и знакомых

Самый доступный и самый надежный способ получения информации — это получение ее от друзей и знакомых, потому что будучи незаинтересованными лицами они просто делятся своим опытом, своими знаниями и тем самым помогают вам сориентироваться в огромном потоке информации. Например, вы решили заняться шейпингом. Огромное число клубов оказывают такие услуги, и вы не знаете, как правильно сделать свой выбор. Тогда вы обращаетесь к друзьям или знакомым, которые непосредственно занимаются шейпингом или каким-то образом сталкивались с такой информацией. И уже анализируя их мнения, вы делаете свой вывод. Самостоятельно делаете выбор в отношении того или иного клуба.

Однако данный способ имеет и свои недостатки. В первую очередь, это вызвано субъективными особенностями каждого конкретного человека. Потребности и предпочтения у каждого человека индивидуальны и поэтому, что понравится одному, может абсолютно не понравиться другому. К тому же у всех разное материальное положение, финансовое обеспечение, а это, как мы знаем, ограничивает наш выбор. Поэтому, что может позволить себе один, не может позволить другой.

И последнее, что хотелось бы отметить — ваш собеседник является таким же потребителем, как и вы, и поэтому может тоже плохо владеть информацией, излагать вам недостоверные сведения, но, тем не менее, от опыта других людей никогда нельзя отказываться. Говорят, на ошибках учатся, но всегда лучше учиться на чужих ошибках. Помните об этом.

Информация от производителя

Никто не знает о товаре или о предлагаемой услуге лучше, чем то лицо, которое предлагает или производит его — это аксиома, которая не требует доказательств.

Сегодня ЗАО «Атлант» представляет собой многопрофильное производство, позволяющее производить бытовые приборы и промышленное оборудование.

«Холодильники «Атлант» — это холодильники компрессионные, двухкамерные, предназначены для замораживания и хранения замороженных продуктов, приготовления льда в морозильной камере, охлаждения

хранения охлажденных продуктов в холодильной камере. Холодильники одной модели имеют одинаковые технические данные и незначительно отличаются по конструктивному исполнению и внешнему оформлению”, — сегодня такую информацию о своих производимых товарах дает товаропроизводитель ЗАО “Атлант”. Такая информация хотя и носит общий характер, потому что в ней говорится не о конкретной модели, тем не менее она необходима и ее можно получить только от товаропроизводителя.

Однако есть и другой вид информации, не ознакомившись с которой просто нельзя приступить к эксплуатации конкретного прибора — это технические характеристики, основные параметры работы. Например, такую информацию дает завод ЗАО “Атлант” о конкретной модели:

Параметры	МХМ-161
Общий объем холодильника	300
Полезный объем холодильника	263
Полезный объем морозильной камеры	97
Температура в морозильной камере, не выше минус	18
Температура в холодильной камере, не выше плюс	10
Мощность замораживания, не менее (кг)	10
Масса холодильника (кг)	68
Содержание серебра	1,56
Потребляемая мощность (вт)	125

Однако производитель — это самое заинтересованное лицо и скорее всего он познакомит вас только с достоинствами своего товара, умолчав при этом о его недостатках. Поэтому Закон стоит на стороне потребителя и устанавливает пределы предоставления информации для потребителя, чтобы, покупая товар, потребитель знал и о его недостатках.

Реклама

Реклама — двигатель торговли.

Мы не можем представить свою жизнь без рекламы. Только на секунду представьте, что она сошла с экрана нашего телевизора, со страниц газет и журналов, нет рекламных роликов и щитов. И мы сразу же почувствуем информационный голод, хотя и получим при этом определенные плюсы, потому что реклама для жителей

республики стала носить назойливый характер и полностью завладела нашим информационным пространством, вызывая недовольство у большинства потребителей. Реклама — это государство в государстве, где есть свои законы, правила и особенности. Реклама на сегодняшний день является одним из наиболее эффективных средств предоставления и получения информации.

Договор

Договор — это соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей — гласит статья 378 Гражданского кодекса Республики Казахстан.

Договор это прежде всего соглашение между товаропроизводителем или продавцом и непосредственно потребителем, который содержит в себе специфическую информацию, т.е. условия, которые предлагает продавец и с которыми соглашается потребитель.

Договоры могут заключаться в устной форме и содержать минимум информации, а другие, наоборот, располагаются на нескольких листах и содержат в себе подробную информацию о производимой сделке. Например, вы пришли в аптеку, показали рецепт, и провизор вам продает необходимое лекарство. Вы с ним не заключаете письменного договора, потому что в этом нет необходимости. Условия сделки просты и прозрачны. Провизор вам лекарство, а вы ему необходимую сумму денег. В дальнейшем вас не связывают никакие обязательства.

И наоборот, вы покупаете какую-то сложную бытовую технику, например, телевизор. Вы должны от продавца получить все инструкции по эксплуатации, заключить с ним письменный договор купли-продажи, к которому законом предъявляются определенные требования (например, указать условия ремонта и обмена, ответственности сторон, обязанности продавца), а также получить гарантийный талон на гарантийное обслуживание, если это предусматривается условиями сделки. Данный договор вступает в силу с момента подписания, но есть такие виды договоров, которые мы заключаем автоматически, не осознавая этого. Например, вы зашли в троллейбус и купили билет, тем самым заключили договор перевозки с транспортным предприятием, в частности, с троллейбусным парком.

Еще раз вернемся к договорам, которые мы с покупа-

телем заключаем письменно. Договор купли-продажи чаще всего заключается способом соглашения, т.е. у продавца уже имеется его конкретная форма, в котором оговариваются основные условия. Ставя подпись под договором, мы соглашаемся со всеми условиями, которые оговариваются в нем.

Однако иногда при заключении сделки требуется узнать мнение компетентного специалиста, например, юриста, потому что неправильно заключенный договор влечет за собой массу негативных последствий.

Независимые источники информации

Независимую информацию дают только незаинтересованные консультанты-специалисты либо специализированные журналы или рекламные издания. Придя в магазин, увидев изобилие товаров, у покупателя возникает необходимость посоветоваться с незаинтересованным в продаже специалистом, который поможет сделать выбор, расскажет о достоинствах и недостатках данного товара, поможет сориентироваться в однообразных товарах разных производителей. Как правило, такую информацию мы получаем на страницах средств массовой информации или в специализированных журналах, которые занимаются защитой прав потребителей. Такие издания позволяют лучше ориентироваться на рынке товаров и услуг, а также формируют общий уровень потребительской информации.

Специальные потребительские издания

Потребительские издания преследуют одну цель — донести до каждого потребителя независимую информацию, которая поможет им правильно ориентироваться на рынке товаров и услуг. Во многих странах мира есть такие издания. Они выпускаются в виде газет или журналов и содержат информацию о тех или иных товарах или услугах. В Республике Казахстан — это журнал “Эгида”. Также можно отметить и деятельность в этом направлении газеты “Я покупатель и собственник”, хотя она и не является специализированным изданием в области прав потребителей, тем не менее дает много полезной информации, которая позволяет правильно ориентироваться в огромной массе предлагаемых товаров и услуг.

Основной задачей специализированных изданий является: дать потребителям объективную информацию. В них публикуется информация о том, как правильно выбрать тот или иной товар, даются основные характеристики конкретных товаров и изделий, правовые консультации о том, как правильно себя вести в сложных потребительских ситуациях, как произвести экспертизу товара, где можно получить консультации специалиста; как непосредственно защитить свои потребительские права. Как правило, такие издания не занимаются рекламной деятельностью.

Советы специалистов

Получение информации о товаре или услуге зачастую еще ни о чем не говорит, потому что нужно правильно овладеть информацией. Например, выше мы с вами рассматривали технические характеристики конкретной модели холодильника “Атлант”. Однако, если мы с вами не являемся специалистами в этой области, то нам ничего не говорят проставленные в таблице цифры. Поэтому еще одним источником информации для потребителей являются советы специалиста, который поможет правильно ею овладеть, разобраться в терминологическом ряду понятий, а также в условиях договора.

Глава “Куда обратиться за помощью” поможет вам сориентироваться в структуре Общества защиты прав потребителей и объяснит, где можно найти специалиста, который окажет консультативную помощь. Организации по защите прав потребителей составляют списки неблагонадежных компаний и банков, фирм, которые нарушают права потребителей и тем самым помогут вам не совершать ошибок, потому что исправлять их потом в судебном порядке намного сложнее.

Как пользоваться информацией?

Информацией мало владеть, ею необходимо пользоваться. И чем разумнее ее использовать, тем больше выгод можно извлечь для себя. Поставив перед собой цель купить товар или воспользоваться определенными услугами, следует обязательно получить аналогичную информацию от конкурирующих фирм. Следует сравнить полученную информацию, провести аналогию по объему предоставляемых услуг, по качеству товаров, полу-

чить консультацию у специалиста, принять к сведению мнение постоянного клиента данной фирмы и сделать для себя определенный вывод — купите вы данный товар или воспользуетесь услугами данной фирмы. Открыв любую рекламную газету, вы увидите несколько десятков объявлений от фирм, которые реализуют сахар. Причем каждая фирма зазывает клиента путем предоставления скидок, услуг доставки товара на дом и других. Вам сложнее будет выбрать в условиях, так называемых “глаза разбежались”, и сделать вывод. Вы начнете обзванивать фирмы, потому что иногда реклама не совпадает с объемом или ценой, которую реально представляет фирма. Вам нужно узнать доставку на дом — это до подъезда или непосредственно в квартиру, что тоже немаловажно. Вы будете узнавать у соседей или знакомых, через какие фирмы они покупают такие товары, выгодно ли это сделать в сахарных центрах или на базаре, гарантируется ли при этом точность веса. Вы можете позвонить в любое общество по защите прав потребителей, узнать, владеют ли они такого рода информацией. А сделав вывод, вы уже непосредственно будете выбирать.

ВОПРОСЫ

1. Что такое информация? Какие виды информации может получить потребитель?
2. Где потребитель находит необходимую для себя информацию?
3. Как правильно использовать полученную информацию?

ВЫВОДЫ

Чем большим объемом информации относительно рынка товаров и услуг владеет потребитель, тем увереннее он будет чувствовать себя.

Покупая дорогую вещь, соберите о ней максимум информации. Это позволит вам сделать правильный выбор в отношении той или иной модели.

Используйте независимые источники информации. Они не заинтересованы в продвижении товаров и услуг конкретных фирм и поэтому дают объективную информацию.

ТЕМА 5. ЧТО ЧИТАТЬ НА ЭТИКЕТКЕ ТОВАРА?

Какую информацию можно узнать на упаковке товара?

В предыдущих главах мы с вами рассматривали, где можно получить необходимую для себя информацию, и отметили, что наиболее ценную может дать товаропроизводитель — изготовитель конкретного товара. Чаще всего всю необходимую для потребителя информацию о качестве товара, об условиях эксплуатации или использования он публикует на его упаковке. Эта самая первая информация, с которой мы сталкиваемся на прилавках магазина, приходя в магазин, к примеру, за детским питанием. Нам следует подойти к определенной витрине, где мы увидим множество различных упаковок и баночек, и нам мало просто знать, что это детское питание. Нам следует знать, с какого возраста можно давать этот продукт, из каких круп произведена та или иная каша, какие дополнительные добавки используются при его изготовлении, срок годности данного товара и срок его выработки. Такую информацию мы можем получить, только прочитав конкретную упаковку.

Для чего нам нужна информация с упаковки?

- Для того, чтобы товар использовать по назначению.
- Чтобы из большого числа идентичных товаров выбрать необходимый.
- Чтобы знать срок эксплуатации.

Для обозначения терминов на упаковке ставят определенные символы, которые понятны потребителям в различных странах мира, потому что имеют международную классификацию.

Как читать маркировку?

Все символы, которые указываются на упаковках товаров и на самих товарах, подразделяют на четыре группы:

- указывающие на экологическую безопасность товара;
- подтверждающие соответствие стандартам качества и безопасности;
- рассказывающие о составе продукта;
- информирующие о правилах пользования товаром.

Кроме того на ряде товаров, а прежде всего на лекарствах и медицинских препаратах, продуктах питания

парфюмерно-косметических средствах указывают дополнительную информацию: срок годности, состав входящих компонентов и противопоказания к применению.

Экологические символы

Каждый из нас, покупая тот или иной товар, прежде всего заботится о своем здоровье и о здоровье близких ему людей. Недаром народная мудрость гласит — все можно купить, кроме здоровья, это одна из единственных ценностей человека, которая не имеет стоимости. Поэтому мы всегда стремимся покупать экологически чистые продукты. Но как это определить на практике? (См. приложение 1.)

Рисунок 1 означает, что этот продукт является экологически чистым. Знак называется “Голубой ангел”, где центральная фигура в виде человечка заимствована из эмблемы программы ООН по окружающей среде. Родина этого знака Германия, впервые он появился на упаковках товаров в 1978 году.

Рисунок 2 называется “Зеленая точка” означает прежде всего, что отходы после эксплуатации данного продукта подлежат вторичной обработке. Этот символ разработан в Германии для того, чтобы отходы в дальнейшем не засорили окружающую среду.

Рисунок 3 показывает символ, который называется “ресайклинг”, используется на товарах, произведенных в США, Великобритании и в скандинавских странах. Он обозначают как предметы, поддающиеся переработке, так и те, что уже получены путем переработки отходов или вторичного сырья. Как правило, под этим знаком выпускаются промышленные товары.

Рисунок 4 называется “Не сорите”, означает, что после использования данного товара вы должны тару сдать в специальные пункты по переработке.

Рисунок 5 был разработан под воздействием экологической катастрофы, вызванной образованием “озоновой дыры”. Так, знак ставится на продуктах, которые не наносят вред озоновому слою. Он был разработан в соответствии с Венской конвенцией об охране озонового слоя.

Рисунок 6. Данный символ содержит изображение флажка, что означает, что продукт не был опробован на животных. Этот знак наносится после строгого контроля и означает, что ни один из компонентов данного продукта не был опробован на животных.

Рисунок 7. Этим знаком маркируются товары фирмы, выпускающие письменные принадлежности из экологически чистого сырья.

Рисунок 8 отмечает экологически чистые стиральные и посудомоечные машины фирмы.

Стандарты качества и безопасности

Стандарты качества и безопасности содержат, в первую очередь, знаки безопасности, и они никак не характеризуют качество данного товара. Такие знаки устанавливаются на сложной бытовой технике — холодильниках, микроволновых печах, посудомоечных машинах и др. Сделать выбор из большого множества товаров можно, анализируя эти знаки, которые устанавливает изготовитель. Причем надо проверить, чтобы этот знак стоял в целом на всем изделии, а не на комплектующих вещах. Например, вы покупаете микроволновую печь, а такой знак стоит только на электропроводе. Это говорит о том, что электропровод безопасен, а вот обладает ли качествами безопасности вся машина — это сложный вопрос, потому что скорее всего она не прошла тестирование на безопасность. Об этом мы поговорим в следующей главе. Во многих странах Европы и, в частности, еще в Канаде, России требования безопасности совпадают с казахстанскими. Знаки соответствия стандартам и качествам приведены в таблице 1. (См. приложение 2). Изучив их более подробно, вы сможете правильно ориентироваться на рынке качественных и некачественных товаров.

Состав продукта

Состав продукта указывается на этикетке или в прилагаемой инструкции к данному товару (у лекарственных препаратов это лист-вкладыш). Из такого пояснения можно получить дополнительную информацию о компонентах, которые входят в состав данного продукта. В соответствии с действующим законодательством вся информация должна быть представлена на государственном языке или на языке межгосударственного общения, т.е. она должна быть понятна для большинства граждан, проживающих на территории Республики Казахстан.

Правила пользования товаром

Эта группа знаков встречается чаще всего на одежде. Они дают подробную информация о том, как следует обращаться с данной вещью. Как ее хранить, стирать, гладить, сушить и др.

Как правильно определить размер изделия?

Чаще всего размеры, указанные на товарах отечественного производства, не соответствуют общим мировым стандартам. Это, в свою очередь, затрудняет покупку, поэтому можно купить на размер больше или меньше. В нашей республике действуют такие же стандарты, как и в России, потому что раньше мы были единым государством. Чтобы правильно ориентироваться на рынке размеров товаров, разработаны специальные табличные данные:

Штрих-код

Штриховой код — комбинация последовательно расположенных параллельных штрихов и промежутков между ними в машиночитаемой форме, а также визуально читаемых знаков, размеры и расположения которых установлены определенными правилами.

Штрих-код — это средство передачи информации от товаропроизводителя к оптовому продавцу или розничному. Он содержит прежде всего данные о стране-производителе. На многих товарах помимо пресловутого "сделано в..." содержится еще и штриховой код, который состоит из определенных полосок с рядом цифровых знаков. Данная информация мало интересует обычного потребителя, потому что предназначена прежде всего для продавцов.

На сегодняшний день разработано несколько систем кодирования, но наиболее популярны только две:

1. Американская система Универсальный товарный знак, которая состоит из 12 цифр.

2. Европейская система кодирования, которая состоит из 8 цифр.

Давайте рассмотрим, что из себя представляет код. Первые две цифры обозначают страну происхождения товара, следующие пять — код предприятия-изготовителя, следующие пять — наименование товара, его потре-

бительские свойства: размер, цвет, вес. Последняя цифра контрольная и используется для проверки правильности считывания штрихов сканером.

ВОПРОСЫ

1. Какую информацию содержит в себе этикетка товара?
2. Что обозначают специальные символы, которые устанавливаются непосредственно на товарах?
3. Как правильно прочитать штрих-код?

ВЫВОДЫ

Специальная маркировка товаров дает возможность потребителю получить необходимую информацию о товаре.

Обращайте внимание на знаки, которые поясняют, как правильно ухаживать за этой вещью.

Штрих-код — это не гарантия качества, а средство передачи информации, необходимой для изготовителя и продавца.

ТЕМА 6. ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ

Изделия (или услуги) только тогда высококачественны, когда при их производстве и использовании потребляется минимум энергии и материалов, когда они служат на благо счастья и здоровья тех, кто ими пользуется, кто их производит, а также тех, кто от них избавляется, не причиняя при этом ущерба окружающей среде.

(Ван Донкелоар)

Выбирая товар в магазине, мы смотрим не только на внешний вид, на его упаковку, но больше всего мы всегда задумываемся о его качестве. Как проверить качество? Как узнать об этом? Ответ на такой вопрос касается как потребителя, так и продавца. Фирмы, имеющие сеть магазинов и реализаторов, обязаны каждого из них обеспечить копией сертификата. Причем действительны

будут только те копии, которые заверены печатью органа по сертификации, выдавшего данный оригинал. Копии сертификата на товар должны заверяться этим органом только при наличии накладной, оригинала сертификата или ранее заверенной копии.

Владельцы иностранных сертификатов, т.е. тех, которые выданы соответствующими организациями в государствах товаропроизводителей, меняют “иностраннный сертификат” на казахстанский в органах по сертификации. Только при наличии казахстанского сертификата можно реализовывать иностранный товар на территории нашей республики.

Поэтому смело требуйте от продавца сертификат качества на товар и не забывайте при покупке брать чек. Ведь если вы дома обнаружите, что приобрели некачественный товар, вы сможете предъявить продавцу претензию лишь при наличии этого документа, удостоверяющего факт покупки.

Сертификация и ее значение для потребителя

Сертификация — средство предоставления потребителю гарантий в том, что купленное им изделие отвечает требованиям действующих нормативных документов, независимо от того, когда, кем и где оно изготовлено.

В международной практике сертификация — это процедура, посредством которой потребитель получает гарантию в том, что продукция, технологический процесс или услуга соответствуют заданным требованиям. Сертификация товаров и услуг проводится прежде всего потому, что данная процедура подтверждает безопасность товара для здоровья и жизни человека, его имущества и окружающей природной среды, а также для повышения конкурентоспособности продукции.

В Республике Казахстан, как и в любой стране мира, существует нормативно-правовая база, которая регулирует данные отношения путем признания организации, которая официально получила право проводить сертификацию продукта. Это значит, что данная организация отвечает установленным международным требованиям, имеет высококвалифицированный штат сотрудников — специалистов в области сертификации, пакет необходимой нормативной документации, взаимодействует с испытательными лабораториями, которые выдают протоколы испытаний — основание для выдачи сертификата качества.

В сертификате указывается, что такой товар, такая-то его партия соответствует принятым в Республике Казахстан стандартам. Этот сертификат должен сопровождать товары по пути следования их от товаропроизводителя или изготовителя до конкретного покупателя. Каждый потребитель, истребовав сертификат соответствия у продавца, тем самым удостоверяется в качестве предлагаемого товара. Каждый продавец обязан предоставлять по первому требованию сертификат на реализуемые товары или на предоставляемые услуги.

Сравнительные потребительские испытания

Покупая тот или иной товар, мы преследуем цель купить не просто вещь, а хорошую, которая обладает лучшими качественными характеристиками. Но как узнать о качестве товара? Ведь сам факт того, что мы покупаем в самом дорогом магазине или по самой высокой цене, еще не говорит о его качестве. Для этого создается особый правовой механизм — потребительское тестирование.

Потребительское тестирование — это прежде всего испытание, которое проводится с целью выявления качественных характеристик конкретного товара.

Потребительское тестирование — это испытательный процесс, который определяет качество товара или услуг. К определенному товару, продукту или услуге предъявляются определенные требования, которые свойственны только этому конкретному изделию. Никому в голову не придет проверять технику на вкусовые качества, а продукты питания на прочность. Поэтому проведение потребительского испытания — это сложный процесс, который осуществляется независимыми потребительскими организациями в специально для этого создаваемых центрах.

Сравнительное потребительское исследование — это сравнение потребительских свойств данного товара или услуг с такими же свойствами аналогичных товаров или оказываемых услуг.

Для получения сведений тестирование проводится независимыми специалистами, причем товаропроизводитель, продавец и рекламодатель не может влиять на процесс и исход исследования. Поэтому к мнению исследования потребительских центров прислушиваются не только потребители, но и все заинтересованные

лица, которые непосредственно связаны с движением товаров на рынке от товаропроизводителя до потребителя. И чем больше положительных характеристик получает тот или иной товар, тем большим покупательским спросом он будет пользоваться, причем не только в стране, где его произвели, но и за рубежом. Все потребительские организации во всем мире объединились в одну международную организацию "Международные испытания". Члены этой организации обмениваются опытом, результатами испытаний, а некоторые испытания проводят совместно. Все потребительские испытания проводятся всегда бесплатно.

Механизм проведения потребительских испытаний

Разработан единый механизм проведения потребительских испытаний для всех потребительских организаций, который и содержит в себе определенные правила. Эти правила определяют единый подход в проведении тестирования и обеспечивают независимость, беспристрастность и объективность. Основные правила:

- все товары должны закупаться в открытой торговой сети, которые доступны каждому потребителю;
- о проводимых испытаниях не информируют заинтересованных лиц: товаропроизводителя, продавцов, рекламодателей;
- товары для испытаний покупаются обычными потребителями;
- результаты испытаний обязательно публикуются в журнале для потребителей;

Сравнительное потребительское тестирование осуществляется в несколько этапов:

- определяется цель исследования, основное направление;
- объекты исследования должны обладать схожими функциями и устройствами (нельзя сравнивать чай и кофе, хотя и тот и другой являются напитками, также как кисель и компот. У каждого из этих продуктов свои качественные характеристики, которыми он должен обладать);
- закупка образцов для тестирования.

Важным моментом является то, что товары должны закупаться в обыкновенных магазинах или на базарах, где покупает их основная масса потребителей. После этого разрабатывается программа испытаний — определяют

ся основные свойства исследования данного товара. Это и различные технические характеристики, функциональные возможности, а также могут исследоваться условия гарантийного ремонта. Сам механизм проведения тестирования осуществляется в специализированных лабораториях. И, как правило, результаты исследования фиксируются в сравнительных таблицах, удобных для восприятия. Каждое потребительское исследование заканчивается выводом, содержащим в себе результаты испытаний.

Как читать результаты тестов?

Ряд потребительских испытаний в выводах дает общую оценку качества товара, которая влияет на формирование мнения потребителя, а другие исследовательские организации общих выводов не констатируют и оставляют это право каждому потребителю сделать самостоятельно. Но так как все исследования проводятся в соответствии с установленными общими правилами, то суть результатов теста в принципе во всех потребительских организациях одинакова.

Мы с вами попытаемся разобраться в результатах тестирования и постараемся научиться их читать, чтобы уметь самостоятельно делать выводы. Например, давайте рассмотрим тест на функциональные возможности электронных словарей:

Словарь	Language teacher ER 2200	CITIZEN ED 680	LANGUAGE TEACHER ER 3000	LANGUAGE PROFESSOR BM 132ER	SUPERIOR S-738
Примерное количество слов	450000	62000	40000	9000	1500
Языки слов	англ Русск	англ Русск	англ Русск	англ Русск	5 языков
Запоминание новых слов	+	+	+	+	+
Разговорник	+	+	+	-	+
Транскрипция при переводе					На 6 языках
Обучающие игры	-	+	-	-	-
Поиск слов по первым буквам	+	+	+	-	-
Исправления Правописания	+	+	+	+	+
Учебник Грамматики	+	+	-	-	-

Просматривая эту таблицу, вы уже можете самостоятельно сделать вывод о том, какая вам модель необходима. Стоит ли брать электронный словарь на 5 языках, если вам нужен только один. Вы можете определить основные функциональные возможности и, даже элементарно проанализировав тест, выбрать ту модель, которая будет отвечать вашим запросам и соответственно цене, чем больше характеристик будет у модели, тем выше будет у нее и цена.

Что такое тестирование услуг?

Услуги — это своего рода тоже товар. Поэтому потребительское тестирование услуг — это более кропотливое и сложное тестирование, потому что если товар А фирмы Б может продаваться на всей территории Республики Казахстан, то услуги оказываются в каждом конкретном городе разными фирмами. Например, все прачечные и химчистки города Алматы, работая на современном французском оборудовании, могут оказывать различный уровень услуг, а тем более если их сравнивать с другими городами Казахстана. Но вся суть данного тестирования состоит в том, что они интересны будут только для конкретного региона или города. Сложно себе представить, что кому-то понравилась химчистка города Астаны, и он туда поедет чистить вещи. Нет, конечно. Потребитель проанализирует исследования химчисток своего города и уже выберет лучшую.

В основе потребительского исследования услуг лежит социологический опрос жителей конкретного города, а также его гостей, которые пользовались данными услугами. Затем результаты опроса обобщаются и составляется общая картина. Причем ряд социологических исследований дает возможность высказать собственное мнение и получить дополнительную сопутствующую информацию. Например, как можно стать постоянным клиентом, и как правильно воспользоваться системой скидок при оплате и другое.

Бренды-подделки

Покупая дорогую вещь, мы всегда опасаемся купить подделку. А что это такое? Вы когда-нибудь задумывались над этим? Вещь-подделка, как правило, с виду по-

хожа на настоящее изделие, и только в процессе эксплуатации можно определить, подделка это или нет. Наверное вы тоже с этим сталкивались и видели, каково разочарование человека, который приобрел подделку. Заплатил деньги за несуществующее качество изделия.

Как защитить себя от этого? Чем отличаются подделки от настоящего товара? Прежде всего:

- ценой товара. Качество всегда дорого стоит, а некачественный товар быстрее стремятся продать, и поэтому он будет стоить дешевле;

- нарушена сложная упаковка товара (характерно например, это для французских духов);

- внешний вид подделки всегда хуже и др.

Кто определяет, подделка это или нет? Непосредственно покупатель. Также самым заинтересованным лицом является товаропроизводитель. Как правило, товаропроизводители самостоятельно отслеживают поддельную продукцию. И третьей заинтересованной стороной является рекламодатель.

В заключение хотелось бы отметить, что самый качественный товар можно купить непосредственно у товаропроизводителя, а сложную бытовую технику никогда не покупайте на базарах, где нельзя проверить качество товара. Но, а если вы все же купили товар, не сомневайтесь в его качестве, то постарайтесь на долгое время сохранить товарный чек, это будет одним из доказательств, которое поможет вам защитить ваши права как потребителя.

ВОПРОСЫ

1. Потребительские испытания. Кто их проводит?

2. Сертификат качества и его значение.

3. Потребительское тестирование услуг и товаров.

Как правильно применить на практике знания, полученные из тестов?

ВЫВОДЫ

Сертификация товара определяет соответствие качеству товара, которое фиксируется в сертификате качества.

Потребительское тестирование определяет качество конкретного изделия путем сравнения аналогичных моделей различных производителей.

Тестирование проводится независимыми экспертами с соблюдением установленных правил, что гарантирует независимость и объективность.

ТЕМА 7. РЕКЛАМА И ЕЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Рекламой является любая информация о продукте, имеющая целью его продвижение на рынок. Главная цель любого рекламного сообщения — привлечь внимание потребителей, то есть нас с вами, к конкретному товару, услуге или фирме, сформировать доброжелательное отношение к ним. Реклама является оплаченной информацией, за ее появление на страницах газеты, на экране телевизора, на рекламном щите кто-то платит.

Задача рекламы — заставить вас, прямо или косвенно, приобрести товар конкретной фирмы, либо обратиться к услугам организации (магазина, банка, туристической компании и т. п.). Можно рекламировать конкретный товар: батончик шоколада, стиральную машину определенной модели, туристический маршрут, можно товарный знак, то есть весь комплекс товаров, производимых под определенной маркой: все равно, что вы видите, главное, чтобы это была продукция с маркой, например, «Сони» или «Панасоник».

Можно выделить следующие основные формы рекламы:

– *наружная* — эффективное средство при долговременной реализации товара. Примером могут послужить всевозможные щиты, плакаты и табло на улице, реклама на общественном транспорте или на воздушных шарах, которые стали атрибутом многих праздников;

– *почтовая* — зависит от правильности выбора адреса и от содержания рекламного проспекта. Здесь очень важно не переборщить. В развитых зарубежных странах уже боятся попасть в какую-нибудь базу данных, сведения из которой используют для адресной доставки рекламных продуктов. Нам все чаще приходится вынимать из почтового ящика различные агитирующие листовки и бесплатные рекламные газеты;

– *представительская* — проспекты и различные буклеты для организаций и предприятий;

– *газетная или журнальная* — средство активизации массового сбыта, зависит от периодичности журнала и газеты, наличия в ней программы телепередач. Некоторые

газеты умудряются растянуть недельную программу телепередач на восемь страниц, чтобы как можно больше рекламы всегда было в поле зрения читателя;

- *реклама на радио и телевидении* — имеет свои преимущества (видовой, звуковой ряд, удачно выбранное время, частотность и др.).

Наиболее популярные приемы, используемые в рекламе: лозунги, апелляции к разуму и эмоциям.

Лозунги. Реклама часто использует звучные фразы мало или ничего не значащие. “Мы заботимся о вас и вашем здоровье” и т. п. При достаточно частом повторении такие лозунги невольно оказывают влияние на покупателя.

Апелляция к разуму покупателя. Чтобы убедить потребителя покупать определенный продукт, реклама взывает к разуму потребителя. “В нашем креме содержится экстракт трав, которые полезны коже”. Такой прием часто используют в рекламе здоровой пищи, обезболивающих и других медикаментов. Акцент делается на пользе.

Апелляция к эмоциям (апелляция — в данном случае обращение за поддержкой к общественному мнению). Реклама, влияющая на психологию потребителя. Это может быть сделано несколькими способами:

— клятвенными заверениями. К этому типу относятся использование звезд кино, музыки, спорта, рекламирующих спортивные товары или косметику;

— использованием эффекта “стадности”. Реклама может уверять, что абсолютно все люди любят именно тот продукт, и человек будет чувствовать себя неловко, каким-то исключением. Этот эффект часто применяется в рекламе напитков и автомобилей;

— призывом покупать популярные товары. Этот тип рекламы внушает, что только с помощью определенных товаров можно достигнуть успехов в жизни или найти любимого человека. Типичный пример — реклама американских сигарет.

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

Небесполезными будут некоторые советы при оценке рекламы:

- Слишком щедрые рекламные обещания — это всегда приглашение к лотерее, где на одного счастливого придется тысяча неудачников, оплативших успех этого одного. Однако извлечь из нее некоторую информацию все-таки можно.

- Не поддавайтесь первому импульсу. Возьмите за правило сопоставить хотя бы несколько рекламных объявлений на интересующую вас тему. Постарайтесь также поговорить с людьми, которые уже прибегали к услугам фирмы, чья реклама привлекла ваше внимание.

- Помните, что из радио- и телевизионной рекламы можно с уверенностью почерпнуть только название фирмы и ее адрес, телефон.

- Связавшись с фирмой лично или по телефону, добейтесь подтверждения или расшифровки рекламных обещаний. Расспросите, есть ли и каковы гарантии; сопоставьте цены этой фирмы и других, продающих аналогичный товар.

- Чем заманчивее на первый взгляд рекламные обещания, чем сказочнее предлагаемые условия, тем осторожнее отнеситесь к этой рекламе, тщательнее ее проверьте.

- Имейте в виду, что частота демонстрации рекламы определенной фирмы ни в коей мере не свидетельствует о ее надежности. Кроме того, помните, что рекламу предприниматель оплачивает со своих счетов, но из вашего кармана, увеличивая цену.

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

- Не доверяйте рекламе, предлагающей прислать товары по почте с предоплатой. Прежде чем оплатить такой заказ, убедитесь в надежности партнера, узнайте его точный адрес, действительно ли товар есть в наличии. Вспомните классический пример подобного надувательства, когда в одной американской газете появилось объявление, о том, что всего за один доллар можно узнать способ заработать миллион. Всем, кто послал один доллар по указанному адресу, пришел один и тот же ответ, что именно таким вот способом и зарабатывается миллион (если миллион соблазненных пришлют по доллару).

Рассмотрим основные виды неправомерной рекламы: недобросовестной, недостоверной, неэтичной, заведомо ложной и скрытой.

Недобросовестная реклама. Недобросовестной считается реклама, которая вводит потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара подражанием или копированием текста, звуковых эффектов, используемых в рекламе других товаров, либо злоупотребляющая доверием физических лиц или недостатком у них опыта, знаний. Недобросовестной является также реклама, в которой порочится товар конкурента, создается ложное представление о правилах эксплуатации товара, используются ссылки на такие результаты исследований, которые можно трактовать по-разному и т.п.

Недостовверная реклама. Недостовверной является реклама, в которой присутствуют несоответствующие действительности сведения о товарах (его характеристиках, назначении, потребительских свойствах, стоимости товара, доставки, обмена, гарантийных обязательств и сроков годности, службы и т.д.) Примером недостоверной рекламы является использование превосходной степени («самый», «только», «лучший», «абсолютный», «единственный»), когда это невозможно подтвердить документально. Примеров недостоверной рекламы накопилось достаточно много.

Неэтичная реклама. Неэтичная реклама — та, которая содержит текстовую, зрительную, звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали. Это случаи употребления оскорбительных слов, сравнений образов расы, национальности, профессии, социальной категории, возрастной группы, пола, языка, убеждений физических лиц. Или реклама порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние, государственные символы, какое-либо физическое или юридическое лицо, деятельность, профессию, товар.

Заведомо ложная реклама. Заведомо ложной является реклама, с помощью которой рекламодаделец умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы.

Скрытая реклама. Скрытой называется реклама, которая не говорит открыто: «Я — реклама, за меня заплачено», а маскируется под статью «независимого» журналиста, интервью с руководителем фирмы или с ее клиентом и т. п. Скрытая реклама также вводит потребителя в заблуждение. Ведь одно дело, когда о достоинствах товара говорит человек в этом товаре заинтересованный, и совсем другое, когда свое мнение высказывает незави-

симый эксперт. В отсутствие жесткого законодательства о рекламе наши средства массовой информации очень часто используют скрытую рекламу как один из источников своего существования.

В начале этой главы мы говорили о том, что реклама направлена на то, чтобы побудить потребителя купить конкретный товар или обратиться к услугам конкретной фирмы. Однако из этого правила есть одно исключение - это так называемая социальная реклама. Социальная реклама пропагандирует не конкретную фирму или товар, а некие общественные ценности, моральные нормы общества, правила поведения. Примером такой рекламы могут служить призывы соблюдать чистоту в родном городе, быть внимательными к родителям, помогать инвалидам и т. п. К социальной рекламе можно отнести напоминание государственных органов об уплате налогов и своевременной сдаче декларации о доходах, разъяснения сути пенсионной реформы и т. п.

ВЫВОДЫ

1. Реклама - это информация для потребителя, но информация особого рода. Она призвана привлечь ваше внимание к конкретному товару и побудить купить именно его, а вовсе не дать этому товару объективную информацию.

2. Критически относясь к рекламе, внимательно вчитываясь в нее, сравнивая рекламу разных фирм, вы сможете извлечь из рекламы много полезной информации.

3. К сожалению, встречается недобросовестная реклама. Поэтому не доверяйте слепо любому рекламному утверждению. Средства массовой информации не несут ответственности за содержание рекламы, поэтому недобросовестная реклама может появиться в самой солидной газете или телепрограмме.

4. Помните, что если недобросовестной рекламой вам нанесен ущерб, вы можете потребовать от рекламодателя возмещения убытков.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Почему на телевидении, на радио, в печати много рекламы? Зачем она нужна?

2. Вспомните несколько рекламных девизов. Почему они вам запомнились? Содержат ли они какую-то конк-

ретную информацию о свойствах рекламируемого товара или о деятельности рекламируемой фирмы?

3. Почему в рекламе стирального порошка сравнение идет с “обычным стиральным порошком”, а не с порошком другой фирмы?

4. Можно ли потребовать от продавца приобретения именно такого товара, который выставлен на витрине и именно по той цене, которая там отражена?

ТЕМА 8. НАШИ РАСХОДЫ

Человеческие потребности и возможности практически всегда не совпадают. Наши родители еще хорошо помнят коммунистический лозунг — от каждого по способностям, каждому — по потребностям. Конечно, хорошо бы, чтобы такое совпадение достигалось за счет бурного роста возможностей. Однако в жизни гораздо чаще приходится умерять желания с учетом возможностей. Как же добиться приемлемого сочетания?

Вы не можете жить, не тратя денег. Чтобы что-то использовать, что-то обычно надо купить. Правда, в старые времена люди сами производили большую часть того, что они потом потребляли (вели натуральное хозяйство): сеяли рожь и пшеницу для выпечки хлеба, держали скот для получения молока и мяса, растили лен для производства одежды.

Но в современном обществе с развитым разделением труда большую часть необходимых нам товаров и услуги приобретаем за деньги. Отсюда и необходимость учиться грамотно эти деньги тратить.

Из денег не надо делать кумира, им не стоит приписывать чудодейственные свойства: деньги для потребителя — всего лишь инструмент для удовлетворения потребностей. Однако к ним все-таки стоит относиться с уважением. Не зря народные пословицы, не одобряющие скупцов и скряг, все-таки одобрительно отзываются о людях рачительных и бережливых: «Копейка рубль бережет», «Денежки счет любят» и т. п. Скупость так же достойна осуждения, как и мотовство, а оптимальный вариант, как всегда, между этими крайностями.

Разный уровень доходов, безусловно, определяет разницу в расходах: богатый при прочих равных условиях, естественно, будет тратить больше денег, чем бедный. Однако сплошь и рядом мы видим, что у двух

лей с примерно одинаковым уровнем доходов и примерно одинаковой структурой расходов финансовое положение различно: у одного всегда есть деньги, другой постоянно испытывает их нехватку. Почему?

Важную роль здесь играет такое понятие, как *бюджет*. Само это слово означает совокупность доходов и расходов человека (фирмы, или даже целого государства) за некоторый промежуток времени. Чтобы вести бюджет, мы вначале составляем своего рода финансовый план, в котором прогнозируем доходы и расходы на какое-то время. Затем проверяем, насколько реальные доходы соответствуют планируемым расходам, то есть «отслеживаем исполнение бюджета».

Если доходы оказываются равными расходам, то такой бюджет называется сбалансированным. При превышении расходов над доходами имеет место дефицит бюджета — это значит, что часть расходов произведена за счет заемных средств. Наконец, если денег получено больше, чем потрачено, то мы можем говорить об их избытке, или о профиците бюджета.

Проблема сбалансированности бюджета существует не только на уровне отдельного человека, но и страны в целом. Для Казахстана, как и для многих других стран, типичной ситуацией является дефицит государственного бюджета — то есть государство тратит больше, чем получает в виде налогов, занимая для этого деньги у граждан, фирм и даже за рубежом. Нам, потребителям, вести себя таким образом значительно сложнее.

Что дает нам ведение собственного бюджета?

Во-первых, возможность понять, куда же на самом деле уходят деньги. К сожалению, очень часто деньги расходуются «по мелочам».

Каждая отдельная трата вроде бы незначительна по сравнению с общей суммой доходов, однако деньги исчезли «неизвестно куда». Запись расходов и их анализ позволяют бороться с этим: конечно, потраченных денег уже не вернуть, но можно будет по крайней мере сделать выводы на будущее.

Во-вторых, планируя бюджет заранее, вы можете представить все свои потребности и сопоставить их с точки зрения важности (выстроить «иерархию потребностей»). Что важнее: съесть каждый день по мороженому, покупать раз в неделю по новому компакт-дису или накопить за три месяца на новый плеер? Если вы включили все эти траты в запланированные расходы

своего бюджета, а потом видите, что ваших доходов на эти цели не хватает, то вы волей-неволей задумаетесь о том, какие расходы важнее. И, тратя деньги, будете действовать на основе заранее обдуманного и принятого решения.

В-третьих, сами расходы бывают разных типов. Например, они делятся на текущие и долговременные: одно дело — регулярные завтраки в школьном буфете и совсем другое — покупка велосипеда или компьютера. Если первые расходы производятся за счет текущих доходов, то для вторых, видимо, потребуется в течение некоторого времени откладывать часть доходов или попытаться заработать дополнительные деньги — то есть увеличить доходную часть бюджета.

Расходы, кроме того, бывают запланированные и незапланированные. Проанализировав бюджеты за несколько периодов, вы получите возможность оценить, какую долю в них занимают непредвиденные расходы и на что они идут. Это могут быть самые разные траты — от покупки подарка на день рождения, о котором вы забыли или не рассчитывали быть приглашенным, до оплаты проезда в такси. Возможно, некоторых из них можно было избежать (например, выйдя из дома заблаговременно до начала спектакля, можно было не тратиться на такси), а на какие-то имеет смысл заложить в бюджете некоторый резерв, чтобы незапланированные расходы не лишили вас возможности потратить деньги на что-то действительно необходимое.

Большинство людей соглашается с тем, что вести бюджет полезно. Однако терпения на то, чтобы записывать доходы и расходы, к сожалению, хватает лишь у немногих. Но даже если вам лень делать ежедневные записи своих доходов-расходов, старайтесь хотя бы мысленно прикидывать, сколько денег вы уже потратили и сколько еще осталось до следующего поступления, это тоже может быть полезным.

Совершая те или иные траты, мы чаще всего имеем возможность выбора: в разных местах или в разное время одно и то же благо (товар или услугу) можно приобрести дешевле или дороже. Например, пакет сока в центральном магазине стоит на двадцать тенге дороже, чем на оптовом рынке; если же вы захотите купить сок в десять вечера в коммерческом киоске, то вам, вполне возможно, придется заплатить еще на тридцать тенге больше. Зимняя куртка осенью или зимой будет стоить

дороже, чем весной, когда спрос на них падает, а на валютном рынке она обойдется вам дешевле, чем в магазине. Билеты на самолет, купленные заранее, будут дешевле, чем такие же билеты, купленные за день до отлета.

Должен ли потребитель стараться экономить всегда и везде, при малейшей возможности? Или экономить даже не стоит пытаться, потому что экономия всегда обойдется дополнительными затратами времени, а возможно, и денег? Как и во всех остальных случаях, крайности здесь неуместны, а истина — посередине.

Человек, который принципиально не желает экономить, а тратит деньги всегда по максимуму, скорее всего, заслужит репутацию транжиры или сноба. Конечно, есть люди настолько богатые, что при совершении мелких бытовых покупок разница в цене для них в принципе не имеет значения, но таких все же — меньшинство. Для большинства экономия денег при покупке означает возможность удовлетворить другую потребность, и пренебрегать этим не стоит. (Хотя бывают ситуации, когда у человека, наоборот, есть потребность потратить больше, чем нужно, — например, чтобы «не ударить в грязь лицом» перед своей девушкой. Но это уже не вполне экономическое поведение.)

Однако экономия не должна превращаться в самоцель — иначе она сама по себе может стать неэффективной. Например, расходы на проезд и доставку вещи, купленной по более дешевой цене, могут составить в сумме больше, чем приобретение такой же вещи рядом с вашим домом, цена которой на первый взгляд кажется более высокой.

Существует и другая причина, по которой не следует гнаться за низкой ценой. Англичане говорят так: «Мы не настолько богаты, чтобы покупать дешевые вещи». На первый взгляд эта фраза звучит как парадокс, однако в ней есть глубокий смысл. Дело в том, что дешевые товары часто оказываются гораздо менее качественными. Например, покупая дешевый магнитофон неизвестной фирмы, вы идете на риск — он может оказаться ненадежным, а отремонтировать его будет негде. Или решив приобрести новый телевизор, вы, дабы сэкономить 2-3 тыс. тенге, покупаете его на рынке или по объявлению в газете, теряя при этом право на гарантированный ремонт или обмен некачественного товара.

ВЫВОДЫ

1. Потребности — безграничны, а деньги, к сожалению, всегда ограничены. Поэтому необходимо научиться соразмерять свои потребности и свои возможности. Надо уметь расходовать деньги так, чтобы не попадать в финансовые катастрофы, и вместе с тем не бояться тратить на то, что действительно необходимо.

2. Следует различать разные типы расходов: текущие и долговременные, запланированные и внезапные. Чтобы лучше оценивать свое финансовое положение, полезно вести свой бюджет — таблицу доходов и расходов. Это позволяет анализировать траты, понимать, куда девались деньги (ведь чаще всего они расходуются по мелочам).

3. Во многих случаях деньги можно сэкономить, но не всегда стоит это делать.

4. Часть своих доходов полезно, а то и необходимо откладывать (сберегать) в той или иной форме. Иначе многие крупные расходы будут неосуществимы.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что такое потребительский бюджет? Зачем он нужен? Ведете ли вы свой личный бюджет? Ведут ли семейный бюджет ваши родители? Если да, то какую практическую пользу, на ваш взгляд, это приносит?

2. В каких случаях экономия становится не другом, а врагом потребителя? Можете ли вы вспомнить случаи из своей жизни или из жизни ваших родных и знакомых, когда внешняя экономия в действительности приводила к дополнительным расходам? Что нужно делать, чтобы этого избежать?

ТЕМА 9. ВАЛЮТА

Каждое государство имеет собственную валюту. Валюта — это национальные деньги какого-либо государства, которые обязательны для оплаты за любые товары, работы, услуги, продающиеся в этой стране. Вы, скорее всего, держали в руках доллары США и видели или, в крайней мере, слышали о немецких марках и российских рублях, киргизских сомах или узбекских соммах, японских йенах или китайских юанях. Все эти валюты

используются в своих родных странах так же, как в Казахстане используется тенге: для покупки товаров и услуг потребителями, расчетов между предприятиями, сбережений в банках и т.п.

Зачем каждому государству собственная валюта? Выпуск собственных денег означает возможность управлять экономикой своей страны и независимость от воли правительств других стран.

Однако гражданам разных стран надо рассчитываться друг с другом. Английскому туристу во Франции надо платить за ужин в ресторане и за номер в гостинице. Голландской фирме, выращивающей тюльпаны и продающей их в сорока странах мира, надо рассчитываться со своими голландскими сотрудниками, а также с покупателями каждой из этих сорока стран. А очень многие страны, в число которых входит и Казахстан, требуют, чтобы расчеты на их территории производились только в национальной валюте.

Поэтому в мире придумали механизм расчета между гражданами разных стран, основу которого составляют валютные курсы - пропорции обмена одной валюты на другую. То есть курс доллара к немецкой марке означает, сколько долларов дают за одну немецкую марку.

От чего зависит это соотношение? Во-первых, от покупательной способности каждой валюты, то есть от количества одинаковых товаров и услуг, которые можно купить, допустим, на 100 единиц той или иной валюты. Во-вторых, от соотношения спроса и предложения на ту или иную валюту. Колебания валютных курсов отражают усиление или ослабление национальной экономики: чем сильнее экономика, тем больше желающих приобрести валюту данной страны. В-третьих, от ограничений, которые накладывает на операции по обмену валюты то или иное государство.

Есть в мире и особенные валюты — те, которые широко распространены не только в своей стране, но и в других странах. Почему валюта одной страны проникает в другие страны? Причины разные. Во-первых, торговые отношения между гражданами двух стран могут быть настолько тесными, что им проще использовать валюту другой страны, чем каждый раз менять чужую валюту на собственную. Примером такой страны может служить Люксембург, где валюта соседнего государства, Бельгии, используется в расчетах значительно чаще, чем собственная. Во-вторых, собственная валюта может быть

слабой и неустойчивой — быстро обесцениваться в ходе инфляции. В этом случае и фирмы, и население предпочитают использовать другую, более устойчивую валюту, что периодически можно наблюдать и в Казахстане. Причем даже если оплата непосредственно производится в тенге, то цены указываются в долларах США.

Итак, понятно, что фирме, которая торгует в разных странах мира, понадобится валюта этих стран. А в каких случаях с валютой иностранных государств имеет дело рядовой потребитель?

Главная операция, с которой имеет дело потребитель, это обмен валюты. Вы можете купить за тенге иностранную валюту, либо продать валюту и получить тенге. Понятно, зачем продавать валюту, если она у вас есть? Подавляющее большинство операций проводится в Казахстане за тенге. Но зачем ее покупать?

Во-первых, если вы собираетесь в поездку за границу. В стране, куда вы едете, расчеты идут в национальной валюте, а не в тенге. Поскольку в большинстве стран пока невозможно или очень невыгодно прямо менять тенге на национальную валюту, приходится делать это в Казахстане. Возможны два варианта: вы меняете тенге на нужную вам валюту либо меняете тенге на одну валюту (чаще всего, на доллары США), а уж потом в стране назначения обмениваете доллары на валюту этой страны.

Трудно сказать, какой путь лучше. Если страна слабо развитая, то, скорее всего, возможен только второй путь: вы просто не найдете ни одного обменного пункта, где вам готовы были бы продать валюту этой страны. Если же нужная вам валюта имеет достаточно широкое хождение, то вы должны подсчитать, что выгоднее: обменять тенге на доллары, а доллары, например, на франки или прямо менять тенге на франки и ехать в Париж уже с франками в кармане.

Другая цель покупки валюты — сбережение средств. Такой способ имеет смысл, если инфляция обесценивает собственную валюту быстрее, чем валюту другого государства. В периоды высокой инфляции имеет смысл хранить деньги в национальной валюте только на текущие расходы. Если же деньги нужны вам через неделю, а тем более через месяц, то выгоднее перевести их в более устойчивую валюту, а когда они понадобятся для конкретных расчетов, то обменять их на национальные деньги. Понятно, что мы сравниваем выгодность только

хранения в «чулке» — тенге или долларов. Чтобы защититься от инфляции, мы кладем деньги в банк, но соотношение выгоды сбережений в национальной и в иностранной валютах может меняться.

Какие еще операции с валютой могут проводить частные лица? Открывать валютные счета, получать денежные переводы из-за границы. С экономической точки зрения это мало отличается от тех же операций, проводимых в тенге, хотя законодательно может вводиться определенный режим осуществления подобных операций.

При обмене валют существуют некоторые общие правила, приемлемые для всех стран, но есть и национальная специфика.

Менять валюту лучше всего в специализированных обменных пунктах. В Казахстане такие пункты должны обязательно иметь лицензию (разрешение) Национального Банка, копия которой вывешивается в обменном пункте. Покупка и продажа валюты «с рук» у нас просто запрещена. Если вы попытаетесь все же нарушить установленный порядок, то рискуете потерять всю валюту, с которой совершали неправомерные операции, а также быть привлеченными к административной или даже уголовной ответственности.

В любом обменном пункте на видном месте находится перечень валют, с которыми этот пункт совершает операции, и курсы их купли-продажи. Предположим, речь идет об обмене долларов на тенге. Курс покупки (он стоит обычно на первом месте) — это количество тенге, за которые пункт покупает у вас 1 доллар. Курс продажи — количество тенге, за которые пункт готов вам этот 1 доллар продать. Курс покупки всегда меньше курса продажи, поскольку обменный пункт живет за счет разницы этих курсов. Кроме того, за обмен валюты государством взимается сбор — один процент от обменной суммы.

Практически во всех странах при обмене валюты пункт обязан выдать вам справку, в которой указывается, сколько денег и в какой валюте он получил и сколько отдал вам. В Казахстане обязанность пункта выдать вам справку-сертификат наступает только при обмене суммы, эквивалентной 500 долларам США и более. По желанию потребителя справка-сертификат должна быть выписана пунктом при обмене и меньшей суммы.

При наличии в обменном пункте наличной иностранной и национальной валют отказ потребителям в

проведении операций по покупке, продаже или обмену не допускается. Обменные пункты не вправе вводить какие-либо ограничения при покупке, продаже или обмене иностранной валюты по их достоинству и годам выпуска. За обмен иностранной валюты ранних годов выпуска на более поздние и за размен комиссионное вознаграждение не взимается.

Покупка, обмен и размен ветхих банкнот осуществляются только банками. Комиссионное вознаграждение по замене ветхих банкнот на новые не должно превышать двух процентов от суммы, предъявляемой к обмену. К разряду ветхих банкнот относятся банкноты, не вызывающие сомнений в их подлинности и сохранившие не менее 70% своей полной величины и знаки (письменные и цифровые, обозначающие их номинал и имеющие незначительные повреждения (если они не препятствуют определению подлинности банкнот), в том числе следующие:

- загрязненные, имеющие посторонние надписи, пятна, отпечатки штампов, залитые красящими веществами, изменившие первоначальную окраску;

- разорванные и склеенные, если отдельные части бесспорно принадлежат одной и той же банкноте, утратившие углы, края, надорванные, имеющие небольшие отверстия, проколы (если они не свидетельствуют об их погашении);

- изношенные, имеющие потертости, обожженные и прожженные;

- утратившие защитную нить.

Если купюра имеет большее количество повреждений, чем указано выше, потребитель может сдать ее в банк, получив взамен соответствующую квитанцию. Если казахстанскому банку удастся обменять вашу купюру в иностранном банке, он произведет обмен, если же нет — купюра будет вам возвращена с предъявлением подтверждающих документов о невозможности обмена.

При проведении валютнообменных операций необходимо всегда помнить о возможной фальсификации банкнот. Все время существование бумажных денег можно рассматривать как соревнование между фальшивомонетчиками и государством. Государство вводило все новые и новые способы защиты денег, а фальшивомонетчики искали, и небезуспешно, способы подделать новые защитные линии, крапления, водяные знаки и т. п.

Однако подделывать свои национальные деньги сложнее, поскольку люди чаще ими пользуются и лучше знают, как они должны выглядеть. А вот иностранной валютой граждане пользуются реже, так что здесь больше шансов сбыть фальшивку и остаться при этом незамеченным. Поэтому значительная часть фальшивомонетчиков специализируется именно на подделке иностранной валюты.

Потребителю, купившему фальшивую купюру, не позавидуешь: эта купюра должна быть у него изъята, взамен же он не получит ничего. Хорошо еще, если его самого не примут за фальшивомонетчика. А поскольку наиболее популярным объектом подделки является купюра в 100 долларов, то потери могут быть весьма ощутимыми. Поэтому надо внимательно следить за тем, чтобы случайно не оказаться владельцем фальшивой купюры.

Конечно, качественно исполненные подделки не всегда обнаружит и специальная аппаратура. Однако многие подделки легко «вычисляются» не только профессионалом, но и грамотным потребителем, если он, конечно, внимателен. Подлинность купюр можно проверить, просто внимательно их осмотрев (для каждой валюты и каждого типа купюры есть свои характерные признаки, которые трудно или даже невозможно подделать), а более тщательно — с помощью специальных приборов — детекторов валюты. Любой обменный пункт должен быть оснащен таким прибором, так что при покупке валюты в обменном пункте вероятность приобрести фальшивку существенно снижается.

ВЫВОДЫ

1. Каждое государство имеет свою собственную валюту. Это позволяет ему быть хозяином своей экономики.
2. Существование различных валют вызывает необходимость обмена одной валюты на другую.
3. Обмен национальной валюты на иностранную и наоборот всегда лучше проводить в специальных обменных пунктах: это удобнее и, главное, безопаснее.
4. Угроза того, что вам подсунут фальшивую купюру, значительно выше при покупке иностранной валюты, чем национальной, ведь люди часто не знают, как выглядят деньги другой страны. Спасение от этого — внимательность.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. В каких местах можно произвести обмен валют? Как узнать, где наиболее выгодно вам это можно сделать?
2. Вам предстоит поехать в Голландию, но найти наличные голландские гульден в обменных пунктах вы не можете. Вы возьмете с собой большую сумму в тенге или поступите каким-либо иным образом?
3. В подземном переходе вам предложили купить иностранную валюту с рук по очень выгодному курсу. Как вы поступите в такой ситуации?
4. Куда вы обратитесь, если иностранную купюру ваша мама случайно постирала вместе с одеждой и ее теперь не принимают в обменных пунктах?

ТЕМА 10. ЖИЗНЬ В ДОЛГ

В современном обществе потребитель, который всегда платит наличными, не инвестирует деньги в финансовые инструменты, никогда не берет в долг, оказывается в положении чужого на празднике жизни. Брать в долг не только перестало быть зазорным. Развитая система кредита позволяет вам не откладывать надолго получение благ, которых ваши папы и мамы ждали десять, двадцать, тридцать лет. Но для этого нужно обязательно стать «своим» в мире кредита.

Наши долги — обратная сторона оказанного нам кредита (слово «кредит» по-латыни означает «доверие»). А в экономике *кредит — это ссужение денег в долг под проценты или отсрочка платежа за приобретаемые товары и услуги*. Связь двух значений этого слова очевидна: если вам не доверяют, кредит вам никто не выдаст.

Виды потребительского кредита различаются по срокам, целям и условиям получения. Если вы вовремя расплатились по своим обязательствам, то по истечении срока кредита большинство кредиторов начнут начислять штрафные проценты, которые обычно намного выше предусмотренных в договоре. Стоимость кредита (а это вся сумма, которую потребуете заплатить за пользование им), однако, мало зависит от его срока. Выданный под честное слово краткосрочный кредит может обойтись куда дороже, чем долгосрочный кредит под залог, например, дома или автомобиля.

Кредит может предоставить торгующая фирма — как на приобретение отдельного товара (обычно это товары длительного пользования: бытовая техника, телевизоры, компьютеры), так и на покупку различных товаров: в частности, выдав кредитную карточку для покупок в принадлежащей ей сети магазинов. Можно взять займы у банка или другой кредитующей компании некоторую сумму, предназначенную для определенной цели: например, покупки машины или дома. А можно у них же попросить кредит, не оговорив, как конкретно вы собираетесь тратить деньги. Это будет кредит «на неотложные нужды» или на финансирование текущих расходов, который удобнее всего оформить кредитной карточкой.

Наконец, кредиты бывают обеспеченные и необеспеченные. Для обеспечения кредита нужно предоставить вашему кредитору достойный залог, то есть какое-то имущество, которое перейдет к нему, если вы не сможете с ним расплатиться. Кредиты под залог ценного имущества — один из самых древних способов брать в долг. Из знакомых нам кредитных учреждений на принципах кредита под залог имущества работают ломбарды.

Другой вариант — предоставить поручительство или гарантию, в котором человек или организация принимает на себя ваши обязательства в случае вашей несостоятельности. Для любого кредитора нужны гарантии, что мы в качестве должников будем добропорядочны. С точки зрения профессиональных кредиторов единственное убедительное свидетельство этого — ваша аккуратность и чистоплотность в кредитных делах в прошлом. То есть кредитор желал бы получить достоверные сведения о вашей «кредитной истории».

В развитых странах все сведения о когда-либо сделанных людьми долгах и о том, как они по ним расплачивались, накапливаются в базах данных, которыми владеют специальные информационные компании. Любой кредитор, предполагающий дать вам деньги займа, может сделать запрос в эту компанию, чтобы выяснить, насколько вы щепетильны в своих денежных делах, и решить, стоит ли с вами связываться. «Негатив» — сведения о непогашенных вами в срок займах — может храниться годами, и у вас не будет никакой возможности скрыть его от будущих кредиторов. В нашей стране также начинают создаваться подобные базы данных.

Однако у большинства наших людей кредитная история отсутствует. Поэтому подавляющее большинство

займов выдается на условиях их обеспечения. Если вы не предполагаете в будущем руководствоваться принципом «опоры на собственные силы», нужно обязательно попробовать себя в роли должника, и должника ответственного. Промаха вам не простят. Он сразу скажется на том, насколько легко и на каких условиях вам удастся получить следующий необходимый заем.

Хотя потребительский кредит в нашей республике явление еще явно нераспространенное, тем не менее ряд банков начинают осуществлять программы по выдаче кредитов для оплаты обучения в ВУЗе, строительства или приобретения жилья и других потребительских целей. При этом довольно часто банк предложит прокредитовать только определенный процент, остальную же сумму вы должны будете оплатить самостоятельно.

В заключение постараемся сформулировать некоторые правила, которые пригодятся вам, если вы будете брать кредит в банке или если вам придется одалживать деньги под проценты у друзей.

1. Ставка процента, под которую вы соглашаетесь взять деньги в долг, не должна более чем в 1,5 раза превышать ту, под которую вы можете положить деньги в банк. Следовать этому правилу необходимо, чтобы не оказаться вынужденным платить кабальные проценты.

2. Срок займа не должен быть слишком маленьким, хотя и очень соблазнительно взять деньги ненадолго, поскольку это проще и дешевле. Оцените реально, когда вы сможете отдать деньги, то есть когда появятся те источники, на которые вы рассчитываете, и прибавьте несколько дней — мало ли что может произойти.

3. Оцените общую сумму займа, то есть подсчитайте, сколько всего вам придется выплатить кредитору за весь срок займа. Особое внимание обратите на сумму, которую придется заплатить в качестве процентов, — это позволит понять, правильно ли вы оценили условия займа, когда говорили о процентах.

4. Обязательно подсчитайте, сколько придется платить ежемесячно, погашая долг и выплачивая проценты. Полученную цифру сравните со своими доходами, чтобы понять, какую долю доходов придется откладывать, чтобы рассчитаться с долгом. Подобный расчет необходим и в том случае, если проценты и долг погашаются одновременно в конце срока займа. В этом случае сумму, которую надо будет вернуть (долг плюс проценты по нему), следует разделить на количество месяцев, на

которые берется долг. Возможно, произведя такой расчет, вы поймете, что такой долг вам не по силам и надо искать другие выходы из ситуации.

5. Посмотрите, нет ли в условиях займа (если вы подписываете с кредитором договор) упоминания о первоначальном взносе. Иными словами — когда вам придется сделать первый платеж в погашение долга.

6. Уясните для себя, когда после подписания договора вы получите деньги и в какой форме. Возможно, что-то вас не устроит.

7. Выбирая для себя кредитора, посмотрите, нет ли в его условиях каких-либо ограничений на выдачу кредитов, которые вас не удовлетворят. Например, может идти речь о том, что для получения кредита необходимо иметь тот или иной минимальный месячный доход или требуется что-то отдать кредитору в обеспечение кредита (в залог). Если вы соглашаетесь взять кредит под залог, обязательно дайте посмотреть договор о залоге юристу — вдруг там есть условия, ущемляющие ваши интересы.

8. Разберитесь с условиями налогообложения займа и выплаты процентов по нему. Особенно если речь идет о крупной сумме кредита. Налоговое законодательство в Казахстане очень нестабильно, поэтому надо внимательно посмотреть, не приведет ли этот кредит к необходимости платить какие-нибудь дополнительные налоги и, наоборот, нельзя ли будет, отдавая этот кредит и проценты по нему, какие-нибудь налоговые платежи уменьшить.

9. Изучая условия займа, оцените, как отразится на общей сумме займа изменение инфляции. Возможно, предлагаемые условия окажутся более выгодными, чем это показалось вначале, а возможно, и наоборот.

10. Посмотрите, нет ли в договоре о предоставлении вам кредита какого-либо упоминания о возможности изменения процентной ставки. Если есть, то насколько оно для вас удобно и не попадете ли вы в зависимость от настроения кредитора.

11. Посмотрите, что говорится в договоре о штрафных санкциях, то есть о том, сколько вы должны будете заплатить, если не вернете кредит в срок или затянете с уплатой процентов. Не стоит соглашаться на кредит, если штрафные санкции за просрочку приводят к тому, что сумма вашего долга вместе с процентами за время просрочки возрастает больше чем в 2 раза, то есть если

процентная ставка, которую вы заплатите как штраф, больше той, что вы платите как проценты за кредит.

12. Выбирая место, где вы берете кредит, посмотрите, какие условия выбранного кредитора соотносятся с теми, которые предлагаются в другом месте.

ВЫВОДЫ

1. Жизнь в долг — вполне нормальное явление в современном мире, если подходить ответственно к получению и возврату кредита.

2. Для нормальной и спокойной жизни в кредит необходима хорошая кредитная история. Если долги всегда отдавать вовремя, то не возникнет ни проблем в личных отношениях с кредиторами, ни сложностей с поиском новых источников средств, когда они потребуются.

3. Надо внимательно изучить те условия (как устные, так и письменные), на которых вы берете деньги в долг.

4. Расходуя деньги, нужно всегда отдавать себе отчет, какие это деньги — собственные или заемные. Тратить заемные деньги гораздо легче, но нужно помнить, что потом их придется отдавать, причем часто — с процентами.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Можно ли прожить, не беря деньги в долг?

2. Что необходимо помнить, когда берешь деньги в долг?

3. Справедливо ли поступил ваш друг, у которого вы попросили деньги в долг, если он предупредил вас о том, что сумму долга необходимо вернуть с процентами?

4. Каковы плюсы и минусы потребительского кредита? Какими формами потребительского кредита может воспользоваться казахстанец? Какими из них хотели бы воспользоваться вы и почему?

ТЕМА 11. КАК СОХРАНИТЬ И ПРИУМНОЖИТЬ СВОЙ ДОХОД?

«Время — деньги», — любят говорить англичане, и они, безусловно, правы. Правы и в том, что для зарабатывания денег нужно время, и в том, что деньги необходимы, чтобы заняться любимым делом. Кто из нас не читал про так называемых рантье — людей, которые

живут на проценты с накопленных денег и могут позволить себе не заниматься скучной и неинтересной работой? Но рантье — это вовсе не лентяи и бездельники (хотя встречаются и такие), они могут быть общественными деятелями, учеными, менеджерами, учителями — в общем, людьми самых разных профессий. Но работают они не столько за деньги, сколько за интерес, ибо могут себе это позволить.

Ключевой момент в том, как простой потребитель превращается в рантье — связан с накоплением денег и размещением их под проценты. Вы отдаете банку или другому учреждению определенную сумму денег, а он через какое-то время выплачивает вам сумму несколько большую.

Наивно думать, что скопить деньги и стать рантье можно ничего не делая и совсем не думая. Совсем наоборот: размещение денег под проценты, их сбережение — это довольно трудная задача, требующая осторожности, аккуратности, вдумчивости и соблюдения некоторых правил.

Наверняка многие слышали про «золотое правило инвестора», которое любят повторять американцы — «не класть все яйца в одну корзину», то есть не хранить все деньги в одном месте. Но есть и другие правила грамотного поведения на рынке финансовых услуг при размещении сбережений. Их следует знать и применять.

Так откуда же берутся проценты? Дело в том, что судьба денег определяется тем, куда они вложены. Но сначала поговорим об общих принципах получения дохода. Чтобы какая-либо финансовая организация смогла выплатить вам доход, она должна так использовать взятые у вас деньги, чтобы этот доход в реальности получить. Откуда, например, получает доход банк? Взяв у вас 10000 тенге и пообещав вам через год 15 % за их использование, банк выдаст ваши деньги в кредит какому-то предприятию под 30 % годовых. Когда предприятие вернет кредит вместе с процентами, банк будет уже иметь 13000 тенге. После этого он вернет вам 11500 тенге, а 1500 тенге будет его собственным доходом. Подобным образом работают и другие финансовые институты, только способ получения дохода может быть различным.

Здесь неплохо было бы вспомнить ситуацию 1994-1995 годов, когда страницы газет и экраны телевизоров заполонила реклама разнообразных фирм, гордо назы-

вавших себя «финансовыми компаниями», «концернами», «финансовыми группами», «трастовыми компаниями» и т. п. При всем разнообразии названий их объединяло одно: все они предлагали гражданам вкладывать деньги в их фирмы, обещая платить по вложенным деньгам очень высокие проценты, в несколько раз превышающие проценты по банковским вкладам.

Граждане, желающие сохранить и приумножить свои средства, поверили обещаниям этих фирм. Некоторое время они даже выплачивали обещанные баснословные проценты. Однако потом произошло неизбежное: фирмы стали лопаться одна за другой. Характерно, что очень мало кто из вкладчиков, доверивших свои деньги этим «мыльным пузырям», задумывался о том, за счет чего эти фирмы собирались обеспечить столь высокую доходность? А задуматься, право, стоило бы...

Куда, например, вкладывала свои капиталы самая известная в Казахстане «пирамида» — компания «Смагулов и К»? Наверное, это известно лишь нескольким лицам из ее руководства. Нам же необходимо понять механизм работы «пирамиды». А выглядит он довольно просто. Соблазнившись на рекламу, граждане начинают нести деньги в фирму. Большая часть этих денег просто изымается мошенниками — руководством фирмы. Оставшаяся часть предназначается для выплаты баснословных процентов, которые действительно на первом этапе выплачиваются. Главная задача фирмы-мошенницы — так строить политику, чтобы гражданам вкладывающих деньги, было больше, чем желающих получить деньги назад с процентами. Чем дольше сохраняется такое положение, тем дольше живет фирма. Однако все равно наступает момент, когда суммы, предназначенной для выплаты долгов и процентов, становится недостаточно, и фирма лопается. В это время основная масса полученных денег, как мы уже говорили, находится вне предприятия, и проводить какие-либо процедуры банкротства становится практически бесполезным занятием. Неизбежность краха таких фирм вытекает из того, что доход, который они выплачивают вкладчикам на первом этапе, эти фирмы не зарабатывают. Получается, что деньги берутся как бы из неоткуда. Понятно, что это бесконечно продолжаться не может.

Но потерять сбережения можно не только попавшим на удочку мошенников, но и вкладывая деньги во вполне надежные финансовые инструменты. Чтобы хоть как-

то гарантировать надежность вложений, следует соблюдать определенные правила.

Первое правило вкладчика — «не класть все яйца в одну корзину». Вообще-то оно выводится из соображения о том, что абсолютно надежных вложений не существует. Чтобы не потерять все деньги сразу, во время краха банка или фирмы, их следует держать, как минимум, в двух местах. Даже если вы считаете, что выбранный вами способ помещения средств — самый надежный из предлагаемых, он может не обеспечивать сохранности денег, например, не компенсируя полностью влияние инфляции, и его придется дополнить более доходным вложением денег.

Это правило приводит к необходимости составления «портфеля» инвестиций. Способы размещения средств различаются по надежности, доходности, ликвидности (возможности быстро и безубыточно превратить ту или иную ценность в «живые» деньги) и особенностям налогообложения. Чтобы составить свой инвестиционный «портфель», нужно сначала понять, какими характеристиками должны обладать устраивающие вас направления вложений, а потом поискать на рынке подходящие варианты. Необходимо всегда помнить о взаимозависимости надежности вложений от доходности по ним. Нельзя верить рекламе, гарантирующей 100-процентную надежность и 100-процентную доходность. Такого в реальном мире не бывает. Например, если стоит задача «не потерять» деньги, то самыми подходящими окажутся высокондежные способы помещения средств со сравнительно невысокой доходностью (но такой, однако, которая позволяет защититься от инфляции) и с возможностью в крайнем случае изъять деньги, много при этом не потеряв. Такое инвестирование будет «защитным» и «консервативным». Общая закономерность инвестиционного рынка — чем менее рискован способ вложения денег, тем на меньшую доходность вы можете рассчитывать. И наоборот, чем выше обещанная доходность, тем выше риск. Это та же кредитная ситуация, только перевернутая: теперь вы выступаете кредитором. Как и всякий кредитор, вы должны согласиться взимать меньшие проценты с того, кому больше доверяете.

Но как определить, какое именно вложение отвечает выбранным вами характеристикам? В этом вам могут помочь специалисты. Но наиболее общие рекомендации таковы. К более надежным вложениям относятся госу-

дарственные ценные бумаги (считается, что государство не может быть банкротом и всегда рассчитается по своим обязательствам), а также вложения в известные, крупные, имеющих определенное имя компании и банки. Если компания еще не подтвердила реальными делами свою надежность — риск вложений в нее всегда выше. Как-то определившись в отношении надежности заинтересовавшего вас способа помещения средств, нужно составить представление о его доходности. Как и в случае с оценкой условий займа, ориентироваться нужно на полную доходность — всю сумму, которую вы можете получить за удобный для вас срок хранения денег. Если в условиях размещения вклада оговаривается только месячный или квартальный доход, то расчет придется вести по формуле сложных процентов (когда проценты начисляются не только на сумму займа, но уже и на ранее начисленные проценты). Рассчитанная с учетом сложных процентов общая доходность оказывается существенно выше, чем вычисленная способом простых процентов. Это не так сложно, как кажется, — еще в Вавилоне умели решать задачу о том, за сколько лет удвоится сумма вклада, если годовая ставка процента 20%. Ну а для особо ленивых существуют таблицы расчета доходности, избавляющие от необходимости считать самому.

Согласно общему правилу, в качестве расплаты за предпочтение высоконадежных вложений вы, скорее всего, будете иметь сравнительно невысокую доходность вложений. Но в этом случае особенно актуален вопрос: а удастся ли тогда спасти деньги от инфляционного обесценивания? Для ответа нужно посчитать реальную доходность, например, вычитая годовой темп инфляции из годового процента на ваш вклад. Если разница будет положительной, спасти деньги удастся, если отрицательной — нет.

С 1 января 1998 года у каждого работающего человека обязательно идут накопления на его индивидуальном пенсионном счете, в одном из накопительных пенсионных фондов. Естественно, чтобы пенсионные деньги не обесценивались, они сразу же после поступления в фонд инвестируются для получения дохода. И вот здесь вкладчикам также необходимо периодически определять уровень реальной доходности по накоплениям на пенсионном счете. Если в другом пенсионном фонде доходность окажется выше — каждый вкладчик может

воспользоваться предоставленным ему правом два раза в год переводить свои накопления в более понравившийся ему фонд.

Одной из важнейших финансовых услуг является страхование. *Страхование — это создание за счет денежных средств предприятий, организаций или граждан специальных страховых фондов, предназначенных для возмещения ущерба.* Застраховать можно практически все: вклад, жизнь, здоровье людей, имущество граждан и предприятий, транспортные средства и т.д. Заключая договор страхования, потребитель должен внимательно изучить правила выбранного им вида страхования. На практике у гражданина на руках остается только страховой полис, в котором сделана отметка, что потребитель с правилами страхования ознакомлен. Если вы не будете знать содержание правил, вы можете не предпринять предусмотренные ими меры при наступлении страхового случая, и тогда весь смысл страхования может пропасть — вам просто не выплатят страховку.

ВЫВОДЫ

1. С какой бы целью вы ни делали свои сбережения, их придется куда-либо вкладывать под проценты, иначе деньги могут обесцениться.

2. Вкладывать все деньги в одно место неразумно, безопаснее составлять собственный инвестиционный «портфель», подбирая способы размещения средств с устраивающим вас сочетанием надежности, доходности, ликвидности.

3. При оценке предлагаемых рынком способов хранения сбережений стоит помнить о правиле: «Чем выше доходность, тем выше риск». Если преследуется цель «не потерять деньги», то основным критерием при помещении денег должна стать реальная доходность вложений. В связи с тем, что реальная доходность привычных способов вложений денег бывает очень низкой или даже отрицательной (то есть сбережение денег приносит убытки), нужно смелее искать альтернативные пути, не забывая о требовании достаточной надежности.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Почему для того, чтобы сберечь деньги, их нужно куда-нибудь вложить? Придумайте условия, при которых хранение денег “в чулке” оправдано.

2. Какую часть своего дохода вы считаете нужным сберегать? От чего зависит доля сбережений в доходе?

3. Как вы можете истолковать основное правило вкладчика — “не класть все яйца в одну корзину”?

4. Если проценты по вкладу рассчитываются методом сложного процента, то ваш доход будет меньше, больше или таким же, как если бы расчет производился методом простых процентов? Какой способ расчета более экономически грамотный и почему?

ТЕМА 12. КАК ПОКУПАТЬ ДЕШЕВЛЕ?

Деньги приходится экономить. Какими бы большими ни были доходы родителей или другие источники средств семьи, всегда найдутся товары, на которые приходится экономить. Один из способов иметь побольше денег — это покупать товары и услуги как можно дешевле. Мы уже знаем, что покупать дешевые (а значит, некачественные) вещи могут позволить себе только богатые люди. Поэтому экономия денег должна быть разумной. К счастью, современная экономика предоставляет потребителю массу возможностей экономии денег без ущерба для качества приобретаемых благ. Существует целый мир скидок, который предоставляет возможность доступа к товарам по ценам более низким, чем указаны на ценниках и в проспектах, более низким, чем приобретают эти блага большинство необразованных потребителей.

Одним из наиболее распространенных приемов торговли является предоставление скидок с обычной цены товара. Очень часто на рекламных полосах газет можно встретить объявление типа:

«Предъявителю этого купона фирма X дает возможность купить товар на столько-то процентов дешевле». Иногда нечто подобное можно встретить и просто проходя по улице: «Скидки от 10 до 30%!» Это означает, что магазин проводит рекламную распродажу товаров, и цены в нем снижены по сравнению с обычным уровнем от 10 до 30%. Использование такого рода скидок — удобная возможность купить приглянувшийся (и качественный) товар подешевле. Не случайно многие (причем не самые бедные) люди в развитых странах предпочитают одеваться именно на распродажах.

Другая возможность купить хороший товар со скид-

кой — это пользоваться услугами магазина, предоставляющего льготы своим постоянным покупателям. Такие магазины распространены во всем мире, появляются они и в Казахстане. Например, многие магазинчики, продающие цветную фотопленку, обещают покупателю бесплатно ее проявить. Такой магазин выдает покупателю, которого он признает постоянным (условия предоставления скидок могут быть разными), специальную карточку или талончик, дающий право на скидку или бесплатную услугу — проявку пленки. Получив такой талон, вы попадаете в группу избранных, которым некоторые блага в этом магазине достаются дешевле, чем остальным.

Наконец, самый непростой способ получения скидок — это предоставление их специальными компаниями, дающими своим клиентам возможность покупать товары в других компаниях или пользоваться их услугами со значительной скидкой. Такой способ получил название «дисконтные системы» (от английского «discount» - «скидка»). Клиенту такой компании выдается специальная карточка (дисконтная карточка) и каталог фирм, в которых он может пользоваться скидками. Такая дисконтная карточка позволяет покупателю получать скидки при покупках в компаниях, заключивших договор с этой дисконтной системой. Поскольку список таких фирм, как правило, постоянно меняется, можно ориентироваться не только по каталогу, но и по специальным наклейкам на дверях магазинов, гостиниц и т. д., говорящим о том, что фирма предоставляет скидки владельцам той или иной дисконтной карточки. Разные дисконтные системы предназначены для людей с разными потребностями — одни ориентированы на туристов, другие на командированных, третьи на «золотую молодежь», четвертые на любителей пива и т. п. Поэтому выбирать дисконтную карточку надо, учитывая свои потребности.

Продавец может предлагать скидку своим клиентам по разным причинам. Его может побуждать к этому закон, стремление к рекламе либо какие-то внутренние побуждения. Эти мотивы важно понимать, поскольку от них во многом зависит, как действовать, если обещанная скидка не предоставляется.

Большое количество скидок, с которыми вы уже столкнулись в жизни, имеет социальную направленность. Они возникают, когда государственный закон в

целях защиты определенных слоев населения (как правило, малообеспеченных) обязывает продавцов предоставлять эти скидки. Потери продавцов компенсируются из государственного бюджета. Обычно такие скидки устанавливаются на те товары и услуги, которые наиболее часто используются представителями защищаемого слоя.

Но все-таки значительная часть скидок носит рекламный характер — заманить покупателя, привязать его к себе, уговорить купить товар. Продавцу важно, чтобы покупатель запомнил его магазин, попробовал его продукт, чтобы пришел еще раз. То же стремление движет и магазинами, предоставляющими льготы своим постоянным покупателям. Они стремятся заинтересовать покупателя делать свои приобретения именно в этом магазине, не обращаться никуда более.

Компании, заключающие соглашения с дисконтными системами и обещающие скидки владельцам соответствующей карточки, также стремятся достичь определенного рекламного эффекта, то есть привлечь дополнительных клиентов.

Что касается скидок студентам и школьникам, то здесь присутствует скорее здравый смысл, чем реклама. Дело в том, что владельцы транспортных компаний и музеев (обычно они дают скидки этой категории граждан) хорошо знают, что иначе студенты и школьники просто не пойдут в музей или не будут платить за проезд. Поэтому и считают — пусть лучше заплатят немного, чем ничего.

Но всегда ли скидка выгодна? За всякое благо, как известно, приходится платить. В том числе и за пропуск в мир скидок. Иногда может получиться так, что экономия от скидок будет меньше, чем сумма, которую придется заплатить за нее. Дело в том, что разные системы предоставления скидок рассчитаны на людей с разными доходами и с разными расходами. Есть, например, системы, которые выгодны только при длительном пребывании в одном городе или только при туристической поездке в определенные страны. Поэтому важно научиться заранее рассчитывать, нужно ли стремиться купить товар подешевле. Кроме того, не нужно забывать, что экономия и затраты выражаются не только в деньгах, но и в экономии времени, нервов, сил.

Разумеется, каких-либо расчетов не требуется, когда речь идет о социальных скидках или других видах льгот. Ими можно пользоваться особо не задумываясь. Но

большинство скидок все-таки платные, даже если они носят рекламный характер. Попробуем произвести простой расчет — когда стоит приобретать себе карточку дисконтной системы? Чтобы ее покупка была выгодной, необходимо за определенный срок приобрести определенное количество благ. Правда, кроме затрат на карточку, вам придется потратить еще значительную сумму денег на услугу: например, если дисконтная карточка на год стоит 100 долларов и дает право на десятипроцентную скидку в ресторанах, то, чтобы она окупилась, нужно за этот самый год проесть в ресторанах больше 1000 долларов.

Куда проще рассчитать выгодность скидок, предоставляемых магазинами своим постоянным покупателям или на распродажах. Нужно просто сравнить предлагаемые с учетом скидок цены с теми ценами, по которым эти же товары продаются в других местах.

И последнее. Предложением низкой цены, особенно если оно сопровождается словами *только сегодня* или *только для вас*, вас могут подтолкнуть к покупке товара, который вам просто не нужен. Поэтому надо помнить, что тридцатипроцентная скидка на джинсы — это еще не повод их покупать. Надо понять, нужны ли вам джинсы вообще.

ВЫВОДЫ

1. Рыночная экономика предоставляет потребителям большие возможности экономии денег путем различных скидок.
2. Скидки широко распространены не только потому, что они выгодны для потребителя, но и потому, что они эффективны для компаний, их предоставляющих.
3. Помните, что иногда при покупке со скидкой можно потерять больше, чем получить. Поэтому в каждом конкретном случае надо оценить плюсы и минусы приобретения товара или услуги со скидкой.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Объясните, чем ситуация скидки отличается от общерыночной закономерности «ниже цена — ниже качество».
2. Какими способами компании предоставляют скидки своим клиентам?
3. Приведите примеры, когда приобретение товара со скидкой невыгодно потребителю.

ТЕМА 13. ПЛАСТИКОВЫЕ КАРТОЧКИ

- Что представляет собой пластиковая карточка?
- Преимущества пластиковой карточки перед наличными деньгами.
- Как работает пластиковая карточка?
- Виды пластиковых карточек.

Пластиковая карточка. Что это такое?

В последнее время мы все чаще сталкиваемся с рекламой различных видов пластиковых карточек, с помощью которых нам рекомендуют оплачивать покупки и услуги в магазинах, гостиницах, банках и т. д. Во всех более развитых странах мира пластиковые карточки известны довольно давно, в нашем государстве далеко не каждый потребитель знает, что такое пластиковая карточка и удобно ли ее использование в повседневной жизни.

Пластиковые карточки представляют собой средство платежа, заменяя собой деньги, это так называемые «электронные деньги». Имея на руках пластиковую карточку можно рассчитаться за покупку в магазине, оплатить проживание в гостинице, питание в ресторане, а также поездку на поезде или самолете. Кроме этого, у вас есть возможность снимать со своего счета наличные деньги через банкоматы.

При этом нужно иметь в виду, что эти операции можно провести далеко не во всех магазинах, банках, гостиницах и т. д. Все зависит от того, принимает ли конкретный услугодатель для оплаты пластиковые карточки того или иного вида.

Чаще всего пластиковые карточки выпускают банки — это банковские пластиковые карточки. Если же карточки выпускают крупные организации, имеющие широкую сеть магазинов для привлечения к ним покупателей, то это будут расчетные небанковские карточки, предназначенные только для оплаты товаров, приобретаемых в магазинах, входящих в эту систему.

Преимущества и недостатки пластиковых карточек

Пластиковая карточка предпочтительнее наличных денег в следующих случаях.

— Вам необходимо вывезти за границу крупную сумму денег, не декларируя ее. Таможня не признает пластиковые карточки за деньги, поэтому при пересечении

границы заносить в декларацию информацию о наличии пластиковой карточки не нужно. Таким образом, имея пластиковую карточку, можно вывезти больше денег, чем это разрешено.

— Вы хотите заплатить крупную сумму денег, не привлекая к себе излишнего внимания и не подвергаясь риску, связанному с транспортировкой большого количества купюр.

— Если вы потеряли пластиковую карточку (или у вас ее украли), даже в этом случае у вас есть шанс не потерять свои деньги, т. к. они именные, вы всегда можете сообщить об утрате карточки в банк, выдавший ее, и за умеренную плату восстановить утраченное.

— Вам необходимо осуществлять платежи в различных валютах мира, это возможно с помощью пластиковой карточки, не теряя времени и денег на то, чтобы менять доллары на марки, фунты на франки и т. д.

— С помощью пластиковой карточки вы можете быстро и дешево получать доходы на свой счет в банке и обналичивать поступающие суммы.

— Пластиковая карточка в вашем кармане всегда окажет нужное воздействие на партнера, друга или соседа.

Это преимущества пластиковых карточек. Каковы же их недостатки?

Во-первых, за пользование пластиковой карточкой приходится платить: при заключении договора, а также в процессе ее непосредственного использования.

Во-вторых, по сравнению с наличными деньгами расчеты с помощью пластиковой карточки значительно замедленны.

В-третьих, наличными деньгами можно расплатиться практически везде, а пластиковые карточки принимаются к оплате лишь в определенных точках.

В-четвертых, немаловажную роль играет стабильность банка, выпустившего в обращение пластиковую карточку, поскольку ликвидация банка может привести к невозможности получения денег по вашей карточке.

В-пятых, несмотря на то, что утрата пластиковой карточки не влечет за собой потери всех денег, находящихся на ней, т. к. вы можете дать распоряжение банку о приостановлении выплат по карточке, но за это вам придется заплатить банку штраф в немалом размере, поэтому при выборе банка ищите такой штраф наименьший.

В-шестых, при возникновении споров в отношении количества денег, находящихся на вашей пластиковой карточке, вам очень сложно доказать, какая именно сумма вам причитается (банкротство банка-эмитента, закрытие счета, утрата карточки и т. д.). Поэтому чаще требуйте у банка выписки с вашего счета.

Как выбрать пластиковую карточку?

Сегодня на рынке пластиковых карточек очень много различных платежных систем. Выбирая пластиковую карточку, определите, где вы собираетесь ее использовать: только в пределах Республики Казахстан, либо на международном рынке. Если только на территории нашего государства, то можно обойтись тенговой карточкой одной из отечественных платежных систем (Народного Банка и Туран Алем Банка). Если еще и за границей, то лучше выбрать международную карточку, наиболее известные из которых VISA и Eurocard. Торговые точки и банкоматы, работающие с пластиковыми карточками этих систем, распространены по всему миру, их число превышает сотни тысяч. В случае, когда у вас нет необходимости в использовании карточки за границей, то выбирайте отечественные карточки, т.к. они гораздо дешевле и по стоимости изготовления и по стоимости обслуживания.

Пластиковыми карточками одной платежной системы можно пользоваться только в рамках этой системы. Платежная система объединяет всех лиц, участвующих в обслуживании карточки. В эту систему входят следующие юридические лица: банки (или фирмы), выпускающие пластиковые карточки, магазины, гостиницы, иные торговые организации и услугодатели, принимающие к оплате пластиковые карточки этого вида, а также банки, их обслуживающие. Получив карточку в одном банке (в одной фирме), потребитель может снимать деньги в банкомате другого банка той же системы или оплачивать по карточке свои расходы в магазинах, включенных в данную систему.

Во всех случаях при выборе пластиковой карточки необходимо учитывать положение на рынке Республики Казахстан, устойчивость и стабильность того или иного банка (той или иной фирмы). Чем шире сеть магазинов, продолжительнее работа на рынке, большее количество клиентов, пользующихся их услугами, тем благоприят-

нее для вас сотрудничество с такими эмитентами пластиковых карточек.

Эмитент — банк или другая организация, занимающаяся выпуском пластиковых карточек.

Как работает пластиковая карточка?

Виды пластиковых карточек

Работа с пластиковой карточкой зависит от отношений гражданина с банком, ее выпустившим. Эти отношения могут быть различны: 1) банк просто открывает текущий счет, вы имеете возможность оплачивать товары и услуги с помощью пластиковой карточки в пределах суммы, на которую открыт счет в этом банке; 2) банк не просто открывает текущий счет, но и дает клиенту возможность получить кредит (приобретать с помощью пластиковой карточки товары и услуги не только в пределах суммы, на которую открыт счет, но и сверх того).

В зависимости от этого пластиковые карточки подразделяются на *кредитные* и *дебетовые* (предоплатные). Если банк предоставляет клиенту возможность потратить на свои нужды больше денег, чем имеется на его счете, это будет *кредитная карточка*. Если клиент может распоряжаться деньгами только в пределах суммы на своем счете, такая карточка именуется *дебетовой*.

Большинство пластиковых карточек, действующих на территории Республики Казахстан — не кредитные, а дебетовые. С их помощью вы можете только пользоваться теми средствами, которые внесли на счет. Пластиковые карточки этого вида дают потребителю две основные возможности: 1) расплачиваться за товары и услуги (в магазинах, гостиницах, ресторанах и т. д.); 2) обналичивать находящиеся на счетах деньги.

Когда вы оплачиваете приобретаемые товары или услуги, банк списывает потраченную сумму с вашего счета, предоставляя выписку о проведенных операциях (пополнения на карточку и расходы с нее). Владелец карточки должен регулярно пополнять свой счет, при этом порядок и сроки, в которые необходимо вносить деньги на счет, оговариваются в договоре между банком и клиентом. Если клиент задерживает указанные платежи, то банк взимает с него проценты за просрочку.

Для обналичивания находящихся на счету денег необходимо найти банкомат, обслуживающий карточки этого вида, набрать на клавиатуре банкомата свой иден-

тификационный номер и после этого набрать сумму, которую вы желаете получить наличными деньгами. Идентификационный номер необходим для того, чтобы с вашей пластиковой карточки деньги могли быть сняты только вами, а не кем-либо еще. Это поможет при утрате карточки не потерять деньги, находящиеся на вашем текущем счете. Идентификационный номер передается клиенту при приобретении карточки в запечатанном конверте и не должен быть известен никому кроме клиента в его же интересах.

Поскольку обслуживание карточных операций стоит денег, банки обычно берут с клиента комиссионные — как при выдаче по пластиковой карточке наличных (в среднем от 1 до 3 процентов), так и при оплате товаров и услуг (0,5 процента). От размера комиссионных зависит и выбор клиента. Если вам нужна карточка для получения заработной платы — сравните размер комиссии за обналичивание; если для расчетов за приобретаемые товары и услуги — сравнивайте размеры комиссии различных банков при расчетах.

Как пользоваться пластиковой карточкой?

Предположим, вы пришли в магазин, ресторан, гостиницу и т. п., предъявляете продавцу или официанту свою карточку. Тот звонит в банк, выдавший эту карточку и удостоверяется, что сумма, необходимая вам для расчетов за предоставляемые товары или услуги, действительно есть на счете. Получив подтверждение банка, продавец прокатывает вашу карточку через специальное устройство — *импринтер* и получает квитанцию, называемую слипом, которую вы должны подписать. Эта квитанция является приказом банку на списание указанной в нем суммы в пользу магазина, гостиницы или ресторана. Одна копия слипа остается у клиента, вторая — у продавца, третья передается в банк.

Знаете ли вы, чем отличаются пластиковые карточки от дисконтных? Дисконтные карточки дают право на получение скидок в процентах со стоимости приобретаемых товаров и услуг, с помощью же пластиковых карточек у вас есть возможность не просто получения скидки, но и оплаты этих товаров или услуг не наличными деньгами, а с помощью карточки.

Кредитные карточки

На сегодняшний день в нашей Республике в основном распространены дебетовые пластиковые карточки. Причина в том, что банки не рискуют заключать подобные договоры. Но для потребителя это самый удобный способ взять в долг. Пользуясь кредитной карточкой вы передаете свои долговые обязательства банку, который обязан их оплатить. Таким образом, вы имеете право расплатиться в кредит за приобретаемые товары и предоставляемые вам услуги (оплатить покупки в магазине, ужин в ресторане, проживание в гостинице и т. д.)

Банк, заключивший с вами кредитный договор, удерживает с вас за пользование кредитной карточкой определенную сумму денег — в процентах от предоставляемого кредита, а также и с магазина, где вы приобретаете товары.

Сколько стоит пользование пластиковой карточкой?

При покупке пластиковой карточки клиент уплачивает банку-эмитенту некоторую сумму, состоящую из нескольких частей: 1) плата непосредственно за карточку и ее обслуживание; 2) денежная сумма, которой вы сможете свободно пользоваться — осуществлять расчеты при приобретении товаров и услуг; 3) страховой депозит.

Что касается платы за саму карточку, то она зависит от уровня, на котором признается пластиковая карта определенного вида. Если это тенговая карта, признаваемая только на территории республики или области, то выдача карты и ежегодное обслуживание будет стоить от 3 до 5 долларов. Если же международная — то от нескольких десятков (обычная карта) долларов до нескольких сотен (международные карточки классов Business или Gold). За счет этой суммы банк-эмитент покрывает свои издержки по обслуживанию клиентов, а также имеет прибыль.

Вторая часть денег, уплачиваемых при приобретении карточки, представляет собой сумму, в пределах которой клиент вправе осуществлять операции по карточке — снимать наличные деньги и приобретать товары и услуги. Эта сумма зависит только от желания и возможностей клиента, а также от того, какой минимальный первоначальный взнос установлен банком (при выборе обслуживающего банка обратите на это внимание, т. к. в некоторых банках первоначальный взнос может оказаться для вас слишком велик).

Третью часть суммы составляет страховой депозит, или неснижаемый остаток. Хотя условия выпуска пластиковых карточек и предусматривают ваше право пользоваться только внесенными на карточку деньгами, на практике клиент может вследствие случайности или умысла заплатить больше денег, чем имеет на счете. Чтобы избежать потерь в подобных ситуациях, банки требуют внесения некоторой дополнительной суммы. Причем клиент не вправе воспользоваться этой суммой.

ВЫВОДЫ

Пластиковые карточки — средство, которое заменяет наличные деньги.

Пластиковая карточка позволяет вам стать членом единой платежной системы, с помощью которой можно обслуживаться не только в различных магазинах родного города, но и выезжая за рубеж.

Следует помнить, что существует несколько видов пластиковых карточек, поэтому необходимо знать положительные и отрицательные стороны каждого вида перед тем как заключаете договор на использование пластиковой карточки.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что такое пластиковые карточки? Для чего они введены в оборот?
2. Виды пластиковых карточек.
3. Назовите разницу между кредитными и дебетовыми пластиковыми карточками.
4. Каковы преимущества и недостатки использования пластиковых карточек?
5. Что нужно знать при выборе пластиковой карточки?
6. Есть ли разница между пластиковой и дисконтной карточками?
7. Что вы будете делать, если ваша пластиковая карточка исчезла из кармана, бумажника?
8. Ваши действия в случае, если банкоматы перестали принимать к оплате вашу пластиковую карточку.

ТЕМА 14. НАШИ ПРАВА

В этой главе мы должны разобраться, что означает словосочетание «права потребителя», какой смысл вкладывают, говоря о том, что каждый потребитель имеет право, для чего нам эти права и как их можно защитить.

Как уже неоднократно отмечалось, *потребитель* — это гражданин, который покупает товар и пользуется товарами и услугами для личного потребления или использования в своем хозяйстве. Любой гражданин, становясь потребителем — приобретая тот или иной товар, вступает в отношения с продавцом товара. Продавец, как правило, представляет интересы целого магазина, а магазин, в свою очередь, всегда защитит своего работника. Таким образом, наиболее незащищенным остается покупатель, ведь он, во-первых, выступает один, только от своего имени, а, во-вторых, он менее профессионален, менее информирован в области ассортимента и качества товаров и услуг, предлагаемых потребителю для приобретения.

Именно поэтому государство сочло необходимым предоставить потребителю наиболее выгодные условия, законодательно закрепив определенные *права потребителя* и установив ответственность продавца за их нарушение.

До тех пор, пока не было законов, регулирующих отношения между продавцами и потребителями, эти отношения подчинялись нормам обычного права — обычаям. Долгое время этого было достаточно, но с развитием науки и техники, с появлением новых технологий, а в целом — с расширением товарооборота и увеличением ассортимента и объемов продаваемых товаров и услуг возникла необходимость в более полном и точном регламентировании прав и обязанностей продавца и покупателя.

С развитием науки и техники, с появлением:

1) новых товаров, качество которых потребителю «на глаз» определить просто невозможно — продукты питания, ранее не производимые, электробытовая техника, автомобили и т. д.;

2) новых видов услуг — туристические, услуги по страхованию, перевозке различными видами транспорта (автомобильным, железнодорожным, водным и воздушным) назрела необходимость создания законода-

тельства, регулирующего права потребителя и устанавливающего ответственность за их нарушение.

В 1962 году президентом США Джоном Кеннеди в Конгрессе США были сформулированы четыре основные права потребителей, соблюдение которых должно гарантировать государство:

- право на безопасность (любая продукция или услуги, предоставляемые потребителю, не должны нести в себе каких-либо вредоносных свойств, могущих сказаться на его здоровье);
- право на информацию (потребителю должна быть предоставлена вся необходимая информация по приобретаемому товару в отношении его использования, срока хранения, гарантийного ремонта и т. д.);
- право на выбор (у потребителя всегда должно быть право на выбор среди множества товаров и услуг);
- право быть выслушанным (потребитель вправе высказаться по поводу приобретенного товара и получить ответы на все свои вопросы у продавца этого товара).

Каждое из этих прав, несомненно, играет огромную роль при реализации потребителем своего права на приобретение товара, но это не исчерпывающий перечень, и в 1985 году Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций принимает резолюцию «Руководящие принципы для защиты прав потребителей». В этой резолюции, кроме уже перечисленных, содержались еще четыре права потребителей:

- право на компенсацию причиненного ущерба (включает в себя возмещение материального и морального вреда, причиненного имуществу и здоровью потребителя предоставлением некачественного товара или услуги);
- право на просвещение (возможность потребителя узнать из общедоступных источников о своих правах и обязанностях продавца товаров или услуг);
- право на здоровую окружающую среду;
- право на удовлетворение базовых потребностей (в продаже всегда должны быть товары, необходимые для удовлетворения всех насущных потребностей потребителя).

Несмотря на то, что резолюция носит рекомендательный характер для входящих в состав ООН государств, если государство подписывает резолюцию, то оно принимает на себя обязательства по обеспечению ее исполнения.

Так, СССР, подписав эту резолюцию, приступил к созданию собственного потребительского законодательства. В результате в 1991 году был принят Закон СССР «О защите прав потребителей».

В июне 1991 года был принят аналогичный Закон Казахской ССР «О защите прав потребителей». На тот период принятие данного закона стало очень прогрессивным явлением, поскольку он впервые закрепил статус продавца и потребителя, основные права потребителя, обязанности продавца и его ответственность за нарушение прав потребителя. Так как законодательство всех республик, входящих в состав СССР, было практически одинаковым, то Закон КазССР почти полностью повторил нормы Закона СССР «О защите прав потребителей».

Законодательство Республики Казахстан о защите прав потребителей

После распада СССР и перехода от тоталитарной, жестко регулируемой государством экономики к рыночной во все республики бывшего Союза, в Республику Казахстан, в частности, хлынул поток дешевого товара низкого качества. Это мы можем наблюдать и по сей день на так называемых оптовых рынках и базарах. Мелкими оптовиками в близлежащих странах закупается самый дешевый товар, а цена в большинстве случаев определяет качество. Поэтому рядовой потребитель оказался лицом к лицу с неквалифицированным продавцом, целью которого стало извлечение сверхприбылей из дешевого товара, здоровье потребителя и деловая репутация продавца в данном случае не имеет значения. Преимущества магазинов по сравнению с рынками очевидны: магазин проще привлечь к ответственности в случае допущения продавцами нарушений прав потребителя, так как его местонахождение известно, кассовый чек в споре докажет приобретение товара именно в этом магазине и в определенный день и т. д. Хотя, конечно, отсутствие кассовых аппаратов во многих магазинах до сих пор дело привычное.

Здесь на помощь приходит Закон «О защите прав потребителей», который закрепляет даже те нормы, которые в других государствах регулируются традициями и обычаями делового оборота. Действующее законодательство Республики Казахстан можно назвать одним из самых жестких в мире по отношению к продавцам това-

ров и услуг. И это вполне оправдано, так как традиций цивилизованного общения продавца и покупателя в нашем государстве не существовало, а в условиях хаоса и неразберихи, сложившихся на рынке товаров и услуг, было просто необходимо введение жестких норм.

Со временем ситуация стала изменяться в лучшую сторону. С одной стороны, потребитель стал гораздо грамотнее в выборе товаров и услуг, в отстаивании своих законных прав и интересов, многие из них стали придерживаться принципа «мы не настолько богаты, чтобы покупать дешевые товары», ведь дешевизна в большинстве случаев означает низкое качество товара. С другой стороны, появилось множество предпринимателей, основная цель которых — закрепиться надолго на отечественном рынке товаров и услуг. Отсюда и иной уровень обслуживания: направленность на ввоз в республику товаров только высокого качества, добросовестная работа непосредственно с потребителем — вежливое обслуживание и обязательная выдача чеков на приобретаемые товары, удовлетворение законных требований потребителей в претензионном порядке.

Как уже отмечалось, мировой практикой признаны восемь основных прав потребителей. Рассмотрим основные из них, закрепленные в законодательстве Республики Казахстан.

Право на гарантированный уровень потребления

Все граждане Республики Казахстан имеют право на получение товаров и услуг в ассортименте и объемах, соответствующих гарантированному уровню потребления. Гарантированный уровень потребления предполагает наличие государственных гарантий в области оплаты труда, прожиточного минимума, а также создание условий для приобретения гражданами товаров и услуг, включенных в состав потребительской корзины прожиточного минимума.

К товарам и услугам, входящим в уровень потребления, гарантированный государством, относятся:

- питание, одежда, белье, обувь;
- лекарства, предметы гигиены и санитарии;
- мебель, посуда, предметы культурного и бытового назначения;
- культурно-просветительские мероприятия и отдых;
- бытовые услуги;
- транспорт и связь.

Государство берет на себя обязательства по производству и распространению среди граждан этих товаров и услуг, устанавливает нормативы потребления на каждого человека, производство не может быть ниже уровня потребления, т. к. последствия будут ужасны. В то же время перенасыщенность рынка определенными товарами может также повлечь негативные последствия: падение цен, некупаемость производства этих товаров и, как следствие, кризис перепроизводства.

Право на свободное приобретение товаров, использование работ и услуг

Право потребителя на свободное приобретение товаров и услуг означает свободу заключения договора розничной купли-продажи либо договора на оказание той или иной услуги.

Приобретая любой товар (будь то булка хлеба или автомобиль) вы вступаете в договорные отношения с торгующей организацией. Такой договор именуется договором купли-продажи. Чаще всего договор розничной купли-продажи заключается в устной форме (это относится к недорогим товарам). Заключая договор купли-продажи, стороны принимают на себя следующие обязательства: продавец (торгующая организация) обязуется передать другой стороне — потребителю в собственность товары народного потребления надлежащего качества, предоставляет ему определенные договором услуги, обеспечивает высокое качество и культуру торгового обслуживания, а потребитель обязуется уплатить определенную денежную сумму за предоставленный товар.

Договор между продавцом и потребителем считается заключенным, когда сторонами достигнуто соглашение о предмете договора (о конкретном товаре), цене товара и некоторым другим условиям, имеющим значение для обеих или одной из сторон.

Право на свободное приобретение товаров и услуг может быть ограничено только на основании законодательных актов. Это обычно относится к товарам, изъятым из свободного оборота в целях безопасности населения: наркотические вещества, оружие и боеприпасы, радиоактивные вещества и т. п.

При заключении договора купли-продажи необходимо иметь в виду, что потребитель и работник торгового предприятия имеют равные права на уважение их чести,

достоинства, соблюдения нравственных и этических норм в процессе торгового обслуживания. Это означает, что стороны договора обязаны в равной степени вести себя вежливо, уважать мнение и не допускать оскорблений противоположной стороны.

Необходимо помнить, что доказательством заключения и исполнения договора купли-продажи является кассовый чек, поэтому, приобретая товар, в обязательном порядке требуйте предоставления товарного чека и сразу его не выбрасывайте.

Право на надлежащее качество продукции

Под качеством продукции понимают совокупность свойств и меру полезности продукции, обуславливающих ее способность удовлетворить определенные общественные и личные потребности.

Иными словами, качество продукции покупатель определяет возможностью использования продукции по ее прямому назначению, для тех целей, для которых этот товар приобретался.

Качество продукции определяется возможностью беспрепятственного использования товара для тех целей, для которых он приобретен потребителем.

Потребитель имеет право на надлежащее качество приобретаемого товара, оказываемой услуги за исключением случаев, когда он заранее проинформирован продавцом или производителем о недостатках и согласен с ними. Товар ненадлежащего (неудовлетворительного) качества может быть продан только в тех случаях, когда потребитель знает о недостатках товара и все-таки соглашается на его приобретение (чаще всего это бывает при снижении цен на бракованную продукцию).

Качество передаваемого покупателю товара или оказываемой услуги должно соответствовать договору, заключаемому сторонами. Но обычно качество под сомнение не ставится. Предполагается, что качество товаров или услуг соответствует всем нормативно-техническим документам. Поскольку потребитель не является в большинстве случаев специалистом, то он оценивает продукцию по ее внешнему виду, комплектности, весу, цене, а также по проверке использования. Поэтому в случае обнаружения впоследствии неисправностей това-

ра и прочих отклонений от качества потребитель вправе обменять некачественный товар на товар надлежащего качества (для этого законодательством устанавливаются различные сроки, в течение которых у потребителя есть такая возможность).

Чаще всего качество приобретаемого товара с продавцом особо не оговаривают, оно должно соответствовать предъявляемым требованиям: пища должна быть съедобной, холодильник должен охлаждать продукты, а утюг должен гладить белье.

Право потребителя на качество приобретаемого товара предполагает не только передачу потребителю товара, пригодного для использования по назначению, но и устанавливает гарантии поддержания этого товара в работоспособном состоянии определенное время.

Для этого законодательство вводит понятие «срок службы», в течение которого производитель обязуется обеспечить потребителю возможность использования товара по назначению и несет ответственность перед потребителем за возникшие по вине производителя недостатки товара. Производитель самостоятельно устанавливает сроки службы выпускаемой им продукции, но если сроки не установлены, то действует срок, установленный законодательством - 10 лет. Поэтому производителю выгодно устанавливать срок службы продукции, т. к. реальные сроки могут быть значительно меньше 10 лет (телефоны, магнитофоны и т. д.), в противном случае производитель несет ответственность за вред, причиненный произведенной им продукцией в течение 10 лет. Можно привести пример с возгораниями телевизоров в конце 80-х годов. Производителям телевизоров пришлось выплатить огромные суммы в возмещение ущерба, причиненного возгораниями. Причина была в том, что все эти телевизоры находились в эксплуатации более 10 лет, а срок службы телевизоров производителями не был установлен. Будь он оговорен в нормативно-технической документации, то ответственность производителя была бы ограничена этим сроком.

Срок службы — период времени, в течение которого производитель обязуется обеспечить нормальную работу выпущенного им товара.

Истечение срока службы товара предполагает снятие с производителя ответственности за вред, причиненный этим товаром, но использование его потребителем по истечении этого срока не запрещается.

От срока службы следует отличать «срок годности», по истечении которого товар признается непригодным к использованию (употребление в пищу продуктов, срок годности которых истек, может повлечь причинение ущерба здоровью человека, его отравление).

Срок годности — период времени, по истечении которого продукция считается непригодной для использования по прямому назначению.

Установление срока годности в обязательном порядке производится изготовителем (производителем) на продукты питания, лекарственные средства, парфюмерно-косметические товары, товары бытовой химии (стиральные порошки, средства для уничтожения насекомых, антистатика и т. д.). Если срок годности подобных товаров истекает, то последующее применение их по назначению запрещается. Можно легко представить, какую опасность для здоровья потребителя несет применение «просроченных» лекарств или пищевых продуктов. Реализация в торговых точках товаров с истекшим сроком годности запрещается.

В целях установления гарантий реализации права потребителя на надлежащее качество продаваемого товара, многие товары (преимущественно бытовые приборы, автотехника и т. д.) продаются с установлением гарантийного срока. В течение гарантийного срока производитель берет на себя обязанности по устранению всех неисправностей, выявленных при непосредственной эксплуатации товара.

Гарантийный срок — период времени, в течение которого производитель обязуется бесплатно устранять все неисправности приобретенного товара, возникшие не по вине потребителя.

Если во время гарантийного срока потребитель обнаружит ту или иную неисправность в работе приобретенного холодильника, пылесоса или автомобиля, он вправе обратиться в магазин с требованием произвести ремонт либо заменить неисправный товар на товар надлежащего качества. В случае несвоевременного удовлетворения своих требований потребитель имеет право расторгнуть договор купли-продажи и потребовать возмещения всех убытков (возвращения денег, уплаченных при покупке).

Все эти права потребитель может осуществить только в том случае, если неисправность приобретенного товара возникла по вине производителя (некачественная

сборка, некомплектный товар, некачественные детали товара и т. д.). В случае поломки товара, возникшей по вине потребителя: механические повреждения, нарушение правил эксплуатации и т. п., потребитель утрачивает право на гарантийное обслуживание товара и возмещение ущерба, причиненного неисправным механизмом.

Гарантийные сроки для различных видов продукции различны, но в случае, когда производитель не устанавливает такой срок, то он считается равным шести месяцам со дня продажи.

Конечно, для осуществления своих прав потребителю необходима информация о сроке гарантии на конкретный товар, о месте гарантийного обслуживания и т. д. Для этого при покупке товара потребителю должен быть выдан гарантийный талон с указанием в нем: 1) наименования магазина, продавшего товар, наименование товара; 2) даты продажи товара; 3) срок гарантии; 4) права потребителя при обнаружении недостатков товара; 5) адреса сервисных центров, куда можно обратиться для устранения неисправности.

После истечения гарантийного срока на производителя законодательством возлагается обязанность послегарантийного обслуживания производимого им товара (ремонт, техническое обслуживание, выпуск и реализация запасных частей). Если то или иное изделие снимается с производства, то производитель должен обеспечить послегарантийное обслуживание в течение всего срока службы, а в случае его не установления — в течение 10 лет после окончания производства.

Отличие гарантийного и послегарантийного обслуживания товара заключается в том, что гарантийное обслуживание осуществляется за счет производителя (продавца), — бесплатно для потребителя. Послегарантийное обслуживание потребителем оплачивается.

Важно помнить, что требования в части гарантийных сроков, сроков годности, порядка обмена, возврата товаров, а также имущественной ответственности за реализацию продукции ненадлежащего качества, установленные для предприятий государственной торговли, обязательны для соблюдения всей торговой сетью негосударственных структур на территории Республики Казахстан.

Право потребителей на безопасность

Потребитель имеет право на то, чтобы использование приобретенной продукции или ее хранение было безопасно для его жизни, здоровья, имущества или окружающей природной среды в течение срока службы или срока годности.

Безопасность продукции — невозможность причинения вреда жизни, здоровью, имуществу потребителя и окружающей среде при использовании продукции по ее назначению.

Право на безопасность означает, что товары, работы и услуги при соблюдении правил их использования и хранения не причиняют вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя, а также окружающей среде.

Требования к продукции, обеспечивающие ее безопасность, являются обязательными и устанавливаются в государственных стандартах. Если для безопасного использования продукции или для ее транспортировки и хранения необходимо соблюдение специальных правил, изготовитель обязан разработать такие правила, а продавец довести их до сведения потребителя.

Для того, чтобы обеспечить безопасность потребителей, государство стремится исключить попадание опасных товаров (услуг) к потребителям, а если это все-таки произошло, принять меры к их отзыву от потребителей. Товары, подлежащие сертификации, не могут продаваться без сертификата. Ответственность за наличие сертификата несет продавец.

Но в некоторых случаях система сертификации не способна полностью исключить поступление в торговую сеть товаров, которые могут причинить вред жизни и здоровью потребителей. Поэтому законодательством о защите прав потребителей установлена обязанность изготовителя (исполнителя) приостановить производство товаров (работ, услуг), если будет установлено, что при соблюдении потребителями правил эксплуатации и хранения эти товары могут причинить вред жизни или здоровью потребителей до выяснения причин, вызывающих вред. Если установить причины нанесения вреда или устранить эти причины невозможно, изготовитель обязан прекратить производство такого товара.

Если об опасных свойствах товара стало известно после того, как началась его реализация, изготовитель и продавец обязаны принять меры к отзыву опасного товара от потребителей. При этом все убытки, которые

понес потребитель в связи с отзывом продукции, подлежат возмещению изготовителем в полном объеме. Например, после того, как была выпущена первая партия одного из видов бытовых обогревателей, поступило много жалоб от потребителей на то, что обогреватели не только выходят из строя, но и в ряде случаев даже самовозгораются, причиняя ущерб имуществу потребителя. После выяснения причины, которая состояла в недостатках конструкции, всем обратившимся потребителям был возмещен причиненный ущерб фирмой-изготовителем.

Право потребителей на информацию

Право потребителя на информацию означает, что ему должна быть предоставлена вся необходимая, полная и достоверная информация о товаре (работе, услуге), позволяющая сделать разумный выбор. Это сведения о цене, потребительских свойствах интересующей потребителя продукции, способах ее приобретения, гарантийных обязательствах (если есть), порядке предъявления претензий, а также правилах использования товара, его хранения, сроке службы и безопасной утилизации. В отношении продуктов питания потребителю должна быть предоставлена информация о составе, калорийности, содержании вредных для здоровья веществ и сроках хранения.

При этом не допускается как предоставление информации, не соответствующей действительности, так и ее сокрытие, если это может подтолкнуть потребителя к неправильному выбору. Например, при продаже дрели потребителю не сообщают, что в комплект не входят сверла и иные насадки, а ему необходима дрель, работающая в момент покупки.

При выборе товара (работ или услуг) потребитель всегда основывается на определенной информации (как имеющейся у него до приобретения, так и полученной в процессе покупки). Вся выше перечисленная информация должна быть доведена до потребителя с помощью технической документации, прилагаемой к продукции, а также маркировкой (этикеткой), указанием даты изготовления и реализации и т.д., а также с помощью продавца.

Кроме того, информация должна быть предоставлена в доступной для потребителя форме и обязательно на

казахском или русском языке. Иными словами, если в магазине, где вы покупаете стиральную машину, вам вручают инструкцию на английском или японском языке, то знайте — фирма нарушает закон и ваши права как потребителя.

Сведения, которые в обязательном порядке должны быть представлены потребителю, можно разделить на две группы:

- сведения о продавце (производителе, исполнителе);
- сведения о товаре (работе, услуге).

Сведения о продавце (производителе, исполнителе).

Потребителю, который собирается приобрести товар или услугу, также необходимо иметь информацию о фирме. Законом закреплено, что до сведения потребителя должна доводиться следующая информация:

- наименование фирмы и сведения о ее государственной регистрации;
- адрес фирмы;
- сведения о лицензии, если деятельность подлежит лицензированию;
- сведения о режиме работы.

Законодательство требует, чтобы вся информация о продавце содержалась на вывеске фирмы.

Сведения о товаре (работе, услуге).

Когда потребитель собирается приобрести товар (услугу), ему необходимо знать, для чего этот товар предназначен, как им пользоваться, в каких условиях он должен храниться, а также срок его службы (вспомните, что это такое). Если приобретается продукт питания, косметическое или лекарственное средство, потребителю дополнительно должна быть предоставлена информация о составе, сроке годности и противопоказаниях к применению (например, продукт нельзя употреблять детям до трех лет или страдающим определенными видами заболеваний).

Кроме того, продавец обязан сообщить потребителю цену товара, условия его приобретения, условия гарантии и адреса гарантийных мастерских. Нужно помнить об этих обязанностях продавца и требовать их исполнения, а именно мы, как потребители, должны требовать предоставления нам этой информации, ведь только зная о товаре все, мы можем сделать разумный выбор.

Ответственность за предоставление недостоверной информации

Законодательством Республики Казахстан установлена ответственность за предоставление недостоверной или недостаточно полной информации о реализуемой продукции.

В случае неисполнения продавцом обязанностей по предоставлению полной и достоверной информации о продаваемом товаре потребитель может:

- потребовать предоставления ему информации;
- потребовать возмещения убытков, вызванных непредоставлением или несвоевременным предоставлением информации.

Если предоставление недостоверной или недостаточно полной информации повлекло за собой:

приобретение продукции, не обладающей необходимыми потребительскими свойствами — потребитель вправе расторгнуть договор и потребовать возмещения причиненных ему убытков;

невозможность использования приобретенной продукции по назначению — потребитель вправе потребовать предоставления в разумно короткий срок указанной информации, в случае ее непредоставления — потребитель вправе расторгнуть договор и потребовать возмещения убытков;

причинение вреда здоровью — потребитель имеет право на полное возмещение как материального (затраты на восстановление здоровья), так и морального ущерба.

Нужно отметить, что в случае возникновения споров, связанных с предоставлением недостоверной информации, суд всегда исходит из предположения, что потребитель не обладает специальными знаниями о свойствах и характеристиках товара и руководствуется лишь той информацией, которая ему была предоставлена продавцом (изготовителем).

ВЫВОДЫ

Законодательство Республики Казахстан о защите прав потребителей определяет основные права потребителей и механизм их реализации.

Покупая товар или заключая договор на оказание услуг, требуйте предоставления вам соответствующей ин-

формации о товаре, об оказываемых услугах, а также о продавце или об организации, которая оказывает услуги.

В случаях нарушения действующего законодательства о правах потребителя каждый потребитель имеет право на возмещение морального и материального вреда.

ВОПРОСЫ

1. Чем была вызвана необходимость законодательного закрепления прав потребителя? Кто при этом выиграл: продавец или потребитель?

2. Какова история создания законодательства о защите прав потребителей?

3. Защита прав потребителей в Республике Казахстан.

4. Основные права потребителей в Республике Казахстан.

5. Что включает в себя право на надлежащее качество товара?

6. Покажите разницу между сроком службы и сроком годности товара.

7. Что такое гарантийный срок? Для чего введен этот срок, каковы права потребителя, у которого в течение гарантийного срока вышел из строя телевизор?

8. Право на безопасность продукции. Кто обязан обеспечивать безопасность товара (услуги) и на какие сроки распространяется эта обязанность?

9. В каком объеме должна быть предоставлена потребителю информация о товаре? Поясните на примерах.

ТЕМА 15. В МАГАЗИНЕ

Входим в магазин

Каждый день мы заходим в магазин и не задумываемся, что, переступив его порог, мы становимся потребителями. Каждый магазин должен иметь свое название, адрес, режим работы. То есть вы должны знать о своем продавце как можно больше информации, чтобы в случае нарушения прав потребителя, куда направить претензию. Конечно, это сложно сделать, если вы покупаете товар на базаре, оптовом рынке или просто на улице с рук. Особенно это необходимо знать, если вы покупаете товар дорогостоящий.

Владельцем магазина может быть как физическое лицо или группа лиц, также и юридическое лицо, но в любом случае они должны соблюдать “Правила торговли”, которые установлены для всех.

Выбираем товар

Выбирают товар все потребители по-разному, исходя из своих собственных потребностей и желаний, но в любом случае все мы стремимся купить качественный товар. Поэтому особенно важно посмотреть на дату выработки и на срок годности. Обращайте внимание на целостность упаковки, ее нарушение в ряде случаев влияет на качество товаров, а также на внешний вид.

Например, вы покупаете консервы, обращайте внимание и на срок годности и на внешний вид упаковки, если крышка вздулась, то это уже говорит о том, что данный продукт нельзя употреблять. По всей вероятности был нарушен технологический процесс производства, что может повлечь за собой отравление и даже со смертельным исходом.

Также следует обращать внимание на ближайшее истечение срока годности на пищевых продуктах. Если он истекает в ближайшее время, то стоит ли его брать? Тем более закупать его впрок.

Такие продукты как мясо-молочные, колбасные изделия лучше покупать в магазине или в специализированных рядах на базарах, которые оснащены холодильными установками, где они проходят контроль.

Покупая в магазине бытовую технику, потребуйте обязательно инструкцию на казахском или русском языке. Если данный товар подлежит гарантийному обслуживанию после покупки, то обязательно требуйте гарантийный талон с указанием срока гарантии, и не забудьте заключить договор в письменном виде.

Каждую покупку в магазине должны оформлять товарным чеком — храните его после покупки продолжительное время. Внимательно пересчитывайте деньги и сдачу, которую вам дает продавец.

Обвес

Обвес — умышленное занижение веса продуктового товара. Это один из видов обмана покупателя, который наиболее распространен у нас сейчас. Но как защитить свои права в этом случае?

Прежде всего в магазинах устанавливаются контрольные весы, для того чтобы контролировать вес товара. Если вы обнаружили его недостачу, то вам следует обратиться к администратору данного магазина с требованием возврата денег, либо чтобы товар был перевешан правильно.

Механизмом обвеса служит и тот случай, когда вам товар взвесили вместе с упаковкой, потому что вы покупаете “чистый вес”, а не дополнения к нему в виде упаковочной бумаги, картонной коробки, веревок, как это бывает, например, на колбасе.

Также обвес происходит и в тех случаях, когда неправильно работают весы, когда используются полые гири или когда к маятнику весов прикрепляется магнит, что нарушает точность весов. Проверить весы на точность ваше право, и продавец вам не может в этом отказать, потому что это его обязанность.

Если же вас обвесили на базаре, то куда пойти жаловаться? Механизм защиты прав потребителей здесь такой же как и в магазине. Главное, запомните номер торгового места, где с вами произошел такой инцидент, и если продавец вам ответил отказом на возврат денег, то идите в администрацию базара. Они несут ответственность в таком случае. Через администрацию базара вы можете с продавца потребовать возврат излишне заплаченных денег. Сложнее обстоит дело, если вы купили товар в так называемом “ненадлежащем месте”, т. е. в местах стихийной торговли, на улице. В таком случае закон вам помочь никак не может. Поэтому будьте внимательнее и лучше не покупайте, особенно продукты питания, в неустановленных местах. Вы сами создаете ситуацию, чтобы были нарушены ваши права, потому что продавец знает, что вам никто помочь не сможет.

Как защититься от обсчета

Обсчет — это незаконное увеличение суммы, которую непосредственно должен заплатить потребитель. Обсчет может произойти и умышленно и по неосторожности. Мы же с вами будем рассматривать только умышленный обсчет, когда продавец это сделал преднамеренно, специально для того, чтобы завладеть частью денежной суммы, которой вы рассчитываетесь за купленный товар.

Как следует поступать, чтобы защитить себя от обсчета? Прежде всего внимательно считайте сумму, которую вам следует заплатить, деньги, которыми вы рассчитываетесь, сдачу, которую вам дает продавец. Не стесняйтесь пересчитывать несколько раз, главное, пересчитывайте сразу, не отходя от прилавка или кассы. Требуйте, чтобы вам выдали чек, который служит доказательством того, что с вас взяли именно ту сумму, которая указана в чеке, в нем обязательно должна стоять дата покупки и сумма.

Если между вами и продавцом возник инцидент, то у вас есть право требовать “снятие кассы”, то есть пересчитать по чекам сумму поступлений и точную сумму денег, которые находятся в наличии в кассовом аппарате. Если денег больше той суммы, которая проходит по чекам, значит это ваша недостающая сумма денег или других покупателей. У кассира не может быть в кассе личных денег — это общее правило, которое должно соблюдаться кассирами.

Как быть, если купленный товар вас не устраивает?

В таком случае промышленный товар можно обменять на другой при наличии чека в течение 14 дней. Товар можно обменять на аналогичный товар, причем не важно по какой причине вы хотите совершить обмен. Может быть вам не подошел размер или просто вас не устроила модель, цвет или что-то другое.

Однако не любой товар можно обменять. Есть правила, где указан специальный перечень этих товаров: а именно: нельзя обменять изделия из драгоценных металлов и камней, ткани, бельевой трикотажа, купальники и плавки, трусы, постельное белье, предметы женского туалета, чулки, носки, парфюмерно-косметические товары, товары бытовой химии, предметы личной гигиены и другие товары. Как правило в отделах, где осуществляется реализация таких товаров, вывешивается объявление, что такие-то товары не подлежат обмену.

Как осуществляется обмен товаров?

- при наличии товарного чека;
- обменять можно только новую вещь, которая не была в употреблении;
- на товаре должны быть сохранены все необходимые этикетки, промышленные пломбы и упаковка.

Если вы делаете кому-то дорогой подарок и сомнева-

етесь в размере, то можете получателю подарка подарить и товарный чек. А он, воспользовавшись им, сможет обменять его на необходимый размер или цвет, который ему больше понравится.

Вы купили некачественный товар

От такой ситуации не застрахован никто. Даже самый умудренный опытом человек может купить некачественный товар. Как проявляется “некачественность товара”?

- истек срок годности;
- нарушена упаковка, что также влияет на качество товара;
- имеются скрытые дефекты, которые можно обнаружить только в процессе эксплуатации.

Из вышперечисленного следует, что все дефекты, которые влияют на качество товара, можно разделить на два вида: явные и скрытые, и это влечет за собой различные правовые последствия.

Если вы купили товар, который имеет гарантийный срок его эксплуатации, то вы вправе в течение этого срока потребовать соразмерного уменьшения покупной цены, или безвозмездного устранения недостатков товара, либо замены его на равноценный качественный товар.

Если вы купили товар, который не имеет гарантийного срока и дома обнаружили его дефект, то вы вправе подать претензию продавцу со своими требованиями в течение 14 календарный дней, не считая дня покупки.

Если вы купили товар, который имеет скрытые дефекты, то вы вправе в течение 6 месяцев требовать от продавца замены на качественный товар либо возврат полной стоимости данного товара.

Если повреждения образовались по вашей вине и это подтвердит экспертиза, то вся ответственность полностью перекладывается на ваши плечи.

Как отстоять свои права?

Если ваши права были нарушены товаропроизводителем или продавцом, то закон по защите прав потребителей целиком стоит на вашей стороне. Следует только знать, как правильно вести себя при сложившихся обстоятельствах.

В первую очередь, вам следует обратиться непосредственно к администрации магазина. Единственным доказательством вашего требования будет кассовый или товарный чек, который подтверждает, что вы купили именно этот товар в этом магазине по определенной цене и такого-то числа. Если у вас отсутствует чек, то вы не сможете доказать свои правомерные требования. Возможно, что уже на этом уровне в магазине будет исчерпан весь инцидент и все ваши требования будут удовлетворены. Потому что качество товара — это лицо фирмы. Если сегодня они потеряют вас как клиента, то завтра они могут потерять и остальных.

Если это вам не поможет, то можете обратиться в магазин с претензией, которую оформляете в двух экземплярах. Один отдаете администрации магазина, а второй оставляете себе, но с обязательной отметкой магазина о том, что они получили от вас эту претензию. Если в течение 10 дней вы не получите ответ на свою претензию, то можете обращаться в суд по месту жительства ответчика. В суд можете обращаться, подав заявление, либо через Общество по защите прав потребителей.

ВЫВОДЫ

Существенный недостаток товара — это недостаток, который не позволяет в дальнейшем использовать товар по назначению.

Некачественный товар — это товар, который имеет недостаток, т. е. не соответствует стандартам, условиям договора или требованиям, которые обычно предъявляются к аналогичным товарам.

Товарный чек — средство доказательства того, что потребитель купил данный товар именно в этом магазине.

ВОПРОСЫ

1. Как защититься от обвеса или обсчета в магазине, на рынке?
2. Некачественный товар. Что делать если вам продали некачественный товар?
3. Как правильно поступить, если товар вас не устраивает?

ТЕМА 16. ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ

При пользовании транспортными услугами необходимо уточнить, какие права и обязанности возлагаются на стороны этого договора, а также для чего потребителю транспортной услуги знать свои права.

Пассажир — физическое лицо, гражданин, которое пользуется услугами организации-перевозчика.

Перевозка — перемещение пассажира и багажа или груза на железнодорожном, автомобильном, воздушном или водном транспорте из одного пункта в другой на основании заключенного договора.

Перевозчик — юридическое или физическое лицо, владеющее транспортным средством на праве собственности или на иных законных основаниях, предоставляющее услуги по перевозке пассажиров, багажа и грузов за плату или по найму и имеющее на это соответствующее разрешение или лицензию, выданную в установленном законом порядке.

Потребитель транспортных услуг — гражданин, который пользуется услугами организаций-перевозчиков для личных нужд, не связанных с извлечением прибыли.

Билет — документ, удостоверяющий факт заключения договора перевозки и содержащий основные условия договора (пункт назначения, время и дату перевозки).

Лицензия — документ, выдаваемый государственным органом и подтверждающий право организации заниматься определенным видом деятельности.

Источник повышенной опасности — деятельность физического или юридического лица, создающая повышенную вероятность причинения вреда жизни, здоровью или имуществу гражданина из-за невозможности полного контроля.

Покупая билет на автобус, поезд, самолет, каждый из нас становится потребителем услуг, предоставляемых транспортными организациями, проще говоря, выступает в роли пассажира того или иного вида транспорта.

В зависимости от объекта перевозки (что перевозить) все договоры можно разделить на:

- договоры перевозки пассажиров и багажа,
- договоры перевозки груза.

Становясь потребителем транспортной услуги, гражданин заключает договор перевозки, по которому пере-

возчик обязуется перевезти пассажира в пункт назначения, а в случае сдачи пассажиром багажа также доставить багаж в пункт назначения и выдать его пассажиру или уполномоченному им лицу.

При этом пассажир принимает на себя обязательство уплатить установленную плату за проезд, а при сдаче багажа — и за провоз багажа.

Основными условиями договора перевозки являются пункт назначения и стоимость проезда.

Договор считается заключенным, когда стороны согласовали эти условия. В том случае, когда речь идет об абстрактной поездке, без согласования, куда везти и сколько это будет стоить, договор перевозки не может считаться заключенным ни при каких обстоятельствах.

В зависимости от вида используемого транспорта выделяют следующие виды перевозок:

- 1) автомобильные,
- 2) воздушные,
- 3) водные,
- 4) железнодорожные.

В зависимости от маршрута перевозки делятся на внутренние, то есть осуществляемые в пределах границ Республики Казахстан, и международные, при которых пункт назначения или пункт пересадки располагается вне пределов Республики Казахстан.

Поскольку отношения по перевозке оформляются договором между сторонами, то выделяют две стороны: потребитель (пассажир) и услугодатель (перевозчик).

При заключении договора потребителю нужно иметь в виду, что деятельность по перевозке лицензируется. Это означает, что организация или частный предприниматель вправе оказывать услуги по перевозке только тогда, когда имеет на это лицензию.

Права сторон по договору перевозки

Договор перевозки — это договор на оказание транспортных услуг. На него распространяются нормы законодательства о защите прав потребителей.

Пассажир как потребитель имеет следующие права.

Право на качество. Исполнитель обязан оказать потребителю услугу, качество которой соответствует договору или обычно предъявляемым требованиям.

При заключении договора большинство потребителей не оговаривают особо условия о качестве услуги.

Однако каждый потребитель представляет тот уровень услуги, который должен быть оказан ему при перевозке.

Одним из показателей качества предоставляемой услуги в договоре перевозки является срок исполнения договора. По законодательству о защите прав потребителей исполнитель обязан оказать услугу в срок, установленный договором. Перевозчик обязан доставить пассажира в пункт назначения в сроки, установленные в расписании и указанные в билете.

Качество услуг перевозчика должно соответствовать как требованиям стандартов, установленных государством, так и правилам обслуживания, принимаемым на конкретных видах транспорта.

Право на безопасность. Законодательство о защите прав потребителей также содержит нормы о безопасности предоставляемых услуг. Под безопасностью понимают отсутствие недопустимого риска, связанного с возможностью причинения вреда жизни или здоровью потребителя, ущерба его имуществу, а также окружающей среде.

Понятно, что обеспечить полную безопасность невозможно, поскольку транспортное средство является источником повышенной опасности (загляни в понятийный ряд). Поэтому услуга признается безопасной, если риск причинения вреда жизни или здоровью потребителя, его имуществу или окружающей среде ниже уровня, установленного государством.

Для обеспечения наибольшей безопасности потребителя государством установлено обязательное страхование гражданской ответственности перевозчика перед пассажирами. Этот вид страхования обеспечивает гарантии предоставления страховой защиты и возмещение ущерба, нанесенного интересам граждан, перевозимых средствами воздушного, железнодорожного, морского, внутреннего водного, автомобильного (на маршрутах межгосударственного и межобластного сообщения) транспорта (далее — перевозчик).

Каждый пассажир воздушного, водного, железнодорожного транспорта должен быть застрахован от несчастного случая во время оказания транспортной услуги (поездки). Этот вид страхования не распространяется на городской и пригородный транспорт, а также на международные перевозки. Предметом обязательного страхования пассажиров являются любые повреждения здоровья, которые могут возникнуть в процессе перевозки.

Право на информацию. Пользуясь услугами по перевозке, потребитель имеет право на получение достоверной информации о перевозчике, режиме его работы и реализуемых им услугах, а услугодатель обязан ему эту информацию предоставить. В данном случае это должна быть информация о времени отправления и прибытия пассажирского транспорта, стоимости проезда пассажиров и перевозки багажа, времени работы билетных и багажных касс, наличии свободных мест, размещении вокзальных помещений.

Право на судебную защиту нарушенных интересов. Потребитель, права которого нарушены, может обратиться за защитой в судебные органы. При этом не имеет значения, самостоятельно или через Общество защиты прав потребителей гражданин предъявит претензию к организации, допустившей нарушение его прав. При подаче искового заявления иски потребителей не облагаются государственной пошлиной (сумма, взимаемая за рассмотрение дела), что также стимулирует граждан на привлечение услугодателя к ответственности за нарушение прав потребителей.

Рассмотрим, каковы права и обязанности пассажира и перевозчика на конкретных видах транспорта.

Железная дорога

Для того, чтобы стать пассажиром поезда необходимо заключить договор железнодорожной перевозки. Заключение договора удостоверяется покупкой билета на интересующий пассажира маршрут следования. По данному договору железная дорога обязуется перевезти пассажира и его багаж в пункт назначения, предоставив пассажиру место в поезде согласно купленному билету, а пассажир принимает на себя обязательство оплатить стоимость проезда по установленному тарифу, а при сдаче багажа и его провоз.

Приобрести железнодорожные билеты можно: в кассах предварительной продажи билетов — в течение 45 суток до отправления поезда, в кассах конечных пунктов следования поездов и на промежуточных станциях — за 24 часа до отправления поезда, но не позднее чем за час до прибытия поезда.

В стоимость приобретаемого билета входит:

оплата права ехать по железной дороге на определенное расстояние (при этом цена билета определяется по тарифу в зависимости от расстояния);

стоимость плацкарты — право пассажира на спальное место в поезде;

комиссионный сбор за услуги кассы по предварительной продаже билетов;

оплата страховки, которая дает право пассажиру требовать страхового возмещения при наступлении несчастного случая.

Иногда в стоимость билета включаются услуги по доставке билетов на дом.

Итак, билет приобретен. Какие же права и обязанности по договору перевозки возлагаются на пассажира?

1. Прежде всего пассажир имеет право приобрести билет на любой поезд и в любой вагон до необходимой ему станции назначения по кратчайшему направлению, с наименьшим числом пересадок или по маршруту, удобному для него по времени.

Места в поездах тоже бывают различными. Наиболее комфортными являются места в спальнях вагонов, далее идут купейные и плацкартные места. Таким образом, стоимость билета зависит от вида вагона. Цена поездки будет различна еще в зависимости от вида поезда. От скорости движения поезда подразделяются: на скорые и обычные.

2. Пассажир имеет право бесплатно провезти одного ребенка в возрасте до 7 лет в местном и внутриреспубликанском сообщении, в том числе, межгосударственном, при следовании по территории Республики Казахстан, а при межгосударственном и международном сообщении в возрасте до 5 лет, если он не занимает отдельного места.

3. Пассажир вправе бесплатно провезти ручную кладь весом не более 36 килограммов. Остальной багаж пассажир должен сдать в багажное отделение этого поезда за дополнительную плату.

4. Пассажир имеет право на возмещение материального ущерба, причиненного ему задержкой перевозки или утратой багажа, а также в иных случаях причинения ему железной дорогой ущерба.

5. Пассажир имеет право уехать на поезде, отходящем раньше, чем тот, на который взят билет, если, конечно, в нем есть место.

6. Если вам не смогли обеспечить место согласно купленному билету, то вы имеете право получить место в другом вагоне, даже более высокой категории без доп-

латы. В случае предоставления более дешевого места вам обязаны возратить разницу в стоимости билетов.

Кроме вышеперечисленных действующим законодательством пассажиру предоставлены и иные права.

Пользуясь услугами железнодорожной перевозки, потребитель прежде всего имеет дело с проводником, в вагоне которого он осуществляет перемещение из одного населенного пункта в другой. В связи с этим на проводника возлагаются все обязанности по обеспечению пассажиру нормальных условий в пути следования.

На протяжении всего времени поездки проводник несет ответственность за порядок в вагоне, за безопасность пассажиров, за комфортность этой поездки. Вагон должен поддерживаться в чистоте, его состояние и температура внутри вагона должны соответствовать санитарным нормам и правилам. За дополнительную оплату проводник обязан обеспечить каждого пассажира постельными принадлежностями.

Ответственность железной дороги

Железная дорога отвечает за утрату, недостачу, порчу или повреждение багажа пассажиров, а также за просрочку его доставки, если не докажет, что данный ущерб причинен не по ее вине.

Если по вине железной дороги с пассажиром во время следования произошел несчастный случай, он имеет право на возмещение вреда, причиненного здоровью пассажира, в полном объеме.

Воздушная перевозка

Заключая договор воздушной перевозки, авиационное предприятие принимает на себя обязательства перевести пассажира в пункт назначения, предоставив ему место на воздушном судне, совершающем рейс, указанный в билете, а в случае сдачи пассажиром багажа — также доставить багаж в пункт назначения и вернуть его пассажиру. Пассажир, в свою очередь, обязан уплатить определенную сумму за перевозку его лично и багажа, провозимого сверх нормы.

Факт заключения договора воздушной перевозки удостоверяется перевозочным документом, выдаваемым авиационным предприятием: при перевозке пассажира и багажа — авиабилет и багажная квитанция, при перевозке груза — грузовая накладная.

Хранить билет нужно до конца поездки, а если во время поездки возникли разногласия, то до урегулирования этих разногласий.

Нужно отметить, несмотря на то, что каждая авиакомпания самостоятельно устанавливает правила авиаперевозки пассажиров и багажа, эти правила не должны противоречить нормам действующего законодательства Республики Казахстан, а также нормам международных договоров, заключенных нашим государством.

Стоимость билета зависит от нескольких факторов: от самой авиакомпании, класса обслуживания, расстояния до пункта назначения, условий бронирования авиабилета и возврата и т. д. Но основной критерий, влияющий на цену билета: класс обслуживания.

В мировой практике выделяют три класса обслуживания при авиаперевозках: первый — самый дорогой, бизнес-класс и экономический — самый дешевый. Разница между классами состоит в комфорте условий, создаваемых для пассажира, а именно: в удобстве кресла пассажира, в качестве питания и в количестве багажа, провозимого бесплатно. Кроме этого, пассажирам более дорогих классов во время полета авиакомпанией предоставляется ряд дополнительных услуг — блюда на выбор, спиртные напитки, тапочки в салоне и т. д.

Пассажир имеет право в соответствии с заключенным договором перевозки быть доставленным в определенное время, в определенных условиях, в определенный этим договором пункт назначения. Все убытки, причиненные пассажиру и связанные с причинением вреда его здоровью и имуществу возмещаются авиаперевозчиком в полном объеме.

Кроме этого

- в некоторых случаях перевозчик обязан продлить срок действия билета (отмены или задержки рейса, непредоставления пассажиру забронированного заранее места, болезни пассажира или члена его семьи, неправильного оформления билета перевозчиком или его представителем);

- если билет потерян, у пассажира есть возможность восстановить его, предоставив перевозчику данные о билете;

- пассажир не имеет права перевозить на воздушном судне следующие предметы: 1) которые могут причинить вред воздушному судну, пассажирам или их имуществу, а также взрывчатые, ядовитые, радиоактивные

вещества, сжатые газы и т. п.; 2) предметы, перевозка которых запрещена законами государства;

• во время задержки рейса или изменения маршрута полета по вине авиаперевозчика пассажир вправе требовать: предоставления гостиницы на период ожидания вылета, предоставления бесплатного транспорта до гостиницы и обратно, а также компенсации расходов за время ожидания — затрат на питание, на телефонные переговоры и т.д.

Перевозчику предоставляется право расторгнуть договор с пассажиром в следующих случаях: нарушение пассажиром таможенных, паспортных, санитарных правил, касающихся воздушной перевозки;

отказ пассажира от выполнения правил, установленных перевозчиком;

отказ пассажира от оплаты перевозки багажа свыше норм бесплатного провоза;

нарушение пассажиром правил поведения на борту самолета, создающее угрозу безопасности других пассажиров;

наличие в багаже пассажира предметов, запрещенных к авиаперевозке;

если состояние здоровья пассажира угрожает безопасности самого пассажира или другим, либо создает беспорядок, неудобства остальным пассажирам.

ВЫВОДЫ

Факт покупки билета на поезд или на самолет является доказательством заключения договора перевозки.

Перевозчик несет ответственность за утрату, недостачу, порчу или повреждение багажа, а также за просрочку его доставки, если не докажет, что все это произошло не по его вине.

ВОПРОСЫ

1. Какие условия при заключении договора перевозки необходимо оговорить в обязательном порядке? Если эти условия не оговорить, то можно ли считать договор заключенным?

2. Чем подтверждается заключение договора перевозки между пассажиром и перевозчиком?

3. Каковы основные права потребителя при пользовании транспортными услугами?

4. Назовите основные права перевозчика.
5. Назовите основные права пассажира.
6. Какую ответственность несет перевозчик за вред, причиненный пассажиру или его имуществу во время осуществления перевозки?
7. Каковы особенности железнодорожной перевозки?
8. Каковы особенности воздушной перевозки?
9. Как вы думаете, можно ли взыскать с авиакомпании ущерб, причиненный здоровью пассажира вследствие падения в салоне самолета во время полета?

ТЕМА 17. ОТПРАВЛЯЯСЬ В ПУТЕШЕСТВИЕ

Под *туризмом* понимается система и форма проведения человеком активного отдыха с целью познания тех или иных регионов, государств, их культуры и традиций и связанное с этим передвижение за пределами постоянного места жительства.

Под *туристической деятельностью* в Республике Казахстан понимается организация туристических и экскурсионных поездок и походов, оказание всех видов туристических услуг, производство и реализация товаров туристского назначения и другой продукции, осуществляемых в соответствии с основными уставными задачами субъектов туристической деятельности.

Туристами считаются граждане Республики Казахстан и лица без гражданства, совершающие поездки и походы на территории Республики Казахстан и за ее пределами с целью познания тех или иных регионов, государств, их культуры и традиций, а также граждане других стран, прибывающие на территорию Республики Казахстан с теми же целями.

Итак, вы решили отправиться в путешествие. У вас возникает много вопросов, связанных с подбором места, где вы можете позволить себе отдохнуть, выбором наиболее надежной туристической фирмы, составлением договора на оказание туристических услуг и т. п. Здесь очень важно выработать четкие критерии общения с туристической фирмой.

Без участия туристической фирмы вам в любом случае не обойтись, т. к. самостоятельно вам будет сложно не только сделать выбор того, куда вам хочется съездить и на каких условиях, но есть опасность очень больших потерь (не только материальных, но и моральных).

Обращаясь в туристическую фирму, гражданин становится потребителем услуг, оказываемых этой фирмой. Все отношения между туристической фирмой и потребителем должны быть регламентированы договором, по которому исполнитель обязуется оказать потребителю услуги по организации его отдыха, а потребитель (заказчик этих услуг) оплатить услуги в согласованном с исполнителем размере. Сторонами в договоре на оказание туристических услуг являются организация (гражданин, предприниматель), предоставляющая комплекс услуг потребителю, и потребитель этих услуг.

Все туристические фирмы делятся на две категории:

— туроператоры — юридические лица или индивидуальные предприниматели, осуществляющие самостоятельно формирование, продвижение и реализацию туристического продукта (непосредственно заключающие договоры об аренде гостиницы, разрабатывающие туристические маршруты и т. п.).

Действующее законодательство Республики Казахстан говорит о том, что туроператор приобретает права на услуги, входящие в тур, на основании договоров с лицами, предоставляющими отдельные услуги, или с туроператором по приему туристов, обеспечивающим предоставление всех видов услуг, входящих в тур. Поскольку фирма-туроператор сама формирует туристический продукт, то она досконально знает все о предоставляемой услуге и обещать большего, что может предложить, не должна;

— турагентства — юридические лица или индивидуальные предприниматели, осуществляющие продвижение и реализацию туристического продукта. Иными словами, это фирмы-посредники, которые перекупают у туроператоров турпродукт и реализуют его по более дорогой цене.

Исполнителем туристической услуги является не директор фирмы и не ее сотрудник, который подписывает договор, а сама фирма. Однако проверить полномочия лица, который подписывает договор, желательно, чтобы впоследствии, если возникнет конфликтная ситуация, у фирмы не было возможности сослаться на то, что документ подписан неуполномоченным лицом, поэтому фирма не обязана отвечать по данному договору. Как правило, в суде не принимаются во внимание такие доводы турфирмы, если имеются доказательства факта оплаты услуги и на договоре стоит печать фирмы.

Второй стороной по договору является потребитель, приобретающий туристическую путевку. Потребителем является не только гражданин, заказывающий, приобретающий, или использующий товары, услуги исключительно для личных бытовых нужд, но и гражданин, который имеет намерение заказать или приобрести товары, услуги. Поэтому требование потребителя ознакомить его со всем пакетом документов, оформляемых турфирмой до заключения договора на оказание туристических услуг, является правомерным. Основная обязанность туриста в срок, определяемый турфирмой, внести плату за предоставляемые туристические услуги.

При оказании туристических услуг должен быть обеспечен приемлемый уровень риска для жизни и здоровья туристов как в обычных условиях, так и в чрезвычайных ситуациях (стихийные бедствия и т. п.). Существует классификация факторов риска в туризме:

травмоопасность, воздействия окружающей среды, пожароопасность, психофизиологические нагрузки, биологические воздействия, повышенная запыленность и загазованность и т. д. Например, приобретается путевка в горы. В этом случае риск получения случайных травм очень велик не только в связи с неосторожным поведением туристов, но и в связи с различными природными явлениями в данной местности (лавины, камнепады, атмосферное электричество, молния и т. п.), с несоблюдением правил эксплуатации используемого инвентаря и оборудования.

Турфирма обязана информировать туристов о факторах риска и мерах по предупреждению травм. Туристы должны быть информированы и о том, какие меры следует предпринимать в случае получения травмы. Лучше всего, если такая информация будет предоставлена туристу в письменной форме.

Для того чтобы туристу была обеспечена возможность правильного выбора услуги, фирма обязана своевременно предоставить достоверную и полную информацию об услуге. Информация в обязательном порядке должна содержать сведения об основных потребительских свойствах услуги. Одно из приложений к путевке туристического путешествия — информационный листок. К обязательной информации, содержащейся в информационном листке, относятся:

1. Указания вида и типа туристического путешествия, основного содержания программы обслуживания

путешествии, протяженности и продолжительности всего маршрута и его походной части, сложности походов.

2. Описания трассы путешествия — пунктов пребывания, продолжительности пребывания и условий размещения в каждом пункте обслуживания (тип здания, число, место в номере, его санитарно-гигиеническое оборудование).

3. Краткое описание района путешествия (достопримечательности, особенности рельефа местности и т. п.), программы обслуживания в каждом пункте путешествия (в соответствии с технологической картой туристического путешествия).

4. Перечень услуг, предоставляемых за дополнительную плату.

5. Наличие и краткая характеристика спортивных сооружений и площадок, автостоянок, пассажирских канатных дорог, водоемов, пляжей, аттракционов, детских игровых площадок (комнат), библиотек, кинозалов и т.п.

6. Адрес туристической фирмы, организующей туристическое путешествие, и проезд до пункта сбора туристов.

ВЫВОДЫ

На оказание туристических услуг заключается договор, который должен содержать программу отдыха. Договор должен быть обязательно заключен в письменной форме.

В случае нарушения условий договора потребитель имеет право на возмещение материального и морального вреда.

ВОПРОСЫ

1. Чем отличаются туроператоры от турагентств?
2. Какие основные условия включаются в договор на оказание туристических услуг?
3. Что влечет за собой отказ от поездки?
4. Как следует поступить потребителю в том случае, если были нарушены условия договора на оказание туристических услуг?

ТЕМА 18. ПЛАТНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Твои права при потреблении образовательных услуг

Образование — это непрерывный процесс воспитания и обучения, направленный на обеспечение высокого уровня нравственного, интеллектуального, культурного развития и профессиональной компетентности членов общества. От уровня образования граждан зависит благополучие и достаток государства в целом, а значит заинтересованность государства в повышении образовательного уровня граждан очевидна, поэтому государство создает условия для развития всех ветвей системы образовательных учреждений.

Сегодня у каждого школьника, желающего после окончания школы получить высшее образование, очень много возможностей. Количество высших учебных заведений в республике по сравнению с периодом 5-7-летней давности возросло в 15-20 раз, что сделало высшее образование доступным почти для каждого. Подавляющее большинство высших учебных заведений составляют негосударственные учреждения образования, обучение в которых является платным. Заключая договор о платном образовании гражданин становится потребителем услуг, предоставляемых образовательным учреждением.

Конституция Республики Казахстан устанавливает право каждого гражданина на получение бесплатного среднего образования в государственных учебных заведениях. При этом среднее образование является не только правом, но и обязанностью всех граждан.

Основными принципами образования в Республике Казахстан являются:

- равенство прав всех граждан Республики Казахстан на получение образования;
- бесплатность образовательных услуг в пределах государственных стандартов образования;
- разнообразие учреждений образования по видам собственности, направлениям деятельности, формам воспитания и обучения;
- непрерывность процесса образования, обеспечивающего преемственность его ступеней.

Гражданин имеет право на получение на конкурсной основе бесплатного высшего образования в государственном высшем учебном заведении. Если же вам пове-

зет и вы станете студентом государственного вуза, то ваши отношения с учебным заведением не будут регулироваться как отношения потребителя и услугодателя. Однако учиться в государственном вузе сегодня становится почти невозможно, поскольку набор студентов на бесплатные отделения государственных вузов с каждым годом сокращается и скоро будет сведен к минимуму. В то же время предложение по обучению в негосударственных вузах расширяется, и правильно выбрав образовательное учреждение, можно получить необходимое и качественное образование.

Как уже отмечалось, сегодня также возможно получение платного образования в частных, негосударственных учебных заведениях, которое осуществляется на основаниях и в порядке, установленных законом.

Стоимость обучения в негосударственных учебных заведениях весьма различна и зависит от технической базы вуза и кадрового (профессорско-преподавательского) состава, от формы обучения, выбранной специальности и т. д. Здесь главное — не ошибиться в выборе, поскольку дорого — не значит качественно. Очень часто процесс обучения сводится к собиранию денег и выдаче диплома.

Поэтому, заключая договор о платном образовании, нужно помнить, что вы действуете как потребитель услуг, предоставляемых образовательным учреждением, а значит имеете право требовать качественного обучения, соответствующего определенным стандартам. Независимо от статуса и формы образовательного учреждения государство устанавливает общеобязательные стандарты образования. Деятельность любых учебных заведений должна соответствовать этим стандартам.

Прежде чем осуществить выбор образовательного учреждения нужно выбрать специальность, обучение которой вам необходимо.

При этом нужно учитывать следующее. Во-первых, что интересно лично вам, а не родителям, друзьям и т.п., поскольку выбранная специальность станет делом вашей собственной жизни. Во-вторых, сейчас отсутствует система государственного распределения, а значит, окончив вуз, вам придется самостоятельно устраиваться на работу по выбранной специальности. Поэтому обязательно нужно иметь в виду, каковы шансы найти работу по окончании учебы. Сегодня очень престижны специальности юриста, экономиста, врача. Однако все меня-

ется и может случиться так, что профессии инженера, производственные специальности станут необходимы, а т. к. сейчас очень немногие делают этот выбор, то спрос на них будет очень высок.

Учитывая все изложенное, можно сделать вывод, что к выбору образовательного учреждения надо подходить очень тщательно, чтобы потом не жалеть о потерянных годах и потраченных деньгах.

Когда специальность выбрана, вам нужно решить, в каком образовательном учреждении вы сможете ее получить.

Нужно помнить, что все образовательные учреждения должны иметь лицензию на право заниматься образовательной деятельностью. Если такая лицензия отсутствует, то, во-первых, учебное заведение в любой момент могут закрыть (при этом возврат денег вам никто не может гарантировать), а во-вторых, диплом, выданный вам образовательным учреждением, работавшим без лицензии, окажется простой бумажкой, которая никак не сможет подтвердить вашу квалификацию по избранной специальности. Кроме этого, трудно будет возместить причиненный вам материальный ущерб, поскольку предоставление образовательных услуг без лицензии является незаконным.

И еще. Нужно обязательно проверить дату выдачи лицензии на право заниматься образовательной деятельностью и срок ее действия. Желательно, чтобы период, необходимый для получения вами образования, входил в срок действия данной лицензии. Ведь может случиться и так, что по окончании указанного срока уполномоченный орган по выдаче лицензий не сочтет необходимым продлить срок ее действия, что сделает невозможным завершение вами образования в этом вузе. Это повлечет за собой массу проблем, связанных с переводом в другое учебное заведение, ведь программа обучения и требования в различных вузах неодинаковы.

Второе, на что следует обратить внимание при заключении договора о платном образовании, это — *какие документы выдаются выбранным вами учреждением по завершении образовательного процесса.*

Это могут быть дипломы собственного образца либо дипломы государственного образца. Вам необходимо, чтобы в договоре о платном образовании было оговорено, что данное учреждение выдает дипломы государственного образца.

Диплом государственного образца — это документ об окончании учебного заведения, официально признаваемый любым учреждением на территории Республики Казахстан. Дипломы государственного образца выдают государственные вузы, а также негосударственные учебные заведения, если уровень даваемых ими знаний соответствует вышеупомянутым государственным стандартам образования. Поэтому, если вы поступили в государственный вуз, пусть даже на платное отделение, то этот вопрос может вас не волновать. Лицам же, окончившим негосударственные высшие учебные заведения, диплом государственного образца выдается при условии соответствия их уровня образования государственному стандарту, поэтому гражданам, получившим образование в негосударственных высших учебных заведениях, предоставлено право на государственную аттестацию.

Чтобы понять, какова роль документов государственного образца, стоит сказать, что поступить в государственное учебное заведение можно только, имея документ об образовании государственного образца. Поэтому если вы заканчиваете лицей или колледж, который такого документа не выдает, то о поступлении в государственный вуз можно и не мечтать. Это же касается и работы, т.к. в основном престижные организации признают только специалистов, имеющих дипломы государственного образца.

Для того, чтобы получить достоверные сведения об условиях обучения в негосударственном вузе, нужно пообщаться со студентами, преподавателями, воочию убедиться, что предлагаемый учебный процесс вам подходит.

Прежде чем подписать договор о платном образовании, обязательно потребуйте, чтобы вам предоставили сведения о государственной регистрации, о наличии лицензии и сроке ее действия, юридическом адресе учреждения, спектре оказываемых услуг и сроках обучения на различных формах обучения. Если в студентах заинтересованы, то в приемной комиссии с вами рады будут побеседовать и предоставить подробную информацию об условиях и процессе обучения.

Не забудьте узнать о порядке организации учебного процесса:

обязательность посещения, возможность выбора специализации, доступность консультаций преподавателей, обеспеченность учебными пособиями, наличие

библиотеки, порядок сдачи зачетов и экзаменов (в некоторых вузах за передачу экзаменов нужно платить отдельно, что может означать заинтересованность вуза в “неуспевающих” студентах), условиях отчисления, а также возможности добровольного отказа от обучения и денежных обязательствах в этом случае.

Неплохо поинтересоваться, каков состав педагогического коллектива: сколько профессоров и кандидатов наук работают в данном учебном заведении, поскольку качество образования зависит и от этого. Учтите, что в соответствии с законодательством Республики Казахстан заниматься педагогической деятельностью имеют право только лица, имеющие специальное образование.

Одно из главных условий: порядок и сроки оплаты обучения. Оговорите, в какие сроки и в какой форме нужно вносить деньги, предусмотрена ли оплата в рассрочку, может ли оплата пересматриваться в процессе обучения, какая ответственность установлена за несвоевременное внесение денег.

Заключая договор на образование, запомните, что в данном договоре должны быть оговорены все существенные условия:

специальность, которую вы получите по окончании обучения, срок обучения, размер оплаты и сроки ее внесения, обязанности учебного заведения в случае его ликвидации.

Наконец, вы стали студентом высшего учебного заведения. Вам необходимо знать, каковы права студентов. Учащиеся и студенты имеют следующие права:

- поступать по выбору на учебу в учреждения образования, если уровень образования и другие обстоятельства (здоровье, знание языка, на котором ведется преподавание и т. д.) отвечают условиям приема в него;
- на обучение экстерном;
- на медицинское обслуживание, льготный проезд в государственном транспорте;
- на участие в работе органов самоуправления учебного заведения;
- на поощрение и вознаграждение за успехи в учебе, научно-производственной, творческой деятельности;
- на совмещение обучения с работой в свободное от учебы время;
- на получение дополнительного специального образования.
- иногородние студенты и учащиеся обеспечиваются местом в общежитии.

Студенты высших и учащиеся средних специальных и профессионально-технических учебных заведений, обучающиеся без отрыва от производства, имеют право на дополнительный оплачиваемый отпуск по месту работы, сокращенную рабочую неделю и другие льготы, предусмотренные законодательством Республики Казахстан.

Кроме прав у студентов есть обязанности, в основном связанные с процессом получения образования. Учащиеся, студенты и другие категории лиц, получающие образование, обязаны овладевать знаниями и практическими навыками в соответствии с установленными требованиями, соблюдать правила внутреннего распорядка учреждения образования.

Вам нужно знать, что у преподавателей тоже есть обязанности.

Педагогические работники обязаны:

- добиваться получения учащимися знаний не ниже государственного стандарта;
- создавать условия для проявления и развития индивидуальных и творческих способностей учащихся;
- повышать свою квалификацию;
- проводить обучение и воспитание на высоком профессиональном уровне, в духе национальных традиций народов Казахстана, воспитывать уважение к национальному достоинству других народов;
- соблюдать нормы педагогической этики.

Это дает право студентам требовать от преподавателей добросовестного исполнения своих обязанностей.

Как уже было отмечено выше, всеми негосударственными высшими учебными заведениями в процессе оказания образовательных услуг обязательно соблюдение государственных стандартов образования. Эти стандарты устанавливаются государственными органами образования и представляют собой распределение учебных дисциплин по курсам, количество часов, отведенных на изучение той или иной учебной дисциплины, сроки обучения по отдельной специальности и т. д.

Лицам, окончившим негосударственные высшие учебные заведения, диплом государственного образца может быть выдан только при условии соответствия их уровня образования государственному стандарту. Поэтому не стесняйтесь требовать соблюдения установленных государством стандартов образования, т.к. очевид-

ность вашей заинтересованности в получении за деньги, уплаченные вами, диплома, признаваемого всеми учреждениями государства, налицо.

ВЫВОДЫ

Образование — это комплекс услуг, которые предоставляют образовательные учреждения.

Диплом государственного образца — это документ, который официально признается на территории Республики Казахстан.

При заключении договора с учебным заведением внимательно изучите его условия. Оспаривайте те моменты, с которыми вы не согласны.

Цена образования напрямую не всегда зависит от его качества, поэтому будьте внимательны при выборе учебного заведения.

ВОПРОСЫ

1. Как стать потребителем образовательных услуг?
2. Что нужно учитывать при выборе учебного заведения?
3. Что необходимо оговорить при заключении договора на обучение с вузом?
4. Каковы права студента?
5. Какими обязанностями по отношению к потребителям действующее законодательство наделило негосударственные учебные заведения?

ТЕМА 19. ЭТИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Вежливость.

Будьте добры.

Сколько просьб начинается с “будьте добры”...

— Будьте добры

— Очень спешу,

— Билет мне

До Синь-Горы...

— Вас я ни о чем не прошу.

Просто

— Будьте добры.

Л. Татьяначева.

Вежливое обращение должно присутствовать везде, независимо от того, заходите ли вы в магазин за покупками или на базар. Каждый потребитель ожидает в первую очередь доброжелательного отношения к себе, внимания со стороны продавца.

В то же самое время мы, как потребители, приходя в магазин или на базар, забываем, что с той стороны прилавка тоже люди, которые также ждут доброжелательного отношения к себе со стороны покупателя.

Все равны в праве на вежливость. И если вы нагрубите продавцу, то он может в свою очередь нагрубить следующему покупателю. Поэтому следует научиться не только не грубить, но и не отвечать на грубость.

П о м н и т е: вежливость должна быть взаимна. Если вы нагрубите продавцу, то он вам может ответить тем же. Поэтому никогда не провоцируйте ситуацию.

Как защитить свои права?

Изучив главу “Как вести себя”, — вы уже ознакомились со своими правами и обязанностями. Вы знаете, как правильно реализовать свои права в сфере службы быта, в магазине, в туристической фирме, в гостинице; как их защитить в ситуациях, когда их нарушили. Но вот какова должна быть манера и тактика защиты — это не может быть оговорено ни в одном законе. Все зависит от уровня культуры той и другой стороны. Поэтому определите для себя точно, есть ли у вас основания для защиты нарушенных прав. Вы должны вести себя так, чтобы получить положительный для себя результат, ибо отрицательный ответ — это не решение проблемы.

Отрицательный ответ представляет собой наиболее трудноопределимое препятствие. Вот почему чрезвычайно важно, чтобы вы побудили человека отвечать вам утвердительно. Оверстрит.

В любой ситуации следует вести себя с чувством собственного достоинства, при этом не оскорбляя окружающих вас граждан, не унижая их человеческого достоинства, даже если этот человек в ваших глазах враг.

П о м н и т е: отстаивать свои права и скандалить — это разные вещи. Возможно, ваша вежливость убедит другую сторону и вы сможете найти решение проблемы, которое будет приемлемо для всех.

Компромисс

Компромисс — это когда обе стороны находят взаимоприемлемое решение, которое является решением их конфликта, но, возможно, не совсем устраивает обе стороны. Но как говорит народная мудрость — “Худой мир лучше доброй ссоры”.

Подумайте, следует ли доводить дело до суда, если есть возможность разрешения конфликта путем заключения мирового соглашения.

ВЫВОДЫ

В праве на уважение равны все, независимо от того, с какой стороны прилавка находится человек.

Вежливость — эффективный способ избежания конфликтных ситуаций.

Защищая свои права, помните, что лучше найти приемлемое решение, чем доводить дело до суда.

ВОПРОСЫ

1. Наверное, тебе уже приходилось не раз к кому-то обращаться с просьбой. Как ты думаешь, ты получал отказ из-за невозможности ее исполнить или только из-за того, что попросил невежливо?

2. Проанализируй стихотворение. Где будет вежливая просьба? А где требование?

Сказали Волу:

Уважаемый Вол, отвезите, пожалуйста, в школу стол.

Кот пораскинул умишком и отправился в гости к мышкам:

- Отвезите стол, мышиное племя, не то пообедаю вами всеми.

- Милый Барбос. Ты бы в школу стол не отвез?

“Муравей”. *Б.Заходер*

3. Почему компромисс — лучшее решение конфликта?

Просто

— Будьте добры

А.Татарский

ТЕМА 20. ЗЕЛЕНое ПОТРЕБЛЕНИЕ

Потребитель и окружающая среда

Горы, реки, леса — все это часть окружающей нас среды. Наблюдая за этим великолепием каждый день, мы порой не задумываемся, что можем причинять своими действиями ей вред, что однажды проснемся и перед окном уже не будет былой красоты горного ландшафта или зеленого лесного массива. И в этом мы будем виноваты сами.

Ежедневно в мире производятся миллионы товаров. Одни в процессе эксплуатации абсолютно безвредны как для человека, который его использует, так и для окружающей среды, другие, наоборот, причиняют вред. Производство лаков для волос, дезодорантов и другой продукции в аэрозольных баллончиках причиняет вред атмосфере, увеличивая количество озоновых дыр. Каждый день мы пользуемся услугами общественного транспорта, личным автотранспортом и не можем уже представить свою жизнь без автомобилей, не задумываясь при этом, что причиняем вред атмосфере. Поэтому в крупных городах большая проблема загазованности.

Дерево — основной источник деревообрабатывающей промышленности. Производство мебели, использование в строительной промышленности и во многом другом влечет за собой вырубку огромных лесных массивов, а ведь для того, чтобы восстановить лесной массив, в среднем нужно затратить около 25-30 лет на его воспроизводство.

Источник жизни — вода. Без воды погибнет все живое. На 70% организм человека состоит из воды. Вода несет в себе многие полезные вещества — минералы, витамины, которые так необходимы человеку. Однако вместе с водой мы стали получать не только необходимое и полезное, но и то, что приносит вред нашему организму. Ведь зачастую реки и водоемы стали хранилищем для сброса отходов, ядовитых веществ. В основном, конечно, это отходы промышленных предприятий. Однако мы, потребители, также засоряем окружающую среду. Мы покупаем множество товаров в различных красивых упаковках, которые составляют треть мусора от купленных нами товаров.

Мусор

На каждого жителя нашей планеты приходится около тонны мусора в год. Если весь накапливающийся мусор сваливать в одну кучу, то за год может образоваться гора высотой с Эльбрус.

Мусор — это проблема всего человечества, проблема каждого государства в отдельности. Во многих странах мира эти проблемы решаются по-разному, где-то проводятся семинары для жителей, на которых рассказывается как можно из мусора извлечь выгоду для себя, как можно в домашних условиях его переработать. В других странах объявляются конкурсы — кто найдет лучшее применение бытовым отходам. В отдельных регионах предусматриваются скидки или различные льготы для тех жителей, которые научились вторично использовать бытовые отходы в домашнем хозяйстве.

Проблема человечества в том, что мы сами постоянно производим мусор. И чем больше мы выпускаем одноразовых изделий, упаковочного материала, тем больше у нас накапливается мусора. Это не говорит о том, что мы должны полностью отказаться от одноразовой продукции. Нет, мы просто должны, заботясь о природе, сократить уровень потребления. В эпоху развития такого заболевания как СПИД невозможно отказаться от одноразовых шприцев, особенно если вам ставят уколы в поликлинике или в больнице, где всегда есть вероятность заразиться, но если вы получаете их на дому, то можно воспользоваться многоразовым стеклянным шприцем.

Выборочное сокращение использования неперерабатывающихся изделий позволит сохранить окружающую среду. И об этом может позаботиться каждый потребитель, тем более, что в первую очередь мы все потребители окружающей нас среды, природы.

Другая проблема, с которой сталкиваются сегодня, — это *проблема вывоза мусора*. Вы не раз, наверное, видели горы мусора около жилых массивов. Вывоз мусора сегодня — одна из глобальных проблем не только Казахстана, но и других государств. Не вывезенный мусор становится рассадником многих болезней. Крысы, жители сегодняшних помоек, становятся разносчиками многих серьезных заболеваний. Дождь вымывает многие ядовитые отходы. Если свалка находится вблизи рек или водоемов, то их засорение влечет за собой гибель рыбы.

Следующей проблемой является складирование мусора, то есть каждый не только крупный промышленный город, но и даже поселок должны иметь место общего складирования мусора, где его хранение осуществляется в соответствии с правилами и инструкциями, предусматривающими снижение вреда окружающей среде.

Развитие новых технологий влечет за собой появление так называемых “спецотходов”. Список спецотходов включает в себя около 600 наименований особо опасных веществ, а именно радиоактивные отходы, мышьяк, ртуть. Вы, наверное, с детства знаете какую опасность несет в себе градусник. Он содержит ртуть.

Как помочь окружающей среде? Ведь каждый житель планеты, хочет он того или нет, вынужден “производить” мусор. Следует запомнить только одно правило — *необходимо правильно обращаться с мусором*. Постараться перестать мусорить самому. Мусор за собой всегда надо убирать независимо от того, дома ты или на природе, в гостях или на даче. Разбрасывая мусор, ты причиняешь вред не только окружающей природной среде, но и себе, а также людям, которые живут рядом с тобой.

Мусор всегда следует выкидывать в специализированные контейнеры, потому что пищевые и промышленные отходы должны перерабатываться. Непищевые отходы требуют гораздо больших затрат. Еще несколько лет назад все в нашей стране собирали макулатуру и сдавали в специализированные приемные пункты, где она перерабатывалась и из нее изготавливали новую бумажную продукцию. То же самое происходит с металлом, со стеклом. Такой мусор следует не уничтожать, а перерабатывать в новую необходимую для всех продукцию.

Местные власти, организации — которые занимаются вывозом мусора, должны устанавливать отдельные контейнеры для различных видов мусора. Например, для стекла, металла, бумаги, для пищевых отходов, и тем более для особо опасных видов мусора, которые относятся к спецотходам, но которые встречаются в быту. А именно:

- батарейки,
- градусники,
- лекарства и медицинские препараты,
- различные косметические изделия,
- лако-красочные изделия,
- средства бытовой химии и др.

Такие отходы не должны складироваться в местах общего скопления отходов.

Следует учесть и то обстоятельство, что органический мусор утилизируется значительно быстрее, а неорганический дольше и его утилизация требует значительных затрат. Например, для того, чтобы памперс утилизировался в естественных условиях, потребуется 500 лет. А соблюдение общих правил сортировки мусора поможет не только сократить затраты на его переработку, но и сохранить природу и окружающую среду.

Как еще можно сохранить окружающую среду?

Не только мусор наносит вред окружающей среде, но и сами товары и изделия. Мы уже затрагивали этот вопрос, когда рассматривали такие темы, как: “Кто такие потребители?”, “Как мы выбираем?”.

Во всем мире потребители стали отдавать приоритет только той продукции, которая не причиняет вред окружающей среде, которая после использования подлежит вторичной переработке. Такая политика проходит под лозунгом “Зеленое потребление”. *Зеленое потребление — это выбор таких товаров, которые не причиняют вред окружающей среде.* Для этого разработана экологическая маркировка товаров. Об этом мы с вами говорили в главе “Как читать этикетку товара”. Однако на упаковках отдельных изделий может стоять знак “Зеленая точка”, который говорит, что данная упаковка может быть переработана. Но этот знак имеет значение только в Германии, т.к. только там используется специальный способ переработки.

Перед каждым потребителем стоит выбор — купить товар не дорогой, но который причинит вред окружающей среде, а, следовательно, и здоровью граждан, либо покупать только те товары, которые считаются экологически безвредными.

Вы можете спасти окружающую среду от загрязнения и в том случае, если будете выбирать альтернативный метод в использовании отдельных видов товаров личного потребления. Например, вместо бумажных салфеток и полотенец можно использовать полотенце многократного пользования из ткани, которое поможет сократить объем мусора. Тысяча бумажных полотенец заменяет одно из ткани, а 1000 одноразовых стаканчиков один стакан из стекла. Поэтому если вы едете отдыхать на

природу, то не поленитесь взять с собой стеклянную посуду, а оставшийся мусор после себя собрать.

П о м н и т е: Делая свой выбор, вы можете спасти окружающую вас природу.

ВЫВОДЫ

Все мы, являясь потребителями, можем своими действиями либо сохранять окружающую среду либо причинять ей вред.

Чисто не там, где убирают, а там, где не сорят. Будьте внимательны к бытовым отходам, особенно “спецотходам”, которые требуют отдельного складирования. Каждый потребитель может создать систему сортировки мусора непосредственно в своем доме, районе и даже городе.

П о м н и т е: Природа — это мать наша, которую нужно беречь, потому что она достанется вашим потомкам в наследство.

ВОПРОСЫ

1. Подумайте, что может убедить граждан заботиться об окружающей среде.

2. Как нерациональное потребление влияет на окружающую среду?

3. Как вы понимаете термин “зеленое потребление”?

4. Какие правила должны соблюдать граждане для того, чтобы не причинять вред окружающей среде?

ТЕМА 21. САМОЗАЩИТА

Что такое самозащита?

Самозащита. Как вы думаете, что означает это понятие и для чего это необходимо потребителю?

Самозащита — это самостоятельное и грамотное отстаивание своих потребительских прав и интересов.

Приобретая товары или пользуясь услугами, потребителю нередко приходится сталкиваться не только с некорректным отношением продавца, но также и с проблемами некачественных товаров и услуг. В этих ситуациях потребителю необходимы не только выдержка и терпение, но и грамотное поведение с целью защиты своих прав и интересов. Грамотно действующему потре-

бителю очень часто удается добиться удовлетворения своих требований без вмешательства обществ по защите прав потребителя, а также органов государства, в частности, судебных органов.

Как уже было отмечено при рассмотрении других тем, потребитель — не специалист в области продажи товаров и предоставления услуг различного вида, поэтому во взаимоотношениях с продавцами, изготовителями, исполнителями его защищает закон. Но это не означает, что эта особая защита на государственном уровне дает потребителю право самому беспечно и безответственно относиться к самостоятельному отстаиванию своих интересов. Надеяться на то, что за тебя будут думать и решать другие, те, кому это, якобы, положено, по меньшей мере неразумно. На каждом из нас лежит основная доля ответственности за то, что с нами происходит, и именно от поведения потребителя порой зависит, смогут ли профессионалы его защитить.

Решая приобрести тот или иной товар, каждый потребитель должен осознавать, что несмотря на то, что он не специалист в области предоставляемых услуг, он также несет определенную ответственность. Ведь если заключаемый договор явно не соответствует интересам потребителя, а также ущемляет его права и это видно “невооруженным глазом”, никто не может заставить потребителя его заключить, очень просто в данном случае развернуться и уйти.

Рассмотрение предыдущих тем было направлено на то, чтобы не только информировать потребителя об имеющихся правах, но и научить грамотно их использовать. Попробуем проанализировать поведение грамотного потребителя на каждой стадии его взаимоотношений с продавцом или услугодателем.

Взаимоотношения потребителей и продавцов (изготовителей, исполнителей) можно условно разделить на несколько стадий:

- знакомство;
- заключение договора;
- исполнение договора;
- конфликт.

Знакомство с продавцом или исполнителем услуги.

На этой стадии общения важно не взаимное знакомство с продавцом, а получение как можно больше информации об организации, услугами которой вы намерены воспользоваться. Не имеет значения, из каких ис-

точников вами будет получена эта информация, запомните главное: не стесняйтесь задавать как можно больше интересующих вас вопросов, чем больше информации вы получите, тем правильнее выбор в конце концов вы сделаете.

Часто уже на этой стадии проявляется заинтересованность продавца товара или услуги в вас как в потенциальном потребителе, а также желание предоставить информацию по интересующим вас вопросам. Если же к вам отнеслись невнимательно, вы всегда можете уйти и прекратить ваши взаимоотношения.

Заключение договора

Предположим, что фирма, куда вы обратились, вам понравилась, и вы решили воспользоваться ее услугами. Рассмотрим, на что должен обратить внимание потребитель при приобретении товара или услуги.

Все отношения между продавцом или услугодателем и потребителем основываются на договоре, в котором определяются все права и обязанности двух сторон.

Основные признаки договора: а) договор — это равноправное соглашение сторон; б) договор — это соглашение, определяющее права и обязанности сторон. То есть условия договора вам не может *диктовать* фирма, предоставляющая услугу. Вы должны достигнуть обоюдного соглашения по всем пунктам договора, т.е. данный договор должен устраивать обе стороны.

Договор может быть заключен как в устной, так и в письменной форме. Обычно нет необходимости составлять договор в письменной форме при совершении так называемых мелких бытовых сделок: приобретение продуктов, косметики и т. п. Во всех случаях заключение договоров купли-продажи дорогостоящих товаров, договоров подряда на строительство или производство дорогостоящего ремонта, оказание туристических услуг и т. п. рекомендуется заключать в письменной форме, оговаривая при этом все интересующие вас условия.

При заключении договора купли-продажи или оказания услуги каждый потребитель по возможности должен:

- 1) как можно подробнее (желательно в письменной форме) сформулировать свои ожидания от данного договора. Сравните их с теми ожиданиями, которые вам предлагает представитель фирмы;

- 2) не торопитесь и никогда не подписывайте договор сразу, в день первого знакомства с фирмой. Возьмите

один экземпляр договора с собой, внимательно прочитайте его дома. Отметьте пункты, которые вам непонятны, либо те, которые вас не устраивают. Если какие-либо важные для вас условия в договоре отсутствуют, предложите включить таковые в его текст. Если представитель фирмы не поможет вам с разъяснением неясных моментов, попробуйте найти ответ в специальной литературе или обратитесь за помощью к юристу.

3) если все положения договора вам понятны, подумайте, отражены ли в нем максимально подробно условия, которые вы считаете важными для выполнения договора;

4) посмотрите, насколько справедливо в договоре закреплена ответственность сторон. Часто поставщики услуг включают в содержание договора только положения, подробно устанавливающие свои права и ответственность потребителя (как обычно этим грешат поставщики жилищно-коммунальных услуг). Не подписывайте договор, если в нем подробно записана ответственность потребителя и отсутствует ответственность услугодателя.

Договор — равноправное соглашение сторон, каждая из которых вправе предложить свои условия выполнения тех или иных обязательств.

Вспомните, какова роль потребителя на рынке товаров и услуг. В конце концов, потребитель нужен продавцу больше, чем потребителю продавец. У потребителя всегда есть альтернатива, право выбора среди множества магазинов и фирм. Для продавца же интересен любой потребитель. Чем больше клиентов у фирмы, тем выше ее доход.

Исполнение договора

Основное правило на этой стадии взаимоотношений потребителя и продавца или услугодателя состоит в надлежащем исполнении сторонами своих прав и обязанностей. Это означает, что стороны должны не только исполнить все свои обязанности, предусмотренные договором, но исполнить в установленный договором срок, а также в соответствии с требованиями, предъявляемыми к качеству конкретных товаров, услуг и работ.

Если в процессе исполнения договора вы обнаружили какие-либо несоответствия действий исполнителя условиям заключенного между вами договора — не стес-

няйтесь указывать на это виновной стороне и требовать устранения всех недостатков в соответствии с договором.

З а п о м н и т е: соблюдение всех условий договора является обязанностью обеих сторон, заключивших данный договор.

Поэтому ваше законное право — добиться соблюдения всех условий договора. После заключения договора стороны уже не вправе оспорить его условия, они могут их изменить только по обоюдному согласию.

При возникновении ситуаций, когда вы видите, что работники, производящие ремонт в вашей квартире, недобросовестно исполняют свои обязанности, постройте свои отношения с бригадиром следующим образом:

все свои претензии высказывайте в письменном виде. Часто сам факт написания претензии позволяет предотвратить конфликт: фирма поймет, что вы знаете свои права и готовы их отстаивать, поэтому вряд ли пойдет на продолжение конфликта и устранит все недоделки;

постарайтесь собрать все документы, подтверждающие ваши взаимоотношения с конкретной организацией (товарные чеки, квитанции, копии договоров и т.п.), т.к. в противном случае при возникновении конфликтной ситуации вам очень сложно будет доказать тот или иной факт;

кроме этого, если условия договора не соблюдаются, постарайтесь это документально подтвердить. Например, если опоздал самолет, сделайте отметку в билете о времени прибытия; вы приобрели некачественный холодильник — возьмите из гарантийной мастерской справку, подтверждающую это; если отель не соответствует указанному в договоре — возьмите проспект отеля, в котором вы остановились.

Конфликтная ситуация

Предположим, несмотря на ваши грамотные действия, конфликт все-таки неизбежен, другая сторона отказывается удовлетворить ваши законные требования. На этой стадии взаимоотношений также немаловажную роль играет грамотное поведение потребителя, его активные действия.

В конфликтной ситуации потребителю необходимо вести себя следующим образом. Все свои переговоры потребитель должен вести в письменной форме. В заявле-

нии четко изложите свои претензии к организации, допустившей нарушение прав потребителя (какие именно пункты договора нарушены) и свои требования к ней.

Если вы уверены, что закон на вашей стороне, то не бойтесь давления со стороны организации, так как в ее же интересах удовлетворить ваши законные требования, а если она не заинтересована в поддержании своего имиджа на рынке товаров или услуг, то это ее проблемы. Запомните, если вы не будете готовы отстаивать свои права, то их будут нарушать постоянно. Но все-таки не нужно забывать, что компромисс, достижение согласия в большинстве случаев значительно лучше войны.

Несмотря на возникновение конфликта, будьте предельно вежливы, разговаривая с представителями организации. Внимательно выслушайте их мнение о причинах нарушения условий договора и о возможных путях разрешения конфликта. Может быть, фирма предложит вам вполне приемлемый вариант. Не забывайте, что худой мир в большинстве случаев значительно лучше доброй ссоры.

Если же другая сторона не соглашается на удовлетворение ваших претензий, не отчаивайтесь, не допускайте со своей стороны необдуманных шагов. Помните, что на вашей стороне закон, и если вы будете настойчивы в отстаивании своих прав, вы не просто добьетесь справедливости, но и компенсируете свои материальные и моральные затраты.

Таким образом, самозащита потребителя имеет очень большое значение, поскольку грамотные действия потребителя очень часто позволяют ему отстоять свои законные права и интересы без каких-либо материальных и моральных затрат.

То есть, правильные действия во многих случаях позволяют потребителю сделать правильный выбор, застраховаться от возможного нарушения его прав, а в случае возникновения конфликта — найти приемлемый вариант решения проблемы.

Но в любом случае не нужно идти лишней раз на конфликт, тем более если вы не уверены в своей правоте, так как в случае проигрыша судебного дела вам придется возместить все убытки организации, на которую вы неправомерно подали иск.

Первому руководителю парка аттракционов “Картинг”, расположенному по адресу: г. Алматы...

ПРЕТЕНЗИЯ

Гражданин Ли Дмитрий Германович 23 июля 1998 года при посещении в парке имени “50-летия Октября” вашего аттракциона “Картинг”, в результате технической неисправности аттракционного автомобиля получил травму и был госпитализирован.

Вашими действиями были нарушены права потребителя. В соответствии со ст. ст. 6, 9, 16 Закона «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на гарантированный уровень использования услуг в парках и местах отдыха. В данном случае потребитель, оплатив стоимость входного билета в размере 600 тенге, вправе был рассчитывать на свою безопасность и благополучный исход событий, связанных с предоставлением предлагаемых Вами услуг. Однако Вы как исполнитель нарушили свои обязанности по обеспечению безопасности предоставляемых услуг и тем самым ущемили права потребителя. Действующее законодательство предоставляет гражданам право на обращение с претензией к организации, оказывающей услуги, в целях защиты прав и законных интересов и взыскания убытков, причиненных потребителю.

В соответствии с законодательством о защите прав потребителей, а также ст. ст. 350, 462 Гражданского кодекса Республики Казахстан ваша организация обязана возместить потребителю Ли Д. Г. ущерб в размере 3 тысяч тенге, а также моральный ущерб в размере 6. 000 долл. США по курсу в тенге.

Кроме того, предлагаем Вам в претензионном порядке возместить Национальной Ассоциации обществ защиты прав потребителей Республики Казахстан, действующей в соответствии с ч. 1 ст. 23 Закона “О защите прав потребителей” по поручению гражданина, понесенные издержки в размере 7531 тенге.

ВЫВОДЫ

Самозащита — это правильное поведение потребителя в любой из ситуаций на рынке товаров и услуг.

Защищать себя как потребителя следует не после того как ваши права уже нарушены, а ранее, когда вы только знакомитесь с продавцом, исполнителем или производителем или когда вы уже непосредственно заключаете договор.

ВОПРОСЫ

1. Что такое самозащита? Какова необходимость в самозащите потребителя?
2. Назовите основные признаки договора. Каковы должны быть действия грамотного потребителя на стадии заключения договора?
3. Исполнение договора. Как должен быть исполнен договор сторонами?
4. Возникновение конфликта. Как должен действовать потребитель в случае нарушения его законных прав?
5. Вы обращаетесь в магазин, где приобрели некачественный пылесос. Составьте претензию к магазину, изложив в ней все свои требования.

ТЕМА 22. КУДА ОБРАТИТЬСЯ ЗА ПОМОЩЬЮ?

Роль государства в защите прав потребителей

Каждый из нас хоть раз в жизни сталкивался с ситуацией, когда его обсчитали либо обвесили. А со сколькими неприятностями мы сталкиваемся в различных службах быта, коммунальных службах и в других структурах, где весьма охотно принимают наши деньги, но не охотно соблюдают наши права и не стараются выполнить свои обязанности.

Каждый потребитель может попасть в такую ситуацию, когда ему необходимо защитить свои права, но он не знает как. Не может каждый потребитель обладать знаниями юриста, и для этого созданы специальные органы и организации, которые непосредственно занимаются защитой прав потребителей. Они помогут в любой ситуации защитить свои права, проконсультируют по интересующим вопросам, потому что от того, насколько грамотно потребитель будет вести себя в той или иной потребительской ситуации, настолько грамотно он будет защищать и отстаивать свои интересы. Но

бывают такие ситуации, когда потребитель не может обойтись без помощи юриста. Поэтому в этой главе мы объясним вам к кому и в каком случае следует обращаться за помощью.

Государство защищает права потребителей

Главным участником таких отношений, а именно по защите прав и интересов потребителей является государство. Республика Казахстан в своей Конституции объявило себя демократическим, светским, правовым и социальным государством, высшими ценностями которого является человек, его жизнь, права и свободы. Тем самым государство взяло на себя обязательство в любой ситуации защищать права своих граждан. В первую очередь государство создает все условия и возможности для защиты прав потребителей на законодательном уровне. Следовательно, оно обязано разработать и создать правовой механизм по защите прав потребителей. Для этого создаются специальные организации, как государственные, так и общественные, наделенные определенными полномочиями.

Органы общей компетенции

Органы общей компетенции — это организации, на которые возложены общие функции защиты прав граждан. Их основная задача защищать права граждан в любых жизненных ситуациях, в том числе и права потребителей. Такими органами являются криминальная полиция, прокуратура, суд.

Прокуратура — государственный орган, который осуществляет административные функции и в то же самое время может подавать в пользу потребителей иски с целью возмещения причиненного ущерба. На прокуратуру возложены контрольные функции, поэтому они должны осуществлять контроль за соблюдением прав граждан.

Суд — выполняет особую роль в системе защиты прав граждан. Он призван объективно и беспристрастно рассматривать спор по существу в соответствии с законодательством Республики Казахстан. В тех случаях, когда права гражданина нарушены, он обязывает нарушителя удовлетворить законные требования потребителя. Этот вопрос мы подробнее будем рассматривать в главе “Адвокат и суд”.

Органы специальной компетенции

Органы специальной компетенции — это государственные органы, основной задачей которых является непосредственно защита нарушенных прав потребителей. Основной задачей деятельности этих органов является контроль за соблюдением прав потребителей.

Государственный комитет Республики Казахстан по ценовой и антимонопольной политике осуществляет государственный контроль за соблюдением законодательства по защите прав потребителей и принимает меры к устранению нарушений в этой сфере. Также координирует действия других органов государственной власти и управления, оказывает организационную и методическую поддержку по защите прав потребителей.

В 1995 г. в Республике Казахстан был создан межведомственный Совет по защите прав потребителей, который объединил ряд министерств и ведомств, напрямую связанных с защитой прав потребителей. Этот совет координирует их деятельность в соответствии с Законом Республики Казахстан “О защите прав потребителей”, для того, чтобы нормы закона были не просто продекларированы, а реально стояли на страже прав и интересов потребителей. Закон обязывает данные министерства и ведомства принимать участие в разработке законопроектов и нормативных актов, регулирующих интересы потребителей, осуществлять пропаганду законодательства о защите прав потребителей для того, чтобы каждый потребитель в республике знал свои права и умел отстаивать их самостоятельно или через специально создаваемую для этого систему органов и организаций.

Агентство по стандартизации, метрологии и сертификации продукции следит за соответствием продукции установленным стандартам, определяя тем самым безопасность и уровень качества товаров и услуг.

Вышеперечисленные органы имеют свои структуры не только на уровне республики, но и на местном уровне, т. е. на уровне области, города, или района в городе, где уже непосредственно защищают права граждан.

Защищают права граждан и местные органы. На местную администрацию возлагается целый комплекс обязанностей в сфере защиты прав потребителей, а именно:

— периодически просматривать нормы и положения о безопасности и качестве товаров и услуг и принимать

меры для обеспечения их соответствия общепризнанным международным нормам;

— устанавливать порядок выдачи свидетельств о безопасности, качестве и технических характеристиках основных потребительских товаров и услуг;

— осуществлять контроль за надлежащим хранением и использованием пестицидов и химикатов, устанавливать порядок включения информации о их наличии в маркировке товаров;

— принимать меры по обеспечению населения всесторонней информацией по всем аспектам потребительских товаров и услуг, обеспечивать разработку общих программ просвещения и информирования потребителей с учетом культурных традиций населения и др.

Специалисты местных органов выявляют нарушения прав потребителей, направляют информацию о нарушениях в соответствующие органы для принятия мер либо обращаются в суд в интересах потребителя.

Общественные организации потребителей

Не всегда государство может защитить каждого конкретного потребителя и не всегда защиту потребитель может найти в государственных органах. Поэтому для более полной и объективной защиты прав потребителей создаются еще и общественные организации. По общему правилу общественные организации создаются для того, чтобы объединить усилия потребителей для защиты своих интересов. Цель общественных организаций потребителей защитить права граждан на рынке товаров и услуг. Главное их отличие от государственных организаций — это независимость, т.к. их связывают только коммерческие интересы товаропроизводителей или ведомственные интересы государственных чиновников. Общественные организации потребителей не получают прибылей, потому что они не являются коммерческими организациями, а создаются с единственной целью — защиты прав потребителей.

Общественные организации по защите прав потребителей оказывают консультативную помощь бесплатно каждому обратившемуся за помощью потребителю. Они могут урегулировать возникший спор в досудебных переговорах от имени потребителя с юридическим или физическим лицом, которое нарушило права потребителя. Также они помогают грамотно составить претензии и

исковые заявления и другие документы. Помимо этого они оказывают представительские услуги в суде, выступая в конкретном судебном процессе от имени потребителя с целью защиты его нарушенных прав.

Общества защиты прав потребителей действуют в соответствии с уставами, принимаемыми общим собранием членом общества и являются юридическими лицами. Они могут проводить независимую экспертизу товаров, работ и услуг, цен и тарифов на них. Имеют право проверять соблюдение прав потребителей в различных сферах обслуживания, вносить в правоохранительные органы материалы о привлечении к ответственности лиц, виновных в выпуске и реализации продукции по завышенным ценам или не соответствующей установленным требованиям по качеству, в нарушении правил торговли и обслуживания населения, предъявлять иски в судебные органы в интересах потребителей.

Поэтому если вы считаете, что ваши права нарушены, то всегда можете обратиться в любую общественную организацию по защите прав потребителей вашего города. Найти их можно по номеру телефона через городскую справочную службу.

В каждом городе созданы различные общества по защите прав потребителей. Помимо этого в городе Алматы функционирует Ассоциация обществ по защите прав потребителей, которая объединяет в себе общества по защите прав потребителей. Ассоциация занимается судебной защитой потребителей, информационно-просветительской работой, участвует в разработке законодательных актов по данным вопросам выпускает бюллетень по защите прав потребителей.

После распада Советского Союза была образована Международная конфедерация обществ потребителей (КонФОП), которая объединяет в себе 8 национальных и более 80 региональных организаций потребителей из России, Казахстана, Украины, Белоруси, Туркменистана, Грузии. КонФОП осуществляет юридическую, информационную помощь, а также осуществляет непосредственную защиту интересов потребителей.

ВЫВОДЫ

В Республике Казахстан защиту прав потребителей осуществляют как государственные органы общей специальной компетенции, так и общественные организации.

Государственные органы и организации по защите прав потребителей непосредственно осуществляют защиту прав потребителей путем оказания консультативной помощи, а также практической — защита прав в досудебном и судебном порядке.

ВОПРОСЫ

1. Какие организации защищают права потребителей?
2. Куда следует обратиться в случае, если ваши права нарушены?
3. В чем проявляется основная роль общественных организаций потребителей?
4. Какие общественные организации потребителей вы знаете из числа тех, которые действуют в вашем городе?

ТЕМА 23. АДВОКАТ И СУД

В главе, посвященной самозащите потребителя, мы уже рассмотрели способы самостоятельного разрешения споров. Но, тем не менее, потребителю не всегда удается в одиночку добиться справедливости, удовлетворения своих законных требований. Например, что делать гражданину, обратившемуся в магазин с просьбой обменять холодильник, который в течение гарантийного срока дважды выходил из строя? Магазин отказал в обмене на качественный товар, мотивируя тем, что гарантийная мастерская согласна отремонтировать холодильник еще раз.

Все претензии потребителя остаются без ответа.

В подобных случаях потребителю не остается ничего иного, как обратиться к специалистам, способным ему помочь. Такими специалистами являются юристы.

Юрист — это специалист в области права, имеющий юридическое образование и способный помочь потребителю защитить его законные права и интересы.

Можно обратиться к любому юристу, который подскажет, какими правами обладает потребитель, какие обязанности возложены на продавца и услугодателя действующим законодательством, как вам следует поступить в данной или иной ситуации, поможет составить претензию или исковое заявление в суд.

Если же есть необходимость в том, чтобы кто-то вместо вас представлял ваши интересы во взаимоотношениях с продавцом некачественного товара, а также в суде, то вы обращаетесь к помощи адвоката.

Адвокат — это юрист, представляющий чьи-либо интересы в судах, в государственных или иных организациях.

Цель деятельности адвоката — защитить права и интересы своего клиента, поэтому в своей деятельности он руководствуется только его интересами, все сведения, полученные адвокатом при работе с клиентом, составляют адвокатскую тайну. По тем обстоятельствам, которые стали известны адвокату в процессе представления интересов клиента, он не может быть допрошен. Документы, содержащие эти сведения, не могут быть изъяты. За разглашение адвокатской тайны действующим законодательством предусмотрена ответственность.

Конечно, не стоит обращаться к услугам адвоката, если сумма договора невелика и помощь юриста обойдется потребителю гораздо дороже (продукты питания, средства косметики и т. д.), так как услуги адвоката не дешевы.

Однако в том случае, если договор, который потребитель предполагает заключить, представляет некоторую ценность, а также в случае нарушения исполнителем условий договора, все-таки лучше хорошенько подумать и обратиться к услугам юриста или адвоката.

Правильно составленный договор поможет потребителю предотвратить негативные моменты: обезопасит от денежных потерь, поможет компенсировать причиненный материальный и моральный ущерб. Кроме этого, если с помощью адвоката вы выиграете судебный процесс, то все ваши расходы на адвоката будут компенсированы за счет ответчика (организации, допустившей нарушение прав потребителя).

Адвокатом может быть гражданин, имеющий высшее юридическое образование, определенный стаж работы по специальности и состоящий в Коллегии адвокатов.

Но во всех случаях любой юрист сможет дать вам полноценную юридическую консультацию, поможет не только в составлении договора, претензии, исковых заявлений, но и объяснит, как нужно действовать в той или иной ситуации.

При общении с юристом нужно всегда помнить о том, что для него важны только письменные документы,

доказывающие вашу правоту. В связи с этим приходится на встречу с юристом нужно только хорошо подготовившись: составить перечень всех интересующих вас вопросов, подготовить все необходимые документы и т. п.

Нужно отметить, что помощь юриста может вам понадобиться на любой стадии взаимоотношений с продавцом или поставщиком услуги.

1. Заключение договора. Потребителю не нужно обращаться к юристу при приобретении булочки хлеба или пачки чая. Но в случае заключения договора на крупную сумму денег лучше воспользоваться его услугами, для того, чтобы специалист в области права проанализировал его и объяснил потребителю все положительные и отрицательные стороны договора, внес предложения по изменению тех или иных его пунктов. Это необходимо при заключении договоров на оказание жилищно-коммунальных услуг, на проведение капитального ремонта квартиры, на строительство дачи и т. п.

2. В случае нарушения условий договора.

Нарушение условий договора может состоять как в невыполнении определенных работ, так и в некачественном выполнении. На этой стадии юрист поможет потребителю правильно составить необходимые документы, подробно подскажет, какие действия потребителю нужно предпринять в каждой конкретной ситуации, при необходимости юрист даже может переговорить с представителем организации, возможно этого будет достаточно, и проблема будет решена на этой стадии.

3. При рассмотрении дела в судебном порядке. Потребителю просто не обойтись без помощи юриста при доведении дела до суда. Юрист поможет потребителю не просто составить все необходимые документы, но и подготовит его к процессу, объяснит, как нужно правильно вести себя во время судебного заседания, а также сможет представить и защитить интересы потребителя в суде.

Что такое суд?

Как уже неоднократно отмечалось, суд является последней инстанцией в разрешении спора между потребителем и организацией, допустившей нарушение прав потребителя. Если потребитель исчерпал все свои средства и возможности, у него кончилось терпение, он уже не в состоянии решить возникший конфликт никакими

иными способами, то ему не остается ничего иного, как обратиться в суд. Что же такое суд?

Суд — это государственный орган, основной функцией которого является осуществление правосудия.

В суде потребитель может защитить свои нарушенные права, если спор между ним и продавцом или исполнителем не может быть разрешен мирным путем, то есть все иные меры самозащиты не помогли. Суд — это специальная процедура разрешения конфликтных ситуаций.

В судебном порядке рассматриваются уголовные и гражданские дела. При рассмотрении уголовного дела государство обвиняет гражданина в совершении какого-либо преступления, а суд решает, совершил ли этот гражданин это преступление, и если совершил, то какое наказание он должен понести. В уголовном праве существует понятие «презумпция невиновности». *Презумпция — это предположение.* В силу этого каждый гражданин считается невиновным в совершении преступления до тех пор, пока нет вступившего в законную силу обвинительного приговора суда. Виновность должен доказать суд, исследовав при этом все обстоятельства совершенного деяния, и установить причастность именно обвиняемого лица к совершенному преступлению. При этом в уголовном процессе стороны имеют не равное правовое положение, поскольку на стороне государства — властные полномочия и механизмы государственного принуждения.

В гражданском процессе рассматривается спор между двумя равными сторонами. Гражданский процесс является таковым, потому что в данном случае рассматриваются дела, не связанные с преступлением, имеет место нарушение каких-либо гражданских прав и обязанностей (имущественные споры, нарушение авторских прав, права собственности и т. д.). Суд в таком процессе рассматривает гражданский спор между двумя гражданами; гражданином и организацией; между двумя организациями. Споры между потребителем и магазином, негосударственным учебным заведением, парикмахерской, туристической фирмой и т. п. относятся к гражданским делам.

Нужно отметить, что в гражданском процессе обязанность доказывания тех или иных обстоятельств лежит на сторонах. Если в уголовном процессе государство в лице его уполномоченных органов обязано доказать винов-

ность гражданина в совершении преступления, то в гражданском — стороны самостоятельно убеждают суд в наличии или отсутствии тех или иных обстоятельств. Суд в гражданском процессе выступает не стороной, а посредником между сторонами.

Чем полнее будут представлены потребителем доказательства нарушения его прав, тем больше шансов удовлетворения судом его требований.

При рассмотрении гражданских дел суд выступает независимым (от сторон) посредником между спорящими сторонами. Задача суда: разрешить конкретный спор объективно, обоснованно и независимо, основываясь не только на собственном убеждении, но и на нормах действующего законодательства.

В целях обеспечения реальной независимости судей государство устанавливает определенные гарантии. Независимость судьи защищается Конституцией и законами и обеспечивается:

- 1) предусмотренной законом процедурой осуществления правосудия;
- 2) запретом под угрозой ответственности какого бы то ни было вмешательства в деятельность по осуществлению правосудия;
- 3) ответственностью за неуважение к суду;
- 4) установленным порядком избрания, назначения, прекращения и приостановления полномочий судьи, правом судьи на отставку;
- 5) предоставлением судьям за счет государства материального содержания и социального обеспечения, соответствующих их статусу.

Судьи, члены их семей и их имущество находятся под особой защитой государства.

В каком случае потребителю необходимо обращаться в суд?

Как уже было отмечено выше, потребитель обращается в суд лишь в том случае, когда ни переписка, ни мирные переговоры с продавцом не привели к желаемому результату, то есть тогда, когда все способы самозащиты и другие возможности исчерпаны.

Не стоит думать, что обращение в суд ничего не даст, что это только лишние денежные затраты, а также пустая трата времени и сил.

Но при этом не нужно забывать, что обращение в суд — это крайняя мера, когда у потребителя не остается абсолютно никакой надежды на урегулирование спора путем переговоров с организацией, нарушившей его права.

Обращаясь в суд, потребителю нужно иметь в виду, что рассмотрение иска в суде потребует от него определенных затрат времени, сил и денежных средств, т. к. рассмотрение дела без совершения вами определенных действий невозможно.

Судебный процесс

Рассмотрение спора в судебном порядке именуют судебным разбирательством (или судебным процессом), порядок которого строго определен в Гражданском процессуальном кодексе Республики Казахстан. В нем изложена процедура рассмотрения судебного дела: от момента подачи заявления до момента исполнения решения суда.

Спорящие стороны в судебном процессе именуются истцом и ответчиком. С того момента, как потребитель, права которого нарушены, подает исковое заявление в суд, он становится истцом.

Истец — это гражданин, который обращается в суд за защитой нарушенных прав.

Ответчик — это гражданин или организация, которые, по утверждению истца, эти права нарушили.

Истцом и ответчиком могут выступать только совершеннолетние граждане, достигшие 18 лет. Если кем-либо нарушены права детей, то их интересы в суде представляют родители или опекуны.

Обращаясь в суд, истец пишет исковое заявление, в котором излагается существо спора и формулируются его требования.

Исковое заявление — письменный документ, подаваемый в суд и содержащий все обстоятельства спора и требования истца к ответчику.

Поскольку в исковом заявлении должны быть отражены все обстоятельства дела наиболее полно и в то же время коротко и ясно, рядовой потребитель часто не может справиться с задачей написания искового заявления. Как правило, в судах, конечно, можно ознакомиться с образцами исковых заявлений по наиболее часто встречающимся категориям споров. Но учитывая тот факт, что от правильно составленного искового заявле-

ния чаще всего зависит исход дела (судебное решение), лучше поручить это профессионалу.

Судебную процедуру называют процессом потому, что это непрерывное действие, состоящее из трех этапов:

- подготовка к процессу;
- судебное разбирательство;
- исполнение решения.

На первом этапе судья принимает исковое заявление, просит стороны представить дополнительные доказательства, извещает ответчика о предъявленном иске и назначает дату судебного заседания.

Судебное разбирательство

Судебное разбирательство — самый главный этап судебной процедуры. Как правило, гражданские дела рассматриваются в открытом судебном заседании, то есть любой гражданин, даже не имеющий никакого отношения к делу, может присутствовать в зале во время процесса. Но этим его права и ограничиваются, он не вправе ни высказывать свое мнение, ни задавать вопросы участникам процесса. За нарушения порядка в зале судья вправе удалить любого из присутствующих из зала суда, оштрафовать нарушителя или даже вызвать наряд полиции и применить к виновному административное наказание в виде лишения свободы до 15 суток.

Все граждане, пришедшие в суд на заседания, должны иметь паспорт или другой документ, удостоверяющий личность, для того, чтобы подтвердить судье, что именно он является тем или иным участником процесса.

Как уже было отмечено выше, в судебном заседании стороны отстаивают свои позиции, представляют суду доказательства своей правоты, задают вопросы друг другу и свидетелям, а также пользуются всеми остальными правами сторон, предоставленными им законодательством.

Кто же такой свидетель, какова его роль в судебном процессе? Часто стороны в судебном заседании ссылаются на то, что кто-то другой знает об обстоятельствах дела, доказываемых той или иной стороной и может их подтвердить. Этим граждан, на которых ссылаются стороны, судья вправе вызвать для участия в процессе в качестве свидетеля.

Свидетель — это гражданин, который может подтвердить или опровергнуть какие-либо утверждения сторон.

Свидетелем может быть любой гражданин, который владеет информацией о каких-либо обстоятельствах дела. Свидетель обязан явиться по вызову и рассказать суду все, что ему известно по делу. Перед началом допроса судья предупреждает свидетеля об уголовной ответственности за отказ от дачи показаний и за дачу заведомо ложных показаний.

Не всегда спор заканчивается вынесением судебного решения, между сторонами и в судебном процессе может быть достигнут компромисс и заключено мировое соглашение, утверждаемое судом.

Вполне возможно, что ответчик, ознакомившись с вашими исковыми требованиями и законодательством, на которое вы опираетесь, согласится заключить мировое соглашение. В этом случае в мировом соглашении оговариваются все уступки, на которые идете вы, на какие — ответчик. Судья обязан написать определение «о прекращении производства по делу в связи с заключением мирового соглашения», в котором изложит вашу договоренность. Если мировое соглашение, утвержденное судом, ответчик не исполняет, оно приобретает силу судебного решения и исполняется принудительно с участием судебного исполнителя.

Вынесение решения

Если стороны не пришли к мировому соглашению, итогом судебного заседания является судебное решение. Судебное решение содержит точку зрения суда по рассмотренному делу, обязательства сторон (или одной стороны) по отношению друг к другу.

Судебное решение — это документ, в котором суд излагает свою позицию по рассмотренному делу.

В своем решении судья указывает, почему он принял доводы одной стороны и отверг доводы другой, а затем выносит решение: например, обязать фирму заменить потребителю неисправный видеомагнитофон на новый, выплатить потребителю в качестве неустойки такую-то сумму, в качестве компенсации за причиненный моральный вред такую-то сумму, перечислить штраф в доход государства в таком-то размере.

Решение суда вступает в законную силу через десять дней после его вынесения.

Если решение суда вас не устроило, то можете обжаловать его в суде высшей инстанции (например, в городском). На решение суда в вышестоящий суд недовольная сторона подает кассационную жалобу.

Исполнение решения суда

После вступления решения суда в законную силу (когда оно уже не может быть обжаловано сторонами) происходит исполнение судебного решения. По общему правилу решение суда исполняется добровольно. То есть виновная в нарушении прав потребителя организация без дополнительных напоминаний со стороны суда должна выплатить потребителю суммы, указанные в судебном решении, заменить неисправный видеомаягнитофон на новый. Если же по каким-либо причинам это решение добровольно не исполняется, на помощь пострадавшему приходит механизм государственного принуждения, который приводится в действие судебным исполнителем.

Судебный исполнитель — специалист по исполнению судебных решений. Судебные исполнители есть в каждом суде. Если решение суда в добровольном порядке виновной стороной не исполняется, то судебный исполнитель принимает меры к принудительному возмещению вреда, причиненного нарушением прав потребителя (безакцептное списание денежных сумм и т. д.).

ВЫВОДЫ

Если ваши права нарушены, вам необходимо обратиться к юристу для того, чтобы он смог помочь вам в сложившейся ситуации.

П о м н и т е: адвокат — это профессионал, который вам окажет квалифицированную помощь.

Прежде чем обращаться в суд, не забудьте, что вы должны предъявить претензию.

ВОПРОСЫ

1. Чем занимается юрист? А адвокат?
2. Что нужно потребителю сделать прежде, чем прийти на консультацию к юристу?
3. В каких случаях потребителю необходимо обратиться в суд?

4. Какие стадии судебного процесса вам известны?
5. Как проходит судебное разбирательство спора?
6. Что содержит судебное решение?
7. Попробуйте составить исковое заявление в суд. Магазин отказывается обменять купленный вами полгода назад телевизор, который уже дважды выходил из строя.

Если стороны не пришли к мировому соглашению по итогам судебного заседания является судебное решение. Судебное решение выносится в равной мере представителями обеих сторон (по отношению друг к другу) и является обязательным для исполнения. Судья обязан вынести решение по делу в соответствии с требованиями одной стороны и законными основаниями. Например, обязать фирму вернуть потребителю неисправный видеоматричный телевизор и выплатить потребителю в качестве неустойки определенную сумму, в качестве неустойки. В случае неисполнения требований государства в таком случае к ответственности привлекается должностное лицо после его вынесения.

Вынесение судебного решения является обязательным для исполнения. Судья обязан вынести решение по делу в соответствии с требованиями одной стороны и законными основаниями. Например, обязать фирму вернуть потребителю неисправный видеоматричный телевизор и выплатить потребителю в качестве неустойки определенную сумму, в качестве неустойки. В случае неисполнения требований государства в таком случае к ответственности привлекается должностное лицо после его вынесения.



Рис.1



Рис.5



Рис.2



Рис.6



Рис.3














Рис.7

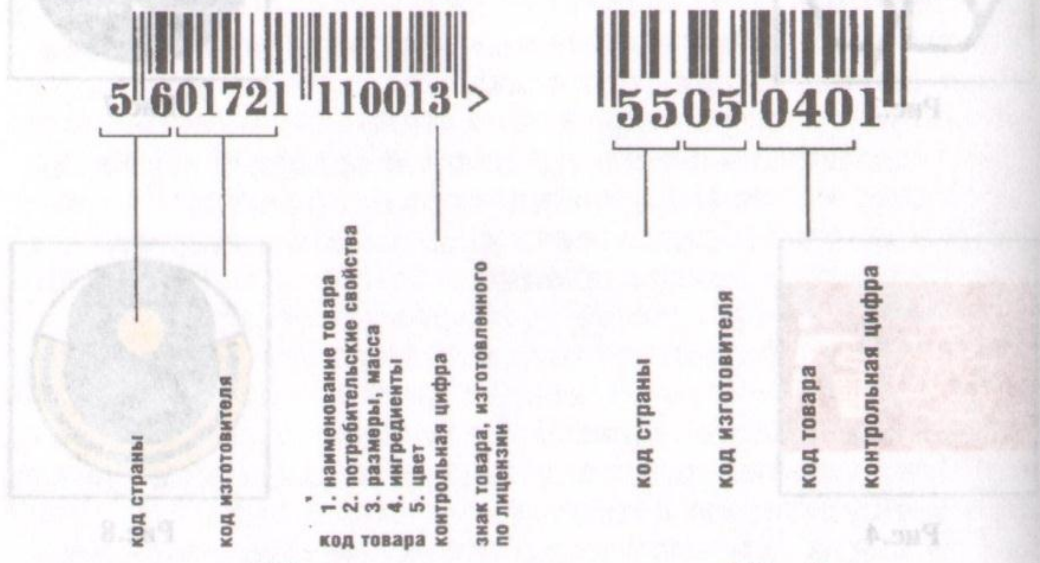


Рис.4



Рис.8

Германия		Demko
Австрия		(Osterreichischer Verband für Elektrotechnik ((ÖVE)
Бельгия		Comite Elektrotechnique (CEBEC)
Голландия		N.V.KEMA
Швейцария		Schweizerischer Elektrotechnischer Verband (SEV)
Норвегия		NEMKO
Италия		Istituto italiano del Marchio di Qualita (IMQ)
Франция		Union Technique de L'Electricite (UTE)
Финляндия		Elektrikak inspektorate
Канада		CANADIAN STANDARTS ASSOCIATION
Швеция		SEMKO AB



EAN - 13

EAN - 8

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
Тема 1. Кто такие потребители	4
Тема 2. Классификация человеческих потребностей	11
Тема 3. Как продаются товары	18
Тема 4. Источники информации для потребителей	28
Тема 5. Что читать на этикетке товара	36
Тема 6. Потребительское тестирование	40
Тема 7. Реклама и ее регулирование	47
Тема 8. Наши расходы	52
Тема 9. Валюта	56
Тема 10. Жизнь в долг	62
Тема 11. Как сохранить и приумножить свой доход	66
Тема 12. Как покупать дешевле	72
Тема 13. Пластиковые карточки	76
Тема 14. Наши права	83
Тема 15. В магазине	96
Тема 16. Транспортные услуги	102
Тема 17. Отправляясь в путешествие	110
Тема 18. Платное образование	114
Тема 19. Этика потребительского поведения	120
Тема 20. Зеленое потребление	123
Тема 21. Самозащита	127
Тема 22. Куда обратиться за помощью	134
Тема 23. Адвокат и суд	139
Приложение	149

Учебное пособие

Коллектив авторов под руководством **С.Шамсутдиновой**

ОСНОВЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЗНАНИЙ

(на русском языке)

Редактор *Э.Дельцова*

Технический редактор *Г.Султанова*

Художественный редактор *А.Ващенко*

Компьютерный набор и верстка *Г.Сарсенбаевой*

ИБ №372

Подписано в печать 24.09.99. Формат 84x108¹/32. Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Таймс». Усл.п.л. 7,98. Усл.кр.отт. 8,102. Уч.изд.л. 9,5. Тираж 1000 экз. Заказ № 974. Бесплатно.

Издательство «Білім» Министерства культуры, информации и общественного согласия Республики Казахстан. 480009, г.Алматы, пр.Абая, 143. тел.53-89-84.

Полиграфкомбинат корпорации «Атамұра» Республики Казахстан. 480002, г. Алматы, ул. Макатаева, 41.

БЕСПЛАТНО



СОРОС - ҚАЗАҚСТАН ҚОРЫ
ФОНД СОРОС-КАЗАХСТАН
SOROS FOUNDATION KAZAKHSTAN