Л. И. Ростовцева



Истории о потребителях и их правах

Учебное пособие

Л. И. Ростовцева

Истории о потребителях и их правах



Учебное пособие

Рекомендовано Департаментом
общего и профессионального образования
Администрации Тульской области

ТУЛА
Издательский Дом «ПЕРЕСВЕТ»
2001

ББК 65.42
Р 78

Издание осуществлено при поддержке
губернатора Тульской области В. А. Стародубцева

Рецензенты:
Заславская О. В., доктор педагогических наук, профессор;
Зименкова О. Н., кандидат юридических наук, профессор;
Кузнецова Е. В., руководитель отдела потребительского образования Международной Конфедерации обществ потребителей

Художник М. Соломатина

Оформление В. Соломатина

Ростовцева Л. И.
Р 78 Истории о потребителях и их правах. Тула: Издательский Дом «Пересвет», 2001.— 79 с., илл.
ISBN 5–86714–257–4

Истории о потребителях и их правах — нетрадиционное учебное пособие, представляющее собой увлекательное повествование о потребительском поведении ученика средней школы Гриши Иванова, его семьи и друзей. Различные житейские ситуации иллюстрируются примерами из художественной литературы, истории, фольклора.

Пособие может быть использовано в курсах «Основы потребительских знаний», «Граждановедение», «Экономика», «Правоведение».

Предназначено для школьников средних и старших классов, учащихся учреждений начального профессионального образования, учителей и специалистов государственных и общественных органов, занимающихся потребительским образованием.

ББК 65.42

ISBN 5–86714–257–4

© Л. И. Ростовцева, 2001
© Художественное оформление «Пересвет», 2001

СОДЕРЖАНИЕ

От автора 4

Часть I

ПЕРВОЕ ЗНАКОМСТВО С ПОТРЕБИТЕЛЕМ И ЕГО ПРАВАМИ

ИСТОРИЯ 1. О том, как следует принимать решение о приобретении товаров и услуг 6
ИСТОРИЯ 2. О консьюмеризме и правах потребителя 10
ИСТОРИЯ 3. О законодательстве, защищающем права потребителя 15

Часть II

БОЛЕЕ ПОДРОБНО О ПРАВАХ ПОТРЕБИТЕЛЯ

ИСТОРИЯ 4. О праве потребителя на защиту от недоброкачественных товаров 20
ИСТОРИЯ 5. О праве потребителя на безопасность товаров и услуг для жизни, здоровья и окружающей среды 23
ИСТОРИЯ 6. О праве потребителя на информацию 26
ИСТОРИЯ 7. О праве потребителя на возмещение причиненного вреда 31

Часть III

ГОСУДАРСТВЕННАЯ И ОБЩЕСТВЕННАЯ СИСТЕМА ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ

ИСТОРИЯ 8. Об антимонопольных органах 34
ИСТОРИЯ 9. О том, зачем нужен Госстандарт России 38
ИСТОРИЯ 10. О защите прав потребителей Госсанэпиднадзором России 45
ИСТОРИЯ 11. О Госторгинспекции 51
ИСТОРИЯ 12. О деятельности органов Министерства внутренних дел по защите прав потребителей 56
ИСТОРИЯ 13. Об органах по защите прав потребителей при местных администрациях 59
ИСТОРИЯ 14. Об общественной защите прав потребителей . . . 62

Часть IV

МЕНТАЛИТЕТ РОССИЙСКОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

ИСТОРИЯ 15. О рекламе 65
ИСТОРИЯ 16. О национальных особенностях поведения российского потребителя 69
Приложение-подсказка 74

ОТ АВТОРА

Дорогой друг! Перед тобой необычная книга. Это учебник для тебя, потребителя, это методическое пособие для учителя, это увлекательные истории, которые ты будешь читать на досуге.

Главная задача, которую мы ставили перед собою — научить тебя думать и самостоятельно принимать решения на рынке в качестве грамотного потребителя. Это непросто. Прежде всего потому, что раньше мы не сталкивались с таким многообразием товаров и услуг. У нас не было свободы выбора: долгое время господствовали дефицит либо затоваривание некачественными, никому не нужными товарами, эти два «спутника» командной экономики.

Переход к рыночной экономике в России способствовал быстрому насыщению рынка товарами и услугами, разобраться в огромном потоке которых подчас бывает довольно сложно.

Современному потребителю необходимо много знать о процессе потребления, качестве, ценах, источниках приобретения товаров и услуг, о своих правах. Сегодня в России действует законодательство о защите прав потребителей, полностью соответствующее международным стандартам. С ним мы и хотели познакомить тебя в этой книге.

Потребитель должен быть разумным и культурным. Желанием помочь тебе стать таким и продиктовано стремление написать эту книгу.

В 1997 году Министерством общего и профессионального образования России и Государственным антимонопольным комитетом Российской Федерации был проведен конкурс учебных пособий по «Основам потребительских знаний». Это учебное пособие было удостоено второй премии.

Выражаю глубокую благодарность моим коллегам, откликнувшимся на предложение принять участие в этой работе. В книге использованы материалы Т. А. Кузьменко, кандидата исторических наук (истории 4, 5), Е. П. Михалевой, кандидата экономических наук (история 15), Т. В. Погудиной, кандидата философских наук (история 16), А. Н. Шамардиной (истории 6, 7).

Я признательна за консультации и помощь в сборе материалов о деятельности органов по защите прав потребителей начальнику отдела по работе на потребительском рынке УВД Тульской области В. Н. Кабакову, начальнику отдела по защите прав потребителей государственно-правового управления администрации Тульской области Т. В. Лисицыной, председателю комитета по защите прав потребителей Управы г. Тулы В. Н. Протопопову, директору Тульского центра стандартизации, метрологии и сертификации В. С. Сизову и его заместителю Н. В. Пантелееву, председателю Тульского общества потребителей Г. А. Спасской, начальнику Управления Госторгинспекции по Тульской области Г. И. Шепетило и начальнику отдела по контролю качества товаров народного потребления Управления Госторгинспекции Н. А. Андриановой, ведущему специалисту Тульского территориального управления Министерства по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства РФ Т. А. Харчевниковой, главному государственному санитарному врачу по Тульской области Л. И. Шишкиной.

Особые слова благодарности — начальнику государственно-правового управления администрации Тульской области Г. Н. Суменкову за огромную помощь в нашей работе по потребительскому образованию молодежи.

Часть I
Первое знакомство с потребителем и его правами



История 1
О том, как следует принимать решение о приобретении товаров и услуг

Гриша никогда не видел моря. Ему очень хотелось полюбоваться его бескрайними просторами, величавыми чайками, выныривающими из волн с рыбешкой в клюве. И вот однажды за ужином папа сказал:

— Мы все славно потрудились в этом году. Гриша порадовал нас своими успехами в школе и теннисе, Катя — в музыке. Летом хотелось бы хорошо отдохнуть. Не поехать ли нам к морю?

Радости Гриши не было предела! Наконец-то его мечта осуществится! Хотя до каникул оставалось еще три месяца, вся семья активно начала готовиться к поездке на юг. Первым делом нужно было решить, куда именно лучше всего отправиться. Ни одно рекламное сообщение по радио, телевидению, в газетах, журналах, на улице не оставалось без внимания. У родственников и знакомых, уже отдыхавших раньше у моря, выяснили, к услугам каких фирм они прибегали и остались ли довольны. В специально заведенную тетрадь записывались телефоны и адреса туристических фирм, предлагавших провести летний отпуск на море. А после звонка в то или иное агентство

появлялись сведения о стоимости путевок, продолжительности отдыха, экскурсионных программах и прочих условиях. Родителей заинтересовало несколько предложений. Предстояло сделать окончательный выбор. Для этого решили посетить турагентства всей семьей.

Первым было агентство с романтическим названием «Алый парус». Пока дети рассматривали рекламные проспекты с красивыми цветными фотографиями курортов, отелей и номеров, папа внимательно изучал устав турфирмы, свидетельство о регистрации и лицензию на право заниматься туристической деятельностью. Видимо, он остался доволен документами, поскольку вскоре перешел к детальным расспросам о проезде, проживании, питании...

Сотрудник фирмы по имени Михаил предложил посмотреть видеоролики с видами курортов, экскурсионных маршрутов, интерьеров гостиниц. На экране видеомагнитофона замелькали пляжи с золотисто-желтым песком, голубое море, яхты, теннисные корты. Тот факт, что на всех курортах были хорошие теннисные корты, очень порадовал Гришу: будет возможность потренироваться. А вот Катя, как ни всматривалась в экран, нигде не увидела комнаты отдыха с фортепьяно. И никто в агентстве не мог сказать, есть ли таковые в гостиницах. Михаил обещал узнать это при первой же возможности. Он записал номер папиного телефона, пообещав позвонить завтра в 10.00.

Маме очень понравились видеозаписи развлекательных программ. Она готова была сию же минуту оплатить путевки, но осторожный папа задал последний вопрос: обладает ли Михаил полномочиями заключать договора с клиентами. Последовали отрицательный ответ и просьба зайти завтра, когда на месте будут директор или менеджер.

Во втором агентстве под названием «Круиз» дружное семейство встретила молоденькая симпатичная девушка. Но не успела она ответить на первый вопрос, как зазвонил телефон. Девушка сняла трубку. В течение 10 минут, пока шел разговор, семейство разглядывало висевшие на стенде у входа устав, свидетельство о регистрации и лицензию фирмы. Освободившись, девушка только-только начала отвечать на вопросы, как беседа снова прервалась. На сей раз помешал приход молодого человека. Он зашел, чтобы пригласить очаровательную хозяйку офиса в театр... Еще минут 10 семья рассматривала рекламные проспекты. После их просмотра выяснилось, что «Круиз» предлагает точно такой же комплекс услуг, что и «Алый парус».

Наконец девушка смогла заняться клиентами. Вопросы на

сей раз были, в основном, у Гриши с Катей. Девушка в один миг рассеяла все сомнения ребят, нарисовав в их воображении яркую картину курортного отдыха, занятий по интересам. Катя осталась довольна. Но папа поспешил закончить разговор:

— Спасибо, мы должны подумать.

Третьим было агентство «Лотос». Его офис размещался довольно далеко, так что Катя начала даже хныкать от усталости. По дороге ей захотелось пить. Кроме того, она не понимала, почему папа не захотел купить путевки в «Круизе», ведь девушка так красиво рассказывала о курортах и убеждала, что у них самые низкие в городе цены на путевки...

В уютном фойе «Лотоса» их встретил безукоризненно одетый молодой человек приятной наружности. На груди его был прикреплен значок, на котором значилось: «Сергей, менеджер». С первых же минут все почувствовали расположение к этому симпатичному и любезному парню. Он проводил посетителей в небольшую, со вкусом обставленную красивой мебелью комнату, предложил поудобнее располагаться в мягких креслах.

— Чай, кофе, сок? — первым делом спросил он. Это было весьма кстати, так как печать усталости отражалась уже не только на Катином лице.

Уже через несколько минут Сергей казался всем старым добрым знакомым, участливым и всезнающим, готовым дать нужный совет. Он ответил на все интересующие семью вопросы. На предлагаемом им курорте имелись и рояль, и теннисные корты, и открытый бассейн с пресной водой, что особенно привлекало маму с ее чувствительной кожей. Настало время обсудить формальности. Сергей готов был принять плату за путевки, выдав ксерокопию перечня предоставляемых услуг из рекламного проспекта. Билеты на самолет, паспорта с визами и туристические путевки должен был вручить представитель фирмы в аэропорту в день вылета за час до начала регистрации на рейс. Сергей указал место встречи и отличительный признак представителя — табличка в руках с названием «Лотос».

Гриша с Катей пребывали в приятном ожидании. Они одинаково переживали противоречивые чувства: с одной стороны, предвкушение удовольствия, такого же, как от приобретения давно ожидаемой вещи, с другой — облегчение от решения серьезной задачи. Наконец-то проблема выбора нужных путевок будет решена! Как же утомительно ходить по разным фирмам, к тому же мало чем отличающимся на первый взгляд друг от друга, разговаривать с разными людьми. Скорее бы это кончилось!

Но рассудительный папа продолжал задавать вопросы. Наконец, Сергей сообщил:

— Только для вас, наших лучших клиентов, мы можем предоставить 30%-ную скидку, если Вы заключите договор сегодня. Если завтра, то скидки не будет.

«Почему же папа медлит? — недоумевали дети.— Такие выгодные условия предлагает Сергей!» Но папа с мамой, услышав это предложение, переглянулись и... поспешили проститься.

Гриша с Катей ничего не понимали...

По дороге домой папа объяснил:

— Предложение о скидке, «но только сегодня, только сейчас» — это прием психологической обработки потребителя, внушающий выгодность сделки. Есть в нем что-то мошенническое: не дать человеку возможности обдумать решение, заставить его купить что-то импульсивно, под воздействием эмоций, а не разума. Потому и рождаются сомнения относительно честности таких продавцов и реальности их обещаний.

Теперь Грише стал понятен и смысл фразы «Только для вас, наших лучших клиентов...» Сергей льстил, был неискренен.

— Кстати, во время нашей беседы была создана благоприятная атмосфера, словно бы подталкивающая к покупке,— добавила мама.

Вечером на семейном совете долго обсуждали, с какой же фирмой лучше иметь дело. Утром за завтраком снова вернулись к этой же проблеме. Телефонный звонок окончательно рассеял все сомнения. Звонил Михаил из «Алого паруса». Он, как и обещал, спешил сообщить информацию для Кати о фортепьяно: о том, что у нее будет возможность не прерывать занятий музыкой на море. Он также предупредил, что директор на месте и можно заключить договор.

Теперь все были согласны с тем, что лучше всего обратиться к услугам фирмы «Алый парус».



Вопросы для размышлений о прочитанном

В чем, по-вашему, заключается главная проблема, описанная в рассказе?

Почему, по-вашему мнению, семья решила обратиться к услугам фирмы «Алый парус»?

Какие ошибки могут быть допущены потребителем в процессе принятия решения о покупке товаров и услуг? Приведите примеры.

Что такое «импульсивная» покупка? Какова роль атмосферы продажи в ее совершении?



История 2
О консьюмеризме и правах потребителя

Настало время поближе познакомиться с нашим героем. Гриша Иванов — ученик 9 класса средней школы № 58 города Тулы. Он родился и вырос в Туле и очень любит этот древний город. Расположена Тула в живописной местности, на северо-востоке Среднерусской возвышенности, на малых речках Упе и Тулице. Когда Грише приходится знакомиться с людьми из других городов, он с гордостью говорит, что живет в городе, который на год старше Москвы и расположен в 200 км от нее к югу. При этом он обязательно вспоминает о ружьях, самоварах и тульских пряниках. А про своих великих земляков мальчик готов рассказывать без умолку.

Расскажет, что название города происходит, вероятно, от названия небольшой речки Тулицы, которая пряталась, «тулилась», на древней славянской земле вятичей, в дремучих лесах в верховьях Оки и Дона. Напомнит об историческом значении Тулы как крепости, защищавшей Русское государство с юга, в которой рано зародилось оружейное дело.

История — один из его любимых предметов в школе. Поэтому он любит рассказывать об исторических событиях, например, о том, что после Куликовской битвы Дмитрий Донской установил новые границы с Рязанским княжеством, и Тула отошла к Москве. Но после набега хана Тохтомыша на Москву в 1382 году она вновь стала владением рязанских князей. И только с 1503 года история Тулы тесно переплетается с судьбой Москвы. После распада Золотой Орды образовалось

Крымское ханство. Крымчаки, поддерживаемые султанской Турцией, постоянно нападали на русские земли. Поэтому князь Василий III решил превратить Тулу в крепость, защищавшую Москву с юга. В 1521 году в Туле возводится кремль.

Центром оружейного производства в России в то время была Московская оружейная палата, созданная Иваном III еще в 1485 году. На обозы с оружием часто нападали крымские банды (караванный путь тогда от Москвы до Тулы составлял 7—10 дней при хорошей погоде). Поэтому-то даже в 1639 году, когда набеги почти прекратились, службу на тульских рубежах несли все-таки 15 723 воина.

Оружие и доспехи нужно было ремонтировать. Иногда возникала нужда и в новых саблях и пищалях. Так местные посадские кузнецы стали привлекаться тульскими воеводами к оружейному делу. Государственный статус оружейное дело в Туле получило при Петре I. По его указу в 1712 году был создан оружейный завод, город стал кузницей русского оружия.

На этом-то заводе и работала инженером Гришина мама. Очень отзывчивый и общительный человек. А Гришин папа был преподавателем университета. Он всегда все знал. Сестренка Катя — семиклассница — была страстной любительницей чтения и музыки. Гриша считал ее немножко капризной, но в целом неплохой девчонкой.

Сегодня Катя выглядела явно расстроенной, и Грише было жаль ее. А произошло вот что.

Мама утром заглянула в комиссионный магазин и увидела там красивую куртку из натуральной кожи для Кати. Оригинальный фасон, необычный для кожаной куртки бирюзовый цвет так понравились маме, что она без долгих размышлений оплатила покупку. Куртка выглядела почти, как новая, а цена — очень привлекательной.

Когда Катя, вернувшись из школы, стала примерять покупку, радость от приобретения красивой вещи быстро сменилась разочарованием: вместо двух «кнопочек» у куртки оказались две дырочки. Огорченные мама с дочерью помчались в магазин, чтобы вернуть куртку и получить назад деньги. Однако продавец с этим не согласился, объяснив, что магазин — комиссионный, частный, деньги уже переданы человеку, сдавшему вещь на реализацию.

Грише очень хотелось поднять настроение женской половины семейства. Но как это сделать? Задумавшись, Гриша машинально снял с книжной полки первую попавшую книгу и раскрыл ее наугад. И вдруг тишину в квартире нарушил взрыв хохота. Звонкий смех звучал, не прекращаясь, да так, что, казалось, задрожал хрусталь в шкафу.

Катя с мамой вбежали в Гришину комнату.

— Что случилось? — воскликнули они.

— Вы только посмотрите,— ответил Гриша, показывая им «Двенадцать стульев» И. Ильфа и Е. Петрова,— какая история приключилась с Кисой Воробьяниновым. Случай с вашей курткой — пустяк по сравнению с ней.

Катин взгляд упал на страницу.

«...Ипполит Матвеевич проснулся по привычке в половине восьмого, пророкотал «гут морген» и направился к умывальнику. Он умывался с наслаждением... Вытираться было приятно, но, отняв от лица полотенце, Ипполит Матвеевич увидел, что оно испачкано тем радикально черным цветом, которым с позавчерашнего дня были окрашены его горизонтальные усы. Сердце Ипполита Матвеевича потухло. Он бросился к своему карманному зеркальцу. В зеркальце отразились большой нос и зеленый, как молодая травка, левый ус... Правый ус был того же омерзительного цвета...

Все существо Ипполита Матвеевича издало такой громкий стон, что Остап Бендер открыл глаза.

— Но ведь мне аптекарь говорил, что это будет радикально черный цвет. Не смывается ни холодной, ни горячей водой, ни мыльной пеной, ни керосином... Контрабандный товар.

— Контрабандный? Всю контрабанду делают в Одессе, на Малой Арнаутской улице. Покажите флакон... И потом посмотрите. Вы читали это?

— Читал.

— А вот это — маленькими буквами? Тут ясно сказано, что после мытья горячей и холодной водой или мыльной пеной и керосином волосы надо отнюдь не вытирать, а сушить на солнце или у примуса... Почему Вы не сушили? Куда Вы теперь пойдете с этой зеленой «липой»?

Ипполит Матвеевич был подавлен...»

Любимые всей семьей «Двенадцать стульев» сделали свое дело — всем стало весело.

Потом вспомнили «Мастера и Маргариту» Михаила Булгакова. Книга мигом появилась на столе.

«...В рот ничего не возьму в вашем буфете! Я, почтеннейший, проходил вчера мимо вашей стойки и до сих пор не могу забыть ни осетрины, ни брынзы. Драгоценный мой! Брынза не бывает зеленого цвета, это вас кто-то обманул. Ей полагается быть белой. Да, а чай? Ведь это же помои! Я своими глазами видел, как какая-то неопрятная девушка подливала из ведра в ваш громадный самовар сырую воду, а чай между тем продолжали разливать. Нет, милейший, так невозможно!..

— Осетрину прислали второй свежести,— сообщил буфетчик.

— Вторая свежесть — вот что вздор! Свежесть бывает только одна — первая, она же и последняя. А если осетрина второй свежести, то это означает, что она тухлая!»

Гриша был очень рад, что сумел поднять настроение мамы и сестры. Он убедился еще раз, что юмор — великий помощник в различных жизненных ситуациях.

В это время в дверь кто-то позвонил. Оказалось, пришел Антон, Гришин приятель и сосед. Он учился уже в десятом классе. Антон очень любил детективы и фантастику и зашел, чтобы возвратить прочитанную повесть Александра Беляева «Вечный хлеб». Узнав о неудачной покупке в семье Ивановых, он воскликнул:

— Что же вы не возразили, ведь продавец неправ! Существуют Закон «О защите прав потребителей», правила комиссионной торговли. Вам должны были вернуть деньги.

— Откуда ты все это знаешь? — удивилась Катя.

— А мы проходили это в школе. У нас есть очень интересный предмет «Основы потребительских знаний». Мы изучаем консьюмеризм.

— Консьюмеризм... А что это такое? — спросил Гриша.

— Английское слово «consumer» означает «потребитель». Консьюмеризм — это организованное движение граждан и государственных органов за расширение прав потребителей, усиление их влияния на производителей и торговцев. Возникло оно в США, чтобы оградить рядового потребителя от лживой рекламы, обманных гарантий, низкокачественных товаров, плохого обслуживания. Представлено это движение различными силами: государственными органами, потребительскими общественными организациями, юридическими ассоциациями, представителями средств массовой информации, общественными и государственными деятелями — всеми, кто защищает права потребителя.

— Интересно, различаются ли права американского и российского потребителя? — поинтересовался Гриша.

— А о каких правах вообще идет речь? — перебила друзей Катя.

— Президент США Джон Кеннеди в 1962 г. сформулировал четыре права потребителя: право на безопасность товаров, на информацию, на выбор, право быть услышанным. Международный союз потребителей позднее добавил еще четыре права: право на потребительское образование, на возмещение ущерба, на чистую окружающую среду и на удовлетворение основных потребностей,— со знанием дела пояснил Антон.— Кстати, через два дня, 15 марта, в университете состоится студенческий конкурс «Эко-эрудит» на знание законодательства о защите прав потребителей. Говорят, это и конкурс, и игра, и

урок одновременно. И не только для участников — студенческих команд, но и для зрителей. Мы пойдем всем классом с учительницей. Если хотите, можете присоединиться к нам.



Вопросы для размышлений о прочитанном

В чем причины неудачной маминой покупки? Прав ли продавец комиссионного магазина и почему?

Какое право потребителя не было реализовано при окрашивании усов Кисой Воробьяниновым, что явилось для него, по мнению Остапа Бендера, причиной неудачи?

В нарушении какого права потребителей был уличен буфетчик в романе М. Булгакова «Мастер и Маргарита»?

Какое право еще не реализовано Гришей и Катей как потребителями по сравнению с Антоном?

Гриша очень любит свой город. А вы любите свой родной край? Каковы его история и география, какими достопримечательностями он знаменит?



История 3
О законодательстве, защищающем права потребителя

15 марта после занятий Катя с Гришей встретились у входа в школу с Антоном, чтобы всем вместе отправиться в университет.

В фойе университетского концертного зала Катин взгляд привлек плакат:

ПОЗДРАВЛЯЕМ
С ВСЕМИРНЫМ ДНЕМ ПОТРЕБИТЕЛЯ!

Заметив Катино любопытство, Антон поспешил пояснить:

— 15 марта — Всемирный День потребителя, праздник, провозглашенный Организацией Объединенных Наций. Именно в этот день в 1962 г. впервые были сформулированы права потребителя. Вот почему конкурс «Эко-эрудит» проводится в этот день.

Конкурс начался с приветствия ведущей, представления авторитетного жюри, студенческих команд, оглашения программы. Когда Катя услышала, что «Эко-эрудит» — «праздник знаний, талантов и находчивости», она поняла: предстоит что-то интересное. Серьезное и развлекательное одновременно. На занавесе посреди сцены большими буквами была написана тема конкурса: «Потребитель и рынок».

Первый раздел конкурса назывался «Презентации команд». Каждая команда выходила на сцену и пыталась показать, на что она способна, раскрыть все свои таланты в течение трех минут.

Кто-то пел, кто-то декламировал стихи собственного сочинения, кто-то танцевал, одним словом, все старались понравиться и запомниться жюри и зрителям. Это была своего рода «визитная карточка» команды.

В паузе, пока жюри подводило итоги, своим опытом в отстаивании потребительских прав поделился инженер Е. Кутепов, победитель конкурса, проведенного местной газетой. Его рассказ на тему «Как мне помог Закон «О защите прав потребителей» был признан лучшим.

— Весной 1994 года я купил двухкомнатную квартиру во вновь построенном десятиэтажном доме, для чего продал свою старую квартиру. Но радость по поводу приобретения ее оказалась преждевременной. Во-первых, квартира была сдана в эксплуатацию намного позже обещанного, а во-вторых, с такими недоделками, которые просто не позволили в ней жить — легче перечислить то, что в ней было, чем то, чего не хватало...

Все мои просьбы закончить отделку и выплатить часть денег за нарушение условий договора купли-продажи были отвергнуты в самой категоричной форме — ты, мол, мужик, вот и приложи руки! Но ремонт, по самым скромным прикидкам, тянул на сумму, которой после покупки квартиры просто не было и которую я мог заработать нескоро!

После нескольких месяцев унижений и нервотрепки я обратился в комитет по защите прав потребителей при администрации города, где меня проконсультировали и помогли составить исковое заявление в суд. Требования были вполне законны: бесплатно отремонтировать новую (!) квартиру, выплатить неустойку и возместить нанесенный материальный ущерб, компенсировать моральный вред. Ведь в результате перенесенных стрессов у меня обострилось заболевание, приобретенное во время службы в Афганистане.

Каков же итог? Квартиру бесплатно и качественно отремонтировали. К выплате назначили сумму, на семнадцать процентов превышающую первоначальную стоимость купленной квартиры. А так как ответчик не спешил исполнять судебное решение три месяца, ссылаясь на отсутствие средств, то новое заседание суда, куда я обратился, увеличило сумму с учетом инфляции! На полученные деньги я приобрел для мамы дачу.

Это просто замечательно, что есть такой закон! А за свои права нужно всегда бороться и уважать себя. Трудно, но необходимо...

Конкурс между тем продолжался.

За коллекцию забавных анекдотов на тему «Потребитель, держи ухо востро!» приза был удостоен сотрудник одного из научно-исследовательских институтов города. Вот уж где у зрителей была возможность похохотать! Катя очень старалась

запомнить хотя бы несколько анекдотов из исполненной автором подборки. Больше всего ей понравились эти:

— Когда я покупал у вас машину, вы обещали целый год бесплатно менять мне все то, что испортится или сломается...

— Именно так.

— Тогда дайте мне, пожалуйста, передний бампер, двигатель, колесо, четыре нижних зуба, левую лучевую кость и два ребра...

●

Покупатель — продавцу, отпускающему колбасу:

— Раз уж вы взвесили свой палец, отрежьте, пожалуйста, и его...

●

В магазин вбегает возмущенная покупательница:

— Купила у вас неделю назад часы, а они уже сломались! Вы же говорили, что они будут ходить до самой моей смерти!

— Сожалею, но во время покупки Вы действительно выглядели очень плохо!

●

Затем последовала викторина на знание законодательства о защите прав потребителей. Студенты должны были продемонстрировать свои знания Закона РФ «О защите прав потребителей», Гражданского Кодекса, Кодекса об административных правонарушениях, нормативных актов, принимаемых Правительством (например, правил продажи различных товаров, бытового и иных видов обслуживания).

Теперь-то Катя поняла, кто такой «потребитель» и какими правами он обладает. Вопросы были очень интересные, жизненные, потому хорошо запомнились ей. Она уже представляла мысленно, как вечером за ужином обязательно спросит у мамы с папой: «Нотариус Иванова купила факс для своей конторы, который через два месяца сломался. Может ли она предъявить претензию продавцу на основе Закона РФ «О защите прав потребителей»?

Или вопрос о студентке Марине, купившей себе новую блузку в частном магазине. Пришла домой Марина, примерила блузку, а фасончик оказался не тот, да и цвет разонравился. Что делать? Можно ли сдать блузку в магазин и вернуть деньги?

Некоторые вопросы обсуждались долго, потому что студенты и возражали, и дополняли друг друга. Члены жюри комментировали ответы и сразу же оценивали их в условных денежных единицах — эко.

После викторины был развлекательный конкурс — домашнее задание на тему «Потребитель, держи ухо востро!» В нем команды имели возможность максимально проявить свои творческие способности. Все команды были по-своему хороши. Снова были песни, сценки, фельетоны. Кате очень понравились частушки. Несколько куплетов она успела записать:

Я решил купить машину,
Заплатил, сказали: «Жди».
Нет ни денег, ни машины,
Лучше б ездил на такси.

В магазин принес товар:
В нем дефект коварный,
А в ответ мне говорят:
«Где твой чек товарный?»

В магазине закупил
Я коньяк грузинский,
А на деле оказалось —
Спирт и чай индийский.

В магазине попросил
Жалобную книгу,
А в ответ мне показали,
Извиняюсь, фигу.

А потом был конкурс зрителей: «Купили бы Вы этот товар?» Желающим принять в нем участие было предложено много различных товаров: шоколад, косметика, чай, джинсы, игрушки. Задача состояла в том, чтобы отличить фальсифицированные товары от подлинных, проанализировать образцы с позиции соответствия их Закону «О защите прав потребителей».

Самым бурным стал последний этап конкурса — командный аукцион вопросов. И это понятно, ведь решался вопрос о победителе. Каждая команда накопила к этому моменту определенную сумму эко, с помощью которой она могла участвовать в торгах за право ответа на вопрос. Право ответа получал тот, кто предлагал максимальную цену. А вопросы предлагали сами команды. Аукцион позволял выявить истинного эрудита, так как необходимо было продемонстрировать знания художественной литературы, истории, экономики.

Острая борьба разгорелась вокруг вопроса «Как нарушение прав потребителей, описанное в книге Вл. Гиляровского «Москва и москвичи», способствовало появлению нового продукта — саек с изюмом?» Две команды особенно азартно спорили за право ответа на него. Торг начался с 30 эко. Но вот уже 100 эко предлагает первая команда, 120 эко — вторая. Наконец вопрос оценивается в 130 эко — первая команда рискует всем, что заработала в предыдущих разделах конкурса. Она может отвечать, ведь у соперницы больше нет денег — ее заработок составил 128 эко, и больше этого она предложить не может.

После шумного торга на мгновение в зале установилась полная тишина. Велик риск: если будет дан неверный ответ, команда потеряет все и откатится на последнее место; если ответит правильно, ее ждет победа.

Каков же ответ? Однажды генерал-губернатору Москвы Закревскому подали утром к чаю сайку с запеченным в нее тараканом. На вопрос рассерженного начальства: «Это что? Тараканы?» испуганный булочник Филиппов, не растерявшись, ответил: «Это изюминка». И съел кусок с тараканом. После этого он побежал в пекарню, схватил решето изюма и, к великому ужасу пекарей, вывалил его в саечное тесто. Через час Филиппов угощал Закревского сайками с изюмом, а через день от покупателей отбою не было.

Ура! Ответ был верный. Победитель определен.

Ребятам очень понравился праздник. Они узнали много полезного для себя и вволю посмеялись. По дороге домой одноклассники Антона решили в конце учебного года провести свой конкурс «Эко-эрудит», пригласив в качестве соперника команду параллельного класса.



Вопросы для размышлений о прочитанном

Идентичны ли понятия «закон» и «законодательство»? Какими документами представлено законодательство о защите прав потребителей?

На какой круг лиц распространяется законодательство о защите прав потребителей?

Как бы вы ответили на вопросы викторины, понравившиеся Кате?

Можете ли вы привести пример, когда Закон «О защите прав потребителей» помог вам или вашим знакомым?

Часть II
Более подробно о правах потребителя



История 4
О праве потребителя на защиту от недоброкачественных товаров

Близился мамин день рождения. Гриша, Катя и папа начали готовиться к нему загодя. Долго обсуждали, что подарить маме. Наконец придумали: часы с кукушкой. Это была Катина идея. Когда она была еще совсем маленькой, то очень любила слушать мамины рассказы о ее детстве. Мама часто вспоминала, что в доме у бабушки были просто сказочные часы с кукушкой. Они создавали там необычный уют. Однако оказалось, что найти такие часы — дело совсем не простое. А поскольку у Кати свободного времени было больше всех, то поиски поручили ей.

Наконец нужные часы были найдены. И почти такие, какими их запомнила мама. Катя очень обрадовалась. Она сбегала домой за деньгами, купила часы и побежала показывать их папе. Однако рассмотреть покупку как следует они не успели, так как вернулась с работы мама, а заранее раскрывать секрет не хотелось: сюрприз есть сюрприз.

Вот настал торжественный день. Подарок был вручен. Мама очень обрадовалась, даже всплакнула немножко. Часы повесили на самое видное место на кухонной стене. И только здесь выяснилось, что они, в общем-то, ходят, только вот ку-

кушка никак не хочет куковать вовремя: то два часа подряд молчит, то кукует каждые 10 минут.

Конечно, все огорчились. С тех пор, как Катя купила часы, прошло уже больше месяца. Стали искать чек, но, увы, он куда-то исчез. В коробке лежал паспорт, но ни штампа магазина, ни даты продажи, ни своей подписи продавец в нем не поставила. И все-таки Катя решила на следующее утро пойти в магазин и попытаться обменять неисправные часы.

Ночью Катя спала плохо: было обидно, что праздник, к которому так готовились, испорчен. Девочка ругала себя за то, что оказалась такой невнимательной. Она не была уверена, что сможет решить проблему.

Наутро в магазине Катя долго пыталась объясниться с напористой дамой — заведующей секцией, пыталась вставить хотя бы слово в ее монолог, мучилась, краснела и в конце концов ушла домой со своими неисправными часами. По дороге домой она встретила Гришу с двумя его одноклассниками Сережей и Никитой. Они шли в гости к Сереже посмотреть его комнату в новой квартире, куда их семья не так давно переехала. Катю пригласили присоединиться к компании. Пока Сережа покупал хлеб, его друзья обнаружили в киоске рядом с булочной совсем недорогие видеокассеты с интересными фильмами. Никита тут же приобрел одну; он давно искал эту комедию.

Настроение было хорошее. Ребята пообедали и решили сразу же посмотреть новый фильм. Включили видеомагнитофон и удобно расположились в креслах в предвкушении удовольствия. Однако радость их была преждевременной: разобрать, что именно происходит на экране, было невозможно из-за отвратительного качества записи. Возмущению мальчишек не было предела. Они взяли кассету и побежали в киоск. Они не знали, что им предпринять: обменять бракованную кассету на другую, качественную, или попросить вернуть им деньги. Но где гарантия, что другая кассета не окажется такой же?

В киоске уже работала другая продавщица — женщина средних лет, пожалуй, ровесница Сережиной бабушки. Она сказала:

— Запись видеокассет производим не мы, а другая фирма; мы же только продаем. Через две недели приедет поставщик кассет, с ним и разбирайтесь. А где ваш чек? Может, вы кассету не у нас покупали...

Чека у мальчишек не оказалось: при покупке никто не обратил на него внимания. Перебивая друг друга, они начали доказывать продавщице свою правоту, затем и вовсе раскричались. Дело дошло до взаимных оскорблений и обид. В конце концов один из покупателей возмутился:

— Как вы со взрослыми разговариваете? Грубияны... Еще молоко на губах не обсохло...

Ребятам было и обидно, и стыдно. Расстроенные, они вернулись к Сереже, горячо обсуждая происшедшее. Их громкие возгласы несколько озадачили бабушку, и она попросила мальчиков рассказать, в чем дело. Выслушав, она дала ребятам несколько советов, которые, очевидно, будут полезными и читателям этой книги. Вот они.

Во-первых, никогда и никуда не нужно идти с намерением поссориться, особенно если ты хочешь решить какой-то спорный вопрос. Иначе тебя ожидают ответы «в том же духе», тебе станут в большинстве случаев отвечать так, как ты говоришь, совершенно не обращая внимания на то, что именно ты говоришь.

Во-вторых, нужно научиться понимать, какой человек стоит перед тобой, выбирать соответствующий тон и стиль общения: с ровесницами своей бабушки никак нельзя разговаривать так же, как со сверстниками. Это по меньшей мере невежливо.

В-третьих, если вас несколько человек и вы раздражены, вам трудно удержаться, чтобы не говорить одновременно, пытаясь перекричать друг друга и собеседника. Поэтому нужно определиться заранее, кто будет говорить. Остальным можно помогать ему только в случае необходимости.

В-четвертых, старайтесь видеть в собеседнике не врага, а союзника. Если бы разговор был начат правильно, продавец, возможно, не стала бы заострять внимание на отсутствие чека и отказываться решить проблему.

В-пятых, решите заранее, чего же вы хотите: вернуть товар и получить свои деньги или обменять товар на такой же, но качественный.

И, наконец, *в-шестых*. Не нужно вступать в споры с другими покупателями, даже если они говорят что-то очень обидное для вас. Вы пришли в магазин для того, чтобы вернуть некачественный товар. Сосредоточьтесь на этом.



Вопросы для размышлений о прочитанном

Проанализируйте ситуацию часов с кукушкой. Какие ошибки допустила Катя? Что нужно предпринять потребителю в подобной ситуации?

Правильно ли вели себя ребята в ситуации с покупкой видеокассеты? Постройте беседу с продавщицей в соответствии с бабушкиными советами, разыграйте роли.

Как надо поступить потребителю, чтобы отстоять свое право на товар надлежащего качества?



История 5
О праве потребителя на безопасность товаров и услуг для жизни, здоровья и окружающей среды

Каждый раз после тренировки Гриша заходит в ближайший к спортивной школе магазин. В его обязанности входит покупка молочных продуктов. Это совсем несложная задача. Гриша понимает, что у всех членов семьи должны быть какие-то обязанности, потому что в одиночку со всеми необходимыми делами справиться трудно.

Вот и сегодня, как обычно, Гриша сделал необходимые покупки. Придя домой, налил себе молока, но первые же глотки заставили разочарованно отставить стакан: молоко было прокисшим.

Гриша огорченно вздохнул: значит, нужно одеваться, снова идти в магазин, а он так устал после тренировки, да и планы на вечер были другие.

Эти невеселые размышления прервал звонок в дверь. Это был Антон.

— Что не весел? — Антон по первым же нотам произнесенного Гришей приветствия уловил настроение товарища.

— Только что пришел из магазина. Купил молоко, а оно оказалось прокисшим. Не знаю, что делать.

— Жаловаться в госторгинспекцию,— не задумываясь, выпалил Антон.

— Кому?

— Гос-торг-ин-спек-ци-и,— по слогам поучительным тоном произнес Антон.— Есть такая организация, которая контроли-

рует торговлю, следит за качеством продаваемых товаров, а нарушителей наказывает штрафами.

— Так уж сразу и жаловаться,— проворчал Гриша. Он с детства не любил жаловаться.— Не лучше ли позвонить в магазин? Может, у них испортился холодильник, а продавцы и не знают об этом и потому продают недоброкачественный продукт?

Отыскав в справочнике телефонный номер магазина, Гриша набрал его. Трубку взяла женщина.

— В магазине продают прокисшее молоко,— сказал Гриша.

— Какое молоко? В каком магазине? Ничего не понимаю! — ответил женский голос.

— Как не понимаете!? Я хочу для Вас сделать доброе дело... Может, в Вашем магазине сломался холодильник? Я купил у Вас прокисшее молоко...

Разговор продолжался до тех пор, пока Гриша не услышал:

— Вы ошиблись номером, это квартира.

Гриша повторил попытку дозвониться до магазина. Но увы...

Антону не нравилась Гришина затея с самого начала и он решил сам позвонить в торгинспекцию, чтобы поддержать товарища. Снова ответил женский голос. Антон изложил историю с молоком. Женщина попросила представиться.

— Зачем? — спросил Антон.

Разговаривать расхотелось. Тем не менее вопросы из телефонной трубки продолжались. В первую очередь спросили номер магазина.

— Откуда я знаю его номер? — удивился Антон.

— Ну тогда хотя бы адрес,— попросила собеседница.

— Не знаю точно, но мне кажется, Зеленая улица... А может, это и не по Зеленой, а по Пушкинской...— ответил Антон.

Потом работница торгинспекции поинтересовалась сроком годности молока, спросила, в какое время оно было куплено и еще что-то... К концу разговора мальчик даже немного устал и трубку повесил с чувством некоторого облегчения.

После ухода Антона Гриша достал книгу. Теперь можно и почитать.

«...Крупнейшие капиталисты Германии объединили свои капиталы в этом деле. Весь земной шар был оклеен кричащими рекламами компании:

Покупайте
«ВЕЧНЫЙ ХЛЕБ»
Вкусно! Питательно!
Одного килограмма достаточно, чтобы прокормить человека всю жизнь!

...Дела компании шли блестяще. Однако борьба вокруг «хлеба» скоро возгорелась.

На этот раз ее начал профессор Бройер... Он настаивал на том, чтобы правительство прекратило деятельность компании.

«Я не для того,— писал профессор,— потратил сорок лет моей жизни, чтобы предоставить возможность обогатиться на моем изобретении кучке спекулянтов. Я протестую против этого. Но еще больше я протестую против того, что мое изобретение получило широкое распространение в то время, когда я не закончил моих опытов. ... хлеб еще не изучен до конца как новое питательное вещество».

— Он хочет запугать наших покупателей,— сказал Кригман, прочитав это письмо.— Напрасный труд. У нас есть отзывы врачей о полной безвредности хлеба и разрешение врачебного совета. Все, кто ест наш хлеб, находятся в полном здравии, благословляют нас и служат нам лучшей рекламой.

...Когда настала летняя жара и «хлеб» начал быстро расти, все пережили кратковременную радость о небывалом «урожае». Но следующие же за этим дни убедили всех, что тесто растет с угрожающей быстротой, превращаясь из драгоценного питательного вещества в страшного врага, вырастая в могучий хлебный потоп...»

Прочитав эту страницу, Гриша вновь вспомнил о прокисшем молоке...



Вопросы для размышлений о прочитанном

Почему Гриша, прочитав о ситуации с «вечным хлебом», вспомнил о прокисшем молоке? Можно ли провести аналогию между этими двумя ситуациями? Какое право потребителей нарушено в приведенном отрывке?

Правильно ли Гриша и Антон разговаривали по телефону? Как поступили бы вы, оказавшись на месте Гриши?



История 6
О праве потребителя на информацию

Гришины дедушка и бабушка по папиной линии живут в Тарусе, тихом и живописном местечке на берегу Оки. В старину название городка писалось через букву «о» — Торуса. Оно произошло от слов «То — Русь». По легенде, такой ответ получил князь Святослав Игоревич на свой вопрос «Какой это народ?», когда проплывал по Оке во время своего похода на хазар в 964 году.

Слава Тарусы — в трогательной красоте пейзажей. Это богатство манило и вдохновляло многих художников и писателей. С конца XIX века Таруса становится, по словам К. Г. Паустовского, «творческой лабораторией и приютом для людей искусства и науки». В. Д. Поленов, В. Э. Борисов-Мусатов, К. А. Коровин, К. Ф. Юон, Ф. П. Решетников, В. Н. Бакшеев и многие другие мастера изобразительного искусства писали тарусские дали, домики, улицы, жителей городка. Одни здесь жили подолгу, другие наезжали эпизодически.

Любили эти места и писатели. «Певцом Тарусы» называют К. Г. Паустовского, поселившегося здесь в 1955 году. До революции здесь бывали А. Н. Толстой и К. Д. Бальмонт. С десятилетнего возраста на даче в Тарусе проводила лето М. И. Цветаева. Ее отец, Иван Владимирович Цветаев, известный филолог и искусствовед, основавший Музей изящных искусств в Москве (ныне Музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина), выбрал Тарусу для летнего отдыха. Н. А. Заболоцкий творил в Тарусе два лета. Здесь появилось одно из его лучших стихотворений — «Вечер на Оке».

В очарованье русского пейзажа
Есть подлинная радость, но она
Открыта не для каждого и даже
Не каждому художнику видна.

С утра обремененная работой,
Трудом лесов, заботами полей,
Природа смотрит как бы с неохотой
На нас, неочарованных людей.

И лишь когда за темной чащей леса
Вечерний луч таинственно блеснет,
Обыденности плотная завеса
С ее красот мгновенно упадет.

Вздохнут леса, опущенные в воду,
И, как бы сквозь прозрачное стекло,
Вся грудь реки приникнет к небосводу
И загорится влажно и светло.

В этом удивительном местечке в деревянном домике, утопающем летом в зелени, и жили Гришины бабушка Любовь Григорьевна и дедушка Иван Митрофанович. Они давно уже были пенсионерами и их основным занятием стали садоводство и огородничество. Почти все свое свободное время они уделяли этому. Их особой гордостью являлась клубника.

В прошлом году урожай клубники выдался на славу. Только за один день Иван Митрофанович собрал два ведра прелестных ягод.

«Как же обрадуются внуки! Жаль только, что этим лакомством можно баловаться лишь летом. Стоп! А почему, собственно, только летом? Ведь не в каменном веке живем. Соседка недавно рассказывала, как в прошлом году она сохранила в морозильной камере большое количество ягод. Какой восторг они вызвали в новогоднюю ночь! А что? Морозильная камера — хорошая идея»,— размышлял Иван Митрофанович.

Вечером, просматривая, как всегда, газету, он наткнулся на объявление о том, что фирма «Фея» реализует морозильники «Минск» с доставкой на дом. После небольшой беседы с сотрудницей фирмы он решился на покупку и договорился о времени доставки.

На следующий день молодые крепкие парни в точно назначенный час занесли морозильник в дом, сняли упаковку и подключили агрегат. Правда, с установкой морозильника пришлось немного повозиться: на кухне для него не хватило места, удалось втиснуть камеру лишь в спальню.

— Вот это сервис! — обрадовался Иван Митрофанович.

Он отсчитал необходимую сумму, спросив, однако, на всякий случай, куда можно обратиться в случае поломки камеры. Парни назвали номер уже знакомого по рекламе телефона, заверив, что волноваться не стоит — фирма солидная. Иван Митрофанович и не волновался... целых 6 дней — ровно столько, сколько работал морозильник.

Через 6 дней среди ночи его разбудил грохот — морозильник то рычал, как страшный зверь, то гудел, как реактивный самолет. По совершенно непонятной причине он перестал отключаться и тарахтел, не переставая и не морозя. Иван Митрофанович лишился сна.

«А может, зря я затеял всю эту историю с ягодами и морозильником? Ведь жили же без него»,— мучился он в сомнениях до самого утра.

Утром Иван Митрофанович попытался сообщить о случившемся в фирму «Фея». Приветливый голос предложил обратиться в мастерскую по ремонту сложной бытовой техники. Приехавший мастер сначала посмеялся по поводу местонахождения морозильника — стоит в спальне, вот и мешает спать. Однако в итоге пришел к выводу, что морозильник не подлежит гарантийному ремонту, так как на агрегате отсутствует пломба, и имеются механические повреждения, напоминающие следы ремонта.

Иван Митрофанович набрал номер ставшего уже родным телефона фирмы «Фея». Но на сей раз сотрудница фирмы, выяснив причину звонка, преобразилась: из милой, обаятельной феи превратилась в злую, раздраженную ведьму. Она наотрез отказалась разговаривать о каких-либо претензиях, объяснив, что она лично ни за что не отвечает, а лишь принимает по своему домашнему телефону заказы на морозильные камеры и передает их фирме «Фея».

Кладя телефонную трубку, Иван Митрофанович начал осознавать, что попал в очень скверную историю и помочь ему вряд ли кто сможет. «Уж сколько раз твердили миру...» — вертелась у него в голове строчка из знаменитой басни И. Крылова. Да, действительно, уж сколько раз читал он в газетах, слышал по радио, смотрел по телевидению о том, как нужно совершать покупки, анализировал разные истории, случавшиеся со знакомыми и не знакомыми ему людьми. Думал, что прошлогодний опыт с пленкой для парника — наука ему на всю оставшуюся жизнь. Ан нет, история повторилась!

А дело было так. Как-то Иван Митрофанович зашел на рынок посмотреть кое-какие удобрения. Его внимание привлекло радиообъявление: «Внимание, садоводы и огородники! Магазин «Огородник» предлагает пленку полипропиленовую армированную для парников шириной 2 метра». Иван Митрофанович незамедлительно отправился в магазин. Пленка ему понравилась, она выглядела прочной и стоила сравнительно недорого.

С помощью сына и внука Иван Митрофанович натянул пленку на парник, радуясь удачной покупке. Но радость была недолгой. В один из жарких майских дней пленка разрушилась, осталась только армированная решетка.

Возмущенный Иван Митрофанович, прихватив кусок того, что осталось от пленки, отправился в магазин, чтобы разобраться во всем и вернуть свои кровные денежки. В магазине его встретили равнодушно. Объяснили, что ни гарантийного срока, ни срока службы на данный товар изготовителем не предусмотрено, поэтому и ответственности никто не несет.

Во время разговора подошли две женщины. В руках одной из них были точно такие же обрывки пленки, а другая непрерывно покашливала. Как оказалось, первый приступ кашля появился у нее после того, как она провела в парнике несколько часов, рыхля землю и удобряя высаженные помидоры. Это была аллергическая реакция, но на что? После того как пленка загадочно растворилась в воздухе, появились и подозрения: не повинна ли она в появлении аллергии? Но ни продавец, ни приглашенный директор не хотели вникать в эту прямо-таки детективную историю.

Не найдя понимания и не удовлетворенные разговором, друзья по несчастью вышли из магазина. Все трое были возмущены. Столько людей пострадало (вспомнили, как много покупателей было по весне в магазине), а ответственности никто не несет!? Не может такого быть! Желая «докопаться» до истины, женщина с аллергическим кашлем предложила обратиться за помощью в антимонопольное управление — территориальный орган Министерства по антимонопольной политике. Оно контролирует выполнение законодательства о защите прав потребителей. Когда затрагиваются интересы неопределенного круга потребителей, лучше всего обращаться именно туда.

Это было верное решение.

Впоследствии в ходе рассмотрения дела выяснилось, что гарантийный срок на пленку производителем был установлен. Только продавец об этом не знал. Так же не знал он и о назначении продаваемой пленки, поскольку не потребовал от своего поставщика — оптовой фирмы — полной и достоверной информации о товаре. Армированная пленка предназначалась для тепличных хозяйств в качестве защитного слоя для пропаривания грунта. Изготовитель гарантировал соответствие пленки требованиям Технических условий в течение 150 часов непрерывной эксплуатации. Он инструктировал, что пленка должна храниться в крытых складских помещениях, исключа-

ющих попадание прямых солнечных лучей, на расстоянии не менее 1 м от нагревательных приборов. Производитель предупреждал также о возможности выделения в воздух при высоких температурах вредных для здоровья летучих веществ, способных вызвать отравления и раздражение дыхательных путей.

Это незнание обернулось для магазина большими убытками — по предписанию антимонопольного управления он обязан был дать объявление в местной газете с информацией о применении проданной им пленки и вернуть деньги всем, кто обратится с претензией.



Вопросы для размышлений о прочитанном

Какие ошибки совершил Иван Митрофанович при покупке морозильной камеры?

Какие последствия для потребителей и продавца имело отсутствие надлежащей информации о пленке для парников?

Какую информацию о товарах и их производителях, продавцах, исполнителях услуг должен знать потребитель?

Принесите на урок образцы упаковки различных товаров, проанализируйте представленную на них информацию.

По дороге домой зайдите в магазин (парикмахерскую, химчистку, ателье и т. д.). Обратите внимание на информацию для потребителей.

Знаете ли вы своих выдающихся земляков?



История 7
О праве потребителя на возмещение причиненного вреда

Последнее время Ивану Митрофановичу что-то не везло. Не успела закончиться история с пленкой, откуда ни возьмись — новая неприятность.

Иван Митрофанович очень любил париться в бане и ходил туда почти каждую неделю. Однажды он вернулся из бани очень расстроенным: выходя из моечного отделения, поскользнулся на мокром цементном полу и упал. При этом разбил очки и сильно ушиб оба локтя. А упал из-за того, что работник бани вовремя не положил на пол деревянную решетку.

Самым обидным было то, что перед ним, заслуженным человеком, ветераном войны, даже никто не извинился. Иван Митрофанович попросил «Книгу жалоб» и записал в нее все, что с ним случилось, предложив навести в бане порядок.

В этот же день он вынужден был обратиться за помощью к врачу, так как боль в ушибленных локтях заметно усилилась. Ему было назначено лечение, для которого потребовалось довольно дорогое лекарство.

После того как Иван Митрофанович немного подлечился, он пошел в баню с просьбой возместить ему затраченные на лечение расходы. Однако в возмещении убытков ему отказали на том основании, что нет никаких доказательств случившегося.

Завязалась длительная переписка, в ходе которой руковод-

ство бани всячески пыталось очернить Ивана Митрофановича. Тогда он подал в суд исковое заявление о возмещении материального ущерба и морального вреда.

История закончилась вроде бы хорошо: обидчик был наказан, Ивану Митрофановичу выплатили в счет возмещения морального вреда крупную сумму и материальный ущерб в размере стоимости лекарств. Но затянувшийся нервный стресс не прошел для него бесследно: самочувствие ухудшилось. Дети и внуки навещали дедушку по выходным, чтобы поднять настроение.

Гриша охотно ездил в Тарусу. Красивая природа, любимые бабушка с дедушкой, встречи с друзьями притягивали его. В один из субботних вечеров ребята решили сходить на дискотеку.

Собралась компания из пяти человек, нарядных, веселых, симпатичных ребят. Вечер начался прекрасно. Гриша танцевал с Олей, своей ровесницей. Неожиданно отскочил каблук у ее новенькой туфли. Девушка едва не упала. Она очень расстроилась из-за испорченных туфель. Гриша вызвался проводить ее домой. Но тут всех неожиданно попросили быстро покинуть помещение. Объяснили: позвонил неизвестный и сказал, что в здании дискоклуба «Алиса» заложено взрывное устройство.

Прибывшие работники милиции в течение 40 минут осматривали здание, но ничего не обнаружили и уехали. Участники дискотеки все это время вынуждены были мерзнуть в ожидании на улице: второпях все выскочили без верхней одежды. А как назло, поднялся ветер, и стал накрапывать дождь.

После отъезда милиционеров всех пригласили вернуться в танцевальный зал, однако настроение было безнадежно испорчено.

На следующий день ребята под руководством Гриши, немножко знакомым с Законом РФ «О защите прав потребителей» по опыту своих близких, написали и передали директору дискоклуба претензию с требованием возвратить им стоимость билетов и возместить моральный вред за причиненные волнения и неудавшийся отдых. А Оля с мамой, прихватив с собой туфли и товарный чек (туфли были куплены как раз в Тарусе совсем недавно), отправились в магазин с твердым намерением получить назад свои деньги. Однако в магазине их ждало разочарование. Заведующая туфли не приняла, обвинив в возникновении дефекта Олю.

— Это что же надо было сделать с туфлями, чтобы отлетел каблук? — возмутилась она.

Вопросы для размышлений о прочитанном



Что означает понятие «моральный вред»? Как определяется его размер?

Как определяется материальный ущерб потребителю?

Кто виноват в том, что отвалился каблук у туфли: лихо отплясывающая на дискотеке Оля или производитель обуви, изготовивший некачественные туфли? Как найти виновного?

Что предпринять Оле?

Правомерны ли требования ребят о возврате стоимости билетов и возмещении морального вреда за неудавшуюся дискотеку?

Какими могут быть последствия телефонного звонка о ложном теракте с юридической, экономической и нравственной точек зрения?

Часть III
Государственная и общественная система защиты прав потребителя



История 8
Об антимонопольных органах

Выходные дни пролетели незаметно. Надо возвращаться домой. Впереди новая трудовая неделя. Да какая! У ребят — завершающая учебный год неделя с ее годовыми контрольными и зачетами, у взрослых — последняя, очень напряженная рабочая неделя перед отпуском с ее хлопотами и сборами в дорогу.

В троллейбусе Катин взгляд упал на листок бумаги, прикрепленный к кабине водителя. Она подошла поближе и стала читать:

УВАЖАЕМЫЕ ПАССАЖИРЫ!

Из-за имеющихся конструктивных недостатков на корпусе троллейбуса может появиться токоутечка, особенно в сырую погоду...

Во избежание электрической травмы при посадке и высадке из троллейбуса (прежде всего в сырую погоду) рекомендуем Вам держаться за изолированные поручни подножек и дверей, стараясь не иметь одновременного контакта с землей и корпусом троллейбуса или с неизолированными частями дверей.

При получении электротравмы или ощущения токоутечки на корпусе просим сообщить об этом водителю троллейбуса для предотвращения повторных случаев травмирования пассажиров и оказания первой помощи пострадавшему.

Администрация ТТУ

Увидев Катину заинтересованность, Гриша спросил:

— Хочешь расскажу, почему появилось это объявление? Я читал об этом в журнале «Спрос».

Гриша начал свой рассказ.

В 1993 году одна пенсионерка, поднявшись на ступеньку троллейбуса, испытала сильную боль от воздействия тока. Она обратилась в суд с иском к трамвайно-троллейбусному управлению о возмещении ей морального вреда, который оценила в 150 тыс. руб.

Трамвайно-троллейбусное управление в суде доказывало, что его вины в токоутечке не было — троллейбус вышел на линию исправным. Причина электротравмы — в конструктивных недостатках троллейбуса, изготавливаемого заводом им. Урицкого в г. Энгельсе Саратовской области. В сырую погоду вода и токопроводящая взвесь с колес попадают на электрооборудование, расположенное на днище троллейбуса. Образуются токопроводящие мостики, через которые металлический корпус троллейбуса получает электрический потенциал.

— Каково же было решение суда? — спросила Катя.

— С ответчика — трамвайно-троллейбусного управления — было взыскано 10 тыс. руб. в счет компенсации пенсионерке морального вреда, а в троллейбусах появилась листовка. Интересы пенсионерки в суде отстаивали представители антимонопольного управления и Тульского общества потребителей. Впервые в России общественная организация совместно с территориальным антимонопольным органом поставила вопрос о безопасности поездок в троллейбусе и выступила в защиту интересов неопределенного круга потребителей.

— А что это за организации? — поинтересовалась Катя.

Из рассказов папы и по опыту своего деда Гриша кое-что знал об антимонопольном управлении.

— Антимонопольное — значит против монополии. Монополия — исключительное право в какой-либо сфере деятельности государства, фирмы, отдельного лица; обладание какими-то преимуществами.

— А почему надо бороться против монополии и какое это имеет отношение к потребителю? — не унималась любознательная сестренка.

— Монополия подрывает конкуренцию, а это имеет негативные последствия как для всей экономики страны, так и для отдельного потребителя. Как показал исторический опыт, в условиях конкуренции создается бóльшее национальное богатство. Конкуренция дает стимулы для постоянного совершенствования из-за боязни банкротства, из-за того, что кто-то «наступает на пятки». Каждый старается опередить соперника, сделать свое дело лучше. Поэтому на рынке предлагается мно-

жество товаров и услуг разного качества, по разным ценам, с разным уровнем сервиса. Для потребителя это создает возможность выбора.

Стоявшие рядом родители с нескрываемым удовольствием следили за диалогом детей: им приятно было наблюдать, какие серьезные вопросы задает дочь и как грамотно на них отвечает сын.

— Если несколько предприятий договорятся о разделе рынков сбыта или о ценах, то это тоже будет монополией,— добавил папа.— Такие соглашения ущемляют интересы остальных предприятий отрасли, создавая им препятствия для выхода на рынок, а значит, подрывают конкуренцию. Поэтому государство с помощью антимонопольных законов не позволяет ограничивать конкуренцию. Первый в мире антимонопольный закон был принят в США в 1890 году.

— Для успешного перехода от командной экономики к рыночной в России необходимо развивать конкуренцию и предпринимательство,— продолжал папа.— В 1991 году в России был принят Закон «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». Созданы Государственный комитет по антимонопольной политике (ныне — министерство, сокращенно МАП России) и его территориальные управления во всех регионах страны. Они осуществляют государственный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства, предупреждают и пресекают монополистическую деятельность, содействуют развитию конкуренции. Особое внимание МАП уделяет соблюдению честной конкуренции. Он запрещает недобросовестные приемы во взаимоотношениях как с предприятиями-конкурентами, так и с потребителями. МАП и его территориальные управления осуществляют также государственный контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей и рекламе. Это главный контролирующий орган в стране по этим вопросам.

— Вчера по местному радио я слушала передачу, в которой говорилось об одном предписании нашего антимонопольного управления. Это касалось спирта,— вступила в разговор мама.— Не так давно на прилавках некоторых магазинов появился спирт в литровых банках. Надпись на банках гласила: «Спирт питьевой» и указывалось: ГОСТ 5962-67.

Вот эти две позиции и входили в противоречие между собой. Дело в том, что спирт питьевой имеет ГОСТ 5963-67, а по ГОСТу 5962-67 выпускается спирт пищевой, используемый в промышленности, в том числе для производства алкогольных напитков при соблюдении соответствующей технологии и очистке от примесей.

Так вот, в банки был разлит спирт пищевой, не предназначенный для розничной торговли.

Антимонопольным управлением по факту нарушения было возбуждено и рассмотрено дело, выдано обязательное для исполнения предписание о приостановлении продажи спирта без достоверной и достаточной информации. Материалы дела были направлены для дальнейшего расследования в комитет по лицензированию при городской администрации, который выдает магазинам разрешение на продажу алкогольной продукции. В итоге лицензии были отозваны. Один магазин не выполнил предписание о приостановлении продажи, пока шло расследование, и был оштрафован антимонопольным управлением.



Вопросы для размышлений о прочитанном

Для чего в России образованы Федеральный антимонопольный орган и его территориальные управления? Какие задачи стоят перед ними?

Как вы думаете, какие формы конкуренции можно назвать «недобросовестными», «нечестными»? Приведите примеры.

Какие функции выполняют антимонопольные органы по защите прав потребителей?



История 9
О том, зачем нужен Госстандарт России

Троллейбус подошел к остановке. Дружное семейство поспешило выйти.

— Но как могли специалисты выявить нарушение по этим загадочным цифрам и буквам ГОСТ? — не унимался Гриша. Ему не хотелось прекращать разговор на заинтересовавшую тему.

— А что такое ГОСТ вообще? — вторила Катя. Она взяла папу за руку, чтобы было удобнее разговаривать, шагая рядом.

— ГОСТ — это государственный стандарт,— начал свой рассказ папа,— документ, в котором перечисляются обязательные характеристики изделий. На каждый вид продукции — от иголки до космического корабля — устанавливаются государственные стандарты. Таких стандартов у нас в стране более 30 тысяч. Каждый из них имеет свой номер, две последние цифры которого соответствуют году утверждения. В стандарте на любое изделие определены требования к его надежности, внешнему виду, условиям эксплуатации или потребления, правила безопасности при использовании.

Со стандартизацией мы, сами того не замечая, сталкиваемся постоянно. Письменность, календарь, система счета, денежные единицы, единицы меры и веса, чертежи — все это ее проявления. Представьте себе, что нитка не лезет в иголку, иголка — в пуговицу, ключ — в замок, компакт-диск не помещается в проигрывателе, а кассета — в магнитофоне. Ну, а если запасная свеча зажигания не подойдет к гнезду в двигателе, и автомобиль

вынужден будет стоять в пути? Нетрудно представить, как все это осложнит нашу жизнь.

— А помнишь, Гриша,— вступила в разговор мама,— как мы в прошлом году купили тебе кроссовки без примерки, удостоверившись лишь в том, что на них обозначен твой размер? Они оказались тебе малы, значит были нестандартными.

— Вот чтобы не случалось подобных казусов,— продолжил папа,— как раз и существует государственный стандарт. Или вот другой пример. Для изготовления автомобиля, компьютера или обыкновенного утюга используется множество деталей. Их выпускают различные предприятия, которые часто разбросаны по стране и даже могут находиться за рубежом. Если каждое из них не будет соблюдать стандарты на изготавливаемые детали, узлы, то готовый продукт из них собрать не удастся. Не удастся и отремонтировать его, если сломается. Все детали должны быть взаимозаменяемыми, подходить друг к другу. Поэтому государство в лице Госстандарта обязывает каждое предприятие выпускать продукцию тех размеров, качества и свойств, которые определены ГОСТом.

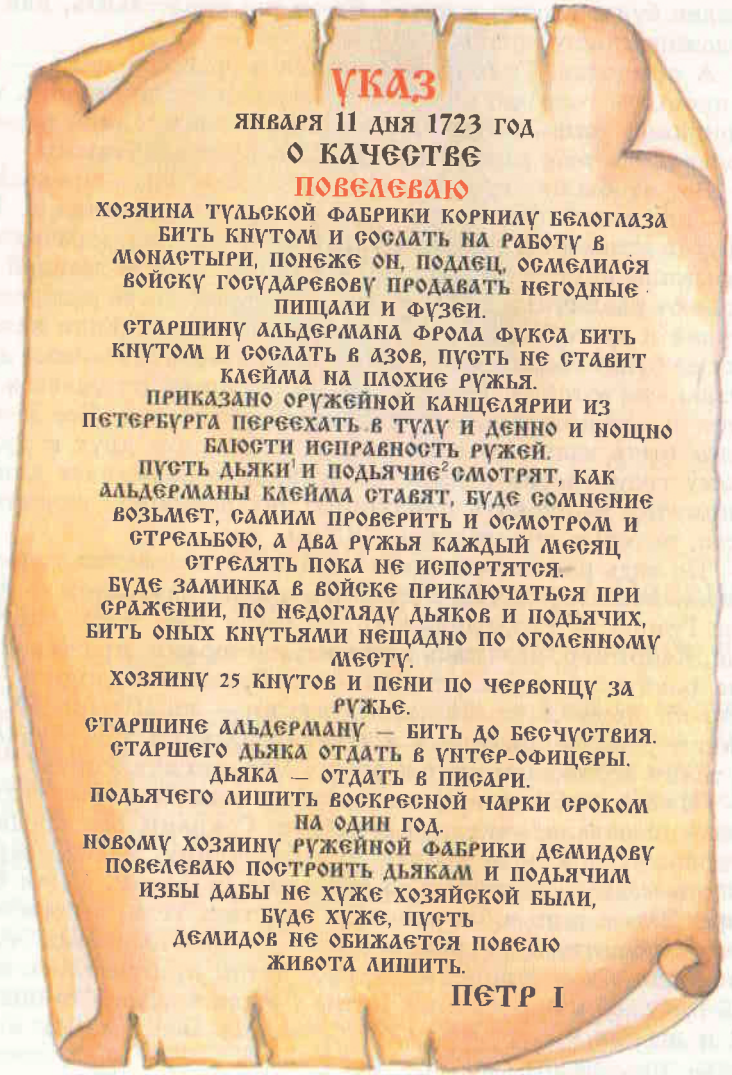
— Но ведь раньше стандартов не было, а изделия тульских мастеров испокон веков славились своим качеством,— задумался Гриша.— Разделение труда было уже тогда. Детали ружья, например, делались разными мастерами, проживающими на разных улицах: стволы — на Ствольной, курки — на Курковой, ложе — на Ложевой, штыки — на Штыковой. Эти названия улиц сохранились и сегодня. Однако при сборке детали точно подходили друг к другу. Чем это объяснить?

— Многие объясняют это особым отношением туляков (раньше называли «тулян») к работе. Сохранилось предание, что прежде, чем приступить к выполнению нового заказа, тульские мастера обязательно мирились со всеми, с кем были в ссоре. Затем шли в баню, чтобы очистить тело, в церковь — чтобы освободиться от грехов, в лес — чтобы набраться мудрости и терпения от природы. Только потом принимались за дело. К тому же уже во время Петра I были введены точные лекала и шаблоны, которыми пользовались мастера. Их можно считать прообразом стандартов.

— При Петре I,— добавила мама,— уже был введен контроль за качеством. За некачественную продукцию строго наказывали. Помните, я приносила с работы ксерокопию его Указа об этом?

У Гриши в памяти всплыл тот листок.

— А ты, Катя, помнишь, как в первом классе мы купили тебе на рынке меховую шапку из кролика? Это была кустарная вещь. Никакой этикетки с указанием ГОСТа, по которому она изготовлена, на ней не было. Долго ли ты ее носила?



УКАЗ

ЯНВАРЯ 11 ДНЯ 1723 ГОД

О КАЧЕСТВЕ

ПОВЕЛЕВАЮ

ХОЗЯИНА ТУЛЬСКОЙ ФАБРИКИ КОРНИЛУ БЕЛОГЛАЗА БИТЬ КНУТОМ И СОСЛАТЬ НА РАБОТУ В МОНАСТЫРИ, ПОНЕЖЕ ОН, ПОДЛЕЦ, ОСМЕЛИЛСЯ ВОЙСКУ ГОСУДАРЕВОВУ ПРОДАВАТЬ НЕГОДНЫЕ ПИЩАЛИ И ФУЗЕИ.

СТАРШИНУ АЛЬДЕРМАНА ФРОЛА ФУКСА БИТЬ КНУТОМ И СОСЛАТЬ В АЗОВ, ПУСТЬ НЕ СТАВИТ КЛЕЙМА НА ПЛОХИЕ РУЖЬЯ.

ПРИКАЗАНО ОРУЖЕЙНОЙ КАНЦЕЛЯРИИ ИЗ ПЕТЕРБУРГА ПЕРЕЕХАТЬ В ТУЛУ И ДЕННО И НОЩНО БЛЮСТИ ИСПРАВНОСТЬ РУЖЕЙ.

ПУСТЬ ДЬЯКИ[1] И ПОДЬЯЧИЕ[2] СМОТРЯТ, КАК АЛЬДЕРМАНЫ КЛЕЙМА СТАВЯТ, БУДЕ СОМНЕНИЕ ВОЗЬМЕТ, САМИМ ПРОВЕРИТЬ И ОСМОТРОМ И СТРЕЛЬБОЮ, А ДВА РУЖЬЯ КАЖДЫЙ МЕСЯЦ СТРЕЛЯТЬ ПОКА НЕ ИСПОРТЯТСЯ.

БУДЕ ЗАМИНКА В ВОЙСКЕ ПРИКЛЮЧАТЬСЯ ПРИ СРАЖЕНИИ, ПО НЕДОГЛЯДУ ДЬЯКОВ И ПОДЬЯЧИХ, БИТЬ ОНЫХ КНУТЬЯМИ НЕЩАДНО ПО ОГОЛЕННОМУ МЕСТУ.

ХОЗЯИНУ 25 КНУТОВ И ПЕНИ ПО ЧЕРВОНЦУ ЗА РУЖЬЕ.

СТАРШИНЕ АЛЬДЕРМАНУ — БИТЬ ДО БЕСЧУСТВИЯ.

СТАРШЕГО ДЬЯКА ОТДАТЬ В УНТЕР-ОФИЦЕРЫ.

ДЬЯКА — ОТДАТЬ В ПИСАРИ.

ПОДЬЯЧЕГО ЛИШИТЬ ВОСКРЕСНОЙ ЧАРКИ СРОКОМ НА ОДИН ГОД.

НОВОМУ ХОЗЯИНУ РУЖЕЙНОЙ ФАБРИКИ ДЕМИДОВУ ПОВЕЛЕВАЮ ПОСТРОИТЬ ДЬЯКАМ И ПОДЬЯЧИМ ИЗБЫ ДАБЫ НЕ ХУЖЕ ХОЗЯЙСКОЙ БЫЛИ, БУДЕ ХУЖЕ, ПУСТЬ ДЕМИДОВ НЕ ОБИЖАЕТСЯ ПОВЕЛЮ ЖИВОТА ЛИШИТЬ.

ПЕТР I

— Еле-еле один сезон, к весне шапка облысела,— пошутила девочка.

— Кроличий мех — нестойкий,— вставил брат.

— Дело не в этом. У меха была плохая выделка. Видимо, какой-то частник-скорняк выделывал мех не по правилам, поэтому шапка оказалась некачественной. Наш дедушка носит фабричную кроличью шапку уже много лет, так как она изготовлена в соответствии с ГОСТом.

[1] Дьяк — должностное лицо в государственных учреждениях на Руси в XIV — нач. XVIII вв.

[2] Подьячий — помощник дьяка на Руси в XVI — нач. XVIII вв.

— Значит, если вещь стандартная, то обязательно качественная? — спросил Гриша.

— Да, если предприятия выполняют требования действующих стандартов. Но, к сожалению, так бывает не всегда,— ответил папа.— Поэтому есть необходимость систематического надзора за соблюдением стандартов.

— А где и кем может осуществляться этот контроль? — поинтересовался сын.

— В России насчитывается около 20 федеральных органов исполнительной власти, имеющих право осуществлять государственный контроль и надзор за качеством и безопасностью товаров и услуг. Главным является Госстандарт России. Соблюдение обязательных требований ГОСТов проверяется на всем пути продвижения продукции: от разработки ее в проектных и конструкторских организациях до реализации конечному потребителю в магазинах. Государственные инспекторы центров стандартизации, метрологии и сертификации контролируют соблюдение ГОСТов на стадиях изготовления, хранения, транспортировки, утилизации продукции, а также при выполнении работ и оказании услуг (например, при ремонте радио- и телеаппаратуры, автомобилей, химчистке, крашении). За отступление от требований ГОСТов они выдают предписания о прекращении выпуска или реализации продукции, могут оштрафовать.

— Папа, а как разрабатываются стандарты? — спросила Катя.

— Возьмем в качестве примера обыкновенный карандаш. Его грифель легко ломается. Это относительно долговечная (с учетом длины), но весьма ненадежная канцелярская принадлежность. Если сделать короткий карандаш с хорошим прочным грифелем, то получится надежный, но уже недолговечный инструмент. Карандаш должен быть оптимальной длины с прочным грифелем, то есть надежность должна сочетаться с долговечностью. Конечно, при этом учитываются и другие качества, например, удобство пользования. Можно себе представить карандаш длиной в метр. Он будет долговечным, но настолько неудобным, что вряд ли кто-нибудь захочет им пользоваться. Поэтому при разработке ГОСТа учитываются научно обоснованные требования.

За разговорами о стандартизации незаметно подошли к дому. Рядом с домом — овощной магазин. Мама вспомнила, что хотела купить овощей к ужину. Она стала выбирать морковь.

На витрине были выставлены два ее вида по разным ценам. Мама купила ту, что была дешевле, пояснив ребятам:

— Нестандартная.

— Со стандартизацией тесно связана сертификация продукции,— продолжил между тем папа.

— А что такое «сертификация»? — последовал очередной вопрос девочки.

— Сертификация — это подтверждение безопасности продукции для человека и окружающей среды и соответствия ее требованиям государственных стандартов или иных документов, по которым она изготавливается. Проверка продукции на соответствие требованиям безопасности и стандартам осуществляется путем испытаний ее образцов в специальных испытательных (сертификационных) лабораториях и центрах. Если проверяемые образцы выполнены по стандартам, то на партию этого товара выдается сертификат соответствия. Сама продукция, ее упаковка и тара, а также сопроводительная техническая документация, поступающая потребителю при реализации, помечаются (маркируются) специальным знаком соответствия. Он является как бы гарантией качества.

Катино внимание привлекли овощные консервы. В стеклянной банке был салат из моркови, зелени, болгарского перца и еще чего-то. Выглядел он так завораживающе аппетитно, что потекли слюнки.

— Давай попросим у продавца сертификат соответствия на него,— сказал папа.

Продавец, девушка лет двадцати, оказалась на удивление словоохотливой. Она попросила подождать несколько минут. А возвратившись с документом в руках, сразу же стала давать пояснения:

— Это копия сертификата, заверенная органом сертификации, выдавшим его. Обратите внимание: она заверена подлинной печатью и подписью ответственного лица. Многие торговцы сегодня показывают просто ксерокопии сертификатов, подделки. Они недействительны. Сертификация может быть подтверждена либо подлинником сертификата (он отпечатан на специальной бумаге желтого цвета), либо копиями, заверенными одной из четырех организаций: центром стандартизации, метрологии, сертификации, нотариальной конторой, держателем сертификата-подлинника или, как эта, органом сертификации. Заверяющая организация должна на каждую копию ставить штамп со своими реквизитами, указывать дату выдачи и срок действия сертификата, количество продукции (размер партии), на которое распространяется копия.

— Я правильно поняла, что каждый торговец всегда должен иметь такой сертификат соответствия на любой продаваемый товар? — захотела уточнить Катя.

— Вовсе нет. Иногда на факт сертификации указывает знак соответствия на упаковке товара. Смотрите, вот он. Иногда сведения о наличии сертификата приводятся в товарно-транспортных документах: учетный и регистрационный номер сертификата по каждому наименованию продукции, срок действия, название органа, выдавшего сертификат, адрес, телефон и фамилия держателя сертификата-подлинника. Обязательной сертификации подлежат товары, которые могут быть небезопасны для жизни и здоровья потребителей, могут причинить вред их имуществу и окружающей среде. Перечни таких товаров, а также, кстати, работ и услуг утверждаются Правительством России,— завершила рассказ девушка.

Попадаются же иногда такие приятные продавщицы: и вежливая, и знающая, и доброжелательная! Как ни купить у такой! И банка с овощным салатом отправилась в сумку.

— Я люблю заходить в этот магазин,— подытожила мама.— Здесь и ассортимент всегда большой — все, что нужно, купишь, и персонал квалифицированный — никаких проблем с качеством товаров, обвесом или обсчетом.

— Кстати, насчет обвеса, вернее, взвешивания товаров,— сказал папа.— А знаете ли вы, что Госстандарт, о котором мы сегодня столько говорим, причастен и к этому вопросу? Полное название его — Государственный комитет РФ по стандартизации, метрологии и сертификации. Метрология — одно из направлений его деятельности.

— Папа, а что такое метрология? Я второй раз за последние десять минут слышу это слово — сначала от продавщицы, теперь от тебя,— сказала Катя.

— Сергей Иванович Ожегов в своем «Словаре русского языка» дает определение метрологии как науки о мерах и весах. Можно также сказать, что это наука об измерениях, методах достижения их единства и требуемой точности.

Современный период развития промышленного производства можно назвать эпохой измерений. Только в результате измерений человек получает действительную информацию об окружающем нас мире и явлениях, происходящих в нем, свойствах веществ, материалов, качестве продукции, о затратах и потерях сырья при технологических процессах. Метрология призвана обеспечить высокую точность измерительной информации, единство измерений в стране, установить показатели надежности и межповерочные интервалы для средств измерений.

— Твой рассказ о метрологии слишком научный,— засмеялась мама.— Какое отношение это имеет к магазину? Расскажи проще, чтобы ребята поняли.

— Что тут непонятного? Как же торговля может существовать без средств измерений — весов, гирь? Территориальные органы Госстандарта регулярно их поверяют, то есть сверяют с эталоном, и отмечают этот факт клеймом. Каждый предприниматель, использующий весы и гири, обязан представить их для поверки.

Между прочим, уже в 1893 году была создана Главная палата мер и весов в Санкт-Петербурге. Отгадайте, кто был ее организатором и первым директором?

— Не знаем. Говори быстрее,— за всех ответил Гриша.

— Это был Дмитрий Иванович Менделеев. Да-да, наш великий химик. После того как он оставил должность профессора Петербургского университета в знак протеста против притеснений студенчества, он занялся метрологией. Ныне Главная палата мер и весов называется ВНИИ метрологии имени Д. И. Менделеева Госстандарта РФ. Здесь проводятся исследования по разработке методов и средств измерений, создаются и хранятся государственные эталоны. Говорят, что Тульская поверочная палатка мер и весов была открыта в 1901 году по инициативе Менделеева.

В те годы в нашем городе было широко развито кустарное производство измерительных приборов: железных аршинов, медных складных фунтовых разновесов, железных мер для сыпучих продуктов. Ряд чугунолитейных производств отливали чугунные меры. Однако точность их никто не сверял. Поверочная же палатка призвана была проводить обязательную поверку, как тогда говорили, всех таких мер в торговле, промышленности и других отраслях хозяйства. В дальнейшем поверочная палатка пережила много реорганизаций. Ныне она называется Центром стандартизации, метрологии и сертификации.



Вопросы для размышлений о прочитанном

Какие права потребителя защищает Госстандарт?

Какие требования заложили бы вы в стандарт моркови, кексов, часов?

Чем объяснить необходимость государственного контроля за соблюдением обязательных требований ГОСТов?

Что должен знать потребитель, покупающий нестандартные продукты, например, фрукты, овощи?

Знаете ли вы о деятельности вашего территориального Центра стандартизации, метрологии и сертификации?

Как вы поступите, если сомневаетесь в правильности веса отпущенного вам товара?

Видели ли вы когда-нибудь сертификат соответствия? Попросите его в какой-либо торговой точке или у продавца на рынке и внимательно изучите, используя знания, полученные из этой истории.



История 10
О защите прав потребителей Госсанэпиднадзором России

Перед сном Гриша решил прогуляться. Ребята во дворе обрадовались его появлению — что-то интересненькое он сегодня расскажет? Гриша слыл среди друзей эрудитом и хорошим рассказчиком.

На сей раз он предложил игру: кто больше назовет известных людей, жизнь и творчество которых были связаны с Тульским краем. Он заведомо знал, что выиграет, и очень хотел, чтобы Наташа из соседнего двора это увидела. Такая его уверенность проистекала из многолетнего опыта. Когда он был еще маленьким, то очень любил играть с папой в слова. Игроки по очереди вспоминали названия стран, городов, рыб, птиц, млекопитающих, причем слово должно было начинаться с последней буквы предыдущего названия. Не вспомнил вовремя слово — выходи из игры. Победитель — тот, кто останется, то есть тот, кто знает больше всех.

Потом Гриша усовершенствовал эту игру: кроме названия, игроки должны были дать еще и краткую характеристику объекта. Если город, то где находится, если поэт, то надо прочесть хоть несколько строчек из какого-либо его произведения. Часто просто читали стихи по кругу. И почти всегда Гриша выходил победителем. Недавно он узнал от папы, что древнегреческие философы любили говорить по кругу. Платон в «Пире» приводит предложение Эриксимаха, поддержанное Сократом:

«Пусть каждый из нас, справа по кругу, скажет как можно лучше похвальное слово Эроту...»

Итак, игра началась. Ребята по очереди стали говорить:

— Лев Николаевич Толстой, великий русский писатель, автор «Войны и мира», «Анны Карениной». Родился и жил в Ясной Поляне.

— Василий Андреевич Жуковский, русский поэт, воспитатель наследника престола, будущего императора Александра II. Пушкин считал себя его учеником. Родился в селе Мишенское Белевского уезда Тульской губернии, учился в Туле.

— Антон Дельвиг, русский поэт, друг Пушкина по Царскосельскому лицею. Усадьба родителей — в Чернском уезде, на речке Снежедь.

— Александр Сергеевич...

— Неужели Пушкин? — прервал кто-то Наташу.

— Даргомыжский, русский композитор,— продолжала она,— один из основателей русской классической музыкальной школы. Все знают его романс «Я вас любил». Главное произведение — опера «Русалка». Начал работу над оперой «Каменный гость» на текст маленьких трагедий Пушкина, своего тезки, но не закончил. После его смерти ее завершили Римский-Корсаков и Кюи. Родился и жил в селе Даргомыж Белевского уезда.

Наташа хотела продолжить рассказ — она ведь училась в музыкальном училище им. Даргомыжского и многое знала о композиторе, но Антон, дожидавшийся своей очереди, нетерпеливо поспешил вклиниться:

— Белобородов Николай Иванович, тульский музыкант-самородок, изобретатель хроматической гармони.

Наташа, услышав о Белобородове такое короткое упоминание, не могла не дополнить Антона:

— А знаете ли вы, что, не получив поддержки царского правительства, он отказался от предложения иностранцев продать изобретение за границу. Он заложил свой дом за 5 тысяч рублей, сделал инструменты и создал оркестр гармонистов, который исполнял, кроме его собственных пьес, произведения мировой классики. На первом концерте его был Толстой.

— Никита, теперь твоя очередь,— напомнил Гриша,— какое имя назовешь ты?

— Василий Дмитриевич Поленов, русский живописец, передвижник, организатор народного театра, сочинял музыку. Его музей-усадьба — в селе Поленово недалеко от Тарусы, на реке Оке.

Потом прозвучали имена знаменитого тульского мастера Левши, который аглицкую блоху подковал (это — в литературе, а в реальной жизни — тульского оружейника Алексея Сурнина), Сергея Ивановича Мосина, изобретателя трехлинейной

винтовки 1891 года, находящейся на вооружении русской армии полвека, Андрея Тимофеевича Болотова, одного из самых образованнейших людей в России XVIII века, ученого-энциклопедиста, писателя, основателя первого в России детского театра, создателя одного из красивейших в России парковых комплексов в имении графа Бобринского в Богородицке. Немного поспорили о Демидовых, припоминая, как звали основателей заводов по Указу Петра I на Урале и в Туле. Наконец настала Гришина очередь.

— Белоусов Петр Петрович, санитарный врач, инициатор создания Тульского центрального парка.

— Это не считается,— возразил кто-то из ребят.

— Почему?

— Потому что в каком-нибудь другом городе его никто не знает. До сих пор мы называли знаменитостей, имеющих российскую и мировую известность, а Белоусова знают только туляки и только потому, что парк носит его имя.

— Позволь с тобой не согласиться,— возразил Григорий.— Во-первых, сам парк уникален. Это один из крупнейших в России парков, расположенных в центре города. Его площадь около 150 гектаров, из которых 30 были засажены в 90-е годы XIX века Белоусовым на его собственные деньги. Сергей Есенин, побывав в 1918 году в нашем городе, сказал о парке: «Это самое лучшее, что есть в Туле». А во-вторых...— Гриша прервал свой рассказ.— Вот идет Владимир Петрович. Сейчас он пенсионер, а раньше работал в санэпидемслужбе. Уж он-то знает о Белоусове все. Давай спросим его.

— Петр Петрович был известным в России человеком,— подтвердил сосед.— Благодаря его деятельности в нашем городе появились ассенизационные поля (впервые в России), первый водопровод, химическая лаборатория. А парк? Это сегодня он оказался в центре. А тогда это была окраина города, занятая свалкой и выгоном для скота. Город разрастался, а свалка грозила эпидемиями. Тогда Белоусов нашел оригинальное решение — свалку засыпали чистой землей, и разбили парк.

— А Вы тоже работали санитарным врачом? — спросила Наташа.

— Нет, я — химик,— улыбнулся собеседник.— В санитарно-эпидемиологической службе трудятся не только медицинские работники, но и физики, химики, электронщики, инженеры, биологи, другие специалисты. В областном центре, где я работал до пенсии, есть мощные лаборатории: вирусологическая, радиологическая, токсикологическая, по определению электромагнитных полей, шума, вибрации и других физических факторов, лаборатория качественного и количественного химического анализа, бактериологическая, паразитологиче-

ская, по диагностике особо опасных инфекций, например, холеры, чумы. С помощью лабораторного оборудования мы определяли около 100 ингредиентов в питьевой воде и в пищевых продуктах, 80 — в почве, до 60 — в атмосферном воздухе.

Санитарно-эпидемиологическая служба в России ведет свой отсчет с 1922 года, когда был подписан декрет Совета Народных комиссаров о санитарных органах республики. Однако в Туле еще в 1887 году при городской управе была образована санитарная комиссия из авторитетных в городе врачей и общественных деятелей. Спустя два года при губернском правлении должность санитарного врача занял Петр Петрович Белоусов, талантливый ученый и практик.

Часы, между тем, показывали уже 21.00.

— Доиграем завтра,— предложила Наташа.

Попрощавшись, ребята отправились по домам.

Когда Гриша вернулся, Катя собирала портфель, а папа читал вслух газетную статью. Перед сном он всегда просматривал газеты, и если ему попадалось что-то интересное, то читал вслух. Такие «домашние чтения» очень нравились детям. На сей раз внимание привлекла статья главного государственного санитарного врача области Л. Шишкиной. Она называлась: «Защищая права потребителей, охраняем здоровье».

«В ночь с четверга на пятницу старшему врачу эпидемиологической бригады экстренного выезда, которая круглосуточно дежурит при областном центре Госсанэпиднадзора, позвонил дежурный фельдшер санавиации областной больницы: в Богородицкую райбольницу один за другим поступают дети с признаками острой кишечной инфекции.

Дежурившая в эту ночь эпидбригада, взяв подготовленные укладки со стерильной лабораторной посудой для забора материала от больных, остатков пищевых продуктов, которые они употребляли, выехала в инфекционный очаг. Этой же ночью путем опроса пострадавших детей и их родителей был установлен общий продукт, который употребляли все заболевшие — сметана, выработанная Богородицким молокозаводом.

Незамедлительно была поднята на ноги дирекция молокозавода, вскрыты склады с готовой продукцией, где было обнаружено еще 25 фляг сметаны, которую утром должны были отправить в фирменный магазин для реализации населению. Врачи-эпидемиологи сняли с реализации всю выработанную продукцию, отобрали образцы на исследование и установили причину массового инфекционного заболевания, выделив из сметаны возбудителя дизентерии Зонне.

Эксплуатация завода санэпидслужбой была приостановлена, продукция забракована. Среди персонала путем медицинских обследований выявили сотрудницу, больную дизентерией, которая загрязнила молочную продукцию и заразила своих коллег по работе.

В соответствии с Законом РФ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» и Законом РФ «О защите прав потребителей» все виновные привлечены к различным видам ответственности. 11 человек, причастных к возникновению эпидемии, уплатили штрафы от одного до трех месячных размеров оплаты труда. Экономические затраты (на лечение, лабораторные исследования и другие противоэпидемиологические мероприятия) возмещены предприятием. Материалы для возбуждения уголовной ответственности виновных переданы в правоохранительные органы.

А санитарные врачи и врачи-эпидемиологи продолжали работу по выявлению пострадавших не только в г. Богородицке, но и в г. Туле, куда накануне была доставлена эта сметана.

При проверке предприятий торговли, реализующих молочную продукцию, были выявлены грубые нарушения условий и сроков ее хранения. Она, как правило, хранилась без холода, сроки реализации были превышены, что привело к более значительному микробному обсеменению без того уже загрязненной на молокозаводе молочной продукции. Это усилило тяжесть заболеваний у пострадавших в г. Туле. Работники торговли, допустившие вышеуказанные санитарные правонарушения, также были привлечены к административной ответственности в виде штрафных санкций от одного до трех размеров месячной оплаты труда».

— А я знаю еще более страшный случай,— сказала мама.— Года два назад в г. Белеве случилось массовое пищевое отравление соленой килькой. Она была приготовлена частным предпринимателем в антисанитарных условиях: в запущенном частном доме в грязной ванне. Пострадало более 100 человек, одного врачи спасти не смогли. Килька продавалась в неустановленных местах торговли (на улице), без сертификата или какого-либо другого документа, подтверждающего его безопасность. Эпидемиологическое расследование показало, что отравление произошло в результате употребления бактериально загрязненной продукции и за счет гистамина, содержание которого в кильке значительно превышало допустимые пределы. Видимо, в засолку пошла килька с признаками белкового разложения из-за неоднократного размораживания. В итоге, частный предприниматель привлечен к уголовной ответственности и в настоящее время находится в местах не столь отдаленных...

— А я помню случай в Новомосковске,— подхватил Гри-

ша.— Несмотря на предупреждения врачей не покупать мясо на улице, многие все-таки не удержались от соблазна приобрести дешевую свинину (естественно, без каких-либо справок от ветврача или клейма!). Результат — три массовые вспышки трихинеллеза за год.

Выслушав дополнения собеседников, папа продолжил чтение.

«Серьезный ущерб здоровью могут нанести не только недоброкачественные продукты питания, но и товары народного потребления, особенно заграничного производства, которые по результатам гигиенической экспертизы запрещены к реализации. Совсем недавно запрещен ввоз и реализация пищевой посуды из мелалита итальянских и турецких фирм, использование которой в быту приводит к ухудшению состояния здоровья и развитию злокачественных новообразований. Информация о неблагоприятном воздействии на здоровье человека как этой, так и другой продукции в обязательном порядке доводится органами госсанэпиднадзора до потребителей и поставщиков через средства массовой информации (радио, телевидение, прессу). Однако далеко не всегда эта информация доходит до сознания людей.

Очень важна информация о товаре на русском языке!

Были случаи, когда снималась с реализации импортная продукция без информации на русском языке как потенциально опасная (косметические средства для макияжа усопших, диабетическая продукция с противопоказаниями для употребления детьми до 3-летнего возраста, комплект белья для новорожденных из синтетической ткани, фактически предназначенный для кукол, шоколадный батончик для дрессировки собак и др.)»



Вопросы для размышлений о прочитанном

Каковы основные направления деятельности санитарно-эпидемиологической службы?

Какое место ей принадлежит в системе государственной защиты прав потребителей?

Какие уроки следует извлечь из публикации о санэпиднадзоре потребителям?

Что полезного в тексте с точки зрения предпринимателя?

Используйте круговой принцип описанной игры ребят для обмена интересной потребительской информацией. Предложите 2—3 темы.



История 11
О Госторгинспекции

Однажды Гриша зашел в магазин, чтобы, как всегда, купить молочных продуктов. У прилавка собралась небольшая очередь — человека четыре. Гриша встал в конец. Продавщица работала быстро: в ее ловких руках мелькали то пакеты с молоком, то курица и гири, то сыр и упаковочная бумага. Вдруг чей-то громкий голос: «Контрольная закупка»,— прервал Гришины наблюдения. Впереди него стояла женщина и показывала какое-то удостоверение, а рядом с чеком в руках и большим пакетом покупок — Наташина сестра Аня.

— Что происходит? — не понял Гриша, видя, как женщина, накинув белый халат, заходит за прилавок. Она стала проверять весы, гири, взвешивать снова оплаченные Аней продукты.

— Это инспектор Госторгинспекции, а проверка — реакция на жалобы потребителей. Одна пенсионерка жаловалась на обвес, а мужчина отравился колбасой, купленной здесь. Да так, что пришлось обратиться к врачу. Его жена остаток колбасы принесла в торгинспекцию на экспертизу. Выяснилось — испорченная,— пояснила Аня.

— А какое отношение ко всему этому имеешь ты? — Антон знал, что Аня учится на 3 курсе юридического факультета университета.

— А у меня практика в торгинспекции.

Гриша вспомнил, как однажды купил в этом магазине про-

кисшее молоко и тоже звонил с Антоном в торгинспекцию. В голове промелькнула сразу же масса вопросов. Но инспектор пригласила Аню и взволнованную продавщицу оформить документы по итогам проверки...

Весь остаток дня Гриша провел в ожидании — ему не терпелось узнать от Ани подробности инцидента в магазине. Перед тем как выйти на вечернюю прогулку, он позвонил. Трубку взяла Аня.

— Добрый вечер! Это Гриша. Аня, скажи, пожалуйста, чем закончилась проверка в магазине?

— Инспектор составил акт и протокол об административном правонарушении, продавщица написала объяснение.

— А какие нарушения она допустила?

— Прежде всего она обвесила и обсчитала меня. Стрелка механических весов, на которых она взвешивала продукты, не была установлена на нуле, а отклонялась на 15 граммов. Кроме того, она взвешивала товары в упаковочной бумаге, вес которой составил еще 20 граммов. Еще на 15 граммов «ошиблась». В итоге кусок сыра оказался меньше на 50 граммов и, соответственно, дороже.

— Хорошо, когда в магазине электронные весы,— сделал вывод Григорий,— на них не обвесят и не обсчитают.

— Ничего подобного. И там надо смотреть. На табло перед взвешиванием должны гореть нули или цифры с минусом, которые означают вычитание веса упаковки. А еще грубым нарушением оказалось взвешивание на одних весах курицы, сыра, масла. Ты ведь знаешь о периодических вспышках сальмонеллеза, которым может заразиться человек. Врачи постоянно предупреждают о том, что курица и яйца обязательно должны пройти тепловую обработку перед употреблением. Нас учат, что дома в холодильнике сырую курицу нельзя помещать рядом с другими продуктами, а надо хорошо упаковывать и хранить в морозильной камере. А тут — взвешивают на одних весах и курицу, и масло!

Были и еще кое-какие нарушения правил продажи товаров, например, отсутствовали ценники, сметана продавалась с истекшим сроком реализации, на майонезе не была указана дата выработки, а на какие-то консервы и сахар-песок не имелось сертификатов соответствия.

— А еще какие бывают нарушения? — поинтересовался Гриша.

— Я участвовала уже в нескольких проверках. В одном овощном магазине свежие помидоры продавались без рассортировки на стандартные и нестандартные. Денежные расчеты с покупателями велись без контрольно-кассовых машин. Не было контрольных весов. На некоторые продукты не оказалось

приходных документов с информацией о поставщике. В одном магазине была организована продажа бывших в употреблении вещей — обуви, трикотажа и швейных изделий, на которые тоже не оказалось никаких документов о поставщике и не было ценников.

В другой раз проверялось качество продовольственных и непродовольственных товаров в торговых предприятиях. В результате с продажи было снято 220 кг сыра из-за плесени, трещин и облетевшего парафинового покрытия, 150 кг свежемороженого минтая — из-за окисления поверхности в связи с истекшим сроком годности. Из-за неудовлетворительного санитарного состояния магазин был закрыт на сануборку. Госторгинспекцией выдано предписание о приостановлении приемки, хранения и продажи скоропортящихся продовольственных товаров. После проведения ремонта холодильного оборудования и санитарной уборки предписание отменили.

— Как же наказывают за все эти нарушения? — поинтересовался Гриша.

— Виновников приглашают на заседание административной комиссии, возглавляемой начальником территориального управления Госторгинспекции. Эта комиссия рассматривает дела о выявленных нарушениях и выносит административные взыскания на основе Кодекса об административных правонарушениях. Между прочим, штрафы могут составлять довольно крупные суммы. Например, за обман в небольшом размере штраф может составить от 1 до 30 минимумов оплаты труда. Причем штраф платит не магазин, а обманувший продавец.

— А как определяется размер обмана: что означает **«обман в небольшом размере»**?

— Если обсчет составляет не более одной десятой минимального размера оплаты труда.

— А если больше одной десятой?

— Тогда возможна уголовная ответственность либо штраф в размере от 50 до 300 минимальных размеров оплаты труда. При этом могут лишить права заниматься определенной деятельностью на срок до 5 лет.

— А какая уголовная ответственность?

— Лишение свободы на срок до 2 лет. Если обман совершен повторно или по сговору группой лиц, то лишение свободы может быть на срок до 5 лет, а штраф в размере от 300 до 1000 минимумов оплаты труда.

Когда сумма обмана равна минимальному размеру оплаты труда, то наступает уголовная ответственность за **обман в крупном размере**. Это грозит лишением свободы на срок от двух до семи лет или с конфискацией имущества или без нее,

лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до 5 лет.

При обнаружении фактов нарушения правил торговли, за которые установлена уголовная ответственность, Госторгинспекция передает материалы в следственные органы.

— А не могла бы ты конкретно сказать: за какие нарушения какая кара полагается?

— Ну и въедливый же ты, Гриша,— засмеялась Аня.— Я и не помню точно. Если тебе это интересно, я могу дать тебе мой конспект.

— Это было бы здорово! — обрадовался Гриша.— Не могла бы ты передать его с Наташей? Мы договаривались с ней сегодня встретиться.

— Да-да, я знаю.

Гриша открыл толстую тетрадь — Анин конспект. Он начал быстро листать страницы, пока взгляд не остановился на заголовке «Госторгинспекция». Стал читать вслух:

«Госторгинспекция — государственная служба, основными задачами которой являются контроль за соблюдением норм и правил торговли и общественного питания, порядком применения цен по отдельным группам товаров, качеством и безопасностью товаров народного потребления, недопущением на потребительский рынок недоброкачественных товаров. Она контролирует предприятия, учреждения и организации независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности.

Госторгинспекция состоит из Департамента по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей Министерства экономического развития и торговли РФ, который находится в Москве, и подчиненных ему территориальных управлений по республикам в составе России, краям и областям. Прототипом ее является Рабоче-крестьянская инспекция (Рабкрин), созданная в 20-е годы. Работники этой инспекции контролировали законность распределения продовольственных товаров, соблюдение правил торговли.

Госторгинспекция была создана в послевоенные годы для контроля за соблюдением правил торговли. В 1959 году в ее состав вошли специалисты по контролю качества товаров.

В 1993 году постановлением Правительства РФ принято новое Положение о Государственной инспекции по торговле, качеству товаров и защите прав потребителей, расширившее ее права». Это Положение действует и сегодня (в редакции от 17 апреля 2001 года).

«А где же о штрафах?» — Гриша перевернул еще несколько страниц.

«...Штраф в размере от 3 до 25 минимальных размеров оплаты труда может быть наложен за:

— нарушение установленных правил реализации товаров;

— продажу товаров, не соответствующих требованиям стандартов, технических условий и образцам по качеству, комплектности и упаковке.

Штраф в размере от 5 до 100 минимальных размеров оплаты труда может быть наложен за:

— торговлю продтоварами в нарушение санитарных правил;

— за торговлю без сертификата, удостоверяющего безопасность.

Штрафом в размере от 50 до 100 минимальных размеров оплаты труда караются:

— нарушение государственной дисциплины цен;

— продажа товаров без документов, содержащих сведения об изготовителе, поставщике или продавце;

— торговля без применения контрольно-кассовых машин».



Вопросы для размышлений о прочитанном

Каковы основные функции Госторгинспекции?

Какова ее роль в системе государственной защиты прав потребителей в России?

Какие меры вы приняли бы к нарушителям, о которых рассказано в главе, обладая полномочиями Госторгинспекции? Какие права потребителей они нарушили?

Что полезного может извлечь из изложенного читатель с точки зрения потребителя, предпринимателя?

Чем объяснить множество правонарушений на потребительском рынке в современных условиях?



История 12

О деятельности органов Министерства внутренних дел по защите прав потребителей

— Что вы так внимательно изучаете? Скоро каникулы, а вы никак не расстанетесь с тетрадками,— подошел к ребятам Антон.

— Читаем Анин конспект о торгинспекции. Помнишь, как мы с тобой звонили насчет прокисшего молока? — напомнил Гриша.— Так вот, Аня сегодня вместе с сотрудницей Госторгинспекции проверяла этот магазин. У нее сейчас практика. А я невольно оказался свидетелем, вот и попросил у нее конспект, чтобы подсчитать размер штрафа, «заработанного» этим магазином. Ведь наша жалоба, как оказалось, была не единственной.

— А нет ли в конспекте чего-нибудь о деятельности органов МВД по защите прав потребителей? — спросил Антон.

— А то милиции делать больше нечего, как только ходить по магазинам и охранять потребителей,— язвительно усмехнулась Наташа. Она подумала, что вопрос этот продиктован страстью Антона к детективам.

— Мне к завтрашнему уроку надо сделать одно упражнение, как раз о деятельности милиции на потребительском рынке, вот я и спросил,— обиделся Антон.

Между тем Гриша, перелистывая страницы, нашел такую запись:

«В некоторых краях и областях по распоряжению глав администраций при УВД созданы отделы для работы на потребительском рынке. Они работают в тесном контакте с налоговой

инспекцией и полицией, Госторгинспекцией, лицензионным комитетом и всеми другими организациями, защищающими права потребителей. Их деятельность направлена, в основном, на пресечение и предотвращение нарушений прав потребителей при продаже товаров. Они руководствуются в своей деятельности российскими Законами «О милиции», «О защите прав потребителей», Кодексом об административных правонарушениях и другими нормативными актами.

Сотрудники милиции пресекают незаконную торговлю товарами, свободная реализация которых ограничена или запрещена законодательством. Это — вооружение и боеприпасы к нему, драгоценные и редкоземельные металлы, изделия из них, драгоценные камни и изделия из них, наркотики, спирт этиловый, боевые отравляющие вещества.

Работники милиции могут изымать и направлять на экспертизу сомнительные в отношении качества товары. Наиболее часто это касается фальсифицированной водки, вин, коньяка. Продажа товаров без применения контрольно-кассовых машин, без документов о товаре, изготовителе, поставщике или продавце, обсчет, обвес — все это оказывается в центре внимания милиции. При этом составляется протокол об административном правонарушении, и материалы передаются для рассмотрения в Госторгинспекцию или в следственные органы.

Для выявления правонарушений на потребительском рынке работники милиции имеют право беспрепятственно входить в помещения предприятий и граждан-предпринимателей, производить их осмотр (с участием собственника имущества или его представителей), проводить контрольные закупки, изымать необходимые документы на товары, деньги, кредитные и финансовые операции, опечатывать кассы, помещения. Они могут приостанавливать деятельность предприятий торговли и предпринимателей до устранения нарушений».

Антон добавил:

— Учительница рассказывала, что в нашей области такой отдел работает с 1995 года. Горожане хорошо знают о нем. В его структуре находится взвод патрульно-постовой службы. Его главная задача — охрана общественного порядка на рынках города, в местах массовой распродажи товаров.

Сотрудники отдела раскрывают много преступлений. Здесь и попытки предпринимателей дать взятку за прекращение проверки, и дела о незаконной предпринимательской деятельности, и обман, и многое другое.

— А какими методами они действуют? — спросила Наташа.

— Разными. Например, когда в отдел поступила информация о постоянных обсчетах клиентов в «Кофейном баре», то была создана опергруппа с привлечением общественности для про-

верки. В баре было заказано проведение торжественного мероприятия, которое обошлось «юбилярам» в кругленькую сумму. Когда посетители представились и объявили о контрольной проверке, то оказалось, что обсчет составил не менее круглую сумму. Бармен был привлечен к уголовной ответственности.

Или еще пример. В отдел поступили сведения о том, что некий гражданин занимается незаконной торговлей алкогольной продукцией. Чтобы изобличить его в преступной деятельности, представители общественности по поручению работников милиции в течение нескольких дней производили контрольные закупки вина. После того как преступная деятельность «коммерсанта» была задокументирована, приняли решение о его задержании. В процессе обыска изъяли много ликеро-водочных товаров. Виновный тоже привлечен к уголовной ответственности.

— Ну ладно, мне пора, а то заговорился я тут с вами. Еще упражнение надо делать,— заспешил Антон.

На письменном столе его ждало невыполненное задание.

«Проанализируйте следующие данные,— начал читать Антон.— За 12 месяцев отделом по работе на потребительском рынке УВД проверено свыше 4000 торговых предприятий различных форм собственности, выявлено 3120 административных правонарушений, составлено 2239 административных протоколов, из них:

388 — за нарушение правил торговли;

367 — за незаконную торговлю товарами, реализация которых запрещена или ограничена;

456 — за продажу товаров ненадлежащего качества или с нарушением санитарных норм;

28 — за продажу товаров без документов;

28 — за нарушение государственной дисциплины цен;

1 — за продажу подакцизных товаров без маркировки марками установленных образцов;

256 — за нарушение правил торговли на колхозных рынках;

83 — за торговлю с рук в неустановленных местах;

444 — за обман потребителей в небольшом размере;

156 — за нарушение правил пребывания иностранных граждан на территории РФ.

За эти правонарушения наложены административные взыскания в виде штрафов на сумму около 457 тыс. руб.»

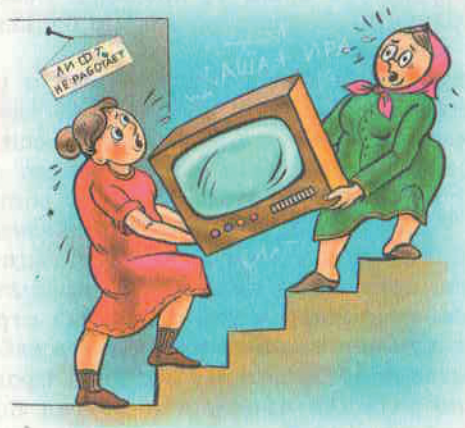


Вопросы для размышлений о прочитанном

Какова главная задача органов МВД по защите прав потребителей?

В чем специфика деятельности милиции по сравнению с Госторгинспекцией?

Какие выводы можно сделать из приведенных статистических данных?



История 13
Об органах по защите прав потребителей при местных администрациях

Ура! Завтра каникулы, а сегодня по старой и доброй традиции поездка в Ясную Поляну, чтобы поклониться великому земляку Льву Толстому, полюбоваться красотой парковых аллей, ощутить себя повзрослевшим на год. Есть в этих местах какая-то особая магия, притягивающая сюда человека любого возраста, пола, профессии. Ясная Поляна погружает в тишину, покой, размышления и творчество!

Добраться до Ясной Поляны несложно: полчаса на пригородном автобусе.

— Сережа! У тебя опять в ушах плеер. Тебе не надоело? Дай лучше мне послушать,— обратилась к однокласснику Алина.

— Я не слушал его довольно долго. Как вы помните, родители подарили мне его на день рождения четыре месяца назад. При продаже его продавец зачеркнул установленный заводом-изготовителем гарантийный срок 12 месяцев и установил свой — 2 месяца. И вот в прошлом месяце плеер сломался. Мы отправились в магазин, но наша претензия не была принята якобы из-за истекшего гарантийного срока. Папа не согласился с таким ответом и обратился в комитет по защите прав потребителей при городской администрации с вопросом: кто прав?

— И что же было дальше? — заинтересовались ребята.

— Оказалось, что продавец не прав. Если производителем установлен гарантийный срок, то продавец может установить свой, новый гарантийный срок, но только большей продолжительности, чем у изготовителя.

— Между прочим, такие комитеты есть и при районных администрациях. Кое-где они называются также отделами или инспекциями. В 1999 г. в целом по России число органов местного самоуправления, занимающихся защитой прав потребителей, составило около 86 % от их общего количества,— добавила учительница Марина Васильевна.— Мне тоже приходилось обращаться к ним за консультацией и тоже по вопросу гарантийного обслуживания. В прошлом году в период гарантийного срока у меня вышел из строя телевизор «Рубин». Имея договор на обслуживание с кабельным телевидением, я вызвала телемастера, который произвел ремонт. Через несколько месяцев произошла другая поломка, которую специалисты из службы кабельного телевидения устранить не смогли. Тогда я обратилась с претензией в магазин и потребовала произвести замену телевизора на новый качественный, так как гарантийный срок еще не истек. Магазин отказался удовлетворить претензию, сославшись на вскрытые пломбы. Тогда я позвонила в районный комитет, чтобы выяснить, кто прав в споре: я или магазин. Мне объяснили, что магазин прав.

— Если б вы знали, какие мучения с телевизором претерпела моя соседка! — воскликнула Ира.— Лет пять назад она купила прибалтийский телевизор «Банга». В течение первого года службы он ломался трижды, и 76-летняя старушка трижды вынуждена была доставлять его в ремонтную мастерскую. Ее просьбы о замене телевизора на новый никто не хотел слушать. Объясняли, что для замены необходимо не менее трех ремонтов в течение гарантийного срока.

Наконец телевизор заменили на новый — тоже «Бангу». И снова неудача! Все те же проблемы: поломка, необходимость ремонта, трудности с доставкой в мастерскую и обратно. Однажды после ремонта телевизор пришлось поднимать по лестнице на восьмой этаж на руках двум старушкам, потому что лифт не работал.

В конце концов с большим трудом вторую некачественную «Бангу» удалось сдать в магазин. Получая деньги, соседка была искренне рада, ведь за 2,5 года злополучный телевизор более 6 месяцев находился в ремонте. Но радость быстро улетучилась, когда соседка пошла покупать новый телевизор: за ту сумму, что ей вернула фирма, купить новый телевизор было невозможно. Один из покупателей посоветовал соседке обратиться в комитет по защите прав потребителей. Та отправилась

в комитет при районной администрации, что был поближе к дому. Ее внимательно выслушали и посоветовали обратиться в суд. Исковое заявление в суд помогли подготовить сразу же.



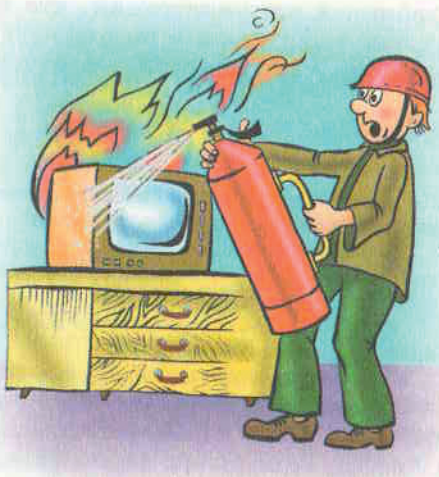
Вопросы для размышлений о прочитанном

Каковы функции органов местного самоуправления по осуществлению защиты прав потребителей?

Почему в описанных ситуациях потребители обращались за консультациями в комитеты по защите прав потребителей при местных администрациях?

Какой бы вы дали ответ Марине Васильевне на вопрос: кто прав — она или магазин?

Почему старушке в районном комитете по защите прав потребителей посоветовали обратиться в суд? Обоснуйте ее исковые требования.



История 14
Об общественной защите прав потребителей

За разговорами время пролетело незаметно. Вот и Ясная Поляна. Ребята дружной гурьбой высыпали из рейсового автобуса. Весь дальнейший путь к музею-усадьбе, пролегающий через поселок, они продолжали обсуждать начатую тему.

Гриша тоже вспомнил случай приобретения некачественного телевизора.

— С маминым коллегой по работе недавно из-за цветного телевизора приключилась не просто неприятность, а беда,— начал он рассказывать историю.— Через четыре года службы произошло возгорание цветного телевизора. Пострадало все имущество. Старая бабушка получила ожоги. Был судебный процесс, в котором интересы пострадавших помогло отстоять общество потребителей.

Две подружки Ира и Алина, услышав об обществе потребителей, оживились.

— Мы тоже собирались с Ирой пойти в общество потребителей,— сказала Алина.— Хотели пожаловаться. На прошлой неделе мы купили в палатке крем от прыщей. Вечером воспользовались им и буквально через 1,5—2 часа обе почувствовали очень сильный зуд на лице. У меня выступили красные пятна, у Иры появилась сыпь на коже. На следующий день хотели вернуть крем в палатку, но продавец объяснила: «Товар — с истекшим сроком годности и поэтому был уценен. Посмотрите сами, в других палатках такой крем стоит дороже.

А коли товар уценен, то он не обменивается и назад не принимается». Нам было очень обидно, ведь нас обманули — продавец ни словом не обмолвилась, что продает крем с истекшим сроком годности. Она не имела права этого делать.

— Почему вы хотели пойти пожаловаться именно в общество потребителей, ведь существует много других организаций? — спросила Лена.

— До сегодняшнего дня мы о них не знали,— ответила Ира,— а об общественных организациях потребителей в последнее время много говорят и пишут в средствах массовой информации.

— Между прочим, так полюбившиеся многим журналы «Спрос» и «Впрок» издаются общественной организацией — Международной конфедерацией обществ потребителей,— добавила учительница.— А в специальных для потребителей рубриках крупных газет «Известия», «АиФ», «Российская газета», «Комсомольская правда» и других действительно много места отводится просветительской работе общественных потребительских организаций.

И в числе лидеров общественных организаций много журналистов. И это не случайно. Люди привыкли от безысходности и отчаяния за помощью обращаться к журналистам. Когда наметился переход к рыночной экономике, ослабли рычаги государственного контроля и управления. Приватизация привела к всплеску частной инициативы. Рынок стал постепенно насыщаться, но зачастую низкокачественными товарами. Потребитель, привыкший к иной модели поведения в условиях командной экономики, оказался не приспособленным к жизни в новых условиях. Необходимость выбора, обман, опасность со стороны недоброкачественных товаров и услуг, неумение защитить себя из-за недостатка знаний и опыта увеличили поток писем в средства массовой информации. Сотрудники отделов писем, утопавшие в жалобах, увидели необходимость объединения потребителей для защиты их интересов.

С начала 90-х годов работает Тульское общество потребителей (ТОП) — организация негосударственная, некоммерческая, неполитическая. Помогает она очень многим людям, попавшим в самые сложные ситуации, а существует, в основном, за счет энтузиазма лиц, работающих в ней на добровольных началах. Организовала и руководит ТОП Г. А. Спасская, в прошлом инженер-механик, ныне пенсионерка.

Ее тяга к защите интересов потребителей обнаружилась лет 20 назад, когда в заводской столовой возник живой интерес к бифштексу: почему он в два раза дороже котлеты, если по вкусу ничем не отличается от нее? С командой единомышленников выяснила, что бифштекс должен быть из натурального

рубленого мяса. Однако органолептический[1] и химический анализы свидетельствовали о наличии хлеба.

Лаборатория треста столовых утверждала: «Бифштекс изготовлен без отклонений от технологии». Нужна была независимая экспертиза. Поиск ее привел в лабораторию Горсэс, которая обнаружила в бифштексе «из мяса» 20 процентов хлеба.

Этот случай убедил: народный контроль в том виде, который тогда существовал, неэффективен. Необходима работа по информированию и просвещению потребителей. К 1991 году, когда группа единомышленников зарегистрировалась как Тульское общество потребителей, уже были налажены связи со средствами массовой информации, с лабораториями.

Грянула перестройка. На слуху появились: «рынок», «предприниматель» и, конечно, «потребитель». Зазвучало словосочетание «Защита прав потребителей». В 1987 году в одном из номеров газеты «Неделя» появилось воззвание: «Объединяйтесь и действуйте!» и было назначено время и место сбора в Москве активистов нарождающегося потребительского движения.

Г. А. Спасская не могла не откликнуться. Так она стала одним из учредителей Федерации обществ потребителей СССР. С распадом СССР Федерация преобразовалась в Международную конфедерацию обществ потребителей — КонфОП, объединяющую потребительские организации СНГ.



Вопросы для размышлений о прочитанном

Какое значение имеет общественная система защиты прав потребителей?

На каких принципах основывается деятельность общественных организаций потребителей? Каковы их основные функции?

Какова роль лидеров в потребительском движении?

Есть ли в вашем городе, поселке, селе общественные организации по защите прав потребителей? Что вы о них знаете?

Какое решение, по вашему мнению, вынес суд по делу о возгорании телевизора?

На какую помощь со стороны общества потребителей могут рассчитывать Ира и Алина?

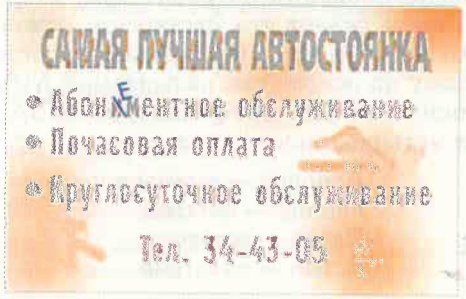
[1] Органолептический анализ — анализ продукта на вкус.

Часть IV
Менталитет российского потребителя



История 15
О рекламе

На пути наших ребят попалась автостоянка. Так и прошли бы они мимо нее, если б не вывеска. Нет, она не была яркой, красивой, привлекающей внимание. Наоборот, вывеска выглядела очень блекло. На белом фоне светло-серыми буквами было написано:



Белая краска кое-где облупилась, и в этих местах проглядывала ржавчина. Буквы то ли выгорели под действием солнечных лучей, то ли изначально были такого «нежного» цвета.

Кроме того, «неизвестным художником» в слове «абонементное» буква «и» была исправлена фломастером на «е».

— Будь я на месте потенциального клиента автостоянки, глядя на эту вывеску, раздумала бы воспользоваться ее услугами,— с усмешкой произнесла Марина Васильевна.

Неподалеку от въезда на территорию автостоянки расположился маленький магазинчик, торгующий всякой всячиной: жевательными резинками, прохладительными напитками, парфюмерно-косметическими товарами. Иру с Алиной, как магнитом, притянул крем «Бриз». На красивой упаковке было указано: «Превосходно очищает кожу». На сей раз девушки решили не рисковать вдвоем, купили лишь одну баночку незнакомого очищающего средства, чтобы попробовать.

— И не жаль вам денег? — попытался подтрунить над неистребимой тягой подруг к косметическим новинкам Никита.— Купили бы туалетное мыло, оно тоже превосходно очищает кожу.

Между тем взгляд его остановился на зубной пасте, которую он уже давно хотел купить. Мгновенно в голове его пронеслась фраза стоматолога из телевизионной рекламы: «Предотвратить кариес поможет зубная паста...» Никита вспомнил свой последний визит к врачу и спешно выложил деньги.

Гриша тоже не остался без покупки. Увидев любимые кукурузные хлопья в большой красивой коробке, он подумал: «На всех хватит». Но когда ребята открыли ее, оказалось, что объем пакетика с хлопьями составляет едва ли третью часть объема коробки. Хотя вес пакетика, может быть, и соответствовал весу, указанному на коробке.

Марина Васильевна преподавала старшеклассникам экономику. Она очень много знала о рекламе и других методах стимулирования продаж. Главное, что ребята усвоили из ее объяснения: рекламе не всегда можно верить. Кроме своей главной функции — информирования потребителей, она еще убеждает и напоминает. Причем делает это мастерски, основываясь на знании психологии потребителя. Серьезные предприниматели создают свою рекламу на основе так называемой AIDA — формулы, изобретенной психологами. Аббревиатура AIDA происходит от заглавных букв четырех английских слов:

Attention — внимание,
Interest — интерес,
Desire — желание,
Action — действие.

Это означает, что хорошо продуманная реклама сначала привлекает внимание, затем возбуждает интерес и желание приобрести рекламируемый товар, наконец инициирует действие (покупку). Решение о покупке созревает под влиянием рекламы заранее, еще до прихода в магазин.

Много интересного учительница рассказала о воздействии цвета, запаха, формы на подсознание потребителя. Оказывается, грамотным продавцом и рекламодателем все эти «мелочи» тщательно продумываются.

В заключение Марина Васильевна предложила ребятам вопросник, над составлением которого она как раз работала, и кроссворд о рекламе.

ВОПРОСНИК

1. Что в рекламе, по вашему мнению, воспринимается благожелательнее?

а) эллипс;
б) квадрат;
в) круг;
г) треугольник.

2. Какое рекламное объявление более эффективно:

а) напечатанное на цветной бумаге?
б) напечатанное на черно-белой бумаге?

3. Среди перечисленных характеристик отметьте те, которые нравятся потребителю: 1) как покупателю; 2) как пользователю; 3) как человеку.

а) наличие информации о товаре;
б) качество;
в) сервис;
г) соответствие моде;
д) совместимость;
е) разумная цена;
ж) отсрочка платежа;
з) престижные элементы товара.

4. Какие из перечисленных характеристик создают образ магазина и вызывают желание зайти в него: 1) случайного прохожего; 2) постоянного посетителя?

а) очередь;
б) хорошее обслуживание;
в) вывеска;
г) оформление витрин;
д) минимальные затраты на покупку;
е) чистота вокруг магазина.

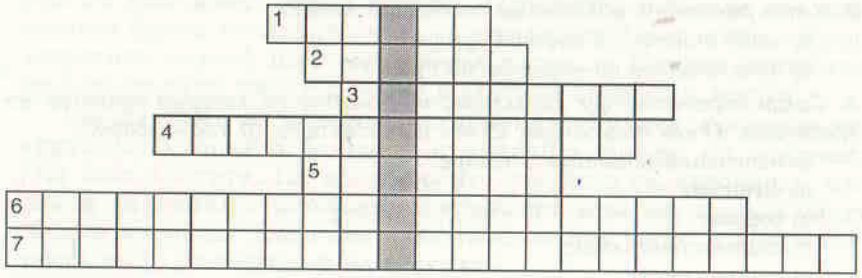
5. Перед кем социально ответственна реклама?

а) рекламным агентством;
б) обществом;
в) рекламодателем;
г) мэром города;
д) потребителями.

КРОССВОРД

Если вы заполните все клеточки по горизонтали правильно, то по вертикали выделенной) получите термин, означающий оригинальное начертание полного или сокращенного наименования фирмы (или группы товаров данной фирмы).

1. Рекламное печатное издание общеинформационного характера, как правило, с мягкой обложкой, включающее, как минимум, несколько страниц.
2. Рекламный лозунг, девиз, краткое образное выражение.
3. Организация, выполняющая весь комплекс рекламных услуг либо отдельные их виды.
4. Фирма или лицо, заказывающие рекламу.
5. Рекламное печатное издание обычно в виде книги, содержащее подробные сведения о товарах.
6. Организация, готовящая рекламную информацию для распространения.
7. Организация, осуществляющая размещение и распространение рекламной информации.





Вопросы для размышлений о прочитанном

Почему вывеска на автостоянке вызвала негативную реакцию у учительницы и ребят?

Какой орган осуществляет государственный контроль за соблюдением законодательства о рекламе?

Кто и какую ответственность несет за содержание информации, представленной в рекламе?

Кто несет ответственность за оформление, производство, подготовку рекламы?

Какую роль сыграла реклама в покупках ребят? Что такое «имидж» товара?

Выполните тест и разгадайте кроссворд.



История 16
О национальных особенностях поведения российского потребителя

Весь остаток дня Грише не давал покоя вопрос: почему нарушения прав потребителя так часты? В магазине, в химчистке, в троллейбусе — всюду надо быть настороже; нужно знать и уметь защищать свои права. Может, Закон «О защите прав потребителей» плохо действует? Раньше такого закона не было. Все было государственное, и считалось, что государство должно нести ответственность за плохие товары и услуги. Правда, значительная часть товаров была невысокого качества плюс товарный дефицит... А сейчас закон есть, а нарушений много. Почему? Не найдя ответа, Гриша решил обратиться к папе.

— Это очень непростой вопрос, и на него сложно дать однозначный ответ,— ответил папа.— Чтобы разобраться в нем, следует принять во внимание российские культурные традиции, наш менталитет. Не зная их, нельзя понять многих нынешних проблем. Это касается и отношения россиянина к закону.

Папа подошел к книжному шкафу и взял с полки толстую книгу.

— Это сборник пословиц русского народа, составленный В. Далем,— пояснил папа.— Пословицы, как говорят, «колют не в бровь, а в глаз».

Он раскрыл книгу на странице, где было написано слово «закон», и прочитал: «Где закон, там и обида», «Закон, что

паутина: шмель проскочит, а муха увязнет», «Закон — дышло: куда повернул, туда и вышло», «Хоть бы все законы пропали, только бы люди правдой жили».

— А вот пословицы об отношении народа к тем, кто сочиняет и исполняет законы,— показал папа.— «Не бойся закона, бойся судьи», «Что мне законы, коли судьи знакомы», «Кто законы пишет, тот их и ломает».

Затем папа рассказал Грише о славянофилах А. Хомякове и И. Киреевском, которые были литераторами и философами. Они жили в XIX в. и занимались изучением особенностей России. Кстати, это в честь них назван поселок Хомяково и город Киреевск, расположенные недалеко от Тулы. Хомяков и Киреевский считали, что формально-логическое право, внешнее, юридическое признание истины — не для России, где действует «суд по обычаю, совести и правде».

— В «Войне и мире» Лев Толстой вложил в уста своего героя П. Каратаева фразу, которая была близка ему самому: «Где суд, там и неправда»,— продолжал папа.— А русский поэт, публицист, участник Отечественной войны 1812 года П. Чаадаев заявил еще более резко: «Идея законности, идея права для русского народа бессмыслица». Разница здесь только в том, что Чаадаев оценивает эту традицию отрицательно, а все предыдущие мыслители — положительно.

Как ты, надеюсь, уже понял, в русском менталитете произошло разделение понятий «справедливость» и «совесть». Поэтому обычно вопрос ставился так: «Тебя как судить — по справедливости (по закону) или по совести?» Тут папа привел отрывок из иронического стихотворения, написанного Б. Алмазовым в конце XIX века:

По причинам органическим
Мы совсем не снабжены
Здравым смыслом юридическим,
Сим исчадьем Сатаны.
Широки натуры русские,
Нашей правды идеал
Не влезает в формы узкие
Юридических начал.

— Почему и как складывалась такая традиция — очень долго объяснять,— сказал папа.— Но иметь в виду эту традицию при реформировании общества необходимо. Нужна кропотливая, длительная работа по формированию правового сознания и уважения к закону.

— Кроме того,— подчеркнул папа,— Конституция у нас в стране появилась поздно — лишь в XX веке, в советский период. Причем некоторые ее статьи, касающиеся политических и экономических прав и свобод граждан, существовали формально или просто отсутствовали. Это тоже является причиной того, почему мы плохо знаем сегодня свои права и не всегда можем защитить их. Безграмотное поведение потребителя — наглядный тому пример. Не стоит забывать и о страхе перед судом, порожденном годами сталинизма.

Посмотрим на законодательство о защите прав потребителей с другой стороны — экономической. Как известно, поведение и потребителя, и предпринимателя в рыночной экономике отличается рационализмом (от *лат.* rationalis — разумный), то есть взвешиванием выгод и издержек. Сегодня незнание этого законодательства, нежелание изучать и следовать ему — нерациональные решения.

Потребитель может вести себя нерационально также вследствие недостатка знаний относительно процесса потребления (каким образом и при каких условиях получить большее удовлетворение) или в результате неосведомленности о качестве, ценах, источниках приобретения товаров и услуг. Поэтому необходимо учиться.

Большинство людей лишены многих удовольствий из-за недостатка знаний и опыта. Так, чтобы получать удовольствие от музыки, литературы, живописи, спорта, надо потрудиться, затратить время и усилия. Обычно это делается в детстве при получении общего образования. Нежелание учиться ради приобретения различных навыков — нерациональное решение. Это понимаешь с возрастом.

— Я понимаю, вы говорите об очень серьезных вещах,— вступила в разговор мама.— А мне хочется вам показать некоторые наши потребительские особенности с женской точки зрения.— Ее рука потянулась к «Домострою», который она последнее время читала в редкие минуты отдыха.— Послушайте, что говорит эта мудрая нравоучительная книга, составленная в Новгороде в начале XVI века, о запасливости: «Всегда у хозяйки сметливой в запасе все, никогда перед гостем не стыдно, а придется устраивать пир — прикупать и нужно немного...» Или вот еще: «А какой товар и припас не портится быстро, да еще и дешев, тогда и лишнего можно купить, чтобы в своем хозяйстве обеспечить все нужды, а лишнее вовремя продать, когда товар вздорожает». Мы и сегодня любим создавать запасы.

— Я знаю, чем это объяснить,— с нетерпением произнес Гриша.— На Руси каждый третий год был неурожайным, а каждые десять лет различные моровые поветрия уносили массу людей, и без запасов и бережливости было не прожить.

— Да, ты прав,— продолжала мама,— поэтому и хорошей женой считалась мастерица запасливая и бережливая. Ей в книге дается много советов по ведению домашнего хозяйства:

и как кроить различную одежду, сохранять остатки и обрезки, и как носить одежду и сберегать ее, и как жить по своим средствам.

Послушайте совет о бережливости: «Когда надлежит работать, делать это в одежде старой, а кончив работу, одеть повседневное... А в праздники и в погоду хорошую да и на людях или если в церковь идти, и в гости, надеть одежду нарядную, с утра осторожно ходить, и от грязи, и от дождя, и от снега беречься, питьем не залить, едой и салом не пачкать. Воротясь, нарядное платье с себя сняв, оглядеть его, высушить, размяв, оттереть грязь, вычистить да хорошо уложить туда, где оно хранится. А повседневное всякое платье, верхнее и нижнее, и сапоги,— всегда бы все было вымыто, а ветхое заплатано и зашито, так что и людям посмотреть не совестно, и себе хорошо и прибыльно, и сиротине дать во спасенье».

— Бережное отношение к вещам имеет обратную сторону — расточительное отношение ко времени. В индустриально развитых странах у людей выработалось, наоборот, бережное отношение к своему времени и расточительное — к вещам. Что лучше? — спросил папа.

— На этот вопрос не ответишь однозначно: это имеет и плюсы, и минусы одновременно,— ответила мама. Ее очень увлекла беседа.— То, что мы бережливы и сегодня, означает тот факт, что российские женщины — хорошие хозяйки, а мужчины — разносторонне развитые умельцы. Женщина по нескольку часов в день проводит у плиты, чтобы вкусно и недорого накормить семью. Она — и повар, и кондитер, и заготовитель. Летом и осенью ее квартира превращается в перерабатывающее предприятие. Она консервирует овощи, варит варенье, делает соки. Не надеясь на торговлю, она шьет, перешивает и вяжет, не надеясь на химчистку и прачечную — чистит, отбеливает, стирает и перекрашивает. И это — в свободное от работы время! Во многих странах мира русские жены высоко ценятся: они добры, бескорыстны, умелы. Русские женщины — большие мастерицы.

Мужчина-россиянин по фронту деятельности не уступает женщине. Он и садовод-огородник, и мастер по ремонту квартиры, и специалист по ремонту бытовой техники. В отличие от японца, ориентированного лишь на деятельность в своей фирме, имеющего крайне мало времени на семью, россиянин охотно занимается воспитанием детей, делит с работающей женой обязанности по дому. В отличие от американца, сосредоточенного на выполнении своей работы и зарабатывании денег, россиянин — универсал-виртуоз в забивании гвоздей, владении отверткой, топором, лопатой, естественно, в свободное от работы время. Он имеет массу хобби.

Хорошо это или плохо? Нет ответа. Такова наша российская специфика.

— А я хочу вам прочитать стихотворение А. К. Толстого,— сказала Катя.— В нем тоже идет речь о нашей национальной специфике:

Коль любить, так без рассудку,
Коль грозить, так не на шутку,
Коль ругнуть, так сгоряча,
Коль рубнуть, так уж сплеча!
Коли спорить, так уж смело,
Коль карать, так уж за дело,
Коль простить, так всей душой,
Коли пир, так пир горой!



Вопросы для размышлений о прочитанном

Как вы понимаете приведенные в тексте русские пословицы? О чем они свидетельствуют?

Что означают слова «суд по обычаю, совести, правде»?

Приведите примеры нерационального поведения потребителя на основе своего опыта.

Какие особенности поведения современного российского потребителя можно объяснить с помощью приведенных цитат из «Домостроя», стихотворения А. К. Толстого?

Приведите цитаты и отрывки из знакомых вам художественных произведений о национальных особенностях российского потребителя.

Какое влияние на поведение российского потребителя оказала командная экономика?

В чем проявляется расточительное отношение россиян к своему времени?

Какие вы можете назвать потребительские особенности, покупательские привычки вашей семьи и ваших знакомых?

ПРИЛОЖЕНИЕ-ПОДСКАЗКА

(Прочитай сам и покажи родителям)

ОСНОВНЫЕ ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЯ впервые сформулировал Джон Кеннеди в специальном послании президента США «О защите прав потребителей» Конгрессу страны в 1962 г. Среди них:

— право на безопасность (на защиту в случае продажи товаров, опасных для жизни и здоровья);

— право на информацию (на сообщение фактов, необходимых для совершения обоснованного выбора, и на защиту от мошеннической или вводящей в заблуждение информации, ложной рекламы);

— право на выбор (на возможность приобретения разных товаров и услуг по конкурентным ценам);

— право быть услышанным (быть уверенным, что жалобы потребителей будут своевременно рассмотрены административными органами, а интересы учтены при разработке правительственной политики).

Позднее эти права были дополнены еще четырьмя:

— на потребительское образование;

— на возврат недоброкачественной продукции и возмещение ущерба;

— на чистую окружающую среду;

— на удовлетворение основных потребностей.

В Европе начало официальной политики по защите прав потребителей было положено принятием в апреле 1975 г. первой предварительной программы Европейского Экономического Сообщества по защите потребителей и информационной политике. В программе назывались 5 прав потребителей:

— право на охрану жизни и здоровья и безопасность товаров и услуг;

— право на защиту экономических интересов;

— право на возмещение ущерба;

— право на информацию и просвещение;

— право на представительство интересов (быть услышанным).

Права потребителей в России гарантированы Законом «О защите прав потребителей», принятым 7 февраля 1992 г. (вступил в действие 7 апреля 1992 г.; дважды в него вносились изменения и дополнения: 9 января 1996 г. и 17 декабря 1999 г.). Это права

— на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества;

— на безопасность товаров (работ, услуг) для жизни, здоровья потребителей и окружающей среды;

— на получение информации о товарах (работах, услугах) и их изготовителях (исполнителях, продавцах);

— на просвещение потребителей;

— на государственную и общественную защиту их интересов;

— на возмещение причиненного вреда;

— на судебную защиту.

ПРАВО НА ПРИОБРЕТЕНИЕ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ) НАДЛЕЖАЩЕГО КАЧЕСТВА. Понятие «качество» — многоаспектное. С технико-экономической точки зрения его можно измерить показателями надежности, долговечности, энергопотребления, экологичности, эргономичности и др. С правовой точки зрения качество — совокупность потребительских свойств, закрепляемых в виде определенных показателей в нормативных документах по стандартизации и в договоре. Государство охраняет права и интересы потребителей, утверждая обязательные требования к качеству товаров, которые представлены в виде стандартов.

Условия договора относительно качества потребителю сообщаются в техническом паспорте товара или правилах по его использованию, на этикетке или ярлыке, на товаре или упаковке. Потребитель обладает большей свободой при определении качества, если сам заказывает какую-либо работу или услуги; например, при пошиве пальто он сам определяет фасон изделия, его материал, фурнитуру. Квитанция свидетельствует о заключении договора на обслуживание, о согласии потребителя со всеми условиями. Эти условия обязательны для сторон. Если возникнет спор, исходить будут из них. Поэтому внимательно читайте квитанцию, подписывая ее в химчистке, швейной мастерской, ателье по ремонту радиоаппаратуры. И храните ее «на всякий пожарный», равно как и технический паспорт, этикетку товара.

Кроме соответствия обязательным требованиям стандартов и условиям договора, качество должно отвечать «обычно предъявляемым требованиям, а также информации о товарах (работах, услугах), предоставленной продавцом (изготовителем, исполнителем)». «Обычно предъявляемые требования» — это понятие, которое отражает оценку людьми товаров и услуг в зависимости от сложившихся в обществе взглядов и уровня экономического развития. Чем выше уровень развития общества, тем более высокие требования предъявляются к обычному качеству товаров и услуг. В любой данный момент обычно предъявляемые требования — это запросы некоего «среднего» потребителя.

Чтобы качество реализуемых товаров и услуг соответствовало обычно предъявляемым требованиям, существуют специальные Правила продажи отдельных видов товаров и оказания услуг. Они возлагают на продавца (исполнителя) определенные обязанности, например, по проверке качества до отправки товара в торговый зал. Сюда может входить зачистка загрязненных поверхностей, верхнего пожелтевшего слоя у жиров, предпродажная чистка и утюжка одежды и т. д. Правила запрещают реализацию продукции с истекшими сроками годности, не имеющей товарного вида и сертификата.

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ОБМЕН НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ТОВАРА НАДЛЕЖАЩЕГО КАЧЕСТВА предоставляется в течение 14 дней, не считая дня покупки, если он не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации. Но товар не должен быть в употреблении. Его товарный вид, пломбы, фабричные ярлыки, а также товарный или кассовый чек должны быть сохранены. Если в данный момент товар отсутствует в продаже и менять не на что, то потребитель может потребовать возврата уплаченной денежной суммы или обменять позднее, при первом его поступлении в продажу, на аналогичный товар. Это делается по договоренности с продавцом.

Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар другого размера, формы, габа-

ритов, фасона, расцветки или комплектации утверждается Правительством Российской Федерации. Он включает в себя:

1. Товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях, лекарственные препараты.
2. Предметы личной гигиены.
3. Парфюмерно-косметические товары.
4. Текстильные товары, строительные и отделочные материалы и другие товары, отпускаемые на метраж.
5. Швейные и трикотажные изделия бельевые, в том числе чулочно-носочные.
6. Изделия и материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, в том числе для разового использования.
7. Товары бытовой химии, пестициды и агрохимикаты.
8. Бытовые мебельные гарнитуры и комплекты.
9. Изделия из драгоценных металлов, с драгоценными камнями.
10. Автомобили и мотовелотовары, мобильные средства малой механизации сельскохозяйственных работ, прогулочные суда и иные плавсредства бытового назначения.
11. Технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки.
12. Гражданское оружие.
13. Животные и растения.

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА БЕЗОПАСНОСТЬ ТОВАРОВ (РАБОТ, УСЛУГ) заключается в том, что государство устанавливает обязательные для всех производителей товаров и исполнителей услуг требования по безопасности их для жизни и здоровья людей, а потребителям гарантирует их безопасность.

Безопасность — это отсутствие риска, связанного с возможностью причинения вреда жизни, здоровью, имуществу потребителя, окружающей среде при обычных условиях использования, хранения, транспортировки, утилизации товара или в процессе выполнения работы (оказания услуги). Это состояние обоснованной уверенности в том, что продукты и услуги не являются вредными и не представляют опасности для потребителя.

Обязательные требования по безопасности товаров и услуг устанавливаются в государственных стандартах. Кроме того, российским законодательством предусмотрено установление сроков службы и сроков годности товаров, по истечении которых использование их может быть небезопасным, а также разработка изготовителем (исполнителем) правил пользования товарами (работами, услугами), хранения, транспортировки, утилизации. Они должны сообщаться потребителю с помощью технического паспорта, инструкции по эксплуатации или иным способом. В случае обнаружения фактов причинения вреда жизни, здоровью, имуществу, окружающей среде товарами или услугами возможна приостановка их производства и реализации до устранения причин, вызывающих вред. Если причины устранить невозможно, производитель обязан снять товар с производства, изъять его из оборота, отозвать от потребителей.

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ИНФОРМАЦИЮ. Для принятия грамотных решений потребитель должен владеть информацией двух видов: об изготовителе товара, продавце, исполнителе услуги, работы и о самом товаре. Информация должна доводиться до потребителя при заключении договора.

Потребитель должен знать изготовителя товара, продавца, исполнителя работ и услуг: их наименование, местонахождение (юридический адрес) и режим работы. Продавец и исполнитель размещают эту информацию на специальной

вывеске. Если деятельность подлежит лицензированию, должна быть представлена лицензия. Индивидуальный предприниматель должен представить информацию о государственной регистрации: где, когда и кем он зарегистрирован. Эти же требования предъявляются и к выездной торговле, бытовому обслуживанию, тем, кто осуществляет деятельность «на выезде», во временных помещениях, на ярмарках, с лотков.

Информация о товарах, работах и услугах должна обязательно включать в себя:

— обозначения стандартов, которым они должны соответствовать;
— сведения об основных потребительских свойствах (так, информация о продуктах питания должна содержать сведения о составе, весе и объеме, калорийности, содержании вредных для здоровья веществ в сравнении с обязательными требованиями стандартов, противопоказания к применению при определенных заболеваниях);
— цену и условия приобретения товаров, работ, услуг;
— гарантийный срок, если он установлен;
— правила и условия эффективного и безопасного использования товаров, работ и услуг;
— срок службы или срок годности и действия потребителя, по их истечении, а также последствия невыполнения этих действий для него, когда товары и работы становятся не пригодными для использования по назначению и могут представлять опасность;
— местонахождение и наименование производителя и исполнителя, а также организаций, призванных принимать претензии от потребителей и осуществлять ремонт и техническое обслуживание товаров, работ;
— информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров, работ и услуг (сертификат);
— указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу или оказывать услугу;
— указание на использование фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений.

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ПРОСВЕЩЕНИЕ обеспечивается изучением основ законодательства о защите прав потребителей в общеобразовательных и профессиональных учебных заведениях, информированием и просвещением населения по вопросам потребительской политики. В образовательные стандарты, учебные планы и программы учебных заведений всех типов включаются вопросы по защите прав потребителей. Тот факт, что вы читаете эту книгу, является реализацией вашего права на потребительское просвещение. Потребительская тематика широко освещается в средствах массовой информации, в частности, в журналах «Спрос», «Впрок», «Денежка», «Потребительское образование и культура», издаваемых Международной конфедерацией обществ потребителей, в газете «Покупатель», специальных рубриках крупных газет «Известия», «АиФ», «Российская газета», «Комсомольская правда», «Экономика и жизнь», многочисленных региональных изданиях. Многим полюбилась телепередача «Впрок».

Расширяется география конкурсов среди учащихся и студентов на знание законодательства о защите прав потребителей. С 1997 года Министерство образования РФ, МАП России и КонфОП ежегодно проводят Всероссийский конкурс по основам потребительских знаний среди учащихся общеобразовательных учреждений и учреждений начального профессионального образования. Цель их — правовое просвещение и привитие потребительской культуры молодежи. В основу этих конкурсов положен конкурс «Эко-эрудит», родившийся в Тульском государственном университете десять лет назад. Если вы заинтересовались и хотите

принять участие в этом конкурсе или просто поиграть, то можете воспользоваться нашими рекомендациями в научно-методическом пособии для учителей к «Историям о потребителях и их правах». (См. также: Л. И. Ростовцева, Р. А. Косова. Потребитель входит в рынок.— Тула: Деп. образования Администрации Тульской обл., 1994; Л. И. Ростовцева. Эко-эрудит: обучать играя.— М.: ООО «Комби-5», 1998). Конкурс проводится в три этапа: областной (краевой, республиканский), зональный и заключительный. А начинается все с вас, вашего желания играть в классе и школе.

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ГОСУДАРСТВЕННУЮ И ОБЩЕСТВЕННУЮ ЗАЩИТУ реализуется в России с помощью трех сил. *Первая* — федеральные органы исполнительной власти и их территориальные управления, осуществляющие государственный контроль и надзор за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг). Сюда входят: Министерство по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства (МАП России), Госстандарт РФ, санитарно-эпидемиологический надзор Минздрава России, Госторгинспекция Минторга России, Государственная ветеринарная служба Минсельхозпрода России, органы внутренних дел, Государственная хлебная инспекция при Правительстве РФ и др.

Вторая — комитеты, отделы, инспекции по защите прав потребителей органов местного самоуправления. Они ведут работу по рассмотрению жалоб потребителей по месту их жительства, консультируют по вопросам защиты прав потребителей, обращаются в суды. При выявлении товаров ненадлежащего качества извещают об этом федеральные органы исполнительной власти, имеют право приостанавливать или прекращать продажу товаров (выполнение работ, оказание услуг), если они не сопровождаются достоверной и достаточной информацией.

Третья — общественные объединения потребителей, создаваемые по территориальному признаку (городские, областные, республиканские, например, Союз потребителей России), по интересам (общества автолюбителей, защиты прав вкладчиков, садоводческие, экологические), а также организации профессионалов-защитников потребителей (торгово-промышленные палаты, коллегии адвокатов, юристов, Всероссийская Лига защитников потребителей). Все общественные организации потребителей действуют на основании уставов, утверждаемых общим собранием их членов. Они собирают информацию о причинении вреда жизни, здоровью или имуществу потребителей опасными товарами и услугами, направляют ее в государственные органы, которые контролируют безопасность товаров (работ, услуг), предъявляют иски в суды, защищая права потребителей по собственной инициативе или по поручению пострадавших. Они могут проводить независимую экспертизу качества и безопасности товаров; проверять соблюдение прав потребителей и правил торгового, бытового и иных видов обслуживания; вносить предложения в органы госуправления, предприятия и учреждения о мерах по повышению качества товаров и услуг, о снятии с производства, изъятии из оборота опасных изделий.

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ВОЗМЕЩЕНИЕ ВРЕДА. Потребитель, жизни, здоровью или имуществу которого был причинен вред из-за конструктивных, производственных, рецептурных и иных недостатков товара, имеет право на возмещение имущественного и морального вреда. Это право признается за любым потерпевшим, независимо от того, состоял он в договорных отношениях с продавцом (исполнителем) или нет. Вред подлежит возмещению, если причинен в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы). Если срок службы или срок годности не был установлен на товар или работу из утвержденного правительственного Перечня товаров, которые обязательно должны иметь

эти сроки, то вред подлежит возмещению, **независимо от времени его причинения.** Такая же ответственность грозит изготовителю и исполнителю, если они не проинформировали потребителя о необходимых действиях по истечении сроков службы и годности или возможных последствиях невыполнения их. Если срок службы или срок годности не был установлен на прочие товары длительного пользования, не входящие в Перечень, вред подлежит возмещению в случае его причинения **в течение 10 лет.**

Вред, причиненный из-за недостатков товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем по выбору потерпевшего. Что касается вреда, причиненного услугами и работами, то он возмещается исполнителем.

Изготовитель (исполнитель, продавец) освобождается от ответственности, если докажет, что вред причинен вследствие непреодолимой силы (из-за наводнения, землетрясения, пожара, военных действий) или по вине самого потребителя.

В утвержденный правительством Перечень товаров, у которых обязательно должен быть установлен срок службы, входят:

1. Товары для детей (игрушки, коляски, велосипеды).
2. Товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях (инструменты, медицинские приборы и аппараты, очки и линзы для коррекции зрения).
3. Оборудование и приборы для отопления и горячего водоснабжения, сантехника.
4. Предметы обстановки дома (диваны, шкафы, мебельные гарнитуры).
5. Хозяйственные товары (электробытовые товары, бытовые станки, аппаратура газовая бытовая).
6. Культтовары (бытовая радиоэлектронная аппаратура, бытовая вычислительная и множительная техника, музыкальные инструменты).
7. Спорттовары, прогулочные суда и плавсредства.
8. Технические средства для домашнего содержания животных и по уходу за растениями (садово-огородные средства малой механизации и принадлежности для домашнего содержания рыб, птиц и зверей).

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЯ НА СУДЕБНУЮ ЗАЩИТУ. Нарушенные права потребителя могут быть защищены либо в досудебном, либо в судебном порядке. Досудебный порядок позволяет продавцу и потребителю самостоятельно урегулировать конфликт и избежать судебных расходов. Он позволяет сэкономить время, нервы и деньги. Если договориться не удается, потребитель может обратиться в суд. За нежелание добровольно удовлетворить законные требования потребителя суд может взыскать с ответчика штраф. Кроме того, ему придется оплатить судебные издержки, госпошлину, а в пользу потребителя — материальный ущерб, неустойку, компенсацию морального вреда. В итоге, если дело доходит до суда, магазин теряет в 5—6 раз больше, чем при добровольном удовлетворении претензии потребителя.

Если потребитель решил судиться, то к исковому заявлению он должен приложить документы, подтверждающие договорные отношения с ответчиком. Это товарные чеки, договоры, переписка, акты экспертизы. Потребитель по своему выбору может предъявить иск в суд либо по своему месту жительства, либо по месту нахождения ответчика, либо по месту причинения вреда. При этом он освобождается от уплаты госпошлины по искам, связанным с нарушениями его прав.

Людмила Ивановна
РОСТОВЦЕВА

ИСТОРИИ О ПОТРЕБИТЕЛЯХ И ИХ ПРАВАХ

Учебное пособие

Редакторы
Губанова Г. Н., Кирюхин Н. К.
Технический редактор
Каня Н. Л.
Корректор
Шалимова Г. Ф.

Подписано в печать 12.09.2001.
Формат 60 x 90 1/16. Бумага офсетная.
Гарнитура «Школьная». Печать офсетная.
Усл. печ. л. 5. Уч. изд. л. 6,1.
Тираж 2 000 экз. Заказ № 4427.

Издательский Дом «Пересвет»,
300034, г. Тула, ул. Л. Толстого, 111
(ЛР № 060328 от 15 декабря 1996 г.).

Отпечатано с диапозитивов
в Тульской типографии
Государственного комитета
Российской Федерации по печати.
300000, г. Тула, пр. Ленина, 109.



Истории о потребителях и их правах

ТУЛА
Издательский Дом «ПЕРЕСВЕТ»
2001