

Памятка потребителю

Формы и способы доведения информации до потребителя

В соответствии с п. 1 ст. 8 Закона о защите прав потребителей потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах).



В статье 10 Закона определен объем обязательной информации, которую изготовитель (продавец, исполнитель) обязан довести до потребителя. При этом Закон о защите прав потребителей не устанавливает конкретных способов, которыми указанная информация должна доводиться до потребителя, а ограничивается лишь перечислением возможных способов ее доведения.

Перечень информации о товаре (работе, услуге) и способы ее доведения могут определяться законами, а также иными правовыми актами (указами Президента РФ, постановлениями Правительства РФ). В частности, перечень и способы доведения информации до потребителя в отдельных случаях определяются правилами продажи отдельных видов товаров, правилами бытового и иных видов обслуживания потребителей (правилами выполнения отдельных видов работ и правилами оказания отдельных видов услуг), утверждаемыми Правительством РФ.

В тех случаях, когда указанными выше документами способ доведения информации до потребителя не определен, предусмотренная ст. 10 Закона о защите прав потребителей информация должна доводиться до потребителя способами, обычно применяемыми в розничной торговле, в наглядной и доступной форме.

Информация о товарах, работах, услугах доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг). Информация об обязательном подтверждении соответствия товаров предоставляется в порядке и способами, которые установлены законодательством Российской Федерации о техническом регулировании, и включает в себя сведения о номере документа, подтверждающего такое соответствие, о сроке его действия и об организации, его выдавшей.

Указанные средства доведения информации до потребителя различаются соотношением основополагающей, коммерческой и потребительской информации. Общим для них является наличие основополагающей информации.

Маркировка - это текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях (исполнителях) количественных и качественных характеристиках товара.

Основные функции маркировки - информационная; идентифицирующая, мотивационная, эмоциональная.

Информационная функция маркировки, будучи одним из средств товарной информации, является основной. Информация на маркировке дублирует тот же вид информации в товаросопроводительных документах. Несовпадение данных основополагающей информации может быть следствием фальсификации товаров.

Необходимость такого дублирования обусловлена общностью идентифицирующей функции маркировки и товаросопроводительной документации. Однако в отличие от товаросопроводительной документации маркировка предназначена для всех субъектов коммерческой деятельности, а для основной массы потребителей является практически единственным доступным средством товарной информации. Поэтому в маркировке удельный вес коммерческой информации значительно меньше.

Идентифицирующая функция маркировки чрезвычайно важна, т.к. обеспечивает прослеживаемость товарных партий на всех этапах товародвижения.

Эмоциональная и мотивационная функции маркировки взаимосвязаны. Красочно оформленная

маркировка, поясняющие тексты, применение общепринятых символов вызывают у потребителя положительные эмоции и служат важной мотивацией для принятия решения о покупке товара. В зависимости от места нанесения различают маркировку производственную и торговую (см. ниже).

Маркировка должна соответствовать требованиям стандартов, других нормативных документов. Требования к производственной маркировке устанавливаются в основном стандартами на маркировку и упаковку, а также общетехническими условиями стандартов на продукцию.

Требования к торговой маркировке в меньшей степени разработаны, чем к производственной. Отдельные требования к торговой маркировке устанавливаются правилами продажи отдельных групп продовольственных и непродовольственных товаров, а также региональными правилами розничной торговли. К маркировке предъявляются общие требования для товаров, работ, услуг информации. Кроме того, для маркировки как для средства доведения информации до покупателей предъявляются специфические для маркировки требования: четкость текста и иллюстраций; наглядность; однозначность текста, его соответствие потребительским свойствам товара; достоверность (приведенные на маркировке сведения не должны вводить получателя и потребителя в заблуждение относительно количества, качества, изготовителя, страны происхождения); использование для маркировки несмываемых красителей, разрешенных для применения органами Госкомсанэпиднадзора.

Производственная маркировка - текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем (исполнителем) на товар и (или) упаковку и (или) другие носители информации. Носителями производственной маркировки могут быть:

1) этикетки - наносятся типографским или иным способом на товар или упаковку. Кроме того, они могут быть самостоятельным носителем информации, который приклеивается или прикладывается к товару. Например, большинство упакованных в производственных условиях продовольственных товаров имеют на упаковке этикетку, на которую текст, рисунки и другая информация нанесены типографским способом. Этикетирование консервных банок осуществляется путем приклеивания бумажной этикетки или нанесения ее литографским способом. Иногда этикетку наносят непосредственно на товар (например, так производят маркировку на донышке посуды, на электробытовых товарах).

Этикетки отличаются значительной информационной емкостью. Кроме текста, они часто содержат изображения, символы. Из всех носителей маркировки этикетка содержит наиболее обширные по количеству характеризующих признаков сведения. Маркировка на этикетках может содержать пояснительные тексты;

2) кольеретки - разновидность этикеток, имеют особую форму, наклеиваются на горлышко бутылок. Кольеретки не несут большой информационной нагрузки, в основном их назначение - эстетическое оформление бутылок. Применяются для бутылок с алкогольными, безалкогольными напитками и пивом вместе с основной этикеткой, самостоятельного значения не имеют. На кольеретке могут быть указаны наименование напитка, изготовитель, год изготовления или информационные знаки. Иногда на кольеретках вообще отсутствует информация;

3) вкладыши - это разновидность этикеток, отличаются от них направленностью товарной информации, предназначены для сообщения кратких сведений о наименовании товара, изготовителе (содержат наименование организации, номер смены). Иногда вкладыши могут содержать краткую характеристику потребительских свойств товара, в первую очередь - функционального назначения. Тогда вкладыш приобретает дополнительные функции - рекламного листка или проспекта, но в отличие от них рекламная функция вкладыша не является основной, а реализуется через характеристику товара. Такие вкладыши часто встречаются в упаковке различных косметических средств. Наиболее часто применяют вкладыши для кондитерских изделий: конфет, печенья, пряников в коробках; для парфюмерно-косметических и лекарственных средств; товаров бытовой химии;

4) бирки - носители маркировки, которые приклеиваются, прикладываются или подвешиваются к товару. Для них характерны меньшая информационная емкость, ограниченный перечень сведений, отсутствие рисунков.

Бирки отличаются от ярлыков меньшей информативностью. Они могут быть очень лаконичными, указывая только наименование либо фабричную марку, либо только название фирмы-изготовителя;

5) ярлыки - это носители информации, содержащие наименование товара, фирмы изготовителя, его адрес, сорт, цену, дату выпуска, а также ряд идентифицирующих данных, таких как артикул изделия, номер модели, размер, дата выпуска. Ярлык может содержать фирменный и товарный знаки, другие необходимые условные обозначения;

6) контрольные ленты - это носители краткой дублирующей товарной информации, выполняемой на небольшой ленте и предназначенной для контроля или восстановления сведений о товаре в случае утраты этикетки, бирки или ярлыка. Они могут применяться в дополнение, реже - взамен других носителей информации. Особенностью контрольных лент является преобладание

цифровой или символической информации, цель которой - указание артикула изделий, номера модели, размера, сорта, иногда артикула тканей, эксплуатационных знаков и др. Контрольные ленты наиболее часто применяются для одежно-обувных товаров, причем у обуви сведения контрольной ленты чаще наносятся на подкладку или внутреннюю часть;

7) клейма и штампы - носители информации, предназначенные для нанесения идентифицирующих условных обозначений на товары, упаковку, этикетки с помощью специальных приспособлений установленной формы. В зависимости от места нанесения различают клейма и штампы производственные и торговые; от назначения - ветеринарные, товароведные, карантинные и прочие; от формы - овальные, прямоугольные, квадратные, треугольные, ромбовидные.

Клеймение и штампование как способы маркирования применяются для отдельных продовольственных и непродовольственных товаров. Для мяса и мясопродуктов, включая субпродукты и жир-сырец, ветеринарное клеймение является обязательным. Клеймят мясные туши убойных животных и тушки птицы. Штампы могут быть нанесены на доньшко металлических консервных банок и металлические крышки стеклянных банок, упаковки из полимерных и комбинированных материалов для соков, напитков, вина, молока и других продуктов. Существует несколько способов клеймения и штампования товаров и упаковок: нанесение клейма или штампа несмываемой краской, разрешенной органами Минздрава РФ; выжигание электроклея; выдавливание штампов; вдавливание пластмассовых или казеиновых цифр, букв в продукт.

Наиболее распространенный способ, применяемый для большинства товаров, - нанесение клейма или штампа несмываемой краской. Электроклея выжигают в основном на тушках птиц; 8) рельефная маркировка в виде выдавленных букв, цифр, иных условных обозначений встречается на металлических консервных банках, реже на крышках стеклянных банок. Кроме того, этим способом маркируют двигатели автомобилей, а также некоторые товары сложнотехнического назначения. Рельефная маркировка встречается и на стеклянной упаковке (бутылки, банки), иногда на стеклянной посуде (например, на доньшке граненых стаканов).

Вдавливание пластмассовых или казеиновых цифр применяется для маркировки сыров.

К клеймам и штампам предъявляют следующие требования: четкость оттисков клейм; сохраняемость независимо от внешних воздействий; безопасность применяемых способов клеймения и штампования; сохранение товарного вида продуктов и изделий, на которые наносят клейма и штампы; соблюдение установленных правил клеймения и штампования.

Торговая маркировка - текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем на товарные (или) кассовые чеки, упаковки и (или) товар.

Носителями торговой маркировки служат ценники, товарные и кассовые чеки. В отличие от производственной торговой маркировки наносится не на товар, а на указанные носители или эксплуатационные документы.

Другое отличие торговой маркировки от производственной заключается в том, что ее идентифицирующая функция в большей степени связана с указанием данных о продавце, в меньшей - с информацией о товаре. Это обусловлено особенностями носителей торговой маркировки: небольшими размерами, заполнением для каждого товара или покупки, большими затратами ручного труда на маркирование, ограниченными техническими возможностями нанесения информационных данных. Благодаря идентифицирующей функции торговая маркировка служит основанием для предъявления претензий продавцу в случае выявления дефектов товаров и нанесения ущерба потребителю.

Требования, предъявляемые к содержанию торговой маркировки, регламентируются рядом нормативных актов.

Кассовые чеки и ценники как носители торговой информации обязательны при реализации всех товаров в организациях розничной и мелкорозничной торговли.

Товарные чеки применяются только при продаже непродовольственных товаров, причем правилами установлен обязательный порядок выдачи вместе с погашенным кассовым чеком и товарного чека с обозначением номера (названия) магазина, даты покупки, артикула, сорта, цены только при покупке радио- и электробытовых товаров. При продаже тканей, одежды и обуви покупателю вместе с товаром в обязательном порядке выдаются кассовый и товарный чеки с обозначением реквизитов предприятия, даты покупки, цены.

