

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра метрологии, стандартизации и сертификации

Право потребителя на информацию о товаре и продавце

Методические указания

Составители:

И.В. Колчина, Д.И. Явкина

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Оренбургский государственный университет» для обучающихся по образовательным программам высшего образования по направлениям подготовки: 27.03.01 Стандартизация и метрология; 27.03.02 Управление качеством

Оренбург

2020

УДК 006.002
ББК 30ц
П 62

Рецензент – доцент, кандидат технических наук А.Л. Воробьев

П 62 Право потребителя на информацию о товаре и продавце:
методические указания / составители И.В. Колчина, Д.И. Явкина;
Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург : ОГУ, 2020. – 28 с.

В методических указаниях представлены учебные материалы, необходимые при выполнении практических работ, а также при самостоятельном изучении дисциплин: «Защита прав потребителя», «Законодательный кодекс потребителя». Методические указания включают в себя теоретический материал, описание хода занятия и вопросы для самоконтроля.

Методические указания предназначены обучающимся по направлениям подготовки 27.03.01 Стандартизация и метрология и 27.03.02 Управление качеством по дисциплинам: «Защита прав потребителя», «Законодательный кодекс потребителя».

УДК 006.002
ББК 30ц

© Колчина И.В.,
Явкина Д.И.,
составление, 2020
© ОГУ, 2020

Содержание

Введение.....	4
1 Общие указания по выполнению практических работ	6
2 Практическая работа «Право потребителя на надлежащее качество товаров, работ услуг и безопасность товаров»	8
2.1 Методический материал.....	8
2.2 Порядок выполнения работы.....	15
2.3 Форма отчетности	15
Контрольные вопросы и задания.....	15
3 Практическая работа «Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце)»	18
3.1 Методический материал.....	18
3.2 Порядок выполнения работы.....	26
3.3 Форма отчетности	26
Контрольные вопросы и задания.....	27
Список используемых источников.....	28

Введение

Защита прав потребителей – понятие, недавно вошедшее в нашу действительность. Работы по правовому и организационному обеспечению выдвинули защиту прав потребителей в число основных направлений социально-экономической политики государства.

Федеральный закон «О защите прав потребителей» регламентирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами, владельцами агрегаторов информации о товарах (услугах) при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), о владельцах агрегаторов информации о товарах (услугах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав [1].

В методических указаниях рассмотрено право потребителя: на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце); на надлежащее качество товаров, работ и услуг. Кроме этого, следует подчеркнуть, что в каждом административном округе существует горячая линия потребителя, позвонив на которую, можно получить грамотную консультацию по разрешению возникшего конфликта.

Изучение материалов, представленных в методических указаниях, позволит сформировать следующие компетенции: «ОК-4 способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности, ПК-18 способность изучать научно-техническую информацию, отечественный и зарубежный опыт в области метрологии, технического регулирования и управления качеством».

Процесс изучения дисциплин направлен на формирование следующих результатов обучения:

Знать:

- положения ФЗ РФ «О защите прав потребителей» и иметь достаточно полное представление о возможностях применения его положений и выводов в профессиональной деятельности;

- роль и права органов по защите прав потребителей;

- этапы развития технического прогресса, развития метрологии, стандартизации, сертификации и методов контроля качества и их влияние на обеспечение прав потребителя.

Уметь:

- работать с комментариями ФЗ РФ «О защите прав потребителей» и знать содержание основных положений;

- самостоятельно использовать нормативный материал при защите прав потребителей в конкретной ситуации;

- выявлять и доводить информацию до потребителей;

- объяснять влияние метрологии, стандартизации, сертификации, управления качеством и контроля качества на развитие потребительского общества и обеспечение прав потребителя.

Владеть:

- новыми знаниями, используя современные образовательные технологии;

- знаниями по защите прав и интересов потребителей;

- навыками профессиональной аргументации при разборе стандартных ситуаций в сфере предстоящей деятельности;

- методами и средствами поиска и оценки нормативно-правовой информации в области защиты прав потребителя.

1 Общие указания по выполнению практических работ

Для закрепления и более глубокого изучения материала дисциплин «Защита прав потребителя» и «Законодательный кодекс потребителя» в учебном плане отведено 16 часов на проведение практических работ. Темы практических работ соответствуют рабочей программе по данной дисциплине, доступ к которым есть в личном кабинете обучающегося. К практическим работам студент должен быть предварительно подготовлен путем изучения настоящих методических указаний и соответствующих разделов учебного материала (лекции, интернет ресурсы, учебная литература). Использование гиперссылок по тексту методических указаний позволит получить полную информацию по изучаемой теме.

Работа на практических занятиях выполняется индивидуально. На практических занятиях студенты овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются в процессе применения в жизненных ситуациях. Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

Методические указания включает в себя следующие разделы, необходимые для выполнения:

- обозначение темы работы;
- формулировка цели работы;
- методический материал;
- порядок выполнения работы;
- форму отчетности;
- список рекомендуемой литературы;
- контрольные вопросы.

При оформлении практических работ необходимо придерживаться требований СТО 02069024.101-2015. Итогом практических занятий является отчет, содержащий выводы по изученному материалу.

2 Практическая работа «Право потребителя на надлежащее качество товаров, работ услуг и безопасность товаров»

Цель работы: Изучить ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и статью 14.4 «Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», идентифицировать право потребителя на надлежащее качество товаров, работ услуг и безопасность товаров. Привести примеры из практики.

2.1 Методический материал

Право потребителя на надлежащее качество товаров, работ услуг и безопасность товаров в Российской Федерации определено ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителя» статьями 2-5,9-10,18,19,29. В соответствии с требованиями ФЗ № 2300-1 «если международным договором Российской Федерации установлены иные правила о защите прав потребителей, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом, применяются правила международного договора...» [1].

Федеральный закон № 2300-1 устанавливает право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей, которое обеспечивается посредством включения соответствующих требований в федеральные государственные образовательные стандарты и образовательные программы, а также посредством организации системы информации потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав.

На рисунке 2.1 представлены требования (условия) ст. 4 ФЗ №2300-1, выполнение которых направлено на обеспечение соответствия качества товаров (работ, услуг).



Рисунок 2.1 – Условия, обеспечивающие необходимое соответствие качества товаров требованиям ФЗ № 2300-1

ФЗ № 2300-1 устанавливает следующие определения:

1) срок службы – период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за существенные недостатки.

2) гарантийный срок – период, в течение которого в случае обнаружения в товаре (работе) недостатка изготовитель (исполнитель), продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны удовлетворить требования потребителя, установленные статьями 18 и 29 Закона № 2300-1;

3) владелец агрегатора информации о товарах (услугах) (далее - владелец агрегатора) – организация независимо от организационно-правовой формы, которые являются владельцами программы для электронных вычислительных машин и (или) владельцами сайта и (или) страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара (услуги) возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг), а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов.

Изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок службы товара (работы) длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде.

Изготовитель (исполнитель) обязан обеспечивать безопасность товара (работы) в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы).

Если в соответствии с пунктом 1 статьи 5 Закона «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель) не установил на товар (работу) срок службы, он обязан обеспечить безопасность товара (работы) в течение десяти лет со дня передачи товара (работы) потребителю.

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие необеспечения безопасности товара (работы), подлежит возмещению.

Информация для потребителя представлена на рисунке 2.2.

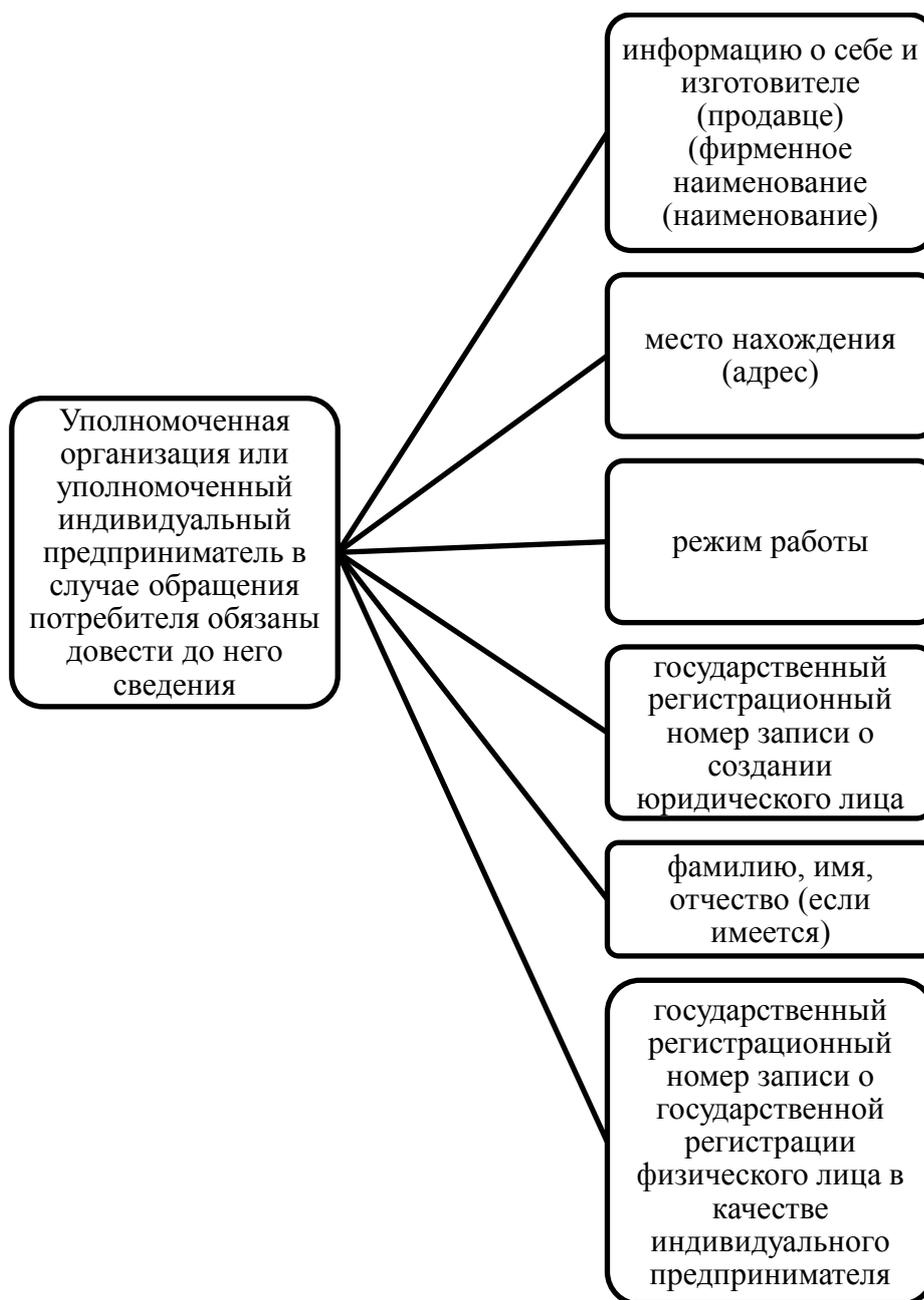


Рисунок 2.2 – Информация для потребителя от уполномоченной организации

Уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель вправе довести до сведения потребителей информацию о себе посредством ее размещения на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информацию об изготовителе (продавце) посредством размещения на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» ссылки на страницу сайта

изготовителя (продавца) в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», содержащую информацию об изготовителе (продавце).

Владелец агрегатора обязан довести до сведения потребителей информацию о себе и продавце (исполнителе) (фирменное наименование (наименование), место нахождения (адрес), режим работы, государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица, фамилию, имя, отчество (если имеется), государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя), а также об имеющихся изменениях в указанной информации.

Перечень товаров (работ, услуг), информация о которых должна содержать противопоказания для их применения при отдельных заболеваниях, утверждается Правительством Российской Федерации.

В случае спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель), уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер обязаны провести экспертизу товара за свой счет. Экспертиза товара проводится в сроки, установленные статьями 20, 21 и 22 ФЗ № 2300-1 для удовлетворения соответствующих требований потребителя. Потребитель вправе присутствовать при проведении экспертизы товара и в случае несогласия с ее результатами оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Если в результате экспертизы товара установлено, что его недостатки возникли вследствие обстоятельств, за которые не отвечает продавец (изготовитель), потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю), уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на хранение и транспортировку товара.

Гарантийный срок товара, а также срок его службы исчисляется со дня передачи товара потребителю, если иное не предусмотрено договором. Если

день передачи установить невозможно, эти сроки исчисляются со дня изготовления товара.

Для сезонных товаров (обуви, одежды и прочих) эти сроки исчисляются с момента наступления соответствующего сезона, срок наступления которого определяется соответственно субъектами Российской Федерации исходя из климатических условий места нахождения потребителей.

При продаже товаров по образцам, по почте, а также в случаях, если момент заключения договора купли-продажи и момент передачи товара потребителю не совпадают, эти сроки исчисляются со дня доставки товара потребителю. Если потребитель лишен возможности использовать товар вследствие обстоятельств, зависящих от продавца (в частности, товар нуждается в специальной установке, подключении или сборке, в нем имеются недостатки), гарантийный срок не течет до устранения продавцом таких обстоятельств. Если день доставки, установки, подключения, сборки товара, устранения зависящих от продавца обстоятельств, вследствие которых потребитель не может использовать товар по назначению, определить невозможно, эти сроки исчисляются со дня заключения договора купли-продажи.

Срок годности товара определяется периодом, исчисляемым со дня изготовления товара, в течение которого он пригоден к использованию, или датой, до наступления которой товар пригоден к использованию.

Продолжительность срока годности товара должна соответствовать обязательным требованиям к безопасности товара.

В соответствии со ст. 29 ФЗ «О защите прав потребителей» – исполнитель отвечает за недостатки работы (услуги), на которую не установлен гарантийный срок, если потребитель докажет, что они возникли до ее принятия им или по причинам, возникшим до этого момента.

В отношении работы (услуги), на которую установлен гарантийный срок, исполнитель отвечает за ее недостатки, если не докажет, что они

возникли после принятия работы (услуги) потребителем вследствие нарушения им правил использования результата работы (услуги), действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ) Статья 14.4. Продажа товаров, не соответствующих образцам по качеству, выполнение работ либо оказание населению услуг, не соответствующих требованиям нормативных правовых актов, устанавливающих порядок (правила) выполнения работ либо оказания населению услуг, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.4.2 Кодекса – влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц – от трех тысяч до десяти тысяч рублей; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, – от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от двадцати тысяч до тридцати тысяч рублей.

Повторное совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 ФЗ № 2300-1 – влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до пяти тысяч рублей; на должностных лиц – от семи тысяч до пятнадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до одного года; на лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность без образования юридического лица – от пятнадцати тысяч до тридцати тысяч рублей с конфискацией предметов административного правонарушения либо без таковой; на юридических лиц – от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей с конфискацией предметов административного правонарушения либо без таковой [2].

2.2 Порядок выполнения работы

Изучить методический представленный материал. Проанализировать реально существующие ситуации (интернет-источники и другая доступная информация), касающиеся права потребителя на надлежащее качество товаров, работ услуг и безопасность товаров. Привести примеры и ответить на контрольные вопросы в рабочей тетради.

2.3 Форма отчетности

Изучить методический материал и выполнить самостоятельную работу с контрольными вопросами.

Контрольные вопросы и задания

1 Какими статьями ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителя» регламентируется право потребителя на надлежащее качество товаров, работ услуг и безопасность товаров?

2 Что должен сделать изготовитель (исполнитель), если он не установил на товар (работу) срок службы?

3 В случае обращения потребителя в организацию по защите прав потребителя, какие сведения должны предоставить Уполномоченная организация или Уполномоченный индивидуальный предприниматель?

4 Кем утверждается перечень товаров (работ, услуг), информация о которых должна содержать противопоказания для их применения при отдельных заболеваниях?

5 Что обязаны сделать уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер в случае

спора о причинах возникновения недостатков товара по требованию потребителя?

6 Укажите, как исчисляется гарантийный срок и срок службы товара?

7 Объясните, как определяется срок годности товара?

8 Чему должна соответствовать продолжительность срока годности товара?

9 Что обязан сделать продавец (исполнитель) при отсутствии в договоре условий о качестве товара (работы, услуги)?

10 Расскажите, какую ответственность несет за собой продажа товаров, не соответствующих образцам по качеству, выполнение работ либо оказание населению услуг, не соответствующих требованиям нормативных правовых актов, устанавливающих порядок (правила) выполнения работ либо оказания населению услуг?

Для приведенных ниже реальных ситуаций, возникающих на практике, необходимо провести их разбор и анализ в соответствии с ФЗ «О защите прав потребителя»:

Ситуация 1. Гражданин купил холодильник «Север». В течение гарантийного срока он сломался. Что можно сделать и какие права покупатель имеет? Можно ли обменять холодильник приобретенной в магазине марки на холодильник «STINOL»?

Ситуация 2. Гражданка купила туфли, которые красят ноги. Написала заявление в магазин с требованием об обмене, но ей отказали, сообщив, что по проведенной ими экспертизе туфли нормальные. Что делать?

Ситуация 3. Гражданин купил мобильный телефон, через несколько дней он стал плохо работать. Он обратился в магазин с требованием о его замене, но ему заявили, что он, видимо, неправильно с ним обращался, и послали в гарантийную мастерскую для получения заключения по причинам порчи. Правомерно ли это?

Ситуация 4. Гражданин купил магнитофон, который сразу сломался. Он хочет вернуть его в магазин и получить назад свои деньги, но магазин упорно предлагает провести ремонт – 3 недели назад гражданин подал им претензию с требованием о расторжении договора купли-продажи, но письменного ответа не получил. Решил обращаться в суд. Какую сумму компенсации гражданин вправе требовать?

Ситуация 5. Гражданка подала иск к туристской фирме, для суда она наняла адвоката. Если она проиграет суд, то должна будет оплатить адвоката или для потребителей суд обходится бесплатно.

3 Практическая работа «Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце)»

Цель работы: Изучить Федеральный Закон «О защите прав потребителей» в области обеспечения права потребителя на получение информации об изготовителе (исполнителе, продавце). Ознакомиться со способами представления информации о товаре.

3.1 Методический материал

В соответствии с ФЗ «О защите прав потребителей» потребителем является гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающие, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [3].

Как правило, потребитель придает значение информации о наличии у субъекта опыта в осуществлении определенной деятельности, об уровне образования специалистов, наличии у них званий, наград и т.д., связанных с определенной деятельностью. Часто подобная ложная информация встречается в рекламе услуг юридического и экономического характера, в которой сообщается о наличии у лица статуса адвоката или аудитора, хотя соответствующий статус отсутствует. Такие факты, безусловно, являются случаями нарушения прав потребителей на предоставление надлежащей информации. При этом на практике имеют место случаи введения в заблуждение потребителя при смешении товарных знаков, имеющих сводное семантическое и графическое представление, получающих существенное внешнее сходство. Иногда такие ситуации являются злоупотреблением изготовителей, когда сходство товарных знаков возникает вследствие не случайного сочетания определенных параметров, а намеренного

использования элементов, сходных с товарными знаками, зарекомендовавшими себя с положительной стороны. Кроме того, в данном случае важна степень сходства не только товарных знаков, но и самих товаров. То есть при близком соседстве и внешнем сходстве продукции вероятность смешения очень велика. При сходстве товарных знаков продукции разного назначения эта вероятность почти исключена [3].

Право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах (работах, услугах) закреплено законодательно. Согласно 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). Уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель по требованию потребителя обязаны предоставить подтверждение своих полномочий, вытекающих из заключенного ими договора с изготовителем (продавцом)» [4].

В Законе о защите прав потребителей установлен перечень информации, которую изготовитель, исполнитель, продавец обязаны предоставить потребителю о самих себе. Согласно ст. 9 Закона изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске [3].

Если вид деятельности, осуществляемый изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию и (или) исполнитель имеет государственную аккредитацию, то до сведения потребителя должна быть доведена информация о:

- виде деятельности изготовителя (исполнителя, продавца);

- номере лицензии и (или) номере свидетельства о государственной аккредитации;
- сроках действия указанных лицензии и (или) свидетельства;
- органе, выдавшем указанные лицензию и (или) свидетельство.

Маркировкой, согласно ГОСТ 17527-2014, является информация в виде знаков, надписей, пиктограмм, символов, наносимая на упаковку и/или сопроводительные документы для обеспечения идентификации, информирования потребителей [5].

Главным назначением маркировки является доведение основных сведений о товаре до потребителей, а также идентификация товара.

Функции маркировки:

1. *Информационная функция* – доведение до заинтересованных субъектов всех необходимых сведений о товаре, регламентируемых Федеральным законом «О защите прав потребителей».

2. *Идентифицирующая функция* – доведение до потребителей, продавцов, экспертов и контролирующих органов информации, позволяющей идентифицировать товары – установить их соответствие действующим законам, ГОСТ, договорам по ассортиментной принадлежности, качеству и безопасности.

3. *Эмоциональная и мотивационная функции* – воздействие маркировки товара на психоэмоциональное состояние потребителей для удовлетворения эстетических потребностей, а также мотивации покупки. В современных условиях производители стремятся привлечь внимание покупателей к своим товарам с помощью упаковки и маркировки для увеличения доли продаж [6].

Товарная маркировка является первым информационным блоком, с которым встречается потребитель при покупке товара, и содержит всю основную информацию.

При этом маркировка товаров должна быть:

- четкой и разборчивой, выделяться или размещаться на фоне, контрастном по отношению к цвету упаковки (изделия);
- устойчивой к воздействию климатических факторов;
- сохраняться в течение всего допустимого срока использования товара;
- достаточной для обеспечения безопасного обращения с товарами.

В структуре маркировки можно выделить три основных элемента: текст, рисунок, информационные знаки.

Текст является наиболее распространенным элементом, наиболее доступным для потребителей и других субъектов рыночных отношений. В тексте товарной маркировки могут быть использованы все формы товарной информации.

Маркировка **продовольственных** товаров, представленная на рисунке 3.1, должна содержать следующую информацию:

- наименование продукта и его вид, сорт, марку;
- наименование страны, производителя и его адрес;
- массу нетто или объем продукта;
- состав – наименования основных ингредиентов, входящих в состав продукта, включая пищевые добавки;
- пищевую ценность (калорийность, количество белков, жиров и углеводов, а также наличие витаминов);
- условия хранения;
- срок годности, дату изготовления;
- способ приготовления (для полуфабрикатов и продуктов, предназначенных для детского питания);
- рекомендации по использованию (для биологически активных пищевых добавок);
- обозначение нормативно-технического документа, на основании которого произведен товар;

- информацию о подтверждении соответствия [7].



Рисунок 3.1 – Пример маркировки продовольственных товаров

Маркировка *непродовольственных* товаров (рисунок 3.2) должна содержать следующую информацию:

- наименование товара;
- наименование страны, производителя, его адрес;
- назначение (область использования);
- основные свойства и характеристики;
- правила и условия эффективного и безопасного использования;
- обозначение нормативно-технического документа, на основании которого произведен товар;
- информация о подтверждении соответствия [8].

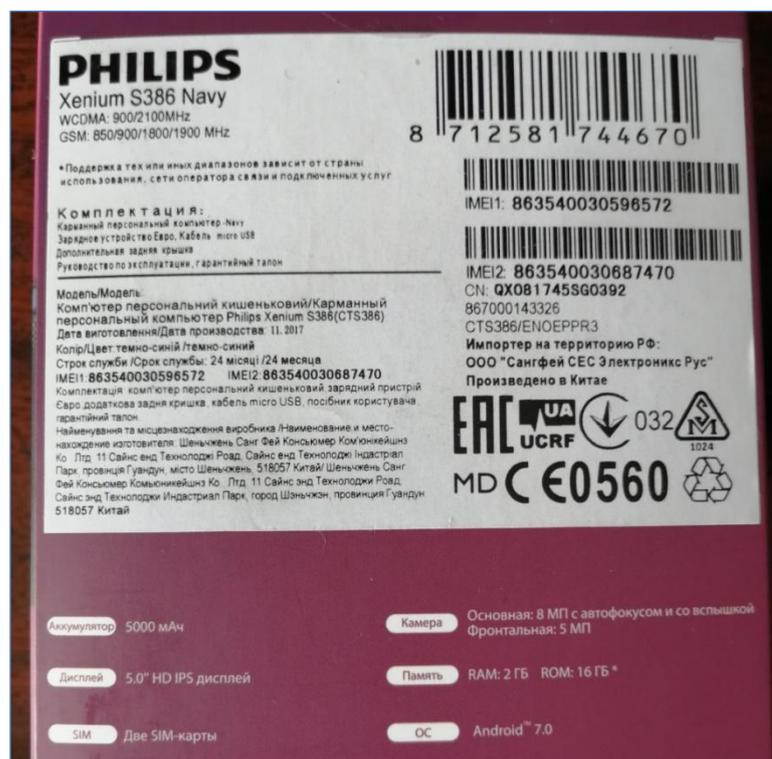


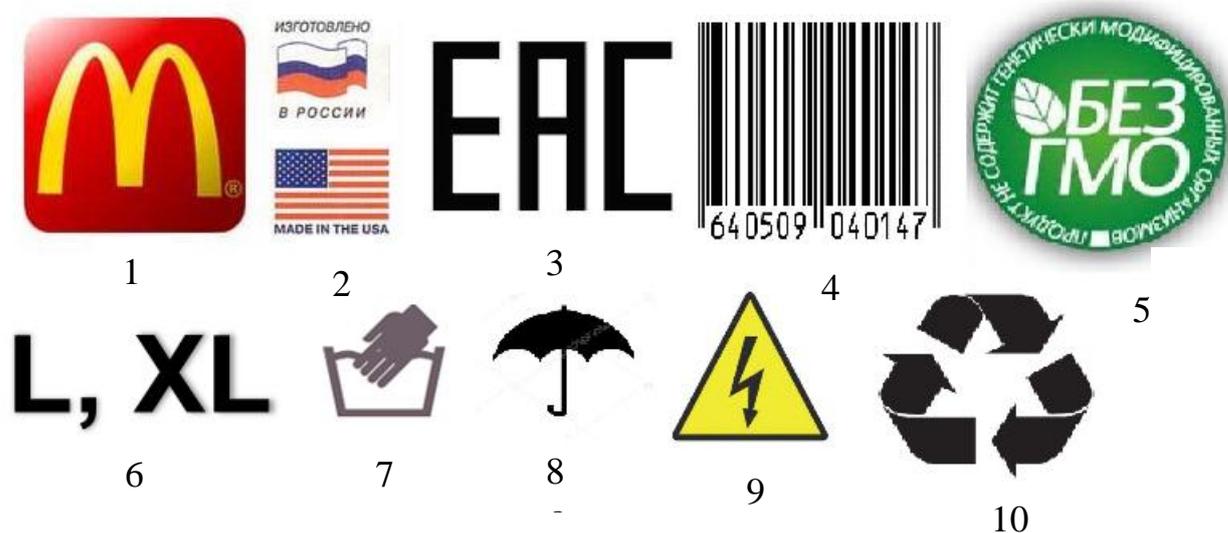
Рисунок 3.2 – Пример маркировки непродовольственных товаров

Рисунок наносится на товар для выполнения эмоциональной и мотивационной функции (рисунок 3.3). Именно наличие красочного рисунка способствует выбору товара потребителями. Однако он не всегда присутствует на маркировке.



Рисунок 3.3 – Примеры рисунков на продовольственном и непродовольственном товарах

Информационные знаки представляют собой краткие и информативные изображения, несущие определенную информацию. Многие информационные знаки расшифровать под силу только специалистам в области торговли. Применяемые в настоящее время информационные знаки разделяют на следующие группы (рисунок 3.4): товарные знаки (1), знаки наименования мест происхождения товаров (2), знаки соответствия или качества (3), штриховые коды (4), компонентные знаки (5), размерные (6), эксплуатационные (7), манипуляционные (8), предупредительные (9), экологические (10).



1 – товарный знак McDonald's; 2 – знаки происхождения товаров из России и США; 3 – единый знак обращения продукции на рынке Евразийского экономического союза; 4 – штрих код; 5 – знак для условного обозначения продуктов питания без генетически модифицированных организмов; 6 – знаки размера одежды; 7 – знак ручной стирки; 8 – знак «беречь от влаги»; 9 – знак, предупреждающий о высоком напряжении; 10 – международный знак вторичной переработки

Рисунок 3.4 – Примеры информационных знаков в соответствии с групповой принадлежностью

Известны следующие виды маркировок:

1. Производственную – маркировка, наносимая предприятием – изготовителем товаров и регламентируемая в первую очередь ФЗ «О защите прав потребителей» и действующими техническими регламентами на продукцию. Носители производственной маркировки – этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы представлены на рисунке 3.5.



1 – этикетка; 2 – кольеретка; 3 – бирка; 4 – контрольная лента

Рисунок 3.5 – Носители производственной маркировки

2. Торговую – маркировка, наносимая поставщиком или продавцом товаров (услуг). Носители торговой маркировки – товарные и кассовые чеки, а также ценники.

2.2 Порядок выполнения работы

Изучить методический материал, приведенный в методических указаниях, выполнить анализ положений 8 и 9 статей ФЗ «О защите прав потребителей». Изучить основные положения рекомендуемой литературы в соответствии электронными ссылками. Ответить на контрольные вопросы.

2.3 Форма отчетности

Составить конспект по методическому материалу и письменно ответить на контрольные вопросы в тетради.

Контрольные вопросы и задания

- 1 Обозначьте статьи ФЗ «О защите прав потребителей», регламентирующие информацию об изготовителе.
- 2 Какую информацию потребитель вправе потребовать об изготовителе?
- 3 Что обязана предоставить по просьбе потребителя уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель?
- 4 Дайте определение маркировки в соответствии с ГОСТ 17527-2014.
- 5 Опишите основные функции маркирования продукции.
- 6 Распишите требования к маркировке, наносимой на упаковку.
- 7 Что включает в себя маркировка продовольственного товара (в соответствии с ГОСТ 51074-2003)?
- 8 Какая информация указывается при маркировании непродовольственного товара (в соответствии с ГОСТ Р 51121-97)?
- 9 Какие информационные знаки позволяют эмоционально мотивировать к покупке товара? Привести пример.
- 10 Перечислите отличительные признаки производственной и торговой маркировок?

Список используемых источников

1. КонсультантПлюс: ФЗ № 2300-1 от 07.02.1992 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
2. КонсультантПлюс: ФЗ №195 от 30.12.2001 (ред. от 02.12.2019) «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
3. Федеральный закон от 9 января 1996 года N 2-ФЗ «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8779/
4. Право потребителя на информацию о продавце, изготовителе, исполнителе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.zakonoved.com/pravo-potrebitelya-na-informaciyu/>
5. ГОСТ 17527-2014 (ISO 21067:2007) Упаковка. Термины и определения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200112767>
6. Маркировка товара, ее виды и требования к маркировке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/tovarovedenie/markirovka-tovara.html>
7. ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования (с Изменениями N 1, 2) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/1200035978>
8. ГОСТ Р 51121-97 Товары непродовольственные. Информация для потребителя. Общие требования (с Поправкой) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/901709304>