



**«ИНФОРМАЦИЯ О ТОВАРАХ И
УСЛУГАХ. ОПТИМИЗАЦИЯ
РАСХОДОВ»**

Здравствуйте!

Сегодня мы поговорим с вами о товарах и услугах и оптимизации расходов.

Расскажите, бывало ли у вас такое, что родители принесли из магазина несвежий продукт, и вы не знали, что с ним делать? Или, может быть, вы не сохранили гарантию на телевизор, а он сломался? Как вы поступали? А сталкивались ли вы с ситуацией, когда вам нужно было выбрать какой-либо товар, но вы не знали, как и с чего начать?

Итак, сегодня мы разберем с вами все названные проблемы и научимся их решать.

«ПОЧЕМУ МЫ СОВЕРШАЕМ ПОКУПКИ?»

Друзья, почему вы совершаете покупки?

Действительно, вчера вы обсуждали, что, совершая покупки, мы удовлетворяем свои потребности. Таким образом, мы становимся потребителями.

Как вы понимаете слово «потребитель»?

Человек становится потребителем уже тогда, когда только думает о покупке.

- **Потребитель** – это человек, пользующийся, приобретающий или собирающийся приобрести товары и услуги для личного, домашнего, семейного пользования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Потребитель имеет право на полную и достоверную информацию о приобретаемом товаре или услуге, и Вы получаете такое право, когда только начинаете думать о покупке. Существуют товары и услуги, качество которых невозможно определить до потребления: к ним относятся книги, шампуни, машины и многое другое. Качество некоторых услуг сложно оценить даже после потребления, например, медицинские и образовательные услуги, услуги страховых компаний.

По Закону о защите прав потребителей, Вы можете требовать от продавца предоставления полной информации. Если бы потребителю не предоставлялись права, в том числе право на достоверную информацию до совершения покупки, то продавцы вели бы себя недобросовестно, и с целью увеличения своей прибыли выдавали бы низкокачественные и бракованные товары за товары высокого качества. В таких условиях с течением непродолжительного времени на рынке остаются лишь товары низкого качества, а остальные «вымываются». Поэтому законодательство закрепляет право потребителя и обязанности продавца вести себя в данном случае добросовестно.

Давайте подумаем, кто же такой продавец?

- **Продавец** – это частное лицо или организация, которая продает товары или услуги.

Все организации в России должны быть юридически зарегистрированы: Если речь идет о крупной компании с тысячами сотрудников, то она скорее всего будет зарегистрированной как акционерное общество (АО) или общество с ограниченной ответственностью (ООО). Если частное лицо занимается продажей товаров или оказанием услуг на постоянное основе с целью извлечения прибыли, то оно тоже должно быть зарегистрировано – в качестве индивидуального предпринимателя ИП. Помимо товаров мы покупаем услуги, и тогда необходимо понимать, кто является исполнителем услуги.

- **Исполнитель** – это любое лицо (предприятие, организация, фирма, частное лицо), выполняющее работу или оказывающее услуги по заказу, заданию другого лица или согласно договору работ и услуг.

Давайте разберем такой пример. В помещении продуктового магазина есть стойка, где вы можете за деньги распечатать фотографии. **К кому вы обратитесь, если фотографии пропечатались плохо?** Если вы недовольны работой фирмы, напечатавшей вам фотографии, не имеет смысла предъявлять претензии магазину, ведь вам ответят, что магазин не несет ответственности за деятельность

другой организации. Вам нужно обращаться непосредственно к тому, кто занимается печатью фотографий.

«УСЛУГА, ИСПОЛНИТЕЛЬ, ДОГОВОР»

В данном примере мы столкнулись с приобретением не товара, а услуги.

■ **Услуга** – это деятельность организации-исполнителя, осуществляемая за плату и на основании договора с целью удовлетворения нематериальных нужд потребителя.

Как мы с вами говорили вчера, пользоваться услугами нам необходимо, потому что их предоставляют профессионалы, которые делают это качественно и сэкономят наше время, а иногда и деньги. Услуги нам оказывают, в том числе и финансовые организации, например, банки. Допустим, перед вами стоит выбор. У вас есть некоторая сумма денег, которую вы хотите сохранить и приумножить. Вы можете дать эти деньги в долг друзьям или положить деньги в банк. **Как вы думаете, какой вариант выгоднее для вас?** Выгоднее положить деньги в банк, так как приумножением ваших средств займутся профессионалы. В случае займа друзьям, вы должны, во-первых, найти таких друзей, а во-вторых, быть уверенными, что они вернут вам деньги.

Скажите, а в случае если мы отдаем деньги в банк, обязан ли банк вернуть нам наши деньги? И почему? Вот мы столкнулись с новым понятием – договор. **Друзья, кто-нибудь может объяснить, что это такое?**

■ **Договор** - это соглашение двух или более сторон об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей (ст. 420 ГК РФ).

В договоре освещаются все детали предстоящей сделки. Договор должен заключаться добровольно. В договоре все его содержание определяется сторонами, заключающими договор, и заключается он только в том, случае, если каждая из сторон согласна с любым пунктом договора. Подписывая договор, сторона берет на себя обязанности по выполнению условий договора. Поэтому обязательно внимательно читайте договор перед тем, как его подписывать!

«АЛЬТЕРНАТИВЫ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ»

Как мы с вами обсудили: в случае, если вы собираетесь что-то купить, ваше решение должно быть добровольным. Когда мы принимаем какие-либо решения относительно покупки товаров и услуг, мы делаем выбор из нескольких альтернатив. Вы все школьники, и у вас есть потребность утром добраться из дома до школы. Некоторые недавно закончили 11 класс, поэтому такая потребность у вас исчезла, но зато появилась новая: добраться из дома до института. Чтобы реализовать данную потребность, мы сталкиваемся с альтернативой, то есть необходимостью выбора из нескольких взаимоисключающих друг друга возможностей. Наши альтернативы – это различные способы добраться до школы.

Расскажите, каким способом вы удовлетворяете эту потребность? Какими видами транспорта вы пользуетесь? Может быть, кто-то ходит пешком или ездит на велосипеде? Объясните, почему вы добираетесь до школы именно таким образом?

А теперь решим задачу.

Гарри Поттер и Гермиона Грейнджер временно живут не в Хогвартсе, а в России. Гарри и Гермиона должны каждое утро добираться до магловской школы. Гарри живет в 4 км от школы, А Гермиона в два раза дальше. Рядом со школой располагается остановка автобуса, однако от дома Гарри до остановки этого автобуса нужно пройти около 500 метров. У Гарри есть велосипед, на котором он очень уверенно себя чувствует. У Гермионы тоже есть велосипед, но девочка боится ездить по автомобильным дорогам,

а велосипедных дорожек по пути в школу нет. Автобусная остановка находится прямо возле дома Гермiony. Кому вы посоветуете ездить в школу на велосипеде, а кому на автобусе?

Решение и аргументация должны быть следующими. Гарри советуем ездить на велосипеде, потому что 4 км можно проехать довольно быстро, он уверенно себя чувствует, и ему не придется ходить пешком до автобусной остановки. Гермiony советуем автобус, так как он идет от дома до школы, и девочка боится ездить на велосипеде по улице, что неизбежно при расстоянии 8 км без велосипедных дорожек.

Итак, подведем итог. Мы можем удовлетворить наши потребности разными способами. Какие-то из них подходят нам больше других. Прежде чем сделать выбор, сравните их по различным признакам, и выберите оптимальный вариант.

«ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ О ТОВАРАХ И УСЛУГАХ»

Мы с вами говорили о том, что потребитель имеет право на получение полной и достоверной информации о товаре. Источниками информации являются информация продавца/исполнителя/изготовителя; специальные потребительские издания и совет специалиста, передачи и т.п.; независимые источники.

Особый вид информации, которую исполнитель предлагает потребителю, – договор. С точки зрения информации для потребителей, интересны письменные договоры, то есть соглашения, составленные в письменной форме. Как правило, их заключают при оказании сложных услуг – туристических, строительных и др. В этом случае фирма, как правило, предлагает потребителю стандартную форму договора, куда вписываются конкретные пожелания потребителя.

Однако есть и более компактные договоры услуг: билет в кино, театр; автобусный и билет на поезд и т.п.

Хотелось бы обратить ваше внимание на то, как важно внимательно читать договор, особенно тщательно вчитываться в мелкий шрифт и не стесняться задавать вопрос тому, с кем вы заключаете договор, если вам что-то непонятно.

А сейчас мы более подробно поговорим о таком особом виде информации продавца/исполнителя/изготовителя, как реклама.

«РЕКЛАМА В НАШЕЙ ЖИЗНИ»

■ **Реклама** – это любая информация о продукте или услуге, цель которой – продвижение продукта или услуги на рынке.

Заинтересованным лицом выступает рекламодатель – тот, чьи товары или услуги предлагаются потребителям. Именно он предоставляет информацию, на основании которой делают телевизионный рекламный ролик или составляют газетное объявление.

Задача рекламы – прямо или косвенно заставить нас приобрести данный товар, либо товар этой фирмы, либо обратиться к услугам конкретной организации (магазина, банка, туристической компании и т. п.).

Важно понимать, что информация, которую мы видим в рекламе, не целиком является достоверным фактом. Давайте разберем на примере объявления в газете: «Только у нас лучшие платья в городе по самым низким ценам. У нас одеваются знаменитости!» В данном объявлении фактом является только то, что магазин торгует платьями, а всю остальную информацию надо проверять. Точно ли у

них лучшие платья по самым низким ценам, или есть магазин, где качество выше, а цены ниже? Кого считать знаменитостями и где этому есть доказательства?

«ГДЕ МЫ СТАЛКИВАЕМСЯ С РЕКЛАМОЙ?»

Реклама многообразна.

Это сообщения по радио и телевидению, информация в газетах и журналах, наружная реклама (стенды и световые табло на улицах и крышах домов, надписи на автобусах и такси), различные листовки и буклеты. Кроме того мы сталкиваемся с рекламой в интернете, так называемой контекстной рекламой. Контекстная реклама — тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы, предыдущими запросами пользователя в поисковых системах, то есть потенциально соответствует сфере интересов потребителя. Разумеется, это повышает вероятность отклика на рекламу.

Особый вид рекламы «продакт-плейсмент» (от английского «product placement», что в переводе означает «размещение продукции») — приём неявной (скрытой) рекламы, заключающийся в том, что реквизит, которым пользуются герои в фильмах, телевизионных передачах, компьютерных играх, музыкальных клипах, книгах, на иллюстрациях и картинах — имеет реальный коммерческий аналог. Обычно демонстрируется сам рекламируемый продукт, либо его логотип, или упоминается о его хорошем качестве.

Несмотря на то, что нужно критически относиться к содержанию рекламы, не стоит ее полностью игнорировать. Иногда реклама может быть действительно полезна, сокращая издержки поиска и выявления информации о товарах, услугах и продавцах. Например, если вы ищете выпускное платье или костюм, и вдруг видите рекламу такого магазина.

«КАК НЕ СТАТЬ ЖЕРТВОЙ РЕКЛАМЫ»

Сейчас мы поговорим о том, как не стать жертвой рекламы на примере продовольственных товаров.

- Внимательно читайте информацию на упаковке. На пакете молока, который выглядит как литровый, очень вероятно найти надпись, что объем — 900 мл. А рядом будет пакет 1 л за такую же цену. Зачем же брать меньший объем?
- Читайте состав. Наглядный пример — сосиски без сои. Соя часто используется как недорогой и полезный заменитель мяса и молочных продуктов. «Немясные» сосиски можно изготовить из соевого текстурата или жировой эмульсии. Изготовитель вправе написать на сосисках, что они «без сои», что будет чистой правдой. Покупатель автоматически думает, что сосиски из натурального мяса. Только прочитав состав, покупатель сможет узнать, что они не из мяса, не из сои, а из жировой эмульсии.
- Не делайте свой выбор исходя из надписей: «Рекомендовано ассоциацией стоматологов» или «Протестировано клиникой НИИ питания РАМН». Это обычная рекламная уловка, ведь из двух аналогичных товаров, покупатель больше склонен доверять «проверенному» авторитетным учреждению. Такого рода рекомендации выдаются на коммерческой основе и не гарантируют реальной проверки.

- Критически относитесь к надписям «нано», «инновационный», «эко», «био» и «без гмо», «натуральный», «фермерский». Все продукты с приставкой «нано» не имеют никакого отношения к госкорпорации «Роснано» и нанотехнологиям. В США и Евросоюзе есть единые требования для производства продуктов «био», а в России – нет. Поэтому эти маркировки не должны служить для вас ориентиром при покупке.

Друзья, может быть, вы сами сможете добавить какое-нибудь правило для того, чтобы не стать жертвой рекламы?

«РЕКЛАМНЫЕ РОЛИКИ»

Друзья, давайте посмотрим несколько рекламных роликов и потренируем навык критического отношения к рекламе. После каждого ролика я попрошу вас разделить представленную информацию на фактическую и на обычные рекламные уловки, которые не являются достоверным фактом.

- Ролик №1 «Cillit Bang» <https://www.youtube.com/watch?v=HnXMRDg7Eg0>

(Ответ: факт в данной рекламе только то, что «Cillit Bang» - чистящее средство. «Уборка – одно удовольствие» – рекламный просто слоган, и нет никакой гарантии, что вам не придется прикладывать усилия. Профессиональный танцор и акробатические трюки – рекламные уловки, призванные привлечь внимание.)

- Ролик №2 «Old Spice Багамы» <https://www.youtube.com/watch?v=cTwQ6T7kab4>

(Рекламными уловками являются роскошные декорации яхты, билеты и бриллианты, при том, что это не розыгрыш призов. Будто бы обладание подобным дезодорантом включает в себя и эти блага, что на самом деле, конечно, не так.)

- Ролик №3 «Витамины для детей» <https://www.youtube.com/watch?v=nqLrxYxYif4>

(Дети не могут обладать такими физическими возможностями даже после приема витаминов.)

- Ролик №4 «Банк «Открытие»» <https://www.youtube.com/watch?v=hbM5eMn1tBI>

(Данный рекламный ролик – пример полного отсутствия фактической информации. Известный футболист лишь привлекает внимание к банку, но зритель не получает никакой достоверной информации о деятельности данного банка.)

- Ролик №5 «Денежный перевод «Золотая корона»» https://www.youtube.com/watch?v=Mji_ljKFMc

(Денежный перевод, как и любая финансовая операция, не может быть совершен моментально. Потребуется некоторое время, а значит моментальное получение денег мамой Веры Брежневой – рекламная уловка. Плюс в ролике не сказано ничего о комиссиях, которую возьмет банк или другая финансовая организация с суммы денежного перевода, но об этом подробнее речь пойдет на другом мастер-классе.)

«ПУБЛИЧНАЯ ОФЕРТА»

Кто-нибудь видел на рекламном объявлении внизу надпись «Не является публичной офертой»? Знаете, что это такое?

Публичная оферта – это предложение (в том числе в форме рекламного сообщения) всем желающим заключить сделку на определенных условиях.

Например, если в рекламе магазина написано: «Телевизоры на любой вкус», то такое объявление не является публичной офертой, так как детали не уточнены. Но если реклама такого рода: «Телевизор LG

500 по цене 15000 рублей», такое предложение будет являться публичной офертой, т.к. все основные параметры сделки оговорены.

Потребитель вправе требовать от продавца заключения сделки на условиях, прописанных в публичной оферте. То есть продавец не имеет права изменить срок гарантии или повысить цену. Если в рекламе сказано, что цены действуют до такого-то числа, то цена может измениться только на следующий день после указанного срока. В этом случае реклама является официальным документом. И если продавец пытается изменить условия сделки, объявленные в рекламе, вы можете смело отстаивать свои права.

Давайте разберем следующий пример. При предыдущем посещении кафе вам дали флаер, в котором указано, что до 1 сентября чашка кофе «Ванильный капучино» 200 мл стоит всего 89 рублей. Вы внимательно изучили флаер и не нашли надписи «Не является публичной офертой». Вы пришли в кофейню, чтобы заказать себе «Ванильный капучино», но официант говорит, что он закончился, но есть «Капучино со сливками» за 159 рублей. Что вы будете делать?

«СРАВНИВАЕМ И ВЫБИРАЕМ ПОПУЛЯРНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ»

- Чтобы найти действительно выгодное предложение, нужно не полениться и потратить время. Вы можете ознакомиться с отзывами и примерными ценами на популярных ресурсах: irecommend.ru, otzovik.com, potrebiteli.ru, otzivo.ru и других подобных сайтах. Это удобный инструмент для сравнения и выбора лучшего товара среди аналогов.
- Подумайте, где выгоднее закупить продукты на неделю? Сравните цены на определенную корзину продуктов в больших гипермаркетах с магазином рядом. Сделав это один раз, вы сможете ходить туда постоянно и каждый раз экономить. Также вы можете воспользоваться различными приложениями или сайтами, собирающими все акции и скидки на товары. Например, приложение «Едадил» - вводите название товара и смотрите в каком из магазинов он стоит дешевле.
- При выборе одежды сравните цены в магазинах с ценами в интернет-магазинах.
- Не забудьте посмотреть на цены на товары для дома (бытовую химию, швабры, емкости для хранения) в супермаркете, а потом зайдите в специализированный магазин.
- Товары категории «Красота и здоровье» можно найти в парфюмерно-косметических магазинах и в аптеке. Сравните цены там и там, почитайте отзывы и остановитесь на оптимальном варианте.
- Путевку на морское побережье можно купить в туристическом агентстве, а можно самостоятельно купить билет на aviasales.ru или momondo.ru и забронировать гостиницу на booking.com или kayak.ru. Рассмотрите оба варианта, сравните, что получится выгоднее.

Друзья, кто-нибудь пользовался этими или аналогичными сайтами? Вы нашли там интересующую вас информацию?

«СПОНТАННЫЕ ПОКУПКИ»

Для того, чтобы сравнить несколько моделей смартфонов, нам нужно время, чтобы изучить форумы, сравнить цены в магазинах и т.д. Если мы совершим такую покупку спонтанно, просто зайдя в магазин и купив первый попавшийся смартфон, мы можем столкнуться с неприятными последствиями, такими как:

- неоправданно дорогая покупка;

- плохое соотношение «цена-качество»;
- ненужная покупка.

Если вы спонтанно купили зубную пасту, и вам не понравился ее вкус, то последствия будут не слишком обременительны для вас, потому что вы потратили не очень большую сумму денег. Но если предметом вашей спонтанности стал смартфон, то вы можете столкнуться с более серьезными последствиями. Допустим, у спонтанно купленного смартфона отсутствуют какие-либо нужные вам функции, и вы постоянно испытываете дискомфорт. При этом не забывайте, что потратили довольно крупную сумму денег и не получили желаемого результата. Поэтому крупные покупки так важно планировать.

Ребята, скажите, какие спонтанные покупки совершаете вы чаще всего? Что вас подталкивает совершать такие покупки?

Действительно спонтанным покупкам часто способствуют скидки и акции, и говорит, что о них речь пойдет позже.

«ОТ ПЛАНИРОВАНИЯ К ЭКОНОМИИ»

Планируя покупку, вы не должны обходить своим вниманием различные способы сэкономить. Зачем нам экономить? Вспомним вчерашний мастер-класс. У нас неограниченное количество потребностей, и на все денег может не хватить. Если мы научимся экономить – сможем удовлетворить больше наиболее ценных для нас потребностей. Одним из способов экономить является оптовая торговля. Кто-нибудь знает, в чем ее отличие от розничной?

- **Оптовая торговля** – это купля-продажа товаров «партиями», а розничная – поштучно.

Запомните, что, покупая товар партией, вы можете сэкономить. Конечно, ваша семья, если в ней всего 3-4 человека не всегда может воспользоваться оптовой торговлей. Однако вы можете договориться с друзьями или соседями и сделать большой и выгодный для вас заказ.

Друзья, иногда магазины снижают цены практически на весь ассортимент товаров в период распродаж, когда действуют различные акции и скидки.

Акции и распродажи могут быть другим способом сэкономить деньги. Однако относитесь к ним критично. Задайте себе вопрос: «Нужна ли мне эта вещь?». Если вы путем сравнения нескольких моделей, выбрали себе смартфон, и вдруг увидели в специализированном магазине на него скидку – покупайте.

Однако если вы зашли в супермаркет за молоком и хлебом, и увидели акцию: «Три формы для выпечки кексов по цене одной!», задумайтесь, нужна ли вам эта покупка. Скорее всего, вы придете к отрицательному ответу, ведь вместо экономии, вы можете просто попасть под влияние уловки продавца и наоборот потратить деньги на ненужную вещь». Проговорите про себя фразу: «И без скольких вещей можно обойтись!», и вам сразу станет легче преодолеть спонтанно возникшее желание что-то купить по акции.

Друзья, может кто-нибудь знает, когда начинается жаркая пора массовых распродаж?

Рассмотрим для примера распродажи одежды. Массовые распродажи начинаются в первой декаде июля. Первые скидки около 5-10%, зато ассортимент товаров еще достаточно большой, и вы легко найдете свой размер. К концу сезона распродаж в конце июля – середине августа, скидки могут достигнуть и 70%, но нужных размеров уже может не быть.

Важное замечание: обычно скидки такого рода не суммируются со скидками по дисконтным картам, которые у вас могут быть. Дисконтные карты, как правило, выдаются при покупке на определенную сумму и дают право на получение скидки при последующих покупках. Дисконтная карта – хороший способ

получать скидку, когда нет распродаж. Однако, если оформление такой карты платное, подумайте, точно ли вы вернетесь в этот магазин еще раз. Не отдавайте деньги за то, чем не будете пользоваться.

Когда вы ищете вещь со скидкой, внимательно изучайте ценники – иногда на стойке «-50%» висят вещи, скидка на которые гораздо меньше или ее нет вообще. Будет обидно, если ваша покупка будет не такой выгодной, как вы рассчитывали.

Во время распродаж продавцы всеми силами пытаются заставить покупателей потратить как можно больше денег. С целью заставить покупателя что-то купить проводится акция, когда за две приобретенные вещи вам в подарок предлагают третью бесплатно. В результате вы приобретаете ненужные вам вещи. Старайтесь контролировать себя и не поддаваться на уловки продавцов и внимательно читайте условия акций, иногда важное пишется мелким шрифтом!

Давайте ответим, зачем вообще продавцу распродажи?

(Продать товар с истекшим сроком (это не только продукты, но и устаревшие модели техники, одежды), заставить покупателя купить обычно не покупаемый товар, чтобы его покупали дальше (так выводят на рынок новые для магазина товары, например), заставить покупателя чаще ходить в магазин (вдруг новая распродажа) и совершать спонтанные покупки, заставить покупателя купить то, что обычно он бы не купил (для слабо востребованных товаров).)

Некоторые магазины вводят в заблуждение покупателей, говоря, что возврат товаров, приобретенных с большими скидками, осуществляться не будет. Это обман. Любая вещь, купленная на распродаже, может быть возвращена в магазин или обменена в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей». Продавец может не принять у потребителя товар, если вещь была уценена из-за брака, и покупатель был уведомлен об этом.

Запомните, если продавец отказывается принимать уцененную вещь надлежащего качества – он не прав. Отстаивайте свои права.

«СОВМЕСТНОЕ ПОЛЬЗОВАНИЕ»

Продолжаем говорить об экономии. Мы уже упомянули раньше, что для совершения оптовых покупок, вы можете объединиться с соседями и друзьями. Совместное пользование возможно и для покупки, и для аренды, и для приобретения услуг. Выгода заключается в повышении интенсивности использования, то есть мы тратим меньше денег на владение, эксплуатацию, и в случае форс-мажора, разделим компенсацию ущерба с нашим совладельцем. Приведем простой пример. Приобретая дорогой моющий пылесос вместе с соседями, мы повышаем интенсивность его использования.

А какие минусы вы видите в совместном владении пылесосом?

(Могут возникнуть противоречия по эксплуатации пылесоса; он может понадобиться одновременно обоим соседям; если гарантийный срок уже истек, кто в случае поломки пылесоса должен тратиться на его ремонт: тот, у кого он непосредственно сломался или соседи должны совместно нести расходы на ремонт.)

«КАК ФОРМИРУЕТСЯ ЦЕНА ТОВАРА»

Мы поговорили о способах экономить, а теперь перейдем к ценам. Цена любого потребительского товара формируется, в первую очередь, исходя из себестоимости. Себестоимость - это затраты на производство товара: цена сырья, вспомогательные материалы, зарплата работников, другие дополнительные расходы, налоги и отчисления, которые платит продавец государству, и другие затраты, которые несет производитель товара.

Давайте подумаем, из каких компонентов складывается производственная себестоимость шоколадки?

(Цена шоколада, цена обертки, зарплата работницы шоколадной фабрики, налоги продавца, затраты на амортизацию оборудования (постепенное изнашивание основных средств и перенесение их стоимости на выпускаемую продукцию по мере их физического и морального износа) по производству плиток шоколада и упаковки шоколадки.)

Кроме того, в цену товара производитель закладывает свою прибыль. Прибыль – это разница между доходом и суммарными затратами. Из суммы себестоимости и прибыли получается отпускная цена – та, по которой производитель продает свой товар различным организациям, например продуктовым магазинам. Как оптовики, так и розничные торговые сети или магазины добавляют к цене товара свою торговую надбавку. Плюс к вышеназванному в розничную цену всех товаров включается налог на добавленную стоимость (НДС), который продавец платит государству. При этом он закладывает его в стоимость товара, чтобы получить прибыль.

У каждого из нас есть выбор. Мы можем отправиться, например, на оптовые рынки, на которых продают фрукты и овощи без наценки, и где закупаются сами продуктовые магазины. При этом мы должны понимать, что для того, чтобы посчитать выгоду от покупки на рынке необходимо заложить в цену фруктов и овощей транспортные расходы. Или же мы можем купить фрукты-овощи в розничных магазинах, которые оказывают нам услугу, привозя продукты прямо к дому, за что мы и платим некоторую сумму сверх себестоимости товара.

«СТОИМОСТЬ ВЛАДЕНИЯ»

Стоимость вещи для нас определяется не только ее ценой, мы должны понимать, что, приобретая вещь, мы берем на себя ответственность как ее собственник. Мы обязаны думать о хранении вещи, о правильной эксплуатации во избежание поломки, чтобы эта вещь не причиняла кому-то неудобств и о многих других сопутствующих вещах. Довольно часто это выливается в дополнительные расходы. Иногда собственность становится бременем. Если вы живете в огромной квартире, коммунальные платежи за которую составляют половину вашей зарплаты, то нужно задуматься о целесообразности такого владения.

Друзья, очень важно понимать, что такое «стоимость владения». Стоимость владения – не цена вещи; это регулярные расходы, продолжающиеся вследствие приобретения вещи и пользования ею. При этом мы учитываем наши затраты не только в денежном выражении, но и во временном. Если, например, мы купили автомобиль и каждый день тратим 5 часов на дорогу вместо 3 часов на общественном транспорте, то мы должны учитывать эту ежедневную потерю двух часов при покупке автомобиля. За эти 2 часа мы бы могли, например, зарабатывать деньги, а не проводить их в пробке.

Если владение слишком дорого, оптимальным вариантом станет приобретение услуги. Например, если нам нужно распечатать 800 страниц, то мы можем воспользоваться услугой печати, чтобы не нагружать домашний принтер. Из-за чрезмерного использования он может сломаться, и ремонт обойдется нам дороже. Но, если нам нужно распечатать 800 страниц цветных картинок, то такая услуга печати может стоить дороже самого принтера.

Не забывайте при покупке учитывать другие факторы кроме цены и просчитывать возможные альтернативные варианты!

«ВНЕМАГАЗИННЫЕ МЕТОДЫ ТОРГОВЛИ»

Помимо магазинных способов торговли, существуют и внемагазинные. Друзья, а вы покупали что-нибудь не в магазине? Может быть, заказывали по каталогу или в интернете? Почему вы сделали такой выбор?

Первый внемагазинный метод - посылочная торговля. Технология заключается в следующем. Продавец издает каталог, где приводит описание товаров, указывает их цены и распространяет этот каталог среди будущих покупателей. Возможно, дополнительно продавец будет давать рекламу, рассказывать о товарах с помощью объявления в газете, журнале, на радио или на телевидении. Покупатель, изучив информацию, выбирает товар, оплачивает его, оформляет бланк заказа и пересылает его продавцу (у некоторых фирм есть возможность принять заказ по телефону). Получив бланк заказа, продавец доставляет товар покупателю по почте или через собственную доставку. Аналогичная схема при заказе из телемагазина.

К плюсам данной формы торговли относится возможность приобрести редкий товар, которого нет в магазинах. Вторым плюсом в том, что вы совершаете покупки прямо из дома. Однако потребителя, решившего воспользоваться посылочной торговлей, могут ожидать и неприятности. Во-первых, не исключено мошенничество, и вам не пришлют оплаченную вещь. Во-вторых, выбирая по каталогу, а тем более по черно-белой газетной картинке одежду, обувь и другие товары, вы должны понимать, что в действительности вещь может быть далеко не так красива, как на постановочной фотографии, выполненной профессиональным фотографом. В-третьих, с момента оформления заказа до фактического получения товара проходит довольно много времени (от недели до трех месяцев). За этот срок вы можете либо передумать, либо найти аналогичный товар в обычном магазине. Но вернуть уплаченные деньги будет довольно сложно, хотя такое право у вас есть. В-четвертых, если вы купили недоброкачественный товар в обычном магазине, то на основании Закона «О защите прав потребителей» вы можете спокойно предъявить свои претензии продавцу. К примеру, попросить его заменить товар. При покупке через телемагазин сделать это будет гораздо сложнее. Наконец, товары, отправляемые по почте, могут быть украдены или просто потеряны. При этом, некоторые из них вы оплачиваете сразу при заказе, а не при получении.

Многие фирмы, которые используют посылочную торговлю, гарантируют возврат денег в том случае, если товар не понравился потребителю, и он заявил об этом в течение определенного срока – так называемого «периода охлаждения». В России вы должны заявить о том, что вы передумали в течение 7 дней со дня получения товара.

Таким же образом осуществляют свою деятельность и интернет-магазины.

Еще одним внемагазинным методом торговли являются прямые продажи. В этом случае продажи осуществляются независимыми распространителями (которые могут также называться дистрибьюторами, представителями, консультантами) в месте, где находится покупатель. Эта форма удобна для потребителя: не вы идете в магазин, а товар «идет» к вам.

Прямые продажи предусматривают демонстрацию товара и рекомендации по его использованию. Так потребитель получает возможность подробно ознакомиться с товаром, протестировать его, составить собственное мнение о товаре, принять решение о приобретении, а также получить товар в удобном для него месте и в удобное время.

Обратите внимание, что есть торговые агенты, которые не представляют какую-то фирму, а действуют на свой страх и риск. Они приобретают партию товаров за свои деньги, а потом перепродают их. Предположим, товар, который вы купили, оказался некачественным. Если агент работает от фирмы, у вас есть шанс заменить негодную вещь. Но если он «одиночка», скорее всего, вы его больше никогда не увидите.

Обратите внимание, что под действие Закона о защите прав потребителя вы попадаете в том случае, если продавец является индивидуальным предпринимателем, поэтому запросите у распространителя его реквизиты как ИП:

- личные данные (Ф.И.О., телефон и т. д.);
- информацию о компании, продукцию которой он представляет, условиях возврата товара;
- информацию о гарантии (в случае ее наличия).

Нетрудно догадаться, что торговля в электричках относится к прямым продажам. Поделитесь своим опытом подобных покупок, если он имеется. **Нравится ли вам такой способ, когда «товар идет к вам», или, может быть, он вызывает раздражение?**

Еще одним способом внемагазинной торговли является блошиный рынок. Это часто стихийное скопление продавцов в оживленном месте, где можно встретить самый разнообразный товар (часто и антикварный) по очень низким ценам. Это несомненный плюс такого способа торговли, однако, Закон о ЗПП в этом случае тоже не работает, вы можете столкнуться с недобросовестными торговцами, подделками и вещами очень низкого качества.

Итак, мы поговорили о наших потребностях и о том, как мы удовлетворяем их, совершая покупки. Разобрались, как выбирать и почему это важно делать обдуманно. Упомянули различные способы экономии и рассмотрели процесс ценообразования.

Сейчас мы сделаем перерыв, после которого я жду вас здесь.

«ЧТО МОЖЕТ СЛУЧИТЬСЯ С СОБСТВЕННОСТЬЮ?»

Сейчас мы поговорим о том, что происходит после того, как вы стали владельцем некоторой вещи.

Представим, что вы купили нужную вам вещь после тщательного планирования покупки. Возможно, даже со скидкой. **Какие неприятности могут случиться во время ее использования?**

Во-первых, вы можете потерять вещь, или она может быть украдена.

Во-вторых, вещь может быть повреждена или сломана как по вашей вине, так и не по вашей – например, если вещь была с браком.

В-третьих, характеристики вещи могли оказаться не совпадающими с вашими ожиданиями при покупке или с информацией, предоставленной продавцом. Например, рассада вьющейся вертикальной клубники. Несоответствие товара заявленным характеристикам в данном примере расследовалось Международной конфедерацией общества потребителей (КонфОП), так как реклама данной рассады была массовой в газетах и журналах, в результате недобросовестной информации продавца пострадало огромное число потребителей.

«ДОКУМЕНТЫ ПРИ ПОКУПКЕ»

Итак, мы выяснили, что вы можете приобрести вещь ненадлежащего качества, а значит, у вас есть риск быть обманутым.

- **Риск** – это вероятность наступления неблагоприятного события.

В нашем случае риск – это купить бракованную или испорченную вещь. Для защиты своих прав при поломке или повреждении вещи или же при порче продуктов не по вашей вине, вам понадобятся документы.

- Во-первых, чек. Чеки бывают двух видов – кассовые и товарные. Кассовый чек печатается только при помощи специального аппарата и является свидетельством того, что вы оплатили товар. Товарный чек – официальная бумага, которая является расшифровкой кассового чека. В товарном чеке указываются: дата и точное время совершения покупки, артикул приобретенного товара, подпись и ее полная расшифровка лица, которым был оформлен и предоставлен чек. В случае отсутствия кассового аппарата, покупатель может требовать товарный чек.
- Во-вторых, это гарантийный талон. Его выдают при покупке товаров, на которые распространяется гарантия продавца, то есть его обязательство выполнять бесплатный ремонт или замену деталей.
- В-третьих, это договор, если покупка товара или услуги им сопровождалась. В течение двух лет рекомендуется хранить чеки, товарные чеки и этикетки, чтобы вы смогли без проблем вернуть товар. Однако помните, что отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт и условия покупки товара, не лишает его возможности ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца.

Если вы приобретаете товар длительного пользования, например, бытовую технику, сохраняйте чек и гарантийный талон на все время гарантийного обслуживания. Имейте в виду, что чеки имеют свойство выцветать, поэтому разумно будет снять с него ксерокопию или сфотографировать. Храните оригинал или копию чека в местах, исключающих температурное воздействие, воздействие солнца и воды. Рекомендуем завести ящик или коробку для документов такого рода.

Кроме того, полезно сохранять чеки на дорогостоящие товары вплоть до конца срока их использования. Чеки могут пригодиться в случае кражи вещи или для доказательства, что вещь действительно принадлежит вам.

«ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ»

Сегодня мы разобрались с информацией о товарах и услугах и оптимизацией расходов. (Что мы будем делать с несвежим продуктом?)

(Отнесем обратно в магазин, где приобретали и потребуем заменить, так как продукт не надлежащего качества.)

Что будем делать со сломавшимся телевизором?

(Во-первых, сохраним чек и гарантию при покупке. Во-вторых, обратимся за бесплатным ремонтом, если у нас еще не истек гарантийный срок.)

И, наконец, как мы будем делать выбор?

(Мы не будем совершать спонтанную покупку. Изучим предложенные альтернативы, для оптимизации поиска воспользуемся советами экспертов и независимых источников потребительской информации, сравним цены, поищем скидки и акции и только потом купим то, что нам нужно.)

Надеюсь, теперь вы сможете найти интересующую вас информацию, совершить выгодную покупку и отстаивать свои права, если потребуется.