

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

"Брестский государственный технический университет"

Кафедра мировой экономики, маркетинга, инвестиций

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

для выполнения практических заданий
по дисциплине **"Поведение потребителей"**

для студентов специальности 26 02 03 "Маркетинг"
дневной и заочной форм обучения

Брест 2005

УДК 658.8.013.

Методические указания разработаны в соответствии с образовательным стандартом, действующими учебными планами, утвержденными Министерством образования Республики Беларусь для студентов специальности 26 02 03 «Маркетинг» и содержат теоретические аспекты поведения потребителей, задания по практическим работам.

Составители: Надеина Н.Г., доцент, к.т.н.
Лешкевич Г.А., ассистент.

Рецензент: Билевич А.В., директор Брестского филиала ГУО
«Специальный факультет бизнеса информационных технологий» БГУ.

1. ВВЕДЕНИЕ

Работа с потребителем – анализ, прогноз, а по сути – управление его поведением – повседневная составляющая профессиональной деятельности каждого специалиста, занятого в сфере маркетинга, – продавца, торгового агента, маркетинг-менеджера и маркетинг-директора, вице-президента по маркетингу. Однако необходимость знания целевого рынка, умения создавать новые сегменты рынка и сохранять существующие рынки растет сегодня не только для маркетинг-специалиста. С развитием рыночных отношений и усилением конкуренции в РБ работа с потребителем становится все более актуальной для каждого участника рыночных отношений, прямо или опосредственно выносящего свой продукт на суд потребителя.

Поведение потребителей – область знаний, выходящая за рамки сугубо маркетинговой сферы деятельности. Она актуальна для каждого, кто стремится прочно и успешно вписаться в рыночную систему и преуспеть в ней, используя широкую гамму профессиональных методов управления потребительским поведением.

Цель данного практического курса – обучить будущих специалистов приемам и методам изучения поведения потребителей и последующего использования полученных результатов в практике маркетинга.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

Практическая работа №1

Тема: «Личность, ценности и стиль жизни»

Цель: определить влияние личностно-психологических качеств на поведение потребителей.

Методические указания

В исследованиях потребителей под **личностью** понимают последовательные реакции человека на различные внешние раздражители.

Стиль жизни – образ жизни человека в целом и того, как он тратит время и деньги.

Содержание работы

Задание 1. Изучите характеристики различных типов темперамента по таблице и определите свой темперамент.

Определение типов темперамента

Таблица № 1.1

Характеристики	Тип темперамента			
	<i>Холерик</i>	<i>Сангвиник</i>	<i>Флегматик</i>	<i>Меланхолик</i>
1	2	3	4	5
Перевод с латинского	Желчь	Кровь, жизненная сила	Слизь	Черная желчь
Образное сравнение	Мощный поток, свергающий воды с утеса	Бег могучего потока	Спокойное течение полноводной реки	Ручеек, способный превратиться в болото
Уравновешенность	Неуравновешен	Уравновешен	Очень уравновешен	Очень неуравновешен
Эмоциональные переживания	Сильные, кратковременные	Поверхностные, кратковременные	Слабые	Глубокие, длительные

Продолжение таблицы № 1.1

Настроение	Неустойчивое с преобладанием бодрого	Устойчивое, жизнерадостное, веселое	Устойчивое, без больших радостей и печалей	Неустойчивое с преобладанием пессимизма
Речь	Громкая	Громкая	Монотонная	Тихая с затрудненным дыханием
Терпение	Слабое	Умеренное	Очень большое	Очень слабое
Адаптация	Хорошая	Отличная	Медленная	Трудная
Общительность	Неравномерно общителен	Равномерно общителен	Необщителен	Замкнут
Агрессивность (возмущение и уход в конфликт)	Агрессивен	Миролюбив	Сдержан	Истеричен
Отношение к критике	Возбужденное	Спокойное	Безразличное	Обидчивое
Активность	Страстный, увлекающийся	Энергичный (деловой или болтун)	Неутомимый труженик	Неравномерно активный
Отношение к новому	Положительное	Безразличное	Отрицательное	Оптимистичное или пессимистичное
Отношение к опасности	Боевое рискованное	Расчетливое, без риска	Хладнокровное, невозмутимое	Тревожное, растерянное, подавленное
Способ достижения цели	Энергично, с полной отдачей	Быстро, с избеганием препятствий	Медленно, но упорно	Слабо, с избеганием препятствий
Самооценка	Значительная переоценка	Некоторая переоценка	Реальная оценка	Низкооценка
Внушаемость	Умеренная	Небольшая	Слабая	Большая
Личностные качества	Большая жизненная энергия, высокая раздражительность, медленное успокоение, вспыльчивость, несдержанность, нетерпеливость, прямолинейность, неумение владеть собой	Живость, подвижность, веселость, разговорчивость, развитое воображение, впечатлительность, быстрая смена эмоций, легкость в преодолении трудностей, легкая приспособляемость к новым условиям	Медлительность, спокойствие, терпеливость, выносливость, слабое внешнее проявление чувств, трудная переключаемость от одного вида деятельности к другому, избегание перемен в окружающей среде, тяжелое привыкание к новым людям, в общении тенденция к примирению	Слабое проявление чувств, замкнутость, предпочтения одиночества, робость, нарастающая неуверенность в себе
Деловые качества	Энергичен, инициативен, азартно берется за работу, быстро преодолевает трудности, решает проблемы	Продуктивен на интересной работе, умеет увлечь других, поддерживает хорошую атмосферу в коллективе	Целеустремлен, настойчив и упорен, сильно привязывается к работе, обладает чувством ответственности	Боязлив, может работать успешно только при благоприятных условиях и не на пределе своих возможностей
Недостатки	Излишняя активность, эмоциональность, не расположен к монотонной работе	Недостаточная целеустремленность, часто неспособность доводить начатое дело до конца	Пассивность, временами равнодушие, низкая активность	См. качества
Пути самосовершенствования	Критичнее подходить к своим действиям, чтобы не задевать окружающих	Действовать более целеустремленно, доводить до конца каждое начатое дело	Стремится быть максимально активным	Избегать самоанализа, стараться не вспоминать нанесенные обиды, выбрать активное, подвижное хобби, переключать свое внимание на помощь окружающим

Определение формулы темперамента

Пользуясь методикой, изложенной ниже, определите процентное соотношение типов темпераментов в своем характере.

1. Внимательно ознакомьтесь с четырьмя группами качеств. Ответьте положительно - «да» - если те или иные качества у вас действительно проявляются.

2. Алгоритм обработки результатов. Подсчитаете в каждой группе (A1, A2, A3, A4) количество положительных ответов «да» и общее число A («да») во всех четырех группах. Затем определите процентное соотношение типов темперамента, т.е. формулу темперамента.

$$A = A1 + A2 + A3 + A4$$

$$X = (A1 \times 100\%) / A - \text{процент холерика}$$

$$C = (A2 \times 100\%) / A - \text{процент сангвиника}$$

$$Ф = (A3 \times 100\%) / A - \text{процент флегматика}$$

$$M = (A4 \times 100\%) / A - \text{процент меланхолика}$$

Таблица № 1.2

№	Качества, характеризующие тип темперамента	Ответ
1	2	3
	A1	
1.	Вы неусидчивы, суетливы.	
2.	Несдержанны, вспыльчивы.	
3.	Нетерпеливы.	
4.	Резки, прямолинейны в обращении с людьми.	
5.	Решительны и инициативны.	
6.	Упрямы.	
7.	Находчивы в споре.	
8.	Работаете с рычками.	
9.	Злопамятны и обидчивы.	
10.	Обладаете быстрой, страстной, сбивчивой речью.	
11.	Неуравновешенны и склонны к горячности.	
12.	Агрессивны, забияка.	
13.	Склонны к риску.	
14.	Нетерпимы к недостаткам.	
15.	Обладаете выразительной мимикой.	
16.	Способны быстро действовать и решать.	
17.	Неустанно стремитесь к новому.	
18.	Обладаете резкими, порывистыми движениями.	
19.	Настойчивы в достижении поставленной цели.	
20.	Склонны к резким сменам настроения.	
	A2	
1.	Вы веселы и жизнерадостны.	
2.	Энергичны и деловиты.	
3.	Часто не доводите дело до конца.	
4.	Склонны переоценивать себя.	
5.	Способны быстро схватывать новое.	
6.	Неустойчивы в интересах и склонностях.	
7.	Легко переживаете неудачи и неприятности.	
8.	Легко приспосабливаетесь к разным обстоятельствам.	

Продолжение таблицы № 1.2

9.	С увлечением беретесь за дело.	
10.	Быстро остываете, если дело перестает вас интересовать.	
11.	Быстро включаетесь в новую работу, быстро переключаетесь с одной работы на другую.	
12.	Тяготитесь однообразием будничной работы.	
13.	Общительны, отзывчивы, не тяготитесь, не чувствуете скованности с новыми людьми.	
14.	Выносливы и трудоспособны.	
15.	Обладаете громкой, быстрой, отчетливой речью с живыми жестами, мимикой.	
16.	Сохраняете самообладание в неожиданно сложной обстановке.	
17.	Обладаете всегда бодрым настроением.	
18.	Быстро засыпаете и просыпаетесь.	
19.	Часто несобранны, поспешны в решениях.	
20.	Склонны иногда скользить по поверхности, отвлекаться.	
	A3	
1.	Вы спокойны и хладнокровны.	
2.	Последовательны и обстоятельны в делах.	
3.	Осторожны и рассудительны.	
4.	Умеете ждать.	
5.	Молчаливы и не любите попусту болтать.	
6.	Обладаете спокойной, равномерной речью, без резко выраженных эмоций, жестикуляции и мимики.	
7.	Сдержанны и терпеливы.	
8.	Доводите начатое дело до конца.	
9.	Не растрчиваете попусту сил.	
10.	Строго придерживаетесь распорядка в жизни, системы в работе.	
11.	Легко сдерживаете порывы.	
12.	Мало восприимчивы к одобрению или порицанию.	
13.	Незлюбны, проявляете снисходительность.	
14.	Постоянны в своих интересах и отношениях.	
15.	Медленно включаетесь в работу и переключаетесь с одного дела на другое.	
16.	Ровны в отношениях с людьми.	
17.	Любите аккуратность и порядок во всем.	
18.	С трудом приспосабливаетесь к новой обстановке.	
19.	Инертны, малоподвижны, вялы.	
20.	Обладаете выдержкой.	
	A4	
1.	Вы стеснительны и застенчивы.	
2.	Теряетесь в новой обстановке.	
3.	Затрудняетесь устанавливать контакт с незнакомыми.	
4.	Не верите в свои силы.	
5.	Легко переносите одиночество.	
6.	Чувствуете растерянность и подавленность при неудаче.	
7.	Склонны уходить в себя.	
8.	Быстро утомляетесь.	
9.	Обладаете слабой, тихой речью, иногда сниженной до шепота.	

Продолжение таблицы № 1.2

10.	Невольно приспосабливаетесь к характеру человека.	
11.	Чрезвычайно восприимчивы к одобрению и порицанию.	
12.	Предъявляете высокие требования к себе и окружающим.	
13.	Склонны к подозрительности.	
14.	Склонны к мечтательности.	
15.	Болезненно чувствительны и легко ранимы.	
16.	Впечатлительны до введливости.	
17.	Чрезмерно обидчивы.	
18.	Скрытны и необщительны.	
19.	Мало активны и робки.	
20.	Стремитесь вызвать сочувствие и помощь окружающих.	

Задание 2. Ответьте на вопросы теста «Понимаете ли Вы других людей?» и подсчитайте результат.

1. Вы считаете, что мимика и жесты - это:

- а) спонтанное выражение душевного состояния человека в данный конкретный момент;
- б) дополнение к речи;
- в) предательское проявление нашего подсознания.

2. Считаете ли Вы, что у женщин язык мимики и жестов более выразителен, чем у мужчин?

- а) да;
- б) нет;
- в) не знаю.

3. Как Вы здороваетесь с очень близкими друзьями?

- а) радостно кричите: «Привет!»;
- б) сердечным рукопожатием;
- в) слегка обнимаете друг друга;
- г) приветствуете их сдержанным движением руки;
- д) целуете друг друга в щеку.

4. Какая мимика и какие жесты, по Вашему мнению, означают во всем мире одно и то же (дайте три ответа)?

- а) качают головой;
- б) кивают головой;
- в) морщат нос;
- г) морщат лоб;
- д) подмигивают;
- е) улыбаются.

5. Какая часть тела выразительнее всего?

- а) ступни;
- б) ноги;
- в) руки;
- г) кисти рук;
- д) плечи.

6. Какая часть Вашего лица наиболее выразительна, по Вашему мнению (дайте два ответа)?

- а) лоб;
- б) брови;
- в) глаза;
- г) нос;
- д) губы;
- е) углы рта.

7. Когда Вы проходите мимо витрины магазина, в которой видно ваше отражение, на что себе Вы обращаете внимание в первую очередь:

- а) на то, как на Вас сидит одежда;
- б) на причёску;
- в) на походку;
- г) на осанку;
- д) ни на что.

8. Если кто-то, разговаривая или смеясь, часто прикрывает рот рукой, в Вашем представлении это означает, что:

- а) ему есть, что скрывать;
- б) у него некрасивые зубы;
- в) он чего-то стыдится.

9. На что Вы, прежде всего, обращаете внимание у Вашего собеседника?

- а) на глаза;
- б) на рот;
- в) на руки;
- г) на позу.

10. Если ваш собеседник, разговаривая с Вами, отводит глаза, вы считаете, что это признак:

- а) нечестности;
- б) неуверенности в себе;
- в) собранности.

11. Можно ли по внешнему виду узнать типичного преступника?

- а) да;
- б) нет;
- в) не знаю.

12. Мужчина заговаривает с женщиной. Он это делает потому, что:

- а) первый шаг всегда делают именно мужчины;
- б) женщина неосознанно дает понять, что хотела бы, чтобы с ней заговорили;
- в) он достаточно мужественен, чтобы рискнуть получить «от ворот поворот».

13. У Вас создалось впечатление, что слова человека не соответствуют «сигналам», которые можно уловить из его мимики и жестов. Чему Вы больше поверите?

- а) словам;
- б) «сигналам»;
- в) он вообще вызовет у Вас подозрение.

14. Пол-звёзды направляют публике «сигналы», имеющие однозначно зрелищный характер. Что, по-Вашему, за этим кроется?

- а) просто фиглярство;
- б) они «заводят публику»;
- в) это выражение их собственного настроения.

15. Вы смотрите в одиночестве страшный детективный фильм. Что с Вами происходит?

- а) смотрите совершенно спокойно;
- б) реагируете на происходящее каждой клеточкой своего существования;
- в) закрываете глаза при особо страшных сценах.

16. Можно ли контролировать свою мимику?

- а) да;
- б) нет;
- в) только отдельные ее элементы.

17. Во время флирта Вы изъясняетесь преимущественно:

- а) глазами;
- б) руками;
- в) словами.

18. Считаете ли Вы, что большинство ваших жестов:

- а) «подсмотрены» у кого-то и заучены;
- б) передаются из поколения в поколение;
- в) заложены от природы.

19. Вы считаете, что борода - признак:

- а) мужественности;
- б) того, что человек хочет скрыть черты своего лица;
- в) того, что этот тип слишком ленив, чтобы бриться.

20. Многие люди утверждают, что правая и левая часть лица у них отличаются друг от друга. Вы согласны с этим?

- а) да;
- б) нет;
- в) только у пожилых людей.

Подсчитайте количество очков:

№ вопроса	Варианты ответов и очки
1	А-2; б-4; в-3
2	А-1; б-3; в-0
3	А-4; б-4; в-3; г-2; д-4
4	А-0; б-0; в-1; г-1; д-0; е-1
5	А-1; б-2; в-3; г-4; д-2
6	А-2; б-1; в-3; г-2; д-1; е-2
7	А-1; б-3; в-3; г-2; д-0
8	А-3; б-1; в-1
9	А-3; б-2; в-2; г-1
10	А-3; б-2; в-1

№ вопроса	Варианты ответов и очки
11	А-0; б-3; в-1
12	А-1; б-4; в-2
13	А-0; б-4; в-3
14	А-4; б-2; в-0
15	А-4; б-0; в-1
16	А-0; б-2; в-1
17	А-3; б-4; в-1
18	А-2; б-4; в-0
19	А-3; б-2; в-1;
20	А-4; б-0; в-2

77-56 очков. У Вас отличная интуиция. Вы обладаете способностью понимать других людей, наблюдательностью и чутьем. Но Вы слишком полагаетесь в своих суждениях на эти качества, слова имеют для Вас второстепенное значение. Если Вам улыбнулись, Вы уж готовы поверить, что объясняются в любви. Ваши выводы слишком поспешны, и в этом кроется для Вас опасность. Делайте на это поправку, у вас есть шансы научиться прекрасно разбираться в людях. А это важно и на работе, и в личной жизни.

55-34 очка. Вам доставляет определенное удовольствие наблюдать за другими людьми, и Вы неплохо интерпретируете их мимику и жесты. Но еще не совсем умеете использовать эту информацию в реальной жизни, например, для того, чтобы правильно строить взаимоотношение с окружающими. Вы склонны скорее буквально воспринимать сказанные Вам слова и руководствоваться ими. Развивайте интуицию, больше полагайтесь на ощущения.

33-11 очков. Язык мимики и жестов Вам непонятен. Вам необыкновенно трудно правильно оценивать людей. И дело не в том, что Вы на это не способны, просто Вы не придаете этому значения. Постарайтесь намеренно фиксировать внимание на жестах окружающих, тренируйте наблюдательность.

Задание № 3. Ознакомьтесь с основными категориями ценностей и стилями жизни потребителей наряду с характерными для них демографическими показателями и моделями покупательского поведения и определите те, которые более соответствуют Вам как потребителю.

Сегментирование по стилям жизни

Таблица № 1.3

Тип потребителей	Ценности и стили жизни	Демографические характеристики	Покупательское поведение
Руководствуются потребностями			
"Выживают"	Борьба за выживание Недоверие Нет места в обществе Руководствуются инстинктивными потребностями	Доход на уровне нищеты Низкое образование Много несовершеннолетних членов семьи	Важнее всего – цена Интересуются основными продуктами Делают покупки для удовлетворения немедленных потребностей
"Герпаты"	Обеспеченность безопасностью Надежность, принуждение Зависимые, ведомые Знающие, решительные	Низкий доход Низкое образование Высокий процент безработных Живут как в городах, так и в сельской местности	Цена важна Хотят получить гарантии Осторожные покупатели
"Принадлежат другим"	Обычные Не экспериментируют Традиционные, формальные Ностальгически настроенные	Доход от низкого до среднего Образование низкое – среднее Работают клерками Предпочитают жить за городом	Семейные Домашние Причуды Средний и низший массовый рынок
"Подражающие"	Амбициозные, показушные Озабоченные собственным статусом Двигаются вверх Энергичные, конкурируют между собой	Доход от среднего до очень высокого "Всегда молодые" Живут в крупных городах Обычно это мужчины, но ситуация меняется	Потребление бросается в глаза "Свои" товары Склонны к имитации Следят за модой
"Преуспевающие"	Достижения, успех, слава Материализм Лидерство, эффективность Комфорт	Очень высокий доход Лидеры в бизнесе, политике и т.д. Высоко образованы Живут в городах и пригородах	Товары должны давать представление об успехе Последние модели Роскошные товары и подарки "новые и улучшенные" товары
Руководствуются внутренними факторами			
"Я - это я"	Ярко выраженные индивидуалисты Решительные, импульсивные Экспериментаторы Нелюбят постоянны	Молодые Многие не состоят в браке Студенты или начинающие работать Имеют богатых родителей	Выражают чей-то вкус Любят экспериментировать Свободны от предрассудков, склонны к самым большим причудам Покупки схожи с покупками друзей, соседней и пр.
"Опытные"	Стремятся получить непосредственный опыт Активные, участвующие во всем Направлены на личность Артистичны	Два источника доходов Большинству за 40 Многие имеют молодые семьи Хорошее образование	Важен процесс, а не продукт Живые, занимаются спортом Занимаются домашними делами Занимаются творчеством и самоанализом
"Социально озабоченные"	Несут социальную ответственность Живут просто Небольшие масштабы всего Внутренний рост	Два источника невысокого или высокого дохода Отличное образование Разные возраста и районы проживания	Консервативны Простота Бережливость Заботятся об окружающей среде
"Интегрированные"	Психологическая зрелость Чувство соответствия Терпимы Смотрят на весь мир целиком	Доход от хорошего до очень высокого Разные возрастные группы Отличное образование Различные работы и места проживания	Различные способы самовыражения Эстетичны Думают об экологии Предпочитают необычные предметы

Практическая работа №2
Тема: «Изучение потребностей»

Цель: изучить потребности на примере конкретных товаров.

Методические указания

1.1. Как правило, различают *нужду* человека в чем-то и *потребность*. *Нужда* – это чувство, испытываемое при отсутствии или недостатке того, что ему хотелось бы иметь. *Потребность* – это та же нужда, но имеющая конкретные очертания, которые определены культурой и особенностями личности человека. Потребность выражается в предметах, удовлетворяющих нужду способом, свойственным данному обществу.

1.2. **Сопряжение потребностей** – это влияние уже удовлетворенной потребности на зарождение новой, самостоятельной.

Содержание работы

Задание 1. Подберите примеры нахождения цепочек сопряженных потребностей. Например, потребность передачи информации на расстоянии привела к возникновению радио. Потребность не только «слышать, но и видеть» привела к возникновению телевидения.

Задание 2.1. Приведите примеры потребностей, удовлетворяемых с различной частотой (2-3 примера):

- потребность, удовлетворяемая ежедневно;
- потребность, удовлетворяемая один раз в два дня;
- потребность, удовлетворяемая один раз в неделю;
- потребность, удовлетворяемая один раз в месяц;
- потребность, удовлетворяемая один раз в год;
- потребность, удовлетворяемая один раз в 2-5 лет;
- потребность, удовлетворяемая один раз в 10 и более лет;
- потребность, удовлетворяемая чрезвычайно редко.

Задание 2.2. Заполните таблицу:

Таблица 2.1

Наименование абсолютных потребностей	Товары ее удовлетворяющие		
	в прошлом	в настоящее время	в будущем (перспективные)
1.			
...			
8.			

Задание 3. Выберите несколько потребностей и подберите товары (услуги), удовлетворяющие данные потребности различными способами. Результаты исследования занесите в таблицу.

Таблица 2.2

Потребность	Способы удовлетворения потребности			
	индивидуальное	совместно не-большой группой	совместно относительно большой группой	массовое
1. в просмотре кинофильмов	видео	видео	кино театр	телевидение
2.				
3.				
4.				

Задание 4. На рынке компьютерных информационных технологий различаются как минимум три категории пользователей.

1. **Обычный пользователь** (класс U). Среди таких пользователей - писатели, художники, научные работники и люди многих других профессий. Они не видят принципиальных различий между компьютером и многими другими инструментами человеческой деятельности, поскольку в их профессиональном труде компьютер не является основным инструментом и главным источником доходов. Их причастность к информационным технологиям минимальна.

2. **Профессиональный пользователь** (PU). Это специалисты, умеющие грамотно эксплуатировать компьютер и получающие за это умение основную часть своего дохода. Компьютер для них - базовый инструмент вместе с информационными технологиями, определяющий эффективность их деятельности. Однако они используют компьютер узкоспециально, не способны комплексно реализовать его возможности.

3. **Профессионал** (P) - лицо, чьи основные интересы и заработки прямо связаны с созданием информационных технологий. Он имеет комплексное видение компьютерных проблем, способен работать на стыках различных информационных технологий. Компьютер для него - даже не инструмент, а часто смысл жизни.

Вопросы и задания

Исходя из базисных характеристик, охарактеризуйте все три класса пользователей более подробно. Занесите данные в таблицу, используя следующие обозначения степени развитости каждого качества, свойства:

*** сильно развито; ** средне развито; * слабо развито; 0 - отсутствует.

Таблица 2.3

Свойства, качество, характеристика пользователей	Классы пользователей		
	U	PU	P
1. Способность понять компьютерную информационную технологию			
2. Наличие психологических барьеров перед обновлением используемых технологий, освоением новых функций этих технологий			
3. Ориентированность на дополнительное обучение			
4. Нацеленность на наиболее эффективное решение стоящих проблем			
5. Другое (укажите что)			

Задание 5. Решите ситуационную задачу.

Ситуация 1. Маркетинговые исследования потребителей косметических товаров, проведенные в минском торговом центре «Вильнюс», позволили выявить некоторые особенности их покупательского поведения. Установлено, что основная масса покупателей (54%) узнают о новинках парфюмерно-косметических изделий от знакомых, 11% - из внутримагазинной рекламы и только 6% - от продавцов. Данные исследования показали, что большая часть покупателей (52%) отдадут предпочтение импортной косметике, 9,5% - отечественной, а для остальных - торговая марка не имеет значения для покупки. Покупатели не достаточно осведомлены о модных направлениях в развитии косметики. Только 15% покупателей знают их довольно хорошо, 43% - имеют представление в самых общих чертах, а остальные затруднились ответить на этот вопрос.

Вопросы к ситуации

1. Какие выводы необходимо сделать маркетинговой службе магазина на основе результатов исследования поведения покупателей?
2. В чем состоит ценность исследований для предприятий, производящих косметику в РБ?
3. Как можно повысить информированность покупателей о направлении моды в косметике?
4. Как может измениться покупательский выбор в случае повышения информированности потребителей о качестве отечественной косметики?

Практическая работа №3

Тема: «Сегментация рынка по группам потребителей»

Цель: приобретение практических навыков в определении сегментов по группам потребителей.

Методические указания

Сегментация рынка – разбивка покупателей на четкие группы, для которых могут потребоваться отдельные товары и комплексы маркетинга.

Содержание работы

Задание 1. Дайте характеристику потребителей по возрастным группам и опишите потребности

Таблица № 3.1

Возрастные группы

Годы	Возраст	Хар-ка потребителей	Основные потребности
0-5	Раннее детство		
5-12	Позднее детство		
13-15	Ранне-подростковый		
16-18	Поздне-подростковый		
19-24	Супружество		
25-34	Супруги без детей		
35-44	Средне-супружеский		
45-54	Поздно-супружеский		
55-64	Ранне-пенсионный		
64 и выше	Полный пенсионный		

Задание 2.

Фирма «Олимпик» проводила серию испытаний новых марок жидкого мыла. Анонимно, не называя себя, фирма провела опрос потребителей (мужчин и женщин) для выяснения привлекательности запаха, пенности, мягкости на ощупь и скорости смывания, упаковки и марочного названия мыла.

По результатам исследования была построена многофакторная модель сегментирования по продукту путем составления следующей продуктовой карты сегментирования рынка потребителей жидкого мыла:

Таблица № 3.2

Свойства мыла, наиболее важные для потребителя	Сегменты потребителей				Оценка потребителями мыла различных свойств					
	женщины		мужчины		А		В		С	
	количество ответов	%	количество ответов	%	уровень оценки, балл	целевой сегмент по параметру (м/ж)	уровень оценки, балл	целевой сегмент по параметру (м/ж)	уровень оценки, балл	целевой сегмент по параметру (м/ж)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Мощная способность	32		10		5		3		3	
Мягкость	26		15		4		5		4	
Жидкость	17		35		2		2		5	
Запах	20		8		5		4		3	
Пенообразование	4		30		3		4		5	
Марка	10		14		4		4		4	
Цена	21		18		4		4		4	
Всего ответов	130	100	130	100						

Предпочтение по результатам пробных продаж составили:

* пластмассовый флакон с крышкой для дозирования - 50%

* пластмассовый гибкий тюбик - 43%

* неопределенные - 7%

Заполните графы 3, 5, 7, 9, 11 и примите решение относительно выхода с каждой маркой на рынок.

Задание 3. Решите ситуационную задачу.

По данным статистики, численность населения Республики Беларусь на 1 января 1995 г. составила 10 млн. 346 тыс. человек и уменьшилась за год на 21 тыс. или на 0,2%. Сократился естественный прирост населения. За 1994г число родившихся уменьшилось на 4% и составило 113 тыс. детей, число умерших за год увеличилось на 0,7% (129 человек). По данным Министерства статистики анализа Республики Беларусь, сократилась миграция населения, если в 1993 г. страну прибыло 84 тыс. человек и выбыло в страны ближнего зарубежья 47 тыс. человек, то в 1994г. прибыло 45 тыс. и выбыло 49 тыс. человек.

Вопросы к ситуации

1. В чем состоит полезность приведенной выше информации для маркетолога?
2. Какие выводы можно сделать на основе анализа этой информации?
3. Как скажутся изменения в численности и возрастной структуре населения на его будущем покупательском поведении?
4. Для каких предприятий приведенная информация представляет наибольшую значимость?

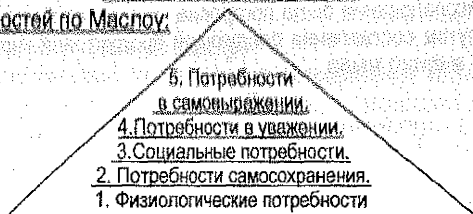
Практическая работа №4

Тема: «Классификация потребностей»

Цель: определить место потребностей в иерархии потребностей на примере конкретных товаров.

Методические указания

Иерархия потребностей по Маслоу:



Содержание работы

Задание 1. Определите уровни потребностей по А. Маслоу, на удовлетворение которых рассчитаны следующие товары (услуги): школьная тетрадь, сигареты «Мальборо», сок апельсиновый, чипсы, дискотека, образование, термометр медицинский, туфли комнатные, компьютер, тур в Таиланд, журнал «Спрос», одежда, очиститель воздуха, художественная литература на японском языке.

Задание 2. Используйте матрицу потребностей для описания потребностей человека в следующих потребностях:

1. Сливочное масло
2. Холодильник
3. Кухонная посуда
4. Подписка на журналы
5. Сигареты
6. Обувь

Таблица № 4.1

Матрица потребностей

<i>Признак потребности</i>	<i>Характеристики признака</i>
Место в иерархии потребностей	Первичные (нижние) Социальные (высшие)
Что влияет на потребность?	Национальность; история; география; природа; климат; пол; возраст; социальное положение
Историческое место потребности	Прошлые; настоящие; будущие
Уровень удовлетворения потребности	Полностью удовлетворенные; неудовлетворенные; не полностью удовлетворенные
Степень сопряженности потребности	Слабо сопряженная; сопряженная; сильно сопряженная
Масштаб распространения	<i>Географический</i> : всеобщий; региональный; в пределах страны
	<i>Социальный</i> : всеобщий; внутри национальной общности; внутри социальной группы по образованию; внутри социальной группы по доходу
Частота удовлетворения	Единично удовлетворяемые; периодически удовлетворяемые; непрерывно удовлетворяемые
Природа возникновения	Основные; вторичные; косвенные
Комплексность удовлетворения	Удовлетворяются одним товаром; удовлетворяются взаимозаменяемыми товарами; удовлетворяются взаимодополняющими товарами
Отношение общества	Отрицательное; нейтральное; положительное
Степень эластичности	Слабоэластичные; эластичные; высокоэластичные
Способ удовлетворения	Индивидуальный; групповой; общественный

Практическая работа №5**Тема: «Методы маркетинговых исследований потребителей»**

Цель: приобретение практических навыков в составлении анкет для опросов потребителей.

Методические указания

Анкета (или опросный лист) – это объединенная единым исследовательским замыслом система вопросов, направленных на выявление количественно-качественных характеристик объекта и предмета исследования.

При составлении анкеты следует принимать во внимание ряд обстоятельств:

- эффективность проведения анкетирования зависит от того, какие вопросы заданы, в какой последовательности, какие возможные варианты ответов заключены в них. Все вопросы должны быть проанализированы на предмет их уместности и целесообразности;
- форма вопросов в значительной степени влияет на ответ;
- многое зависит от корректной и недвусмысленной формы вопросов. Они должны быть сформулированы таким образом, чтобы не оказывать влияния на характер ответов;
- анкета должна строиться таким образом, чтобы просматривалась ее четкая внутренняя логика.

На первой странице анкеты – **вводная часть**. В ней указывается, кто проводит опрос, с какой целью, дается инструкция заполнения анкеты. Вводная часть должна подчеркивать уважительное отношение к опрашиваемым, создавать у них желание отвечать на вопросы. Обязательно следует указывать на анонимность опроса.

Далее в анкете располагаются **контактные вопросы**. Их задача – заинтересовать собеседника, ввести в курс изучаемых проблем. Для исследований, связанных с эксплуатацией товаров, контактным может быть следующий вопрос: «Считаете ли Вы, что уход за изделиями способствует сохранению их качества?»

Каждой поставленной задаче должен соответствовать блок основных вопросов, которые можно подразделить на закрытые и открытые.

Закрытые вопросы (табл. 1) предполагают выбор ответов из полного набора вариантов, проводимых в анкете.

Открытые вопросы (табл. 2), в отличие от закрытых, не содержат подсказок, не «навязывают» тот или иной вариант, а рассчитаны на получение неформализованных (нестандартных) ответов. При этом обработка результатов представляется более сложной. Однако постановка открытых вопросов в ряде случаев оказывается предпочтительной, так как возможная находка неожиданного решения в данном случае в состоянии сполна компенсировать затраты.

Особая роль в анкете принадлежит **контрольным вопросам**. Их значение – проверка достоверности данных. Допустим, основной вопрос такой: «Знакомы ли Вы с основными способами ухода за одеждой?» Контрольный вопрос может быть следующего типа: «Какие из способов ухода за одеждой считаете наиболее важными?» Сопоставление ответов на эти вопросы дает информацию об искренности опрашиваемого. Необходимо подчеркнуть, что контрольный вопрос никогда не должен следовать за тем вопросом, ответ на который он контролирует. Это связано с тем, что ответ опрашиваемого на каждый последующий вопрос находится под влиянием содержания ответа на предыдущий.

При построении опросного листа следует учитывать и то обстоятельство, что самые сложные вопросы, требующие анализа, размышления, активизации памяти помещаются в середине анкеты. К концу работы с анкетой трудность вопросов должна снижаться.

Завершают анкету **заключительные вопросы**. Их цель – снятие психологического напряжения у респондента (например, «Не утомила ли Вас наша беседа?»). В последний раздел анкеты включают также вопросы, позволяющие определить социально-демографический портрет респондентов (пол, возраст, место жительства, социальное положение, образование, уровень доходов и т.д.) В конце анкеты обязательно следует выразить благодарность опрашиваемому за участие в исследовании.

Таблица 5.1

Название	Суть постановки вопроса	Примеры
Альтернативный вопрос	Предлагается сделать выбор из двух альтернативных вопросов	Покупаете ли Вы товары фирмы «А»? ДА НЕТ
Вопрос с выборочным вопросом	Выбор предлагается сделать из трех и более вариантов	Главным достоинством товаров Фирмы «А» Вы считаете: 1. Высокое качество? 2. Долговечность? 3. Приемлемую цену?
Вопрос со шкалой значимости	Нужно оценить важность для потребления той или иной характеристики товара по предлагаемой шкале значимости	По сравнению с другими характеристиками товара вида А цена для Вас: 1 2 3 4 Имеет Имеет Имеет Не имеет наибольшее большее значение значения значение значение
Вопрос со шкалой Лайкерта	Следует указать степень согласия (несогласия) с определенным утверждением	Товары, не рекламирующиеся в средствах массовой информации, не заслуживают доверия 1 2 3 4 совсем не могу согласен полностью не согласен сказать

Продолжение таблицы 5.1

Вопрос со шкалой оценок	Предлагается оценить признак по представленной шкале	Вы считаете, что качество товара вида А: 1 2 3 4 5 отличное хорошее удовл. плохое очень плохое
Семантический дифференциал	Необходимо выбрать точку (балл) на шкале между биполярными понятиями	Отметьте в каждой строке место товара вида А фирмы «Н», фирмы «М» и идеального для Вас товара вида А: Дорогой 1 2 3 4 5 дешевый Модный 1 2 3 4 5 немодный Долговечный 1 2 3 4 5 недолговечный

Таблица 5.2 **Виды открытых вопросов**

Название	Суть постановки вопроса	Примеры
Неструктуризованный	Допускает любую словесную форму ответа	Какое ваше мнение о фирме «А»?
Подбор словесных ассоциаций	Опрашиваемому называются отдельные слова с целью выяснить возникшие у него ассоциации	Какие ассоциации возникают у вас при слове фирма «А»
Завершение предложения	Предлагается завершить незаконченное предложение	Я покупаю товары фирмы «А», потому что... (закончите предложение)
Завершение рассказа	Предлагается завершить незаконченный рассказ	Вы посетили магазин фирмы «А» и это вызвало у Вас следующие мысли и чувства... (закончите рассказ)
Завершение рисунка	Опрашиваемого просят представить себя на месте одного из героев, как правило, шутливого рисунка и от его имени написать на рисунке собственное мнение	На рисунке изображены два собеседника, один из них говорит: «Я куплю товар фирмы «А». Представьте себя на месте другого собеседника, что бы он сказал в ответ?
Тематический апперцепционный тест	Предлагается придумать рассказ по придуманной картинке	На картинке два человека у товара фирмы «А». Придумайте рассказ о том, что на картинке происходит или может произойти.

Для повышения качества анкет и успешного проведения с их помощью сбора данных маркетинга сформулирован ряд рекомендаций, которые могут быть весьма полезными при получении первичной маркетинговой информации:

1. Соблюдение принципиальных требований к формулированию вопросов:

- Вопросы должны быть простыми и понятными;
- Вопросы должны быть однозначными;
- Вопросы должны быть нейтральными (не направлять ответ в определенную сторону).

2. Соблюдение принципов построения анкет:

- порядок вопросов: от простых - к сложным, от общих - к специальным, от необязывающих - к деликатным;
- не применять слишком много различных инструментов (например, сначала четырех, затем семиступенчатая шкала);
- сначала вопросы, устанавливающие доверие, затем вопросы по существу, затем, возможно, контрольные вопросы, в конце -- о личности.

3. Выбор оптимального объема анкет:

- громоздкие анкеты вызывают большое количество отказов от ответа;
- короткие анкеты, в свою очередь, создают впечатление о незначительности обсуждаемой проблемы или самого факта обращения к мнению конкретного человека;

• максимальное время, необходимое для заполнения анкеты при почтовом опросе не должно превышать 20-30 минут.

4. Предварительная оценка качества анкет:

- разработанные анкеты подвергаются логическому контролю, проверяются все вопросы и варианты ответов, а также композиция анкеты в целом;
- проведение подробного опроса небольшой группы людей, на основе которого осуществляется их доработка и уточнение (10-15 человек).

5. Повышение процента возврата анкет при почтовых опросах:

- поощрение (но нужно учитывать затраты, а также возможное приукрашивание ответов из чувства благодарности);
- сопроводительное письмо (побуждение интереса, гарантии анонимности);
- телефонное предупреждение в посылке анкет;
- маркированный конверт для ответа должен быть приложен;
- интересная тема, привлекательное оформление.

Задание 1. По приведенной методике составьте анкету для исследования конкретного вида товаров (услуг).

Задание 2. Разработайте анкету и проведите сбор информации. По результатам проведенного Вами исследования опишите технику и результаты опроса. Составьте отчет следующего содержания:

1. Цель исследования.
2. Задачи исследования.
3. Объект исследования.
4. Предмет исследования (изучаемые характеристики потребителей).
5. Субъекты исследования (исследователь, информатор, клиент).
6. Методы исследования.
7. Программное обеспечение обработки данных.
8. Условия маркетинговых исследований (место, время).
9. Описание структуры и содержания анкеты (с приложением образца).
10. Описание хода исследования (проблемы, трудности, реакция респондентов).
11. Ход ручной обработки с аргументацией ее необходимости.
12. Анализ результатов.
13. Выводы и предложения.

Практическая работа №6 **Тема: «Изучение процесса покупки»**

Цель: применить теоретические знания о поведении потребителя при оценке процесса принятия решения о покупке конкретных товаров.

Методические указания

Доминантная модель предполагает, что покупатель выбирает тот товар, который в наибольшей степени соответствует его идеальным представлениям. Принцип может быть использован для исключения того товара, который в наименьшей степени отвечает потребностям покупателя.

Модель ограничений - предусматривает, что все товары потребитель делит на две группы: приемлемые и неприемлемые.

Лексикографическая - предполагает, что покупатель может расположить признаки товаров в порядке их значимости и сопоставить их по наиболее существенным по его мнению показателям.

Оценочные критерии - это атрибуты продукта, используемые для оценки альтернатив покупки.

Содержание работы

Задание 1 На покупательское поведение оказывают влияние следующие факторы:

Таблица № 6.1

Экономические факторы	Социальные факторы	Личностно-психологические факторы	Демографические факторы
1	2	3	4

К какому из факторов можно отнести:

возраст и этап жизненного цикла семьи, культура, роли и статусы, восприятие, семья, тип личности и представление о самом себе, социальное положение, референтные группы, род занятий, убеждения и отношения, субкультура, доход семьи, образование, стиль жизни, численность населения, культура потребления, уровень торгового обслуживания, степень обеспеченности населения товарами, объем и структура товарного предложения?

Задание 2. Что такое критерии оценки? Какие критерии Вы использовали, когда покупали в последний раз обувь? Отличались ли они от тех, что используют другие члены вашей семьи. Если да, то чем?

Задание 3. Произвести оценку имеющейся информации о магнитофонах, применив следующие модели оценок:

- 1) доминантная модель;
- 2) модель ограничений;
- 3) лексикографическая модель.

Таблица № 6.2

Марка магнитофона	Характеристика магнитофона					
	Цена \$	Выходная мощность, Вт	Частота звука, Гц	Масса, кг	Кол-во каскаетников	Дизайн, баллы
1	85	30	12000	7	2	8
2	75	18	10000	5	1	10
3	60	12	10000	7	2	6
4	45	10	8000	6	1	7

Задание 4.

Сегодня вечером Вы приглашаете своего друга (подругу) в ресторан и колеблетесь в выборе между пятью хорошо известными Вам ресторанами одной ценовой категории. После короткого размышления сделайте Ваш выбор интуитивно и запишите его. Затем, воспользовавшись многоатрибутивной моделью, проведите сравнение пяти ресторанов и рассчитайте для каждого индекс полной полезности (многофакторную оценку) по формуле:

$$\bar{X} = \sum_{j=1}^I a_j x_j$$

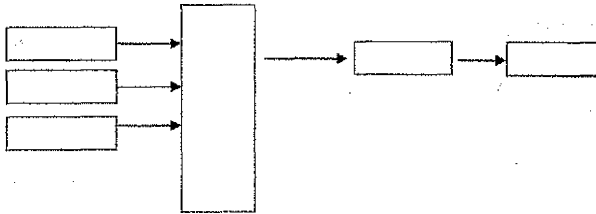
где \bar{X} - многофакторная оценка l -го ресторана; I - количество характеристик ресторанов для сравнения; a_j - весомость j -ой характеристики ресторана; $\sum a_j = 1$; x_j - оценка, j -ой характеристики l - го ресторана.

Проверьте, совпадает ли интуитивный выбор с результатом расчетов. Как бы вы дейст-

воваля, если бы рассматриваемые рестораны относились к разным ценовым категориям?

Задание 5.

Определить последовательность процесса альтернативной оценки и выбора альтернатив.



1. Применение правила решения.
2. Оценка значимости критериев.
3. Выбор оценочных критериев.
4. Формирование набора вариантов.
5. Оценка альтернатив по каждому критерию.
6. Выбранный вариант.

Практическая работа №7

Тема: "Моделирование процесса принятия решения о покупке конечного потребителя"

Цель: разработать модели поведения потребителей в процессе покупки на примере конкретных товаров.

Методические указания

А. Виды процесса принятия решений потребителем:

Вовлеченность в решение о покупке

Таблица № 7.1

	Сильная	Слабая	
Сложность процесса принятия решения	Принятие решения	Сложный процесс принятия решений	Ограниченный процесс принятия решений
	Привычка	Приверженность марке	Инерция

Б. Модель процесса принятия решения (по Джеймсу Ф. Энджелу) охватывает следующие стадии:

1. Осознание проблемы.
2. Поиск информации.
3. Предпокупочная оценка вариантов.
4. Покупка.
5. Потребление.
6. Постпокупочная оценка вариантов.
7. Распоряжение продуктом.

В. Модель процесса принятия решения (по Котлеру):

1. Осознание проблемы.
2. Поиск информации.
3. Оценка вариантов.
4. Решение о покупке.
5. Реакция на покупку.

Г. Расширенное решение проблемы (РРП) характеризуется интенсивным поиском информации и сложной оценкой вариантов.

Ограниченное решение проблемы (ОРП) – процесс максимально упрощен и снижает число информационных источников, альтернатив и критериев выбора.

Содержание работы

Задание 1. Разработать модель процесса принятия решения о покупке конечного потребителя и определить тип покупательского поведения в зависимости от степени вовлеченности потребителя в процесс покупки и различие в марках товаров для следующих товаров:

1. Чипсы
2. Светильник для гостиной
3. Шампунь
4. Обувь
5. Автомобиль
6. Печенье

При разработке моделей дать подробные описания этапов процесса принятия решения о покупке с Вашей точки зрения как конечного потребителя.

Задание 2. При каких обстоятельствах потребитель может перейти от сложного процесса принятия решения к решению по привычке при покупке автомобиля? Что может привести к угасанию привычки потребителя и возврату к сложному процессу принятия решения?

Задание 3. Какова существенная разница между РРП и ОРП? Какой схеме, по Вашему мнению, будет следовать большинство людей, впервые покупая новый продукт или марку в каждой из следующих категорий: зубная паста, мука, мужской одеколон, ковровое покрытие, хлеб, электролампы, фотоаппарат, спортивный автомобиль?

Практическая работа №8

Тема: "Моделирование поведения организаций-потребителей"

Цель: разработка моделей поведения организаций-потребителей на примере конкретных товаров.

Методические указания

Таблица № 8.1 Виды решений о закупках в организации

Процесс принятия решений	Сложные решения (новые закупки)	Ограниченное принятие решений (модифицированные повторные закупки)	Привычка (строгое повторные закупки)
Типы принятия решений	Группа	Группа или индивидуально	Индивидуально
Финансовый и эксплуатационный риск	Высокий	Умеренный	Незначительный
Поиск информации	Обширный	Ограниченный	Отсутствует
Оценка альтернативных поставщиков	Тщательная	Умеренная	Минимальная
Использование утвержденного списка поставщиков	Редко	Иногда	Обычно
Оценка после закупки	Тщательная	Умеренная	Минимальная
Работники, оказывающие наибольшее влияние на закупку	Инженеры	Работники производства или снабжения	Работники снабжения

Задание 1. Опишите, в чем состоит сходство и различие между покупательским поведением организации и конечным потребителем?

Каковы стратегические последствия этих различий применительно к продавцам для организаций?

Задание 2. Рассмотрите три типа решений – новая закупка, модифицированная повторная закупка, неизменная повторная закупка. Какой процесс принятия решения больше всего применим к перечисленным ниже закупкам и почему?

- А. Закупка системы контроля за выбросами для завода химической компании.
- Б. Закупка конторских принадлежностей для филиалов банка.
- В. Закупка различных марок алюминия для производства кухонной посуды.
- Г. Закупка авиакомпанией компьютеризованной системы составления расписания и заказа билетов.

Задание 3. Агент по закупке крупной промышленной компании склонен покупать товары у одних и тех же поставщиков по причине сложившихся отношений с торговым персоналом этих компаний. Агент уверен в продукции поставщика и надежности ее обслуживания поставщиком.

- А. В чем заключается преимущество для покупателя в такой приверженности поставщику?
- Б. В чем состоит потенциальный риск?

Задание 4. Опишите процесс принятия решения о закупке какого-либо товара для известного Вам предприятия. Постройте модель покупательского поведения фирмы по схеме:

1. Осознание проблемы.
2. Описание потребности.
3. Оценка характера товара.
4. Поиск поставщиков.
5. Запрос-предложение.
6. Выбор поставщика.
7. Заключение контракта.
8. Оценка работы поставщиков.

Практическая работа №9

Тема: «Защита прав потребителя»

Цель: сформировать навыки решения проблемных вопросов в отношениях между продавцами (производителями и исполнителями) и потребителями на основе Закона РБ «О защите прав потребителей».

Методические указания

1. Изучите Закон РБ «О защите прав потребителей» (см. приложение 1).
2. Сделайте анализ (письменно) каждой ситуации и примените обоснованные конкретные решения по защите прав потребителя и ответственности продавцов (исполнителей, производителей), укажите подробно на основании какой статьи (или пункта конкретной статьи).

Содержание работы

Ситуация 1.

25 марта покупатель П.Н. Харитонов купил в магазине «Рубин» часы наручные механические стоимостью 25000 рублей. 28 марта обнаружил, что в паспорте на часы отсутствует штамп магазина.

Охарактеризуйте действия покупателя и продавца в данной ситуации.

Ситуация 2.

Потребитель в магазине приобрел туфли. Туфли доброкачественные, но по размеру не подошли. Через неделю при предъявлении чека продавец туфли принял, но обменять на необходимый размер не представлялось возможным из-за отсутствия такой модели в продаже, а деньги согласился вернуть после продажи.

Правомерны ли действия продавца?

Ситуация 3.

Гражданин Н. приобрел билет на самолет из г. Минска в г. Санкт-Петербург с условием прибытия в пункт назначения в 8 часов утра. Самолет опоздал на 2 часа по метеословиям. В результате гражданин опоздал на деловое совещание и понес убытки.

Имеет ли право гражданин Н. требовать от авиакомпании полного или хотя бы частичного возмещения убытков?

Ситуация 4.

Потребитель А. 15 августа купил зимние сапоги, а 30 ноября они пришли в негодность. При покупке сапог была дана гарантия 1 месяц.

Имеет или не имеет право потребитель А. обменять сапоги или расторгнуть договор купли - продажи?

Ситуация 5.

Потребитель М. купил электроплиту с гарантийным сроком 2 года. После трех лет эксплуатации проявился производственный недостаток, а отремонтировать не представилась возможность - в мастерской отсутствовали запчасти. *Как поступить потребителю в такой ситуации?*

Ситуация 6.

Потребитель Д. приобрел холодильник в г. Бресте. В период гарантийного срока произошло возгорание холодильника. Потребитель обратился к продавцу с требованием компенсировать причиненный ущерб. Продавец отказал и отправил потребителя к изготовителю, который находится в г. Минске.

Прав ли магазин и как следует поступить потребителю в данной ситуации?

Ситуация 7.

Потребитель С. приобрела туфли, поносив несколько дней, отдала их в мастерскую для установления набоек. В последующем в обуви произошло отставание подошвы.

Вправе ли потребитель требовать расторжения договора купли-продажи и возмещения стоимости обуви от продавца?

Ситуация 8.

У потребителя П. испортилась стиральная машина, которую он приобрел за рубежом.

Каким образом потребитель может защитить свои права?

Ситуация 9.

Гражданин К. заказал в мебельном салоне кухню в нестандартной комплектации. Дома в инструкции обнаружил рекомендации по сборке только 4-х блоков. Причем название фурнитуры обозначены не везде, а по сокращению трудно понять, что куда подходит. В таком состоянии собрать мебель под силу только тому, кто ее изготовил. На просьбу предоставить ещё какие-нибудь данные ему ответили: «Вызывайте нашего мастера».

Вправе ли работники фирмы так поступать? Как поступить потребителю?

Ситуация 10.

Перед самым скачком курса \$ гражданин В. купил телевизор «Sony». Через две недели обнаружил в нем дефект. В мастерской магазина дефект зафиксировали, но не от-

ремонтировали, т.к. покупатель решил обменять телевизор. Магазин не возражает, но сейчас нет такой модели. Будет ли она в ближайшее время – неизвестно.

Ему предложили вернуть деньги, но со дня покупки цены повысились в среднем на 40%.

Может ли потребитель требовать замены телевизора на аналогичный и что понимается под этим словом? Если нет, то какую сумму должны вернуть потребителю?

Ситуация 11.

Гражданка Н. купила чайник стоимостью 35 у.е. В этот день магазин предоставлял скидки в размере 10%, в результате чего она заплатила 31,5 у.е. Ей выдали товарный чек с указанием стоимости товара, размера скидки и фактически уплаченной суммы. Через два дня чайник вышел из строя. Гражданка Н. потребовала от продавца вернуть деньги в размере полной стоимости товара. Т.к. в день возврата магазин скидки не предоставлял, ей ответили, что выплатят только 31,5 у.е.

Правы ли продавцы?

Ситуация 12.

Гражданин А. обратился в автосервис, где ему сказали, что для устранения неисправности нужно установить новый редуктор заднего моста. Он купил его. Но выяснилось, что дело не в редукторе, и он оказался совершенно не нужен. Срок гарантии еще не истек.

Как должен поступить в данной ситуации потребитель?

Ситуация 13.

5 мая покупательница В.С. Дымова купила в магазине 3,5 метра шерстяной ткани. 7 мая пришла в магазин и попросила обменять этот отрез на другой, 4-метровый, так как в ателье сказали, что на пальто нужно 4 метра этой ткани. Однако директор магазина отказалась удовлетворить просьбу покупательницы.

Прав ли директор? Обоснуйте ответ.

Ситуация 14.

Покупатель обратился в магазин с просьбой обменять пододеяльник, который не понравился членам семьи по расцветке. Был куплен накануне.

Как должна поступить заведующая секцией? Обоснуйте ответ.

Ситуация 15.

Покупательница приобрела холодильник, который сломался на девятом месяце гарантии. Она сдала его в гарантийную мастерскую, где из-за отсутствия запчастей ремонтировали 6 месяцев. А потом потребовали оплату ремонта под предлогом, что гарантийный срок холодильника истек.

Работники мастерской в данной ситуации не правы дважды. Докажите это.

Ситуация 16.

Покупатель настаивает на обмене телевизора, купленного 2 месяца назад. Свое требование он мотивирует тем, что телевизор имеет плохое изображение, не подлежащее настройке, что подтверждает справка гарантийной мастерской. Продавец не соглашается с требованием покупателя и предлагает ему произвести ремонт.

Кто прав в данной ситуации? Ответ обоснуйте.

Если продавец в данной ситуации считает, что недостаток возник вследствие нарушения потребителем правил эксплуатации телевизора, то кто должен доказать этот факт?

Ситуация 17.

20 февраля 2004 года В.И. Сидорова сдала в мастерскую по ремонту обуви туфли, заплатила за ремонт 4500 рублей. Когда в назначенный день Сидорова пришла за своей обувью, выяснилось, что туфли утеряны. Стоимость утерянных туфель работники мас-

терской возместить отказались.

Определите права потребителя услуг.

Ситуация 18.

30 ноября 2003 года в фирме «Самсунг» Г. А. Решеток купил импортную посудомоечную машину «Аристо-457». В январе 2004 г. машина вышла из строя, и покупатель сдал ее в магазин на гарантийный ремонт под расписку, но прошло полгода, машину не вернули.

Какие права имеет покупатель в данном случае?

Ситуация 19.

Покупательница обратилась с просьбой обменять сумку, которая не понравилась дочери по цвету. Сумка новая (сохранен ярлык и товарный чек, куплена в данном магазине неделю назад).

Как должен поступить заведующий магазином?

Ситуация 20.

Покупательница приобрела швейную машину «Чайка» в магазине «Все для дома». Швейная машина в период действия гарантийного срока вышла из строя. Покупательница потребовала замены изделия на машину аналогичной марки. Директор магазина сказала покупательнице, что она не имеет права на обмен, а должна сделать гарантийный ремонт швейной машины.

Какие будут Ваши предложения по разрешению создавшейся ситуации?

Ситуация 21.

Покупателю С.А. Семенову был продан батон пшеничного хлеба, который оказался некачественным, в его разрезе обнаружен непромес. Покупатель принес батон обратно и потребовал заменить его.

Как должен поступить в данной ситуации продавец?

Ситуация 22.

Потребитель З.Р. Серов заключил со строительной фирмой договор на строительство дачного дома. После того, как 50 % работ было выполнено, потребитель З.Р. Серов обнаружил, что исполнитель допустил отступления от условий договора (по качеству выполнения работ).

Какие права имеет потребитель услуг?

Ситуация 23.

Покупательница купила механический будильник по цене 8 у.е. в апреле 2004 года. А в июле этого же года принесла его в магазин с просьбой вернуть его стоимость, так как в будильнике имеется производственный брак, подтвержденный ремонтной мастерской. Цена будильника на момент возврата 10 у.е.

Возможно, ли удовлетворить просьбу покупательницы?

Если да, то какую сумму она должна получить?

Ситуация 24.

26 января 1999 года покупатель В.Г. Ворон купил в ювелирном магазине «Жемчужина» золотое кольцо с изумрудом в подарок жене ко дню рождения. На следующий день, посоветовавшись с дочерью, он обнаружил, что кольцо будет на целый размер больше, чем надо его жене. 5 февраля он обратился с просьбой в магазин «Жемчужина» обменять золотое кольцо на равноценное, но на размер меньше.

Обязан ли продавец удовлетворить просьбу покупателя? Обоснуйте ответ.

Ответьте на вопросы:

1. Как извещаются потребители о ремонте (переоборудовании) предприятий, осуществляющих торгово-розничную деятельность?

2. Как определяется процент износа вещи, принимаемой в ремонт?
3. Как производится исчисление гарантийного срока в случае замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества?
4. Почему потребитель должен хранить товарный (кассовый) чек или документ, его заменяющий, на купленный товар, полученную услугу? Какие еще документы подтверждают покупку товара или получение услуг?
5. Назовите сроки предъявления потребителем требований в отношении недостатков сезонных товаров. Какие товары относятся к сезонным?
6. Дайте понятие срока годности товара. Порядок его исчисления и значение?

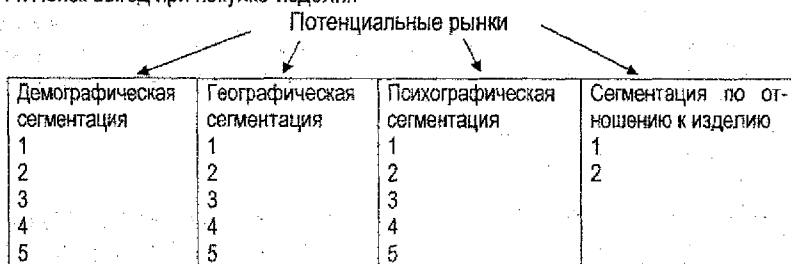
Практическая работа №10
Тема: «Итоговое занятие по курсу»

Цель: проверить знания по курсу.

Содержание работы

Задание 1. Заполнить схему рынка, используя приведенные ниже составляющие схемы.

1. Возраст
2. Стиль жизни
3. Регион
4. Пол
5. Личные качества (индивидуализм или групповая мотивация)
6. Уровень доходов
7. Город или сельская местность
8. Степень нуждаемости
9. Плотность населения
10. Размер семьи
11. Профессия
12. Численность населения
13. Климат
14. Поиск выгод при покупке изделия



Задание 2. Определить последовательность следующих пунктов простой модели покупательского поведения:

1. «Черный ящик» сознания покупателя.
2. Ответные реакции покупателя.
3. Побудительные факторы маркетинга и прочие раздражители.



Задание 3. Распределить в логическую цепь следующие этапы процесса принятия решения о покупке:

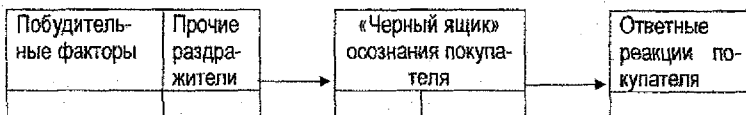
1. Решение о покупке.
2. Поиск информации.
3. Осознание проблемы.
4. Реакция на покупку.
5. Оценка вариантов.

Задание 4. Какие высказывания относятся к организациям-потребителям, а какие к конечным потребителям?

1. Приобретают для дальнейшего использования в производстве или перепродаже.
2. Приобретают для личного, домашнего, семейного потребления.
3. Покупают сырье, оборудование и полуфабрикаты.
4. Покупают на основе спецификации и технических данных.
5. Покупают на основе описаний, моды, стиля.
6. Исследуют цены и поставщиков.
7. Исследуют конкурентные торги.
8. Часто принимают решения о покупке коллективно.

Задание 5. Заполнить схему развернутой модели покупательского поведения следующими элементами:

1. Характеристики покупателя.
2. Экономические, научно-технические, политические, культурные.
3. Процесс принятия решения покупателем.
4. Выбор: товара, марки, дилера, времени покупки, объекта покупки.
5. Товар, цена, методы распространения. Стимулирование сбыта.



Задание 6. Заполните таблицу «Опыт потребителей при покупке продукта и возможные варианты действий предприятия в области маркетинга». При заполнении используйте приведенные ниже составляющие этой таблицы:

Таблица № 10.1

Какой опыт был у потребителя	Потребитель		Предприятие-изготовитель
	Реакция клиента	Результат	Наиболее приемлемые действия по маркетингу
Единичный позитивный опыт			
Повторный позитивный опыт			
Единичный негативный опыт			
Повторный негативный опыт			

1. Стремление купить снова.
2. Повторное удовлетворение.
3. Массированная рекламная компания, предложение изделий с небольшой скидкой в цене.
4. Удовлетворение запросов.
5. Ремонтное обслуживание, замена продукта, разъяснение причин неудовлетворения.

6. Стремление более не покупать продукт.
7. Повторное неудовлетворение.
8. Формирование образа изделия.
9. Представление бесплатных образцов продукции, доставка купонов непосредственно по почте.
10. Возврат денег, выпуск на рынок более качественных аналогов.
11. Неудовлетворение запросов.
12. Желание сменить марку продукта.

Задание 7. Составьте блок-схему процесса выбора торговой марки потребителями.

1. Негативное отношение.
2. Незнание.
3. Настойчивость.
4. Избегание.
5. Предпочтение.
6. Узнавание.

Задание 8

1. Существуют ли различия между покупателем и потребителем?
2. Каким образом социальное положение человека может сказаться на его поведении на рынке?
3. Почему одной из самых влиятельных референтных групп является семья?
4. Что такое общественный статус?
5. Что такое мотив?
6. С какой целью в модель процесса покупки включен этап оценки правильности выбора товара?

**Закон Республики Беларусь 9 января 2002 г. № 90-З 2/839
(16.01.2002г.)**

"О защите прав потребителей"

Настоящий Закон определяет общие правовые, экономические и организационные основы защиты прав потребителей, регулирует отношения, возникающие между гражданами, имеющими намерение заказать или приобрести либо заказывающими, приобретающими или использующими товары (работы, услуги) исключительно для личных, бытовых, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, и организацией, индивидуальным предпринимателем, производящими товары, выполняющими работы или оказывающими услуги потребителям, реализующими товары потребителям при розничной торговле, бытовом подряде, медицинском, гостиничном обслуживании и тому подобных договорах, 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 изготовителях (исполнителях, продавцах), просвещение в области защиты прав потребителей, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав.

ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 1. Основные понятия и их определения

В настоящем Законе применяются следующие основные понятия и их определения:

безопасность товара (работы, услуги) – безопасность товара (результата работы, услуги) для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, а также безопасность процесса выполнения работы (оказания услуги);

гарантийный срок – календарный срок (в месяцах) или наработка (в часах, циклах срабатываний, километрах пробега и т.д.), в течение которых товар (результат работы, услуга) должен соответствовать всем требованиям к его качеству, определенным в порядке, установленном законодательством;

документ, подтверждающий факт покупки товара (выполнения работы, оказания услуги), – кассовый (товарный) чек либо квитанция к приходному кассовому ордеру, квитанция к отрывному талону, надлежащим образом оформленный технический паспорт, инструкция по эксплуатации, руководство пользователя, иной документ, содержащий сведения о наименовании товара (работы, услуги), стоимости товара (работы, услуги), дате приобретения, продавце (изготовителе, исполнителе), оформленный в порядке, утвержденном Министерством торговли Республики Беларусь;

дорогостоящий товар – товар, стоимость которого в четыреста и более, раз превышает размер минимальной заработной платы, установленный на день продажи товара; изготовитель – организация, ее филиал, представительство, иное подразделение, расположенное вне места нахождения организации, индивидуальный предприниматель, производящие товары для реализации потребителю;

имущество потребителя – имущество, находящееся у потребителя в собственности, безвозмездном пользовании, аренде и ином правомерном пользовании и (или) владении;

исполнитель – организация, ее филиал, представительство, иное подразделение, расположенное вне места нахождения организации, индивидуальный предприниматель, выполняющие работы или оказывающие услуги потребителю;

крутиногабаритный товар – товар, размер которого превышает 50х50х100 см:

холодильники, стиральные машины, швейные ножные машины, мебель, пианино, строительные материалы, мотоциклы, велосипеды, спортивные и охотничьи лодки и моторы к ним, автопокрышки, громоздкие механизмы и запасные части и т.п.;

качество товара (работы, услуги) – совокупность характеристик товара (работы, услуги), относящихся к его способности удовлетворить установленные и (или) предполагаемые потребности потребителя (безопасность, функциональная пригодность, эксплуатационные характеристики, надежность, экономические, информационные и эстетические требования и др.);

недостаток товара (работы, услуги) – несоответствие товара (работы, услуги) нормативному документу, устанавливающему требования к качеству товара (работы, услуги), условиям договора или иным требованиям, предъявляемым к качеству товара (работы, услуги);

нормативный документ, устанавливающий требования к качеству товара (работы, услуги), – стандарты, технические условия, санитарные нормы и правила, строительные нормы и правила и другие нормативные документы, устанавливающие требования к качеству товара (работы, услуги);

потребитель – гражданин (граждане), имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, бытовых, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;

продавец – организация, ее филиал, представительство, иное подразделение, расположенное вне места нахождения организации, индивидуальный предприниматель, реализующие товары потребителю по договору розничной купли-продажи;

срок годности – период, по истечении которого товар (результат работы) считается непригодным для использования по назначению;

срок службы – период, в течение которого изготовитель (исполнитель) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (результата работы) по назначению и нести ответственность за недостатки, возникшие по его вине;

срок хранения – период, в течение которого товар (результат работы) при соблюдении установленных условий хранения сохраняет все свои свойства, указанные в нормативном документе, устанавливающем требования к качеству товара (работы, услуги), и (или) в договоре;

существенный недостаток товара, (работы, услуги) – неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных расходов либо затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки.

Статья 2. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей

1. Отношения в области защиты прав потребителей регулируются Гражданским кодексом Республики Беларусь, настоящим Законом, иным законодательством, а также нормами международных договоров, действующих для Республики Беларусь.

2. Государственные органы не вправе принимать нормативные правовые акты, противоречащие положениям настоящего Закона, в том числе нормативные правовые акты, которые могут ограничивать права потребителей и снижать гарантии их защиты по сравнению с предусмотренными настоящим Законом, если иное не установлено Конституцией Республики Беларусь или нормативными правовыми актами Президента Республики Беларусь в соответствии с Конституцией Республики Беларусь.

3. Правительство Республики Беларусь не вправе поручать подчиненным ему государственным органам принимать нормативные правовые акты, содержащие нормы о защите прав потребителей, если иное не установлено настоящим Законом и (или) нормативными правовыми актами Президента Республики Беларусь.

Статья 3. Права потребителя

1. Потребитель имеет право на:

- 1.1. просвещение в области защиты прав потребителей;
 - 1.2. информацию о товарах (работах, услугах), а также об их изготовителях (исполнителях, продавцах);
 - 1.3. безопасность товаров (работ, услуг);
 - 1.4. свободный выбор товаров (работ, услуг);
 - 1.5. надлежащее качество товаров (работ, услуг);
 - 1.6. возмещение в полном объеме убытков (вреда), причиненных вследствие недостатков товара (работы, услуги);
 - 1.7. государственную защиту своих прав;
 - 1.8. общественную защиту своих прав;
 - 1.9. обращение в суд и другие уполномоченные государственные органы за защитой нарушенных прав или интересов, охраняемых настоящим Законом и иным законодательством, а также нормами международных договоров, действующих для РБ;
 - 1.10. создание общественных объединений потребителей.
2. Настоящий Закон, иное законодательство, нормы международных договоров, действующих для РБ, предоставляют и гарантируют и иные права потребителей.
3. Государство гарантирует защиту прав и законных интересов потребителей.

Статья 4. Обеспечение права потребителя на просвещение в области защиты прав потребителей

Право потребителя на просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством включения вопросов по основам потребительских знаний в программы общеобразовательной школы, а также посредством организации системы информирования потребителя о его правах и необходимых действиях по защите этих прав.

Статья 5. Информация о товарах (работах, услугах)

1. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о предлагаемых товарах (работах, услугах), соответствующую установленным законодательством и обычно предъявляемым в розничной торговле, бытовом и иных видах обслуживания потребителей требованиям к содержанию и способам предоставления такой информации. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Республики Беларусь.

2. Информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать:

2.1. наименование товара (работы, услуги);

2.2. виды и особенности предлагаемых работ (услуг);

2.3. обозначения нормативного документа, устанавливающего требования к качеству товара (работы, услуги), требованиям которого должен соответствовать товар (работа, услуга) для товара (работы, услуги), выпускаемого по нормативным документам, устанавливающим требования к качеству товара (работы, услуги) и действующим в РБ;

2.4. сведения об основных потребительских свойствах товаров (результатов работ, услуг), а в отношении продуктов питания - о составе, пищевой ценности (для продуктов, предназначенных для детского, лечебного и диетического питания), - калорийность, наличие витаминов и иные показатели, о которых в соответствии с законодательством необходимо информировать потребителя), указание на то, что продукт питания является генетически модифицированным или в нём использованы генетически модифицированные составляющие (компоненты), а также в случае и порядке, определяемых Правительством Республики Беларусь, сведения о наличии вредных для здоровья потребителя веществ, сравнение (соотнесение) этой информации, с обязательными требованиями нормативного документа, устанавливающего требования к качеству товара (работы, услуги), о показаниях к применению отдельным возрастным группам, а также о противопоказаниях и показаниях к применению при отдельных видах заболеваний, перечень которых утверждается Правительством Республики Беларусь;

2.5. цену и условия приобретения товаров (работ, услуг);

2.6. гарантийный срок, если он установлен;

2.7. рекомендации по приготовлению пищевых продуктов, если это требуется из специфики товара (работы, услуги);

2.8. дату изготовления и (или) срок службы, и (или) срок годности, и (или) срок хранения товаров (результатов работ), установленные в соответствии с настоящим Законом, указание условий хранения товаров (результатов работ), если они отличаются от обычных условий хранения соответствующих товаров (результатов работ) либо требуют специальных условий хранения, а также сведения о необходимых действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары (результаты работы) по истечении указанных сроков, представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя и окружающей среды или становятся непригодными для использования по назначению;

2.9. наименование (фирменное наименование), место нахождения (юридический адрес) изготовителя (исполнителя, продавца) и место нахождения организации (организа-

ций), уполномоченной изготовителем (продавцом) на принятие претензий от потребителя и производящей ремонт и техническое обслуживание товара (результата работы);

2.10. сведения о сертификации товаров (работ, услуг), подлежащих обязательной сертификации;

2.11. указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу (оказывать услугу), и информацию о нем, если это имеет значение исходя из характера работы (услуги);

2.12. указание на использование фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений;

2.13. величину массы (нетто), объем, количество или комплектность товара (работы, услуги) и специальный знак (где это предусмотрено нормативным документом, устанавливающим требования к качеству товара (работы, услуги));

2.14. необходимые сведения о правилах и условиях эффективного и безопасного использования товаров (результатов работ, услуг) и иные сведения, которые в соответствии с законодательством или соответствующими договорами обязательны для предоставления потребителю, в том числе относящиеся к договору и соответствующей работе сведения по просьбе потребителя.

Если приобретаемый потребителем товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки), потребителю должна быть предоставлена информация об этом. В случае приобретения такого товара сведения о наличии недостатка (недостатков) должны быть указаны в документе, подтверждающем факт покупки.

При продаже конфискованного товара потребителю должна быть предоставлена информация о том, что товар является конфискованным.

3. Информация, предусмотренная пунктами 1 и 2 настоящей статьи, на белорусском или русском языке доводится до сведения потребителя в документации, прилагаемой к товарам (результатам работ, услуг), на потребительской таре – этикетках или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (результатов работ, услуг). Информация, сообщенная или переданная на иностранном языке, считается непредоставленной, за исключением случаев, когда она была сообщена или передана на иностранном языке по желанию потребителя.

4. Продукты питания и другие товары, фасованные и упакованные в потребительскую тару не в месте их изготовления, кроме информации, указанной в пункте 2 настоящей статьи, должны содержать информацию о фасовщике и упаковщике.

5. При продаже товара (выполнении работы, оказании услуги) потребителю продавец (изготовитель, исполнитель) обязан выдать ему кассовый (товарный) чек либо иной документ, подтверждающий оплату товара (выполнения работы, оказания услуги).

Статья 6. Информация об изготовителях (исполнителях, продавцах)

1. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя свое наименование (фирменное наименование), место нахождения (юридический адрес) и режим работы, а также иные необходимые сведения в соответствии с законодательством. Изготовитель (исполнитель, продавец) размещает указанную информацию на вывеске или другим доступным способом, принятым в сфере торгового, бытового и иных видов обслуживания потребителей.

Изготовитель (исполнитель, продавец) – индивидуальный предприниматель должен также предоставить потребителю информацию о своей фамилии, имени, отчестве, а также о государственной регистрации и наименовании органа, осуществившего его государственную регистрацию в качестве гражданина, осуществляющего предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

2. Если вид (виды) деятельности, осуществляемой изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию, потребителю должна быть предоставлена ин-

формация о номере лицензии, сроке ее действия, органе, выдавшем эту лицензию, а также по требованию потребителя предоставлена возможность ознакомления с подлинником или копией лицензии, оформленной в установленном порядке.

3. Информация, предусмотренная пунктами 1 и 2 настоящей статьи, должна быть доведена до сведения потребителя и при осуществлении розничной торговли, бытового и иных видов обслуживания потребителей во временных помещениях, на ярмарках, с лотков, на рынках, а также в других случаях, если розничная торговля, бытовое и иные виды обслуживания потребителей осуществляются вне места нахождения изготовителя (исполнителя, продавца).

4. Информация, предусмотренная пунктами 1 и 2 настоящей статьи, на белорусском или русском языке доводится до сведения потребителя. Информация, сообщенная или переданная на иностранном языке, считается непредоставленной, за исключением случаев, когда она была сообщена или передана на иностранном языке по желанию потребителя.

Статья 7. Режим работы продавца (исполнителя)

Режим работы продавца (исполнителя) устанавливается по согласованию с местными исполнительными и распорядительными органами и должен соответствовать объявленному режиму работы.

Статья 8. Гражданско-правовая ответственность изготовителя (исполнителя, продавца) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге)

1. Если потребителю не предоставлена возможность незамедлительно получить в месте продажи необходимую и достоверную информацию о товаре (работе, услуге), он вправе потребовать от продавца (исполнителя, изготовителя) возмещения убытков, вызванных необоснованным уклонением от заключения договора, а если договор заключен, – в разумный срок отказаться от его исполнения, потребовать возврата уплаченной за товар суммы и возмещения других убытков.

При расторжении договора потребитель обязан возвратить товар (результат работы, услугу, если это возможно по их характеру) продавцу (изготовителю, исполнителю).

2. Продавец (исполнитель, изготовитель), не предоставивший потребителю возможности получения необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге), несет ответственность, предусмотренную статьями 19 и 30 настоящего Закона, и за те недостатки товара (результата работы, услуги), возникшие после его передачи потребителю, в отношении которых потребитель докажет, что они возникли в связи с отсутствием у него такой информации.

3. Если непредоставление (предоставление недостоверной или недостаточной) информации повлекло причинение вреда жизни, здоровью либо имуществу потребителя, он вправе предъявить продавцу (изготовителю, исполнителю) требования, предусмотренные статьей 16 настоящего Закона.

4. При рассмотрении требований потребителя о возмещении убытков, причиненных непредоставлением необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге), следует исходить из предположения об отсутствии у потребителя специальных знаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги).

Статья 9. Право потребителя на безопасность товара (работы, услуги)

Потребитель имеет право на то, чтобы товар (работа, услуга) при установленных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вреда имуществу потребителя. Требования, которые должны обеспечивать безопасность товара (работы, услуги), являются обязательными и устанавливаются в соответствии с законодательством.

Реализация товара (выполнение работы, оказание услуги) с недостатками, наличие которых является нарушением обязательных требований по его безопасности запрещается.

Статья 10. Обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) по обеспечению безопасности товара (работы; услуги)

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

Если изготовитель (исполнитель) не установил на товар (результат работы) срок службы, он обязан обеспечить безопасность товара (результата работы) в течение десяти лет со дня продажи товара (результата работы) потребителю.

2. Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие не обеспечения безопасности товара (результата работы, услуги), подлежит возмещению в соответствии со статьей 16 настоящего Закона.

3. Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан информировать потребителя о возможном риске и об условиях безопасного использования товара (результата работы, услуги) с помощью соответствующих обозначений, принятых в Республике Беларусь и (или) в международной практике. При этом, если для безопасного использования товара (результата работы, услуги), его хранения, транспортировки или утилизации необходимо соблюдать специальные правила, то изготовитель (исполнитель) обязан указать их в документации, прилагаемой к товару (результату работы, услуги), на этикетке или иным доступным (известным) и понятным потребителю способом, позволяющим ему своевременно ознакомиться с этими правилами, а продавец (исполнитель) обязан довести эти правила до сведения потребителя.

4. Продукты питания и сырье для них, произведенные на территориях радиоактивного загрязнения, должны иметь сертификат (маркировку) с указанием места их производства, производителя, соответствия показателей содержания в них радионуклидов республиканским допустимым уровням (в том числе в случаях, установленных законодательством, информацию о соотношении этих показателей с республиканскими допустимыми уровнями).

5. Товар (работа, услуга), для которого в соответствии с законодательством или нормативным документом, устанавливающим требования к качеству товара (работы, услуги), установлены требования, обеспечивающие безопасность жизни, здоровья, имущества потребителя и охрану окружающей среды, а также средства, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья потребителя, подлежат государственной гигиенической регламентации и регистрации и (или) обязательной сертификации в Национальной системе сертификации Республики Беларусь.

Перечни товаров (работ, услуг), подлежащих государственной гигиенической регламентации и регистрации, а также обязательной сертификации, и сроки введения сертификации устанавливаются в порядке, определенном Правительством Республики Беларусь.

Не допускается реализация товара (выполнение работы, оказание услуги), подлежащего государственной гигиенической регламентации и регистрации и (или) обязательной сертификации, в том числе импортного товара, без соответствующих удостоверений о государственной гигиенической регламентации и регистрации и (или) сертификатов соответствия. Порядок подтверждения наличия удостоверения о государственной гигиенической регламентации и регистрации и (или) сертификата соответствия на реализуемую продукцию устанавливается Комитетом по стандартизации, метрологии и сертификации при Совете Министров РБ и Министерством здравоохранения РБ.

6. Если при соблюдении потребителем установленных правил использования, хранения, транспортировки или утилизации товара (результата работы, услуги) он причиняет или может причинить вред жизни, здоровью и (или) имуществу потребителя, окружающей среде, изготовитель (исполнитель, продавец) обязан незамедлительно приостановить

вить его производство (реализацию) до устранения причин вреда. Если причины вреда устранить невозможно, изготовитель (исполнитель, продавец) обязан снять такой товар (работу, услугу) с производства (реализации) и своевременно информировать об этом соответствующие государственные органы; принять все необходимые меры по своевременному информированию потребителя через средства массовой информации о возможной опасности для его жизни, здоровья, имущества и окружающей среды, изъятия товара (работы, услуги) из оборота и отзыву от потребителя.

Информирование потребителя через средства массовой информации о товарах (работах, услугах), представляющих опасность для его жизни, здоровья, имущества и окружающей среды, осуществляется за счет изготовителя (исполнителя).

7. При невыполнении изготовителем (исполнителем, продавцом) обязанностей, предусмотренных пунктом 6 настоящей статьи, снятие товара (работы, услуги) с производства, изъятие его из оборота и отзыв от потребителя производятся по предписанию соответствующего государственного органа, а также по решению суда. Убытки, причиненные гражданам в связи с неисполнением этих обязанностей изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежат возмещению в полном объеме соответствующим изготовителем (исполнителем, продавцом).

Убытки, причиненные потребителю в связи с отзывом товара (работы, услуги), подлежат возмещению изготовителем (исполнителем, продавцом) в полном объеме.

Статья 11. Право потребителя на свободный выбор товара (работы, услуги)

1. Потребитель имеет право на свободный выбор товара (работы, услуги) надлежащего качества в удобное для него время с учетом режима работы продавца (изготовителя, исполнителя).

2. Продавец (изготовитель, исполнитель) обязан оказывать содействие потребителю в свободном выборе товара (работы, услуги).

3. Отдельным категориям потребителей могут предоставляться льготы и преимущества в торговом, бытовом и иных видах обслуживания потребителей в порядке, установленном законодательством.

4. Установление каких-либо иных преимуществ, прямых или косвенных ограничений при выборе товара (работы, услуги) не допускается, за исключением преимущества или ограничений, предусмотренных законодательством.

Статья 12. Право потребителя на надлежащее качество товара (работы, услуги)

1. Если в установленном законодательством порядке предусмотрены обязательные требования к качеству товара (работы, услуги), продавец (изготовитель, исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), соответствующий этим требованиям.

2. Потребитель имеет право на проверку качества, комплектности, веса, меры приобретаемого товара (работы, услуги), на проведение в его присутствии проверки свойств или демонстрации правильного и безопасного использования товара, если это не исключено ввиду характера товара.

Продавец (исполнитель) обязан продемонстрировать работоспособность товара и передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует предоставленной информации о товаре (работе, услуге) и условиям договора, а также по требованию потребителя предоставить ему необходимые контрольные средства измерений, предусмотренные правилами розничной торговли, с действующими свидетельствами и (или) отпечатками клейм, подтверждающими проверку и пригодность этих средств к применению, документы, подтверждающие качество и безопасность товара (результата работы, услуги), его комплектность.

3. При отсутствии в договоре условий о качестве товара (работы, услуги) продавец (исполнитель), обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу),

соответствующий обычно предъявляемым требованиям и пригодный для целей, для которых товар (результат работы, услуга) такого рода обычно используется.

4. Если продавец (исполнитель) при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу) надлежащего качества, пригодный для использования в соответствии с этими целями.

5. При продаже товара по образцу и (или) описанию продавец обязан передать потребителю товар, который соответствует образцу и (или) описанию.

Статья 13. Права и обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) по установлению срока службы, срока годности, срока хранения товара (результата работы), а также гарантийного срока на товар (результат работы, услугу)

1. Изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок службы товара (результата работы) длительного пользования, в том числе комплектующих изделий (деталей, узлов, агрегатов), которые по истечении определенного срока могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде. Перечень таких товаров, (результатов работ) устанавливается Правительством Республики Беларусь.

2. На продукты питания, парфюмерно-косметические товары, медикаменты и иные подобные товары (результаты работ), потребительские свойства которых со временем могут ухудшаться, изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок годности и (или) срок хранения.

Товары (результаты работ), на которые установлен срок годности и (или) срок хранения, продавец (изготовитель, исполнитель) обязан передать потребителю с таким расчетом, чтобы они могли быть использованы по назначению до истечения срока годности и (или) срока хранения.

3. Реализация товара (результата работы) по истечении установленного срока годности и (или) срока хранения, срока службы, а также товара (результата работы), на который должен быть установлен срок службы, срок годности и (или) срок хранения, но он не установлен, запрещается. Реализация отдельных непродовольственных товаров, срок службы и (или) срок хранения которых истек, может быть разрешена уполномоченными государственными органами по защите прав потребителей по результатам проведения соответствующей экспертизы этих товаров.

4. Изготовитель (исполнитель) вправе устанавливать на товар (результат работы, услугу) гарантийный срок, если иное не определено законодательством, в течение которого в случае обнаружения недостатка товара (результата работы, услуги) изготовитель (исполнитель) обязан удовлетворить требования потребителя, установленные статьями 19 и 30 настоящего Закона.

5. Продавец вправе установить на товар дополнительный гарантийный срок сверх гарантийного срока, установленного изготовителем (исполнителем), а также гарантийный срок на товар, на который гарантийный срок изготовителем (исполнителем) не установлен.

Статья 14. Обязанность изготовителя (продавца) обеспечить возможность ремонта и технического обслуживания товара

Изготовитель (продавец) обязан обеспечить возможность использования товара по назначению в течение его срока службы.

Для этой цели изготовитель (продавец) обеспечивает ремонт и техническое обслуживание товара, а также вылуск и поставку запасных частей в торговые и ремонтные организации в необходимых для ремонта и технического обслуживания объемах и ассортименте в течение срока производства товара и после снятия его с производства – в течение срока службы товара, а при отсутствии такого срока – в течение десяти лет со дня продажи товара потребителю.

ГЛАВА 2

ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Статья 15. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителя.

1. За нарушение прав потребителя продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность в соответствии с законодательством и (или) договором.

2. Убытки, причиненные потребителю, подлежат возмещению в полном объеме сверх неустойки, установленной законодательством или договором.

3. Уплата неустойки и возмещение убытков не освобождают продавца (изготовителя, исполнителя) от исполнения возложенных на него обязательств в натуре перед потребителем.

4. Продавец (изготовитель, исполнитель) освобождается от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, если докажет, что неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств произошло вследствие непреодолимой силы, а также по иным основаниям, исключающим ответственность и предусмотренным законодательными актами.

Статья 16. Возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги)

1. Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие конструктивных, рецептурных или иных недостатков товара (работы, услуги), а также вследствие недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге), подлежит возмещению в полном объеме продавцом (изготовителем, исполнителем) независимо от его вины и от того, состоял потребитель с ним в договорных отношениях или нет.

2. Вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги), подлежит возмещению, если он возник в течение установленных сроков годности или сроков службы товара (работы, услуги), а при отсутствии таковых – в течение десяти лет со дня производства товара (выполнения работы, оказания услуги).

3. Если в нарушение требований акта законодательства срок годности или срок службы товара, (работы, услуги) не установлены либо лицо, которому продан товар (для которого выполнена работа или оказана услуга), не было предупреждено о необходимых действиях по истечении срока годности или срока службы товара (работы, услуги) и возможных последствиях при невыполнении указанных действий, вред подлежит возмещению независимо от времени его причинения.

4. Вред, причиненный вследствие недостатков товара, подлежит возмещению продавцом или изготовителем товара по выбору потерпевшего.

5. Вред, причиненный вследствие недостатков работы или услуги, подлежит возмещению исполнителем.

6. Изготовитель (исполнитель) несет ответственность за вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя в связи с использованием материалов, оборудования, инструментов и иных средств, необходимых для производства товаров (выполнения работ, оказания услуг), независимо от того, позволяя уровень научных и технических знаний изготовителя (исполнителя) выявить их особые свойства или нет.

7. Изготовитель (исполнитель, продавец) освобождается от ответственности в случае, если докажет, что вред возник вследствие непреодолимой силы или нарушения потребителем установленных правил пользования, товаром (результатом работы, услугой) или его хранения.

Статья 17. Компенсация морального вреда

1. Компенсация морального вреда, причиненного потребителю вследствие нарушения изготовителем (исполнителем, продавцом) прав потребителя, предусмотренных за-

конодательством, осуществляется причинителем, вреда при наличии, его вины, если иное не предусмотрено законодательными актами.

2. Компенсация морального вреда осуществляется независимо от подлежащего возмещению имущественного вреда. Компенсация морального вреда осуществляется в денежной форме.

3. Размер компенсации морального вреда определяется судом в зависимости от характера, причиненных потребителю физических и нравственных страданий, а также степени вины причинителя вреда в случаях, когда его вина является основанием для возмещения вреда. При определении размера компенсации морального вреда должны учитываться требования разумности и справедливости.

4. Характер физических и нравственных страданий оценивается судом с учетом фактических обстоятельств, при которых был причинен моральный вред, и индивидуальных особенностей потерпевшего.

Статья 18. Недействительность условий договора, ущемляющих права потребителя

1. Условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правами, установленными настоящим Законом, или иным законодательством в области защиты прав потребителей, считаются ничтожными.

2. Обуславливать приобретение товара (работы, услуги) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг) запрещается. Убытки, причиненные потребителю вследствие нарушения его права на свободный выбор товара (работы, услуги), возмещаются продавцом (исполнителем) в полном объеме.

3. Продавец (исполнитель) не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты таких работ (услуг), а если они уже оплачены, – потребовать от продавца (исполнителя) возврата уплаченной суммы.

ГЛАВА 3

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ ПРОДАЖЕ ТОВАРА ПОТРЕБИТЕЛЮ

Статья 19. Права потребителя в случае продажи товара ненадлежащего качества

1. Потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если его недостатки не были оговорены продавцом, вправе по своему выбору потребовать:

1.1. замены недоброкачественного товара товаром надлежащего качества;

1.2. соразмерного уменьшения покупной цены товара;

1.3. незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара;

1.4. возмещения расходов по устранению недостатков товара. Потребитель вправе требовать замены технически сложного товара или дорогостоящего товара в случае обнаружения существенных недостатков товара (существенного нарушения требований к его качеству). Перечень таких технически сложных товаров утверждается Правительством Республики Беларусь.

В случае обнаружения недостатков товара, свойства которого не позволяют устранить эти недостатки (продовольственные товары, товары бытовой химии и т.п.); потребитель вправе по своему выбору потребовать замены такого товара товаром надлежащего качества либо соразмерного уменьшения покупной цены.

2. Вместо предъявления указанных в пункте 1 настоящей статьи требований потребитель вправе расторгнуть договор розничной купли-продажи, потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы в соответствии с пунктом 4 статьи 25 настоящего Закона. При этом потребитель по требованию продавца и за его счет должен возвратить полученный товар ненадлежащего качества.

При возврате потребителю уплаченной за товар денежной суммы продавец не вправе удерживать из нее сумму, на которую понизилась стоимость товара из-за полного или частичного использования товара, потери им товарного вида или других подобных обстоятельств.

3. Требования, указанные в пунктах 1 и 2 настоящей статьи, предъявляются потребителем продавцу.

4. Потребитель вправе предъявить требования, указанные в подпунктах 1.1, 1.3 и 1.4 пункта 1 настоящей статьи, изготовителю.

Вместо предъявления этих требований потребитель вправе возвратить изготовителю товар ненадлежащего качества и потребовать возврата уплаченной за товар денежной суммы в соответствии с пунктом 4 статьи 25 настоящего Закона.

5. Отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований.

Для подтверждения факта покупки товара могут использоваться свидетельские показания, элементы упаковочного материала (тары), на которых имеются отметки, подтверждающие, что покупка товара осуществлялась у данного продавца, а также документы и другие средства доказывания, указывающие на осуществление покупки товара у данного продавца.

6. Продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора о нём организация (индивидуальный предприниматель) обязаны принять товар ненадлежащего качества у потребителя, а в случае необходимости провести проверку качества товара.

При возникновении спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация (индивидуальный предприниматель) обязаны провести экспертизу товара за свой счет. О месте и времени проведения экспертизы потребитель должен быть извещен в письменной форме.

Потребитель вправе участвовать в проверке качества (проведении экспертизы) товара лично или через своего представителя. Потребитель вправе оспорить заключение такой экспертизы в судебном порядке.

Стоимость экспертизы оплачивается продавцом (изготовителем). Если в результате экспертизы товара установлено, что недостатки возникли после продажи товара потребителю вследствие нарушения им установленных правил использования, хранения или транспортировки товара, потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю) расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на транспортировку товара.

7. Продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация (индивидуальный предприниматель) отвечают за недостатки товара, на который не установлен гарантийный срок, если потребитель докажет, что недостатки товара возникли до его передачи потребителю или по причинам, возникшим до этого момента.

В отношении товара, на который установлен гарантийный срок, продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация (индивидуальный предприниматель) отвечают за недостатки товара, если не докажут, что они возникли после передачи товара потребителю вследствие нарушения им правил пользования товаром или его хранения, либо действий третьих лиц, либо непреодолимой силы.

В случаях, когда предусмотренный договором гарантийный срок составляет менее двух лет и недостатки товара обнаружены потребителем по истечении гарантийного срока, но в пределах двух лет со дня передачи товара потребителю, продавец несет ответственность, если потребитель докажет, что недостатки товара возникли до передачи

товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента.

8. Доставка крупногабаритных товаров или товаров весом более пяти килограммов для ремонта, уценки, замены и возврат их потребителю осуществляются силами и за счет продавца (изготовителя) или выполняющей функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организации (индивидуального предпринимателя). В случае неисполнения данной обязанности, а также при отсутствии продавца (изготовителя) в месте нахождения потребителя доставка и возврат указанных товаров могут осуществляться потребителем. При этом продавец (изготовитель) или выполняющая функции продавца (изготовителя) на основании договора с ним организация (индивидуальный предприниматель) обязаны возместить потребителю расходы, связанные с доставкой и возвратом указанных товаров.

Статья 20. Сроки предъявления потребителем требований в отношении недостатков товара

1. Потребитель вправе предъявить предусмотренные статьей 19 настоящего Закона требования продавцу или изготовителю в отношении недостатков товара в течение гарантийного срока или срока годности, установленных изготовителем. Если продавцом установлены гарантийные сроки в соответствии с пунктом 5 статьи 13 настоящего Закона, требования, предусмотренные статьей 19 настоящего Закона в отношении недостатков товара, обнаруженных в течение указанного гарантийного срока, предъявляются продавцу.

В отношении товаров, на которые гарантийные сроки или сроки годности не установлены либо гарантийные сроки составляют менее двух лет, потребитель вправе предъявить указанные требования, если недостатки обнаружены в течение двух лет со дня передачи их потребителю, а в отношении недвижимого имущества – в течение трех лет со дня передачи его потребителю, если более длительные сроки не установлены законодательством и (или) договором.

2. Гарантийный срок товара начинает течь с момента передачи товара потребителю, если иное не предусмотрено договором. Если момент передачи товара установить невозможно, этот срок исчисляется со дня изготовления товара. Предусматривать в договоре условия, ухудшающие и ущемляющие права потребителя по сравнению с установленными законодательством, запрещается.

3. Для сезонных товаров (одежды, меховых изделий и др.) гарантийные сроки исчисляются с момента наступления соответствующего сезона; с 1 апреля – для товаров весенне-летнего ассортимента и с 1 октября – для товаров осенне-зимнего ассортимента. Для обуви сезонного назначения гарантийные сроки носки исчисляются: для зимней – с 15 ноября, весенней и осенней – соответственно с 1 марта и 15 сентября, летней – с 1 мая. Правила исчисления гарантийных сроков для сезонных товаров, имеющих иную сезонную классификацию, устанавливаются законодательством. Течение гарантийного срока прерывается с наступлением другого сезона.

4. При продаже товаров по образцам, по почте, а также в случаях, если момент заключения договора розничной купли-продажи и момент передачи товара потребителю не совпадают, гарантийный срок исчисляется со дня доставки товара потребителю, а если товар нуждается в специальной установке (подключении) или в сборке, – со дня его установки (подключения) или сборки. Если потребитель лишен возможности использовать товар по обстоятельствам, зависящим от продавца (если товар нуждается в специальной установке (подключении) или сборке, которые обязаны осуществить продавец или уполномоченная им в соответствии с договором организация (индивидуальный предприниматель), либо в нем имеются недостатки, либо он не может использоваться потребителем по иным причинам), гарантийный срок не исчисляется до устранения продавцом таких обстоятельств. Если день доставки, установки (подключения) или

сборки товара, устранения зависящих от продавца обстоятельств, вследствие которых потребитель не может использовать товар по назначению, определить невозможно, этот срок исчисляется со дня заключения договора розничной купли-продажи.

5. Гарантийный срок может устанавливаться на комплектующие изделия и составные части основного изделия. Гарантийный срок на комплектующие изделия и составные части исчисляется в том же порядке, что и гарантийный срок на основное изделие.

Если иное не предусмотрено договором, гарантийный срок на комплектующее изделие и составную часть основного изделия считается равным гарантийному сроку на основное изделие и начинается течь одновременно с гарантийным сроком на основное изделие.

В случаях, когда на комплектующее изделие, составную часть основного изделия в договоре розничной купли-продажи установлен гарантийный срок меньшей продолжительности, чем на основное изделие, потребитель вправе предъявить требования, связанные с недостатками комплектующего изделия и составной части основного изделия при их обнаружении в течение гарантийного срока на основное изделие, если иное не предусмотрено договором.

Если на комплектующее изделие установлен гарантийный срок большей продолжительности, чем гарантийный срок на основное изделие, потребитель вправе предъявить требования, связанные с недостатками товара, если недостатки комплектующего изделия обнаружены в течение гарантийного срока на него, независимо от истечения гарантийного срока на основное изделие.

6. В случае выявления существенных недостатков товара, в том числе производственных, конструктивных, рецептурных и иных недостатков, не связанных с износом, старением и другими физическими процессами в товаре, потребитель вправе предъявить изготовителю требования, предусмотренные пунктами 1 и 2 статьи 19 настоящего Закона, если докажет, что недостатки возникли до продажи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента. Указанное требование может быть предъявлено, если недостатки в товаре обнаружены после продажи товара потребителю, но в пределах установленного на товар срока службы или в течение десяти лет со дня продажи товара, если срок службы не установлен.

7. 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.

8. Срок службы товара может исчисляться единицами времени (месяцами, годами), а также единицами измерения исходя из функционального назначения товара (результата работы).

9. Срок службы и срок годности товара исчисляются с момента изготовления товара. Если момент изготовления и момент готовности товара к использованию не совпадают, срок службы и срок годности его начинают течь с момента готовности товара к использованию, о чем должен быть проинформирован потребитель.

Статья 21. Устранение недостатков товара изготовителем (продавцом)

1. Недостатки, обнаруженные в товаре, должны быть устранены изготовителем (продавцом) незамедлительно. Максимальный срок устранения недостатков не может превышать четырнадцати дней со дня предъявления потребителем требования об устранении недостатков товара.

2. В отношении товаров длительного пользования изготовитель (продавец) обязан при предъявлении потребителем требования об устранении недостатков товара в трехдневный срок предоставить потребителю безвозмездно, на период ремонта аналогичный товар, обеспечив его доставку за свой счет. Порядок предоставления таких товаров, а также перечень товаров длительного пользования, на которые указанное требование не распространяется, устанавливаются Правительством Республики Беларусь.

3. В случае устранения недостатков товара гарантийный срок на него продлевается на период, в течение которого товар не использовался. Указанный период исчисляется со дня предъявления потребителем требования об устранении недостатков, товара со дня выдачи его по окончании ремонта.

4. При устранении недостатков товара посредством замены комплектующего изделия или составной части основного изделия, на которые установлены гарантийные сроки, на новое комплектующее изделие или составную часть основного изделия устанавливается гарантийный срок той же продолжительности, что и на замененные, и гарантийный срок исчисляется со дня выдачи потребителю этого товара по окончании ремонта.

Статья 22. Замена товара ненадлежащего качества

1. В случае обнаружения потребителем недостатков товара и предъявления требования о замене такого товара продавец (изготовитель) обязан заменить такой товар незамедлительно, а при необходимости дополнительной проверки качества такого товара продавцом (изготовителем) – заменить его в течение четырнадцати дней со дня предъявления указанного требования.

При отсутствии у продавца (изготовителя) необходимого для замены товара на день предъявления указанного требования продавец (изготовитель) должен заменить такой товар в течение месяца со дня предъявления указанного требования. В случае отсутствия у продавца (изготовителя) товара данной модели (марки, типа, артикула и т.п.) по не зависящим от него причинам в течение месяца со дня предъявления требования потребителем продавец, (изготовитель) обязан предоставить ему аналогичный товар другой модели - марки, типа, артикула, и т.п. с согласия потребителя.

2. По требованию потребителя продавец (изготовитель) обязан в трехдневный срок предоставить потребителю безвозмездно во временное пользование на период замены аналогичный товар длительного пользования, обеспечив его доставку за свой счет. Порядок предоставления таких товаров, а также перечень товаров длительного пользования, на которые указанное требование не распространяется, устанавливаются в соответствии с пунктом 2 статьи 21 настоящего Закона.

3. Товар ненадлежащего качества должен быть заменен на новый, то есть на товар, не бывший в употреблении.

4. При замене товара гарантийный срок исчисляется заново со дня передачи товара потребителю.

Статья 23. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя

Требования потребителя о соразмерном уменьшении покупной цены товара ненадлежащего качества, возмещении расходов на устранение недостатков товара потребителем или третьим лицом, а также о возмещении убытков, причиненных потребителю расторжением договора розничной купли-продажи (возвратом товара ненадлежащего качества изготовителю), подлежат удовлетворению продавцом (изготовителем) незамедлительно. Максимальный срок для удовлетворения требований потребителя не может превышать семи дней со дня предъявления соответствующего требования, а при необходимости проведения экспертизы – четырнадцать дней.

Статья 24. Ответственность продавца (изготовителя) за просрочку выполнения требований потребителя

1. За нарушение сроков, предусмотренных статьями 21 – 23 настоящего Закона, а также за невыполнение (задержку выполнения) требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец (изготовитель), допустивший такие нарушения, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены товара.

2. Цена товара определяется исходя из цены товара аналогичной модели (марки, типа, артикула и т.п.), существующей на момент выплаты неустойки продавцом (изготови-

телем) или на день вынесения судебного решения, если требование не было удовлетворено добровольно. Если на день продажи товара потребителю его цена была выше, чем цена аналогичного товара на момент выплаты неустойки или на день вынесения судебного решения, то размер неустойки определяется исходя из цены товара на день его продажи потребителю.

3. В случае невыполнения требований потребителя в сроки, предусмотренные статьями 21 – 23 настоящего Закона, потребитель вправе по своему выбору предъявить иные требования, предусмотренные пунктами 1 и 2 статьи 19 настоящего Закона.

Статья 25. Расчеты с потребителем в случае приобретения им товара ненадлежащего качества

1. При замене товара ненадлежащего качества на товар аналогичной модели (марки, типа, артикула и т.п.) перерасчет цены товара не производится.

2. При замене товара ненадлежащего качества на такой же товар другой модели (марки, типа, артикула и т.п.) в случае, если цена товара, подлежащего замене, ниже цены товара, предоставленного взамен, потребитель должен доплатить разницу в цене. В случае, если цена товара, подлежащего замене, выше цены товара, предоставленного взамен, разница в цене выплачивается потребителю. Цена товара, подлежащего замене, определяется на момент замены, а если требование потребителя не удовлетворено продавцом (изготовителем), то цена заменяемого товара и цена товара, предоставляемого взамен, определяются на момент вынесения судом решения о замене товара.

3. В случае предъявления потребителем требования о соразмерном уменьшении покупной цены товара в расчет принимается цена товара на момент предъявления потребителем требования об уценке, а если оно добровольно не удовлетворено, – на момент вынесения судом решения о соразмерном уменьшении покупной цены.

4. При расторжении договора розничной купли-продажи потребитель вправе требовать возврата уплаченной за товар денежной суммы, а также возмещения разницы между ценой товара, установленной договором, и ценой соответствующего товара на момент добровольного удовлетворения его требования, а если требование добровольно не удовлетворено, – на момент вынесения судом решения.

5. В случае расторжения договора розничной купли-продажи потребителю, которому товар был продан в кредит, возвращается уплаченная за товар сумма в размере кредита, погашенного ко дню возврата товара (с учетом цены товара на момент расторжения договора), также возмещается плата за предоставление кредита.

Статья 26. Права потребителя на обмен товара надлежащего качества

1. Потребитель вправе в течение четырнадцати дней с момента передачи ему непродовольственного товара, если более длительный срок не объявлен продавцом, обменять купленный товар в месте покупки или иных местах, объявленных продавцом, на аналогичный товар другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации, произведя в случае разницы в цене необходимый перерасчет с продавцом.

2. Требование покупателя об обмене либо возврате товара подлежит удовлетворению, если товар не был в употреблении, сохранены его потребительские свойства и имеются доказательства приобретения его у данного продавца.

3. Перечень товаров, не подлежащих обмену по основаниям, указанным в настоящей статье, утверждается Правительством Республики Беларусь.

4. В случае если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения потребителя к продавцу, потребитель вправе возвратит приобретенный товар продавцу и получить уплаченную за него денежную сумму.

5. Продовольственные товары надлежащего качества обмену и возврату не подлежат.

Статья 27. Правила отдельных видов и форм торговой деятельности

Правила отдельных видов и форм торговой деятельности, а также правила продажи отдельных видов товаров утверждаются Правительством Республики Беларусь.

ГЛАВА 4

ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ РАБОТ (ОКАЗАНИИ УСЛУГ)

Статья 28. Сроки выполнения работ (оказания услуг)

1. Исполнитель обязан выполнить работу (оказать услугу) в срок, установленный договором о выполнении работ (оказании услуг), если иное не предусмотрено законодательством.

2. Срок выполнения работы (оказания услуги) определяется датой (периодом), к которой должно быть закончено выполнение работы (оказание услуги), или (и) датой (периодом), с которой исполнитель должен приступить к выполнению работы (оказанию услуги). По соглашению сторон в договоре могут быть предусмотрены также сроки начала и завершения отдельных этапов работы.

Статья 29. Последствия нарушения исполнителем сроков выполнения работ (оказания услуг)

1. Если исполнитель нарушил сроки выполнения работы (оказания услуги), отдельных этапов работы (оказания услуги), а также иные сроки, предусмотренные договором, или во время выполнения работы (оказания услуги) стало очевидным, что она не будет выполнена в срок, потребитель вправе по своему выбору:

- 1.1. назначить исполнителю новый срок;
- 1.2. поручить выполнение работы (оказание услуги) третьим лицам за согласованную сторонами разумную цену или выполнить ее своими силами и потребовать от исполнителя возмещения понесенных расходов;
- 1.3. потребовать соразмерного уменьшения установленной цены за выполнение работы (оказание услуги);
- 1.4. расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги).

2. Потребитель также вправе потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с нарушением сроков выполнения работы (оказания услуги). Убытки возмещаются в семидневный срок с момента предъявления требований потребителем.

3. Назначенные потребителем новые сроки выполнения работы (оказания услуги) указываются в договоре о выполнении работы (оказании услуги).

В случае просрочки новых сроков потребитель вправе предъявить исполнителю иные требования, установленные пунктом 1 настоящей статьи.

4. Цена выполненной работы (оказанной услуги), возвращаемая потребителю при расторжении договора о выполнении работы (оказании услуги), а также учитываемая при уменьшении цены выполненной работы (оказанной услуги), определяется на момент расторжения договора или на момент предъявления потребителем требования о соразмерном уменьшении цены выполненной работы (оказанной услуги), а если оно добровольно не удовлетворено, – на момент вынесения судом решения о соразмерном уменьшении цены выполненной работы (оказанной услуги).

5. При расторжении договора о выполнении работы (оказании услуги) исполнитель не вправе требовать возмещения своих затрат, произведенных в процессе выполнения работы (оказания услуги), а также платы за уже выполненную работу (оказанную услугу), за исключением случаев, если потребитель принял выполненную работу (оказанную услугу).

6. В случае нарушения установленных сроков выполнения работы (оказания услуги) или назначенных потребителем на основании пункта 1 настоящей статьи новых сроков исполнитель уплачивает потребителю за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки неустойку, в размере одного процента цены выполнения работы (оказания услуги), а если цена выполнения работы (оказания услуги) договором о выполнении

работ (оказание услуг) не определена, – в размере одного процента общей цены заказа. Договором о выполнении работ (оказании услуг) между потребителем и исполнителем может быть установлен более высокий размер неустойки.

Неустойка за нарушение сроков начала выполнения работы (оказания услуги), ее этапа взыскивается за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки вплоть до начала выполнения работы (оказания услуги) или предъявления потребителем требований, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи.

Неустойка за нарушение сроков окончания выполнения работы (оказания услуги), ее этапа взыскивается за каждый день (час, если срок определен в часах) просрочки вплоть до окончания выполнения работы (оказания услуги) или предъявления потребителем требований, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи.

Размер неустойки определяется исходя из цены выполнения работы (оказания услуги), а если указанная цена не определена, – исходя из общей цены заказа, существовавшей на момент добровольного удовлетворения исполнителем такого требования или на день вынесения судебного решения, если требование потребителя добровольно не было удовлетворено.

7. Требования потребителя, предусмотренные пунктом 1 настоящей статьи, не подлежат удовлетворению, если исполнитель докажет, что нарушение сроков выполнения работы (оказания услуги) произошло вследствие непреодолимой силы или по вине потребителя.

Статья 30. Права потребителя при обнаружении недостатков выполненной работы (оказанной услуги)

1. При обнаружении отступлений от условий договора, ухудшивших результат работы (услуги), или иных недостатков выполненной работы (оказанной услуги) потребитель вправе по своему выбору потребовать:

- 1.1. безвозмездного устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги);
- 1.2. соразмерного уменьшения цены выполненной работы (оказанной услуги);
- 1.3. безвозмездного изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы (оказания услуги), если это возможно. При этом потребитель обязан возвратить ранее переданную ему исполнителем вещь;
- 1.4. возмещения понесенных им расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами.

2. Удовлетворение требований потребителя о безвозмездном устранении недостатков, об изготовлении другой вещи или о повторном выполнении работы (оказании услуги) не освобождает исполнителя от ответственности в форме неустойки за нарушение срока окончания выполнения работы (оказания услуги).

3. Потребитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать полного возмещения убытков, если в установленный пунктом 1 статьи 31 настоящего Закона или договором срок недостатки выполненной работы (оказанной услуги) не устранены исполнителем. Потребитель также вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги), если им обнаружены существенные недостатки выполненной работы (оказанной услуги) или отступления от условий договора, ухудшившие результат работы (услуги).

4. Потребитель также вправе потребовать полного возмещения убытков и уплаты неустойки, причиненных ему в связи с недостатками выполненной работы (оказанной услуги), если отступления в работе от условий договора или иные недостатки результата работы в установленный договором срок не были устранены либо являются существ-

венными. Убытки возмещаются в сроки, установленные для удовлетворения соответствующих требований потребителя в соответствии с законодательством.

5. Цена выполненной работы (оказанной услуги), возвращаемая потребителю при расторжении договора о выполнении работы (оказании услуги), а также учитываемая при уменьшении цены выполненной работы (оказанной услуги), определяется на момент предъявления потребителем требования, а если оно добровольно не удовлетворено, – на момент вынесения судом соответствующего решения.

6. Требования, связанные с недостатками выполненной работы (оказанной услуги), могут быть предъявлены при принятии выполненной работы (оказанной услуги) или в ходе выполнения работы (оказания услуги) либо, если невозможно обнаружить недостатки при принятии выполненной работы (оказанной услуги), в течение сроков, установленных настоящим пунктом, а также пунктами 7 – 10 настоящей статьи.

Потребитель вправе предъявить требования, связанные с недостатками выполненной работы (оказанной услуги), если они обнаружены в течение гарантийного срока, а если он не установлен, – в пределах двух лет со дня принятия выполненной работы (оказанной услуги) или трех лет в отношении недостатков в строении или в ином недвижимом имуществе.

7. Требование о безвозмездном устранении таких недостатков выполненной работы (оказанной услуги), которые могут представлять опасность для жизни или здоровья потребителя, может быть предъявлено потребителем или его правопреемником в течение десяти лет с момента принятия результата работы (услуги), если в установленном законодательством порядке не предусмотрены более длительные сроки (сроки службы). Такое требование может быть предъявлено независимо от того, когда обнаружены эти недостатки, в том числе и при обнаружении их по окончании гарантийного срока.

8. Исполнитель отвечает за недостатки выполненной работы (оказанной услуги), на результат которой не установлен гарантийный срок, если потребитель докажет, что они возникли до ее принятия или по причинам, возникшим до этого момента.

В отношении выполненной работы (оказанной услуги), на результат которой установлен гарантийный срок, исполнитель отвечает за ее недостатки, если не докажет, что они возникли после принятия работы (услуги) потребителем вследствие нарушения им правил использования результатов работы (услуги), действий третьих лиц или непреодолимой силы.

9. В случае, когда установленный договором гарантийный срок на результат работы (услуги) составляет менее двух лет (менее трех лет на недвижимое имущество) и недостатки выполненной работы (оказанной услуги) обнаружены потребителем по истечении гарантийного срока, но в пределах двух лет (трех лет на недвижимое имущество), потребитель вправе предъявить требования, предусмотренные пунктом 1 настоящей статьи, если докажет, что недостатки возникли до принятия им результата работы (услуги) или по причинам, возникшим до этого момента.

10. В случае выявления существенных недостатков выполненной работы (оказанной услуги) потребитель вправе предъявить исполнителю одно из требований, предусмотренных пунктом 1 настоящей статьи, если докажет, что недостатки возникли до принятия им результата работы (услуги) или по причинам, возникшим до этого момента. Это требование может быть предъявлено, если указанные недостатки обнаружены по истечении двух лет (для недвижимого имущества – трех лет) со дня принятия результата работы (услуги), но в пределах установленного на результат работы (услугу) срока службы или в течение десяти лет со дня принятия результата работы потребителем, если срок службы не установлен.

Статья 31. Сроки устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги)

1. Недостатки выполненной работы (оказанной услуги) должны быть устранены исполнителем в течение четырнадцати дней, если более длительный срок не оговорен соглашением сторон.

2. За нарушение предусмотренных настоящей статьей сроков устранения недостатков выполненной работы (оказанной услуги) исполнитель уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены выполнения работы (оказания услуги), а если цена выполнения работы (оказания услуги) договором о выполнении работ (оказании услуг) не определена, – в размере одного процента общей цены заказа. Договором о выполнении работ (оказании услуг) между потребителем и исполнителем может быть установлен более высокий размер неустойки.

3. В случае нарушения указанных сроков потребитель вправе предъявить исполнителю иные требования, предусмотренные пунктом 1 статьи 30 настоящего Закона.

Статья 32. Сроки удовлетворения отдельных требований потребителя

1. Требования потребителя о соразмерном уменьшении цены за выполненную работу (оказанную услугу), возмещении расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами, а также о возмещении убытков, причиненных расторжением договора о выполнении работы (оказании услуги), предусмотренные пунктом 1 статьи 29 и пунктом 1 статьи 30 настоящего Закона, подлежат удовлетворению в течение семи дней со дня предъявления соответствующего требования.

2. Требования потребителя о безвозмездном изготовлении другой вещи из однородного материала такого же качества или о повторном выполнении работы (оказании услуги) подлежат удовлетворению в срок, установленный для срочного выполнения работы (оказания услуги), а в случае, если этот срок не установлен, – в срок, предусмотренный договором о выполнении работы (оказании услуги), который был исполнен ненадлежащим образом.

3. За нарушение предусмотренных настоящей статьей сроков удовлетворения отдельных требований потребителя исполнитель уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку в размере одного процента цены выполнения работы (оказания услуги), а если цена выполнения работы (оказания услуги) договором о выполнении работ (оказании услуг) не определена, – в размере одного процента общей цены заказа договором о выполнении работ (оказании услуг) между потребителем и исполнителем может быть установлен более высокий размер неустойки.

4. В случае нарушения сроков, предусмотренных пунктами 1 и 2 настоящей статьи, потребитель вправе предъявить исполнителю иные требования, предусмотренные пунктом 1 статьи 29 и пунктом 1 статьи 30 настоящего Закона.

Статья 33. Смета либо калькуляция на выполнение работы (оказание услуги)

1. На выполнение работы (оказание услуги), предусмотренной договором о выполнении работы (оказании услуги), может быть составлена твердая или приблизительная смета либо калькуляция. Составление такой сметы либо калькуляции по требованию потребителя или исполнителя является обязательным.

2. Исполнитель не вправе требовать увеличения твердой сметы, а потребитель – ее уменьшения, в том числе и в случае, когда в момент заключения договора исключалась возможность предусмотреть полный объем подлежащих выполнению работ (оказанию услуг) или необходимых для этого расходов.

3. При существенном возрастании стоимости материалов и оборудования, которые должны быть предоставлены исполнителем, а также оказываемых ему третьими лица-

ми услуг, которые нельзя было предусмотреть при заключении договора, исполнитель имеет право требовать увеличения установленной сметы, а при отказе потребителя выполнить это требование – расторжения договора в судебном порядке.

4. Если возникла необходимость в проведении дополнительных работ (оказании дополнительных услуг) и по этой причине существенно превышает приблизительная смета, исполнитель обязан своевременно предупредить об этом потребителя. Если потребитель не дал согласия на превышение приблизительной сметы, он вправе расторгнуть договор. В этом случае исполнитель может требовать от него плату за выполненную часть работы.

Исполнитель, своевременно не предупредивший потребителя о необходимости превышения приблизительной сметы, обязан выполнить договор, сохраняя право на оплату работы (услуги) в пределах приблизительной сметы.

Статья 34. Выполнение работы из материала исполнителя

1. Исполнитель обязан выполнить работу, определенную договором о выполнении работы, из своего материала и своими средствами, если иное не установлено договором.

Исполнитель, предоставивший материал для выполнения работы, отвечает за его надлежащее качество по правилам ответственности продавца за товары надлежащего качества.

2. Материал исполнителя оплачивается потребителем при заключении указанного договора полностью или в размере, определенном договором о выполнении работы, с условием окончательного расчета при получении потребителем результата выполненной исполнителем работы, если иной порядок расчетов за материал исполнителя не предусмотрен соглашением сторон.

3. В случаях, предусмотренных договором о выполнении работы, материал может быть предоставлен исполнителем потребителю в кредит. Последующее изменение цены материала, предоставленного исполнителем в кредит, не влечет за собой перерасчета.

4. Материал исполнителя и необходимые для выполнения работы технические средства, инструменты и прочее доставляются к месту выполнения работ исполнителем, если иное не предусмотрено договором.

Статья 35. Выполнение работы из материала (с вещью) потребителя

1. Если работа выполняется полностью или частично из материала (с вещью) потребителя, исполнитель отвечает за сохранность этого материала (вещи) и экономное и расчетливое его использование.

2. Исполнитель обязан:

2.1. предупредить потребителя о непригодности или недоброкачественности переданного потребителем материала (вещи);

2.2. представить отчет об израсходовании материала и вернуть его остаток либо с согласия потребителя уменьшить цену (смету) работы с учетом стоимости оставшегося у исполнителя неиспользованного материала;

3. В случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (вещи), принятого от потребителя, исполнитель обязан в трехдневный срок заменить его однородным материалом (вещью) аналогичного качества и по желанию потребителя изготовить изделие из однородного материала (вещи) в согласованный срок, а при невозможности – возместить потребителю двукратную цену утраченного (поврежденного) материала (вещи), а также расходы, понесенные потребителем.

4. Цена утраченного (поврежденного) материала (вещи) определяется исходя из цены материала (вещи), существовавшей в том месте, в котором требование потребителя должно быть удовлетворено исполнителем в день добровольного удовлетворения такого требования или в день вынесения судебного решения, если требование потребителя добровольно не было удовлетворено.

В договоре о выполнении работы или ином документе (квитанции, заказе), подтверждающем его заключение, должны быть указаны точное наименование, описание и цена материала (вещи), определяемые соглашением сторон.

5. Исполнитель освобождается от ответственности за полную или частичную утрату (повреждение) материала (вещи), принятого им от потребителя, если докажет, что потребитель был предупрежден им об особых свойствах материала (вещи), которые могут повлечь за собой его полную или частичную утрату (повреждение). Исполнитель не освобождается от ответственности в том случае, если уровень его научных и технических знаний не позволил выявить особые свойства материала (вещи).

Статья 36. Обязанность исполнителя информировать потребителя об обстоятельствах, которые могут повлиять на качество выполняемой работы (оказываемой услуги) или повлечь невозможность ее завершения в срок

2. Исполнитель обязан своевременно в письменной форме информировать потребителя о том, что соблюдение указаний потребителя и иные обстоятельства, зависящие от потребителя, могут снизить качество выполняемой работы (оказываемой услуги) или повлечь невозможность ее завершения в срок.

3. Если потребитель, несмотря на своевременное и обоснованное информирование исполнителем, в согласованный срок не заменит непригодный или недоброкачественный материал, не изменит указаний о способе выполнения работы (оказания услуги) либо не устранил иных обстоятельств, которые могут снизить качество выполняемой работы (оказываемой услуги), исполнитель вправе расторгнуть договор о выполнении работы (оказании услуги) и потребовать возмещения причиненных ему убытков.

Статья 37. Порядок расчетов за выполненную работу (оказанную услугу)

Порядок расчетов за выполненную работу, оказанную услугу определяется договором между потребителем и исполнителем.

Потребитель обязан оплатить выполненную исполнителем в полном объеме работу (оказанную услугу) после ее принятия потребителем. С согласия потребителя выполненная работа (оказанная услуга) может быть оглачена им при заключении договора полностью или путем выдачи аванса.

Статья 38. Правила бытового и иных видов обслуживания потребителей

Правила бытового и иных видов обслуживания потребителей (выполнения отдельных видов работ и оказания отдельных видов услуг) утверждаются Правительством Республики Беларусь.

Статья 39. Регулирование выполнения отдельных видов работ (оказания отдельных видов услуг)

Особенности взаимоотношений потребителей и исполнителей по договорам о выполнении работ (оказании услуг), по своему характеру не подпадающих под действие настоящей главы, а также последствия неисполнения или ненадлежащего исполнения договоров определяется правилами об отдельных видах таких договоров.

ГЛАВА 5.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ЗАЩИТА ПОТРЕБИТЕЛЯ

Статья 40. Государственные органы, осуществляющие защиту прав потребителей и контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей

Государственную защиту прав потребителя и контроль за соблюдением законодательства о защите прав потребителей осуществляют в пределах своей компетенции уполномоченные государственные органы.

Статья 41. Полномочия Министерства торговли Республики Беларусь в области защиты прав потребителей

1. Министерство торговли Республики Беларусь направляет:

1.1. предложения в органы государственного управления об отмене или изменении принятых ими нормативных правовых актов, противоречащих законодательству о защите прав потребителей;

1.2. предписания изготовителям (исполнителям, продавцам) о прекращении нарушений прав потребителя, в том числе о прекращении продажи товаров с истекшим сроком годности или сроком службы; а также о прекращении реализации товаров, на которые должны быть установлены сроки годности, но не установлены, либо о прекращении выполнения работ (оказания услуг), на результаты которых должны быть установлены сроки годности, но не установлены, и о приостановлении реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) при отсутствии необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге);

1.3. материалы в правоохранительные органы для решения вопросов о возбуждении уголовных дел по признакам преступлений, связанных с нарушением, предусмотренных настоящим Законом прав потребителя.

2. Министерство торговли Республики Беларусь имеет право:

2.1. обращаться в суд с иском о защите прав неопределенного круга потребителей в случаях нарушения прав потребителей;

2.2. направлять материалы о нарушении прав потребителя в органы, выдавшие специальные разрешения (лицензии) на осуществление соответствующего вида деятельности, для решения вопроса о приостановлении действия специального разрешения (лицензии) до устранения допущенных нарушений либо об аннулировании соответствующего специального разрешения (лицензии).

3. Должностные лица Министерства торговли Республики Беларусь при исполнении своих должностных обязанностей имеют право в установленном порядке беспрепятственно посещать государственные органы и организации, а также индивидуальных предпринимателей с учётом режима их работы.

4. Государственные органы и организации, а также индивидуальные предприниматели обязаны по требованию Министерства торговли Республики Беларусь предоставлять в установленном порядке информацию, необходимую для осуществления этим министерством полномочий, предусмотренных настоящим Законом.

5. Решения о защите прав потребителя, принимаемые в пределах своей компетенции Министерством торговли Республики Беларусь, являются обязательными для всех государственных органов, а также организаций, индивидуальных предпринимателей и граждан.

Статья 42. Полномочия местных исполнительных и распорядительных органов в области защиты прав потребителей

В целях защиты прав потребителей местные исполнительные и распорядительные органы обязаны:

- рассматривать заявления, обращения и жалобы потребителей в соответствии с законодательством;

- организовывать разъяснение законодательства и оказывать юридическую помощь населению по вопросам защиты прав потребителя;

- при выявлении товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды незамедлительно извещать об этом республиканские органы государственного управления (их территориальные органы), осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг);

- в случаях выявления продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) без предоставления необходимой и достоверной информации или с просроченным сроком год-

ности, или без срока годности, если установление этого срока обязательно, направлять предписания изготовителям (исполнителям, продавцам) о приостановлении производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) до устранения допущенных нарушений либо о прекращении реализации товаров (выполнения работ оказании услуг) обращаться в суд с иском о защите прав потребителя;

- осуществлять иные функции по защите прав потребителей, предусмотренные законодательством.

Статья 43. Судебная защита прав потребителя

1. Если в соответствии с законодательством или соответствующими договорами для сторон по делу не установлена исключительная или договорная подсудность, то иск о защите прав потребителя может предъявляться в суд по выбору истца по месту:

- 1.1. жительства или нахождения истца;
- 1.2. жительства или нахождения ответчика;
- 1.3. исполнения договора;
- 1.4. причинения вреда.

2. От уплаты государственной пошлины освобождаются:

2.1. потребители по искам, связанным с нарушением их прав;

2.2. уполномоченные государственные органы по защите прав потребителей и органы прокуратуры по искам, связанным с нарушением прав и законных интересов потребителей или законодательства о защите прав потребителей;

2.3. местные исполнительные и распорядительные органы, общественные объединения потребителей по искам, предъявляемым от своего имени, о защите прав и законных интересов потребителя (неопределенного круга потребителей).

3. При удовлетворении иска, связанного с нарушением прав неопределенного круга потребителей, суд обязывает правонарушителя довести в установленный судом срок через средства массовой информации или иным способом до сведения потребителей решение суда.

4. При удовлетворении иска, связанного с нарушением прав потребителя, если с исковым заявлением о защите прав потребителя выступают местные исполнительные и распорядительные органы или общественное объединение потребителей, суд выносит решение о наложении на продавца (изготовителя, исполнителя), нарушившего права потребителя, штрафа в размере взыскиваемой суммы за несоблюдение добровольного порядка удовлетворения требований потребителя. Штраф взыскивается в соответствии с законодательством в соответствующий бюджет. Если с исковым заявлением о защите прав потребителя выступают местные исполнительные и распорядительные органы, 50% суммы взысканного штрафа перечисляется в соответствующий местный бюджет. Если с исковым заявлением о защите прав потребителя выступает общественное объединение потребителей, 10% суммы взысканного штрафа перечисляется этому общественному объединению.

5. Одновременно с удовлетворением иска, предъявленного общественным объединением потребителей в интересах потребителя (неопределенного круга потребителей), суд принимает решение о взыскании с ответчика в пользу общественных объединений потребителей возмещения судебных расходов, связанных с рассмотрением дела, в том числе расходов по привлечению к участию в деле экспертов.

Статья 44. Обжалование предписаний и решений уполномоченных государственных органов по защите прав потребителя

Изготовители (исполнители, продавцы) товаров (работ, услуг) вправе обращаться в суд с заявлением о признании недействительными полностью или частично предписаний и решений уполномоченных государственных органов по защите прав потребителя.

Обжалование в установленном порядке предписаний и решений в сроки, предусмотренные законодательством, приостанавливает их исполнение.

ГЛАВА 6

ОБЩЕСТВЕННАЯ ЗАЩИТА ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Статья 45. Право потребителей на создание общественных объединений потребителей

Граждане вправе объединяться на добровольной основе в общественные объединения потребителей, которые осуществляют свою деятельность в соответствии с законодательством.

Статья 46. Права общественных объединений потребителей

Общественные объединения потребителей имеют право:

- участвовать в разработке нормативных документов, устанавливающих требования к качеству товара (работы, услуги), проектов законов и иных нормативных правовых актов, регулирующих отношения в области защиты прав потребителей;
- изучать потребительские свойства товаров, спрос на них, проводить опросы населения для выявления общественного мнения о качестве выпускаемых товаров (выполняемых работ, оказываемых услуг);
- участвовать по поручению потребителя в проведении экспертиз по фактам нарушения прав потребителя, а также проводить независимую экспертизу качества и безопасности товаров (работ, услуг);
- вносить в республиканские органы государственного управления, местные исполнительные и распорядительные органы предложения о мерах по повышению качества товаров (работ, услуг), соблюдению правил ценообразования, снятию с производства, изъятию из оборота товаров (работ, услуг), опасных для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды, о запрете ненадлежащей рекламы и информации, вводящих в заблуждение потребителя, о прекращении продажи товаров по неправомерно завышенным ценам;
- осуществлять информационно-просветительскую деятельность в области защиты прав потребителей;
- осуществлять общественный контроль за соблюдением прав потребителя в сфере торгового, бытового и иных видов обслуживания потребителей, составлять акты о выявленных нарушениях прав потребителя и направлять указанные акты для рассмотрения в уполномоченные государственные органы;
- направлять в государственные органы в соответствии с их компетенцией материалы о привлечении к ответственности лиц, виновных в выпуске и реализации товаров (выполнении работ, оказании услуг), не соответствующих установленным требованиям к безопасности и качеству товаров (работ, услуг), а также о нарушении прав потребителя, предусмотренных законодательством;
- обращаться в органы прокуратуры с предложениями принести протесты на акты государственных органов, противоречащие законодательству о защите прав потребителей;
- обращаться в суд с иском о защите прав потребителя (неопределенного круга потребителей);
- предъявлять иск в суд о признании действий изготовителя (исполнителя, продавца) противоправными, условий договора недействительными в отношении неопределенного круга потребителей и прекращении этих действий;
- обращаться по поручению потребителя с претензией к изготовителю (исполнителю, продавцу) об устранении нарушений и о возмещении потребителю причиненного этими нарушениями ущерба.

ГЛАВА 7 ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 47. Международные договоры

Если действующими для Республики Беларусь международными договорами установлены иные правила, чем те, которые содержатся в настоящем Законе, ином законодательстве о защите прав потребителей, то применяются правила международных договоров.

Статья 48. Вступление в силу настоящего Закона

Настоящий Закон вступает в силу через шесть месяцев со дня его официального опубликования, за исключением статьи 50, которая вступает в силу со дня официального опубликования настоящего Закона.

Статья 49. Применение настоящего Закона к правоотношениям, касающимся защиты прав потребителя

Настоящий Закон применяется к правоотношениям, возникающим после вступления его в силу. К правоотношениям, возникшим до вступления настоящего Закона в силу, он применяется к тем правам и обязанностям, которые возникнут после вступления его в силу.

До приведения законодательства в соответствие с настоящим Законом нормативные правовые акты применяются в той части, в которой они не противоречат настоящему Закону, если иное не предусмотрено в соответствии с Конституцией Республики Беларусь.

Статья 50. Приведение актов законодательства в соответствие с настоящим Законом

Совету Министров Республики Беларусь в шестимесячный срок со дня официального опубликования настоящего Закона:

подготовить и внести в установленном порядке в Палату представителей Национального собрания Республики Беларусь предложения о приведении законодательных актов Республики Беларусь в соответствие с настоящим Законом;

привести решения Правительства РБ в соответствие с настоящим Законом;

обеспечить пересмотр и отмену республиканскими органами государственного управления, подчиненными Совету Министров Республики Беларусь, их нормативных правовых актов, противоречащих настоящему Закону;

обеспечить принятие нормативных правовых актов, необходимых для реализации настоящего Закона.

Статья 51. Признание некоторых актов законодательства о защите прав потребителей утратившими силу

В связи с принятием настоящего Закона признать утратившими силу:

Закон Республики Беларусь от 19 ноября 1993 года «О защите прав потребителей» (Ведомости Верховного Совета Республики Беларусь, 1993 г., N 35, ст. 447);

Постановление Верховного Совета Республики Беларусь от 19 ноября 1993 года «О введении в действие Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» (Ведомости Верховного Совета Республики Беларусь, 1993 г., N 35, ст. 448).

ПЕРЕЧЕНЬ

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

• Транспортные средства (автомобили, тракторы, мотоциклы, мотороллеры, мопеды, велосипеды, снегоходы, прогулочные суда и другие плавучие средства бытового назначения), прицепы, номерные агрегаты, узлы и детали к ним.

- Средства малой механизации сельскохозяйственных работ.
- Коляски детские, инвалидные.
- Игрушки.
- Инструменты, приборы и аппараты медицинские.
- Очки и линзы для коррекции зрения.
- Аппараты (печи) отопительные, котлы отопительные.
- Водонагреватели и колонки водогрейные.
- Оборудование санитарно-техническое из металлов и полимеров, из фаянса, полуфарфора и фарфора; арматура санитарно-техническая.
- Электробытовые товары.
- Станки металлорежущие и деревообрабатывающие бытовые.
- Оборудование для обеззараживания, очистки и доочистки питьевой воды.
- Насосы и компрессоры бытовые.
- Аппаратура газовая бытовая, в том числе работающая на жидком и твердом видах топлива.
- Емкости для хранения и транспортировки продукции.
- Телерадиотовары.
- Бытовая вычислительная и множительная техника.
- Персональные компьютеры, периферийные устройства к ним.
- Фото и киноаппаратура.
- Средства связи.
- Электромузыкальные инструменты.
- Товары для физической культуры, спорта и туризма (кроме спортивной одежды и обуви).
- Принадлежности для домашнего содержания рыб, птиц и зверей.

ПЕРЕЧЕНЬ

Непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену

- Метражные товары (ткани из волокон всех видов, трикотажное и гардинное волокно, мех искусственный, ковровые изделия, нетканые материалы, ленты кружево, тесьма, провода, шнуры, кабели, линолеум, багет, пленка, клеенка, и др.).
- Нижнее белье, белье для новорожденных детей ясельного возраста, предметы женского туалета (бюстгальтеры, грации, полуграции и другие аналогичные предметы).
- Чулочно-носочные изделия.
- Перчаточные-рукавичные изделия.
- Изделия из драгоценных металлов, с драгоценными камнями, из драгоценных камней со вставками из полудрагоценных и синтетических камней, ограненные драгоценные камни, изделия из жемчуга и янтаря.
- Товары, имеющие гарантийный срок, в техническом паспорте (заменяющем его документе) которых имеется отметка о дате продажи.
- Автомобили и мототранспортные средства, прицепы и номерные агрегаты к ним; мобильные средства малой механизации сельскохозяйственных работ; прогулочные суда и иные плавучие средства бытового назначения.
- Мебель (мебельные гарнитуры и наборы).
- Обои и изделия из них.
- Парфюмерно-косметические товары.
- Предметы личной гигиены (зубные щетки, расчески заколки, заколки для волос, губки, парики, шиньоны и другие аналогичные товары).

- Игрушки.
- Лакокрасочные материалы.
- Фотопленка, фотобумага, фотореактивы.

Ручки автоматические перьевые и шариковые, автоматические карандаши, стержни, маркеры, фломастеры и т.д.

- Аудио- и видеокассеты, дискеты и компакт-диски, и другие технические носители информации.
- Печатные издания.
- Товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях (предметы санитарии и гигиены из металла, резины, текстиля и других материалов, инструменты, приборы и аппаратура медицинские, средства гигиены полости рта, линзы очковые и линзы для коррекции зрения, предметы по уходу за детьми), лекарственные препараты.
- Изделия и материалы, контактирующие с пищевыми продуктами, из полимерных материалов, в том числе для разового использования (посуда и принадлежности столовые и кухонные, емкости и упаковочные материалы для хранения и транспортировки пищевых продуктов).
- Животные и растения.

ПЕРЕЧЕНЬ

Товаров длительного пользования, на период устранения недостатков или замены которых потребителю безвозмездно не предоставляется аналогичный товар

- Автомобили, мотовелотовары, прицепы и номерные агрегаты к ним, кроме товаров, предназначенных для использования инвалидами.
- Прогулочные суда и другие плавучие средства бытового назначения.
- Мебель.
- Электробытовые приборы, используемые как предметы туалета и в медицинских целях (электробритвы, электрофены, электрощипцы для завивки волос, электробигуди, электромашинки для стрижки волос, электромассажеры, электрогрелки, электробинты, электропледы, электроодеяла и другие).
- Электробытовые приборы, используемые для термической обработки продуктов и приготовления пищи (бытовые печи СВЧ, электропечи, тостеры, электрокипятильники, электрочайники, электроподогреватели и другие товары).
- Игрушки.

ПЕРЕЧЕНЬ

Технически сложных товаров, при обнаружении существенных недостатков которых (существенного нарушения требований к их качеству) потребитель вправе требовать их замены

- Автотранспортные средства и номерные агрегаты к ним.
- Мотоциклы и моторолеры.
- Снегоходы.
- Прогулочные суда и другие суда бытового назначения, подочные моторы.
- Холодильники и морозильники.
- Стиральные машины автоматические.
- Телевизоры, видеомагнитофоны, видеоплееры, видеокамеры.
- Бытовая вычислительная и множительная техника.
- Персональные компьютеры, периферийные устройства к ним.
- Тракторы, номерные агрегаты к ним, мотоблоки и мотокультиваторы.

Учебное издание

Составители: Надеина Надежда Григорьевна
Лешкевич Галина Алексеевна

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
для выполнения практических заданий
по дисциплине «*Поведение потребителей*»
для студентов специальностей 26 02 03 «Маркетинг»
дневной и заочной форм обучения

Ответственный за выпуск: Надеина Н.Г.
Редактор: Строкач Т.В.
Корректор: Никитчик Е.В.
Компьютерная верстка: Кармаш Е.Л.

Подписано к печати 08.11.2005 г. Формат: 60×84 1/16. Усл. п. л. 3,255. Уч. изд. л. 3,5.
Тираж 120 экз. Заказ № 1091. Отпечатано на ризографе учреждения образования «Брестский государственный технический университет». 224017, г. Брест, ул. Московская, 267.