

онные технологии в высшем профессиональном образовании. Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава академии. 11-13 октября 2011 года. – Ульяновск: ГСХА, 2011. – С.88-94.

7. Дозорова, Т.А. Бизнес-планирование: учебное пособие для студентов направления подготовки 110400.62 «Агрономия» / Т.А. Дозорова, В.М. Севастьянова. – Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2015. - 136 с.

INFLUENCE OF THE AROMAMARKETING ON BEHAVIOR OF CONSUMERS

Karpova U.S., Chatanova A.R.

Key words: *commodity turnover, aromamarketing, aroma, stimulation of sales, marketing mix, production, increase in profit of shop*

Work is devoted to studying of an aromamarketing, as the way used by businessmen for stimulation of sales and beneficial effect on the buyer.

УДК 339

ИНФОРМАЦИОННАЯ ФАЛЬСИФИКАЦИЯ

*Карпова Ю.С., Чатанова А.Р., студентки 3 курса экономического факультета
Научный руководитель – Семирханова О.Н, кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А Столыпина»*

Ключевые слова: *информация, фальсификация, права потребителя, товар, маркировка, упаковка, этикетка*

В статье рассмотрено значение и формы товарной информации, правила «Три Д» и требования к ней. Выявлены нарушения ФЗ «О защите прав потребителей». Показаны виды информационной фальсификации.

Учитывая актуальные на сегодняшний день всевозможные проблемы, покупатель обращает свое внимание не только на качество товара, но и его безопасность, потому участились случаи фальсификации продукции.

Информация о товаре может быть предоставлена покупателю в разных формах, для каждой из которых характерны свои особенности (таблица 1).

Таблица 1 – Основные формы товарной информации

Форма	Значение
Словесная	Должна быть дана на соответствующем языке (на русском для России)
Цифровая	Используется в дополнении к словесной (масса нетто, даты, сроки)
Изобразительная	Художественные и графические изображения
Символическая	Информация передается с помощью информационных знаков
Штриховая	Информация, закодированная в виде цифр и штрихов



Рисунок 1 - Правила «Три Д»

Сведения о товаре должны соответствовать определенным правилам, представим их на рисунке 1.

ФЗ «О защите прав потребителей» и Гражданский кодекс РФ регулируют право потребителя на информацию, однако не все эти права соответствуют нормам законодательства.

Так в 2013 году в Управление Роспотребнадзора по субъектам РФ поступило 137 615 обращений нарушения прав потребителей по вопросам розничной торговли, это больше на 8,3% к 2012 году и на 18 % относительно 2011 года (таблица 2).

В 2013 году 10,4 % жалоб касались продовольственных товаров, гораздо больший процент недовольства покупателей коснулся непродовольственных товаров, что составило 75,6 %.

Из общего числа нарушений (206 019), которые были выявлены в 2013 году, 54,2 % приходится на нарушения положений Закона «О защите прав потребителей», где основной объем связан с нарушением прав потребителей на информацию.

Таблица 2 - Структура и динамика обращений граждан на нарушение их прав в сфере розничной торговли

Обращения на нарушения прав потребителей	2011г.	2012г.	2013г.	2013г. в % к 2011г.
Всего поступило обращений на нарушения прав потребителей	262543	280587	321665	122,5
В т.ч. по вопросам розничной торговли	116597	127127	137615	118,0
Из них:				
Продовольственными товарами	28829	29209	33590	116,5
Непродовольственными товарами	87768	97918	104025	118,5

Таблица 3 - Структура выявленных нарушений в сфере розничной торговли в разрезе статей Закона «О защите прав потребителей»

Выявлено нарушений Закона «О защите прав потребителей»	2011г.	2012г.	2013г.	2013г. к 2011г., %
Всего, в т.ч. по статьям:	93525	112045	111753	119,5
Статья 4 (качество товара)	8734	11395	11471	131,3
Статья 5,6 (гарантии, сроки годности, срок службы)	5950	5942	5670	95,3
Статья 7 (безопасность товара)	9177	7801	7535	82,1
Статья 8-10, 12 (информация о товаре, продавце, изготовителе)	60632	74204	74628	123,1

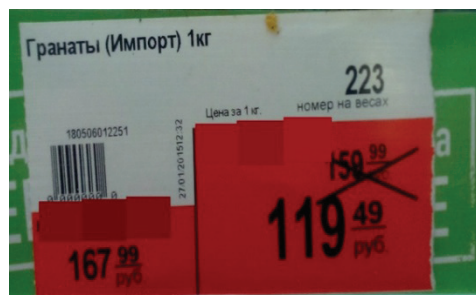


Рисунок 2 – Фальсифицированная информации на ценнике

По представленной таблице отметим, что нарушения требований в сфере розничной торговли статей 8—10, 12 Закона «О защите прав потребителей» составили в 2013 году 66,8 % от общего их числа, что на 0,4 % больше чем в 2012 году (66,4 %).

Фальсификации может быть подвергнута любая информация, которая несет сведения о продукте потребителю – товарный знак, маркировка, этикетка, ярлык, сертификаты, товарно-сопроводительные документы.

7 августа, вышло постановление правительства РФ № 778 «О мерах по реализации Указа президента...», в котором и содержался конкретный перечень сельскохозяйственных продуктов, сырья и продовольствия по кодам ТН ВЭД ТС, запрещенные к ввозу в Российскую Федерацию.

Покажем личный пример фальсифицированной информации. На ценнике в строке производитель, написано «Импорт» (рисунок 2), тем самым происходит нарушение прав потребителей, т.к. информация предоставляется не в полном объеме.

Этот момент заставляет нас задуматься, а не из тех ли стран привезены фрукты, которые попали в перечень указа президента, на которые наложено эмбарго?

Библиографический список

1. Федеральный Закон «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Информационная фальсификация товаров[Электронный ресурс] .- Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru>
3. Семирханова, О.Н. Современное развитие коммерческой деятельности в розничной торговле / О.Н. Семирханова // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития: сборник материалов I Международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Издательство НГТУ, 2012.- Часть 2. – С.144-147.
4. Дозорова, Т.А. Методические рекомендации по дипломному проектированию по специальности 080401 «Товароведение и экспертиза товаров» // Инновационные технологии в высшем профессиональном образовании. Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава академии. 11-13 октября 2011 года. – Ульяновск: ГСХА, 2011. – С.88-94.
5. Семирханова, О.Н. Совершенствование организации коммерческой деятельности на предприятии / О.Н. Семирханова // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2013. - № 3 (23). - С. 148-152.

INFORMATION FALSIFICATION

Karpov Y.S., Chatanova A.R.

Keywords: *information, falsification, consumer rights, product labeling, packaging, label*

The article deals with the meaning and form of commodity information, the rules of "Three D" and the requirements for it. Violations of the Federal Law «On Protection of Consumers' Rights». Showing kinds of information falsification.