

Задорого, но со скидкой

«Хочешь все — бери все!», «Ликвидация склада», «Ценопад 90%». Магазины, предлагающие фантастические скидки в период новогодних распродаж, а на самом деле банально переписывающие ценники, попадут в поле зрения ФАС.

Но рассчитывать на компенсацию за введение в заблуждение потребителю не стоит, система скидок законом не регулируется.

Игра в проценты

По информации «Газеты.Ру», в январе Федеральная антимонопольная служба России (ФАС) проведет проверку достоверности сведений, указанных на торговых ценниках в период новогодних распродаж и сезонных скидок. ФАС поинтересуется, соответствуют ли действительности огромные скидки, якобы предоставляемые торговыми компаниями. «Проблема есть. Будем заниматься», — сообщил «Газете.Ру» глава ФАС Игорь Артемьев. По его словам, держать ритейлеров в рамках приличия входит в функционал Минпромторга, но это ведомство скорее выступает лоббистом, чем контролером торговой отрасли. «Проверим в первую очередь цепочку между оптовыми продавцами и розничными», — уточнили «Газете.Ру» в управлении ФАС по контролю социальной сферы и торговли.

Период с середины декабря по 10 января — золотое время для российского ритейла. Именно в эти недели любителям шопинга лучше быть настороже. По словам главы Международной конфедерации обществ защиты прав потребителей Дмитрия Янина, январь и март — самые опасные месяцы в году.

«Перед Новым годом и 8 Марта возрастает спрос на подарки, ритейлеры знают, что покупатели сметут с прилавков все подряд, и пользуются этим. Начинается игра в проценты», — предупреждает Янин.

Скидками на 30, 50% покупателя уже не удивишь. В некоторых магазинах объявления о скидке 30% висят круглый год. И чтобы они не пожелтели от времени, их выбивают на металле, выжигают на дереве или рисуют на холсте и вставляют в стеклянную раму с багетом. Под Новый год ритейлеры пускаются во все тяжкие, и все чаще можно видеть рекламные объявления о скидке 70% и даже 90%. Апофеозом любви к покупателю считается тряпичная растяжка с надписью «Ликвидация магазина» или «Ликвидация» склада. Увидев такой рекламный пассаж, нужно быть особенно внимательным: здесь нагреют по полной. Есть смысл ущипнуть себя за руку и при виде надписей типа «Ценопад!», «Удар по ценам!», «Только три дня!», «Ноль накруток!», «Тотальная распродажа!», «Хочешь все — возьми все!». В период новогодних распродаж все магазины, включая luxury-сегмент, украшены объявлениями, цена которым на самом деле три копейки.

Лошадиные скидки

Едва ли не самый безобидный способ добиться внимания покупателя — обещание бонусов. «Снегопад бонусов в «Спортмастере»! 3000 новогодних бонусов за покупку в 1000 рублей», — отправил корреспонденту «Газеты.Ру» один из крупнейших продавцов спортивных товаров «Спортмастер». Вчера ритейлер, которому корреспондент однажды имел неосторожность оставить номер своего телефона при покупке горнолыжных ботинок, поднял градус: «Тройная выгода до 31.12.12. 3000 бонусов при покупке от 1000 рублей + 1000 бонусов на вашей карте + скидки до 30%». Бонусы ни обменять на товар, ни получить их деньгами невозможно. Так что скидочные бонусы — всего лишь красивое введение покупателя в заблуждение и попытка сделать клиента лояльным, чтобы он пришел в магазин еще не раз и потратил свои бонусы.

Обычно с покупателями случаются менее красивые истории, особенно когда скидку компенсируют за счет других «деталей» цены. «Купила в аэропорту Шереметьево журнал для успешных Esquire. Ценник — €10. Оплата рублями. Кассир пробивает чек, и тут выясняется, что журнал стоит 520 руб. при рыночном курсе евро 45 руб. Оказывается, у магазина свой «внутренний» курс евро и он не указан на ценнике», — написала в фейсбуке Ольга, добавляя, что игрой с «внутренними курсами» на доллар и евро увлечены едва ли не все туроператоры и агентства.

Понятно, что эксклюзивный курс будет заметно выше не только курса ЦБ, но и среднерыночного. Хороший способ компенсировать себе потери по скидкам.

DeoShop.ru продает со скидкой шампунь-кондиционер «Лошадиная сила» («Хорс Форс»). Причем на сайте интернет-магазина указана первоначальная цена — 600 руб. за флакон. Рядом красуется новая цена — 457 руб. И наконец, цена со скидкой — 417 руб. У нас «честные цены без лишних накруток», сообщает DeoShop.ru. Накруток на этот востребованный товар нет по той причине, что он продается без картонной коробки. Можно поверить? Можно. Было бы, если бы тот же самый «Хорс Форс» в других магазинах не продавался за 339 руб. Без обещания лошадиных скидок.

Многие покупатели, впрочем, знают, что скидка уже включена в стоимость товара, и не ведутся на посулы продавцов, а просто сравнивают цены.

А потом берут товар там, где дешевле, а не где громче трубят о скидках. «На мою электронную почту пришло письмо от «Эльдорадо» с информацией об акции, — рассказывает покупательница Яна Филиппова. — Один из телевизоров Samsung до начала акции стоил 34 999 руб. Эта цена была перечеркнута и указана новая — 27 999 руб. Доставка — 420 руб. В других онлайн-магазинах, например, эта же модель без всякой скидки стоит 26 666 руб. Цена доставки — 700 руб.».

«Разница в 1000 руб. — это первый попавшийся пример. Бывает и больше гораздо, до 3–4 тыс. руб., если первоначальная цена на телевизор или бытовую технику выше», — сообщает покупательница.

В банке как в ларьке

Лучшие друзья девушек, как поется в известной песне, — это бриллианты. Продавцы золота и бриллиантов с ювелирной точностью впаривают товар, информация о котором вызывает вопросы. Один из китайских производителей предлагает в ювелирных магазинах от Москвы до Благовещенска «удар по ценам — скидку до 70%». «Какая женщина не мечтает выглядеть сногшибательно?» — начинают издали продавцы золота и бриллиантов. Но финансовая составляющая подчас разбивает мечту об утонченном аксессуаре вдребезги — впрочем, отчаиваться не стоит. По акции кольцо розового золота пробы 585 с 21 бриллиантом по цене 5999 руб. стоит всего 3333 руб. Есть кольца и кулоны с 26 и 95 бриллиантами. И все бы хорошо, но природные алмазы не могут стоить \$100 за кучку. Тем более те, у которых продавец указывает всего одну характеристику — массу бриллианта. Хотя правила, введенные на мировых алмазных биржах и зафиксированные в официальных прейскурантах (например, Rapaport), требуют указывать еще и цвет, чистоту и огранку.

Кроме того, масса бриллианта 0,04 карата (указана в рекламе продавца этой ювелирной продукции) — это фактически бриллиантовая крошка, а не полноценный бриллиант. Пустить подруге пыль в глаза такой россыпью на безымянном пальце можно, но показываться с синтетическими брюликами в приличном обществе не стоит.

Поход в банк тоже требует от потребителя максимума внимания, отмечает один из сотрудников частного банка. «Снижаем на 2% ставку по кредиту, но 1% возвращаем за счет различных комиссий, несмотря на то что Центробанк требует указывать при предоставлении финансовых услуг эффективную ставку», — говорит банкир.

Продавцы продовольственных товаров реже переписывают ценники: в продуктовом ритейле меньше возможностей для нечестного маневра. «Обмануть покупателя с помощью липовой скидки на масло, хлеб, молоко и другие товары повседневного спроса сложнее. Покупатель помнит цены на эти товары и на «скидки» не купится», — говорит директор журнала Prod\$Prod Ольга Фризоргер. Недобросовестные ритейлеры в сфере продовольствия предпочитают действовать грубее: на ценнике указывают одну цену, а в кассе пробивают другую. Разницу кладут в карман. «Этим грешат даже крупные торговые сети», — констатирует Фризоргер. А в безымянных торговых ларьках дело доходит до анекдотических ситуаций, отмечает одна из покупательниц:

«На ценнике была указана скидка — 50%. Старая цена 3 тыс. руб. была демонстративно перечеркнута красным фломастером и указана новая: 2500 руб. И этот прием работает».

Ценники опять переписут

Контролирующие органы пока не состояни переломить ситуацию. ФАС еще только собирается проверить законность применения скидок. А Роспотребнадзор увяз в частных случаях. В декабре ведомство рассмотрело жалобы потребителей, которые были вовлечены в маркетинговые акции недобросовестными организаторами лотерей.

На мобильные телефоны россиян поступают сообщения о том, что они стали победителями лотереи и им положен денежный приз в размере от 1 млн до 2 млн руб. Но тем, кто обращался за призом, предлагают приобрести товары со скидкой.

«Такие действия со стороны организаторов данных акций свидетельствуют об умышленном введении в заблуждение граждан с целью вовлечения их в долгосрочные правоотношения с продавцом, реализующим товары дистанционным способом», — считает Роспотребнадзор. Правда, федеральная служба ограничилась предупреждением: якобы выигранные в ходе лотереи «денежные премии» в соответствии с Гражданским кодексом не являются товаром и не подлежат судебной защите. Так что участвовать в этом смысла нет: призы никто бесплатно не раздает.

Законы о торговле и о защите прав потребителей никак не регулируют систему скидок, любой продавец волен устанавливать любые скидки, реальные и фиктивные, отмечает партнер юридической компании «Ваш юридический поверенный» Константин Трапаидзе.

Ритейлеры об этом прекрасно осведомлены и на запросы «Газеты. Ру» о том, как формируются скидки, дают однозначный ответ: это коммерческая тайна. Ритейлер вправе установить временную цену на товар, задрав ее на 200–300%. Делается это накануне очередной распродажи. А в день распродажи стоимость товара снижается на 30–50%, отмечает Трапаидзе. КонФОП не первый год добивается введения в законодательство поправки, которая бы материализовала ответственность недобросовестных ритейлеров. Сейчас даже если в суде доказывается факт введения потребителя в заблуждение, получить денежную компенсацию невозможно. Ритейлер платит символический штраф в казну, а покупатель не получает ничего.

«Есть поручение премьера Минюсту проработать эту тему. Прошел год. Минюст все еще прорабатывает механизм выплаты компенсаций в отношении неопределенного круга лиц», — говорит Янин. Так что пока осторожнее надо быть самим покупателям.

Рустем Фаляхов, Екатерина Брызгалова

Автор: Артур Скальский © Газета.Ру ОБЩЕСТВО, 3199 29.12.2013, 00:00 425
URL: <https://babr24.com/?ADE=121977> Bytes: 10085 / 10042 Версия для печати Скачать PDF

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:
newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: eqquatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)