**Вся правда о чеках и ценниках (или способы обмана покупателей в супермаркетах)**

Категория: [Информация о товаре](https://znaytovar.ru/tema16.html)

Обсчет - это, пожалуй, один из самых любимых и распространенных способов обмана, так как в ряде случаев он позволяет обмануть покупателя на вполне законных основаниях. А вот обвесить покупателя сегодня стало гораздо сложнее, поскольку продавца обязали обеспечить торговый зал  контрольными весами, чтобы покупатель мог самостоятельно проверить вес приобретаемой им продукции. Однако это не искоренило вредной привычки обмануть покупателя путем обвеса, наоборот, обвес стал более изощренным. Данная статья о том, как обвешивают и обсчитывают нас, покупателей в магазинах и супермаркетах.  
И о том, на что мы можем рассчитывать в таких ситуациях.   
 **Манипуляции с ценниками.**

В супермаркете очень много товаров продаются уже упакованными и взвешенными, однако вес, указанный на этикетке, может и не соответствовать фактическому весу товара. Сами понимаете, 30-80 г — не так уж и много, но если учесть общее количество продукции, где вес указан неверно, то цифры будут внушительными.  
   
Одним из видов обвеса является обвес за счет добавления специальных средств, которые увеличивают общую массу продукта. Такой обвес преимущественно распространяется на свежемороженую рыбу и морепродукты. Так, в частности, при замораживании рыбы и морепродуктов используется специальная глазурь. Именно за счет нанесения этой глазури и увеличивается общая масса. Наверняка вы сталкивались с тем, что при покупке замороженная рыба больше напоминала собой кусок ледышки, а после размораживания от большого куска оставалась гораздо меньшая часть (например, вместо 1000 г лишь 700 г). Таким образом, вы платили за (грубо говоря) воду, по цене, установленной за саму рыбу.   
  
Вы должны знать, что масса глазури, нанесенной на мороженую рыбную продукцию, произведенную из рыбы, не должна превышать 5% массы нетто, из креветки — 6% массы нетто, а на рыбную продукцию, произведенную из иных водных беспозвоночных, водных млекопитающих, водорослей, других водных животных и растений, не должна превышать 8% массы глазированной мороженой рыбной продукции. При обработке филе рыбы с использованием пищевых добавок содержание влаги в нем после снятия глазури не должно превышать 86% массы филе рыбы. Такие требования установлены СанПиН 2.3.2.1078-01 «Гигиенические требования безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов». Если вы купили свежемороженую рыбу в магазине, которая после размораживания уменьшилась в своем весе более чем на 86%, смело возвращайте эту рыбу продавцу и требуйте возврата денег.    
Манипуляции в целях увеличения общей массы продукта могут быть проделаны и с другими замороженными продуктами. Так, например, иногда пельмени, манты, голубцы, котлеты, мясо, птицу для увеличения массы их веса намораживают до обледенения, перефасовывают и уже после этого продают. Такая «экономия» для продавца порой достигает 60-80 г на 1 кг веса.  
   
Одним из популярных способов обвеса в отношении продукции, легко впитывающей влагу и реализуемой в обычных, пропускаемых воздух упаковках, является размещение этой продукции (до реализации) в помещение с повышенной влажностью. По прошествии определенного периода времени такая продукция насыщается влагой, что, соответственно, увеличивает ее вес, однако товарный вид при этом не меняется. Продукты, легко впитывающие влагу, являются гигроскопичными и находятся в состоянии равновесия с относительной влажностью   
в окружающей атмосфере. С повышением относительной влажности увеличивается и содержание влаги в таком пищевом продукте, а с понижением относительной влажности уменьшается и количество влаги.   
Если вам приходилось покупать муку в 5- или 10-ки-лограммовых упаковках, которая уже после 2-3 дней нахождения в сухом помещении становилась «комком», значит, эта мука прошла указанную выше предварительную «обработку», а вы, недополучив несколько грамм муки, заплатили еще и за влагу. Легко впитывают влагу также соль, сода, крахмал, сахар, чай, кофе, некоторые крупы и макаронные изделия.

**Хитрости с чеками.**  
  
Про ценники с подвохом.  
Необходимо отличать цену товара от его стоимости. В супермаркетах и магазинах стараются идти на всяческие уловки, чтобы цена на первый взгляд казалась незначительной, и тем самым скрыть реальную стоимость товаров. Это может быть упаковка товаров небольшими порциями, особенно часто это применяется при упаковке конфет и печенья, когда цена небольшого лоточка с конфетами невелика, но цена за килограмм этих конфет может оказаться дороже, чем на рынке или в других магазинах. Чтобы не отпугивать покупателей большими ценами на товары, продаваемые на развес, например салаты или мясную, колбасную, сырную продукцию, порой указывается цена не за килограмм, а за 100, 300, 500 г этой продукции, в результате получается очень привлекательная небольшая сумма. Так, например, вы купили, как вам показалось, килограммовый пакет печенья (ни к упаковке, ни к ценнику, ни к чеку вы при этом внимательно не присмотрелись) по цене 75 рублей за 1 кг. Однако дома с удивлением увидели, что в пакете не 1 кг, а 800 г, а цена была указана не за килограмм, а именно за 800 г, но вы на это не обратили внимание.  
   
Лишние товары в чеке.  
Расчет делается на то, что покупатель не станет сразу внимательно проверять чек, и этот расчет во многих случаях оправдывается. Разложив покупки дома и все-таки найдя время просмотреть информацию по чеку, мы вдруг обнаруживаем:

* либо большее, чем приобрели, количество товаров (например, 9 глазированных сырков вместо 8);
* товар одного сорта посчитан как товар другого сорта (например, вы купили морковь свежую по цене 19 рублей за кг, а вам её посчитали как морковь свежая молодая по цене 33 рубля за кг);
* либо дублирование оплаты за один и тот же товар (например, вы купили один хлеб, а вам его посчитали дважды).

     Конечно, лишний товар в чеке может быть просто случайной ошибкой кассира, ведь человеческий фактор тоже нужно учитывать, но, принимая во внимание, что подобные случаи встречаются подозрительно часто, о случайности говорить не приходится.  
   
Нету ценника.   
Выбрав необходимую вам продукцию, вы вдруг с удивлением обнаруживаете, что ценник на эту продукцию отсутствует. Нет поблизости ни консультанта, ни стационарного считывающего устройства, где можно самостоятельно проверить стоимость товара. Рискнув, вы кладете продукцию в корзинку, а позднее узнаете, что переплатили за нее приличную сумму, хотя и могли значительно дешевле купить почти такой же товар в этом же магазине, либо этот же товар, но в другом магазине.  
   
Уловка "старый" ценник.   
При расчете за товар вам вдруг сообщают, что цена на него изменилась буквально 10 минут назад, поэтому новые ценники еще не оформили и не успели повесить. У вас есть выбор: или отказаться от товара, или приобрести его по новой цене. Каково же будет ваше удивление, когда, придя через неделю в этотже магазин, вы увидите этот же товар по цене, которая была указана на ценнике тогда, когда этот товар покупали вы. Обман? Конечно. На ваш вопрос, почему так произошло, вам, скорее всего, ответят, что именно в тот день, когда вы совершали покупку, было изменение цены, а потом она снова снизилась. Вот и все.  
  
**Защитить себя от недобросовестного продавца можно, обратившись в:**

* Роспотребнадзор, который осуществляет федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей. Роспотребнадзор, кроме прочих функций, ведёт организацию приёма граждан, занимается обеспечением своевременного рассмотрения обращений граждан. Кстати сказать, обращение граждан могут быть в письменном виде, в электронном виде, и  "лично в руки";
* Органы местного самоуправления, которые вправе рассматривать жалобы потребителей, консультировать их по вопросам  защиты прав потребителей, а также, обращаться в суды в защиту прав потребителей;
* Общественные объединения граждан. Граждане вправе объединяться в общественные объединения потребителей. И, кроме всего прочего, имеют право проводить экспертизу качества, безопасности товаров, а также соответствия потребительских свойств товаров заявленной продавцами (производителями) информации о них. А также, такие объединения могут осуществлять контроль за соблюдением прав потребителей.

**Меры ответственности за обман потребителей (ст.14.7 КоАП РФ).**  
   
Обмеривание, обвешивание, обсчет, введение в заблуждение относительно потребительских свойств, качества товара (работы, услуги) или иной обман потребителей, в организациях, осуществляющих реализацию товаров, (выполняющих работы либо оказывающих услуги населению), а равно гражданами, зарегистрированными в качестве индивидуальных предпринимателей в сфере торговли (услуг), а также гражданами, работающими у индивидуальных предпринимателей, влечет наложение административного штрафа:   
     ? на граждан — в размере от 1000 до 2000 рублей;   
     ? на должностных лиц — от 1000 до 2000 рублей;   
     ? на юридических лиц — от 10 ООО до 20000 рублей.