

## НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ ДЛЯ 4 КЛАСУ

## 4.1. Програма та календарно-тематичне планування

(17 год на рік)

## 4.1.1. Програма

К-ть год	Зміст навчального матеріалу	Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів
9	<p><b>Тема 1. Товари та послуги, які споживає громада</b></p> <p>Індивідуальні та групові потреби. Суспільні потреби. Потреби громади (класу, школи, мікрорайону, населеного пункту).</p> <p>Індивідуальні та суспільні товари і послуги. Суспільні товари і послуги твого мікрорайону, населеного пункту (освітні, медичні, культурні, спортивні, комунальні, транспортні, торгівлі та громадського харчування, охорони правопорядку, пожежної безпеки тощо).</p> <p>Роль держави у забезпеченні споживачів суспільними товарами і послугами.</p> <p>Основи споживчої поведінки під час користування суспільними товарами та послугами.</p> <p>Послуги, які надає школа (освітні, медичні, культурні, оздоровчі, громадського харчування).</p> <p>Особливості користування шкільними послугами.</p> <p>Необхідність дбайливого, економного ставлення до шкільного майна, використання води, електроенергії.</p> <p><i>Практична робота №1.</i> Моделююча вправа «Я в транспорті», «Я в кінотеатрі», «Я на дні народження свого друга».</p> <p><i>Практична робота №2.</i> Моделююча вправа «Школа моєї мрії»</p>	<p><b>Учень:</b></p> <p><i>називає</i> індивідуальні та групові потреби, суспільні потреби, потреби громади (класу, школи, мікрорайону, населеного пункту);</p> <p><i>має уявлення</i> про суспільні товари, послуги;</p> <p><i>уміє</i> відрізнити суспільні товари та послуги від товарів і послуг індивідуального споживання;</p> <p><i>усвідомлює</i>, що більшість товарів і послуг виробляються в бізнес-секторі, а держава забезпечує населення суспільними товарами та послугами;</p> <p><i>розпізнає</i> суспільні товари та послуги у мікрорайоні або населеному пункті;</p> <p><i>володіє навичками</i> споживчої поведінки під час користування суспільними товарами та послугами;</p> <p><i>характеризує</i> послуги, які надає школа;</p> <p><i>обґрунтовує</i> необхідність у дбайливому ставленні до шкільного майна, економному використанні води та електроенергії;</p> <p><i>робить висновки</i>, що:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— кожна людина є частиною громади і споживачем суспільних товарів і послуг;</li> <li>— виробництво суспільних товарів і послуг здійснюється за рахунок податків, які сплачують громадяни і фірми;</li> <li>— дбайливе й економне відношення до користування суспільними товарами і послугами сприяє збагаченню громади</li> </ul>

К-ть год	Зміст навчального матеріалу	Державні вимоги до рівня загальноосвітньої підготовки учнів
7	<p><b>Тема 2. Закон, який захищає права споживачів</b></p> <p>Ознайомлення із Законом України «Про захист прав споживачів». Основні поняття, визначені Законом України «Про захист прав споживачів».</p> <p>Права й обов'язки споживачів.</p> <p>Права споживачів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– право на державний захист прав;</li> <li>– право на якісну продукцію та відшкодування збитків;</li> <li>– право на безпеку продукції;</li> <li>– право на інформацію про продукцію;</li> <li>– право на судовий захист;</li> <li>– право на об'єднання в громадські організації.</li> </ul> <p>Обов'язки споживачів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– дотримуватися законів;</li> <li>– зберігати чеки, квитанції;</li> <li>– знати і дотримуватись правил користування й умов зберігання товарів;</li> <li>– не завдавати шкоди навколишньому середовищу при використанні товарів та отриманні послуг;</li> <li>– дбайливо, економно користуватися суспільними товарами та послугами.</li> </ul> <p><i>Практична робота №3. Ситуативна вправа «Інсценування життєвих ситуацій, пов'язаних із дотриманням прав та обов'язків споживача»</i></p>	<p><b>Учень:</b></p> <p><i>розуміє</i>, що таке закон;</p> <p><i>має уявлення</i> про закони, які захищають права споживачів;</p> <p><i>усвідомлює</i>, що знання законів потрібні та корисні;</p> <p><i>визначає</i>, що знання законів допомагає людині жити за правилами й доводити свою правоту;</p> <p><i>робить висновки</i>, що закони є обов'язковими для всіх людей у країні;</p> <p><i>називає</i> основні права й обов'язки споживачів, дає їм коротку характеристику;</p> <p><i>пояснює</i>, як права споживача захищають його інтереси;</p> <p><i>усвідомлює</i>, як важливо споживачу знати свої права, щоб діяти грамотно;</p> <p><i>обґрунтовує</i> важливість дотримання обов'язків, їх значимості для родини, громади, суспільства;</p> <p><i>робить висновки</i>, що:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– закони є обов'язковими для всіх людей у країні;</li> <li>– права й обов'язки споживачів є правилами для всіх громадян</li> </ul>
1	Повторення та узагальнення вивченого	

#### 4.1.2. Календарно-тематичне планування

№ уроку	Дата проведення уроку	Тема уроку	Практичні роботи
<b>Тема 1. Товари та послуги, які споживає громада</b>			
1		Індивідуальні та групові потреби. Суспільні потреби	
2		Потреби громади	
3		Індивідуальні та суспільні товари й послуги	
4		Суспільні товари й послуги твого мікрорайону, населеного пункту	

№ уроку	Дата проведення уроку	Тема уроку	Практичні роботи
5		Роль держави у забезпеченні споживачів суспільними товарами й послугами	
6		Основи споживчої поведінки під час користування суспільними товарами та послугами	<i>Практична робота №1.</i> Моделююча вправа: «Я в транспорті», «Я в кіно-театрі», «Я на дні народження свого друга»
7–8		Послуги, які надає школа	<i>Екскурсія.</i> «Послуги, нашої школи»
9		Особливості користування шкільними послугами. Необхідність дбайливого, економного ставлення до шкільного майна, використання води, електроенергії	<i>Практична робота №2.</i> «Школа моєї мрії»
<b>Тема 2. Закон, який захищає права споживачів</b>			
10		Ознайомлення із Законом України «Про захист прав споживачів». Основні поняття, визначені Законом України «Про захист прав споживачів»	
11		Права й обов'язки споживачів	
12		Право споживачів на державний захист своїх прав і на якісну продукцію та відшкодування збитків	
13		Право споживачів на безпеку продукції	
14		Право споживачів на інформацію	
15		Право споживачів на судовий захист, на об'єднання в громадські організації	
16		Обов'язки споживачів	<i>Практична робота №3.</i> Ситуативна вправа «Ін-сценування життєвих ситуацій, пов'язаних із дотриманням прав та обов'язків споживачів»
17		Повторення та узагальнення вивченого	

## 4.2. Посібник для вчителя. 4 клас

### ТЕМА 1. ТОВАРИ ТА ПОСЛУГИ, ЯКІ СПОЖИВАЄ ГРОМАДА

#### Мотивація

Після опрацювання цієї теми учні будуть:

- називати потреби громади;
- мати уявлення про суспільні товари, послуги та їхні види;
- уміти відрізнити суспільні товари та послуги від товарів і послуг індивідуального споживання;
- усвідомлювати, що більшість товарів і послуг виробляються в бізнес-секторі, а держава забезпечує населення суспільними товарами та послугами;
- розпізнавати суспільні товари та послуги в мікрорайоні або в населеному пункті;
- володіти навичками споживчої поведінки під час користування суспільними товарами та послугами;
- характеризувати послуги, які надає школа;
- обґрунтовувати необхідність дбайливого ставлення до шкільного майна, економного використання води й електроенергії;
- робити висновки про те, що:
  - кожна людина є частиною громади і споживачем суспільних товарів і послуг;
  - виробництво суспільних товарів і послуг здійснюється за рахунок податків, які сплачують громадяни і фірми;
  - дбайливе й економне користування суспільними товарами і послугами сприяє процвітанню громади.

**Основні поняття:** потреба; індивідуальні та групові потреби; суспільні потреби; потреби громади; індивідуальні та суспільні товари і послуги; послуги, які надає школа.

**Обладнання:** малюнки із зображенням індивідуальних, групових, суспільних потреб та індивідуальних і суспільних товарів і послуг; план школи, малюнки із зображенням послуг, які надає школа.

### БАЗОВА ІНФОРМАЦІЯ

#### УРОК 1. Індивідуальні та групові потреби. Суспільні потреби

Давайте пригадаємо, що *потреба* — це усвідомлена необхідність, бажання одержати щось, відчуття нестачі чогось. Є велика кількість різноманітних потреб, які класифікуються за різними критеріями. Акцентуємо свою увагу тільки на тих видах потреб, які виділяються за способом їх задоволення.

За способом задоволення виділяють *індивідуальні* та *групові (колективні)* потреби. *Індивідуальні* потреби залежать від особистості людини, її бажань, смаків, уподобань і середовища, у якому вона проживає. Наприклад, потребу в одязі, їжі людина задовольняє *індивідуально*.

Кожна людина живе, навчається, працює в певному колективі, що зумовлює виникнення групових потреб. *Групові (колективні)* потреби — це потреби певної групи людей, які можуть бути задоволені тільки колективно. До таких потреб можна віднести потребу в сприятливих умовах навчання та праці, сприятливому мікрокліматі в класі. Потреба мати вдома холодильник може бути потребою родини, тобто *теж груповою* потребою. *Груповою* може бути потреба школи в новому спортивному майданчику, у комп'ютерному класі тощо.

Окремі потреби можуть задовольнятися на рівні суспільства, громади. Адже кожна людина є одночасно індивідом і членом суспільства, тобто частиною колективу, громади. Спільне суспільне життя багатьох людей породжує потреби, які впливають із суспільного характеру їх існування. Такі потреби називають *суспільними*. *Суспільні* потреби можуть бути індивідуальними: матеріаль-

ними і духовними, і колективними, але головне, що виокремлює *суспільні потреби* — вони зумовлені необхідністю багатьох людей жити разом і можливістю взаємного співробітництва.

## УРОК 2. Потреби громади

До потреб громади відносяться *потреби у спілкуванні* (контактах, комунікаціях). Люди відчують необхідність у відвідуванні один одного, транспортуванні речей для інших людей, у письмовому, телефонному, телеграфному й інших видах зв'язку. Способом задоволення цих потреб слугують різноманітні транспортні засоби (залізничний, автомобільний, повітряний, водний, міський транспорт і засоби зв'язку (телефон, телеграф, Інтернет тощо). Суспільство створює комунікаційні засоби й забезпечує можливість їх використання людьми.

У сучасному світі люди все більше відчують *необхідність у безпеці*, у захисті від загрози їхньому життю і благополуччю. Як громадяни України всі ми потребуємо власного захисту, безпеки держави, захисту чистоти довкілля. Дуже небезпечними для людини є дорожньо-транспортні пригоди, пожежі, стихійні лиха, хуліганство, збройні конфлікти тощо. Громада потребує попередження і захисту від таких ситуацій. Суспільство стимулює виробників до створення засобів захисту і рятування, забезпечуючи ними пожежників, міліцію, автоінспекцію, армію і самих громадян.

Діти, студенти, літні люди, інваліди, малозабезпечені потребують *соціального захисту*. Щоб надати соціальну підтримку таким категоріям населення, необхідні різні товари, послуги, гроші, духовні цінності.

*Потреба у здоров'ї* не тільки індивідуальна фізіологічна потреба, а й суспільна, бо суспільству необхідні здорові люди, і тому йдеться мова не тільки про особисте здоров'я людини, а й про здоров'я населення в цілому. Потреба бути здоровим породжує інші потреби: заняття фізичною культурою, спортом, туризмом, здоровий відпочинок, ліки та лікування. Отже, необхідні стадіони, парки, спортивне і туристичне спорядження, санаторії, поліклініки, лікарні, машини швидкої допомоги, лікарські засоби й обладнання, медичний персонал.

*Духовні потреби* громади суспільство задовольняє, відкриваючи бібліотеки, музеї, виставки, театри, кінотеатри, забезпечуючи рівний доступ до якісної освіти.

Слід ще раз підкреслити, що *групові (колективні) і суспільні потреби* можна задовольнити тільки спільними зусиллями певної групи людей (сім'ї, класу, школи, міста, держави). Для задоволення *групової (колективної) і суспільної* потреб необхідно приймати спільне рішення.

Доцільно обговорити з учнями потреби конкретної громади: класу, школи, мікрорайону, населеного пункту. Особливу увагу звернути на колективний характер потреб і на те, що задовольнити ці потреби можна тільки спільно, колективно (потреба у сприятливому мікрокліматі в класі, потреба школи у комп'ютерному класі, потреба у чистоті населеного пункту, потреба у здоровому населенні). Також слід акцентувати увагу учнів на тому, що більшість колективних потреб є суспільними (потреба школи у комп'ютерному класі, потреба у здоровому населенні). А для задоволення різних потреб необхідно багато різноманітних індивідуальних і суспільних товарів і послуг.

### УРОКИ 3–6. Індивідуальні та суспільні товари й послуги.

#### Суспільні товари й послуги твого мікрорайону, населеного пункту.

#### Роль держави у забезпеченні споживачів суспільними товарами й послугами.

#### Основи споживчої поведінки під час користування суспільними товарами й послугами.

#### Практична робота №1. Моделюючі справи

Свої безмежні і постійно зростаючі потреби людина чи громада задовольняють за допомогою індивідуальних і суспільних товарів і послуг.

*Товари та послуги індивідуального споживання, або індивідуальне благо*, задовольняють потребу тільки однієї людини — того, хто придбав цей товар чи отримав цю послугу, і не можуть бути отримані

більше ніким. Наприклад, людина, яка хоче пити, купує пляшечку води і, випивши її, насолоджується, утамувавши спрагу. Тобто, заплативши за товар, споживач отримує виключне право на використання цієї пляшечки води і більше ніхто не може використати її для себе. Тепер приклад *послуги індивідуального споживання* — послуга перукаря має суто індивідуальний характер, бо її отримує той, хто її замовив і для кого перукар виконав свою роботу. Отже, індивідуальні блага підлягають «*принципу виключення*», тобто з їх споживання виключається та людина, яка не може або не хоче заплатити за них, і «*принципу конкурентності*», тобто споживачі індивідуально конкурують між собою за право користування товаром чи послугою, бо з кожною спожитою одиницею їх кількість зменшується. Ці товари й послуги виробляються в основному в бізнес-секторі, і за право їх спожити люди сплачують індивідуально.

Деякі товари та послуги не відповідають двом названим принципам. Їх називають *суспільними товарами та послугами*, або *суспільними благами*. *Суспільні* — це такі товари чи послуги, які не можуть ділитися на окремі порції під час споживання, а тому споживаються колективно всіма людьми, незалежно від того, готові вони заплатити за споживання чи ні. Прикладом суспільного блага може бути береговий маяк. Не можна виключити зі споживання ті судна, які не захочуть сплачувати за користування світлом маяка. Його світло споживається колективно всіма суднами, і це світло не можна розділити на окремі порції та продавати кожному судну. Тож морські судна не конкурують між собою за право користування світлом маяка.

Незважаючи на те що безпосередній споживач не платить за *суспільні товари та послуги*, їх безкоштовними назвати не можна. За споживання цих благ сплачують усі члени суспільства, навіть ті, хто їх не споживає. Забезпечення суспільними благами часто здійснюється *державою*, а витрати на їх виробництво фінансуються за *рахунок податків*.

До *суспільних благ* відносяться: національна оборона, охорона навколишнього середовища, охорона громадського порядку, пожежна безпека, швидка допомога, соціальний захист, навчання в державних закладах освіти, освітлення вулиць, громадські бібліотеки, міські парки відпочинку, дитячі майданчики, громадський (міський) транспорт, міські пляжі, вивезення сміття міськими службами, феєрверк на День міста, державні теле- та радіопрограми тощо.

Деякі товари й послуги за своїми характеристиками знаходяться між індивідуальними і суспільними благами, тобто підлягають тільки одному з розглянутих вище принципів — «*принципу виключення*» або «*принципу конкурентності*». Такі блага називають *квазісуспільними*, чи *квазідержавними* (від латин. quasi — нібито) благами. Це — бібліотеки, музеї, стадіони, профілактичне медичне обслуговування, послуги метрополітену та міського електротранспорту (до них може бути застосований «*принцип виключення*» — користуватись ними може тільки той, хто заплатить) або міська магістраль (може бути застосований «*принцип конкурентності*» — коли в часи пік на міських магістралях утворюються «*корки*», дорога стає конкурентним благом, бо водії починають конкурувати за доступ до неї). Суспільство штучно зробило ці блага суспільними. На них можуть бути встановлені ціни, а приватні власники можуть за плату забезпечувати ними споживачів. Однак індивідуальні власники не беруть на себе весь обсяг виробництва таких благ. Це завдання виконує держава, щоб у повному обсязі забезпечити споживачів суспільно корисними товарами й послугами.

**Інформація для вчителя!** Для учнів 4-го класу визначення «*квазісуспільні блага*» можна не використовувати. Рекомендуємо вживати тільки термін «*суспільні товари й послуги*». Матеріал про цю групу благ подано для вчителя для того, щоб пояснити учням, чому послуги музею чи проїзд у громадському транспорті вважаються суспільними благами, хоча споживачі змушені платити за користування ними, у той час як деякі інші суспільні блага (освітлена вулиця чи послуги пожежників) ми одержуємо, не сплачуючи за них безпосередньо.

Розглядаючи це питання, слід окремо звернути увагу на ті суспільні товари й послуги, які виробляються та надаються у *вашому населеному пункті*. Наприклад, охорона міліцією громадського порядку, забезпечення Державною автоінспекцією безпеки руху на автошляхах, забезпечення безпеки Держав-

ною пожежною службою, діяльність служби Міністерства надзвичайних ситуацій (МНС), швидка допомога, робота громадського транспорту, забезпечення населеного пункту автобусними чи трамвайно-тролейбусними зупинками, прибирання вулиць і вивезення сміття міськими (селищними) службами, робота теле- та радіоканалів, освітлення вулиць, забезпечення діяльності шкіл, ліцеїв і гімназій, середніх і вищих державних навчальних закладів, будинку дитячої та юнацької творчості, громадських бібліотек, побудова дитячих майданчиків, парків відпочинку, соціальний захист малозабезпечених шарів населення тощо. Цей перелік варто скорегувати залежно від особливостей населеного пункту і тих суспільних товарів і послуг, які там можуть бути. Слід дати коротку характеристику тим суспільним товарам і послугам, які виробляються та надаються у *вашому населеному пункті*.

Зазвичай, на деякі з цих благ можуть бути встановлені ціни, і приватні власники можуть за плату забезпечувати ними споживачів (атракціони у парку відпочинку, користування ксероксом у громадській бібліотеці, оплата проїзду у громадському транспорті, оплата вивезення сміття з подвір'я тощо). Однак приватні власники не виробляють весь обсяг таких благ. Це завдання виконує держава, щоб у повному обсязі забезпечити споживачів суспільно корисними товарами й послугами.

Ще раз потрібно звернути увагу учнів, що безпосередній споживач не платить за *суспільні товари й послуги*, але їх безкоштовними назвати не можна. За споживання цих благ сплачують усі члени суспільства, навіть ті, хто їх не споживає. Саме *держава* забезпечує суспільними благами громаду, а витрати на їх виробництво фінансуються *за рахунок податків*, які працездатне населення сплачує відповідно до діючого законодавства.

Окремо слід зупинитись *на основних правилах споживчої поведінки* під час користування суспільними товарами й послугами. Наприклад, правила поведінки у громадському транспорті, на зупинках, у бібліотеці, у парку відпочинку тощо.

### ***Інструкція щодо виконання практичної роботи***

***Практична робота № 1. Моделюючі вправи «Я в транспорті», «Я в кінотеатрі», «Я на дні народження свого друга».***

Розгляньте різні ситуації «Я в транспорті» (за наявності часу можна ці ситуації розіграти в ролях).

1. Ти їдеш у автобусі (трамваї, тролейбусі), і до салону заходить бабуся. Усі місця зайняті. Як ти маєш учинити у цьому випадку? (*Пасажири зобов'язані бути взаємоввічливими, звільняти місця інвалідам, громадянам літнього віку, пасажирам з дітьми та вагітним жінкам. Тобто, у цьому випадку треба звільнити місце бабусі, навіть якщо ти не сидиш на місці, призначеному для літніх людей з позначкою «Місця для пасажирів з дітьми та інвалідів».*)

2. Ти заходиш до метрополітену з морозивом. Чергова метрополітену забороняє тобі входити. Чому? Як можна виправити ситуацію? (*З морозивом заходити до транспортного засобу та у метрополітен не можна. Якщо тебе зупинили на вході до метрополітену з морозивом, з'їж його і заходь.*)

3. Чи має право учень, у якого немає учнівського квитка, користуватися пільгами під час проїзду у транспорті? (*Пільгові проїзні квитки довготривалого користування (студентські, учнівські та ін.) дають право на проїзд тільки за наявності у пасажирів учнівського (студентського) квитка. Пасажир, який не може пред'явити учнівський (студентський) квиток, не має права на пільговий проїзд у транспорті.*)

4. Під час посадки в транспорт ти придбав(ла) квиток, але на вимогу контролера пред'явити квиток не можеш, не знайшовши його. Чи має право кондуктор висадити тебе на наступній зупинці? (*Пасажир повинен зберігати разові квитки чи закомпостовані абонементні талони до кінця поїздки. Кондуктор має право запропонувати пасажиру пред'явити квиток або закомпостований абонементний талон і за їх відсутності висадити пасажирів на наступній зупинці.*)

**УРОКИ 7–9. Послуги, які надає школа.  
Особливості користування спільними послугами.  
Дбайливе ставлення до шкільного майна.  
Практична робота №2. Школа моєї мрії**

Вивчення послуг, які надає школа, можна почати з екскурсії по школі. Побувайте в усіх кабінетах і приміщеннях, познайомте учнів зі співробітниками, які працюють у школі: директор, заступник директора, учитель, бібліотекар, лікар чи медсестра, бухгалтер, секретар, кухар, прибиральниця, гардеробниця, сторож, двірник, водій, електрик та ін. У бесіді з працівниками зверніть увагу на приміщення, у яких вони працюють; обов'язки, які вони виконують; спеціальне обладнання й інструменти, потрібні їм для роботи тощо. Зверніть увагу учнів на те, яким чином позначаються кабінети в школі (номери кабінетів, словесні назви, малюнки чи символи, які вказують на призначення приміщення тощо).

Акцнтуйте увагу учнів на тому, які індивідуальні, колективні, суспільні потреби в школі задовольняються та саме якими індивідуальними, колективними, суспільними послугами; які навчальні кабінети є в школі і які уроки там проводяться; які службові приміщення є в школі, хто в них працює і які послуги там можна отримати; яке спеціальне обладнання використовується у кабінетах і службових приміщеннях і для чого воно призначено; як знайти у школі ту або іншу службу — учні мають показати місце розташування цієї служби на плані школи та визначити найзручніший шлях до неї від класної кімнати, у якій вони зараз знаходяться; бажано обговорити найкоротший шлях евакуації з кабінету тощо.

Слід також звернути увагу учнів на особливості користування шкільними послугами та на необхідність дбайливого, економного ставлення до шкільного майна, використання води, електроенергії.

Виконайте практичну роботу № 2 «Школа моєї мрії».

***Інструкція щодо виконання практичної роботи***

***Практична робота №2. «Школа моєї мрії».***

Запропонуйте учням написати розповідь про те, якою б вони хотіли бачити школу (які потреби індивідуального, колективного, суспільного характеру мають задовольнятися, якими індивідуальними, колективними, суспільними послугами тощо). Свої розповіді учні мають проілюструвати відповідними малюнками.

Розвиток теми. На наступний урок, якщо дозволяє час, запросити представника адміністрації навчального закладу і на основі цієї практичної роботи, заслухавши найкращі роботи учнів, проілюстровані відповідними малюнками, показати бачення учнями покращення роботи школи.

***Запитання та завдання для обговорення***

1. Доповніть речення: «За способом задоволення виділяють ... потреби».
2. Які потреби називаються індивідуальними, а які — колективними? Наведіть приклади.
3. Які ви знаєте суспільні потреби?
4. У чому різниця між індивідуальними й колективними послугами? Наведіть приклади.
5. У чому особливість суспільних товарів і послуг?
6. Яку роль відіграє держава в забезпеченні споживачів суспільними товарами й послугами?

**ТЕМА 2. ЗАКОН, ЯКИЙ ЗАХИЩАЄ ПРАВА СПОЖИВАЧІВ**

***Мотивація***

Після опрацювання цієї теми учні будуть:

- *розуміти*, що таке закон;
- *мати уявлення* про закони, які захищають права споживачів;
- *усвідомлювати*, що знання законів потрібні та корисні;
- *знати*, що знання законів допомагає людині жити за правилами та доводити свою правоту;

- *визначати* основні права й обов'язки споживачів, давати їм коротку характеристику;
- *пояснювати*, як права споживача захищають його інтереси;
- *усвідомлювати*, як важливо споживачу знати свої права, щоб діяти грамотно;
- *обгрунтовувати* важливість дотримання обов'язків, їх значимість для родини, громади, суспільства;
- *робити висновки*, що права й обов'язки споживачів є обов'язковими для всіх громадян.

**Основні поняття:** споживач, покупець, клієнт, виробник, виконавець, продавець, робота, товари, послуги, реклама, права споживачів, державний захист прав споживачів, належна якість товарів, безпека продукції, види інформації про продукцію, сертифікат відповідності, технічний паспорт, гарантійний термін, термін придатності, упаковка, тара, штриховий код, індекс «Е», судовий захист прав, громадські об'єднання споживачів.

**Обладнання:** малюнки, які ілюструють права й обов'язки споживачів, Закон України «Про захист прав споживачів».

## БАЗОВА ІНФОРМАЦІЯ

### УРОК 10. Ознайомлення із Законом України «Про захист прав споживачів». Основні поняття, визначені Законом України «Про захист прав споживачів»

IV

Щоденно споживачів поглинає океан різноманітної інформації. І кожен зі споживачів прагне мати саме достовірну інформацію. Але хто з нас хоча б раз не спокусився на яскраву обгортку чи напис іноземною мовою, купуючи зовсім непридатний товар?

Від недобросовісних продавців в Україні створена система захисту, яка складається із законодавчо закріплених прав споживачів, діяльності відповідних державних структур і громадських організацій, які контролюють дотримання цих прав, системи покарання відповідно до закону за недоброякісну рекламу чи реалізацію неякісного товару тощо. Ця система має назву «Захист прав споживачів».

*Захист прав споживачів* — це законодавча, адміністративна та судова охорона інтересів споживачів товарів і послуг від їх порушення виробниками цих благ і продавцями.

В Україні права споживачів забезпечені Конституцією України, Законами «Про захист прав споживачів», «Про інформацію», «Про рекламу», Цивільним кодексом, Державним кодексом та іншими законодавчими актами.

Ст. 42 *Конституції України* гарантує, що держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпекою продукції (робіт, послуг), сприяє діяльності громадських організацій споживачів.

*Цивільний кодекс України* регламентує договірні відносини купівлі-продажу споживчої продукції, відповідальність виконавця за порушення умов договору й умови розірвання договору.

*Кримінальний кодекс України* передбачає кримінальну відповідальність за службову недбалість, тобто невиконання або неналежне виконання службовою особою своїх службових обов'язків через несутлінне ставлення до них, що заподіяло істотну шкоду правам, свободам та інтересам окремих громадян, державним чи громадським інтересам або інтересам окремих юридичних осіб, що охороняються законом.

Далі буде розглянуто Закон України «Про захист прав споживачів».

## ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ»

Закон України «Про захист прав споживачів» був прийнятий 12 травня 1991 р. За цей час кілька разів до Закону вносяться зміни й доповнення. 1 грудня 2005 р. було прийнято нову редакцію Закону України, яка й діє донині.

Цей Закон регулює відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і їх виробниками (виконавцями, продавцями), установлює права споживачів і визначає механізм реалізації державного захисту їхніх прав.

У Законі визначені такі основні поняття.

*Споживач* — громадянин, який купує, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити товари (роботи, послуги) для власних побутових потреб. Синонімами слова *споживач* є слова *покупець* і *клієнт*. *Покупець* — особа, яка купує товар. *Клієнт* — особа, яка користується послугами, наприклад, транспорту, пошти, кредитної установи тощо.

*Виробник* — підприємство, установа, організація або громадянин-підприємець, які виробляють товари для реалізації.

*Виконавець* — підприємство, установа, організація або громадянин-підприємець, які виконують роботи або надають послуги.

*Продавець* — підприємство, установа, організація або громадянин-підприємець, які реалізують товари.

*Товари* — матеріальні блага, речі, які ми можемо взяти в руки, доторкнутися до них. Це — будь-яка річ, яку ми купуємо.

*Робота* — дії, спрямовані на створення, виготовлення, обробку, переробку чогось.

*Послуга* — це дія людини, яка задовольняє потреби іншої людини.

### УРОК 11. Права й обов'язки споживачів

У Законі України «Про захист прав споживачів» визначено, що споживачі, які перебувають на території України, під час придбання, замовлення або використання товарів (робіт, послуг) для задоволення своїх побутових потреб мають право на:

- державний захист своїх прав;
- гарантований рівень споживання;
- належну якість товарів (робіт, послуг), торговельного й інших видів обслуговування;
- безпеку товарів (робіт, послуг);
- необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника (виконавця, продавця);
- відшкодування збитків, завданих товарами (роботами, послугами) неналежної якості, а також майнової та моральної (немайнової) шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами (роботами, послугами) у випадках, передбачених законодавством;
- звернення до суду та інших уповноважених державних органів за захистом порушених прав;
- об'єднання в громадські організації споживачів (об'єднання споживачів).

Цей перелік прав споживачів не є вичерпним. Споживачі мають також інші права, визначені законодавством про захист прав споживачів. Детальніше права споживачів буде розглянуто у наступній темі.

### УРОК 12. Право споживачів на державний захист своїх прав і на якісну продукцію та відшкодування збитків

Держава забезпечує споживачам захист їхніх прав, надає можливість вільного вибору товарів (робіт, послуг), набуття знань, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (робіт, послуг) відповідно до їхніх потреб в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності.

Державний захист прав споживачів здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади у сфері захисту прав споживачів, Рада Міністрів Автономної Республіки Крим, місцеві державні адміністрації, органи й установи державного санітарно-епідеміологічного нагляду України тощо, а також судові органи. Відповідно до ст. 6 Закону «Про захист прав споживачів» споживач має право на якісні товари й послуги. Це означає, що якісний товар чи послуга — це такі, які можуть бути використані для конкретних споживчих цілей і мають задовольнити конкретну споживчу потребу. Про якість свідчать документи, які споживач має отримати під час придбання продукції від продавця чи виробника (сертифікат відповідності, технічний паспорт тощо).

*Сертифікат відповідності* — це документ, який видається органом сертифікації і засвідчує, що товар чи послуга відповідають стандарту якості.

*Технічний паспорт* — це документ, який додається до технічно складного товару (холодильника, пральної машини тощо), і в якому обговорюються умови експлуатації, настання відповідальності виробника чи продавця після втрати товаром споживчих якостей у гарантійний термін тощо.

*Гарантійними зобов'язаннями* називають зобов'язання виробника (продавця) товару на його нормальну експлуатацію протягом певного періоду часу — гарантійного терміну.

*Гарантійний термін* — це термін, протягом якого товар має зберігати свої споживчі якості і протягом якого продавець чи виробник зобов'язаний безкоштовно здійснювати технічне обслуговування та ремонт проданого товару. Гарантійний термін має бути вказаний у паспорті на товар (роботу, послугу) або на його етикетці чи упаковці. Для медикаментів, продуктів харчування, парфумерно-косметичних виробів, виробів побутової хімії, споживчі якості яких можуть погіршитися з часом і становити небезпеку для життя, здоров'я і навколишнього середовища, в обов'язковому порядку встановлюється термін придатності.

*Термін придатності* має бути вказаний на етикетці чи упаковці товару і визначається з дати виготовлення до дати, яка вказує на останній термін використання, або часом, протягом якого товар придатний до використання. Продаж товару, термін придатності якого закінчився, заборонено.

На сезонні товари гарантійний термін визначається з початку відповідного сезону, що затверджено постановою Кабінету Міністрів України.

#### **ПЕРЕЛІК СЕЗОННИХ ТОВАРІВ, ГАРАНТІЙНИЙ ТЕРМІН ЯКИХ ДІЄ З ПОЧАТКУ ВІДПОВІДНОГО СЕЗОНУ**

Групи сезонних товарів	Гарантійний термін
Одяг, хутряні та інші вироби	
весняно-літнього асортименту	з 01 квітня до 01 жовтня
осінньо-зимового асортименту	з 01 жовтня до 01 квітня
Взуття	
зимового асортименту	з 15 листопада до 15 березня
весняно-осіннього асортименту	з 15 березня до 15 травня та з 15 вересня до 15 листопада
літнього асортименту	з 15 травня до 15 вересня

У разі обміну товару його гарантійний термін обчислюється заново з дня обміну.

У випадку виявлення недоліків чи фальсифікації товару протягом визначеного гарантійного терміну споживач має право за своїм вибором вимагати:

- повернення товару та відшкодування збитків, яких зазнав;
- заміни товару на такий самий або аналогічний з того, що є в наявності у виробника чи продавця;
- безкоштовне усунення недоліків товару або відшкодування витрат на їх виправлення споживачем;
- відповідного зменшення купівельної ціни товару.

За наявності товару вимога споживача про його заміну має бути задоволена негайно, у випадку необхідності перевірки якості — протягом 14 днів або за домовленістю. Якщо потрібний для заміни товар відсутній, вимога споживача може бути задоволена протягом 2-х місяців з часу подання заяви.

Заміна продовольчих товарів неналежної якості або повернення затрачених коштів споживачу можлива в межах терміну придатності.

Безкоштовний ремонт товару, гарантійний термін якого ще не закінчився, має бути здійснений протягом 14 днів або за домовленістю в інший термін.

За письмовою вимогою споживача на час ремонту йому надається (з доставкою) аналогічний товар, незалежно від моделі. Перелік товарів для обміну визначається Кабінетом Міністрів України. За кожний день затримки вимоги про надання аналогічного товару і за кожний день затримки ремонту понад установлений термін (14 днів) споживачу виплачується неустойка у розмірі 1% від вартості товару.

Споживач має право вимагати безкоштовного ремонту або відшкодування збитків і після закінчення гарантійного терміну. Ця вимога може бути здійснена протягом визначеного терміну служби, а якщо такий термін не визначено — протягом 10 років, якщо в товарі були виявлені серйозні недоліки, допущені виробником.

Претензії споживача розглядаються тільки у разі надання ним квитанції, товарного або касового чека, технічного паспорта або іншого письмового документа, який засвідчує дату придбання товару, його ціну тощо.

### УРОК 13. Право споживачів на безпеку продукції

Відповідно до ст. 14 Закону «Про захист прав споживачів» споживач має право на те, щоб товари й послуги були безпечними для його життя, здоров'я та навколишнього середовища.

На товари, використання яких понад установлений термін є небезпечним, визначається *термін служби (термін придатності)*. Термін придатності має бути вказаний на етикетці чи упаковці товару. Про безпеку товару свідчить *сертифікат відповідності*, який споживач має право вимагати у продавця (виробника). Реалізація товару після закінчення терміну його придатності заборонена.

Але є деякі товари, які можуть стати небезпечними в разі їх неправильного використання або зберігання. Це — медикаменти, продукти харчування, парфумерно-косметичні вироби, вироби побутової хімії, деякі будматеріали, електропобутові та радіоелектронні товари.

Для продуктів харчування, медикаментів, парфумерно-косметичних виробів умови зберігання та використання вказані на етикетці, упаковці, у паспорті товару.

Особливі вимоги щодо енергобезпеки пред'являються до *електропобутових і радіоелектронних товарів*. Технічно складні електропобутові товари, електроосвітлювальна апаратура й електролампи під час продажу обов'язково мають перевірятися в дії.

Усі *медичні препарати, товари побутової хімії, мінеральні добрива та засоби захисту рослин* повинні мати анотації з інформацією про споживчі властивості товару, умови їх зберігання та правила безпечного використання.

На упаковках з *отруйними та вогнебезпечними товарами* повинні бути попереджувальні написи: «Отрута», «Вогнебезпечно», «Берегти від вогню», «Не розпилювати поблизу відкритого вогню», «Не допускати попадання в очі» та ін.

*Упаковка* — це комплекс заходів, призначених для зберігання товару, які можуть забезпечити захист продукції від ушкоджень і втрат під час транспортування та зберігання.

*Тара* — це основний елемент упаковки, який є виробом для розміщення продукції. Упаковка (тара) виготовляється з різноманітних матеріалів: дерева, картону, паперу, металу, полімерів (пластику), тканини, скла, комбінованих матеріалів.

Упаковка і тара товару теж мають бути екологічно безпечними і не спричиняти негативної дії на організм людини й навколишнього середовища.

Однією з актуальних проблем сучасності є охорона навколишнього середовища. Скляна пляшка, кинута в море, розкладеться через тисячу років, паперові серветки — через три роки, сірники — через шість місяців, поліетиленові пакети — через двадцять років, консервні банки — через п'ятсот, а полістиролові вироби — через тисячу років. Це лише деякі дані, які оприлюднила італійська екологічна організація «Легам бьенте». Учені пропонують багато шляхів вирішення цієї проблеми. Один з них — інформування споживача про екологічну чистоту споживчих товарів або екологічно-безпечні способи їх експлуатації, використання та утилізації.

Один зі способів інформування споживачів щодо безпеки продукції — застосування екологічних інформаційних знаків (еко-знаків).

Є еко-знаки, які інформують про екологічну чистоту товару або його безпеку для навколишнього середовища. Наприклад, еко-знак «Білий лебідь», прийнятий у скандинавських країнах, еко-знаки, які інформують про безпеку холодильного обладнання та інших товарів для озонового шару планети, ЗАТ «Оболонь» маркує напій «Живчик» знаком «Натуральна основа», Хмельницька макаронна фабрика маркує свій товар словесним знаком «Екологічно чистий продукт», на упаковці кави «Галка» нанесено «Натуральний продукт».

Є також еко-знаки, які інформують про способи виготовлення упаковки, які попереджають забруднення навколишнього середовища. Це може бути, наприклад, вказівка про те, що товари або упаковка отримані із вторинної сировини, що упаковка піддається вторинній переробці.

Одним із найпоширеніших у світі еко-знаків є знак «Зелена крапка». Цей знак означає, що на упаковку поширюється гарантія повернення, прийняття та вторинної переробки маркованого пакувального матеріалу.

Деякі еко-знаки можуть містити заклики не забруднювати навколишнє середовище упаковкою, здавати її на вторинну переробку або складати у спеціальні сміттєзбирачі. Еко-маркування, рекомендоване Радою Європейського Союзу, свідчить про зменшення забруднення навколишнього середовища, про безпеку продукції для навколишнього середовища.

Відповідальність за порушення вимог безпеки продукції визначається Законом України «Про захист прав споживачів» та іншими законодавчими актами.

Виробник (виконавець) повинен інформувати споживачів про можливий ризик і про безпечне користування продукцією за допомогою визначених у міжнародній практиці позначень, розглянутих вище.

#### **УРОКИ 14–15. Право споживачів на інформацію, на судовий захист, на об'єднання в громадські організації**

Відповідно до ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право на отримання необхідної, доступної і достовірної інформації про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника. Закон визначає, де має бути розташована ця інформація і які відомості вона повинна містити.

Інформацію про продукцію споживач має отримати до покупки товару або замовлення послуги. Об'єктивна інформація повинна містити:

- назву товару, найменування і зображення товарного знаку для товарів і послуг, під якими вони реалізуються;
- назви нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати продукція;
- перелік основних споживчих властивостей продукції, а для продуктів харчування — склад, калорійність, протипоказання щодо використання тощо;
- інформацію про вміст шкідливих для здоров'я речовин і обмеження щодо використання окремих видів продукції;
- відмітку про наявність генетично модифікованих речовин;
- ціну й умови придбання продукції;
- дату виготовлення (прямим порушенням закону і прав споживачів є те, що іноді на харчових продуктах замість дати виготовлення вказують дату, до якої їх треба спожити);
- відомості про умови зберігання;
- гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);
- правила й умови ефективного використання продукції (умови зберігання, попередження відносно впливу високих або низьких температур, води, світла — «Берегти від дітей», «Зберігати у темному і прохолодному місці» тощо);
- термін служби (придатності);
- назву й адресу виробника, а також виконавця чи продавця, або того, хто буде здійснювати ремонт і технічне обслуговування товару.

Інформація може надаватися споживачеві у різних формах, зокрема, через технічну документацію, етикетки, упаковки, інші способи маркування. Виробник, виконавець робіт зобов'язаний надавати споживачеві інформацію про можливий ризик і про безпечне використання продукції за допомогою прийнятих у міжнародній практиці позначень.

На етикетці, у паспорті або іншому документі має зазначатись гарантійний термін на продукцію.





Інформація може надаватися у словесній, цифровій, образній, символній або штриховій формі.

*Словесна інформація* є найбільш доступною для населення, якщо надана зрозумілою мовою. Недоліком її є потреба у значних площах на товарі чи упаковці для розміщення, а також те, що для її сприйняття потрібен певний час. Приклад словесної інформації — текст на пляшечці з шампунем тощо.

*Цифрова інформація* використовується найчастіше для доповнення словесної або коли потрібно дати кількісну інформацію про товар. Цифрами надається, наприклад, інформація про масу товару, об'єм, довжину, дату виготовлення та ін.

Для *образної інформації* використовуються художні та графічні зображення самого товару, репродукції з картин, фотографій, листівок, зображення квітів, тварин, птахів тощо. Наприклад, особливостю чаю торгової марки ANHMAD TEA — LONDON є зображення на коробках з чаєм картин відомих художників. Різним маркам чаю відповідають різні картини.

Символьна інформація надається у формі спеціальних знаків. Щоб їх прочитати, потрібне знання цих символів. Наприклад:

Символ	Значення символу
	Максимальна температура прання 50 °C
	Відбілювання забороняється
	Прасування помірно нагрітою праскою
	Дозволяється піддавати сухому хімічному чищенню
	Дозволяється сушити в сушильному пристрої

На упаковках усіх споживчих товарів, згідно з нормами міжнародного ринку, має бути нанесений штриховий код (штрих-код).

*Штриховий код* — це інформаційний знак, призначений для автоматизованого способу ідентифікації та обліку інформації про товар, закодованої у вигляді комбінації послідовно розміщених паралельних штрихів і проміжків між ними.

Перші дві-три цифри коду позначають країну-виробника або продавця товару. Наступні чотири-п'ять цифр — фірму-виробника. Ще п'ять цифр — найменування товару, колір, масу, розмір, та інші характеристики товару. Остання цифра — контрольна, вона допомагає визначити правильність зчитування штрих-коду сканером. Наприклад, штрих-код 4000508082504. Складемо всі цифри, розташовані на парних місцях ( $0+0+0+0+2+0=2$ ). Отримуємо цифру помножимо на 3 ( $2 \times 3=6$ ). Тепер складемо всі цифри, розташовані на непарних місцях, без контрольної ( $4+0+5+8+8+5=30$ ). Додамо до цієї суми отриману раніше ( $30+6=36$ ). Від цієї цифри відкинемо десятки. Залишається тільки 6. Віднімемо від 10 цю цифру ( $10-6=4$ ). Результат відповідає контрольній цифрі коду. Висновок: перед вами не підробка. Інколи в кінці коду стоїть знак «>», що означає — товар виготовлений за ліцензією.

Одним зі способів інформування населення є використання реклами. *Реклама* — це інформація про товар, його виробника і продавця, яка розповсюджується у будь-якій формі й оплачується рекла-

модавцем. Основна задача реклами — надати інформацію про продукцію і стимулювати споживача до покупки. Основними вимогами до реклами є її правдивість і об'єктивність. Особливі вимоги висуваються до реклами харчових продуктів і лікарських препаратів, тому що вони безпосередньо впливають на життя і здоров'я споживачів.

Для виробника товару реклама є найефективнішим способом просування товару на ринку. Споживачу ж реклама допомагає отримати інформацію як про стару, так і про нову продукцію, її властивості, порівняти аналогічні товари від різних фірм, довідатися про місце розташування фірми тощо.

Слід зазначити, що для того аби прийняти рішення про придбання певної продукції, однієї рекламної інформації недостатньо. Рекламна інформація може бути досить поверховою, оскільки рекламодавець зацікавлений не просто в інформуванні покупців, а саме в тому, щоб заінтригувати споживача і стимулювати його до покупки. І ще одне, реклама не завжди буває достовірною й об'єктивною, може замовчувати вади продукції, відволікати увагу споживачів від недосконалих чинників продукції, що рекламується.

### УРОК 16. Обов'язки споживачів.

#### Практична робота №3. Ситуативна вправа «Інценування життєвих ситуацій, пов'язаних із дотриманням прав та обов'язків споживача»

Окрім прав, споживачі мають такі обов'язки:

- перед використанням товару уважно ознайомитися з правилами експлуатації, наведеними в наданій виробником (продавцем) документації на товар;
- за потреби звернутися до продавця за роз'ясненнями умов і правил користування товаром;
- користуватись товаром за його цільовим призначенням і дотримуватись умов (вимог, норм, правил), установлених виробником товару (виробником) в експлуатаційній документації;
- зберігати чеки, квитанції;
- не завдавати шкоди навколишньому середовищу під час використання товарів та отримання послуг;
- дбайливо, економно користуватися суспільними товарами й послугами.

Покупець, який хоче придбати *взуття* чи *одяг*, повинен приміряти його на місці і тільки після цього купувати. Продавець зобов'язаний видати покупцеві *розрахунковий документ* (касовий чек). Він знадобиться, якщо виникне потреба повернути товар. Повернувшись додому, слід повторно приміряти покупку. Якщо річ з будь-яких причин не влаштує покупця (не той колір тощо), то протягом 14 днів її можна обміняти на аналогічну або ж повернути гроші (якщо немає аналогічного товару), але за умови, що товаром ще не користувалися.

Купуючи *побутову техніку*, спочатку треба ознайомитися з *інструкцією з експлуатації* чи *паспортом товару* та з *гарантійними зобов'язаннями*. *Гарантійні зобов'язання* визначають зобов'язання виробника (продавця) товару на його нормальну експлуатацію протягом певного періоду часу — гарантійного терміну. Цей термін зазначають як в інструкції з експлуатації (паспорті) товару, так і в гарантійному талоні.

#### **Інструкція щодо виконання практичної роботи**

**Практична робота №3. Ситуативна вправа «Інценування життєвих ситуацій, пов'язаних із дотриманням прав та обов'язків споживача».**

I. Розгляньте різні життєві ситуації. Запропонуйте дітям дати відповіді на запитання.

1. У твого старшого брата вийшов з ладу мобільний телефон, гарантійний термін якого ще не закінчився. Протягом якого терміну, визначеного законом, має бути здійснений гарантійний ремонт телефону? Чи буде цей ремонт безкоштовним?

2. Тетянка з батьками вибирає меблевий гарнітур для своєї кімнати і батьки хочуть дізнатися про якість вибраної продукції. Що їм треба зробити, аби впевнитися у якості товару?

3. Сергій виявив серйозний недолік у відеомагнітофоні, який став небезпечним для його життя і здоров'я. До яких подальших дій має вдатися Сергій, щоб захистити свої права і не залишитись без потрібного йому товару?

4. Почувши рекламу ліків для схуднення, старша сестра Миколки надумала їх придбати. Що б ви порадили зробити Миколчиній сестрі для того, щоб не постраждати?

5. Олена в листопаді 2006 р. придбала в магазині літні босоніжки. Уперше ці босоніжки Олена взула тільки у квітні 2007 р., і відразу зламався каблук. Чи має Олена право на відшкодування збитків, заподіяних неякісним товаром?

II. Ознайомте дітей із ситуацією (с. 69 робочого зошита) та інсценізуйте її. Зробіть висновки.

### **Запитання та завдання для обговорення**

1. Що називається захистом прав споживачів?
2. Якими законодавчими актами забезпечені права споживачів?
3. У чому суть Закону України «Про захист прав споживачів»?
4. Назвіть права споживачів, визначені законом.
5. Чому продукція повинна мати сертифікат відповідності?
6. Як повинен себе поводити споживач, щоб товар, який він придбав, був належної якості?
7. Що гарантує споживачу «гарантійний термін»?
8. У чому особливість гарантійного терміну сезонного товару?
9. Що має право вимагати споживач у випадку виявлення недоліків чи фальсифікації товару протягом визначеного гарантійного терміну?
10. У які терміни має бути задоволена вимога споживача про заміну товару?
11. Як визначається термін придатності товару і де цей термін повинен бути вказаний?
12. Яка інформація вказується в технічному паспорті, і які товари продаються з цим документом?
13. За якої умови розглядаються претензії споживача на неякісний товар?
14. Які товари можуть стати небезпечними в разі їх неправильного використання?
15. Звідки споживач може отримати інформацію про умови зберігання та використання продуктів харчування, медикаментів, парфумерно-косметичних виробів?
16. Які особливі вимоги пред'являються до електропобутових і радіоелектронних товарів щодо енергобезпеки?
17. Яку інформацію повинні мати усі медичні препарати, товари побутової хімії, мінеральні добрива і засоби захисту рослин для їх безпечного використання та зберігання?
18. Які попереджувальні написи містяться на упаковках з отруйними та вогненебезпечними товарами?
19. Які еко-знаки ти знаєш? У чому їх особливості?
20. Яку інформацію споживач повинен отримати до купівлі ним товару або замовлення послуги?
21. Яким чином інформація про товар розміщується на виробі?
22. У якому вигляді може надаватися інформація про продукцію?
23. Наведіть приклади словесної, цифрової, образної, символічної інформації.
24. Яке основне завдання виконує реклама?