

## Как правильно оформить ценник

Нарушения в оформлении ценников - одна из самых распространенных ошибок, допускаемых предприятиями торговли. Казалось бы, чего проще: оформить маленький кусочек бумаги? Тем не менее, даже продавцы со стажем зачастую затрудняются с ответом: что же должно быть на ценнике?

Ценник является обязательным атрибутом торговой деятельности. Его главная функция – донесение до потребителя правдивой информации о свойствах товара, его производителе, а так же цены на товар.

Порядок оформления ценника регламентируется "Правилами продажи отдельных видов товаров", утвержденными Постановлением Правительства РФ от 19.01.98 N 55 (в редакции от 27.03.2007 № 185). Пункт 19 этого законодательного акта гласит:

"Продавец обязан обеспечить наличие единообразных и четко оформленных ценников на реализуемые товары с указанием наименования товара, его сорта, цены за вес или единицу товара, подписи материально ответственного лица или печати организации, даты оформления ценника".

Продавец вправе указать на ценнике также необходимую дополнительную информацию, предусмотренную законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» (ст. 8, 9, 10).

Например, информацию об изготовителе, сроке годности товара и сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), в отношении продуктов питания сведения о составе, пищевой ценности, назначении. Такая дополнительная информация, в общем-то, в интересах продавца: она помогает покупателю сориентироваться в выборе товара и избавляет продавца от лишних разъяснений.

Правилами продажи отдельных видов товаров установлены особенности оформления ценников для некоторых товаров - ювелирных изделий, меховых товаров, тканей, образцов радио- и электробытовых товаров. Например, изделия из драгоценных металлов и драгоценных камней, выставленные для продажи, должны иметь опломбированные ярлыки с указанием наименования изделия, изготовителя, артикула, пробы, массы и цены за 1 грамм изделия, вида вставок, их характеристик, массы и розничной цены изделия. Ярлыки для образцов радио- и электробытовых товаров должны иметь наименование изделия, его марку, артикул и цену, а также краткую аннотацию, содержащую основные технические характеристики изделий. На расфасованном товаре указываются его наименование, вес, цена за килограмм, стоимость отвеса, дата фасовки, срок годности, номер или фамилия фасовщика.

Закон ничего не говорит о порядке расположения ценников. Однако, если ценник будет смещен (закрит другим ценником или поставлен ближе к другому товару), вам могут предъявить претензию в предоставлении покупателю неполной или недостоверной информации.

Небрежность в оформлении ценника чаще всего проявляется в неразборчивости шрифта.

На ценниках и вкладышах все реквизиты должны быть нанесены четко, разборчиво, без исправлений обозначенных реквизитов, штемпельной краской (штампом), чернилами или пастой.

Бывает, что продавец стремится предоставить покупателю максимум дополнительной информации (и тем облегчить себе жизнь), что само по себе вполне нормально. Однако ценник при этом становится похож на шифровку. Чтобы избежать жалоб и казусов со стороны слабовидящих клиентов, сделайте шрифт на ценниках достаточно крупным и жирным, чтобы близорукий человек смог прочесть информацию с расстояния 1,5-2 м, не будучи вынужден толкаться у прилавка. Главное, что должен видеть покупатель издали: название продукта и цена. Остальная информация (например, количество штук в упаковке) может быть набрана шрифтом помельче - заинтересовавшись продуктом, клиент подойдет поближе.

Шрифт должен привлечь внимание покупателя и помочь ему сосредоточиться на чтении текста, выделить наиболее важные аргументы.

По результатам исследований установлено, что различные типы шрифта не оказывают явного влияния на читаемость, но наиболее часто используемые шрифты (курсив и прописной) также вызывают у покупателя ассоциации.

Каждый рисунок шрифта придаёт тексту своеобразную эмоциональную окраску. При выборе шрифта следует помнить, что он должен соответствовать рекламируемому товарам. Жирные тяжёлые шрифты уместно применять для ценников стиральных машин, холодильников, электропылесосов, а лёгкие – для рекламы парфюмерных, ювелирных изделий, шёлковых тканей, кружев и т.п.

Большую роль в восприятии текста играет сочетание основного цвета фона ценника и шрифта. Цвет шрифта и фона всегда должны быть контрастными – чем резче выделяется шрифт на фоне, тем он легче читается и воспринимается.

Кроме шрифта, элементами оформления ценника является цвет. Применение цвета – это возможное цветовое исполнение ценника из различного материала (бумага, картон, пластматериалы и др.).

Много лет учеными изучается проблема влияния цвета на восприятие товара покупателем, и одним из аспектов привлечения внимания покупателя является цвет ценника. Так, исследования Российского института цвета позволяют выделить особое психологическое воздействие цвета на человека. Это воздействие проявляется в формировании определенных ассоциаций у человека:

Предлагаемые для выполнения ценников цвета способствуют формированию привлекательности у покупателя, поэтому выбор цвета должен традиционно соответствовать предлагаемому товару. Так, специфика товаров лучше подчеркивается следующими цветами: молочные товары – зеленый; продукты моря – голубой; предметы из керамики – коричневый; непродовольственные товары – оранжевый, ярко-синий, красный.

Принцип единообразия оформления ценника не исключает внесения какой-нибудь детали в ценники на отдельные виды товаров (например, мелкое изображение мишки в углу ценника на товары для детей; или особый значок, особый цвет на ценниках для товаров со скидкой): это может рассматриваться как дополнительная информация (желательно, чтобы она расшифровывалась для покупателя - в листовках, в объявлении и проч.). Однако эта деталь не должна доминировать в оформлении, нарушая принцип единообразия. То есть она должна занимать ровно такое место, чтобы в случае проблем с проверкой вы могли доказать, ссылаясь на другие детали, что принцип единообразия в целом соблюден: вид и размер шрифта, очередность информации.

Рассмотренные обязательные и дополнительные элементы оформления ценника являются носителями индивидуальности товара и содержат информацию для покупателя о предлагаемом товаре.

В своем выборе формата ценников необходимо соблюсти обязательные условия:

- 1) информация о товаре на ценнике должна быть четкой и хорошо видна покупателю;
- 2) группы однородных товаров должны иметь единый формат ценников;
- 3) цветовой фон ценника должен сочетаться с выбранным шрифтом и его размером.

Вот так все просто! Хорошей торговли и благодарных покупателей Вам!