

Ганеев Т.Ф.,

студент

4 курс, факультет «Юридический»

Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета

Россия, г. Стерлитамак

Научный руководитель: Ахметова А.Т.,

Стерлитамакский филиал Башкирского государственного университета

Россия, г. Стерлитамак

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПРИ ПРОДАЖЕ ТОВАРОВ

***Аннотация:** В данной статье рассматриваются вопросы защиты прав потребителей при продаже товаров. Определяются основные проблемы регулирования данной сферы отношений. Изучается законодательство в сфере защиты прав потребителей при купле-продаже товаров. Права потребителя и их защита регулируются Гражданским кодексом Российской Федерации, Законом Российской Федерации “О защите прав потребителей” и иными федеральными законами.*

***Ключевые слова:** товар, покупатель, защита прав потребителей, законодательство, права потребителей.*

CURRENT ISSUES OF CONSUMER PROTECTION IN THE SALE OF GOODS

***Abstract:** this article discusses the issues of consumer protection when selling goods. The main problems of regulation of this sphere of relations are determined. Legislation in the field of consumer protection in the purchase and sale of goods is being studied. Consumer rights and their protection are regulated by the Civil Code of*

the Russian Federation, the Law of the Russian Federation "On Protection of Consumer Rights" and other federal laws.

Keywords: *product, buyer, consumer protection, legislation, consumer rights.*

Основным правом потребителя в сфере гражданских правоотношений является право на получение достоверной информации, которое охватывает всю сферу потребительских отношений, это связано с тем, что потребители все чаще встречаются с нарушением именно этого права при покупке товара. Согласно действующему законодательству, потребитель вправе требовать достоверную информацию о приобретаемом товаре, об изготовителе, причем продавец обязан довести ее до покупателя [1].

Для того чтобы избежать двоякую трактовку о предоставляемом товаре, законодательство устанавливает рамки того, что относится к информации о товаре, к ним относятся: наименование, сведения об основных потребительских свойствах (дата и место изготовления, противопоказания, вес, пищевая ценность), правила и условия эффективного, а главное безопасного использования, цена, гарантийный срок, срок службы, адрес и фирменное наименование изготовителя. При этом форма доведения информации до покупателя может быть разной, это может быть непосредственное ее указание на каждом товаре, так и размещение на стендах магазинов.

Проблема данного потребительского права заключается в недобросовестном исполнении данной обязанности продавцом, изготовителем. Законом закреплены лишь общие положения о сведениях, которые являются важнейшими составляющими достоверной информации, остальное базируется лишь на добросовестном доведении ее до покупателя. Однако, при реализации отдельных видов товаров установлены отдельные особенности отдельными актами. В большинстве случаев состав информации ограничивается лишь рекомендациями. Способ указания информации внешне определяется исключительно самим изготовителем исходя из собственных интересов, при этом соблюдая требования законодательства и указывая требуемые данные.

Изготовитель может указать информацию мелким шрифтом, либо обозначить ее в трудночитаемом месте, при этом будет считаться, что продавец исполнил свою обязанность в данном случае и предоставил данные о товаре. Россия занимает одно из последних мест в вопросе защищенности потребителей от недобросовестных производителей по части предоставления информации [3, с. 78].

Вместе с тем, бывают и другие правонарушения в сфере предоставления информации о товаре, так отмечают отсутствие вывески на предприятиях торговли с информацией для потребителей. Например, о наименовании организации, режиме работы, сведений о наличии лицензии. Решение данной проблемы кроется во внесении в действующее законодательство проработанных изменений. Желательным является дополнение положений о размере шрифта, регламентация цветового исполнения, постановка информации в зависимости от положения, размера упаковки, возможность выделения более значимой информации.

Второй важнейшей проблемой при защите прав потребителей, с которой сталкивается покупатель, является компенсация морального вреда, учитывая тот факт, что он осведомлен о своих правах и знает, как их защитить. Чаще всего ущерб, который получает покупатель, является незначительным, к наиболее большим расходам приведет попытка отстаивать свои права, именно это послужит нежеланием совершать какие-либо действия по защите своих прав, чем пользуются недобросовестные продавцы и изготовители. Действующее законодательство предусматривает взыскания с продавца либо изготовителя штрафа, равному половине суммы, которая присуждена в пользу истца. Однако, бывают ситуации, когда такая сумма является совсем незначительной и здесь встает вопрос о компенсации морального вреда, т.е. нравственного и физического страдания, возникших в результате противоправных действий продавца или изготовителя. Достаточным условием при удовлетворении иска при решении вопроса о компенсации является установленный факт нарушения

прав потребителя, то есть именно в момент нарушения прав потребителя возникает моральный вред [2, с. 17].

Проблема компенсации морального вреда в сфере защиты прав потребителей кроется в определении ее размера. Всегда размер присужденной моральной компенсации должен определяться в связи с характером причиненных потребителю нравственных и физических страданий исходя из принципа справедливости и разумности. При этом размер компенсации определяется независимо от размера возмещения имущественного вреда, моральный вред не ставится в зависимости от суммы товара и суммы подлежащей неустойки. Установление фиксированных значений компенсации морального вреда невозможно, так как он рассчитывается исходя из особенностей конкретного человека. Вместе с тем, Верховный суд признал недопустимость определять зависимость размера имущественного вреда от морального, но допустить введение минимума компенсации.

Таким образом, в действующем законодательстве о защите прав потребителей остаются существенные пробелы, которые выражаются в общих положениях, а не предоставления конкретных правил и норм, именно поэтому возникают проблемы потребителей в сфере защиты своих прав.

Использованные источники:

1. Федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-ФЗ (ред. от 23.11 2009) "О защите прав потребителей" (с изменениями и дополнениями, вступающими в силу с 01.01.2010);
2. Богдан В.В., Гражданско-правовые способы защиты прав потребителей в сфере торговли и услуг. – М.: Проспект, 2015. – 115 с.
3. Теоретические и практические аспекты современного частного права: монография / А.В. Агутин, Г. В. Синцов, Ю.А. Гартина и др.; под общ. ред. Г.В. Синцова. – Пенза: ПГУ, 2017. – 150 с.