

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация: *Статья посвящена анализу актуальных проблем в сфере защиты прав потребителей. Исследованы ключевые направления государственной деятельности в данной области. Сформированы проблемы и пути решения. Методы исследования: аналитический метод, обзорный метод.*

Ключевые слова: *актуальные проблемы, защита прав потребителей, потребитель, продавец, ответственность.*

Annotation: *The article is devoted to the analysis of current problems in the field of consumer protection. The key directions of state activity in this area are investigated. Problems and solutions have been formed. Research methods: analytical method, review method.*

Key words: *current problems, consumer protection, consumer, seller, responsibility.*

Защита прав потребителей в первую очередь основывается на необходимости определения форм, которые касаются возможных нарушений данных прав. Кроме того, состав данного понятия определяется механизмом защиты данных прав и ответственностью, которая наступает при их нарушении. Каждый потребитель обладает не только характерным правовым

статусом, но и имеет возможность требовать возмещения морального вреда в случае нарушения прав, связанных с имуществом. Данная деятельность связано с областью имущественного оборота, которая имеет значимое место в условиях организации государственной деятельности, регулирующей рыночные отношения. Переход страны к формату рыночной экономики, увеличение ассортимента реализуемой продукции — все это факторы, которые обуславливают необходимость формирования четкого правового регламента, касающегося взаимоотношений, возникающих у потребителей и предпринимателей.

Современные исследователи уделяют проблемам в области защиты прав потребителей большое внимание. Изучение соответствующей литературы свидетельствует о наличии экономических проблем, которые связаны с распоряжением имущества, и проблем непосредственно правового характера. При этом некоторые исследователи отмечают, что термин «потребитель», который определяется на законодательном уровне, содержит неверные положения, вследствие чего невозможно в должной мере дать характеристику правам потребителей.

Так, например, Дудченко А.В., Колкарева И.Н. отмечают, что рамки данного определения требуется расширить, включая туда юридических лиц. Данный вывод аргументируется тем, что юридические лица, так же как и потребители, нуждаются в правовой защите, так как часто в разных сферах деятельности им не достаёт осведомленности, за счет чего их нельзя считать профессионалами. При этом существуют и другие точки зрения [1, с. 548].

Так, Казиева А., Джиеова Л. отмечают, что следует изменить концепт «потребитель-гражданин, который приобретает» на «потребитель-физическое лицо, которое приобретает». Таким образом, исследователи указывают на то, что понятие «потребитель» должно связываться исключительно с физическими лицами, в то время как работа с юридическими лицами должна представлять собой сферу отдельной юрисдикции [2, с. 23].

ФЗ «О защите прав потребителей» считается ведущим нормативно-правовым актом на территории России, регулирующим взаимоотношения между потребителями и продавцами. С момента принятия этого закона в обществе стали намечаться положительные тенденции, которые связаны с решением обширных вопросов в области защиты прав потребителей. Они касаются:

- доведения информации до потребителей о приобретаемых товарах, в том числе тех, что поставляют из-за рубежа;
- выдачи кассовых чеков покупателям и прочих платежных документов, свидетельствующих о проведенных операциях по покупке;
- разрешения возникающих между потребителями и предпринимателям споров в рамках досудебных отношений;
- сравнения, тестирования и организации экспертизы для независимой оценки товаров, что способствует пресечению распространения некачественных продуктов.

Закон, который направлен на защиту прав потребителей, описывает различные обстоятельства, которые свидетельствуют о нарушении прав. Так, например, статья 18 перечисляет права потребителя, который находит в купленном товаре существенные недостатки. Покупатель может потребовать возместить убытки, которые возникли из-за использования некачественного товара. При этом в законе нет указаний относительно того, что считать «ненадлежащим качеством» товара. Там прописываются такие термины как «недостаток товара» (под этим подразумевается его несоответствие обязательным требованиям), а также «существенный недостаток», т.е. дефект, который невозможно устранить [3].

Особенности действующих в законе формулировок и ряд других обстоятельств позволяет назвать актуальными проблемами в сфере защиты прав потребителей следующие моменты:

- несовершенство законодательной базы;

- слабый уровень муниципального контроля в области защиты прав потребителей;
- низкая потребительская грамотность.

Каждая из проблем требует своего детального разбора для выявления актуальных путей решения представленных вопросов. Для этого требуется рассмотреть следующие аспекты ситуации:

1. Терминологические проблемы. ФЗ «О защите прав потребителей» содержит формулировки, которые отображают ряд базовых понятий, но при этом по-прежнему требуют корректировок и дополнений. Например, в нем отсутствуют такие термины как товар, услуга, работа и пр. Целесообразным можно назвать раскрытие представленных понятий в виде дополнений действующего Закона.

2. Определение морального вреда. Когда потребители обращаются в суд для того, чтобы потребовать компенсацию морального вреда, часто возникают различные проблемы. Суды обязывают потребителей объяснить содержание понятия «моральный вред», подтверждая моральные или нравственные страдания с помощью соответствующей документации, например, посредством справки от врача. Одновременно с этим не всегда подобные доказательства могут быть предоставлены в требуемом порядке, что в свою очередь приводит к ущемлению потребительских прав и невозможности получить соответствующую компенсацию. Постановление Пленума Верховного Суда №17 отмечает, что при решении в судебном порядке вопросов о компенсации морального ущерба достаточно доказать сам факт нарушения потребительских прав. Однако суды зачастую продолжают требовать различные документы с истцов, вследствие чего требуется введение аналогичного положения в закон, который непосредственным образом регулирует защиту прав потребителей.

3. Информированность населения. Статья 10 Закона «О защите прав потребителей» обязывает изготовителей продукции предоставлять

покупателям исчерпывающую и достоверную информацию относительно реализуемых продуктов. В статье 12 формируется ответственность исполнителей и продавцов за предоставление информации в ненадлежащем виде. Согласно статье 8, все данные должны быть доведены до покупателей: «в наглядной и доступной форме». В связи с этим требуется конкретизация данных характеристик, так как в законе отсутствует информация о том, какими способами должны передаваться эти сведения. Так, например, если информация прописана мелким и нечитаемым шрифтом, значительная часть потребителей не обратит на нее внимание, в то время как там могут содержаться важные сведения, касающиеся продукта. Поэтому требуется конкретизация положений, прописанных в статье 8.

4. Муниципальное вмешательство. Органы местного самоуправления почти лишены возможности ведения эффективной защиты прав потребителей и не имеют возможности противостоять систематическим нарушениям в области потребительского рынка, которые формируются в их областях. Ст. 44 Закона «О защите прав потребителей» предусматривала возможность вмешательства органов местного самоуправления в данные вопросы. Но в момент принятия ФЗ «О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей"» возможности исполнительных органов государственной власти субъектов РФ потеряли возможности правового регулирования рынка. Так, например ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» не включил в перечень вопросов местного значения проблемы, которые касаются защиты потребительских прав. На основании данных положений целесообразным представляется увеличение прав органов местного самоуправления на законодательном уровне с усилением публично-правовых аспектов их функционирования в данной сфере. Для этого требуется оптимизация структур местного самоуправления, усиление их координация и взаимодействия на уровне местной власти. Именно в этой области зачастую

происходят реальные случаи правоприменения, а потому органы местного самоуправления должны получить больше реальной власти, что выражается в дополнении соответствующих законов.

Российское законодательство в области защиты прав потребителей во многом не отвечает тенденциям рыночной динамики. Оно не успевает обеспечить соответствующую законодательную базу для решения проблем, касающихся новых форматов торговли и предоставления услуг. Необходимость улучшения законодательства, связанного с потребительскими правами, также вызвана тем, что в 2013-17 гг. были внесены изменения в ряд законов, которые касаются сферы непосредственных потребительских интересов. Однако изменения были приняты без учета приоритетов действующего национального курса развития страны и без привлечения муниципальных властей к правоприменительной практике [4].

Другим важным аспектом решения актуальных проблем в области защиты прав потребителей считается необходимость развития потребительской грамотности. Покупатели слабо информированы о тех правах и возможностях, которые им предоставляет законодательство, они довольно редко обращаются в суд, а там зачастую обязываются предоставлять «ненужную» документацию при решении вопросов, касающихся получения моральной компенсации.

Развитие потребительской грамотности — одна из важных составляющих всего комплекса мер по защите прав потребителей. Покупатели должны понимать, что они имеют право на получение достоверных, исчерпывающих сведений, касающихся приобретаемых товаров и услуг, которые имеют на рынке. Они должны четко видеть, кто их продает, кто является исполнителем, изготовителем и пр.

Для повышения информированности населения следует подключить органы местного самоуправления, которые на региональном уровне способны

провести соответствующие работы, связанные с улучшением потребительской грамотности.

Таким образом, решение актуальных проблем в сфере защиты прав потребителей представляет собой комплексную и многоаспектную задачу, каждый элемент которой связан с последующим. Законодательная база должна дополняться более конкретными положениями и формулировками вопросов, связанных с особенностями реализации товаров потребителям на рынке. Одновременно с этим федеральный закон должен предоставить больше полномочий регионам по решению проблем в области защиты прав потребителей. Это в свою очередь должно повлечь за собой повышение уровня потребительской грамотности, что поможет гражданам отстаивать свои права и контролировать качество товаров, представленных на рынке.

Использованные источники:

1. Дудченко А.В. Проблемные вопросы применения закона РФ «О защите прав потребителей» / А.В. Дудченко, И.Н. Колкарева // Аллея науки. — 2017. — № 14. — С. 546–550.

2. Казиева А.М. Актуальные проблемы защиты прав потребителей / А. М. Казиева, Л.Г. Джиеова // Аллея науки. — 2017. — №10. — С. 20–25.

3. Арсланханова Г.А. Проблемы защиты прав потребителей в сфере получения туристских услуг // Сборник материалов XI заочной Международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, студентов, школьников. — 2017. — 143 с.

4. Володина Д.В. Роль судебной практики в защите нарушенных прав потребителей туристских услуг / Д.В. Володина, И.Е. Отческий // Актуальные проблемы российского права. — 2018. — № 3. — С. 128–137.