

Чихтисова Зарина Руслановна

Магистрант

Направление: Юриспруденция

Магистерская программа: Гражданское право, семейное право, международное частное право.

Понятие и правовой статус потребителя по законодательству РФ

Аннотация. Защита прав потребителей является сегодня одним из важнейших аспектов гражданского права Российской Федерации. В современных экономических условиях жесткой рыночной конкуренции и процветающего капитализма количество различных товаров, работ и услуг неуклонно растет, и особенно актуальными являются вопросы нарушения законных прав и интересов потребителя. В статье рассматриваются понятие и особенности правового статуса потребителя по законодательству РФ.

Ключевые слова: потребитель; права потребителей; правовой статус потребителя; отношения с участием потребителя.

Современное правовое регулирование отношений с участием потребителей в Российской Федерации берет начало в 1992 г. с принятия Закона РФ «О защите прав потребителей». Законодательное закрепление правового положения потребителя способствовало защите его интересов как более слабой стороны правоотношения [2, с. 101]. По мере развития товарных рынков, использования новых механизмов взаимодействия между продавцом и покупателем возрастает необходимость в обеспечении более высокого уровня правовой защиты потребителя, в поиске новых действенных механизмов защиты его интересов.

Решение задачи охраны прав потребителей на сегодняшний день сдерживается в том числе из-за отсутствия четкого представления о круге лиц, которые могут быть отнесены к данной группе.

Понятие «потребитель» закреплено в ст.1 Закона «О защите прав потребителей: потребитель – гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Проанализировав определение потребителя в Законе, можно выделить следующие признаки, которые позволяют отнести то или иное лицо к категории потребителя:

- 1) потребителем может быть исключительно физическое лицо;
- 2) лицо должно заказать, приобрести или потреблять товар (работы, услуги) или по крайней мере иметь намерение заказать или приобрести товар (работы, услуги);
- 3) товары (работы, услуги) должны приобретаться исключительно для личного использования [3, с. 25].

Вместе с тем, по нашему мнению, у понятия «потребитель», закрепленного в Законе, также есть ряд недостатков. Во-первых, в некоторых сферах потребителем может признаваться юридическое лицо. Так, в тексте федерального закона от 17 августа 1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях» определено, что потребителем может быть физическое или юридическое лицо, приобретающее товар, производимый (реализуемый) субъектом естественной монополии. Данная позиция, безусловно, является оправданной. Таким образом, имеет место несовпадение понятийного аппарата, которое должно быть устранено.

Во-вторых, предоставление Законом возможности использования товаров «исключительно» для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности, искусственно сужает область применения законодательства о защите прав потребителей. Следовательно, считаем, в отечественном законодательстве также было бы корректно учитывать основную цель применения товара (работы, услуги): а) если преобладает использование для профессиональных нужд, то

правоотношения нельзя расценивать как отношения с участием потребителя, б) если преобладает использование для личных нужд, то правоотношения должны расцениваться как отношения с потребителем, следовательно, регулироваться законодательством о защите прав потребителей.

С учетом вышеизложенного, полагаем, что следует расширить формулировку, используемую в российском законодательстве таким образом, чтобы признать потребителем лицо, заказывающее приобретающее, потребляющее товары (работы, услуги) или имеющее такие намерения как для личного, так и для профессионального использования при условии преобладающего использования указанных товаров (работ, услуг) в личных целях.

Под потребителем предлагается понимать не только граждан, но и организаций, приобретающих товары (работы, услуги) в целях удовлетворения каждодневных бытовых потребностей. Например, приобретение канцелярских принадлежностей, которые необходимы для удовлетворения потребностей не коммерческой деятельности организации, а потребностей ее работников [5, с. 92].

Разумно с этим не согласиться, потому что организации в отличие от граждан являются более сильной стороной и им достаточно использовать те средства защиты, которые предусмотрены гражданским законодательством в части регулирования отношений, вытекающих из договора купли-продажи. В связи с этим, такие преимущества, как альтернативная подсудность, компенсации морального вреда, законная неустойка должны действовать только в отношении слабой стороны, а именно в отношении потребителя – физического лица.

Что же касается индивидуальных предпринимателей, то их можно рассматривать в качестве потребителей в том случае, если они опять же делают покупки или заказы исключительно для собственных нужд, а не для предпринимательства.

Таким образом, действующее ныне определение понятия потребитель нуждается в некой коррекции. Выходит, что под потребителем следует понимать граждан, в том числе и граждан индивидуальных предпринимателей, на что необходимо указание в соответствующем законе.

Через понятие правовой статус потребителя определяется правовое положение потребителя как субъекта общественных правоотношений, его права и обязанности. Правовой статус потребителя включает в себя в первую очередь обязанности и достаточно широкий объем прав, которыми наделен потребитель в силу его малой степени защищенности долгое время до введения в действие законодательства о защите прав соответствующих субъектов. При этом законодатель наделяет потребителя небольшим перечнем обязанностей, например, обязанность по оплате установленной стоимости товара.

Мы наблюдаем особое отношение законодателя к потребителю, что, несомненно, важно в современном обществе в условиях рыночной экономики. Не стоит думать, что это как-то умаляет права исполнителей, изготовителей и продавцов, потому что, во-первых, вышеперечисленные лица априори более сильные субъекты правовых отношений, а, во-вторых, важно не количество прав или обязанностей, а их качество, используемость, эффективность, практическая применимость.

Таким образом, под понятием правового статуса потребителя следует понимать такую правовую категорию, которая в полной мере отражает положение потребителя в обществе. Правовой статус позволяет полноценно осуществлять права и исполнять обязанности потребителя, предусмотренные действующим законодательством в части потребительских отношений.

© К числу признаков отношений с участием потребителя стоит отнести следующее:

– данные правоотношения возникают между потребителями, под которыми мы понимаем физических лиц и индивидуальных предпринимателей, в случае, если они покупают товар, заказывают работу или услугу не для

предпринимательских целей, а для личных нужд, и изготовителями, продавцами, исполнителями;

– данные правоотношения характеризуются предоставлением широкого круга форм и способов защиты потребителя как более слабого субъекта правоотношений;

– наличие специального законодательства, призванного регулировать отношения с участием потребителя;

– специфическая сфера действия отношений (рынок);

– преобладание договорного способа регулирования отношений между потребителем и его контрагентами;

– установление повышенной ответственности контрагентов потребителя;

– возмездность правоотношений, предусматривающая встречное предоставление контрагенту платы за передачу товаров, выполнение работ или оказание услуг [3, с. 51].

Основанием возникновения отношений с участием потребителей являются договоры, направленные исключительно на удовлетворение личных, семейных и иных потребностей физических лиц. Такие договоры не должны иметь цель получения прибыли. Данные договоры заключаются в целях приобретения товара, оказания услуги, выполнения работы.

Особенностью таких договоров является то, что контрагент потребителя обязан его заключить с любым, кто обратился к нему, независимо от его личных предпочтений. Данная специфика указывает на то, что договор можно рассматривать как средство охраны прав потребителей.

Охрана прав выражаются в следующем: недопустимости отказа от заключения договора с потребителем; запрете контрагента потребителя оказывать какие бы то ни было преференции одним потребителям по отношению к другим; установлении тождественных условий заключения договора. Таким образом, основанием возникновения отношений с участием потребителей является договор, призванный удовлетворить личные нужды потребителя.

Общественные отношения с участием потребителей достаточно разнородны и объемны и в силу этого едва ли возможно предоставить четкий перечень таких отношений. В силу этого общественные отношения с участием потребителей разумно разделить на общественные отношения, направленные на удовлетворение частных и публичных интересов. Первые регулируются нормами гражданского права, а вторые нормами публичных отраслей права.

Отношения между потребителем и исполнителем, производителем, продавцом относятся к числу частных отношений. Основанием причисления их к данному блоку является то, что свою деятельность вышеперечисленные субъекты осуществляют на основании принципов независимости, равенства, имущественной самостоятельности и призваны удовлетворять потребности конкретного индивида, а не нужды государства или общества в целом. Эти отношения характеризуются диспозитивность правового регулирования; имущественным характером потребительских отношений; имущественной ответственностью в случае причинения вреда потребителю; возможностью компенсации морального вреда; судебной защитой прав.

В свою очередь к числу публичных отношений относятся отношения, возникающие в целях защиты прав потребителя. Такие отношения носят императивный характер, что обусловлено обязательным участием в них государства. Специфика заключается в том, что прямого участие потребителя в таких отношениях не наблюдается. Защита его прав осуществляется опосредованно, через третьих лиц. Например, покупка алкогольной продукции возможно только у специального субъекта, который получил в установленном законом порядке лицензию на розничную продажу алкогольной продукции. Такой механизм гарантирует безопасность товара, приобретенного покупателем. Публичные отношения характеризуются внесудебным способом разрешения потребительских споров; существованием общественных объединений потребителей (их ассоциаций, союзов), созданных для защиты прав потребителей от нарушений.

Таким образом, потребительские отношения это специфический вид общественных отношений, имеющий сложную структуру и определенные признаки, возникающие на основании договора и направленные на защиту прав потребителя.

Литература

1. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 29.07.2018) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140.
2. Агаджанян А.В., Маюров Н.П., Аресова О.С. Особенности защиты прав потребителей в Российской Федерации и Республике Беларусь // Ленинградский юридический журнал. 2017. № 3.
3. Гафарова Г.Р. Защита прав потребителей: учебное пособие / Под ред. З.М. Фаткудинова. М. : Юстицинформ, 2009.
4. Панкратова А.С. Правовое регулирование отношений в области защиты прав потребителей в рамках российского законодательства и зарубежных стран // Эпомен. 2018. № 16.
5. Прудникова А.Е., Куку Э.И. Понятие «потребитель»: историко-правовой анализ // Право и образование. 2018. № 9.

© Бюллетень магистранта 2019 год №2