

*Нарыгина Елена Олеговна,
студентка магистратуры
Иркутский государственный университет,
Россия, г. Иркутск
e-mail: ambelmanbk@mail.ru*

К ВОПРОСУ О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЯ В ДОГОВОРЕ РОЗНИЧНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ

***Аннотация:** В статье автор анализирует основные проблемы правового регулирования защиты прав потребителя в договорах розничной купли-продажи. Предметом исследования выступают такие права покупателя как право получения полной и достоверной информации и товаре, право получения компенсации морального вреда и принципы его расчета.*

Ключевые слова: купля-продажа, защита прав потребителя, продавец, покупатель, моральный вред, товар.

*Narygina Elena Olegivna
master students
Irkutsk State University,
Russia, Irkutsk*

TO THE QUESTION OF PROTECTION OF CONSUMER RIGHTS IN THE RETAIL SALE AGREEMENT

***Abstract:** In the article, the author analyzes the main problems of legal regulation of consumer protection in retail sales contracts. The subject of the research is such rights of the buyer as the right to receive complete and reliable information about the goods, the right to receive compensation for moral vered and the principles of its calculation.*

Keywords: purchase and sale, consumer protection, seller, buyer, moral harm, goods.

Социологические исследования последнего десятилетия отмечают рост ориентированности населения на поддержание высокого уровня потребления, в связи с чем, купля-продажа становится доминирующим способом приобретения товаров, услуг и иных благ. Актуальность исследования способов защиты прав потребителя в вышеуказанных гражданско-правовых отношениях обусловлена

необходимостью выделения недостатков существующего правового регулирования и поиском способов их устранения.

Анализ судебной практики позволяет выделить основные сферы потребления, где чаще всего возникает необходимость защиты интересов покупателя. Ими стали: медицина, общепит, торговля, услуги общественного транспорта, бытовое обслуживание и строительство. Таким образом, регулирование споров в этих направлениях является приоритетным для целей настоящего исследования, а судебная практика по данным делам будет основным предметом изучения.

Первой проблемой, выделенной в ходе изучения гражданских споров, является соблюдение права потребителя обладать достоверной информацией о приобретаемом товаре.

Статьей 10 Закона о защите прав потребителя [1] предусмотрена обязанность продавца своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Форма же доведения информации до потребителя бывает различной: информация может доводиться до потребителя через непосредственное ее указание на каждом товаре (упаковке), может размещаться на стендах и иными способами. Сама проблема заключается в злоупотреблении со стороны продавца своей обязанностью или недобросовестное ее исполнение.

Чаще всего продавцы стремятся внешне соблюдать существующие правовые предписания, однако если внимательно рассмотреть информацию о товарах можно заметить два основных нарушения со стороны продавцов: избыток ненужной информации вводящей покупателя в заблуждения относительно реальных качеств продукта, умалчивание «невыгодных» свойств продукта с целью повышения продаж.

Решить данную проблему можно путем внесения в действующее законодательство тщательно проработанных изменений. Видится эффективным выработка единого стандарта способа донесения информации о товаре до

потребителя. Например, принятие единого шрифта для описания свойств товара, перечень информации подлежащей обязательному опубликованию.

Следующей немаловажной проблемой, с которой сталкиваются потребители при защите своих прав, является компенсация морального вреда

Проблема кроется в определении размера морального вреда. Верховный Суд [2] поясняет что, при возмещении указанного вреда принимаются во внимание разумность и справедливость заявленных требований. Понятно, что учитываются наиболее значимые обстоятельства, указывающие на нравственные или психические страдания потерпевшего.

Однако при соблюдении принципов разумности и справедливости, как отмечают ученые, компенсации морального вреда часто носят чисто символический характер, особенно в тех случаях, когда в его обоснование истец не может предоставить ничего, кроме собственных заявлений [3]. Расчет морального вреда, действительно, дело непростое, однако решить проблему необходимо. Видится эффективным введение стандартных размеров суммы компенсации морального вреда в наиболее распространенных спорах, а также выработка детальной инструкции оценки размера моральной компенсации для судебной системы.

Список литературы:

1. Закон РФ от 07.02.92 № 2300-1 «О защите прав потребителей» // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 17 января 1997 года № 2 «О внесении изменений и дополнений в Постановление Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 29 сентября 1994 г. № 7 «О практике рассмотрения судами дел о защите прав потребителей» (с изменениями, внесенными Постановлениями Пленума от 25 апреля 1995 г. № 6 и от 25 октября 1996 г. № 10)» // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс».
3. Парций Я. Постатейный комментарий к Закону РФ «О защите прав потребителей» // Информационно-правовая система «ГАРАНТ».

