

УДК: 343.531
МРНТИ: 10.27.51

Амерханов Р.А.,
к.ю.н., доцент
кафедра общеправовых дисциплин Института
послевузовского образования
Академии правоохранительных органов при
Генеральной прокуратуре Республики,
Казахстан, amerkhanovrus@mail.ru

К ВОПРОСУ О ВОЗНИКНОВЕНИИ И РАЗВИТИИ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Түйіндеме: Р.А. Амерхановтың «Тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы заңнаманың пайда болуы және дамуы туралы» мақаласында тұтынушылардың құқықтарын қорғау саласындағы ҚР заңнамасының қазіргі жағдайы мен дамуы қарастырылады. «Қашықтықтан сауда» ұғымы, оның заңды белгілері талданады. Тұтынушылардың құқықтарын қорғау жөніндегі заңнаманы жетілдіру бойынша ұсыныстар беріледі.

Тірек сөздер: тауар, сатушы, құқықтарды қорғау, тұтынушы, қашықтықтан сауда жасау.

Аннотация: В статье Амерханова Р.А. «К вопросу о возникновении и развитии законодательства в сфере защиты прав потребителей» рассматривается развитие и современное состояние законодательства РК в сфере защиты прав потребителей. Анализируется понятие «дистанционная торговля», её юридические признаки. Даются предложения по совершенствованию законодательства по защите прав потребителей.

Ключевые слова: товар, продавец, защита прав, потребитель, дистанционная торговля.

Abstract: The R.A. Amerkhanov's article "On the issue of the emergence and development of legislation in the field of consumer protection" is considered the development and current state of the legislation of Kazakhstan in the field of consumer protection. The concept of "distance trading", and its legal features. Provides suggestions for improving legislation on consumer protection.

Keywords: the goods, a seller, protection of rights, consumer, distance trading.

Законодательство, регулирующее отношения в области защиты прав потребителей, прошло долгий путь развития. В начале 20 века для защиты прав потребителей в США, Англии, позже и в других государствах создаются лиги покупателей, основным направлением которых являлось формирование и развитие потребительской культуры отношений, оказание влияния на продавцов и изготовителей товаров.

Движения в защиту прав потребителя (консьюмеризм) зародилось в США. С 60-х годов 20 века данное движение распространилось во многие европейские страны.

Признание необходимости, создания системы государственного регулирования в области прав потребителей можно считать обращением Президента США Дж. Кеннеди к Конгрессу 15 марта 1962 г. В этом обращении сформулированы основные права потребителей:

«1) **право на безопасность** – потребители должны быть защищены от товаров, которые являются опасными для их здоровья или жизни.

2) **право на получение информации** – они должны быть защищены от мошенничества, лживой или откровенно вводящей в заблуждение информации, рекламы, маркировки или других махинаций, а также иметь доступ к фактам, на основе которых можно сделать осознанный выбор.

3) **право на выбор** – быть обеспеченным, насколько это возможно, доступом к различным продуктам и услугам по конкурентоспособным ценам; а в тех отраслях, в которых конкуренция неосуществима и в которых государственное регулирование делегировано, быть обеспеченным удовлетворительным качеством и услугами по справедливым ценам.

4) **право быть выслушанным** – быть уверенным, что интересы потребителей будут получать полное и сочувствующее рассмотрение при выработке государственной политики, а также справедливую и оперативную обработку в административных судах» [1].

Позже к этим базовым правам потребителей добавлены, Всемирной организацией союзов потребителей (Consumers International):

– **право на удовлетворение базовых потребностей** – право на основные товары и услуги, обеспечивающие жизнедеятельность: достаточное количество пищи, одежду, кров, медицинскую помощь, образование и хорошие санитарные условия.

– **право на возмещение ущерба** – право на честное удовлетворение справедливых претензий.

– **право на потребительское образование** – право получить навыки и знания, чтобы знать права и обязанности потребителя.

– **право на экологически чистое жизненное пространство** – право жить в экологически чистом мире.

В 70-е гг. в США, СССР и в странах Европы принимаются нормативные акты, устанавливающие требования к безопасности товаров, ограничивающие недобросовестную конкуренцию. Со второй половины 70-х гг. формируется новые направления защиты потребительских прав: права потребителя на информацию, защита от навязывания не заказанных товаров, работ и услуг. В конце 80-х гг. во многих государствах устанавливаются специальные нормы о защите прав потребителей, предусматривающие комплекс информационных, имущественных прав и привилегий. В законах предусматривается право потребителя расторгнуть договор купли-продажи в случае выявления несоответствия товара установленным требованиям, проводить экспертизу качества товара и его транспортировку за счет продавца (изготовителя). В законодательствах предусматривают особый статус обществ по защите прав потребителей и право потребителя вернуть товар надлежащего качества, не подошедший по фасону, габариту, расцветке и т.п.

В СССР продолжалось развитие правовых отношений связанных с потребителем. Однако нормы, регулирующие защиту прав потребителей, предусматривались в различных нормативно-правовых актах. Законодательство в области защиты прав потребителей в основном регулировалось нормами гражданского кодекса, где предусматривалось, право покупателя в случае продажи ему вещи ненадлежащего качества (ст.234 ГК КазССР), при каких условиях продавец должен возместить расходы на исправление вещи, обменять на вещь надлежащего качества, иначе договор между покупателем и продавцом может быть расторгнут [2]. Интересы потребителей в отношении товара помимо гражданского законодательства регулировались так же уголовным кодексом, например: Обмеривание, обвешивание, обсчет (ст.166 УК КазССР); Продажа недоброкачественных товаров (ст.167 УК КазССР); Продажа товаров и оказание услуг по ценам и тарифам превышающим предельный уровень (ст.168 УК КазССР) [3].

Первой попыткой создания законодательства, защищающего права потребителей, имело место осенью 1988 года при разработке Закона СССР «О качестве продукции и защите прав потребителей». Основная часть данного законопроекта посвящена вопросам качества товаров, услуг и один раздел предусматривал нормы, обращенные на защиту интересов потребителей. Появление данного законопроекта явилось началом создания законодательства по защите интересов потребителей в СССР. Впервые имело место признание необходимости принять специальные нормы законодательства, устанавливающие гарантии государственной защиты прав потребителей, однако данный законопроект так и не приняли, так как основные его положения носили декларативный характер и не могли реализоваться.

22 мая 1991 г. принят Закон СССР «О защите прав потребителей», данный закон предусматривал массу положений, не предусмотренных в гражданском законодательстве, а также способы исполнения всех его норм, что являлось его важным достоинством, однако в связи с распадом СССР данный закон так и не вступил в силу.

В Казахстане как самостоятельная отрасль законодательства, защита прав потребителей, возникла относительно недавно в начале 90-х годов. До этого, как мы указывали выше, законодатель не выделял потребителя как самостоятельную категорию рыночных отношений. Регулирование отношений с участием потребителей осуществлялось нормами гражданского и другими отраслями законодательства. Главной новеллой стала возможность физических лиц защищать свои права и законные интересы в соответствии с действующими нормами права, регламентирующими определенную сферу правоотношений. Потребителям необходимо знать, что, если законом установлены обязательные требования к товарам (работам, услугам), то продавец (изготовитель, исполнитель) обязан предоставить потребителю товар (выполнить работу или оказать услугу), в соответствии этими требованиями.

В Республике Казахстан до 2010 года отношения в сфере защиты прав потребителей регулировалась Законом Казахской ССР «О защите прав потребителей» от 5 июня 1991 года.

В соответствии ст.1 Закон Казахской ССР «О защите прав потребителей» имеет целью «регулирование отношений между потребителем и продавцом или производителем работ и услуг, установление их прав и обязанностей, разрешение вопросов защиты прав потребителей и направлен на реализацию следующих задач:

1. Признание приоритета законных интересов граждан перед интересами изготовителей и продавцов.
2. Осуществление потребителями прав на информацию, качество продукции, обмен товара надлежащего качества, а также прав потребителей в случае продажи им товаров ненадлежащего качества.
3. Защиту потребителя от опасностей для его жизни и здоровья.
4. Расширение международного и межреспубликанского сотрудничества в области защиты интересов потребителей.
5. Содействие созданию и деятельности независимых групп (обществ потребителей)» [4].

Согласно данному закону «потребитель – это гражданин, который покупает товар и пользуется работами и услугами в целях личного потребления или использования в частном хозяйстве» [4].

В 2010 принят новый Закон РК «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV (введен в действие с 21 августа 2010 года).

«Закон РК «О защите прав потребителей» определяет правовые, экономические и социальные основы защиты прав потребителей, а также меры по обеспечению потребителей безопасными и качественными товарами (работами, услугами)» [5].

Законодатель несколько изменил понятие термина «Потребитель» которое на наш взгляд считаем более правильным поскольку в прежнем законе под потребителем признавался гражданин, а в действующем законе под потребителем признается физическое лицо (граждане, иностранные граждане и лица без гражданства).

«Потребитель – **физическое лицо**, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее и (или) использующее товар (работу, услугу) исключительно для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью» [5].

Мы согласны с мнением Квятковской Т.Г., что «Потребитель является слабой стороной договорных отношений по следующим основаниям:

- 1) его ограниченный потребительский платежеспособный ресурс предназначен для удовлетворения естественных объективных потребностей человека, и этот ресурс является объектом конкурентной борьбы;
- 2) потребитель не участвует в разработке условий договоров, субъектом которых он является;
- 3) право потребителя на свободный осознанный выбор товара, услуги, работы ограничивается воздействием маркетинговых технологии;
- 4) возможности потребителя как субъекта отношений купли-продажи в конкретный момент оценки качеств и свойств товаров, работ и услуг не являются профессиональными и равными с возможностями продавца товара, услуги, работы» [6, с.15].

Кроме закона РК «О защите прав потребителей», интересы потребителей защищаются Гражданским кодексом РК, Уголовным кодексом РК, Кодексом РК «Об административных правонарушениях», Гражданским процессуальным кодексом РК, нормативными постановлениями Конституционного Совета РК и Верховного Суда РК и целым рядом законов РК и постановлений Правительства РК (например: Нормативное постановление Верховного Суда РК «О практике применения судами законодательства о защите прав потребителей» № 7 от 25 июля 1996 г.).

Регулирование правовых отношений, между потребителями и их контрагентами (продавец, изготовитель, исполнитель), призвано не только регламентировать порядок возникновения и осуществления их в качестве гражданских правоотношений, опираясь на нормы гражданского законодательства, но и устранять правовые последствия нарушений прав, возникающих в области этих правоотношений, и восстанавливать нарушенное состояние также при помощи норм других отраслей законодательства.

Законодательство, регулирующее отношения в области прав потребителей, состоит из комплекса нормативных правовых актов, которые носят разноотраслевой характер, таким образом, имеет место считать его специальной комплексной отраслью законодательства.

Предмет включает в себя общественные отношения, регулируемые законодательными нормами о защите прав потребителей. Сфера этих общественных отношений до такой степени широка и разнообразна, что не представляется возможным определить какой либо исчерпывающий перечень. В связи с этим «объективно существующую специфику предмета законодательства о защите прав потребителей отражает разделение общественных отношений, которые возникают в рассматриваемой области, на два блока, а именно общественные отношения, целью которых является реализация:

- а) частных интересов;
- б) публичных интересов.

В первый блок входят, договорные отношения между потребителем и его контрагентами по поводу продажи товаров, выполнению работ, оказанию услуг» [7, с.12].

Отношения, появляющиеся из следующих договоров:

- а) розничной купли-продажи;
- б) аренды, включая прокат;
- в) подряда;
- г) перевозки пассажира, их багажа и грузов;
- д) возмездного оказания услуг;

е) иных договоров, направленных на удовлетворение исключительно личных, семейных, домашних или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

«В рамках отношений второго блока, основанных на принципах власти и подчинения, неравенства, действия определенных субъектов для цели защиты прав потребителей обеспечиваются механизмом государственного принуждения. Особенность данных отношений состоит в следующем: одной из сторон в них всегда выступает государство через какой-либо уполномоченный орган публичной власти, а другой – контрагент потребителя. Например, отношения по поводу лицензирования отдельных видов деятельности (работы, услуги), стандартизации и сертификации товаров и услуг, что, соответственно, гарантирует успешную реализацию права потребителя на безопасность товара, работы и услуги. Следовательно, непосредственное участие самого потребителя в данных отношениях не наблюдается. Однако нет правила без исключения. Например, обращение потребителя в суд за защитой своих нарушенных прав. Таким образом, в этом примере речь идет о публично-правовых отношениях» [7, с.12].

Данный подход разграничения частных и публичных интересов показывает, что один блок отношений регулируется гражданским законодательством, а другой – нормами публичных отраслей права.

«Выделяются четыре группы отношений, вытекающих непосредственно из Закона «О защите прав потребителей»:

а) имущественные, складывающиеся между потребителями и изготовителями (исполнителями, продавцами) при купле-продаже ими товаров, выполнении работ, оказании услуг. Эти отношения гражданско-правовые и наиболее многочисленные в потребительской сфере;

б) публично-правовые, преимущественно административно-правовые, возникающие в процессе осуществления антимонопольными органами государственного контроля за соблюдением хозяйствующими субъектами требований законов и иных правовых актов Республики Казахстан, регламентирующих отношения в области защиты прав потребителей; осуществления органами исполнительной власти контроля за качеством и безопасностью выпускаемых, производимых и оказываемых этими субъектами товаров, работ и услуг;

в) местно-самоуправленческие, которые возникают в ходе реализации органами местного самоуправления своих полномочий по защите прав потребителей;

г) общественно-правовые отношения – в части защиты прав потребителей общественными объединениями потребителей (их ассоциациями, союзами)» [8, с 175].

Таким образом, развитие законодательства о защите прав потребителей ознаменовалось глобальными изменениями, произошедшими в политической, экономической, и, как следствие, правовой сферах нашей страны, положившими начало процесса перехода к рыночным отношениям. Закон РК «О защите прав потребителей» является в числе первых рыночных законов, имеющий непосредственное отношение к реформированию экономики. Который регулирует отношения между потребителем и продавцом (изготовителем, исполнителем), устанавливает права потребителей, предусматривает порядок и механизм их защиты.

В сфере развития законодательства о защите прав потребителей хотелось обратить внимание на такую сферу деятельности как дистанционная торговля.

В настоящее время с развитием информационных технологий в Республики Казахстан дистанционная торговля получила возможность использовать различные формы торговли отличающихся друг от друга способом доведения до потребителя информации о товаре, его потребительских свойствах. В свою очередь, каждая из форм дистанционной торговли является отдельным видом коммерческой деятельности с присущими ей процессами организации торговли.

Принципиальным отличием дистанционной продажи товаров от иных предусмотренных законодательством способов торговли является исключение возможности потребителя лично ознакомиться во время покупки с предлагаемым товаром. Таким образом, в случае заключения розничного договора купли-продажи потребитель не имеет возможность непосредственно ознакомиться с товаром, то имеет место случай дистанционной торговли.

При дистанционной торговле, потребитель совершает покупку на основе предложенным продавцом изображений и описаний товара посредством буклетов, каталогов, телекоммуникационных сетей, почтовой связи, телевидения и интернета.

Приведем несколько примеров приобретения потребителями товаров дистанционным способом:

- по каталогу с товарами вы выбрали, например одежду, позвонили и заказали, либо отправили заказ по электронной почте;
- заказали товар в интернет магазине;
- в магазине при заказе товара выбирали его по каталогу и образцам, которые вам предоставил продавец;
- при просмотре телевизора увидели рекламу с предложением приобрести какой-то товар (телемагазин), вы позвонили продавцу и заказали товар и т.д.

Во всех представленных примерах у потребителя отсутствовал непосредственный контакт с товаром и ознакомление с товаром произошло по видеороликам, фотографиям и описаниям к ним.

Как такого прямого понятия дистанционной торговли в законодательстве Республики Казахстан не предусмотрено.

Учеными дается различные понятия дистанционной торговли например: Величковский А.В., дистанционная торговля — это «любая реализация товара, которая исключает возможность непосредственного ознакомления с продукцией и прямое общение с продавцом» [9, с. 103]; Авдейчикова Е.В., дистанционная торговля представляет собой «сферу торговой деятельности, при которой продавец непосредственно не вступает в контакт с покупателем при заключении договора купли-продажи и выборе товара, а процесс продажи осуществляется посредством дистанционных способов реализации: интернет-магазина; почтовых каталогов; телемагазина, торговых автоматов и прочее» [10, с. 104]; К.В. Соловьев К.В, Чекмарёв Г.Ф., под дистанционной торговлей следует понимать «торговую деятельность по розничной купле-продаже товаров, осуществляемую вне стационарных мест продажи товаров без непосредственного общения продавца и покупателя в момент заключения договора розничной купли-продажи, с последующей обязательной доставкой товара от продавца покупателю» [11, с. 125]. Во всех представленных дефинициях дистанционной торговли, указывается на отсутствие контакта между продавцом и покупателем. Считаем данное утверждение не совсем верным, к примеру потребитель зашел в магазин заказывать мебель, но выбирал по каталогу, которые ему предоставил продавец, таким образом, считаем главным требованием, как мы упоминали ранее, это отсутствие возможности непосредственного ознакомления покупателя с товаром.

Таким образом, на основании выше сказанного приходим к выводу, что **Дистанционная торговля** – это одна из форм розничной торговли, где покупатель приобретает товар на основе предложенным продавцом изображений и описаний товара посредством, каталогов, буклетов, телекоммуникационных сетей, почтовой связи, телевидения, информационных технологий или иными способами, исключая возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром.

Данный способ продажи товаров имеет как положительные моменты, например: приобретение товара, не выходя из дома, как правило, продавцы предлагают бесплатную доставку, стоимость товаров существенно ниже, чем в магазине, так и отрицательный как мы указывали выше, не имея возможность обследовать товар на наличие дефектов, соответствие размера расцветки и т.п. потребитель видит товар только на фото или видеоролике, что существенно повышает риск приобретения товара не отвечающего вашим ожиданиям.

В Законе РК «О защите прав потребителей» отдельно не предусмотрены правила продажи товаров дистанционным способом. Иные подзаконные акты имеющие отношение дистанционным формам торговли в области возраста товаров ссылаются на данный закон (например: в ст 22 Приказа и. о. Министра национальной экономики РК «Об утверждении правил осуществления электронной торговли, включая функционирование электронных торговых площадок» от 25.11.2015г. №720 предусмотрено следующее: «Положения о купле-продаже товара, в том числе условия возврата и доставки товара, регулируются в соответствии с гражданским законодательством, а также Законом Республики Казахстан от 4 мая 2010 года «О защите прав потребителей»»).

В этой связи предлагаем следующее:

1. Дополнить ст. 1 Закона РК «О защите прав потребителей» подпунктом 18) и изложить в следующей редакции: «18) Дистанционная торговля (дистанционный способ) – одна из форм розничной торговли, где покупатель приобретает товар на основе предложенным продавцом изображений и описаний товара посредством, каталогов, буклетов, телекоммуникационных сетей, почтовой связи, телевидения, информационных технологий или иными способами, исключающие возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром».

2. Дополнить статью 14 Закона РК «О защите прав потребителей» пунктом 4. и изложить в следующей редакции: «4. При приобретении товара дистанционным способом потребитель вправе отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара — в течение семи календарных дней».

3. Дополнить статью 30 Закона РК «О защите прав потребителей» пунктом 10. и изложить в следующей редакции: «10. В случае возврата недовольственного товара надлежащего качества, приобретенного потребителем дистанционным способом, продавец обязан возратить денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку от потребителя возвращенного товара, не позднее чем через десять календарных дней со дня предъявления потребителем соответствующего требования».

И в завершении хотим обратить внимание на следующие моменты при приобретении товаров дистанционным способом. В большинстве случаев защита нарушенных потребительских прав граждан еще недостаточно совершенна и эффективна, а в некоторых случаях затруднена по причине умышленного несоблюдения продавцом установленных законом обязательных требований в сфере защиты прав потребителей, в частности, связанных, с доведением до потребителя полной и достоверной информации о продавце (что зачастую даже не позволяет определить надлежащего ответчика по делу), в связи с чем, хотелось предостеречь потребителей от заключений договоров по приобретению товаров дистанционным способом на сомнительных, «не проверенных» сайтах, у «продавцов» не предоставляющих полной информации, предусмотренной законодательством в данной сфере, а так же обратить на отзывы других потребителей в отношении продавца.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дж. Ф. Кенеди, 1962 год, Специальное сообщение для Конгресса, касающегося защиты интересов потребителей, послание Конгрессу Соединённых Штатов, 15 марта. // <http://ozpp.ru/poslanie-kennedy-kongressu-ssha/> (дата обращения 15.11.2018).
2. Гражданский кодекс Казахской ССР Утвержден Законом Казахской ССР от 28 декабря 1963 года. Утратил силу – Законом РК от 1 июля 1999 г. N 410 ~Z990410 // http://adilet.zan.kz/rus/docs/K630001000_/ (дата обращения 27.01.2019).
3. Уголовный кодекс Казахской ССР Утвержден Законом Казахской ССР от 22 июля 1959 года. Утратил силу с 1 января 1998 г. – Законом РК от 16 июля 1997 г. N 168 ~Z970168 // http://adilet.zan.kz/rus/docs/K590002000_/ (дата обращения 27.01.2019).
4. Закон Казахской Советской Социалистической Республики «О защите прав потребителей» от 5 июня 1991 года. Утратил силу Законом Республики Казахстан от 4 мая 2010 года N 274-IV // http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z910003400_/ (дата обращения 27.01.2019).
5. Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV. // http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z100000274_/ (дата обращения 27.01.2019).
6. Квятковская Т. Г. Проблемы совершенствования законодательства о защите прав потребителей в Республике Казахстан: автореф. дис. на соиск. уч. степ. к.ю.н. защита: 14.06.2002: 12.00.03 / Квятковская Татьяна Григорьевна – Алматы, 2002. – 33 с.

7. Деревнина И.А. Потребительское право. Курс лекций: Учебное пособие для студентов всех форм обучения направления «Менеджмент» / Рубцовский индустриальный институт. – Рубцовск, 2015. – 55 с.
8. Райлян А.А. Потребительское право России: Основные положения. СПб.: Юридический центр Пресс, 2005. – 453 с.
9. Величковский А.В. Возврат товаров по договору розничной купли-продажи // Гражданское право. 2011. № 1. С. 103-105.
10. Авдейчикова Е.В. Анализ понятия «удаленная торговля» и ее особенности // Сибирский торгово-экономический журнал. 2013. № 1. С.104-109.
11. Соловьев К.В., Чекмарёв Г.Ф. Дистанционная торговля как объект правового регулирования // Вестник МИЭП. 2016. № 3 (24). С.119-126.