

Потребительский рынок городского округа Заречный в 2019-2020 году



ВВЕДЕНИЕ

Политика защиты прав потребителей заняла прочные позиции в социально-экономических преобразованиях, происходящих в Российской Федерации в последние годы. Одним из важных вопросов для государства является необходимость отработки и применения, с учетом новых условий, более эффективных методов защиты прав потребителей.

Успех социально-экономических реформ заключается не только в повышении реальных доходов населения, в развитии и укреплении социальной сферы, но и в реальной возможности для граждан реализации своих потребительских прав, рациональном использовании полученных доходов на приобретение товаров, работ, услуг. Причем важно, чтобы они были качественными и безопасными для граждан, для здоровья и имущества потребителей, а также для окружающей среды.

Стратегической целью национальной политики в сфере защиты прав потребителей

является создание равных и реальных условий для реализации гражданами-потребителями своих законных интересов и прав повсеместно на территории Российской Федерации. При этом перед государством стоит задача обеспечить наличие правовых и организационных основ, позволяющих адекватно уровню развития экономики и общества формировать и реализовывать все многообразие направлений национальной политики в сфере защиты прав потребителей.

В Свердловской области сформированы исполнительные органы государственной власти, наделенные правом контроля деятельности хозяйствующих субъектов:

- Управление Роспотребнадзора по Свердловской области;
- Уральское управление государственного автодорожного надзора (Ространснадзор);
- Управление государственного авиационного надзора и надзора за обеспечением транспортной безопасности по УрФО;

- Управление Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному контролю по Свердловской области;
- Главное управление Министерства внутренних дел России Свердловской области;
- МРУ Росалкогольрегулирование по УрФО;
- Управление Росздравнадзора по Свердловской области;
- УМТУ Росстандарта России по Свердловской области;
- Уральское ГУ Банка России;
- Управление Роскомнадзора по УрФО;
- Региональная энергетическая комиссия Свердловской области;
- Департамент государственного жилищного и строительного надзора Свердловской области;
- Министерство общего и профессионального образования Свердловской области;
- Министерство здравоохранения Свердловской области;
- Министерство агропромышленного комплекса и продовольствия Свердловской области;

К сожалению, наличие такого количества органов государственного контроля не дает

полной гарантии защиты потребителей и эффективность их деятельности не всегда достаточно высока. Кроме того, в законодательстве о защите прав потребителей есть пробелы, позволяющие продавцам и исполнителям услуг нарушать закон, а у надзорных органов зачастую отсутствуют рычаги воздействия на нарушителей. В сложившейся ситуации потребитель не может в полной мере реализовать свои права и не получает надлежащей защиты своих нарушенных прав от уполномоченных государственных органов.

Особое место в системе защиты прав потребителей занимают органы местного самоуправления. Именно в органы местного самоуправления обращается большая часть потребителей с жалобами и заявлениями, здесь они получают правовую поддержку, необходимую консультацию.

Но в большинстве муниципалитетов специалисты по защите прав потребителей входят в состав отделов торговли, потребительского рынка, экономики и т.д.

Поэтому их главная задача - организация и развитие потребительского рынка на территории, вопросы ценообразования, организация мероприятий по содействию в развитии малого бизнеса. Такое совмещение функций не способствует эффективному оказанию консультационной помощи потребителям, а наоборот, формализует эту работу и не приносит реальной пользы.

В отличие от большинства муниципалитетов Свердловской области, в городском округе Заречный с 1993 года сформирован отдел по защите прав потребителей, который действует и в настоящее время. Основные направления работы отдела и перспективные цели:

- 1.Повышение эффективности и результативности аналитических исследований потребительского рынка, в том числе в наиболее проблемных сферах оказания торговли и услуг. При посещении предприятий торговли и услуг администрацией ГО Заречный применяется риск-ориентированный подход, который предполагает отказ от сплошного осмотра

реализуемых товаров и уделения основного внимания оценке наиболее проблемных секторов рынка.

2. Совершенствование использования механизма судебной защиты прав потребителей, в том числе неопределенного круга потребителей, включая участие в судебных разбирательствах для дачи заключения по делу в целях защиты прав потребителей.

3. Совершенствование методов работы по рассмотрению обращений граждан о нарушениях прав потребителей, досудебное разрешение споров, возникающих между потребителями и субъектами предпринимательской деятельности.

4. Усиление информационно-просветительской деятельности в сфере защиты прав потребителей.

Активное развитие современного рынка товаров и услуг ведет, в том числе, к новым проблемам правового, экономического, организационного и социального характера. Появление новых методов реализации товаров

и услуг, развитие дистанционного способа продаж посредством Интернета-ресурсов, потребительского кредитования, медицинских и туристских услуг, жилищно-коммунальная реформа и другие новации не всегда положительно сказываются на потребительских отношениях, имеющих значительное влияние на социально-экономическое положение потребителей

Растет количество обращений жителей городского округа Заречный о нарушениях их прав вследствие приобретения некачественных товаров, услуг, отсутствия в необходимых объемах информации о товаре или услуге. Данные нарушения говорят о недостаточной ответственности бизнеса за результаты своей деятельности, а это приводит к возникновению имущественных рисков потребителей в результате приобретения некачественной продукции, услуг, и особенно велики такие риски у малоимущих и социально незащищенных граждан.

В связи с изменением законодательства, ограничивающего количество проводимых

контролирующими государственными органами проверок, необходимо применение новых подходов к обеспечению условий для формирования у населения устойчивых навыков самостоятельного и грамотного поведения на потребительском рынке, включая формирование опыта разумного поведения и рационального потребления, обучение граждан приемам адекватного, экономически грамотного действия.

В связи с этим все большую значимость в реализации государственной потребительской политики приобретают организация системы правового образования потребителей и предпринимателей, усиление профилактических мер в области защиты прав потребителей.

Следует особо подчеркнуть выраженную социальную направленность деятельности органов местного самоуправления предусматривающую оказание населению бесплатных консультационных услуг, разработку и распространение брошюр, листовок, информационно-справочных, памяток.

Актуальной проблемой на потребительском рынке остается высокий уровень фальсификации пищевых продуктов. Главной целью такой фальсификации является получение незаконной прибыли за счет удешевления себестоимости в результате несанкционированной замены ценного сырья менее ценным. Производство и реализация фальсифицированной продукции, наряду с намеренным введением потребителя в заблуждение относительно свойств и происхождения продуктов, способствует недобросовестной конкуренции на продовольственном рынке.

При этом многие недобросовестные компании находят всё больше способов ухода как от планового государственного надзора, так и от административной ответственности — путем прекращения деятельности (с последующей регистрацией нового хозяйствующего субъекта — зачастую с теми же работниками, руководителями и производственными мощностями), а также путем выпуска контрафактной продукции с

заведомо недостоверной информацией об изготовителе.

Можно без особых хлопот и на почти законных основаниях купить уже зарегистрированную фирму, с адресом, печатями и банковскими счетами. Объявления о подобных продажах можно часто увидеть на подъездах, остановках транспорта, заборах и столбах.



1. ОБРАЩЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Практика показывает, что на российском рынке появляются фирмы, стремящиеся к получению больших доходов за короткий срок. Методы работы таких фирм-«однодневок», не заботящихся о своей репутации зачастую сопряжены с психологической обработкой граждан.

Такие компании специализируются на продаже товаров по ценам, значительно превышающим себестоимость данной продукции и ее розничную цену в регионе.

Ассортимент товаров, реализуемых таким способом достаточно широк: это косметическая продукция, медицинские приборы, фильтры для очистки воды, бытовые газоанализаторы. Реализация этих товаров как правило происходит на дому у покупателя, с использованием недостоверной информации, психологического воздействия на покупателя и прямого обмана.

Воспользовавшись обострением ситуации с нарушением прав потребителей, появились

псевдо-компании, предоставляющие гражданам юридические услуги низкого качества по завышенным ценам или, получив с потребителя оплату, вовсе не оказывают ему никаких услуг, фактически совершая мошеннические действия.

К сожалению, обращения потребителей в правоохранительные органы не дают никакого результата: проверка проводится формально, личность мошенников не устанавливается, опрос не производится, доказательства мошенничества к материалам не приобщают.

Юридическими, финансовыми и туристскими услугами потребитель пользуется не слишком часто, а вот покупки продовольственных и промышленных товаров потребитель совершает ежедневно, именно поэтому в сфере торговли конфликтных ситуаций возникает значительно больше, чем в других секторах потребительского рынка.

Из приведенной ниже таблицы следует, что большая часть нарушений прав потребителей приходится на сферу торговли.

Вид деятельности	Количество обращений	%
Торговля	122	50
Общественное питание	2	1
Коммунальные услуги	28	11
Бытовые услуги	23	9
Финансовые услуги	15	6
Туристские услуги	9	4
Транспортные услуги	3	1
Медицинские услуги	5	2
Услуги связи	3	1
Прочие виды услуг	33	14

Основные причины обращений граждан в орган местного самоуправления:

- Продажа товаров, не соответствующих требованиям нормативных документов;
- Предоставление услуг ненадлежащего качества;
- Отсутствие необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге);
- Нарушение сроков оказания услуг;

- Нарушение срока передачи предварительно оплаченного товара;
- Доставка и передача товара с нарушением комплектности;
- Отказ от расторжения договора и возврата денежных средств;
- Отказ в удовлетворении требований, связанных с недостатками товара выявленными в пределах гарантийного срока;
- Отказ продавца в обмене товара надлежащего качества;
- Включение в договоры условий, ущемляющих права потребителей.



Приведенное выше объявление в магазине торговой сети «Светофор» содержит сразу два условия, нарушающие права потребителя: запрет на вход в торговый зал без товарной тележки и покупка на сумму не менее 300 рублей.

Основная доля требований указанных в обращениях потребителей носит гражданско-правовой характер в частности, выполнение обязательств в установленный срок замена товара расторжение договора возврат денежных средств выплата неустойки за нарушение срока передачи товара или исполнения услуги.

Подарочные сертификаты — это самостоятельное проблемное явление. Зачастую потребитель не может выбрать подходящий товар или по иным причинам не может воспользоваться сертификатом, а продавец не возвращает стоимость сертификата, разницу в цене и считает, что продав сертификат он уже исполнил перед потребителем свои обязательства.

Учитывая, что переданные в магазин в счет оплаты подарочного сертификата денежные средства не могут потерять свои потребительские свойства в смысле, характерном для товара и предусмотренном ст. 502 ГК РФ, у продавца отсутствуют правовые основания для неисполнения требований потребителя о возврате денежных средств. Покупка подарочного сертификата — это не что иное, как внесение аванса в счет будущего расчета с продавцом, а способ оплаты никак не влияет на характер возникшего правоотношения.

Поэтому продавец обязан вернуть деньги за сертификат, если у его владельца нет интереса в приобретении предложенных товаров или услуг. В противном случае продавец нарушит положения ст.15-17 Закона РФ «О защите прав потребителей», где установлено, что продавец не вправе навязывать потребителю какие-либо товары или услуги, не вправе обуславливать

приобретение товаров и услуг дополнительными товарами или услугами.

В соответствии со ст. 1102 Гражданского кодекса Российской Федерации лицо, которое без установленных законом, иными правовыми актами или сделкой оснований приобрело или сберегло имущество (приобретатель) за счет другого лица (потерпевшего), обязано возвратить ему неосновательно приобретенное или сбереженное имущество (неосновательное обогащение), за исключением случаев, предусмотренных ст. 1109 Гражданского кодекса Российской Федерации. В соответствии с п. 1 ст. 16 Закона РФ «О защите прав потребителей», условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иными правовыми актами Российской Федерации в области защиты прав потребителей, признаются недействительным. Потребителям удастся вернуть денежные средства за подарочный

сертификат только путем длительной претензионной работой или через суд.

Несоблюдение субъектами предпринимательской деятельности соответствующих гражданско-правовых обязательств перед потребителями административной ответственности не порождает, а правом принудительного побуждения хозяйствующего субъекта к каким-либо действиям обладают только органы судебной власти.

В связи с этим отдел ЗПП администрации городского округа Заречный готовил претензии и направлял предложения в адрес хозяйствующих субъектов о добровольном удовлетворении требований потребителей. Часть таких требований была удовлетворена исполнителями (продавцами) в добровольном (досудебном) порядке, по остальным случаям специалистами отдела ЗПП были подготовлены и поданы в суд соответствующие исковые заявления.

Свердловская область по объему розничной торговли занимает пятое место среди лидеров Москвы и Московской области, Санкт-

Петербурга и Ленинградской области. Отчасти это объясняет большое количество жалоб потребителей на качество товаров: при растущем объеме розничной торговли качество потребительских товаров по-прежнему остается невысоким, на это указывает не снижающееся количество обращений покупателей с жалобами на качество приобретенных товаров. На низкое качество товаров указывают и результаты инспекционных проверок государственных надзорных органов.

Причинами такого положения дел на потребительском рынке стали:

- Низкая технологическая дисциплина, неудовлетворительный производственный контроль (а зачастую и полное его отсутствие), низкий профессиональный уровень кадров в предприятиях торговли;
- Не соответствующая современным требованиям материально-техническая база хозяйствующих субъектов: отсутствие необходимых площадей, недостаточный объем оборудования;

- Правовая безграмотность потребителей, которая порождает отсутствие активной позиции у потребителей по отстаиванию своих прав.

Данные, полученные в ходе посещений предприятий торговли и услуг свидетельствуют о том, что по-прежнему носят массовый характер нарушения правил маркировки продукции.

Чаще всего это:

- Отсутствие сведений или неполные сведения о юридическом лице – изготовителе или его адресе, по которому осуществляется прием заявлений и претензий потребителей;
- Отсутствие информации о товаре на русском языке;
- Отсутствие информации о сроках годности;
- Указание неполного состава ингредиентов, используемых для изготовления пищевого продукта, что приводит к умышленному сокрытию наличия в продукте консервантов, фосфатов, пищевых добавок и других веществ различного происхождения;

- Указание ингредиентов, используемых при изготовлении продукции в хаотичном порядке, а не в порядке убывания массовой доли в продукте, что вводит потребителя в заблуждение относительно готового продукта и его качества;
- Применение комплексных добавок, состав которых неизвестен изготовителю, использующему их при выпуске продукции;
- Отсутствие сведений о номинальной массе основного компонента для продуктов, основной компонент которых находится в рассоле, маринаде и т.д.;
- Присвоение пищевым продуктам наименований, вводящим в заблуждение потребителей относительно происхождения, потребительских свойств, состава продукта;
- Нанесение информации в неудобном для прочтения месте, мелким шрифтом, недоступным восприятию невооруженным глазом, и иные нарушения.
- Реализация обуви и одежды без группировки по видам моделям и размерам (товар выставлен в торговом зале навалом или

вперемешку в инвентарных тележках, что затрудняет возможность выбора и покупки необходимого покупателю товара).

- Реализация товара, подлежащего обязательному подтверждению соответствия без указания в сопроводительной документации сведений о сертификате соответствия или декларации о соответствии.

- Реализация товаров без проведения предпродажной подготовки и проверки его качества. В результате в реализацию попадают товары с явными признаками недоброкачества и товары, представляющие опасность для потребителей. Например, детские игрушки с доступными кромками, острыми концами на изделиях, не обработанными и режущими краями и деталями.

Наиболее часто встречающиеся нарушения требований санитарного законодательства и законодательства о защите прав потребителей:

- Несоблюдение условий и сроков хранения пищевых продуктов;
- Нарушение кратности и объемов проведения периодических медицинских осмотров, исследований, гигиенического обучения и аттестации сотрудников предприятия;
- Отсутствие внутреннего технологического и лабораторного контроля за качеством сырья и готовой продукции;
- Неудовлетворительное санитарно-техническое состояние оборудования и санитарное содержание помещений предприятий;
- Реализация пищевой продукции, несоответствующей требованиям нормативной документации по показателям качества и безопасности;
- Реализация отдельных товаров по неправильно оформленным ценникам;
- Продажа товаров с неполной и недостоверной информацией о товаре и его изготовителе;
- Реализация отдельных видов непродовольственных товаров без проведения

предпродажной подготовки и проверки качества, с наличием дефектов;

- Реализация детских игрушек без обязательного подтверждения соответствия установленным требованиям;

- Продажа товаров без предоставления сведений об обязательном подтверждении соответствия установленным требованиям, а именно: без указания в товарно-сопроводительной документации сведений о сертификате соответствия или декларации о соответствии;

2. ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ

Фальсификация товаров чаще всего производится путем придания им отдельных, наиболее типичных признаков, например, внешнего вида, цвета, консистенции, при общем ухудшении или полной утрате отдельных, наиболее значимых свойств — пищевой ценности (наличие полноценных белков, углеводов, витаминов, микроэлементов). По данным ежегодных лабораторных

испытаний установлено, структура фальсификации не меняется и наиболее часто подделке подвергаются:

- Колбасные изделия - по наличию несанкционированных включений (соевый белок, животный белок, каррагинан и др);
- Консервы мясные - по наличию несанкционированных включений (белок растительный текстурированный, хрящи, сухожилия, грубая соединительная ткань, субпродукты)
- Мороженая рыбная продукция - по завышенному содержанию ледяной глазури;
- Мясо кур, замороженное по завышенному содержанию массовой доли влаги и мясного сока, выделившихся при размораживании;
- Молочный шоколад - по заниженному содержанию молочного жира или замене его растительными жирами;

Среди изготовителей некачественной продукции есть не только мелкие производители и нелегальные предприятия, но и такие известные в России производители как ООО «КФ Волжанка», МПК «Атяшевский»,

ОАО «Царицино», ЗАО «Микояновский комбинат», ОАО «Красный Октябрь», концерн «Бабаевский», ОАО «РОТ ФРОНТ», ЗАО «Алексеевский молочноконсервный комбинат» и другие.

Нет смысла поименно перечислять магазины Заречного, в которых нередко в продажу попадают некачественные продукты и продукты с истекшими сроками годности. Такие случаи фиксировались во всех сетевых продовольственных магазинах города, в мелкорозничной сети и на рынке «Апельсин». К сожалению, сегодня ни одного примера безупречной работы продовольственного магазина в Заречном привести нельзя. У нас таких магазинов нет. Во всех зареченских магазинах с нарушением реализуются мороженые рыбопродукты: масса ледяной глазури в некоторых случаях может составлять до половины веса самой рыбы. А вот качество хлеба, реализуемого в крупных торговых сетях значительно выше, чем качество хлебобулочной продукции в киосках и небольших торговых павильонах.

Большая часть хлеба (более половины), на качество которого поступали жалобы потребителей была произведена на предприятиях малой мощности: мини-пекарнях, в торговых павильонах и киосках быстрой выпечки. Это свидетельствует о плохой организации работы малых предприятий: на отсутствие должной профессиональной подготовки персонала, нарушения технологического режима и норм закладки сырья, на использование некачественного сырья, нарушение условий хранения и на отсутствие производственного контроля.

Не редко стоимость товара на кассе оказывается значительно выше цены, указанной на ценниках. Продавцы объясняют это тем, что просто не успевают менять ценники и требуют оплату по завышенной цене и это часто приводит к конфликтам с потребителями.



Информация о товаре на ценнике часто противоречит маркировке изготовителя, указанной на этикетке товара.

На приведенном ниже фото под видом ветчины из индейки реализуется ветчина с добавлением индейки, куриного мяса механической обвалки, крахмала и соевого белка.



3. НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ

Структура обращений потребителей по качеству непродовольственных товаров не очень разнообразна. Наиболее проблемными товарами для потребителей являются технически сложные товары, затем следует

одежда и обувь. На качество окон, дверей, мебели и автозапчастей жалоб от потребителей поступает значительно меньше.

Основные причины обращения потребителей с жалобами по недовольственным товарам:

- Ненадлежащее качество товара;
- Безосновательный отказ продавца выполнять гарантийные обязательства в отношении некачественных товаров, отказ в проведении проверки качества, экспертизы товара;
- Отказ продавца предоставить на период ремонта некачественного товара, товар, обладающий аналогичными потребительскими свойствами;
- Отказ в оплате доставки крупногабаритного товара к месту ремонта;
- Нарушение правил дистанционной продажи товаров: несоблюдение сроков доставки товара, доставка товара с иными потребительскими свойствами, повышение стоимости товара в одностороннем порядке продавцом;

- Отсутствие информации о потребительских свойствах товара на русском языке (наименование товара, размер изделия, состав материала и т.д.);
- Отсутствие информации о производителе, его полном наименовании и местонахождении.

Основные нарушения, допускаемые хозяйствующими субъектами при обороте непродовольственных товаров:

- Отсутствие ценников на товар или неправильное их оформление;
- Отсутствие книги отзывов и предложений;
- Не доведение до сведения покупателей Правил продажи отдельных видов товаров;
- Отсутствие условий для примерки одежды и обуви;
- Не проведение предпродажной подготовки товаров перед их подачей в торговый зал;
- Не предоставление покупателю возможности ознакомления с фрагментами аудиовизуальных произведений;
- Не предоставление возможности ознакомиться с запахами духов, одеколонов,

туалетной воды с использованием для этого лакмусовых бумажек;

- Реализация товара без маркировочных ярлыков (наиболее часто это нарушение допускается при реализации чулочно-носочных, швейных изделий, товаров кожгалантерейной группы);

- Реализация товара, содержащего незаконное воспроизведение чужого товарного знака.

Участились случаи реализации промышленных товаров без ценников, с указанием на то, что все данные можно получить на кассе, или в прайс-листах. Такая форма торговли крайне неудобна для потребителя и создает условия для его обмана и обсчета.

Зачастую информация изготовителя на ярлыках и упаковке товара содержит заведомо недостоверную информацию для потребителя и вводит его в заблуждение относительно качества товара, его основных потребительских свойств и области его применения.



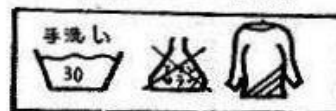
Так, на упаковочном ярлыке обыкновенных женских колготок неизвестного производителя указано, что эти колготки обладают оздоравливающим эффектом и другими особыми свойствами. Такая информация явно не может соответствовать действительности и является обманом в чистом виде.

Колготки « Чёрная роза » обладают следующими свойствами: красотой и изяществом, удобством и уютностью, свободой в ходе, оздоравливанием и ношением, холодостойкостью и отенением ногашением нота и удалением смрала и,т,д, особенно нолойлут к РУССКОМУ РОСТУ и оказывают Вашу красиво-очерченную фигуру. Данный нролукт лобился благоскло нности женщин в странах Евроны и Америки.

Разлиааете, пожалуйста, этикетку « Черная роза » и нродотвращаете. нодделку под н а шую этикетку.
Конт

Сделано Турция

洗濯上のこ注意



В некоторых магазинах покупателям запрещают входить в торговый зал со своими сумками и принуждают покупателей оставлять вещи в ячейках для хранения. Покупатели, отказавшиеся от сдачи вещей в ячейку, зачастую попадают в неприятные ситуации: охрана магазина пытается провести личный досмотр покупателя на выходе, допускает задержание покупателя и другие противоправные действия. В тот же время администрация магазинов письменно предупреждает покупателей о том, что не несет ответственности за вещи, оставленные в ячейках для хранения. Это тоже не законно.

20

**УВАЖАЕМЫЕ
ПОКУПАТЕЛИ!**

С увеличением % воровства
среди посетителей

просим Вас оставлять
сумки и пакеты в камерах
хранения во избежании
конфликтных, неприятных
ситуаций по отношению к
Вам со стороны персонала.
Ценим Ваше доверие и
понимание!

АДМИНИСТРАЦИЯ

**За сохранность вещей
оставленных в камере
хранения магазин
ответственности
не несет!**

Администрация

4. ТУРИСТСКИЕ УСЛУГИ

Часто возникают ситуации, когда туристы, по какой-то причине, не воспользовавшись туристическими путевками или получив некачественную услугу, не могут получить с туроператора полагающиеся по закону компенсации.

В ряде случаев турагенты Заречного в договорах о реализации туристского продукта не прописывают существенные условия:

- О потребительских свойствах туристского продукта;
- О номере, дате и сроке действия договора страхования ответственности туроператора или банковские гарантии;
- О наименовании, адресе почтового адреса организации, предоставляющей финансовое обеспечение;
- О дате и времени начала и окончания путешествия его продолжительность;

- О размере финансового обеспечения;
- О цене турпродукта в рублях;
- Сведения о сроках предъявления туристом или иным заказчиком требований о выплате страхового возмещения по договору страхования ответственности туроператора;

Включение в договор условий, ущемляющих установленные законом права потребителя:

- О невозврате стоимости чартерных авиабилетов и авиабилетов на регулярные рейсы;
- Предусматривающие иные выплаты помимо фактически понесенных расходов при отказе потребителя от исполнения договора на основании ст.32. закона РФ «О защите прав потребителей»;
- Предусматривающие возможность отказа в рассмотрении претензии потребителя при отсутствии приложенных к ней оригиналов подтверждающих документов, что противоречит п.21 Правил №452;
- Предусматривающие возможность одностороннего изменения договора

исполнителем в том числе перерасчета цены договора замену средства размещения и т.д. что не соответствует ст. 310 ГК РФ;

●Ограничивающие ответственность туроператора и турагента в связи с ненадлежащим исполнением договора, причинением ущерба, что не соответствует ст.13 Закона РФ «О защите прав потребителей».

На сегодняшний день в Российской Федерации предусмотрена система финансового обеспечения туристской деятельности – страхование гражданской ответственности и банковская гарантия. К сожалению, эта система должным образом не работает.

Туристы, как правило, обращаются непосредственно к страховщику только в случае банкротства туроператора, но даже в этом случае он сталкивается с необоснованным отказом в выплате страховых сумм.

Страховщик или гарант, допустивший незаконный отказ в выплате возмещения

(денежной суммы по банковской гарантии), зачастую мало чем рискует, поскольку освобожден от неустойки, предусмотренной законодательством о защите прав потребителей. Такие компании могут дисциплинировать только значительные гражданско-правовые санкции.

Весной 2020 года пандемия коронавируса COVID-19 привела к полному прекращению деятельности турфирм на неопределенное время. Последствия такого затяжного кризиса неминуемо отразятся и на качестве услуг, и на их ценах.

5. УСЛУГИ СВЯЗИ

На эту категорию услуг поступает незначительное количество жалоб, хотя нарушения носят массовый характер и убытки потребителей от некачественных услуг связи могут составлять значительные денежные суммы.

Основные причины жалоб потребителей:

- Нарушение порядка начисления платы за услуги;
- Ненадлежащее качество услуг связи;
- Ненадлежащее информирование об исполнителе и оказываемых им услугах;
- Отказ в удовлетворении гражданско-правовых требований (возмещение ущерба и пр.);
- Навязывание дополнительных платных услуг;
- Подключение дополнительных услуг без согласия абонента;
- Нарушение порядка оказания услуг в роуминге;
- Обуславливание приобретения одной платной услуги приобретением другой;
- Ненадлежащее информирование об условиях тарифных планов, изменение тарифов на услуги связи в одностороннем порядке;

6. ФИНАНСОВЫЕ УСЛУГИ

Нарушения прав потребителей в сфере финансовых услуг наиболее чувствительны для потребителя, и причиняют ему существенный ущерб. Потребитель очень слабо осведомлен об особенностях финансовых сделок, поэтому его легко ввести в заблуждение и склонить к заключению договора на невыгодных для потребителя условиях. Банки, страховые фирмы и микро кредитные организации зачастую просто злоупотребляют финансовой безграмотностью большинства потребителей.

Зачастую при оформлении кредита потребителю не предоставляется возможность согласия или отказа от услуг страхования, не предоставлен альтернативный вариант кредита (без страхования). Более того, потребителя намеренно вводят в заблуждение относительно того, что кредит не может быть предоставлен без страхования.

Дезинформируют потребителя и относительно назначения суммы кредита,

указанной в качестве основного долга, относительно обязательного характера заказа услуг страхования жизни и здоровья, а так же правовых последствий дальнейшего отказа от услуг страхования жизни и здоровья. Банк не обеспечивает возможность потребителям выразить согласие или отказ от услуг страхования, заранее машинописным способом проставив в соответствующих графах V напротив фамилии заемщика на страхование жизни и здоровья, полная стоимость услуг рассчитана без учета страховой премии. Во многих банках разработаны различные варианты кредитования в зависимости от согласия или отказа заемщика потребителя от услуг страхования. Между тем, потребителю не всегда предоставляется полная информация об альтернативном варианте кредитования, не разъясняется возможность самостоятельно застраховать риски в иной страховой компании, а в ряде случаев разница между процентными ставками по кредитам со

страхованием и без страхования носит дискриминационный характер.

В ряде случаев имеет место не заключение потребителем договора страхования со страховой компанией, а так называемое «подключение к программе страхования банков». Анализ схем подключения потребителей к программам страхования банка показывает, что суть данных схем сводится не к предоставлению потребителю услуг страхования, а к компенсации банку страховой премии по договору страхования, заключенному между ним и страховой компанией. Это нарушает права потребителя, поскольку законом не предусмотрено возложение на застрахованное лицо обязанности по оплате или компенсации премии страхователю. В силу ст.ст. 934,954 ГК РФ обязанность об уплате страховщику страховой премии возложена на страхователя, в качестве которого выступает банк.

Гражданин, согласившийся стать застрахованным лицом по договору страхования, становится застрахованным

лицом (ч.1 ст.934 ГК РФ), и как застрахованное лицо не имеет прав по договору страхования, которые были бы предоставлены ему как стороне по договору страхования (на выбор выгодоприобретателя, на получение страховой выплаты в дальнейшем и т.д.) Заемщик даже не имеет в дальнейшем возможности понуждения банка обратиться за получением страховой выплаты, поскольку такая обязанность страхователя, выгодоприобретателя ни из закона, ни из договора не следует.

В целом схемы подключения к программам страхования в принципе не предполагают оказание потребителю каких-либо услуг, направленных на удовлетворение потребностей потребителя. При подключении к подобным «программам» ни в кредитном договоре, ни в документах, связанных со страхованием, потребителю, как правило, не предоставляется даже гарантия обращения банка к страховщику с целью получения страховой выплаты (при наступлении страхового случая), равно как и условия, в

соответствии с которыми данная выплата впоследствии будет зачтена в счет погашения задолженности. При этом банки ссылаются на то, что при подключении заемщиком к «программам страхования» они оказывают услуги, которые выражаются в разработке и согласовании со страховой компанией условий страхования, сборе, обработке и передаче информации о заемщике в страховую компанию. Пунктом 19 статьи 5 закона «О потребительском кредите (займе)» не допускается взимание кредитором вознаграждения за услуги, оказывая которые кредитор действует исключительно в собственных интересах и в результате предоставления которых не создается отдельное имущественное благо для заемщика-потребителя.

Действия по подключению к программам страхования банка не создают для заемщика никакого имущественного блага и удовлетворяют потребности не потребителя, а банка, которому страховая компания предоставляет страховые услуги и который

оставляет за собой право в конечном итоге обратиться или не обратиться за страховой выплатой.

●Кредитные организации с целью увеличения кредитных обязательств граждан перед банками навязывают потребителям иные виды дополнительных услуг (комплексное банковское обслуживание, комиссии и прочее). Как правило, граждане не информируются о включении дополнительных услуг в общую сумму кредита, более того, в навязанных услугах потребители не нуждаются!

Зачастую уже заключив кредитный договор, но получив на расчетный счет значительно меньшую сумму, чем указана в договоре потребитель узнает, что вместе с займом был приобретен «пакет банковских услуг», за который банк единовременно удержал определенную сумму. Пакет банковских услуг может включать в себя подключение доступа к системе «Телебанк» с выдачей ПИН-конверта; информирование и управление карточным счетом с

использованием мобильного телефона, СМС-банк; изменение даты ежемесячного платежа по кредиту. В навязанном «пакете услуг» потребитель не нуждался, продекларированные услуги в принципе не имеют признаков услуги, заложенных в гражданском законодательстве, а являются средствами (или формами) выполнения сторонами обязательств по договору кредита. Условия о предоставлении пакета банковских услуг и страховании изложены в кредитных договорах таким образом, что потребитель не имеет возможности получить кредит без согласия на оказание дополнительных услуг, так же у него нет права отказаться от услуг после заключения договора. При этом банки допускают введение потребителей в заблуждение относительно размера полной стоимости кредита, размеров платежей и суммы кредита, которую гражданин сможет получить в личное распоряжение.

●Нередко при оформлении кредитной карты банки предусматривают в условиях договора, что при превышении лимита кредитования

заемщику предоставляются дополнительные средства. Но при этом потребителям не предоставляется полная информация о данном «дополнительном кредите» и его последствиях.

А дело в том, что, если клиент использует кредит в пределах кредитного лимита и допустит просрочку внесения платежа, на сумму образовавшейся задолженности банк предоставит новый кредит. Далее клиент должен будет дополнительно оплачивать проценты по новому кредиту по повышенной ставке и пени за сумму перерасхода средств по карточному счету. Соответственно, банк разработал договорные условия таким образом, что предоставление кредита осуществляется при условии предоставления другого кредита. Из информации, указанной в Анкете-заявлении потребителю очень сложно понять, что банк предусмотрел предоставление дополнительного кредита с удержанием повышенных процентов. Условия составлены таким образом, что клиент лишен возможности в разделе о дополнительном

кредите проставить отметку о согласии или отказе от данной услуги.

- В договоры зачастую включаются условия, предусматривающие возможность безакцептного (без дополнительного распоряжения заемщика) списания денежных средств со счетов клиента, открытых в банке.

Согласно п.2.9.1. «Положения о правилах осуществления перевода денежных средств» (утв. Банком России 19.06.2012 №383-П) заранее данный акцепт плательщика может быть дан в договоре между банком плательщика и плательщиком или в виде отдельного сообщения либо документа, в том числе заявления о заранее данном акцепте, составленного плательщиком в электронном виде или на бумажном носителе, с указанием суммы акцепта или порядка ее определения, сведений о получателе средств, имеющем право предъявлять распоряжения к банковскому счету плательщика, об обязательстве плательщика и основном договоре. В том числе в случаях, предусмотренных федеральным законом,

указанием на возможность (невозможность) частичного исполнения распоряжения, а также иных сведений. Таким образом, исходя из данного пункта заранее данный акцепт имеет характер распоряжения клиента о том, какая сумма, кому и с какого счета подлежит перечислению, в то время как, в рассматриваемой ситуации банки в результате заключения спорных условий в типовые формы договоров фактически оставляют за собой право в одностороннем порядке определять, какие суммы, когда. В погашение какой задолженности и в каких случаях они вправе списывать. Исходя из этого условия такого договора не обладают никакими признаками заранее данного акцепта. Но потребитель не разбираясь в тонкостях банковского дела и находясь под воздействием заблуждения считает требования банка законными.

● При анализе договоров заключаемых между банком и потребителем также выявляются Условия, позволяющие банку передавать

персональные данные потребителей третьим лицам.

В силу ст.9 гл.4 Федерального закона «О персональных данных» Банк обязан обеспечить сохранность персональных данных клиента и не осуществлять распространение сведений без его согласия.

- В договоры банками и иными кредитными организациями включаются также и условия, ограничивающие возможность досрочного погашения кредита.

- Размер штрафов (неустойки) в связи с нарушением заемщиком сроков возврата кредита зачастую превышает установленные законодательством Российской Федерации ограничения.

Пунктом 21 ст.5 Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» предусмотрено, что размер неустойки (штрафа, пени) за неисполнение или ненадлежащее исполнение заемщиком обязательств по возврату потребительского кредита (займа) и уплате процентов на сумму потребительского кредита на сумму

потребительского кредита не может превышать двадцать процентов годовых в случае если по условиям договора потребительского кредита на сумму потребительского кредита проценты за соответствующий период нарушения обязательств начисляются или в случае если по условиям договора потребительского кредита проценты на сумму потребительского кредита за соответствующий период нарушения обязательств не начисляются, 0,1 % от суммы просроченной задолженности за каждый день нарушения обязательств.

●В схемах разрабатываемых банками и страховыми организациями по оказанию услуг страхования или кредитования устанавливается страховая сумма в зависимости от суммы задолженности по кредиту. По мере уменьшения долга по кредиту уменьшается и сумма страхового возмещения.

Такая ситуация приводит к тому, что чем позже наступит страховой случай, тем меньше сумма возмещения будет оплачена страховой

организацией. Вместе с тем, основным назначением договора страхования жизни и здоровья является восстановление здоровья, либо морального вреда, причиненного смертью застрахованного лица. Уменьшение суммы страховой выплаты противоречит основной цели договора страхования и экономически не обоснована.

Кроме того, уменьшение страховой суммы, как правило, не сопровождается предоставлением информации о ее размере в каждый конкретный период (указан лишь размер на момент заключения договора)

- Если договор страхования взаимосвязан с договором кредитования, то потребителю в большинстве случаев не предоставляется возможность выбора выгодоприобретателя по договору страхования.

Целью договора личного страхования является обеспечение защиты имущественных интересов гражданина, связанных с жизнью и здоровьем (оплата лекарств, лечения и тд). Соответственно условия о личном страховании должны предусматривать

возможность свободного выражения согласия застрахованного лица на определение выгодоприобретателем самого застрахованного лица либо иного лица, заинтересованного в обеспечении защиты имущественных интересов гражданина, связанных жизнью и здоровьем.

Согласно п.2 ст.934 ГК РФ договор личного страхования считается заключенным в пользу застрахованного лица, если в договоре не названо в качестве выгодоприобретателя другое лицо. В случае смерти лица, застрахованного по договору, в котором не назван иной выгодоприобретатель (наследники застрахованного лица). Таким образом, потребитель должен иметь безусловную возможность самостоятельного выгодоприобретателя по договору страхования.

●Как правило, страховая организация определяет срок страхования на весь период кредитования, следовательно, и страховая премия, уплачиваемая потребителем, рассчитывается на весь срок кредитования. Страховая премия при этом удерживается

единовременно, из кредитных средств, в день заключения договоров кредитования и страхования. При этом по общему правилу, предусмотренному п.3 ст.958 ГК РФ при досрочном отказе страхователя (выгодоприобретателя) от договора страхования уплаченная страховщику страховая премия не подлежит возврату, если договором не предусмотрено иное. Разумеется, страховые компании крайне редко предусматривают возможность возврата страховой премии при досрочном отказе страхователя от договора. Если такая возможность и предусматривается, то речь как правило идет о непродолжительном периоде с момента заключения договора в совокупности с необходимостью досрочно погасить кредит. Проще говоря, реальная возможность вернуть удержанную сумму страховой премии маловероятна.

В совокупности, указанные обстоятельства квалифицируются как злоупотребление правом со стороны страховой компании при установлении условий договора. В данном

случае злоупотребление страховщиком своим преимущественным положением приводит к тому, что договор заключен на крайне невыгодных потребителю условиях.

Проблемой остается также предоставление потребителям информации в договорах страхования очень мелким шрифтом, не поддающимся нормальному прочтению. Так, например, полис страхования ООО СК «РГС-Жизнь» напечатан шрифтом мелким трудночитаемым шрифтом (менее 2 мм) не позволяющим надлежащим образом оценить условия договора страхования.

С целью обеспечения права потребителей на получение информации в законодательство необходимо (ст.10 ЗПП) внести дополнения об обязанности изготовителя исполнителя продавца при оформлении текста договора с потребителем в печатном виде соблюдать размер прописной буквы не менее 2,5 мм. Такое уточнение позволит не допускать нарушения прав потребителей на предоставление информации, которое в настоящее время носит массовый характер и

практикуется не только в финансовой сфере, но и в торговле, и договорах на оказание медицинских, юридических услуг. Однако законодатели не спешат доработать закон.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Понятно, что в отдельно взятом городе Заречном решить общероссийские проблемы невозможно, но уменьшить их негативные последствия вполне реально.

Наша задача — минимизировать эти негативные явления и, хотя бы частично, защитить жителей Заречного от нарушения их прав и денежных потерь.

В настоящее время основным направлением в сфере защиты прав потребителей должно стать создание на территории Заречного городского округа необходимых условий для реализации потребителями своих законных прав, а также обеспечения их соблюдения. Наиболее эффективным методом борьбы с правонарушениями на потребительском рынке, в большей степени отвечающим интересам жителей, является не защита уже нарушенных прав, а предупреждение и профилактика нарушений.

Для достижения положительного эффекта такая работа должна вестись не только с

потребителями, но и с производителями, предпринимателями, работающими в сфере оказания услуг населению.

Работа с потребителями должна быть направлена, в первую очередь, на их просвещение, ознакомление с предоставленными законом правами, гарантиями и способами защиты. Прежде всего, это включает проведение консультаций потребителей, распространение разъяснительных печатных и информационных материалов (в том числе с сети интернет), информирование потребителей через средства массовой информации и т.д.

Другой важной составляющей такой работы является информирование потребителей об имеющихся на рынке качественных товарах (работах, услугах). В первую очередь, это касается реформируемых секторов (жилищно-коммунальное хозяйство, медицина, сфера образования и др.), поскольку ход их реформирования во многом зависит от полной и объективной информированности потребителей и изменения сложившихся у них стереотипов.

Также важной задачей для целей защиты прав потребителей является выработка действенных механизмов пресечения незаконной деятельности, связанной с дистанционной торговлей товарами посредством сети интернет и навязывание товаров на дому у покупателя.

М. Леднев

«Потребительский рынок городского округа Заречный»
под общей редакцией Леднева М.Ю. - 64с

Потребительский рынок городского округа Заречный в 2019-2020 году.

Подписано в печать 21.09.2020г. Набор компьютерный.
Гарнитура «Times». Печать офсетная. Формат 60х19 1/16 Печ.л.5,0
Тираж 20 экз. Заказ №153

Администрация городского округа Заречный
624250, Свердловская область, г.Заречный, ул.Невского,3
Телефон 8 (343 77) 3-25-39
Факс 8 (343 77) 3-45-77
Email: zarzpp@mail.ru