

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ

Гаджиев Тимур Фикретович

студент

Бычко Марина Алексеевна

канд. юрид. наук, доцент

Юридический институт ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский
федеральный университет»
г. Ставрополь, Ставропольский край

К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ «ПОТРЕБИТЕЛЬ» В РОССИЙСКОМ И ЕВРОПЕЙСКОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ

Аннотация: в статье анализируется легальная дефиниция «потребитель», выделяются и рассматриваются существенные признаки понятия «потребитель». Проводится сравнение российского и европейского опыта закрепления понятия «потребитель».

Ключевые слова: потребитель, закон, защита прав потребителей, европейское законодательство.

Проанализируем дефиницию «потребитель», закреплённую отечественным законодательством. Так, закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (далее закон о ЗПП) в преамбуле указал, что потребителем является гражданин, имеющий намерения 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. Рассмотрим существенные признаки понятия «потребитель».

Законодатель указал, что потребителем является гражданин. Так, ФЗ от 31.05.2002 №62-ФЗ (ред. от 14.10.2014) «О гражданстве Российской Федерации» закрепляет, что гражданство РФ – это устойчивая правовая связь лица с РФ,

выражающаяся в совокупности взаимных прав и обязанностей. Так, ч. 3 статьи 62 Конституции РФ установила, что иностранные граждане, лица без гражданства пользуются в РФ правами и несут обязанности наравне с гражданами РФ, кроме случаев, установленных международным договором РФ или федеральным законом. Недопустимо умаление потребительских прав человека по критериям наличия или отсутствия политико-правовой связи с государством. Отсюда в целях защиты прав потребителей применяется расширительное толкование понятия «гражданин», под которым понимаются как граждане РФ, так и иностранные граждане и лица без гражданства, то есть все физические лица.

Рассмотрим конструкцию «намерения заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги). Признак намерения отодвигает стадию правового регулирования взаимоотношений между потребителем и его контрагентом на более ранний преддоговорной этап. Легального определения намерению нет, однако в доктрине под ним чаще всего понимаются возникшие в сознании покупателя представления, связанные с приобретением той или иной продукции или услуги. Намерение прочно связано с сознанием и волей. Так, в нем проявляется интеллектуальная составляющая как понимания необходимости приобретения товара, работы, услуги, так и волевая составляющая, то есть желание её приобрести. Причём внешние формы выражения намерения различны, например: разговор с продавцом, осмотр товара на стенде, изучение технической документации и т. д. Данная конструкция имеет важное практическое значение, она порождает ряд прав потребителя ещё до вступления в относительное правоотношение с продавцом: право на информацию о товаре, работе, услуге, изготовителе (исполнителе, продавце) (ст. 8–10 закона о ЗПП), право на информацию о режиме работы продавца (ст. 11 закона о ЗПП) [1] Само же вступление в правоотношение, порождающее большинство субъективных потребительских прав, определяется заказом, приобретением, использованием потребителем товара (работы, услуги). Причём использование товара может осуществляться не только непосредственным покупателем, но и дру-

гими лицами, например, членами его семьи. Пленум Верховного Суда также подчеркнул важность данной нормы в п. 1 Постановления от 28 июня 2012 г. №17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей». Представляется обоснованным включение в дефиницию данного признака, так как товар может приобретаться, например, в целях дарения, отсюда необходима защита прав «конечного» потребителя.

Следующий существенный признак дефиниции носит целевой характер, а именно потребитель приобретает товар (работу, услугу) «исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности».

Законодатель, используя ограничительную конструкцию, перечисляет в виде открытого перечня возможные цели приобретения: личные, семейные, домашние. Необходимо заметить, что необходимость казуистичного перечисления целей была вызвана практикой, так как предыдущая формулировка «для личных бытовых нужд» была узка по содержанию. Легальное определение личных, семейных, домашних нужд отсутствует, в отличие, например, от государственных или муниципальных нужд. Представляется, что нужды есть ни что иное как потребности личности, семьи, домохозяйства соответственно. Следовательно, законодатель защитил интересы особых хозяйственных единиц экономических отношений – домохозяйств. Отсюда можно сделать вывод о том, что защита прав потребителя выступает и в качестве опосредованной защиты интересов семьи и домохозяйства.

Интересен зарубежный опыт закрепления дефиниции «потребитель». Так, действующее законодательство Европейского Союза содержит позитивную дефиницию в кодифицированном акте по защите прав потребителей, а именно во вступившей в силу 13 июня 2014 года Директиве 2011/83/ЕС от 25 октября 2011 года «О правах потребителей». Статья 2 Директивы закрепляет, что потребителем является любое физическое лицо, действующее в рамках договоров, охватываемых данной директивой, в целях отличных от его торговой, коммерческой, профессиональной или ремесленной деятельности [2].

Выделим признаки «потребителя». Потребитель является физическим лицом. Европейский законодатель, характеризуя субъектный состав потребительских сделок, ушёл от связи потребителя с гражданством, т. е. потребителем является любой человек.

Следующим признаком является целевой характер сделки. Так, согласно Директиве, потребитель действует в целях, отличных от торговой, коммерческой, профессиональной, ремесленной деятельности. Интересно, что отсутствует исчерпывающий перечень целей приобретения, однако исключена профессиональная заинтересованность покупателя. Но Директива не указывает, что покупатель не должен преследовать цель извлечения прибыли, то есть, потребительское законодательство будет защищать физических лиц, покупающих с целью перепродажи [3]. Например, покупка облигаций физическим лицом с целью вложения свободных средств домохозяйства будет рассматриваться как потребительская сделка. Отсюда, европейский законодатель защищает слабую сторону сделки по двум основным критериям: субъективному составу и целевом характеру.

Список литературы

1. Бикташев Т.М. Осуществление и защита права на информацию в гражданско-правовых договорных и преддоговорных отношениях: автореф. дис. канд. юр. наук. – Казань, 2010. – С. 23.
2. Директива №2011/83/ЕС Европейского парламента и Совета Европейского Союза «О правах потребителей» // Справочно-правовая система «Гарант»
3. Арабей Е.А. Понятие «потребитель» в праве Европейского Союза // Актуальные проблемы российского права. – 2013. – №12. – С. 1637.