

Повышение эффективности информирования населения в области защиты прав потребителей

Научный руководитель – Молчанов Игорь Николаевич

Мурар Валентина Игоревна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Кафедра политической экономии, Москва, Россия

E-mail: valecya@yandex.ru

Потребитель выступает наиболее уязвимым субъектом экономической системы, что обуславливает необходимость усиленных форм защиты со стороны государства. Одной из приоритетных задач рыночной экономики является разработка эффективных методов защиты прав населения на потребительском рынке и механизма самозащиты потребителей.

Необходимо отметить, что высокое качество товаров и услуг достигается не только посредством конкуренции на рынке, но и прямой защитой своих прав потребителем.

Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей детерминировано в статье 3 Федерального закона от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" [4].

В целях реализации прав граждан на защиту потребителей по поручению Правительства Российской Федерации Роспотребнадзором был создан Государственный информационный ресурс в сфере защиты прав потребителей. Портал содержит нормативно-правовые акты, лежащие в основе регулирования и обеспечения защиты прав потребителей, в том числе международные и региональные правовые акты. Также на информационном ресурсе размещены примерные формы документов такие, как претензионные и исковые заявления, памятки для населения при приобретении тех или иных товаров и услуг. Немаловажным является наличие информации на портале об органах и организациях Роспотребнадзора, в том числе общественных объединениях по защите прав потребителей, которые консультируют и оказывают информационную поддержку населению. Особого внимания заслуживают сведения, опубликованные в открытом доступе, о продукции, не соответствующей обязательным требованиям и стандартам.

Несмотря на предпринятые меры, основной проблемой для России остается слабая информированность населения в области защиты прав потребителя, низкий уровень доступности информации, необходимой гражданам для реализации предоставленных им законодательством прав. Многие потребители не осведомлены о существовании информационного ресурса и вынуждены обращаться по вопросам поведения на потребительском рынке в консультативные центры. Наиболее уязвимыми потребители себя чувствуют в следующих сегментах потребительского рынка: продажа технически сложных товаров (в т. ч. бытового назначения), мобильные телефоны, жилищно-коммунальные услуги, продажа мебели, продовольственных товаров, одежды, финансовые и бытовые услуги [1].

В настоящее время в эпоху информатизации и Интернета социальные сети занимают важное место в жизни населения, выступая одним из основных источников информации. Ежемесячно интернетом в России пользуются 78,8 млн человек, из которых соцсети посещают около 90% [2]. В рейтинге социальных сетей по популярности среди российских пользователей лидируют **ВКонтакте** и **Одноклассникам**. По данным Brand Analytics, аудитория ВКонтакте составляет **46,6 млн.** человек, у Одноклассников достигает **31,5 млн.** человек [3]. Для решения проблемы повышения правовой грамотности и информированности потребителей об их правах и механизмах защиты этих прав необходима инте-

грация Государственного информационного ресурса в сфере защиты прав потребителей с социальными сетями и его активное продвижение в сетях.

Интеграция сайта с социальными сетями представляет собой процесс технического "прикрепления" и синхронизации определенного информационного ресурса к страницам в популярных социальных сетях таких, как Facebook, Вконтакте, Twitter, Одноклассники и другие.

Продуманная интеграция с социальными сетями позволяет создать дополнительный канал взаимодействия с потребителями и повысить их информированность. Население сможет получать советы специалистов, разъяснения по законодательству и правоприменительной практики, возможных механизмах защиты своих прав в режиме реального времени, что повысит качество предоставляемых услуг. Это позволит снизить нагрузку на общественные приемные, организованные в системе Роспотребнадзора, консультационные центры и пункты. Так, например, показатель количества проведенных консультаций за 2015 г. (340 870) увеличился на 8,1 % по сравнению с аналогичными данными за 2014 г. (315 294), что говорит о необходимости и востребованности, оказываемых услуг потребителям [1].

Кроме того, соцсети - это удобное пространство для обсуждения, поиска единомышленников и обмена опытом, получения актуальных новостей и сведений о направлениях государственной политики в сфере защиты прав потребителей, что приведет к формированию устойчивых навыков разумного поведения населения на потребительском рынке. Интеграция информационного портала с социальными сетями позволит получить отзывы об эффективности работы ресурса. Оперативность и мнимая анонимность социальных сетей дает возможность получить полные и подробные мнения потребителей о том, насколько полезен информационный ресурс, что необходимо изменить или улучшить. Это позволит усовершенствовать портал и сделать его удобным для решения конкретных вопросов населения.

Развитость потребительского рынка определяется не только существующим набором товаров и услуг, но и механизмом реализации защиты прав и интересов его участников, в частности потребителей. Повышение информированности населения об их правах и механизмах защиты этих прав, повышение правовой грамотности способствует развитию потребительской культуры, улучшению качества потребительских товаров и услуг.

Источники и литература

- 1) Государственный доклад «Защита прав потребителей в Российской Федерации в 2015 году» URL:<http://zpp.rospotrebnadzor.ru/Show/File/19623/%D0%93%D0%BE%D1%81%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%97%D0%B0%D1%89%D0%B8%D1%82%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B1%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B9%20%D0%B2%20%D0%A0%D0%A4%20%D0%B2%202015%20%D0%B3..pdf> (дата обращения: 28.01.2017);
- 2) Официальный сайт Фонда «Общественное Мнение» [Электронный ресурс]. URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/13021> (дата обращения: 23.02.2017);
- 3) Официальный сайт Brand Analytics [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.brand-analytics.ru/socialnye-seti-v-rossii-zima-2015-2016-cifry-trendy-prognozy/> (дата обращения: 23.02.2017);
- 4) Федеральный закон от 07.02.1992 N 2300-1 "О защите прав потребителей" // URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 11.01.2017).