DOI: 10.17117/na.2015.09.1215

Поступила (Received): 28.09.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.09.1215.pdf>

Сабирова А.Р. К вопросу о понятии потребительских услуг

Sabirova A.R.
To a question about the concept of consumer services

В данной статье рассматривается понятие потребительской услуги и преддоговорные отношения потребителя с исполнителем – с экономической стороны более сильной стороной договора. А также анализируется проблема получения достоверной информации потребителем от исполнителя по договору

Ключевые слова: потребитель, потребительский договор, услуга

The article deals with the concept of consumer services and pre-contractual customer relationships with the performer – from the economic side of the stronger party to the contract. And also analyzes the problem of obtaining reliable information on the consumer under the contract produce

Key words: consumer, consumer contract, service

Сабирова Алина Рустамовна

Магистрант

Институт экономики, управления и права
(филиал)

Татарстан, г. Набережные Челны, пр. Московский,
67

Sabirova Alina Rustamovna

Master

Institute of economics, management and law
(branch)

Tatarstan, Naberezhnye Chelny, pr. Moscow, 67

Научный руководитель: к.ю.н., доцент Токарева Кристина Григорьевна

В жизни современного общества все большую часть взаимоотношений начинают занимать отношения между гражданами как потребителями и заказчиками услуг с одной стороны и поставщиками (организациями) услуг с другой стороны. С каждым днем количество получаемых гражданами услуг возрастает, причем иногда это происходит неосознанно, например, в виде присоединения к тем или иным условиям.

В настоящей статье обращаю внимание на потребительские сделки оказания услуг, заключенные потребителем осознанно, после преддоговорных переговоров, сбора и получения информации. С введением в действие части второй ГК РФ услуга получила свое дальнейшее правовое развитие в главе 39 ГК РФ «Возмездное оказание услуг», которое признается достижением российской цивилистической мысли.

Согласно ст. 779 ГК РФ исполнитель может оказать услуги совершением определенных действий или осуществить определенную деятельность. Однако, перечисленные услуги в п. 2 ст. 779 ГК РФ хоть и отвечают нынешним критериям права, но не исключают возможность относить к услугам различные

виды деятельности, и таким образом использовать нормы других институтов [2, с. 266].

По мнению Внукова Н.А., потребительская услуга – это действия, согласованные сторонами, направленные на достижения правового результата, предназначенного исключительно для личных, домашних, семейных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. При этом результат заранее не гарантирован. Понятие «потребительский» и определяет его как тип договора, обозначая тем самым особый субъектный состав и правовую связь контрагента данного договора – с потребителем-гражданином [3, с. 89].

Соглашаясь с мнением автора, полагаю, что правовой результат ожидания потребителя по итогам полученных им услуг в большей мере зависят от исполнителя, так как именно на стадии согласования всех определяющих элементов услуги (наименование, объем, качество) предоставляются в виде информации исполнителем услуг.

Определяя полноту «необходимой информации» следует подразумевать, что у потребителя отсутствуют специальные познания, специфики потребительских свойств услуги, индивидуальных потребностей, которые потребитель желает удовлетворить с помощью услуги и других обстоятельств [4, с. 20].

На стадии предложения услуг (оферты) нередко потребителю предоставляется «красочная» информация с целью не только невербального внушения потребителю о необходимости ему услуги данного поставщика, но и демонстрируется идеальный результат – неосязаемый образ и эффект от оказания предлагаемой услуги. Все чаще с рекламных плакатов, лифтах, интернет – сайтов нам улыбаются «чужие зубы» с белоснежной эмалью, смотрят красивые глаза с «длинными» ресницами и т. п., которые воспринимаются потребителем как особый товар, 100%-ая возможность получения которого имеется, в том числе и у него, любого потребителя.

По смыслу ч. 1 ст. 10 Закона «О защите прав потребителей» право потребителя на получение информации от исполнителя предопределяется тем, что информация должна быть достоверной, необходимой, своевременной и доступной для осмысления для правильного выбора услуги [1, ст. 10].

Полагается, что потребитель, вступая в преддоговорные отношения с вероятным исполнителем, не всегда может точно сформулировать, какая именно информация ему необходима. Например, во время зарождения рынка потребительских услуг сотовой связи. Новые термины, тарифные планы не могли дать четкое понимание, какой вид услуги более эффективно удовлетворит индивидуальные потребности.

Огромное распространение в наше время получают услуги медицинского характера, предоставляемые уже негосударственными учреждениями, а на платной коммерческой основе различными организациями и специалистами [5, с. 54].

После восприятия потребителем информации и проявлении интереса и желания получить результат от медицинской услуги потребитель оказывается во власти поставщика услуги и как неизбежность будет заключен договор или

соглашение об оказании каких – либо медицинских услуг. Потребитель, не являясь специалистом в этой области, не обладая специальными познаниями в данной сфере, не вольно полностью зависит от рекомендаций исполнителя услуг, а иногда готов на любые условия получения услуги, «умирая», например, от зубной боли.

Второпях или неосознанно еще на преддоговорной стадии потребитель не обращает внимания на важные условия и предмет договора, а именно обязательства и ответственность исполнителя услуг.

Проблематику, касающуюся договора с участием граждан – потребителей затрагивали такие авторы как А.Е. Шерстобитов, А.М. Аврах, А.А. Райлян, Д.Б. Данилов, А.Ю. Кабалкин, которые предвидели возникновение новых типов обязательств в условиях пополнения новыми видами услуг в результате прогресса диверсификации услуг в потребительский рынок стремительными темпами.

Помимо возникновения у исполнителя обязательств оказать ту или иную услугу у потребителя возникает право требования относительно качества услуги. Определяя качество услуги, предполагаем квалификацию исполнителя, его оснащенности необходимыми препаратами и оборудованием, удовлетворенности потребителя-пациента ее результатом. И только на данном этапе: удовлетворения или неудовлетворения результатом оказанной услуги потребитель сравнивает первичную информацию, полученную до заключения договора с итогами оказанных услуг. В этот момент потребитель анализирует и оценивает услугу как товар со стороны ее пользы, красоты, себестоимости, то есть соотношение оплаченной цены и полученного качества. Если потребитель не удовлетворен хотя бы одним из перечисленных элементов, он имеет право на защиту своих потребительских интересов.

Однако, имея на своей стороне действующее законодательство о защите прав потребителей, не стоит пренебрегать временем, бдительностью при заключении договора, который может сыграть немаловажную роль при отстаивании своих прав.

Список используемых источников:

1. Федеральный закон от 07 февраля 1992 г. №2300-1 (в ред. от 13 июля 2015 г.) «О защите прав потребителей» // Российская газета. 1996. 16 января.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. Москва: Проспект, КноРус. 2015.
3. Внуков Н.А., Отдельные виды потребительского договора возмездного оказания услуг: правовые и экономические проблемы // Пробелы в российском законодательстве. 2011. №2. С.89-93.
4. Шаблова Е.Г., Право потребителя на получение информации об услугах // Законы России: опыт, анализ, практика. 2010. №5. С. 20-23.
5. Печников О.Г., Печникова А.П. К вопросу об условиях договора оказания платных медицинских услуг. 2012. №2(20). С. 54-58.