

Киселева Екатерина Андреевна, Кушнарева Маргарита Дмитриевна, Бринько Игорь Иванович,
Каверзина Валентина Леонидовна

**ИССЛЕДОВАНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ИСПОЛНИТЕЛЕЙ УСЛУГ НА
ОСНОВЕ НОРМ ЗАКОНА РФ "О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ" В СФЕРЕ СЕРВИСА И
ТОРГОВЛИ Г. ИРКУТСКА**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2010/5/59.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2010. № 5 (36). С. 154-156. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2010/5/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

Список литературы

1. **Артюхова Т. З.** Сущность и особенности маркетинга взаимоотношений // Известия Томского политехнического университета. 2006. № 4.
2. **Бейкер М.** Будущее маркетинга. СПб.: Питер, 2002.
3. **Иган Дж.** Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
4. **Куш С. П.** Сравнительный анализ основных концепций теории маркетинга взаимоотношений // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2003. № 32.
5. **Ламбен Ж.-Ж.** Стратегический маркетинг: европейская перспектива / пер. с фр. СПб.: Наука, 1996.
6. **Панкрухин А. П.** Маркетинг. М.: Омега-Л, 2005.
7. **Третьяк О. А.** Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая логика // Российский журнал менеджмента. 2006. № 2.
8. **Черенков В. И.** Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2004. № 16.
9. **Webster F.** The changing role of marketing in corporation // Journal of marketing. 1992. № 4.

УДК 366.54

*Екатерина Андреевна Киселева, Маргарита Дмитриевна Кушнарера,
Игорь Иванович Бринько, Валентина Леонидовна Каверзина
Иркутский государственный университет*

ИССЛЕДОВАНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ИСПОЛНИТЕЛЕЙ УСЛУГ
НА ОСНОВЕ НОРМ ЗАКОНА РФ «О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»
В СФЕРЕ СЕРВИСА И ТОРГОВЛИ Г. ИРКУТСКА[©]

Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что реализация механизма защиты прав потребителей и исполнителей услуг в сфере сервиса и торговли имеет различный правовой характер. Защита прав потребителей строится на основе норм Закона РФ «О защите прав потребителей», а защита прав исполнителей услуг подпадает под действие Гражданского Кодекса РФ, а так же других нормативно-правовых актов.

Таким образом, целью данного исследования было выяснение позиции потребителей услуг и товаров, а так же определение наиболее эффективных средств и методов защиты нарушенных прав исполнителей услуг от действий недобросовестных клиентов.

С целью определения особенностей защиты прав потребителей услуг от действий недобросовестных исполнителей услуг и продавцов товаров было проведено исследование, в котором приняло участие 39 человек в возрасте от 19 до 22 лет. В исследовании использовался метод закрытого с элементами открытого анкетирования. Потребителям услуг предлагалось ответить на такие вопросы, как: знают ли они о существовании Закона РФ «О защите прав потребителей», знают ли они, что Закон регулирует отношения между исполнителем услуг, продавцом товаров и потребителем, знакомо ли потребителям содержание данного нормативно-правового акта, какие их права в сфере сервисного обслуживания или продажи товаров наиболее часто нарушаются, какие средства и методы профилактики нарушения прав потребителей используются в сфере сервиса и торговли.

Далее, было проведено исследование по проблеме защиты нарушенных прав исполнителей услуг и продавцов товаров от действий недобросовестных клиентов. Анкета для исполнителей услуг содержала следующие вопросы. Сталкивались ли исполнители услуг и продавцы товаров с недобросовестными потребителями, какие средства и методы профилактики действий недобросовестных потребителей услуг или товаров используются, какие средства и методы профилактики действий недобросовестных потребителей услуг или товаров считаются наиболее эффективными, как часто исполнители услуг и продавцы товаров сталкиваются с нарушением своих прав.

В качестве исполнителей услуг были проанкетированы 6 респондентов - администраторы и директора предприятий в сфере сервиса и торговли г. Иркутска.

Проанализируем позицию потребителей услуг на основании данных анкетирования.

На вопрос о том, знают ли потребители о существовании Закона РФ «О защите прав потребителей» - 100% респондентов ответили положительно. Одновременно потребители товаров и услуг показали знания того, что данный Закон регулирует отношения между потребителем и исполнителем услуг в сфере сервиса и торговли. Однако, содержание Закона знакомо лишь 44% опрошенных потребителей [2]. Это свидетельствует о том, что потребители знают о существовании данного нормативно-правового акта и знают сферу его правового регулирования. Но содержание известно менее чем половине респондентов, это говорит о том, что правовая культура и грамотность населения не достаточно развита в настоящее время.

Соответственно, применение норм данного нормативно-правового акта на практике затруднено, что препятствует развитию диалога между потребителем и исполнителем услуг и установлению взаимоотношений между ними. Далее анкета для потребителей содержала вопрос о том, какие их права в сфере сервиса и торговли, нарушаются наиболее часто. Исходя из анализа данных анкетирования, следует, что наиболее часто нарушаются такие права потребителей как: право на качественное обслуживание или товар (36 респондентов), право на соблюдение сроков выполнения работ или оказания услуг, право на предоставление исполнителем или продавцом полной информации о товарах, работах, услугах (12 респондентов), право на предоставление исполнителем или продавцом необходимой информации о сроках годности или сроках службы товаров, работ, услуг и правилах их предоставления (9 респондентов) [Там же]. Таким образом, наиболее часто нарушаемое право потребителей - это право на качественные товары и услуги, закрепленное за потребителем на основании ст. 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» [3]. На вопрос, какими средствами и методами профилактики нарушения прав потребителей они пользуются в сфере сервиса и торговли - большинство ответило, что самый эффективный метод профилактики это подтверждение покупки или услуги кассовым чеком, квитанцией (35 респондентов). Второй по эффективности метод - это взаимодействие с проверенными поставщиками услуг и товаров (16 респондентов) и третий метод - это изучение потребительских свойств и качества товаров и услуг посредством рекомендаций (15 респондентов) [2]. На следующий вопрос о том, какие методы профилактики нарушения прав потребителей считают наиболее эффективными: 27 опрошенных отметили, что это заключение договора на оказание услуг или выполнение работ и защита своих прав в рамках договора, 21 респондент отметил - обращение с заявлением в Комитет по защите прав потребителей, и 18 опрошенных отметили, что это обращение с письменными претензиями к исполнителю услуг или продавцу товаров. Таким образом, методы, которые используют потребители для защиты нарушенных прав и методы, которые потребители считают наиболее эффективными при защите нарушенных прав, не совпадают. Это может свидетельствовать о том, что использование некоторых методов, которые потребители считают эффективными, но не используют на практике, связано с трудностями их практического применения.

Далее, в анкете следовал такой вопрос, как: какими средствами и методами потребители защищают свои нарушенные права? Большинство респондентов обращаются с устными и письменными претензиями к исполнителю услуг или продавцу товаров, также они обращаются с заявлением в Комитет по защите прав потребителей. И в некоторых случаях вероятно обращение с иском в суд. Таким образом, большинство респондентов на практике пользуются таким методом защиты нарушенных прав потребителей, как: обращение с устными претензиями к исполнителю услуг или продавцу товаров, но наиболее эффективным методом защиты нарушенных прав респонденты считают метод обращения с заявлением в Комитет по защите прав потребителей, хотя на практике, лишь 9 из 39 респондентов используют данный метод. Возможно, это связано с недостаточной информированностью потребителей о деятельности Комитета по защите прав потребителей. Комитету по защите прав потребителей следует уделять больше внимания пропаганде своей деятельности в сфере защиты прав потребителей. Данная анкета содержала вопрос о том, какие методы защиты нарушенных прав в качестве потребителя товаров и услуг наиболее эффективны. Анализ данных анкетирования показал, что обращение с письменными претензиями к исполнителю услуг или продавцу товаров считают наиболее эффективным методом защиты нарушенных прав и регулярно используют на практике более 50% респондентов [Там же]. Чаще всего, потребители, исходя из данных анкетирования, используют метод обращения с устными претензиями к исполнителю услуг или продавцу товаров, хотя лишь небольшая часть данных респондентов считает данный метод защиты нарушенных прав эффективным. Далее 10% респондентов отметили, что регулярно защищают свои нарушенные права потребителей через подачу иска в суд, а 36% респондентов считают, что данный метод является наиболее эффективным при защите нарушенных прав, хотя на практике им еще не случалось сталкиваться с судебной формой защиты своих нарушенных прав потребителя. Возможно, это свидетельствует о том, что судебная система и судебный порядок стали более доступными для населения при защите ими своих нарушенных прав [Там же]. С помощью некоторых ответов респондентов, можно сделать вывод, что половина потребителей сталкиваются с нарушением своих прав довольно редко, некоторые периодически (при получении определенного вида услуг), но есть и такие потребители, права которых нарушаются часто (несколько раз в месяц) или не нарушаются вообще. Также были получены результаты на вопрос о том, в какой сфере сервисной деятельности или торговли были нарушены права потребителей. По мнению респондентов - это торговля продовольственными и непродовольственными товарами, сфера бытового обслуживания, ресторанный сервис и предприятия быстрого питания, медицинские услуги и жилищно-коммунальные услуги.

Далее, считаем целесообразным рассмотреть результаты анкетирования исполнителей услуг. На вопрос: «Случалось ли вам сталкиваться с недобросовестным потребителем услуг или товаров?» - 5 респондентов ответили - «да», 1 респондент ответил - «нет» [4]. Это говорит о том, что потребители товаров и услуг в сфере сервиса и торговли ведут себя некорректно по отношению к исполнителям услуг. Из-за этого взаимоотношения между потребителями и исполнителями находятся на невысоком уровне. На такой вопрос: «Какими средствами и методами профилактики действий недобросовестных потребителей услуг или товаров Вы пользуетесь?» респонденты ответили следующим образом. Ведение отчетной-асчетной документации с каждым клиентом индивидуально - 3 респондента, ведение списка «черных клиентов» - 3 респондента, заключение договоров на оказание услуг - 2 респондента, регулярный сбор полной информации о ходе, сроках и качестве оказания услуг населению - 1 респондент, использование средств видео наблюдения при оказании услуг и продаже товаров потребителям - 1 респондент [Там же].

На вопрос о том, какие средства и методы профилактики действий недобросовестных потребителей услуг и товаров Вы считаете наиболее эффективными, мы получили следующие ответы: использование средств видео наблюдения при оказании услуг при продаже товаров потребителям - 5 респондентов, ведение списка «черных клиентов» - 4 респондента, ведение отчетно-расчетной документации с каждым клиентом индивидуально - 3 респондента [Там же]. Таким образом, исполнители услуг считают самым эффективным способом защиты от недобросовестных клиентов использование средств видео наблюдения на предприятиях сервиса и торговли, но на практике этого не применяют. Данный факт может свидетельствовать о том, что видеонаблюдение является эффективной формой профилактики нарушений прав исполнителей со стороны потребителей услуг, но его использование на практике сопряжено с возможной высокой стоимостью установки и обслуживания видео аппаратуры. Большинство респондентов считают наиболее эффективным такой метод защиты от недобросовестных клиентов, как: ведение списка «черных клиентов», хотя используют данный метод лишь 3 респондента. Далее, исполнители услуг высказались за то, что метод ведения отчетно-расчетной документации с каждым клиентом является наиболее эффективным в профилактике появления недобросовестных клиентов - 3 респондента, при этом 3 респондента опробовали данный метод на практике и активно им пользуются. Далее следовал такой вопрос, как: какие средства и методы Вы используете, если Ваши права были нарушены в результате незаконных (противоправных) действий недобросовестных потребителей? На этот вопрос мы получили следующие ответы: использование всех допустимых правовых средств защиты собственных интересов при возникновении конфликтных ситуаций с потребителем товаров (услуг): материалы видеонаблюдения, расчетно-отчетной документации, свидетельских показаний - 4 респондента, проведение независимой экспертизы, с целью установления всех существенных обстоятельств реализации товаров и услуг потребителю - 3 респондента, одностороннее расторжение договора об оказании услуг - 2 респондента, обращение в компетентные органы с целью защиты или восстановления нарушенных прав исполнителя услуг или продавца товаров - 1 респондент, обращение в суд с иском заявлением - 1 респондент [Там же]. Можно сделать вывод о том, что исполнители услуг в сфере сервиса и торговли стараются защитить свои нарушенные права любыми способами, такими как использование материалов видеонаблюдения, расчетно-отчетной документации, свидетельских показаний, проведение независимой экспертизы. Но если эти методы не работают, то исполнители обращаются в компетентные органы с целью защиты или восстановления нарушенных прав или обращаются в суд с иском заявлением.

Мы выяснили, как часто исполнители услуг сталкиваются с нарушением своих прав, в результате незаконных (противоправных) действий недобросовестных клиентов. Были получены следующие данные: «редко» - 4 респондента, «периодически» - 2 респондента [Там же]. Из этого следует, что нарушения со стороны потребителей имеют место быть. И поэтому исполнители обязаны защищать свои права любыми способами. На такой вопрос, как: случалось ли исполнителям становиться участниками судебного процесса в качестве ответчиков по иску о защите прав потребителей, 100% респондентов ответили отрицательно. Из этого следует, что обе стороны способны решать возникшие конфликты в досудебном порядке, применяя другие методы защиты своим нарушенных прав.

Список литературы

1. Гражданский Кодекс РФ от 30.11.1994. № 51.
2. Данные анкетирования исполнителей услуг в сфере сервиса и торговли от 03.03.2010 г.
3. Данные анкетирования потребителей услуг в сфере сервиса и торговли от 03.03.2010 г.
4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 23 ноября 2009 г. № 2300-1.

УДК 519.865.7

Ирина Ивановна Кулагина
ФГОУ ВПО «Волгоградская академия государственной службы»

ДИНАМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО ХОЗЯЙСТВА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ[©]

Одной из наиболее важных задач социально-экономического развития страны является реформа инфраструктурных отраслей российской экономики. Надежное и эффективное функционирование жилищно-коммунального сектора экономики жизненно важно для страны, поэтому при реформировании и развитии ЖКХ требуется в высшей степени ответственный подход к выявлению, формулированию и решению имеющихся проблем с учетом специфики этого сектора экономики.