

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

18 февраля 2015 г.

№ _____

Председателю
Государственной думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

С.Е.НАРЫШКИНУ

Уважаемый Сергей Евгеньевич!

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации
вношу в Государственную Думу проект федерального закона «О внесении
изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации «О защите прав
потребителей».

Приложения:

1. Текст проекта федерального закона на 2 листах.
2. Пояснительная записка к законопроекту на 4 листах.
3. Финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1 листе.
4. Перечень актов на 1 листе.
5. Официальное заключение Правительства РФ на 2 листах
6. Копии текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе.

С уважением,



М.В.Дегтярев



Государственная Дума ФС РФ
Дата 18.02.2015 Время 15:58
№725407-6; 1.1

Вносится

депутатом Государственной Думы

М.В.Дегтяревым

Проект

№ 725407-6

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации

«О защите прав потребителей»

Статья 1

Внести в Закон Российской Федерации от 7 февраля 1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в редакции Федерального закона от 9 января 1996 года № 2-ФЗ) (Ведомости Съезда народных депутатов Российской Федерации и Верховного Совета Российской Федерации, 1992, № 15, ст. 766; Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 3, ст. 140; 1999, № 51, ст. 6287; 2004, № 52, ст. 5275; 2007, № 44, ст. 5282; 2009, № 48, ст. 5711; 2013, № 51, ст. 6683) следующие изменения:

1) в пункте 2 статьи 10:

в абзаце четвертом слова «цену в рублях» заменить словами «закупочную и продажную цены в рублях»;

дополнить абзацем следующего содержания:

«В случае если исполнитель оказывает потребителю услуги общественного питания по возмездному договору, то он обязан предоставить ему информацию о себестоимости в рублях изготовления одной порции заказанного блюда.»;

2) в пункте 1 статьи 26¹

слова «о цене и об условиях приобретения товара» заменить словами «о закупочной и продажной ценах в рублях и об условиях приобретения товара»;

дополнить абзацем следующего содержания:

«В случае если продавец осуществляет продажу блюд собственного производства дистанционным способом, то он обязан предоставить потребителю информацию о себестоимости в рублях изготовления одной порции приобретаемого блюда.».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу со дня его официального опубликования.

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона

«О внесении изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»

Проект федерального закона разработан с целью совершенствования права потребителей на информацию о товарах (услугах).

Согласно пункту 1 статьи 8 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (услугах).

В частности продавец обязан раскрыть цену в рублях на реализуемые им товары.

Свободный доступ потребителей к ценникам на товары в магазинах и расценкам на готовые блюда в заведениях общественного питания несколько не мешает их владельцам успешно манипулировать общественным мнением.

Закупочная цена на реализуемые товары и себестоимость изготовления одной порции блюда, как правило, ниже продажной цены.

Потребитель, оплачивая покупку (услугу общественного питания) не осведомлен о разнице, благодаря которой многие владельцы предприятий, нацеленных на потребительскую аудиторию, получают баснословные прибыли.

Стародавний торговый принцип «продать подороже» не выдержал испытание временем.

По сравнению с 1990-ми годами и, особенно с советским периодом, в торговой сфере, равно как и в сфере общественного питания, существенно расширился ассортимент продукции, а также увеличилось число конкурирующих между собой организаций и индивидуальных предпринимателей.

В настоящее время надежды продавца на высокий уровень продаж по высокой же цене могут осуществиться только при наличии у него уникального товара либо в условиях чистой монополии в небольшом населенном пункте, на межселенной территории.

В остальных случаях безынициативный продавец, не нарушая нормы законодательства, не получит сверхприбыли.

Деятельные продавцы с успехом апробировали накопленный за рубежом опыт торговли в рыночной экономике, позаимствовав из него и неправильные с моральной точки зрения моменты.

Незнание потребителем закупочной цены выбранного им товара используется продавцами в конкурентной борьбе посредством применения трёх маркетинговых способов увеличения объема продаж:

- 1) реализация товара по сниженным ценам (распродажи и скидки);
- 2) деление на классы продуктов питания и товаров, магазинов, кафе, ресторанов и баров;
- 3) реклама собственного производства продуктов питания.

В торговых организациях, занимающихся реализацией продуктов питания и товаров нижнего и среднего ценового сегмента, регулярно проводятся «грандиозные» распродажи и устанавливаются «большие» скидки. Тем не менее крайне редко продажные цены опускаются ниже закупочных. Подавляющее число подобных маркетинговых акций приводит лишь к тому, что положительная разница между выручкой и затратами продавца на приобретение одной единицы продукции достигает 5-20%, а не 20-200% как при обычных продажах.

Сейчас продавцы могут скрыть неадекватную продажную цену разговорами о псевдоскидках и псевдораспродажах, во время которых цена многих продуктов всё равно оказывается выше закупочной цены.

Второй способ введения в заблуждения потребителей относительно реальной цены продукции это классификация по престижности.

Третьесортный продукт легко объявляется продуктом великолепного качества из отборных ингредиентов. Соответственно его статусу назначается и высокая продажная цена.

Выяснить истинную ценность продукта обычному потребителю очень сложно. Яркой упаковки и броского рекламного слогана пока достаточно, чтобы произвольно присвоить престижный класс любому продукту питания и товара.

Появившиеся в прошлом десятилетии магазины «эконом-класса» позиционируются в качестве мест по продаже самых дешевых продуктов и товаров.

При этом отсутствие государственных стандартов позволяет предпринимателям самостоятельно определять насколько их торговая организация соответствует категории «эконом-класс».

Малообеспеченные потребители приходят туда с целью совершить выгодные покупки. Однако слова вывески про доступные цены, отнюдь не гарантируют отсутствие существенной наценки на часть или всю продукцию, реализуемую в таких магазинах.

Маломобильные граждане, инвалиды, престарелые люди и граждане, легко поддающиеся влиянию рекламы, поверив однажды в «магазины низких цен», не станут проверять и перепроверять данное утверждение путём сравнения знакомых цен с ценами в магазинах, расположенных в другом микрорайоне или посёлке.

С другой стороны в рыночной экономике решающим по-прежнему должно быть мнение потребителя: если он в определенном месте в определенное время готов приобрести лекарство, колбасу, печенье, телевизор, с наценкой, например, в 50%, то многочисленные торговые заведения имеют право предоставить ему такую возможность.

Наиболее оптимальным вариантом достижения баланса интересов между потребителями и продавцами / исполнителями в сфере оказания услуг общественного питания является обнародование закупочной цены / себестоимости изготовления одной порции заказанного блюда.

Потребители смогут самостоятельно выявить нерадивых продавцов, применяющих завышенные наценки, а владельцы торговых организаций всерьез задумаются об иных честных способах получения прибыли.

Безусловно, стоимость продуктов питания и товаров складывается не только из затрат на покупку их у изготовителя.

Однако потребитель не виноват в том, что продавец плохо продумал свой бизнес-план и не видит иного способа компенсировать затраты на аренду торговых помещений, оплату труда персонала, коммунальные услуги и т.д., кроме как установления высоких посреднических наценок на перепродаваемую им продукцию.

Законопроектом предлагается обязать продавцов, в том числе Интернет-магазины, объявлять потребителям не только продажную, но и закупочную цену на продукты и товары, а исполнителей, оказывающих потребителю услуги общественного питания по возмездному договору - себестоимость в рублях изготовления одной порции заказанного блюда.

После принятия данного закона вышеназванные маркетинговые манипуляции с ценами вызовут лишь негативную реакцию у потребителей и приведут к оттоку клиентов из соответствующей организации.

Данный способ мягкого регулирования торговой деятельности изменит ситуацию с ценообразованием в лучшую для потребителей сторону.



ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию

в связи с принятием федерального закона

«О внесении изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»

Принятие федерального закона «О внесении изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» потребует внесения изменений в части дополнения перечня доводимой до сведения потребителей информации в:

1) Пункт 6 Правил продажи товаров по образцам (утв. Постановлением Правительства РФ от 21.07.1997 № 918);

2) пункт 12 Правил оказания услуг общественного питания (утв. Постановлением Правительства РФ от 15.08.1997 № 1036)

3) Пункт 9 Правил продажи товаров дистанционным способом (утв. Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612).

Принятие федерального закона «О внесении изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия иных актов федерального законодательства.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ

ОБОСНОВАНИЕ

проекта федерального закона

**«О внесении изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации
«О защите прав потребителей»**

Введение в действие федерального закона «О внесении изменений в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» не потребует дополнительных расходов, покрываемых за счет федерального бюджета.





**ПРАВИТЕЛЬСТВО
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

« 23 » декабря 20 14 г.

№ 8709п-П12

МОСКВА

✓ Депутату Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

М.В.Дегтяреву

Государственная Дума
Федерального Собрания
Российской Федерации

На № МВД-4/202/162355 от 15 октября 2014 г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

**на проект федерального закона "О внесении изменений
в статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации "О защите прав
потребителей", вносимый в Государственную Думу депутатом
Государственной Думы М.В.Дегтяревым**

В соответствии с частью 3 статьи 104 Конституции Российской Федерации в Правительстве Российской Федерации рассмотрен проект федерального закона с учетом представленного финансово-экономического обоснования.

Законопроектом предлагается дополнить статьи 10 и 26¹ Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" положениями, обязывающими продавца и исполнителя услуг общественного питания по возмездному договору доводить до потребителя информацию соответственно о закупочной и продажной ценах товара и себестоимости изготовления одной порции блюда.

Согласно пояснительной записке подобное расширение прав потребителя на получение информации о товарах (услугах) позволит обеспечить баланс интересов потребителей и продавцов (исполнителей услуг общественного питания), выявить нерадивых продавцов (исполнителей), применяющих завышенные наценки.

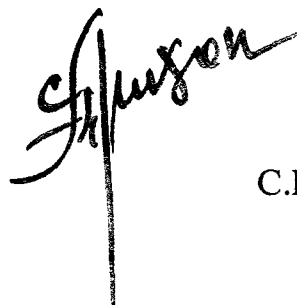


Вместе с тем государственное регулирование ценообразования осуществляется в соответствии со специальными нормами законодательства, регулирующими отношения на товарных рынках Российской Федерации, в том числе с участием субъектов естественных монополий, и основы осуществления торговой деятельности, в надлежащей мере обеспечивающими защиту конкуренции, включая предупреждение и пресечение монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции.

Кроме того, отсутствие законодательного закрепления понятий "продажная цена", "закупочная цена" и "себестоимость одной порции блюда", а также механизма реализации предлагаемых изменений, в том числе механизма контроля, обеспечивающего предоставление потребителю информации о закупочной цене товара и себестоимости одной порции блюда, допускает неоднозначное толкование положений законопроекта, что может привести к противоречивой правоприменительной практике.

С учетом изложенного Правительством Российской Федерации законопроект не поддерживается.

Заместитель Председателя
Правительства Российской Федерации -
Руководитель Аппарата Правительства
Российской Федерации



С.Приходько

