



УЯЗВИМОСТЬ КАК ОСОБАЯ КАТЕГОРИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РИСКА

Л.Н. Осауленко

Евразийская экономическая комиссия, Россия, 115114, г. Москва, ул. Летниковская, 2, стр. 1, 2

Нормативное регулирование правоотношений с участием потребителей, принятое в странах Евразийского экономического союза, не выделяет особенностей обеспечения потребительских прав отдельных категорий граждан, которые в силу возраста, физических особенностей или иных обстоятельств не могут полноценно оценивать ситуацию при самостоятельном совершении потребительских сделок.

Объектом настоящего исследования явились правоотношения, складывающиеся между субъектами потребительского рынка, где одной из сторон является потребитель, который в силу возраста или инвалидности находится в более уязвимом положении по сравнению с иными потребителями.

Цель исследования заключается в определении «уязвимости» как особой категории потребительского риска, влияющей на основные механизмы защиты потребительских прав.

Для достижения поставленной цели на основе анализа проведена оценка потребительских рисков, возникающих в ситуациях, когда в качестве потребителей выступают малолетние, лица пожилого возраста и инвалиды. Определены некоторые особенности сделок, совершаемых указанными категориями лиц.

В результате проведенного исследования предложена характеристика «уязвимости» потребителя как наличие повышенного риска негативных последствий совершенных сделок вследствие социальных, поведенческих особенностей потребителя. Показано, что эти особенности влияют на возможность свободного получения или усвоения информации, осуществления свободного выбора товара, услуги, адекватного восприятия определенных маркетинговых практик (восприимчивость к агрессивной рекламе), наличие финансовой возможности для совершения сделок. Установлено, что в зависимости от возрастных или физиологических особенностей отдельные категории граждан (малолетние, лица пожилого возраста, инвалиды), которые ввиду доверчивости, неспособности адекватно оценивать последствия совершенной сделки, физического ограничения для реализации права своевременно отказаться от совершенной сделки и прочее, особенно подвержены потребительским рискам.

На основе проведенного исследования сделан вывод о том, что применительно к сфере защиты прав потребителей целесообразно выделение отдельных «уязвимых» категорий потребителей в целях установления в законодательстве о защите прав потребителей особых норм для обеспечения их прав и законных интересов. В условиях интеграционного развития стран Евразийского экономического союза основы и общие подходы для разработки национальных актов должны закладываться в международных актах, составляющих право Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Ключевые слова: потребитель, риск поведения потребителей, защита потребителей, инвалиды, пожилые люди, несовершеннолетние, потребительские риски, оценка риска, уязвимость, право Евразийского экономического союза.

Потребительский риск, являясь менее исследуемой проблемой, одновременно представляет собой сложную категорию, состоящую из физических, экономических, социальных, правовых и поведенческих сторон. В науке принято различать следующие виды потребительских рисков: физический (физиологический), имущественный и экономический [1–3]. Рассматривая потребительский риск как своего рода барьер, препятствующий потребителю в полной мере реализовать его права, изучение проблематики целесообразно начинать с исследования физической (физиологической) стороны потребительской уязвимости.

Дефиниции «уязвимость», «уязвимые группы» используются в различных сферах общественных отношений и имеют достаточно вариативное содержание в зависимости от области, в которой применяются. Применительно к сфере защиты прав потребителей исследователи риска в потреблении сходятся во мнении о том, что уровень риска напрямую зависит от факторов, влияющих на поведение потребителя: неопределенность условий сделки, количество информации и знаний, которыми обладает потребитель, наличие опасности и адекватности оценки ситуации и возможного ущерба самим потребителем [4].

Исходя из указанного, характеристика уязвимости потребителя может быть определена как наличие повышенного риска негативных последствий совершенных сделок вследствие социальных, поведенческих особенностей потребителя. Эти особенности влияют на возможность свободного получения или усвоения информации, осуществления свободного выбора товара, услуги, адекватного восприятия определенных маркетинговых практик (восприимчивость к агрессивной рекламе), наличие финансовой возможности для совершения сделок (восприимчивость к недобросовестным практикам навязывания кредит-

Исходя из указанного, характеристика уязвимости потребителя может быть определена как наличие повышенного риска негативных последствий совершенных сделок вследствие социальных, поведенческих особенностей потребителя. Эти особенности влияют на возможность свободного получения или усвоения информации, осуществления свободного выбора товара, услуги, адекватного восприятия определенных маркетинговых практик (восприимчивость к агрессивной рекламе), наличие финансовой возможности для совершения сделок (восприимчивость к недобросовестным практикам навязывания кредит-

© Осауленко Л.Н., 2018

Осауленко Лидия Николаевна – кандидат юридических наук, начальник отдела по защите прав потребителей Департамента санитарных, фитосанитарных и ветеринарных мер (e-mail: osaulenko@eecommission.org; тел.: 8 (495) 669-24-00 (доб. 5180)).

ных обязательств при невозможности потребителя оплатить товар/услугу имеющимися средствами).

Такая характеристика позволяет рассматривать ситуативный характер рисков и уязвимости потребителей, а это означает что: 1) «уязвимость» потребителя напрямую зависит от конкретных условий, в которых оказался потребитель; 2) определенные категории потребителей могут быть подвержены большему риску по сравнению с другими потребителями.

В рамках данного исследования в качестве «уязвимых» рассмотрены следующие категории потребителей: пожилые люди, инвалиды, малолетние. Данная дифференциация обусловлена наличием объективных факторов, ставящих указанные группы потребителей в «уязвимое» положение. К таким факторам можно отнести особые потребности для полноценной реализации потребительских прав (ввиду физических, психических особенностей или возраста потребитель не всегда может адекватно оценить условия сделки, качество приобретаемого товара) и наличие особенностей защиты прав таких категорий граждан (невозможность самостоятельно отстаивать свои права, отсутствие понимания базовых принципов защиты нарушенных прав). Указанные обстоятельства предопределяют наличие более высокого риска для таких категорий граждан в части нарушений их потребительских прав и законных интересов.

Безопасность, как правило, не относится к основному критерию, на который потребители указанных групп обращают внимание при выборе товара/услуги. На первый план критерий безопасности выходит, к сожалению, в тех ситуациях, когда потребителю приходится сталкиваться с последствиями приобретения опасного товара/услуги. Так, особые риски формируются для детей, пожилых граждан и для инвалидов, поскольку именно они в силу своих физиологических особенностей наиболее остро реагируют на негативные воздействия факторов питания. У заболеваний пищевого характера есть такие серьезные последствия, как почечная и печеночная недостаточность, нарушения работы головного мозга и нервной системы, реактивный артрит, рак и летальный исход. По оценкам Всемирной организации здравоохранения от заболеваний пищевого и водного происхождения ежегодно погибают 2,2 миллиона человек, большинство из которых дети [5].

Еще одной сферой, характеризующейся особыми потребительскими рисками, является электронная коммерция. С каждой седьмой онлайн-покупкой трансграничная транзакция влечет невозможность установить лицо, несущее ответственность за соблюдение прав потребителя. Поскольку услуги предоставляются целым рядом провайдеров, работающих вместе, бывает сложно определить, кто несет ответственность: продавец, провайдер услуг Интернета, само устройство или канал. В случае электронной торговли, в которой также участвует целый ряд игроков – от провайдеров платежных услуг до национальной почтовой службы, сложно определить лицо, ответственное за качество товара/услуги.

И наконец, все более популярные прямые сделки между потребителями дополнительно усложняют решение проблем, так как по факту здесь отсутствует одна компания, предоставляющая услугу. Этот международный лабиринт транзакций и покупок делает практически невозможным определение ответственных лиц за реализацию некачественного товара. Так, в докладе Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) было отмечено, что 68 % проверенных товаров, которые реализуются через Интернет, были запрещены к свободной продаже в офлайн-магазинах [6].

Указанное делает достаточно сложным защиту потребителей своих прав, а для лиц с возрастными или физическими особенностями это становится практически невозможным.

Как показывает практика, законодательство стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС), регулирующее отношения в сфере защиты прав потребителей, носит общий характер и распространяется на всех потребителей, не выделяя в этом понятии категорий уязвимости. Вместе с тем современное состояние общественных отношений свидетельствует о необходимости некоторой дифференциации в сфере защиты прав потребителей.

Согласно определению, принятому Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ), инвалиды – люди с ограниченными возможностями, которые имеют функциональные затруднения в результате заболевания, отклонений или недостатков развития, состояния здоровья, внешности, вследствие непригодности внешней среды к их особым нуждам, из-за предрассудков общества в отношении к инвалидам [7]. По статистике ВОЗ более одного миллиарда человек имеют какую-либо форму инвалидности. Пугающим является тот факт, что показатели инвалидности стремительно растут в связи со старением населения и глобальным ростом хронических болезней. Это соответствует примерно 15 % населения мира (от 110 до 190 млн взрослых людей) [8].

Для того чтобы снизить воздействие этих ограничений, в государствах-членах ЕАЭС разрабатываются системы государственных гарантий по социальной защите инвалидов, включающие: а) создание равных другим гражданам возможностей в реализации экономических, социальных, культурных, личных и политических прав; б) устранение ограничения жизнедеятельности с целью восстановления социального статуса инвалидов, достижения ими материальной независимости.

Вместе с тем потребительские риски инвалидов зачастую заключаются в ограничении физической возможности совершить покупку товара ввиду отсутствия доступной инфраструктуры в торговых точках или ввиду отсутствия информации о товаре, представленной в удобном формате для лиц с нарушениями сенсорных функций.

В числе потребительских рисков для инвалидов следует отметить также отсутствие информации об особенностях эксплуатации товара именно лицами с ограниченными возможностями.

Кроме того, как показывает практика, лица с ограниченными возможностями зачастую становятся жертвами дискриминации со стороны транспортных компаний (наиболее распространена такая практика со стороны авиакомпаний), когда инвалидам просто отказывают в перевозке.

Во многих странах ЕАЭС отсутствует возможность признать инвалида потребителем в тех случаях, когда сделки в пользу инвалидов совершаются за счет страховых компаний или органов социальной защиты. Ситуация требует решения на законодательном уровне.

Ранее вопросам, связанным с защитой прав пожилых потребителей, не придавалось особого значения. Между тем, по данным ВОЗ, за период с 2015 по 2050 г. число людей в возрасте 60 лет и старше возрастет с 900 млн до 2 млрд (с 12 до 22 % в общей численности мирового населения).

Старение населения происходит значительно более быстрыми темпами. Например, на адаптацию к изменению доли пожилых людей в общей численности населения с 10 до 20 % Франции потребовалось почти 150 лет, а таким странам, как Бразилия, Китай и Индия, на такую же адаптацию потребуется немногим более 20 лет [9].

Стремительное возрастание доли пожилых людей в общем числе мирового населения обязывает пересмотреть позиции относительно обеспечения и защиты прав данных категорий граждан на получение товаров и услуг, пригодных для использования с учетом индивидуальных потребностей людей.

Пожилые граждане в силу физических и психических возрастных изменений зачастую становятся жертвами обстоятельств. Оставаясь юридически дееспособными в момент совершения сделки, они не понимают значения своих действий или не могут руководить ими. В таком случае сделка может быть признана судом недействительной в соответствии с нормами гражданского законодательства.

Распространенность психических расстройств среди лиц старше 60 лет достаточно высока. По данным ВОЗ, более 20 % взрослых в возрасте 60 лет и старше страдают психическими или неврологическими расстройствами (за исключением расстройств, связанных с головной болью), а 6,6 % всей инвалидности среди людей старше 60 лет вызвано неврологическими и психическими расстройствами. Самыми распространенными нейropsychиатрическими расстройствами в этой возрастной группе являются деменция и депрессия [10].

Согласно экспертным исследованиям, проведенным в Российской Федерации¹, наиболее распространенными категориями оспариваемых сделок, совершенных лицами пожилого возраста, являлись: составление договора купли-продажи (22,12 %) и дарения (22,12 %), завещания (38,46 %), отказа от наследства (2,88 %), выдача доверенности на право

распоряжения имуществом (3,85 %), распоряжение об отмене завещания (0,96 %), заключение договора ренты с пожизненным проживанием (7,69 %), договора безвозмездной уступки доли в уставном капитале ООО (0,96 %) и договора передачи жилого помещения в собственность (0,96 %)¹.

Кроме того, важной проблемой рассматриваемой категории уязвимых потребителей является так называемая «дискриминация», когда пожилые люди не воспринимаются финансовыми организациями как приоритетная целевая группа и являются наиболее финансово исключенной категорией населения.

Так, по данным исследований, проведенных в России в 2016 г., основная используемая финансовая услуга пожилых граждан – коммунальные платежи. Установлено, что 40 % пожилых людей не используют пластиковые карты, 70 % – не имеют счетов в банке, кроме пенсионного, 91 % – не пользуются страхованием, 93 % – не покупают товары и услуги в Интернете [11].

Помимо объективных барьеров (низкий уровень доходов, ограниченный доступ к цифровым продуктам, низкий уровень потребительской, цифровой грамотности, физическая недоступность для людей с ограниченными возможностями) существуют еще и субъективные барьеры (психологические – осознание своей некомпетентности, боязнь совершить ошибку или стать жертвой мошенничества, нежелание осваивать новые технологии и др.).

Особой группой потребителей являются дети со своими привычками и предпочтениями. Причем эти привычки и предпочтения формируются не родителями, а зачастую рекламными роликами, телевидением, Интернетом. Все большее число детей в возрасте от 3 до 12 лет имеют собственный телевизор, собственный гаджет и являются пользователями социальных интернет-сетей. Дети, самостоятельно приобретая товары, выступают как в роли непосредственно потребителя (причем иногда в возрасте 3–5 лет), так и в роли главного и активного посредника покупки. Привычки и предпочтения детей влияют на потребительское поведение родителей, тем самым формируется потребительская корзина семьи. Выбор интернет-контента взрослыми потребителями также во многом зависит от предпочтений их детей.

Основной потребительский риск заключается в том, что дети – самая распространенная жертва недобросовестного маркетинга в онлайн-играх, мобильных приложениях, на социальных медиа-сайтах. Как показывает практика, большинство онлайн-игр, загружаемых через популярные приложения, содержат встроенную или контекстную рекламу (независимо от того, оплачена покупка игры или игра предоставлена бесплатно). Зачастую потребители такого игрового контента вынуждены оплачивать дополнительные взносы во избежание про-

¹ Тюлькина О.Ю. Судебно-психиатрическая экспертиза органических психических расстройств у лиц пожилого возраста, совершивших имущественные сделки: автореф. дис. ... канд. мед. наук. – М., 2013. – С. 6.

смотра рекламы. Большинство игр содержат в себе платные предложения (купить продолжение игры, иногда бонусы, без которых невозможно продолжить игру). Таким образом, малолетний (будучи ограниченно дееспособным) вовлекается в совершение сделки, не всегда одобренной его родителями.

Это только некоторые моменты, свидетельствующие о необходимости установления особого регулирования, связанного с защитой отдельных «уязвимых» категорий потребителей.

Отдельная категория риска для детей-потребителей в Интернете связана с так называемым «бесплатным» контентом, который предоставляется в обмен на персональные данные. Контроль за приобретением такого контента со стороны родителей (фактических покупателей) практически исключен. То есть ребенок может загрузить «бесплатный» контент (возможно небезопасный для психики ребенка) без предварительной проверки родителями его соответствия возрасту ребенка, уровню его развития, культуры и прочее.

Недостаток внимания к проблемам уязвимых категорий потребителей стал очевидным в последние годы, особенно в условиях глобализации и постоянно возрастающей необходимости установления сходного (сопоставимого) международно-правового регулирования и создания специальных механизмов защиты прав потребителей в отношении различных групп населения.

Несмотря на большое количество работ по изучению рисков, связанных с потреблением и поведенческими особенностями потребителей [2, 3, 12], на мировом уровне тема защиты потребительских прав инвалидов и иных социально уязвимых слоев населения впервые отчетливо прозвучала в пересмотренных «Руководящих принципах Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей», утвержденных Генеральной Ассамблеей ООН в 2015 г. [13].

Национальные стратегии стран ЕАЭС также выделяют данный вопрос в числе приоритетов, в частности, Стратегия государственной политики в области защиты прав потребителей Российской Федерации до 2030 года².

В 2018 г., который ознаменован председательством Российской Федерации в ЕАЭС, вопросы развития человеческого потенциала, сотрудничества в социально-гуманитарной сфере и защиты общественных интересов заявлены важнейшими направлениями дальнейшего развития евразийской интеграции³.

Выстраивание согласованной политики ЕАЭС в сфере защиты прав потребителей базируется на гармонизации национального законодательства с учетом актов, принимаемых Евразийской экономической комиссией. Рекомендации Комиссии для государств-членов ЕАЭС – это тот механизм «мягкого» админи-

стрирования, который позволит планомерно перейти к единому регулированию сферы защиты прав потребителей на пространстве Евразийского экономического союза.

Выработка общих подходов к защите прав уязвимых категорий потребителей – это новое направление сотрудничества стран ЕАЭС, представляющее высокий интерес и для населения (уверенность в приобретении качественного товара, услуги), и для бизнеса (привлечение большего количества потребителей, популяризация товаров, производимых в ЕАЭС, импортозамещение).

Безусловным приоритетом и уникальностью документа, определяющего единые для стран ЕАЭС подходы к защите прав отдельных категорий потребителей, является решение проблем инвалидов и иных социально уязвимых потребителей.

В мировой практике немного примеров специальной защиты таких людей, а выработка системного подхода по улучшению их положения может рассматриваться как передовой и уникальный опыт.

В настоящее время в странах Союза отсутствуют унифицированные (стандартные) решения по защите прав уязвимых потребителей. Поэтому процесс выработки государствами ЕАЭС совместных мер по повышению защищенности потребителей должен учитывать аспекты защиты прав уязвимых потребителей в отдельных сферах правоотношений, связанных с большими рисками для потребителей. К таким аспектам относятся:

- вопросы, связанные с доведением информации об использовании, хранении товара (если это небезопасно для потребителя) при продаже товаров (услуг);
- реклама – в части исключения недобросовестных коммуникативных практик воздействия (агрессивная реклама или реклама, воздействующая на отдельные категории – детей, лиц, которые не могут адекватно оценивать и понимать значение своих действий), которые могут привести к потребительскому ущербу; запрет рекламы отдельных видов товаров (реклама табака, алкоголя в чувствительных областях в контекстах, ориентированных на детей, подростков, пожилых, людей с заболеваниями); создание стандартов рекламы в финансовой сфере;
- финансовая сфера в части доступности банковских операций (понимания финансовых рисков, реструктуризация кредиторской задолженности для отдельных категорий граждан);
- вопросы защиты малолетних потребителей при использовании коммуникационных технологий (смартфоны, планшеты, компьютеры);
- совершенствование организации электронной торговли, цифровой грамотности;

² Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года: Распоряжение Правительства РФ № 1837-р от 28.08.2017 г. [Электронный ресурс] // Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 08.06.2018).

³ Обращение Президента России к главам государств-членов Евразийского экономического союза [Электронный ресурс] // Президент России: официальный интернет-портал. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/56663> (дата обращения: 08.06.2018).

– запрет дискриминации уязвимых потребителей (никому не может быть отказано в заключении договора на основании его «уязвимости»);

– развитие сферы транспорта и туризма.

Кроме того, отдельные требования к защите уязвимых потребителей должны содержаться на всех этапах жизненного цикла товара (услуги):

– производство – нанесение специальной маркировки, позволяющей ознакомиться с информацией потребителям с ограниченными возможностями, или размещение дополнительной информации, если это требуется законодательством тех стран, где будет продаваться товар;

– предпродажная стадия – потребителю должна быть предоставлена информация об особенностях безопасного использования потребительского товара, о соответствии товара определенному возрасту потребителя (возрастные ограничения), информация о возможности удушья, об уровне шума, составе товара или о других возможных опасностях; до потребителя должна быть доведена информация о необходимости изучения инструкции по эксплуатации и самого товара с целью определения очевидных возможных опасностей до начала использования товара;

– эксплуатация – потребителю должна быть в легкодоступной и понятной форме (с учетом требований отдельных категорий потребителей – шрифт Брайля, голосовое сообщение, иное) предоставлена инструкция по сборке и безопасному использованию, информация по безопасному обслуживанию, хранению, определению срока службы и утилизации потребительского товара, иная сервисная информация.

Выстраивание защиты общественных интересов на уровне ЕАЭС должно базироваться на улучшении законодательного каркаса, включающего прозрачность требований для ведения бизнеса и усиление рыночной интеграции. Причем вовлечение бизнеса в процесс формирования особого регулирования, учитывающего потребности отдельных категорий потребителей, – первоочередная задача, от решения которой зависит эффективность установления особых механизмов защиты «уязвимых» потребителей.

Потребитель, находящийся в зоне повышенного риска, никогда не сможет стать активным участником экономических отношений, связанных с развитием производства. Как отмечает в своем исследовании Н.И. Голуб, «чем выше уровень потребления, тем более требовательны люди к условиям труда, жизни, работы» [1]. Например, оценивая жизнь и здоровье людей (исходя из величины затрат на условия жизни и обеспечения здоровья), исследователи США определили цену жизни в 1,5–3,0 млн долларов, ФРГ – 0,5–1,0 млн долларов, Московского института про-

блем развития атомной энергии РАН – 0,09–0,19 млн долларов [14].

Для маркетинговых исследований потребительского поведения характерно фокусирование внимания на отдельном индивиду-потребителе. Изучение особенностей, потребностей отдельного потребителя используется для получения коммерческой выгоды. Такое изучение должно быть направлено на обеспечение «уязвимых» потребителей возможностью совершать безопасные сделки, сделки, которые не несут высоких потребительских рисков и которые смогут принести дополнительный доход бизнесу.

К примеру, как справедливо отмечает Д.Г. Алексеева, существуют сферы, где риск потери деловой репутации особенно высок. При наличии рисков, обусловленных не существовавшими ранее угрозами надежности кредитных организаций в связи с изменением характера и условий банковской деятельности, влекущих риск потери деловой репутации, финансовые организации принимают дополнительные меры по обеспечению безопасности таких потребительских сделок⁴ [15]. Затраты на обеспечение безопасности несравнимы с прибылью от совершенных безопасных сделок.

Многообразие потребительских рисков обуславливает многовекторность в управлении такими рисками, которое должно включать в себя социальные, правовые и экономические аспекты. В рамках единого рынка стран ЕАЭС оптимизация управления такими рисками возможна лишь при условии активного участия в этом процессе всех стран, бизнеса и общественности. Эффективность основанного на риске подхода к обеспечению прав потребителей признана и подтверждена на мировом уровне [16]. Общая цель защиты уязвимых групп потребителей должна заключаться в том, чтобы каждый представитель такой группы имел возможность в полном объеме реализовать свои права как потребителя. Достижение этой цели в рамках Евразийского экономического союза возможно лишь в том случае, если поощрение и защита прав уязвимых категорий потребителей станет предметом специального правового урегулирования на межгосударственном уровне.

Такой подход будет способствовать реализации принципа защиты социально уязвимых категорий потребителей и явится одной из важных составляющей общей работы стран Союза по созданию для социально уязвимых групп граждан максимально комфортной и безопасной потребительской среды.

Финансирование. Исследование не имело спонсорской поддержки.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

⁴ Стратегия повышения финансовой доступности в Российской Федерации на период 2018–2020 годов (одобрено Советом директоров Банка России 26.03.2018) [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_295167/ (дата обращения: 08.06.2018).

Список литературы

1. Голуб Н.И. Классификация рисков в личном потреблении // Социологические исследования. – 1999. – № 8. – С. 139–141.
2. Heuze V. Une reconsideration du principe de reparation integrale [Электронный ресурс] // Cycle Risques, assurances, responsabilite – Groupe de travail sur «Incertitude et reparation», Cour de Cassation. – Paris, 2005. – URL: https://www.courdecassation.fr/venements_23/colloques_activites_formation_4/2005_2033_publicque_incertitude_8058.html (дата обращения: 16.11.2014).
3. Robentson Thomas S. Consumer behavior. – Cambridge: Harvard University, 1999. – 800 p.
4. Василенко И.В., Ткаченко О.В. Социальный риск: к определению понятий // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2014. – № 3 (23). – С. 32–45.
5. Заболевания пищевого происхождения [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения: официальный сайт. – URL: http://www.who.int/foodsafety/areas_work/foodborne-diseases/ru/ (дата обращения: 08.06.2018).
6. Protecting consumers in a globalised world: time for a global approach to product safety? [Электронный ресурс] // Consumers International: официальный сайт. – URL: <https://www.consumersinternational.org/news-resources/blog/posts/a-global-approach-to-product-safety/> (дата обращения: 08.06.2018).
7. World report on disability [Электронный ресурс] // World Health Organization. – URL: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/en/ (дата обращения: 08.06.2018).
8. 10 фактов об инвалидности [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения: официальный сайт. – URL: <http://www.who.int/features/factfiles/disability/ru/> (дата обращения: 08.06.2018).
9. 10 фактов о старении и здоровье [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения: официальный сайт. – URL: http://www.who.int/features/factfiles/ageing/ageing_facts/ru/ (дата обращения: 08.06.2018).
10. Психическое здоровье и пожилые люди [Электронный ресурс] // Всемирная организация здравоохранения: официальный сайт. – URL: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs381/ru/> (дата обращения: 08.06.2018).
11. Финансовое поведение пожилых людей в России в контексте дигитализации: исследование СГАР/НАФИ [Электронный ресурс] / С.С. Антонян, Г.Р. Имаева, Т.А. Аймалетдинов, Е.И. Корконосова, Л.Р. Буймуратова, О.А. Шарова, О.В. Томилова. – URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2017/prez/24_antonyan.pdf (дата обращения: 08.06.2018).
12. Slater D. Consumer Culture & Modernity. – Cambridge: Polity Press, 1998. – 139 p.
13. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015: 70/186 Consumer protection [Электронный ресурс]. – URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_ru.pdf (дата обращения: 08.06.2018).
14. Корчагин В.П., Нарожная В.Л. Экономическая оценка ущерба от людских потерь // Проблемы прогнозирования. – 1998. – № 5. – С. 112.
15. Алексеева Д.Г. Безопасное осуществление банковской деятельности: правовые проблемы // Банковское право. – 2011. – № 1. – С. 35–40.
16. Better regulation in Europe: Executive summaries [Электронный ресурс] // OECD. – 2010. – 157 p. – URL: www.oecd.org/gov/regulatory-policy/45079126.pdf (дата обращения: 08.06.2018).

Осауленко Л.Н. Уязвимость как особая категория потребительского риска // Анализ риска здоровью. – 2018. – № 3. – С. 24–30. DOI: 10.21668/health.risk/2018.3.03

UDC 316.342.6.349

DOI: 10.21668/health.risk/2018.3.03.eng

Read
online



VULNERABILITY AS A SPECIFIC CATEGORY OF CONSUMER RISK

L.N. Osaulenko

Eurasian Economic Commission, Bldg. 1/2 Letnikovskaya Str., Moscow, 115114, Russian Federation

Regulation of legal relationships involving consumers which is adopted in the Eurasian Economic Union countries doesn't highlight peculiarities related to providing consumer rights of specific population groups; people who belong to such groups can't evaluate a situation correctly when they act as consumers due to various reasons, such as their age, physical peculiarities, or some other circumstances.

The author performed this research on the following object: legal relationships which exist between subjects acting on a consumer market, one party here being a consumer who is more vulnerable than others around due to his or her age or disability.

The research goal was to give a definition for "vulnerability" as a specific category of consumer risk which determines basic mechanisms of consumer rights protection.

© Osaulenko L.N., 2018

Lidiya N. Osaulenko – Candidate Of Jurisprudence, Head of Consumer Rights Protection Division at Department for Sanitary, Phytosanitary and Veterinary Measures (e-mail: osaulenko@eecommission.org; tel.: +7 (495) 669-24-00 (ext. 5180)).

To achieve this, the author analyzed and assessed consumer risks which occur in such situations when consumers are under a certain age, elderly people, or disabled people. The paper also dwells on some peculiarities of deals which are made by people from the above-mentioned population groups.

The performed research allowed to characterize a consumer "vulnerability" as an increased risk that a deal made by a consumer can have negative consequences due to his or her social or behavioral peculiarities. These peculiarities are shown to influence a person's ability to obtain or understand information; to make a free choice on a product or service; to perceive certain marketing practices adequately (perception of aggressive advertising); being financially capable to make deals. It was proved that specific population groups (young or elderly people, disabled people) are especially prone to consumer risks due to their age or physiologic peculiarities. People from such groups are too gullible and usually unable to adequately estimate all the consequences of a deal they have just made; they can also have limited physical abilities to fulfill their right to cancel a deal they made in due time.

Having performed this research, the author came to a conclusion that it is advisory to spot out specific groups of "vulnerable" consumers in order to protect their rights in a more proper way; it is necessary to supplement legislation on consumer rights protection with specific norms which can help to protect their rights and legitimate interests. As all the EEU countries are now trying to integrate their development processes, common grounds and approaches to national legislation development should be found in international legal acts adopted by the Eurasian Economic Union (EEU).

Key words: consumer, consumer behavioral risks, consumer protection, disabled people, elderly people, under-age people, consumer risks, risk assessment, vulnerability, the Eurasian Economic Union legislation.

References

1. Golub N.I. Klassifikatsiya riskov v lichnom potreblenii [Classification of risks related to private consumption]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1999, no. 8, pp. 139–141 (in Russian).
2. Heuze V. Une reconsideration du principe de reparation integrale. *Cycle Risques, assurances, responsabilite – Groupe de travail sur «Incertitude et reparation», Cour de Cassation*. Paris, 2005. Available at: https://www.courdecassation.fr/venements_23/colloques_activites_formation_4/2005_2033_publique_incertitude_8058.html (16.11.2014).
3. Robertson Thomas S. Consumer behavior. Cambridge, Harvard University, 1999, 800 p.
4. Vasilenko I.V., Tkachenko O.V. Sotsial'nyi risk: k opredeleniyu ponyatii [Social risk: to the definition of the concept]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2014, no. 3, pp. 32–45 (in Russian).
5. Zabolovaniya pishchevogo proiskhozhdeniya [Food-related diseases]. *Vsemirnaya organizatsiya zdavookhraneniya: ofitsial'nyi sait*. Available at: http://www.who.int/foodsafety/areas_work/foodborne-diseases/ru/ (08.06.2018) (in Russian).
6. Protecting consumers in a globalised world: time for a global approach to product safety? *Consumers International: ofitsial'nyi sait*. Available at: <https://www.consumersinternational.org/news-resources/blog/posts/a-global-approach-to-product-safety/> (08.06.2018).
7. World report on disability. *World Health Organization*. Available at: http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/report/en/ (08.06.2018).
8. 10 faktov ob invalidnosti [10 facts about disability]. *Vsemirnaya organizatsiya zdavookhraneniya: ofitsial'nyi sait*. Available at: <http://www.who.int/features/factfiles/disability/ru/> (08.06.2018) (in Russian).
9. 10 faktov o starenii i zdorov'e [10 facts about growing old and health]. *Vsemirnaya organizatsiya zdavookhraneniya: ofitsial'nyi sait*. Available at: http://www.who.int/features/factfiles/ageing/ageing_facts/ru/ (08.06.2018) (in Russian).
10. Psikhicheskoe zdorov'e i pozhilye lyudi [Mental health and elderly people]. *Vsemirnaya organizatsiya zdavookhraneniya: ofitsial'nyi sait*. Available at: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs381/ru/> (08.06.2018) (in Russian).
11. Antonyan S.S., Imaeva G.R., Aimaletdinov T.A., Korkonosova E.I., Buimuratova L.R., Sharova O.A., Tomilova O.V. Finansovoe povedenie pozhilykh lyudei v Rossii v kontekste digitalizatsii: Issledovanie CGAP/NAFI [Financial behavior of elderly people in Russia in the context of digitalization: research performed by CGAP/NAFI (National Agency for Financial Research)]. Available at: https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2017/prez/24_antonyan.pdf (08.06.2018) (in Russian).
12. Slater D. Consumer Culture & Modernity. Cambridge, Polity Press, 1998, 139 p.
13. Resolution adopted by the General Assembly on 22 December 2015: 70/186 Consumer protection. Available at: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditccplpmisc2016d1_ru.pdf (08.06.2018).
14. Korchagin V.P., Narozhnaya V.L. Ekonomicheskaya otsenka ushcherba ot lyudskikh poter' [Economic assessment of damages caused by population losses]. *Problemy prognozirovaniya*, 1998, no. 5, pp. 112 (in Russian).
15. Alekseeva D.G. Bezopasnoe osushchestvlenie bankovskoi deyatel'nosti: pravovye problemy [Safe banking activities: legal issues]. *Bankovskoe pravo*, 2011, no. 1, pp. 35–40 (in Russian).
16. Better regulation in Europe: Executive summaries. *OECD*, 2010, 157 p. Available at: www.oecd.org/gov/regulatory-policy/45079126.pdf (08.06.2018).

Osaulyenko L.N. Vulnerability as a specific category of consumer risk. Health Risk Analysis, 2018, no. 3, pp. 24–30. DOI: 10.21668/health.risk/2018.3.03.eng

Получена: 20.06.2018

Принята: 09.07.2018

Опубликована: 30.09.2018