ОТ РЕДАКЦИИ

Деятельность в сфере розничной торговли и потребительских отношений представляет собой многогранные, разноплановые и порой сложные связи, возникающие у продавца: закупка и взаимодействие с производителями, дистрибьюция и логистические операции по распределению товара среди торговых объектов, маркетинг и продвижение продукта, реализация и, конечно, постпродажное обслуживание покупателей. При этом все указанные отношения преследуют одну конечную цель — привлечь внимание, удовлетворить потребности покупателей, сохранить их лояльность.

Вместе с тем широкая палитра прав, предоставленных потребителям, а также высокая степень патернализма как в системе правового регулирования, так и при рассмотрении отдельных исков покупателей в ряде случаев демотивирует розничных продавцов разрешать разногласия в досудебном порядке, что отрицательно сказывается на отношениях между потребителями и ритейлерами, а равно увеличивает нагрузку на судебную систему.

Наконец, диджитализация повседневной жизнедеятельности обычных граждан подталкивает коммерсантов к развитию новых технологий продаж, общения с потребителями и разрешения возникающих с ними споров.

Все сказанное подчеркивает значимость отмеченных аспектов с точки зрения юридической науки и актуальность вопросов, освещаемых в рамках настоящего номера журнала «Закон».

Валерий Белов,

руководитель группы «Розничная и Оптовая торговля»
юридического департамента *INGKA GROUP RUSSIA*,
консультант номера по теме «Защита прав потребителей»

Loaded: 20-05-2024 AMt 05:17:21