

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра

«Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.03.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Гражданско-правовой

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему «Проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров»

Обучающийся

Д.В. Михненко

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

С.В. Кузьмин

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2023

Аннотация

Актуальность темы исследования обуславливается тем, что, несмотря на обширную нормативно-правовую базу, которая регламентирует общие вопросы, связанные с защитой прав потребителей, наблюдается недостаточность правового регулирования применительно к отдельным правоотношениям, отличающимся своей особой спецификой и разнообразием, в том числе, спецификой прав потребителей при продаже товаров, что требует дальнейшего детального изучения данной темы как на теоретическом, так и на практическом уровне в целях выработки возможных путей решения выявленных проблемных аспектов.

Цель исследования – изучение понятия, особенностей и проблем правового регулирования защиты прав потребителей при продаже товаров в Российской Федерации.

Задачи исследования:

- охарактеризовать правовое регулирование вопросов защиты прав потребителей в РФ;
- определить права потребителей при продаже товаров;
- рассмотреть проблему исчисления сроков предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров;
- охарактеризовать проблемы определения причин возникновения недостатков товара;
- проанализировать иные проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, две главы, заключение, список используемой литературы и используемых источников. Объем работы составляет 60 страниц.

Оглавление

Введение	4
Глава 1. Общие вопросы правового регулирования защиты прав потребителей	7
1.1. Источники правового регулирования вопросов защиты прав потребителей в РФ.....	7
1.2. Права потребителей при продаже товаров	14
Глава 2. Отдельные проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров	26
2.1 Проблема исчисления сроков предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров	26
2.2 Проблемы определения причин возникновения недостатков товара	33
2.3 Иные проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров	41
Заключение	50
Список используемой литературы и используемых источников	53

Введение

На сегодняшний день институт защиты прав потребителей приобретает важнейшее значение. Значимость института защиты прав потребителей во многом объясняется и тем обстоятельством, что фактически каждая сфера общественной жизни современного человека обуславливает возникновение целого ряда потребностей в определенных товарах, работах и услугах. В свою очередь, процесс удовлетворения потребностей посредством приобретения необходимых товаров и услуг непосредственно связан с одновременным наделением гражданина правовым статусом потребителя и, как следствие, распространением на него сферы действия Закона РФ от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» [18].

В целом, действующее в Российской Федерации законодательство, регулирующее правоотношения с участием потребителей, включая вышеуказанный закон, ориентировано на усиление организационных и правовых гарантий защиты прав потребителей. В то же время, правоприменительная практика по спорам с участием потребителей свидетельствует о том, что споры по данной категории дел имеют действительно большой удельный вес в общем количестве дел, подлежащих рассмотрению судами общей юрисдикции и мировыми судьями. Одно из распространенных нарушений проявляется в стремлении хозяйствующих субъектов, функционирующих в качестве профессиональных участников рыночного оборота, извлечь максимум преимуществ за счет более слабой стороны – потребителя. Соответственно, основная задача законодателя и правоприменительных органов состоит в выработке мер, направленных на достижение разумного и правомерного баланса между интересами сторон.

Таким образом, актуальность выбранной темы обуславливается тем, что, несмотря на обширную нормативно-правовую базу, которая регламентирует общие вопросы, связанные с защитой прав потребителей, наблюдается недостаточность правового регулирования применительно к

отдельным правоотношениям, отличающимся своей особой спецификой и разнообразием, в том числе, спецификой прав потребителей при продаже товаров, что требует дальнейшего детального изучения данной темы как на теоретическом, так и на практическом уровне в целях выработки возможных путей решения выявленных проблемных аспектов.

Целью исследования данной выпускной квалификационной работы является изучение понятия, особенностей и проблем правового регулирования защиты прав потребителей при продаже товаров в Российской Федерации.

Для достижения указанной цели поставлены следующие задачи:

- охарактеризовать правовое регулирование вопросов защиты прав потребителей в РФ;
- определить права потребителей при продаже товаров;
- изучить проблему исчисления сроков предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров;
- охарактеризовать проблемы определения причин возникновения недостатков товара;
- проанализировать иные проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров.

Объектом исследования выступает комплекс общественных отношений, складывающихся в процессе реализации товаров потребителям и специфика защиты прав потребителя в данной сфере.

Предмет исследования – положения действующего законодательства по вопросам защиты прав потребителей при продаже товаров, научная и учебная литература, материалы правоприменительной практики в указанной сфере.

Теоретическую основу исследования составили научные труды авторов, изучавших вопросы защиты прав потребителя при продаже товаров, таких как Е.А. Иванова, Е.В. Кириллова, А.Т. Ахметова, О.С. Микаелян,

Е.О. Нарыгина, Ю.И. Невакшонова, Е.А. Талабаева, Л.А. Халилова, О.Д. Федорова и других.

Нормативную основу исследования составили положения Конституции РФ, ГК РФ, Закон РФ от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», другие нормативные акты в данной сфере.

Эмпирическая основа исследования представлена материалами правоприменительной практики по теме исследования.

Методологическую основу исследования составил ряд общенаучных методов познания, среди которых можно выделить анализ, синтез, системно-структурный и логический анализ. Также, в ходе исследования применялись частные методы познания, присущие юриспруденции – формально-логический, сравнительно-правовой.

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, две главы, заключение, список используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Общие вопросы правового регулирования защиты прав потребителей

1.1 Источники правового регулирования вопросов защиты прав потребителей в РФ

Формирование современных правовых основ защиты прав потребителей происходило в непростых условиях трансформации российского общества после распада Советского Союза в 1991г., когда исходя из отдельных достижений советской правовой доктрины, но еще не обладая необходимым опытом развития основ рыночной экономики, государство сумело создать прочную основу, разработав и приняв Закон РФ от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» в целях обеспечения последующего развития специального законодательства о защите прав и законных интересов гражданина-потребителя, как одного из наименее защищенных участников рыночных отношений. В настоящее время, данный закон остается основным федеральным законом, определяющим права потребителя и юридические гарантии их защиты.

Принятие Закона 07.02.1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» создало основу для осуществления целостной государственной политики в области защиты прав потребителей. Как отмечают исследователи, «впервые в стране возникла национальная система органов защиты прав потребителей, которую образовали федеральный антимонопольный орган и его территориальные управления; федеральные органы исполнительной власти и их территориальные подразделения, осуществляющие контроль качества и безопасности товаров (работ, услуг); органы местного самоуправления; общественные объединения потребителей» [52, с.312]. В современных условиях, элементы, составляющие данную систему, обеспечивают реализацию всего комплекса мер по разработке и реализации государственной политики в сфере защиты прав потребителей на

федеральном, региональном и муниципальном уровнях.

Согласно ст.ст.1, 7 Конституции РФ, «Российская Федерация – правовое, демократическое и социальное государство, одной из приоритетных целей государства является обеспечение достойных условий жизни граждан и защита прав личности» [21]. В силу ст.2 Конституции РФ, «человек, его права и свободы являются высшей ценностью в России» [21]. Права потребителя прямо не закрепляются Конституцией РФ, вместе с тем, ч.1 ст.55 Конституции РФ прямо предусматривает, что закрепление в Основном Законе основных прав и свобод не может трактоваться как отрицание или умаление иных прав и свобод. Конституционные и иные права граждан гарантируются определенными стандартами и требованиями, предъявляемыми к товарам, работам и услугам.

Законодательство о защите прав потребителей составляют нормативно-правовые акты, принимаемые лишь на федеральном уровне (в силу п. «о» ст.71 Конституции РФ, гражданское законодательство находится в ведении Российской Федерации). На данный факт указывают и нормы ст.1, ст.26.2 и ст.39.1 Закона 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». Это исключает возможность нормативно-правового регулирования отношений с участием потребителей, иначе как федеральными законами, указами Президента РФ и Постановлениями Правительства РФ, которые являются обязательными для продавца и потребителя, изготовителя, исполнителя, уполномоченной организации или индивидуального предпринимателя, (импортера) [18].

Таким образом, нормативно-правовые акты субъектов РФ и муниципальных образований, определяющие требования в области защиты прав потребителей, являются юридически ничтожными. Пункт 2 ст.1 Закона 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» специально запрещает Правительству РФ поручать федеральным органам исполнительной власти принимать акты, содержащие нормы о защите прав потребителей. Как отмечают исследователи, «данное положение призвано, в

том числе, исправить ошибку советских законодателей, долгое время предпочитавших регулировать подобные проблемы на уровне подзаконных нормативных актов, игравших ключевую роль в сравнении с кодифицированным законодательством. При этом в законодательстве, направленном на обеспечение государственной защиты прав потребителей, значительную роль играют ведомственные нормативные акты» [17, с.244]. Таким образом, подзаконное нормативно-правовое регулирование продолжает играть значимую роль в защите прав потребителей, несмотря на снижение его значения в сфере правового регулирования в целом. Они принимаются федеральными органами государственного управления, на которые возложены контроль и надзор за безопасностью товаров, работ и услуг, соблюдением законодательства о защите прав потребителей: Федеральной антимонопольной службой, Федеральной службой по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии и т.д. Ключевым федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным в области защиты прав потребителей, является Роспотребнадзор.

Основой правового регулирования отношений в области защиты прав потребителей является части 1 и 2 ГК РФ [13], нормы которого в части защиты прав потребителей носят общий характер. Так, «ГК РФ содержит главы и параграфы, нормы которых регламентируют заключение и исполнение договоров с участием потребителей (например, § 2 гл.30 о розничной купле-продаже; § 2 гл.37 о бытовом подряде, гл.39 о договорах услуг, гл.44 о договоре банковского вклада и др.)» [30, с.319].

В то же время, как справедливо отмечают исследователи, «нормы гражданского законодательства не в полной степени рассчитаны на эффективное регулирование мер по защите прав потребителей. В таких условиях существует объективная необходимость в дальнейшем развитии специального законодательства о защите прав потребителей, охватывающего отношения и содержащего нормы права, признающие приоритет интересов

потребителей во взаимоотношениях с изготовителями, продавцами и исполнителями на рынке товаров и услуг» [32, с.247]. Закон 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» применяется независимо от того, содержится ли ссылка на него в ГК РФ. Приоритет интересов потребителей, как уязвимой стороны рассматриваемых правоотношений, целесообразен с точки зрения развития потребительской экономики и общества, обеспечения прав потребителя, как уязвимой стороны договора купли-продажи. Право потребителя на замену приобретенного товара, в частности, является одним из ключевых прав потребителя, подлежащих защите в особом, определенном рамках федерального закона, порядке.

Необходимо отметить, что Постановление Пленума Верховного суда РФ от 28 июня 2012г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» существенно расширило сферу правового регулирования, подпадающую под законодательство о защите прав потребителей. Верховный Суд РФ постановил, что «нормативная база по защите прав потребителей распространяется, в том числе, и на: отношения сторон предварительного договора, если они не связаны с занятием предпринимательской деятельностью; по оказанию медицинских услуг гражданам, оказываемых им медицинскими организациями в рамках добровольного и обязательного страхования; отношения с участием граждан, обладающих правом на социальную помощь со стороны государства, использующие в рамках ее реализации товары или услуги; отношения, связанные с оказанием посреднических услуг индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами на рынке сделок с недвижимостью; отношения, возникающие из договора страхования (личного и имущественного); отношения, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности физическим лицом в нарушение требований законодательства о регистрации в качестве индивидуального предпринимателя и прочее» [37].

Несмотря на это, отдельные исследователи отмечают, что указанное

Постановление Верховного Суда РФ не определяет круг отношений, регулируемых Законом от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», что обуславливает неопределенность круга правового регулирования [25, с.952]. Вместе с тем, п.1 данного Постановления ограничивает этот круг, прежде всего, участием потребителя в правоотношениях, а именно любое правоотношение, в котором принимает участие потребитель, подпадает под действие указанного законодательства. О.Д. Федоров в данной связи отмечает, что «перечисление отдельных видов отношений с участием потребителя связано с необходимостью их детализации в целях недопущения отказа потребителям в защите прав с использованием норм Закона» [50, с.215]. В связи с этим, необходимо отметить важность определения признаков потребителя, правоотношений с его участием в сравнении с иными покупателями, предпринимательскими и иными гражданскими правоотношениями, не связанными с потреблением.

Примечательно, что законодательство о защите прав потребителей не систематизировано, а именно регулируется рядом правовых актов, нормы которых нередко недостаточно согласуются друг с другом.

Сложность гражданско-правового регулирования отношений, в которых участвует потребитель, обусловлена сложной структурой таких отношений, что во многом связано с развитием торговли и появлением новых форм предпринимательства, усложнением характера взаимоотношений между потребителями и предпринимателями, поскольку рассматриваемые отношения весьма динамичны, законодательство о защите прав потребителей все еще находится на стадии становления. Развитие экономики современной России лишь способствует таким процессам.

В настоящее время структура гражданско-правового законодательства включает две крупные группы: акты, регулирующие правоотношения в сфере торговли и акты, регулирующие аналогичные отношения, возникающие при оказании услуг, выполнении работ.

К первой группе принадлежат такие акты специального

законодательства, как Федеральные законы от 27 декабря 2002г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» [48], от 2 января 2000г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» [47], от 30 марта 1999г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» [49] и т.д. В регулировании отношений, связанных с продажей товаров, значительную роль играют Постановления Правительства РФ, устанавливающие правила продажи товаров и более подробно регулирующие отдельные механизмы осуществления прав потребителя – в качестве примера можно назвать Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2020г. № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» [38]. Как известно, «специальные» законы применяются в приоритетном порядке при наличии коллизий с нормами ГК РФ, иными нормативно-правовыми актами «общего» характера, за исключением Конституции РФ.

Как отмечают исследователи, «несмотря на значительное число законодательных актов, проблема эффективной защиты прав потребителей не решена, что предопределяет интерес к дальнейшему развитию законодательства РФ о защите прав потребителей, в связи с чем периодически выдвигаются идеи разработки и принятия Потребительского кодекса в России» [52, с.313]. Идеи кодификации законодательства о защите прав потребителей связаны с наличием немалого числа нормативно-правовых актов, регулирующих разнообразные правоотношения, связанные с защитой прав потребителей товаров, работ и услуг. Вероятно, подобные идеи являются передовыми, и, учитывая повышенный интерес руководства России

к проблемам граждан-потребителей, не лишены определенного смысла. Однако, учитывая продолжительные дискуссии по поводу целесообразности разделения гражданского и хозяйственного (предпринимательского), гражданского и торгового права, принятия Хозяйственного (Предпринимательского) кодекса РФ, даже на развитие подобных идей и кодификацию правовых основ о защите прав потребителей уйдут долгие годы.

Как справедливо отмечают в данной связи исследователи, преобладание публично-правового регулирования в сфере предпринимательской деятельности, широкое применение императивного метода правового регулирования будут приводить к установлению не системы защиты прав потребителя, а системы защиты от потребителя [14, с.49]. Вместе с тем, и Кодекс о защите прав потребителя не станет универсальным актом, который приведет к окончанию дискуссий и разрешению спорных вопросов. Кодификация правового регулирования в рассматриваемой сфере спровоцирует обратный эффект: снижение эффективности регламентации отношений с участием потребителей. Чрезмерная кодификация, равно как и необоснованное выделение новых отраслей права, объективно влечет дробление правовой системы и снижение эффективности права, как средства урегулирования социальных отношений.

Приоритет защиты прав и законных интересов потребителя по сравнению с правами и свободами продавца, изготовителя, иных лиц необходимо сочетать с обеспечением приемлемого баланса прав и законных интересов сторон потребительских отношений. Данные правоотношения не ограничиваются лишь нормами гражданского законодательства, поскольку права потребителя защищаются не только в судебном, но и в административном порядке: следовательно, к рассматриваемым правоотношениям применяются нормы административного, уголовного, иных отраслей публичного права (конституционного, экологического и т.д.). Административными органами, уполномоченными осуществлять защиту

прав потребителя, являются уполномоченные органы государственной исполнительной власти. Публично-правовые начала данного института обусловлены необходимостью защиты прав и законных интересов как потребителя, так и неопределенного круга лиц, являющихся потребителями.

В то же время, защита прав потребителей – прежде всего, институт гражданского права, поскольку основанием возникновения рассматриваемых правоотношений являются договоры купли-продажи и оказания услуг. Потребители – обязательно граждане, иные физические лица, чьи права и законные интересы подлежат особой правовой защите в порядке, установленном гражданским и иными отраслями федерального законодательства. Свобода договора, в данном случае, ограничивается нормами законодательства РФ.

Можно сформулировать общий вывод, что защита прав потребителей – межотраслевой институт федерального законодательства. Данный институт, оставаясь частью гражданского законодательства РФ, охватывает нормы торгового и предпринимательского, иных отраслей частного права, связанных с гражданским правом. Исследуемые правоотношения регулируются большим числом законодательных актов, при этом, кодификация законодательства о защите прав потребителей возможна лишь в отдаленной перспективе.

1.2 Права потребителей при продаже товаров

В соответствии с Законом от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», потребитель – «гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [18].

Исходя из буквального толкования данной дефиниции, можно

выделить ряд характерных признаков, каждый из которых имеет самостоятельное юридическое значение.

Первоочередным признаком является принадлежность лица как субъекта гражданского права к категории граждан, которые имеют намерение заказать или приобрести товары (работы, услуги). Сущностное содержание данной правовой конструкции сводится к тому, что определенная часть норм Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» может иметь непосредственное применение до возникновения конкретного правоотношения между изготовителем (продавцом, исполнителем) и потребителем, то есть на преддоговорной стадии. Соответственно, наличие указанного признака смещает стадию правового регулирования взаимоотношений сторон на более ранний преддоговорный этап. Данный вывод имеет достаточно важное практическое значение, поскольку «корреспондирует с положениями ст.426 ГК РФ о публичном договоре, устанавливающим запрет для лица, осуществляющего предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность, оказывать какие-либо предпочтения одному лицу перед другим в отношении заключения публичного договора, за исключением случаев, предусмотренных законом или иными правовыми актами» [23, с.136].

Как справедливо отмечают Л.А. Халилова, Е.А. Иванова, «из легального определения следует, что потребителем признается гражданин, который заказывает, приобретает товары (работы, услуги). Данный признак связан с началом возникновения конкретного правоотношения, основными участниками которого выступает потребитель и индивидуализированный продавец (изготовитель) либо исполнитель» [51, с.665].

Принципиально важен признак, признающий потребителем гражданина, непосредственно использующего товары (работы, услуги). Как отмечают исследователи, «содержание данного признака состоит в том, что потребителем признается не только гражданин, который приобрел товар или заказал какую-либо работу (услугу), но и гражданин, который фактически

использует определенный товар, работу (услугу) на законном основании» [50, с.214]. Важно отметить, что действующее законодательство предусматривает целый ряд частных случаев, при которых использование определенных видов товаров допустимо только для граждан, которые надлежащим образом заключили договор с продавцом. Кроме того, действующее законодательство предусматривает ограничения применительно к отдельным видам товаров. В частности, продажа определенных видов оружия допустима при условии наличия у гражданина, являющегося приобретателем оружия, лицензии на его приобретение и последующей регистрации, осуществляемой в обязательном порядке [28, с.250].

Одним из главных признаков, который позволяет квалифицировать лицо в качестве потребителя, является цель приобретения товара (работы, услуги): исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. В данном случае, законодатель исходил из описательного характера целей приобретения товара (работы, услуги) [33, с.130].

Как показывает анализ судебной практики, указанный признак представляет некоторые сложности в части оценки. В большинстве случаев при решении вопроса о наличии у лица статуса потребителя, суд акцентирует особое внимание на такой составляющей, как отсутствие статуса предпринимателя, в то время как характер цели лица не всегда подлежит учету, что порождает ошибки. Можно привести пример из судебной практики, когда суд апелляционной инстанции счел «обоснованным вывод суда первой инстанции о том, что заказанное истцом станочное оборудование является тяжелым промышленным оборудованием, используемым в целях вторичной обработки древесных материалов. Установлено, что оно предназначено исключительно для реализации промышленных объемов производства, а потому не может быть использовано по назначению в бытовых условиях» [34].

Необходимо отметить, что длительное время как на доктринальном, так и на практическом уровне велись весьма неоднозначные дискуссии относительно возможности внесения изменений в легальное определение «потребитель», которые продолжаются и по сей день. В частности, одни авторы придерживаются позиции, которая базируется на расширении легальной дефиниции «потребитель» за счет юридических лиц, аргументируя свою позицию тем, что «во многих сферах и юридические лица выступают в качестве непрофессиональных участников гражданского оборота, нуждающихся в дополнительной защите» [19, с.127]. Иной аргумент сторонников анализируемого подхода сводится к тому, что не исключены случаи приобретения юридическими лицами отдельных товаров (работ, услуг) для целей, не связанных с осуществлением профессиональной деятельности [19, с.128].

Существует и диаметрально противоположная позиция, сторонниками которой выступает, например, Т.П. Заболоцкая. По мнению данного автора, отсутствует объективная необходимость в наделении юридических лиц такими преимуществами, которые предусмотрены для граждан-потребителей, в виду того, что «организации, в отличие от граждан, имеют свои финансовые, бухгалтерские, юридические службы, а потому не нуждаются в специальных средствах защиты, которые гарантируются законом более слабой стороне» [17, с.245].

Действительно, специфика гражданско-правового механизма ответственности гарантирует комплексную защиту прав и законных интересов юридических лиц, выступающих как профессиональный участник гражданского оборота, обладающий определенным уровнем компетенций, а потому предусматривать дополнительные гарантии и способы защиты, которые предоставляются потребителям, в данной ситуации не является целесообразным.

Таким образом, принимая во внимание то обстоятельство, что подобный опыт положительно воспринят европейским сообществом, его

заимствование не будет отвечать критерию эффективности и своевременности.

Безусловно, потребитель имеет большой объем прав при приобретении товаров, работ и услуг, который непосредственно закреплен в действующем законодательстве. При этом, право потребителя можно рассматривать в различных аспектах.

Определение «права потребителей» вытекает из понятий «субъективное право» и «субъективное гражданское право». При этом, как отмечают исследователи, права потребителей – «предусмотренные законодательством о защите прав потребителей возможности, которые направлены на удовлетворение законных интересов потребителей» [51, с. 663].

Правовая доктрина выделяет субъективное право и объективное. Данные понятия схожи, но в них есть существенные отличия – если субъективное право неразрывно с личностью и принадлежит именно данной личности, то объективное право представляет целый массив юридических норм [45, с.117].

Лицо может использовать свое субъективное право в различных аспектах. Так, субъективное право может использоваться посредством обращения лица к государственным и иным компетентным органам. Его проявление может быть выражено с помощью требований о совершении обязанным лицом определенных действий. Также, лицо может и иными действиями осуществлять свое субъективное право – главное условие, чтобы все его действия не противоречили действующему законодательству.

Субъективное право напрямую взаимосвязано с индивидом, который и является обладателем данных прав, но данные права могут осуществляться в полной мере при определенном поведении правообязанных лиц. Главным аспектом для субъективного права, без которого его осуществление невозможно, является закрепление соответствующего права в действующем законодательстве [46, с.79].

Преамбула Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» закрепляет общие права потребителей: «приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), о владельцах агрегаторов информации о товарах (услугах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов» [18].

Также, ст.18 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» выделяет такие специальные права потребителя при продаже товара, например:

- права на замену, устранение недостатков или возврата уплаченной суммы при продаже товаров ненадлежащего качества;
- право на обмен товара при продаже товаров надлежащего качества.

Следует начать с основополагающего права, которое является предпосылкой для осуществления иных гарантированных потребителям прав. Таковым является предусмотренное в ст.8 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» право потребителя на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце) и о товарах.

Как можно заметить, данное право является комплексным и условно подразделяется на две группы: право на информацию о товаре и право на информацию о контрагенте. В законе содержатся требования относительно объема и содержания информации, которая должна быть предоставлена в обязательном порядке. При этом, установлено, что предоставляемая информация должна отвечать критериям необходимости и достоверности.

Переходя к рассмотрению указанных критериев, можно отметить, что, как показывает анализ базового и специального законодательства, включая подзаконные акты в сфере защиты прав потребителей, правовая регламентация данных категорий отсутствует. В частности, не наблюдается регламентации их содержания в специальном федеральном законе, несмотря

на то, что положения данного нормативно-правового акта предусматривают достоверность информации в качестве основополагающего принципа правового регулирования отношений в информационной сфере.

В свою очередь, на доктринальном уровне относительно первого критерия признается распространенным подход, в соответствии с которым под необходимой информацией надлежит понимать тот максимально достаточный объем сведений и соответствующих знаний об основных свойствах и характеристиках, присущих определенному товару и способствующих их правильному (компетентному выбору) потребителем [53, с.229].

Что касается критерия достоверности информации, сложившаяся практика исходит из его толкования с точки зрения полного соответствия содержащихся в нем сведений действительным характеристикам и свойствам, присущим тому или иному товару.

Обозначенные критерии принято относить к категории основных. Однако, детальный анализ положений ст.8 и ст.10 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» позволяет выделять ряд факультативных критериев, которым должна отвечать предоставляемая потребителям информация: доступность, наглядность, а также своевременность.

Необходимо отметить, что в действующем законодательстве в сфере защиты прав потребителей применительно к данному праву заложен подход, в соответствии с которым в основе предоставления информации о товаре, работе или услуге должно быть обеспечение компетентного выбора. Во многом, данная задача достигается посредством предоставления информации о назначении, качестве, основных потребительских свойствах, условиях использования, а также гарантиях, обеспечивающих потребителям возможность быть полноценно осведомленными не только о конкретных товарах, но и о лицах, которые их реализуют.

Такой подход полностью согласуется с целями и задачами, обозначенными в Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030г., утвержденной Распоряжением Правительства РФ от 28.08.2017г. № 1837-р, в которой указано, что «одна из приоритетных задач состоит в комплексном способствовании просвещению и информированию потребителей» [42].

Проанализированное право тесно корреспондирует с предусмотренным в ст.4 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» правом потребителя на надлежащее качество товара, работы, услуги, а потому представляется логичным перейти к его рассмотрению.

Как показывает анализ действующего законодательства, легальное определение понятия «качество товара» содержится в подзаконном акте – ГОСТ Р 51303-2013 «Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения», в п.164 которого указано, что «качество товара – совокупность потребительских свойств товара, соответствующих установленным требованиям, в том числе условиям договора купли-продажи или иным аналогичным» [41].

Буквальное толкование данной терминологической единицы свидетельствует о правовой неопределенности, поскольку не позволяет однозначно выделить критерии, определяющие категорию качества.

В свою очередь, исходя из анализа ст.4 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», можно выделить четыре критерия, наличие которых позволяет утверждать о надлежащем качестве товара:

- качество передаваемого товара должно соответствовать условиям заключенного договора;
- при отсутствии в договоре соответствующих условий, товары должны быть пригодны для целей, для которых товар такого же рода обычно используется;
- должны соответствовать заявленным целям, о которых потребитель был поставлен в известность продавцом;

- соответствие обязательным требованиям, предусмотренным действующим законодательством, включая различные технические регламенты и стандарты.

Вместе с тем, буквальное толкование ст.4 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» позволяет прийти к выводу о том, что в ней отсутствует прямое указание относительно того, следует ли признавать товар некачественными, если он не соответствует вышеуказанным критериям, что приводит к злоупотреблениям.

Кроме того, судебная практика свидетельствует о том, что, как правило, при оценке качества выполненной работы не возникает особых сложностей, в то время как механизм оценки качества оказываемых услуг отличается неясностью и неоднозначностью, поскольку отсутствует какой-либо о вещественный результат, который может быть подвергнут объективному анализу в форме комплексной экспертизы.

Как показывает анализ судебной практики, в подавляющем большинстве дел, предметом рассмотрения которых выступает договор купли-продажи, распространенным нарушением является ненадлежащее качество товаров. Обобщая судебные решения по данной категории дел, важно отметить следующую особенность, которая отчетливо отражает проблемы правового регулирования: на покупателя возлагается обязанность по доказыванию не только факта, подтверждающего наличие имеющихся в товаре недостатков по качеству, но и причинно-следственной связи между нарушенным правом на приобретение товара надлежащего качества и возникшими в связи с этим убытками [39].

Не менее важным является закрепленное в ст.7 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» право потребителя на безопасность товара.

Безусловная значимость данного права подтверждается тем обстоятельством, что требование, ориентированное на обеспечение безопасности товаров для жизни, здоровья и имущества потребителей,

относится к исключительной категории обязательных и, соответственно, является одной из приоритетных задач, стоящей перед компетентными государственными органами.

Существенная важность такой категории, как безопасность товара, обусловила необходимость раскрытия ее содержания в преамбуле Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», по смыслу которого она предполагает отсутствие недопустимого риска, связанного с причинением вреда для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среде при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации, а также безопасность процесса выполнения работы.

Целям обеспечения безопасности товаров служит система лицензирования и механизм, предусматривающий разработку различных стандартов, содержащих специальные рекомендации и правила применительно к отдельным видам товаров.

В случае выявления недостатков товара, право потребителя, предъявить изготовителю (продавцу, индивидуальному предпринимателю) требование о безвозмездном устранении таких недостатков.

Согласно ст.18 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», потребитель, которому продан товар ненадлежащего качества, если иное не было оговорено продавцом, вправе по своему выбору:

- потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула);
- потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
- потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;

- отказаться от исполнения договора купли – продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы.

Еще одно право потребителя – право на обмен товара надлежащего качества. Это право закреплено положениями ст.502 ГК РФ и ст.25 Закона от 7 февраля 1992г. №2300-1 «О защите прав потребителей».

При этом, существуют товары, не подлежащие обмену. Так, обмен недовольственного товара надлежащего качества может быть произведен, если указанный товар не был в употреблении, сохранены его товарный вид, потребительские свойства, пломбы, фабричные ярлыки, а также имеется товарный чек или кассовый чек либо иной подтверждающий оплату указанного товара документ.

Отсутствие у потребителя товарного чека или кассового чека, не лишает его возможности сослаться на свидетельские показания. В случае, если аналогичный товар отсутствует в продаже на день обращения, потребитель вправе отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной денежной суммы.

Требование потребителя подлежит удовлетворению в течение трех дней со дня возврата товара.

Проведенное исследование позволяет сформулировать вывод, что права потребителя при продаже товаров включают в себя целый комплекс общих и специальных прав.

Право потребителя на информацию о товаре является комплексным. В законе содержатся требования относительно объема и содержания информации, которая должна быть предоставлена в обязательном порядке. Такая информация должна отвечать критерию необходимости и достоверности.

Потребитель имеет право на приобретение товара надлежащего качества, отвечающего требованиям безопасности. При этом, как справедливо отмечают исследователи, «действующее законодательство устанавливает обязательные требования к товарам, выраженные в

технических регламентах. Соответственно, соблюдение этих требований обеспечивается мерами публичной ответственности, и потребитель фактически имеет право на качество товара, не вступая в отношения с продавцом» [53, с.230].

В качестве обобщающего вывода, можно отметить, что перечень проанализированных прав не является исчерпывающим, однако отчетливо подтверждает наличие целого ряда проблемных аспектов, возникающих при их реализации, устранение которых позволит минимизировать возможные формы нарушений и, как следствие, обеспечить для потребителя возможность беспрепятственно осуществлять принадлежащие им права и законные интересы, используя различные механизмы всесторонней и комплексной защиты.

Глава 2. Отдельные проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров

2.1 Проблема исчисления сроков предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров

По общему правилу, установленному в п.1 ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», «потребитель может предъявить требования к продавцу, изготовителю в отношении недостатков товара, если они обнаружены на протяжении гарантийного срока или срока годности. В отношении товаров, на которые гарантийные сроки или сроки годности не установлены, потребитель вправе предъявить указанные требования, если недостатки товаров обнаружены в разумный срок, но в пределах двух лет со дня передачи их потребителю, если более длительные сроки не установлены законом или договором» [18].

Как отмечают исследователи, «гарантийный срок и срок службы товара исчисляются со дня передачи товара потребителю, если договор не предусматривает иное. Если невозможно установить день передачи, указанные сроки исчисляются со дня изготовления товара. Для сезонных товаров (обуви, одежды и т.д.) указанные сроки исчисляются с момента наступления определенного сезона, срок наступления которого определяется субъектами РФ, исходя из климатических условий места нахождения потребителя» [12, с.18].

При этом, «гарантийный срок, срок годности товара являются тем сроком, в течение которого обеспечивается особая правовая защита прав потребителя. По истечении данного срока потребитель, как правило, вправе предъявлять требования уже не продавцу, а изготовителю товара, его импортеру, уполномоченным организации или предпринимателю» [20, с.119].

Условие предоставления подобной защиты основывается на возможности подтверждения потребителем тех фактов, что недостатки товара возникли до его передачи потребителю или по причинам, возникшим до такой передачи (п.5 ст.19 Закона «О защите прав потребителей»), даже по истечении гарантийного срока, срока годности товара, но в пределах двух лет с момента его приобретения. Если возникает такая ситуация, потребитель имеет право предъявить требования, которые указаны в ст.18 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». При этом следует указать, что в случаях, когда данный срок не установлен, он составляет не более двух лет со дня передачи товара потребителю, если закон или договор не предусматривают больших сроков (абз.2 п.1 ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

В случаях продажи товаров по образцам, по почте и в случаях, если момент заключения договора купли-продажи и передачи товара потребителю не совпадают, эти сроки исчисляются со дня доставки товара потребителю. Если потребитель лишен возможности использовать товар вследствие обстоятельств, зависящих от продавца (например, он нуждается в специальной установке, подключении или сборке, ему свойственны определенные недостатки) гарантийный срок не начинается до устранения продавцом подобных обстоятельств. Если день доставки, установки, подключения, сборки товара, устранения зависящих от продавца обстоятельств, вследствие которых потребитель не может использовать товар по назначению, определить невозможно, данные сроки начинают исчисляться со дня заключения договора купли-продажи.

Срок годности товара определяется периодом времени, начиная со дня изготовления товара и до даты, после наступления которой, товар не пригоден к использованию. Срок годности товара должен соответствовать обязательным требованиям к его безопасности [26, с.128].

Гарантийные сроки могут устанавливаться применительно к компонентам и составным частям основного товара. Они исчисляются в

порядке, аналогичном гарантийному сроку на основной товар, считаются равными последнему, если иное не установлено договором. В случае, если на комплектующее или составную часть товара в договоре установлен меньший гарантийный срок, чем срок на основное изделие, потребитель имеет право предъявить требования, связанные с недостатками компонента, составной части товара, при их выявлении, на протяжении гарантийного срока на основной товар, если договор не предусматривает иное. Если на компонент установлен больший гарантийный срок, чем на основное изделие, потребитель может предъявить требование, возникающее из недостатков товара при условии, что эти недостатки выявлены в течение гарантийного срока на товар, независимо от истечения данного срока на основной товар.

Сроки, установленные ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», доводятся до потребителя в информации о товаре, предоставляемой потребителю согласно ст.10 указанного Закона. Истечение этих сроков влечет прекращение права потребителя на предъявление продавцу требований и претензий, связанных с заменой товара ненадлежащего качества, обменом недовольственного товара надлежащего качества. В этих случаях, на потребителя возлагается обязанность доказывания определенных федеральным законом обстоятельств, обосновывающих требования к изготовителю, иным лицам.

Согласно п.6 ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», при выявлении существенных недостатков товара потребитель имеет право предъявить изготовителю (импортеру, уполномоченной организации или индивидуальному предпринимателю) требования о безвозмездном их устранении, если докажет, что они возникли до передачи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента. Это требование может предъявляться, если недостатки товара выявлены по истечении двух лет со дня передачи товара потребителю, в течение установленного на товар срока службы или в течение 10 лет со дня передачи товара потребителю в случае не установления срока службы. Если

данное требование не удовлетворено в течение 20 дней со дня его предъявления потребителем или выявленный им недостаток товара неустраним, потребитель вправе выбрать – предъявлять изготовителю иные, определенные п.3 ст.18 Закона «О защите прав потребителей», требования или вернуть товар изготовителю и потребовать возврата уплаченных денежных средств. Таким образом, выявление существенных недостатков товаров вследствие обстоятельств, возникших до передачи товара потребителю, предполагают более длительный срок защиты права потребителя на замену приобретенного товара, иных его прав. Степень недостатков влияет на специфику защиты прав потребителя, включая более продолжительный срок защиты права при отсутствии определенного срока годности товара.

Необходимо отметить, что п.5 ст.5 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» запрещает реализовывать продовольственные товары без указания срока годности. В случае покупки данного продукта он может подлежать обмену в любой разумный срок. Так, обычный срок годности молока составляет до 10 суток. В случае покупки некачественного молока без срока годности, можно вернуть его на 10-ый день, и, если продавец возразит, укажет на меньший срок годности, установленный на данный товар, то он будет неправ, поскольку на упаковке не был определен срок годности данного товара.

Срок службы товара определяется как период, в течение которого изготовитель обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара по целевому назначению и нести ответственность за его существенные недостатки, в соответствии с действующим законодательством. Срок службы устанавливается на товары длительного пользования, в том числе на комплектующие изделия (детали, узлы, агрегаты), которые по истечении определенного периода могут представлять опасность для жизни, здоровья потребителя, причинять вред его имуществу или окружающей среде.

В законодательстве, также, существует понятие разумный срок, который индивидуален и зависит от вида товара, его свойств и обычного использования. Из п.2 ст.477 ГК РФ следует, что разумный срок для предъявления требований потребителем определяется в пределах 2 лет со дня передачи товара покупателю или в пределах более длительного срока, если такой срок установлен законом или договором купли-продажи. Таким образом, если закон не предусматривает определенного срока, то его разумность может быть определена сторонами в рамках договора. Если стороны не достигли соглашения, могут использоваться обычаи делового оборота, экспертные заключения и другие критерии, принятые на практике.

Практика судов по делам, связанным с указанными видами споров, неоднозначна. Часто возникают ситуации, когда суд заменяет гарантийный срок на исковую давность и рассматривает вопрос о пропуске последнего, вместо того чтобы рассмотреть вопрос о пропуске срока для предъявления требований к продавцу. При этом, суд не учитывает тот факт, что истец не выполнил обязанность по предъявлению требований в течение установленного п.1 ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» гарантийного срока, что может привести к вынесению незаконного и необоснованного решения. В качестве примеров таких дел можно отметить Апелляционное определение Красноярского областного суда от 22 мая 2021г. по делу № 2-1570/2021 «О расторжении договора купли-продажи в связи с обнаружением недостатков товара» [3], Апелляционное определение Пензенского областного суда от 11 июля 2022г. по делу № 2-2014/22 «О расторжении договора купли-продажи в связи с обнаружением недостатков товара» [6].

Как отмечают исследователи, «указанные гражданские дела аналогичны по своей сущности и категории рассматриваемого спора. Обращаясь в суд за защитой своих нарушенных прав вследствие продажи некачественного товара, истцы выбрали способ защиты путем предъявления требований к продавцу, однако обратились к продавцу с претензией за

пределами двухлетнего пресекательного срока для обнаружения недостатков приобретенного товара. В названных судебных актах указано, что ответчик в судебном заседании заявил о пропуске истцом гарантийного срока, который, по его мнению, составляет два года с момента передачи товара-квартиры покупателю, указывая, что недостатки товара обнаружены по истечении этого срока» [25, с.952]. Так, по указанным выше делам, «суд первой инстанции, оценив обстоятельства дела, в решении указывает, что срок исковой давности истцом не был пропущен на момент его обращения в суд с данным иском, сославшись на правовую позицию Конституционного Суда РФ, изложенную в Определении от 24 марта 2015г., согласно которой к спорам по данной категории дел применяются общие правила о сроке исковой давности» [35].

Проанализировав вышеуказанную практику судов, можно сделать вывод о том, что в некоторых случаях суды при рассмотрении дел не учитывают пропуск истцами гарантийного срока для предъявления требований к продавцу, который установлен п.1 ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. №2300-1 «О защите прав потребителей». Как следствие, подлежащие применению нормы права игнорируются. Как отмечают исследователи, «данная ситуация вызывает множество вопросов, учитывая существование значительного количества судебной практики с противоположной позицией судов относительно исчисления момента обнаружения недостатков в товаре и срока предъявления требований к продавцу» [43, с.84].

Так, апелляционным определением Московского областного суда от 9 октября 2021г. по делу № 33-21651/2021 исковые требования были оставлены без удовлетворения в связи с пропуском срока для предъявления требований, связанных с недостатками товара. В частности, суд указал, что «для предъявления требований, связанных с недостатками товара, законом установлен двухлетний срок, который начинает течь со дня передачи товара покупателю либо в пределах более длительного срока, когда такой срок установлен законом или договором купли-продажи. Договором купли-

продажи недвижимости, заключенным между сторонами, не оговорены сроки, в течение которых покупатель может предъявить требования по качеству приобретенного недвижимого имущества. В связи с этим, необходимо руководствоваться п.2 ст.477 ГК РФ, в соответствии с которой данный срок составляет два года с момента передачи товара покупателю» [5].

По другому делу, Судебная коллегия Верховного суда Республики Башкортостан отказала в удовлетворении исковых требований на основании того, что с момента передачи жилого дома истице истек двухлетний установленный для обнаружения недостатков срок. Так, в Апелляционном определении от 28 февраля 2020г. по делу № 33-2987/2020 указано, что «материалами дела подтверждается, что недостатки товара возникли до его передачи покупателю. Однако, при разрешении спора суд не применил нормы материального права, подлежащие применению к спорному правоотношению, что повлекло необоснованный вывод о наличии оснований для удовлетворения иска. Поскольку, в данном случае, с момента передачи жилого дома истице двухлетний срок, установленный для обнаружения недостатков, истек, то требования о соразмерном уменьшении покупной цены жилого дома не могут быть предъявлены. Поэтому, в удовлетворении иска, предъявленного к ответчику, надлежало отказать» [9].

Таким образом, «суды при вынесении решения руководствуются принципом исчисления срока предъявления требований потребителя к продавцу, исходя из момента обнаружения недостатков в приобретенном товаре, а момент обнаружения недостатков в товаре исчисляется, исходя из даты обращения к продавцу с требованиями и (или) составления экспертного заключения, фактически подтверждающего выявление недостатков» [24, с.665].

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что судебная практика не имеет единого подхода к разрешению споров в связи с неправильным применением и толкованием норм материального права. Это существенно влияет на результаты разрешения споров. Неоднозначное

толкование норм материального права в судебных актах приводит к противоречивости выводов и грубому нарушению прав участников процесса, что может привести к вынесению неправоудного решения. Из этого следует, что точное соблюдение норм права является необходимым для правильного применения законодательства в отношении исчисления сроков предъявления требований потребителями в отношении недостатков товаров.

2.2 Проблемы определения причин возникновения недостатков товара

В ст.18 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» закреплён целый ряд прав потребителя при обнаружении в товаре недостатков.

В преамбуле Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» законодатель закрепит определение понятия недостаток товара: «недостатком товара является несоответствие товара или обязательным требованиям, которые предусмотрены законом, или условиям договора (при их отсутствии или неполноте условий обычно предъявляемым требованиям), или целям, для которых товар такого рода обычно используется, или целям, о которых продавец (исполнитель) был поставлен в известность потребителем при заключении договора, или образцу и (или) описанию при продаже товара по образцу и (или) по описанию» [18].

В научной литературе под недостатком товара понимается «его несоответствие условиям о безопасности и качестве» [11, с.223].

Исследователи приводят следующий перечень юридически значимых видов недостатков товара:

- «конструктивные недостатки – относящиеся к устройствам, их внутренней структуре и внешней форме;
- производственные недостатки, относящиеся к технологическому процессу изготовления (исполнения) товара;

- рецептурные недостатки – относящиеся к веществам и их составу;
- недостатки, вызванные ненадлежащими условиями хранения товара на складе готовой продукции, нарушениями условий его перевозки и доставки» [15, с.32].

Бремя доказывания момента возникновения недостатков зависит от истечения гарантийного срока товара к этому моменту:

- при наличии такой гарантии продавец должен доказать, что недостатки товара возникли после его передачи покупателю вследствие нарушения им правил пользования товаром или его хранения, либо действий третьих лиц, либо непреодолимой силы;
- при отсутствии такой гарантии покупатель должен доказать, что недостатки товара возникли до его передачи покупателю или по причинам, возникшим до этого момента.

Как отмечают Н.А. Резина, Л.В. Иванова, «в случае передачи потребителю товара ненадлежащего качества у потребителя существует право на предъявление продавцу, изготовителю либо другим лицам, которые предусмотрены законом, ряда требований, при этом требование потребителя должно быть указанными выше лицами удовлетворено» [43, с.81]. В частности, в отношении договора розничной купли-продажи с участием потребителей перечень данных требований содержится в ст.503 ГК РФ, а также в ст.18 Закона «О защите прав потребителей».

Можно привести в данной связи следующий пример из правоприменительной практики: «между представителем ООО – компании по производству мебели – индивидуальным предпринимателем и Б. был заключен договор розничной купли-продажи товара по образцам или каталогу. В соответствии с п. 1.1 договора, продавец обязался передать покупателю мебельный гарнитур, состоящий из отдельных элементов, указанных в спецификации. Истец приняла товар, который включал в себя множество наименований, таких как держатель рейлинга, заглушки, ящики, планки и т.д. После получения товара, Б. обратилась с рекламацией к ИП,

указывая на недостатки кухонного гарнитура. Она просила устранить данные недостатки в течение двух недель. Заявление было принято ИП, и ответ был отправлен на фабрику. Однако, после этого Б. обратилась к ИП с заявлением о расторжении договора и возврате денежных средств, так как недостатки не были устранены. На электронную почту истца пришел ответ, в котором отказано в удовлетворении требований потребителя о расторжении договора и возврате денежных средств, со ссылкой на то, что недостатки были вызваны нарушениями эксплуатации мебели. В результате исследования экспертом были выявлены недостатки кухонного гарнитура, которые классифицируются как производственные. Было обнаружено множество дефектов, таких как отслоение кромочного материала, изменение поверхности столешницы, покороблен фасад и т.д. Также, был выявлен непроизводственный дефект – отслоение кромочного материала и разбухание конструкционного материала нижнего горизонтального щита навесного шкафа с сушилкой. Суд пришел к выводу, что исковые требования Б. в части расторжения договора и взыскания стоимости товара подлежат удовлетворению. Требования Б. о взыскании в пользу истца неустойки за нарушение срока возврата денежных средств также были признаны обоснованными, и ответчик был обязан уплатить штраф» [7].

К существенным недостаткам товара, закрепленным в Законе от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», можно отнести как единожды выявленный недостаток, так и недостаток, проявляющийся вновь после его устранения, а также недостаток, который проявляется неоднократно.

Для признания существенным выявленного недостатка, законодатель определил три основания: «неустранимость недостатка; несоразмерность расходов для его устранения, а также несоразмерность затрат времени на его устранение» [18].

При этом, «определение, является недостаток существенным или нет, имеет принципиальное значение в делах о защите прав потребителей. Без

оценки указанного обстоятельства, возможно признание каждого решения не обоснованным, так как именно разрешение данного вопроса, в итоге оказывает влияние на итоговое решение суда» [22, с.115].

Один из признаков существенного недостатка товара – неустранимость недостатка товара. По мнению исследователей, данный признак «достаточно абстрактен и редко используется при доказывании существенности недостатка» [22, с.116].

Подтверждение данного вывода можно увидеть в судебной практике.

Например, в апелляционном определении Тамбовского областного суда от 5 июня 2021г. по делу № 14-21581/2021 указано, что «понятие недостатка, который выявляется неоднократно, и недостатка, который проявляется вновь после устранения не являются тождественными. Существенным недостатком является как тот, который ранее был устранен и вновь проявился (например, повторный выход из строя вследствие производственного дефекта того или иного узла или агрегата автомобиля), так и тот, который проявляется неоднократно независимо от того, устранялся ли он до этого (например, обнаружение в различные периоды времени на разных поверхностях автомобиля дефектов лакокрасочного покрытия автомобиля, которые имеют одинаковую природу). Суд отметил, что в указанном случае дефектом товара являются не конкретные повреждения лакокрасочного покрытия, а само ненадлежащее качество лакокрасочного покрытия. Наличие факта, что на различных элементах автомобиля проявились дефекты лакокрасочного покрытия, позволило прийти к выводу о наличии признаков существенного недостатка товара, закрепленных в законодательстве» [10].

Наиболее сложный правовой режим устанавливается законом для технически сложных товаров (ст.503 ГК РФ, а также ст.18 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»). Так, потребитель по отношению к таким товарам имеет право на предъявление требования о замене товара в течение пятнадцати дней со дня передачи потребителю такого товара без всяких ограничений.

Исходя из п.2 ст.475 ГК РФ, отказ от исполнения договора купли-продажи и заявление требования о возврате уплаченной за товар суммы становится возможным только при существенном нарушении условий о качестве.

Как следует из Апелляционного определения Санкт-Петербургского городского суда от 20 марта 2020г. по делу № 2-2475/2020, Т. заключила с ИП У. договор купли-продажи мебели. Стоимость товара истцом оплачена. Согласно условиям договора, мебель, приобретенная истцом по акции, является комплектом. Срок передачи мебели установлен 30 рабочих дней с момента оплаты покупателем товара, товар был доставлен истцу. При осмотре товара истцом обнаружено, что стенка МАЛЬТА не укомплектована, поставлены коробки 1/1, 1/2, 1/4, 1/4, коробка 1/3 отсутствует. Акт приема-передачи к договору стороной истца не подписан. Истец обратилась к ответчику с заявлением о замене комплектующих частей стенки МАЛЬТА, компенсации морального вреда и расходов на представителя. Указанная претензия оставлена ответчиком без удовлетворения, вместе с тем, ни в суде первой инстанции, ни в апелляционной жалобе ответчик не оспаривала то обстоятельство, что стенка МАЛЬТА была поставлена в неполном комплекте.

Разрешая спор, суд установил, что ответчик не исполнил обязательства, предусмотренные договором купли-продажи, исходя из того обстоятельства, что поставленный истцу комплект мебели не соответствовал описанию приобретаемого истцом товара, исключал возможность его использования по назначению и, руководствуясь вышеуказанными нормами права, пришел к правильному выводу об обоснованности требований истца о расторжении договора и возврате уплаченных за товар денежных средств.

Доводы апелляционной жалобы ответчика о неверной оценке судом предмета договора комплектом мебели, в то время как имела место продажа отдельных предметов мебели единым договором противоречат условиям заключенного сторонами договора, составленного продавцом, с указанием на

то обстоятельство что продаваемый товар представляет не отдельные предметы мебели, а единый комплект. Действующее законодательство не предусматривает обязательность наличия недостатка в каждом элементе товара, входящем в его комплект, для реализации потребителем своего права на отказ от исполнения договора купли-продажи и возврата уплаченных денежных средств, регламентированного положениями ст.18 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

При таких обстоятельствах, суд первой инстанции пришел к обоснованному выводу, что несоответствие качеству одного из предметов комплекта следует в целом квалифицировать как продажу товара несоответствующего качеству, в связи с чем, договор расторгнут в отношении всего комплекта как единого предмета договора.

Принимая во внимание нарушение ответчиком прав истца на возврат уплаченной за товар суммы, в соответствии с положениями ст.22 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» в пользу истца подлежит взысканию неустойка [8].

Следует отметить также, что в течение срока службы товара действует, предусмотренный п.6 ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», 20-дневный срок устранения недостатков, если обнаруженный недостаток товара является неустранимым.

Как следует из Апелляционного определения Московского городского суда от 22 августа 2021г. по делу № 33-33127/2021, З. по договору купли-продажи приобрел у ООО «Пегас-Авто» (официальный дилер марки «Фольксваген») автомобиль за 655 150 руб. В соответствии с п.7.4 договора купли-продажи, гарантийный срок на автомобиль составляет 24 месяца с момента принятия автомобиля истцом. Установлено, что через 4 месяца после окончания гарантийного срока в автомобиле (марка автомобиля) заглох двигатель. При обращении в сервисный центр ООО «Авторусь Ф» (третьему лицу по настоящему делу) была диагностирована поломка регулятора газораспределения и обрыв ремня ГРМ. Клиенту было

рекомендовано провести дальнейшую диагностику, а именно, провести разбор мотора с полной дефектовкой составляющих (осмотр клапанов, состояние поршней, цилиндров), что прямо указано в дефектовочной ведомости к заказ-наряду, подписанной и приобщенной к материалам дела истцом. Согласно определению суда, по ходатайству представителя ответчика была назначена судебная автотехническая экспертиза. Согласно выводам судебной экспертизы, на транспортном средстве в процессе проведения натурных исследований было выявлено наличие следующих повреждений: муфта регулировки фаз газораспределения – разрушение зубчатого колеса с отделением фрагментов; ремень привода ГРМ – разрыв, разрушение с отделением фрагментов; верхняя крышка ремня ГРМ – разрушение; нижняя крышка ремня ГРМ – разрушение; верхняя часть головки блока цилиндров – выемка материала корпуса; нижняя часть головки блока цилиндров – выемка материала корпуса, деформация впускных клапанов цилиндра. Развитие указанных повреждений произошло вследствие высвобождения и смещения болта крепления зубчатого колеса муфты регулирования фаз газораспределения к муфте, что обусловило разрушение указанного зубчатого колеса и развитие остальных повреждений. Самопроизвольное выкручивание (высвобождение) болта крепления зубчатого колеса привода распределительного вала к муфте является следствием его (болта) недостаточной фиксации на стадии сборки, что в свою очередь относится к проявлению производственного дефекта.

Выявленные повреждения элементов двигателя транспортного средства являются устранимыми. Для устранения повреждений необходимо осуществить следующие ремонтные операции: муфта регулирования фаз газораспределения – замена; верхняя часть головки блока цилиндров – замена; нижняя часть головки блока цилиндров – замена; комплект ремня ГРМ – замена; щиток ГРМ верхний – замена; щиток ГРМ нижний – замена; элементы разового монтажа – замена. Стоимость проведения данных работ составляет 289 300 рублей 88 копеек.

В соответствии с предоставленными материалами на транспортном средстве ранее повреждения, аналогичные выявленным, при проведении исследований, не устранялись.

При отказе в удовлетворении требований о расторжении договора купли-продажи автомобиля, суд первой инстанции правильно установил, что истец имеет право на безвозмездное устранение производственного недостатка в соответствии с п.6 ст.19 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», так как этот недостаток был обнаружен после истечения гарантийного срока и является устранимым. Если ответчик не устранил недостаток в течение двадцати дней, то истец может предъявить требования на основании п.3 ст.18 того же закона. Однако, поскольку истец не обратился к ответчику с претензией на безвозмездное устранение недостатка автомобиля, вывод суда первой инстанции о том, что иск следует отклонить, является верным. Судебная коллегия согласилась с выводами суда первой инстанции об отказе в удовлетворении требований истца о взыскании пени, расходов на дефектовку и компенсации морального вреда, поскольку они производны от первоначального требования [4].

Следует отметить, что распределение бремени доказывания факта отсутствия признаков существенного недостатка производится судами с учетом п.4 ст.13 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

В качестве обобщающего вывода можно отметить, что на практике возникают проблемы при определении причин недостатков товара – в случаях, когда выявленный недостаток отнесен к существенным по различным основаниям, таким как неустранимость, несоразмерность расходов для его устранения или несоразмерность затрат времени на его исправление. Чтобы решить подобные проблемы, правоприменительной практике необходимо предоставить четкие определения ключевых понятий, таких как «неустранимость недостатка», «несоразмерность расходов для его устранения» и «несоразмерность затрат времени на его устранение». Важно

отразить данные определения в Постановлении Пленума Верховного суда РФ «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей», чтобы упростить процесс рассмотрения споров данного рода.

2.3 Иные проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров

Как справедливо отмечают исследователи, в современных условиях можно выделить ряд иных проблем защиты прав потребителей при продаже товаров, требующих совершенствования норм законодательства в данной сфере [44, с.311].

Одной из основных проблем, связанных с применением Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», является отсутствие терминов и понятий, которые широко используются в судебной и административной практике при рассмотрении дел о защите прав потребителей. Кроме того, некоторые положения закона не конкретизированы, что создает трудности для его применения на практике.

Так, для повышения уровня правовой защищенности потребителей предлагается внести в Закон определение таких терминов, как «товар» и «качество товара». Понятие «товар» содержится в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей», но оно не является нормативным актом, поэтому необходимо раскрыть данное понятие непосредственно в Законе. Также, действующее законодательство не содержит определения термина «качество товаров», нормы ГК РФ и Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» дают лишь указание на соответствие качества определенным установкам.

Таким образом, предлагается внести в Преамбулу Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» следующие определения:

«Товар – вещь (вещи), определенная либо родовыми (числом, весом, мерой), либо индивидуальными признаками, предназначенная для продажи или иного введения в гражданский оборот».

«Качество товара – совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением».

Кроме того, необходимо конкретизировать ст.8 указанного Закона, а именно, указать характеристики информации, которая должна быть доступной и наглядной для потребителя. Так, под наглядностью следует понимать формальные требования к информации, возможность с ней ознакомиться, ее наличие, под доступностью – содержательные требования к данной информации. Можно предложить следующую редакцию п.2 ст.8 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»: «Указанная в пункте 1 настоящей статьи информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации. Под наглядностью следует понимать формальные требования к информации, возможность с ней ознакомиться, ее наличие, под доступностью – содержательные требования к данной информации».

Важно обратить внимание на положения Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей», которые определяют ответственность за несоблюдение прав потребителей, такие как ст.ст.13, 23 и другие. Например, если товар имеет недостатки, потребитель имеет право предъявить требования к продавцу или организации, которая выполнила функцию продавца по договору с ним, как это предусмотрено п.2 ст.18 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей». Как

отмечает Л.Б. Цаава, «такого рода иски не предъявляют к владельцам магазинов, следовательно, ответственность для них не возникает. Поэтому, нужно установить вместе с ответственностью продавца и ответственность владельца магазина, поскольку очень часто продавец вынужденно продает товар ненадлежащего качества, так как присутствует давление со стороны администрации магазина» [52, с.312].

Еще одной проблемой является то, что в п.6 ст.13 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» не конкретизировано, в чью пользу взыскивается присужденный судом штраф с изготовителей, нарушающих права потребителей, что порождает, в свою очередь, неопределенность у правоприменителя, которая устраняется разъяснениями, содержащимися в Постановлениях Пленумов Верховного Суда РФ, в частности, п.46 Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей».

Можно предложить следующую редакцию п.6 ст.13 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»: «При удовлетворении судом требований потребителя, установленных законом, суд взыскивает в пользу потребителя с изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя штраф в размере пятьдесят процентов от суммы, присужденной судом в пользу потребителя».

Большое внимание следует уделить вопросу компенсации морального вреда, поскольку на практике суды сталкиваются с проблемой определения его размера, так как отсутствует в законодательстве правило исчисления суммы компенсации морального вреда. Под моральным вредом в ст.151 ГК РФ понимается «физические или нравственные страдания, которые причинены гражданину действиями, нарушающими его личные неимущественные права, либо посягающими на принадлежащие гражданину

нематериальные блага» [13]. Как отмечают исследователи, «существуют проблемы при определении размера компенсации, поскольку отсутствует единая формула расчета, на основании которой суд мог бы определить однозначный расчет сумм для возмещения» [50, с. 214]. В связи с этим, возникает существенно различающаяся судебная практика определения размера компенсации морального вреда. Важным является и тот факт, что пострадавший потребитель имеет право требовать любую сумму в качестве компенсации. Практика показывает, что суды в большинстве случаев существенно занижают запрашиваемые истцом суммы. Как отмечают исследователи, «зачастую по аналогичным делам размер компенсации может быть разным и их расчет зависит от субъективного взгляда судьи на спор. Многообразие правовых норм, регулирующих такие отношения и в принципе отсутствие конкретной единой системы определения судами компенсации морального вреда приводит к проблемам соразмерности сумм, взысканных в аналогичных делах. При этом, Закон в ст.15 не конкретизирует порядок определения размера компенсируемого морального вреда по делам о защите прав потребителей» [50, с. 215]. Учитывая данную проблему, предлагается дополнить ст.15 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» следующим положением: «При определении размера компенсации морального вреда суд учитывает общие и частные критерии определения величины компенсации морального вреда, а также основания повышения и снижения размера компенсации морального вреда, зависящих от усмотрения суда с учетом обстоятельств рассматриваемого дела. Размер компенсации морального вреда не может быть меньше размера штрафа, присужденного судом в пользу потребителя за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя, согласно п.6 ст.13 настоящего Закона».

Также, можно согласиться с мнением Р.М. Мирзоян, что «необходимо не забывать о такой проблеме, как потребительская правовая неграмотность. Граждане слабо информированы о своих потребительских правах, что

зачастую приводит к тому, что изготовитель, исполнитель, продавец) недобросовестно выполняют свои обязанности. Каждому гражданину следует знать основные положения законодательства о защите прав потребителей, поскольку это способствует тому, что потребитель сможет приобрести статус равноправного участника рынка, а также позволит ему грамотно выбрать товар подходящего качества, руководствуясь наиболее полной и достоверной информацией о нем, и при необходимости он сможет защитить нарушенные права. Появление на рынке инновационных изделий способствует возникновению повышенных рисков не только для производителя, но и для потребителя в первую очередь. В силу потребительской неграмотности и недоверия к производителям спрос на товары снижается, и это приводит к тому, что производитель вынужденно снижает себестоимость товара, начинает делать бессмысленные траты на увеличение качества товара, препятствует инновационному развитию, замещая его потоком псевдоинноваций, которые обладают только маркетинговым значением. Нужно улучшить уровень потребительского доверия, зависящий от эффективной защиты прав потребителей для стимулирования инноваций» [29, с.114].

В современных условиях, «необходимо проводить значительные изменения в разных сферах общественной жизни, которые тем или иным образом касаются защиты прав потребителей. Указанные предложения ориентированы на повышение правовой грамотности населения, ужесточения контроля и надзора за деятельностью хозяйствующих субъектов, увеличения роли общественных объединений потребителей в части регулирования данной отрасли, а также на создание надежных и безопасных условий для приобретения товаров и услуг в сети Интернет. Необходимо обеспечить высокий уровень охраны для всех базовых потребительских прав граждан наряду с обеспечением доступности к наибольшему ассортименту товаров и в целом улучшения качества потребления, увеличить уровень правосознания и финансовой грамотности

потребителей, уберечь их от небезопасных товаров, которые могут нанести вред жизни, здоровью или имуществу потребителя, обеспечить потребителя доступной информацией о приобретаемом товаре, которая будет находится во всеобщем доступе, усовершенствовать формы защиты прав потребителей, и предпринять целый ряд других мероприятий, способных вывести потребителя из категории наиболее незащищенного участника рынка» [29, с.115].

Ввиду возникновения инновационных товаров, особое внимание надо уделить праву на необходимую и достоверную информацию о товарах. Речь идет в первую очередь о тех сведениях, о стандартах, которым должны отвечать инновационные товары [40, с.274].

В результате, соблюдение стандартов приводит к тому, что потребитель получает возможность сравнить инновационный товар с ранее используемым. Это позволяет спрогнозировать его совместимость с другими товарами и возможность продвижения на потребительском рынке [36, с.132].. Поскольку, изготовитель, предоставляющий данные о соответствии товара стандарту, может сфальсифицировать эти данные, необходимо предусмотреть способы защиты прав потребителей в области стандартизации инновационных товаров. Для этого, «необходимо обратить внимание на случаи, при которых нарушаются права потребителей и на ответственность, возникающую в отношении производителя» [30, с.319].

Следует учитывать и особенности инновационных товаров, являющихся технически сложными, повышенные требования к условиям их эксплуатации, наличие документов по их обслуживанию на иностранном языке [2, с.55].

Необходимо стимулировать производителей товаров повышать их качество. Для этого нужно «предпринять меры, ограждающие их от недобросовестной конкуренции со стороны национальных и зарубежных организаций, которые только имитируют качество своих товаров» [31, с.145].

Отдельного внимания заслуживает вопрос о новеллах в

законодательстве о защите прав потребителей. Так, «процедура медиации, как одна из форм внеюрисдикционной защиты, является новым для России явлением, которая способна привести к сохранению или восстановлению отношений, которые должны быть продолжены в будущем (например, отношения между продавцом и покупателем)» [33, с.130].

Процедура медиации при разрешении споров между потребителем и изготовителем (продавцом) способна привести к решению как минимум двух задач: «во-первых, создать наиболее эффективную защиту прав и интересов потребителя с помощью использования простых, оперативных и менее затратных сравнительно с судебной формой защиты альтернативных процедур разрешения спорных ситуаций, во-вторых, увеличить доступность и действенность правосудия посредством уменьшения нагрузки государственных судов от многочисленного количества споров, которые не нуждаются в судебном вмешательстве» [2, с.55]. В качестве специфики и преимущества процедуры медиации можно выделить и неформализованный, конфиденциальный процесс. Как отмечают исследователи, «в рамках медиативной процедуры стороны равноправны, обладают полным контролем за развитием обсуждений вариантов решений и за их содержательной стороной. В качестве преимущества можно выделить и экономичность как времени, так и финансов граждан, включая судебных расходов, правда для этого нужно, чтобы участники фактически исполнили принятое медиативное соглашение» [40, с.274].

При этом, «разрешение споров в суде всегда будет иметь особое место, однако нужно обратить внимание на то, что принятие закона о медиации привело к появлению еще одного средства для урегулирования возникших разногласий, утвержденный на законодательном уровне. Конечно, процедура медиации в России не так развита, как, например, в США, Китае, но со временем его широкое применение станет при применении последовательных усилий одной из ценностей правового государства» [36, с.132].

Можно сформулировать общий вывод, что как показало проведенное исследование, в Законе от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» отсутствует ряд терминов, используемых в правоприменительной практике при рассмотрении дел о защите прав потребителей, такие, как «товар», «качество товара». Для решения данной проблемы предлагается внести в Преамбулу Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» следующие определения:

«Товар – вещь (вещи), определенная либо родовыми (числом, весом, мерой), либо индивидуальными признаками, предназначенная для продажи или иного введения в гражданский оборот».

«Качество товара – совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением».

Также, для повышения уровня правовой защищенности потребителей необходимо конкретизировать некоторые статьи Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Так, необходимо конкретизировать ст.8 указанного Закона, а именно, указать характеристики информации, которая должна быть доступной и наглядной для потребителя. В связи с чем, можно предложить следующую редакцию п.2 ст.8 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»: «Указанная в пункте 1 настоящей статьи информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации. Под наглядностью следует понимать формальные требования к информации, возможность с ней ознакомиться, ее наличие, под доступностью – содержательные требования к данной информации».

Далее, в п.6 ст.13 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» не конкретизировано, в чью пользу взыскивается присужденный судом штраф с изготовителей, нарушающих права потребителей, что порождает, в свою очередь, неопределенность у правоприменителя. В связи с чем, можно предложить следующую редакцию п.6 ст.13 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»: «При удовлетворении судом требований потребителя, установленных законом, суд взыскивает в пользу потребителя с изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя штраф в размере пятьдесят процентов от суммы, присужденной судом в пользу потребителя».

С целью решения существующих проблем защиты прав потребителей при продаже товаров можно предложить ряд мероприятий, способных вывести потребителя из категории наиболее незащищенного участника рынка, таких как повышение уровня правосознания и финансовой грамотности потребителей, ужесточение контроля и надзора за деятельностью хозяйствующих субъектов, обеспечение доступности потребителей к наибольшему ассортименту товаров и в целом улучшения качества потребления, а также усовершенствование форм защиты прав потребителей.

Заключение

Проведенное в данной выпускной квалификационной работе исследование понятия, особенностей и проблем правового регулирования защиты прав потребителей при продаже товаров в Российской Федерации позволяет сформулировать следующие выводы.

Защита прав потребителей – межотраслевой институт федерального законодательства. Данный институт, формально оставаясь частью гражданского законодательства РФ, охватывает нормы торгового и предпринимательского, иных отраслей частного права, связанных с гражданским правом. Исследуемые правоотношения регулируются большим числом законодательных актов, при этом, кодификация законодательства о защите прав потребителей возможна лишь в отдаленной перспективе.

Преамбула Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» закрепляет общие права потребителей: «приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), о владельцах агрегаторов информации о товарах (услугах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов».

Также, Закон от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» выделяет специальные права потребителя при продаже товара, например:

- права на замену, устранение недостатков или возврата уплаченной суммы при продаже товаров ненадлежащего качества;
- право на обмен товара при продаже товаров надлежащего качества.

Перечень проанализированных прав в ходе проведенного исследования не является исчерпывающим, однако отчетливо подтверждает наличие целого ряда проблемных аспектов, возникающих при их реализации,

устранение которых позволит минимизировать возможные формы нарушений и, как следствие, обеспечить для потребителя возможность беспрепятственно осуществлять принадлежащие им права и законные интересы, используя различные механизмы всесторонней и комплексной защиты.

Так, в ходе исследования была проанализирована проблема исчисления сроков предъявления потребителем требований в отношении недостатков товаров. Судебная практика не имеет единого подхода к разрешению споров в связи с неправильным применением и толкованием норм материального права. Это существенно влияет на результаты разрешения споров. Неоднозначное толкование норм материального права в судебных актах приводит к противоречивости выводов и грубому нарушению прав участников процесса, что может привести к вынесению неправоудного решения. Из этого следует, что точное соблюдение норм права является необходимым для правильного применения законодательства в отношении исчисления сроков предъявления требований потребителями в отношении недостатков товаров.

В ходе исследования были также выделены проблемы определения причин возникновения недостатков товара. В целом, судебная практика рассмотрения судами дел по данной категории споров складывается единообразно. Несмотря на достаточно сложный порядок доказывания и оценки доказательств, существенных противоречий в состоявшихся судебных решениях не наблюдается.

Был выявлен также ряд иных проблем защиты прав потребителей при продаже товаров, требующих совершенствования норм законодательства в данной сфере.

Так, одной из основных проблем является то, что в Законе от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» отсутствуют некоторые термины, используемые в правоприменительной практике при рассмотрении дел о защите прав потребителей. Целесообразно было бы, для повышения

уровня качества правовой защиты потребителей внести в Закон от 7 февраля 1992г. № 2300-1 (ред. от 05.12.2022г.) «О защите прав потребителей» определение понятий таких терминов как: «товар», «качество товара».

Для решения данной проблемы предлагается внести в Преамбулу Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» следующие определения:

«Товар – вещь (вещи), определенная либо родовыми (числом, весом, мерой), либо индивидуальными признаками, предназначенная для продажи или иного введения в гражданский оборот».

«Качество товара – совокупность свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с назначением».

Также, для повышения уровня правовой защищенности потребителей необходимо конкретизировать некоторые статьи Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Так, необходимо конкретизировать ст.8 указанного Закона, а именно, указать характеристики информации, которая должна быть доступной и наглядной для потребителя. В связи с чем, можно предложить следующую редакцию п.2 ст.8 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»: «Указанная в пункте 1 настоящей статьи информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации. Под наглядностью следует понимать формальные требования к информации, возможность с ней ознакомиться, ее наличие, под доступностью – содержательные требования к данной информации».

Далее, в п.6 ст.13 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав

потребителей» не конкретизировано, в чью пользу взыскивается присужденный судом штраф с изготовителей, нарушающих права потребителей, что порождает, в свою очередь, неопределенность у правоприменителя.

Для решения данной проблемы можно предложить следующую редакцию п.6 ст.13 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»: «При удовлетворении судом требований потребителя, установленных законом, суд взыскивает в пользу потребителя с изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя штраф в размере пятьдесят процентов от суммы, присужденной судом в пользу потребителя».

На практике, по делам о защите прав потребителей, суды часто сталкиваются с проблемой определения размера компенсации морального вреда, так как Закон от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» в ст.15 не конкретизирует порядок его определения. В данной связи, предлагается дополнить ст.15 Закона от 7 февраля 1992г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» следующим положением:

«При определении размера компенсации морального вреда суд учитывает общие и частные критерии определения величины компенсации морального вреда, а также основания повышения и снижения размера компенсации морального вреда, зависящих от усмотрения суда с учетом обстоятельств рассматриваемого дела.

Размер компенсации морального вреда не может быть меньше размера штрафа, присужденного судом в пользу потребителя за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя, согласно п.6 ст.13 настоящего Закона».

В целом, для повышения уровня защиты и защищенности всех потребительских прав граждан необходимо также проводить значительные

изменения в разных сферах общественной жизни, которые тем или иным образом касаются защиты прав потребителей. Необходимо предпринять целый ряд мероприятий, способных вывести потребителя из категории наиболее незащищенного участника рынка, таких как, повышение уровня правосознания и финансовой грамотности потребителей, ужесточение контроля и надзора за деятельностью хозяйствующих субъектов, обеспечение доступности потребителей к наибольшему ассортименту товаров и в целом улучшения качества потребления, а также усовершенствование форм защиты прав потребителей.

Если получится добиться эффективного решения вышеуказанных проблем, можно будет полагаться на положительную тенденцию повышения уровня защиты и защищенности всех потребительских прав граждан.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Агафонова Н.Н. Защита прав потребителей: материальные и процессуальные аспекты. – М., 2022.
2. Азов В.А., Рыбак С.В. Актуальные проблемы защиты прав потребителей // Актуальные проблемы российского права: сборник научных статей. – Ростов-на-Дону, 2022. С. 53-58.
3. Апелляционное определение Красноярского областного суда от 22 мая 2021 г. по делу № 2-1570/2021 // СПС Консультант Плюс
4. Апелляционное определение Московского городского суда от 22 августа 2021 г. по делу № 33-33127/2021 // СПС Консультант Плюс
5. Апелляционное определение Московского областного суда от 9 октября 2021 г. по делу № 33-21651/2021 // СПС Консультант Плюс
6. Апелляционное определение Пензенского областного суда от 11 июля 2022 г. по делу № 2-2014/22 // СПС Консультант Плюс
7. Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 20 февраля 2021 г. по делу N 2-733/2021 // СПС Консультант Плюс
8. Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 20 марта 2020 г. по делу № 2-2475/2020 // СПС Консультант Плюс
9. Апелляционное определение Судебной коллегии Верховного суда Республики Башкортостан от 28 февраля 2020 г. по делу № 33-2987/2020 // СПС Консультант Плюс
10. Апелляционное определение Тамбовского областного суда от 5 июня 2021 г. по делу № 14-21581/2021 // СПС Консультант Плюс
11. Бутько Л.В., Жбырь О.Н., Лепешкина О.В. Некоторые проблемы правового регулирования защиты прав потребителей // Право и государство: теория и практика. 2022. № 1. С. 222-224.
12. Гаманова Е.В. Способы защиты прав потребителя в договоре розничной купли-продажи // Синергия Наук. 2019. № 41. С. 16-22.

13. Гражданский кодекс РФ. Часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с изменениями на 14 апреля 2023 г.) // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

14. Долинская В.В. Потребитель, его правовой статус и законодательство о защите прав потребителей // Сравнительно-правовые аспекты правоотношений гражданского оборота в современном мире. Сборник статей научного юридического форума. – М., 2021. С. 46-54

15. Дорофеева С.Н. Права потребителей при приобретении технически сложных товаров ненадлежащего качества: теория и практика // Современные тенденции развития частного права, исполнительного производства и способов юридической защиты: материалы научно-практической конференции. – Санкт-Петербург, 2020. С. 31-37.

16. Едреев Т.Ш. Способы защиты прав потребителей по договору розничной купли-продажи // Глобальная экономика в XXI веке: роль биотехнологий и цифровых технологий. Сборник научных статей. – М., 2020. С. 180-181.

17. Заболоцкая Т.П. Защита прав потребителей по законодательству Российской Федерации // Проблемы развития современного общества: сборник статей научно-практической конференции. – Курск, 2022. С. 243-248.

18. Закон РФ от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями на 5 декабря 2022 г.) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140.

19. Казакова Е.Б., Корнаухова Ю.О. Актуальные вопросы защиты прав потребителей по российскому законодательству // Современные тенденции развития отечественного и зарубежного законодательства. Сборник статей научно-практической конференции. – Пенза, 2022. С. 126-130.

20. Кириллова Е.В., Ахметова А.Т. Проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров // Вестник науки. 2021. Т. 5. № 1. С. 118-122.

21. Конституция РФ от 12 декабря 1993 г. (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 г.) // Российская газета. 1993. 25 декабря.

22. Кремлева О.В. Актуальные проблемы в сфере защиты прав потребителей // Вестник науки. 2022. Т. 5. № 10. С. 114-119.

23. Крушельницкая Д.Е. Права потребителей при приобретении товаров по договору розничной купли-продажи // Закон. Право. Государство. 2019. № 2. С. 135-137.

24. Крячкова О.А. Особенности защиты прав потребителей при продаже отдельных видов товаров // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания русского языка в ВУЗе и школе. 2022. № 37. С. 663-675.

25. Крячкова О.А. Особенности рассмотрения дел по защите прав потребителя // Инновации. Наука. Образование. 2021. № 48. С. 952-955.

26. Лихтер П.Л., Белякова Ю.В. Практика применения норм, регулирующих сроки предъявления требований потребителя в отношении недостатков товара // Наука. Общество. Государство. 2018. № 4. С. 126-134.

27. Маслюк А.И., Кокорин И.С. Особенности гражданско-правовой защиты прав потребителей в Российской Федерации // Актуальные проблемы науки и практики. 2021. № 2. С. 45-47.

28. Микаелян О.С. О защите прав потребителей при продаже товаров // Современное гуманитарное знание о проблемах социального развития: сборник трудов научно-практической конференции. – М., 2022. С. 248-253.

29. Мирзоян Р.М. Проблемы защиты прав потребителей при розничной купле-продаже потребляемых товаров // Эволюция государства и права: проблемы и перспективы. Сборник трудов научной конференции. – Курск, 2021. С. 111-115.

30. Нарыгина Е.О. К вопросу о защите прав потребителя в договоре розничной купли-продажи // Трибуна ученого. 2020. № 11. С. 318-320.

31. Невакшенов Ю.И. Проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров // Инновационная наука в современном мире: материалы научно-практической конференции. – Нефтекамск, 2021. С. 142-148.

32. Овчинников А.В., Карцева Н.С. Защита прав потребителей: некоторые проблемы правовой регламентации на современном этапе развития законодательства // Интеллектуальный потенциал Сибири: сборник научных трудов. – Новосибирск, 2022. С. 244-247.

33. Огородников А.В. Судебная защита прав потребителей // Молодой ученый. 2022. № 25. С. 130-131.

34. Определение Брянского областного суда от 9 декабря 2021 г. по делу № 1-159-18/21 // СПС Консультант Плюс

35. Определение Конституционного Суда РФ от 24 марта 2015 г. № 557-О // СПС Консультант Плюс

36. Петров В.Н. Способы защиты прав потребителей при исполнении и расторжении договора розничной купли-продажи // Молодой исследователь: вызовы и перспективы. Сборник статей научно-практической конференции. – М., 2020. С. 127-138.

37. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда РФ. 2012. № 9.

38. Постановление Правительства РФ от 31 декабря 2020 г. № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2021. № 3. Ст. 593.

39. Постановление Арбитражного суда Западно-Сибирского округа от 17 июля 2022 г. по делу № А70-5571/2022 // СПС Консультант Плюс
40. Потопальский С.С., Абдухаирова И.Н. Современные проблемы защиты прав потребителей // Российская наука в современном мире: сборник статей научно-практической конференции. – М., 2022. С. 272-274.
41. Приказ Росстандарта от 28 августа 2013 г. № 582-ст «Об утверждении ГОСТ Р 51303-2013. Национальный стандарт РФ. Торговля. Термины и определения» // СПС Консультант Плюс
42. Распоряжение Правительства РФ от 28 августа 2017 г. № 1837-р «Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года» // СПС Консультант Плюс
43. Резина Н.А., Иванова Л.В. К вопросу о практике рассмотрения дел о защите прав потребителей // Актуальные проблемы гражданского права и процесса: материалы научно-практической конференции. – Омск, 2022. С. 81-86.
44. Семикин Д.А., Слабоспицкий А.С. Актуальные проблемы защиты прав потребителей // Современное право в условиях реформирования общества и государства: материалы научно-практической конференции. – М., 2022. С. 309-312.
45. Сердюк В.А. Защита прав потребителей по договору розничной купли-продажи // Молодой исследователь: вызовы и перспективы. Сборник статей научно-практической конференции. – М., 2020. С. 115-123.
46. Талабаев Е.А. Проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров // Наука. Общество. Государство. 2018. Т. 6. № 1. С. 77-81.
47. Федеральный закон от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» (с изменениями на 13 июля 2020 г.) // Собрание законодательства РФ. 2000. № 2. Ст. 150.

48. Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании» (с изменениями на 2 июля 2021 г.) // Собрание законодательства РФ. 2002. № 52. Ст. 3078.

49. Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» (с изменениями на 4 ноября 2022 г.) // Собрание законодательства РФ. 2000. № 2. Ст. 150.

50. Федоров О.Д. Проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров // Правовой порядок и современный мир: сборник статей научно-практической конференции. – Ростов-на-Дону, 2022. С. 214-218.

51. Халилова Л.А., Иванова Е.А. К вопросу о защите прав потребителей при продаже товаров // E-Scio. 2022. № 1. С. 661-666.

52. Цаава Л.Б. Защита прав потребителей // Актуальные проблемы и перспективы развития современной науки: сборник трудов научно-практической конференции. – Ставрополь, 2022. С. 311-317.

53. Шпак Т.И., Худоерко Е.Е., Марущак Е.С. Основные проблемы защиты прав потребителей при реализации товаров // Актуальные направления инновационного развития: материалы научно-практической конференции. – М., 2021. С. 227-230.