

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)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Гражданское право и международное частное право

(направленность (профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему «Защита прав потребителей в контексте современного законодательства»

Обучающийся

Л.А. Аксютенко

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный

руководитель

кандидат юридических наук, доцент, И.В. Маштаков

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

Тольятти 2024

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Правовое регулирование отношений в сфере защиты прав потребителей.....	11
1.1 Историческое развитие законодательства о защите прав потребителей.....	11
1.2 Структура законодательства о защите прав потребителей.....	24
Глава 2 Общая характеристика прав потребителей.....	37
2.1 Понятие и сущность прав потребителей.....	37
2.2 Классификация прав потребителей.....	57
Глава 3 Особенности гражданско-правовой защиты прав потребителей	69
3.1 Понятие и принципы гражданско-правовой защиты прав потребителей.....	69
3.2 Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителей.....	91
3.3 Судебная защита прав потребителей.....	97
Заключение.....	104
Список используемой литературы и используемых источников.....	107
Приложение А Законопроект «О внесении изменений в Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1«О защите прав потребителей»».....	119

Введение

В современном мире количество нарушений прав потребителей идёт не на убыль, а наоборот возрастает, несмотря на попытки государств создать универсальный правовой механизм защиты прав потребителей для всех стран. Причин этому множество, например:

- статус «потребитель» применим к каждому живущему на земле, каждый из нас приобретал товар или получал услугу для собственных нужд, количество населения с каждым годом увеличивается и «потребительская корзина» расширяется, пополняясь новыми видами товаров и услуг;
- несовершенство законодательства;
- несовершенство организации работы надзорных органов.

Следует обратить внимание, что защита прав потребителей затрагивает все слои общества, субъектов предпринимательской деятельности, влияет на экономическое развитие и международное сотрудничество стран, она вышла за пределы государства на зарубежный уровень.

Актуальность и научная значимость исследования состоят в следующем.

В настоящее время появилось множество новых видов товаров. Например, большой популярностью стали пользоваться беспилотные дроны (квадрокоптеры). Их стали использовать вблизи аэропортов, охраняемых территорий, над частными земельными участками, на концертах и массовых общественных мероприятиях. Они стали нарушать права третьих лиц и представлять угрозу безопасности людям и имуществу. В связи с этим в мае 2019 года Правительством Российской Федерации было принято постановление от 25.05.2019 № 658 «Об утверждении Правил учёта беспилотных гражданских воздушных судов с максимальной взлетной массой от 0,25 килограмма до 30 килограммов, ввезенных в Российскую Федерацию или произведенных в Российской Федерации» [30]. Также

аналогичная ситуация сложилась с мопедами. Ранее для управления данным транспортным средством не нужно было водительское удостоверение, а теперь требуется.

Вышеперечисленные примеры указывают на то, что приобретая товар сегодня, завтра в отношении него могут появиться ограничения и обязанности, что влияет на правильность выбора товара потребителем в связи с тем, что законодательство не идет «в ногу» с техническим прогрессом.

В связи с пандемией и увеличением интернет-доступности идёт повышение продаж товаров через интернет-магазины. Однако это приводит к тому, что покупатель не может непосредственно ознакомиться с товаром, а может только увидеть при покупке в каталогах и брошюрах. Это приводит к тому, что ожидания покупателя не оправдываются.

В современном мире потребитель может приобрести товары и услуги в иностранных компаниях и даже у тех, у которых нет филиалов или офисов на территории страны потребителя. При возникновении спорных вопросов в данных отношениях может возникнуть острая необходимость урегулирования указанных споров. Допустим, как подготовить и направить иностранной компании претензию, а при отказе или отсутствии ответа на претензию со стороны иностранного продавца иск продавцу, как защитить свои права в суде по месту жительства потребителя, как в стране продавца пройти процесс признания решения суда страны потребителя.

Научная значимость данной работы состоит в обобщённом анализе действующего законодательства, выявлении проблем и предложении способов их решения в сфере защиты прав потребителей.

Приобретение товара потребителем у продавца регулируют законодательство в области защиты прав потребителей, договор розничной купли-продажи, а при возникновении спорных вопросов, при невозможности договориться между собой, данный конфликт разрешается при обращении в организации по защите прав потребителей или суд.

Объектом исследования данной работы являются правоотношения между продавцом и покупателем. Они возникают при получении покупателем информации о товаре и продавце, при заключении договора розничной купли-продажи, при досудебном и судебном урегулировании споров между продавцом и потребителем.

К предмету исследования относятся нормы законодательства в сфере защиты прав потребителей. Среди такого законодательства можно выделить: международные акты и соглашения (например, Соглашение о торговле и экономическом сотрудничестве между Российской Федерацией и Швейцарской Конфедерацией) [58], Конституция Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», постановления Правительства Российской Федерации (например, Постановление от 31.12.2020 № 2463) и иные нормативные правовые акты (например, ГОСТы).

Целью исследования данной работы является: выявление проблем в сфере защиты прав потребителей, анализ выявленных проблем, изучение опыта правового регулирования правоотношений между продавцом и покупателем, мониторинг состояния действующего законодательства, оценка достижений законодательного регулирования в области защиты прав потребителей и предложение решений выявленных проблем в сфере защиты прав потребителей.

Гипотеза исследования данной работы состоит в следующем. Для улучшения механизма защиты прав потребителей необходимо создать единую информационную систему в сфере защиты прав потребителей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Основной причиной нарушения прав потребителей является необразованность потребителя и недостаточная развитость общественного института потребителей.

Задачами данного исследования являются:

- провести анализ законодательства в сфере защиты прав потребителей: международные акты и соглашения, Конституцию

Российской Федерации, Гражданский кодекс Российской Федерации, Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», постановления Правительства Российской Федерации и иные нормативные правовые акты;

- проанализировать учебные пособия, монографии, научные статьи, иски, судебные решения, определения и обзор судебной практики;
- выявить проблемы в законодательстве и, вытекающие из отношений между продавцом и покупателем;
- предложить способы решения выявленных проблем.

Теоретическую основу исследования составили научные труды таких учёных, как: Авакяна К.С., Авторханова В.А., Агаларовой Е.Г., Антонова И.Ю., Гусейновой Л.В., Косинова Е.А., Чистовой В.А. и других.

Нормативно-правовой основой исследования послужили: Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ, Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» [27], Постановление Правительства Российской Федерации от 10.11.2011 № 924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров».

Общенаучными методами исследования послужили: анализ, синтез, логический метод, дедукция, индукция, системный метод, аналогия, функциональный метод.

Специальными методами исследования при написании работы явились: сравнительно-правовой метод, формально-юридический, статистический и метод толкования права.

Научная новизна исследования состоит в сопоставлении и оценке современного законодательства и реальной обстановки в сфере защиты прав потребителей, выявлении проблем, связанных с пробелами, коллизиями и несовершенством законодательства, в предложении способов их решений.

Теоретическая значимость исследования состоит в углублённом изучении и обосновании пробелов современного законодательства в сфере защиты прав потребителей. Даёт пояснение целесообразности создания единой информационной системы в сфере защиты прав потребителей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Предлагается для улучшения контроля и надзора в сфере защиты прав потребителей расширить полномочия муниципалитетов и обязанностей Роспотребнадзора. Предлагается внести изменения и дополнения в действующее законодательство по защите прав потребителей. Исследование доказывает главенствующую роль юридического моделирования при формировании законодательства в сфере защиты прав потребителей.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его результаты могут применяться при создании и совершенствовании федеральных законов, нормативно-правовых актов субъектов РФ и муниципальной власти, также при анализе и формировании оценки действующего законодательства. Могут использоваться как материал в написании научных статей и осуществлении иной научной деятельности. Также их могут использовать при осуществлении деятельности по защите прав потребителей общественные организации, органы внутренних дел, прокуратура и Роспотребнадзор. Исследование можно применить в образовательном процессе в виде дополнений лекций и образовательной программы в сфере защиты прав потребителей, а также в просвещении населения.

Достоверность и обоснованность результатов исследования подтверждается использованием большого объёма теоретической основы порядка семидесяти двух научных работ и учебных пособий, в том числе пять источников являются иностранными. Указанные научные статьи и учебные пособия не ранее 2016 года издания. Некоторые авторы этих источников имеют научные степени и на их работы ссылаются многие

исследователи, ряд этих работ являются учебными пособиями для юридических факультетов.

При использовании в исследовании цитирования научных работ для подкрепления выводов и умозаключений обязательно сопоставлялись несколько источников с целью определения точек зрения авторов.

В исследовании также рассмотрены, судебные решения и определения, имеются ссылки на них, что доказывает их актуальность, а обзор судебной практики является лучшим индикатором эффективности законодательства, позволяет выявлять коллизии в законодательстве. Таким образом, значимость выявленных проблем в исследовании (полученных путем анализа судебной практики) доказывается именно на практическом применении законов и нормативно-правовых актов РФ. Судебная деятельность является частью практического применения законодательства в сфере защиты прав потребителей.

Личное участие автора заключается в самостоятельном формировании целей, задач, гипотезы исследования, выбора источников для теоретико-методологической основы. Автор провел анализ и оценку законодательства в сфере защиты прав потребителей, выявил проблемы, вытекающие из отношений между продавцом и покупателем, предложил способы решения выявленных проблем. Также при проведении исследования использовал личный опыт участия в судебных разбирательствах по делам о защите прав потребителей в качестве истца.

Апробация и внедрение результатов работы состоит в написании мной научных статей: «Негативное влияние законотворческой деятельности государства на права потребителей» (Научный форум: Юриспруденция, история, социология, политология и философия: сб. ст. по материалам LXIV междунар. науч.-практ. конф. – № 5 (64). – М.: Изд. «МЦНО», 2022. – 60 с.) и «Актуальность юридической систематики в сфере защиты прав потребителей» (Студенческий форум: научный журнал. – № 40 (263). Часть 2. М., Изд. «МЦНО», 2023. –72 с.).

Представлены следующие положения, выносимые на защиту.

Во-первых, разработаны основные научные выводы в сфере современного законодательства:

- несвоевременно внедрённые ограничения и обязанности законодательством на товар или услугу влияют на правильность выбора товара покупателем;
- для защиты прав потребителей при дистанционной торговле в информационно-телекоммуникационной сети Интернет в законодательные акты следует включить нормы, предусматривающие требование к изображению товара;
- в современном законодательстве нет чёткого определения понятия «Интернет-торговля», а приравнение её к дистанционной торговле не раскрывает всех особенностей торговли через Интернет;
- в современном законодательстве в сфере защиты прав потребителей присутствует пробел, не учтена категория лиц - «самозанятые»;
- пункт 3 статьи 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» на практике мало осуществим и трудно контролируем, он требует доработки.

Во-вторых, на защиту выносятся следующие новые и содержащие элементы новизны основные идеи:

- в договорах без цены, обязательно прописывать, что он является безвозмездным;
- при рассмотрении судами дел о защите прав потребителей сделать обязательным участие Роспотребнадзора в форме личного присутствия или дачи письменного заключения по делу;
- в отдалённых населённых пунктах возложить часть полномочий Роспотребнадзора по контролю стационарных объектов продаж в этих населённых пунктах на муниципалитеты и медицинскую службу;

- на ценниках в магазине привилегированные цены должны быть одного шрифта и цвета с непривилегированными;
- в случае нарушений продавцом прав потребителей, доказанных судом, от трёх и более в течение года, срок плановых проверок данного продавца сократить до одного раза в год на протяжении пяти лет.

В-третьих, определена целесообразность внедрения:

- единой международной инспекции в сфере защиты прав потребителей в связи с ростом продаж товаров и услуг между иностранными покупателями и продавцами;
- единой информационной системы в сфере защиты прав потребителей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

Структура магистерской диссертации состоит из следующих структурных элементов: введения, трёх глав, разделённых на параграфы, а также заключения, списка используемой литературы и используемых источников, приложения.

Глава 1 Правовое регулирование отношений в сфере защиты прав потребителей

1.1 Историческое развитие законодательства о защите прав потребителей

История как наука в иных дисциплинах имеет огромное прикладное значение, например, использованием исторического опыта или результатов анализа временных промежутков. Появление торговли в истории развития человечества невозможно без одновременного возникновения пусть и примитивных прав её участников, так как существование торговли невозможно без взаимовыгодных условий сделки. В неолите массовое распространение по всему миру металлических изделий, тканей и так далее невозможно было бы без торговых отношений. Следовательно, следует считать период неолита временем возникновения защиты прав потребителей.

Первоначально защита прав потребителей регулировалась обычаями. Доказательством этому служит наблюдение за взаимодействием диких племён Африки и Амазонии сегодня этнографами. Многие даже стихийные рынки сопровождаются ритуалами и торжественными церемониями.

Первыми письменными официальными источниками существования защиты прав потребителей дошедшими до нас являются законы Хаммурапи (царя Вавилонии XVIII в. до н. э.). Законы Хаммурапи включали в себя положения, регулирующие кредитные правоотношения, обязанности сторон при продаже товаров, а также устанавливали требования к качеству товаров и услуг. За нарушение указанных законов предусматривалось наказание.

Уже Древний Египет осуществлял торговлю со многими государствами мира, даже с такими отдалёнными как Индия и Китай. То есть защита прав потребителей вышла на международный и межгосударственный уровень.

Древний Рим помимо мировой военной экспансии народов и территорий наравне также осуществлял и торговлю. И свою экспансию

оправдывал развитием торговых отношений. Одной из ветвей римского частного права являлось право народов, включающее в себя также договоры римлян с иностранными государствами о торговле.

Несмотря на то, что в Средневековье натуральный обмен вытеснялся торгово-денежными отношениями и шло развитие денежного оборота спекуляция – а это вся купеческая деятельность, осуждалась церковью и обществом, что оказывало влияние на ценообразование. Таким образом, церковь стала как общественный институт оказывать влияние на регулирование правоотношений между продавцом и потребителем. Например, в посёлке Родчейль Англии текстильщиками фабрики было создано потребительское общество по приобретению необходимых продовольственных и промышленных товаров. То есть потребители для достижения общих целей и реализации интересов стали объединяться, что привело к формированию потребительской культуры и взаимопомощи.

Большой скачок в развитии института потребительских правоотношений произошёл в конце XVIII – нач. XIX вв. когда начали формироваться и создаваться потребительски-торговые союзы и объединения. В дальнейшем увеличение количества потребительских союзов привело к появлению такого понятия как консюмеризм.

Консюмеризм – это усиление доминирования общественных объединений и государственных институтов над продавцами и производителями с целью повышения качества товаров и услуг, а также расширения прав потребителей. В учебно-методическом пособии «Управление качеством. Практикум» Давыдовича А.Р. отмечена триада свойств прав потребителей при консюмеризме: абсолютность, неприкосновенность и невозможность переуступки [63, с. 5].

Однако в дальнейшем в истории консюмеризм приобрёл отрицательные оттенки и значение. К данному течению стали относить «шопоголиков» и людей, возводящих потребление в культ. Понятие

«потребительское общество» стали применять к некому паразитарному существованию общества.

Особенно развитие культа потребительства приняло огромные масштабы в Соединённых Штатах Америки после 1947 года. Это связано с экономическим процессом – перепроизводство. Из-за изобилия товаров и услуг с целью повышения покупательской способности началась масштабная информационная пропаганда. Прививалась идеология приобретения товаров не для удовлетворения своих потребностей, а приобретение товаров по желанию или капризу. Производители стали больше уделять внимание дизайну и внешней привлекательности товара, нежели чем качеству, сроку службы и безопасности товара. В информационных источниках людям внушалась информация, например, что фтор безопасен, мясо на завтрак лучше, чем кукурузные хлопья, а курение женщинам помогает сохранить стройность. В связи с развитием культа потребительства возникла острая необходимость развития института защиты прав потребителей, так как права и интересы потребителя оказались юридически не защищены.

15 марта 1962 года конгрессом США был одобрен «Билль о правах потребителя», автором которого являлся президент Дж. Кеннеди. Указанный документ включал в себя четыре основополагающих положения:

- право на информацию – данное право означает, что любая информация о товаре или услуге должна быть достоверной и обоснованной, а также должна включать все возможные риски и возможные последствия для потребителя. Например, в кредитном договоре должны быть понятны и раскрыты все положения договора, исключая возможность иного трактования, а состав на банке зелёного горошка должен соответствовать содержимому внутри;
- право на безопасность – данное право устанавливало определённые требования к производителям товаров, принуждая их уделять максимальное внимание безопасности при использовании (потреблении) товаров ещё на стадии производства прогнозировать

возможные риски и угрозы жизни, здоровью и имуществу потребителя;

- право на выбор – это право, способствующее повышению предложения одного вида товара от разных производителей, отличающихся по внешнему виду, цене, качеству, функциональным характеристикам и так далее. То есть данное право защищало от монополизации рынка;
- право быть услышанным – данное положение было направлено на создание государственных, общественных, иных объединений и институтов в сфере защиты прав потребителей, а также лоббирование интересов потребителей.

9 апреля 1985 года Генассамблея ООН приняла резолюцию № 39/248, утвердившую «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» [48]. Данный документ вывел защиту прав потребителей на международный уровень.

Если рассматривать историческое развитие защиты прав потребителей в России, то можно выделить четыре периода:

- древний (с момента возникновения Руси до начала правления династии Романовых). Законодательство о защите прав потребителей не носило системный характер. Имелись статьи, указы и приказы, затрагивающие ценообразование и торговлю на рынках. Например, в Русской Правде предусматривалось: если после приобретения коня у него выявлялись какие-либо скрытые увечья, болезни, то покупатель имел право вернуть такого коня продавцу;
- Российской Империи (период правления династии Романовых). Данный период характеризуется бурным развитием законодательства, в том числе и в сфере защиты прав потребителей. Связано это с увеличением объёмов и масштабов торговли с другими государствами. Однако, нормы, регулирующие защиту прав потребителей, были расположены беспорядочно. Например, в Своде

законов Российской империи 1832 г. нормы, регулирующие защиту прав потребителей, располагались как в аптекарском, так и во врачебном уставах [55];

- советский период (период существования СССР). Несмотря на отсутствие рыночной экономики и свободной торговли, где преимущественно сторонами торговых отношений выступали государство и гражданин защита прав потребителей стремительно развивалась и совершенствовалась. Но при этом механизмы регулирования защиты прав потребителей были недостаточно эффективны. В то время неоднократно предпринимались попытки принять единый закон о защите прав потребителей, например, согласно учебному пособию «Правовое обеспечение защиты прав потребителей» Котляровой Л.Д. в 1988 году был разработан законопроект СССР «О качестве продукции и защите прав потребителей», который не нашёл поддержки и был отвергнут [46, с. 5];
- современный (с момента распада СССР и по настоящее время). Данный период характерен принятием Закона РФ «О защите прав потребителей», становлением рыночной экономики, развитием частного бизнеса, появлением импорта и значительным расширением потребительской корзины. В Российской Федерации законодательство, институты и надзор в сфере защиты прав потребителей недостаточно развиты и не отвечают требованиям времени.

Чем же интересно историческое развитие законодательства о защите прав потребителей и какое практическое влияние оно может оказывать на предупреждение нарушений в сфере защиты прав потребителей? Его изучение позволяет сделать вывод, что не существует «идеальных» шаблонов законов и иных нормативно-правовых актов в сфере защиты прав потребителей, при реализации которых в целом – в полной мере и

всеохватывающе гарантировалась защищённость прав потребителей как в настоящем, так и в будущем. Например, рассмотрим изменения Закона РФ «О защите прав потребителей» с 2004 года, который претерпевает изменения в среднем 2-3 раза в год. Причин и факторов, ликвидирующих теорию существования «идеального» шаблона, – множество. Можно выделить несколько. Например, научно-технический прогресс (научно-техническое развитие). Он не обходит стороной и торговлю и отношения между продавцом и покупателем. Если взять отрезок времени в 40 лет, то за это время появились и безналичный «виртуальный» расчёт, продавцов заменяют роботы, а покупатель может приобрести товар, не выходя из дома в любой торговой точке планеты и так далее. Например, в законодательстве в связи с развитием кредитных технологий появилась потребность, которая реализовалась в пункте 5 статьи 24 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «В случае возврата товара ненадлежащего качества, проданного в кредит, потребителю возвращается уплаченная за товар денежная сумма в размере погашенного ко дню возврата указанного товара кредита, а также возмещается плата за предоставление кредита» [32]. Сорок лет назад в России данный пункт расценивался бы как минимум – чудачеством.

Следующая причина – это расширение ассортимента новых товаров и услуг (расширение товарного разнообразия). Появление новых товаров и услуг не обязательно связано с научно-техническим прогрессом, например, биологические активные добавки в пищу (БАДы). Несмотря на то, что реклама некоторых БАДов якобы опирается на современные разработки ученых в здравоохранении и косметологии на самом деле лекарственными средствами они не являются и явным лечебным эффектом не обладают. А в составе могут быть экстракты трав, которые применяли знахари ещё в Древней Руси. Новые товары и услуги могут не только ввести покупателя в заблуждение, но, например, могут быть угрозой безопасности здоровья, общественного порядка, дорожного движения и так далее, например,

запрещены миниатюрные скрытые видеокамеры, встроенные в часы или в ручки, за приобретение подобных товаров может последовать наказание в виде уголовной ответственности, так как они могут нарушить неприкосновенность личной жизни.

«Незаконное производство, приобретение и (или) сбыт специальных технических средств, предназначенных для негласного получения информации, – наказываются штрафом в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осуждённого за период до восемнадцати месяцев, либо ограничением свободы на срок до четырёх лет, либо принудительными работами на срок до четырёх лет с лишением права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью на срок до трёх лет или без такового, либо лишением свободы на срок до четырёх лет с лишением права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью на срок до трёх лет или без такового» [62].

Следующей причиной может послужить изменение поведения покупателя в разные исторические промежутки времени (поведенческая причина). Первые гипермаркеты появились в США. Покупателю для приобретения товаров даже, чтобы приготовить суп, необходимо было посетить несколько торговых лавок, такие как мясные, овощные, по продаже специй и так далее, которые были разбросаны по всему городу. Отсутствие в массовом применении холодильных установок и автомобилей приносило покупателям дискомфорт, приходилось ежедневно преодолевать большие расстояния. Казалось, когда в одной торговой точке можно приобрести все необходимые товары, то данные торговые точки (гипермаркеты) будут пользоваться огромным спросом. Однако первый гипермаркет потерпел фиаско. Не была проанализирована поведенческая причина – гипермаркеты лишали человека общения. В современном обществе гипермаркеты же, наоборот, на пике популярности. Сейчас большая часть людей очень занята и экономия времени для них актуальна. Такая же история с торговыми

тележками – их внедрение проходило очень тяжело с огромными финансовыми затратами на рекламу. В то время использование торговой тележки расценивался как признак простолюдинства и невежества.

Если сравнивать настоящее время и 5 лет назад, то у покупателей изменилось поведение при выборе товара. Возросла любознательность и рассудительность покупателей при приобретении товаров. Покупатель при приобретении товара пытается получить любую информацию в любой форме из любых источников. Согласно пункту 4 статьи 29 Конституции РФ: «Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом» [21]. Поэтому запрет магазинов на фото- и видеосъёмку товаров незаконен. Нарушение права потребителя на получение необходимой и достоверной информации о реализуемом товаре (работе, услуге) влечёт наказание в соответствии со статьёй 14.8 КоАП РФ. Данное нарушение права в современности стало острее и актуальнее.

Анализ исторического развития законодательства даёт нам право предполагать, что не существует «идеальных» шаблонов законов и иных нормативно-правовых актов в сфере защиты прав потребителей, гарантирующих защищённость прав потребителей, как в настоящем, так и в будущем, по следующим причинам:

- из-за научно-технического развития;
- из-за расширения товарного разнообразия;
- поведенческая причина;
- иные причины.

Отсутствие «идеального шаблона», к которому должно стремиться законодательство в историческом развитии в сфере защиты прав потребителей порождает некоторые проблемы.

Нет «идеального шаблона». Законодательство выступает в роли догоняющего. В свою очередь роль законодательства в качестве догоняющего ведёт к несвоевременному внедрению ограничений и

обязанностей в отношении товара или услуги, а несвоевременно внедрённые ограничения и обязанности на товар или услугу влияют на правильность выбора товара покупателем.

Постоянная изменчивость общества и «среды» требует постоянной корректировки, изменчивости, появления новых законов и иных нормативно-правовых актов в сфере защиты прав потребителей. Именно общество и «среда» задают темп развития законодательства, отсюда законодательству представлена вторая роль догоняющего. Процессы изменения в обществе и в «среде» могут быть скоротечны, приобретать внезапную массовость, разнополюсность и даже антагонизм. Подобные процессные виражи снижают актуальность законодательства в сфере защиты прав потребителей из-за несвоевременно внедрённых ограничений и обязанностей на товар или услугу, порождают незащищённость и нарушение прав потребителей.

Одной из проблем несвоевременно внедрённых ограничений и обязанностей законодательством на товар или услугу может быть влияние на правильность выбора товара покупателем.

В современном законодательстве нет понятия «правильность выбора товара покупателем», поэтому дадим ему определение самостоятельно.

Правильность выбора товара покупателем – это такой выбор товара, который отвечает ожиданиям от товара у покупателя, и при приобретении и использовании товара не появляются скрытые препятствия и ограничения, не оговорённые до его приобретения, и которые противоречат ожиданиям покупателя. Предлагаю ввести в Закон РФ «О защите прав потребителей» понятие «правильность выбора товара покупателем» (Приложение А).

Скрытые препятствия и ограничения в использовании товара, о которых покупатель не предупреждён и которые противоречат ожиданию могут быть двух видов: субъективные и объективные.

Субъективные препятствия и ограничения, противоречащие ожиданию от товара, вытекают из возможностей и представлений самого покупателя,

например, не понравился фасон, цвет; не устраивают форма, габариты, комплектация и так далее.

Объективные препятствия и ограничения, противоречащие ожиданию от товара, вытекают из причин, независящим от возможностей и представлений самого покупателя, например, ненадлежащая информация о товаре, ненадлежащее качество товара и так далее.

Виновником возникновения причин объективных препятствий и ограничений, влияющих на правильность выбора товара покупателем, может быть не только производитель или продавец, но и действующее на момент покупки законодательство, например, сейчас пользуются массовым спросом электрические самокаты, которые не имеют законодательных ограничений при покупке. Однако в СМИ появилась информация, что из-за увеличений травматизма и аварий с использованием электрических самокатов подготавливается законопроект, который будет регулировать использование и приобретение данного вида товара. Представим ситуацию, что данный законопроект вступил в силу. Возникает вопрос, как быть владельцам данного изделия, у которых еще действует гарантийный срок или срок службы изделия? Ведь данные объективные препятствия и ограничения со стороны законодательства повлияли на правильность выбора товара покупателем. Могут ли они вернуть товар или выбросить на «свалку»? Получить компенсацию? Могут ли владельцы этих товаров рассчитывать на льготы, например, на получение водительских прав соответствующей категории по более низкой стоимости?

По сути, объективные препятствия и ограничения со стороны законодательства, в результате несвоевременно внедрённых ограничений и обязанностей законодателем на товар или услугу, могут формировать недостаток или существенный недостаток товара (работы, услуги), то есть это может быть неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных расходов или затрат времени, или другие

подобные недостатки. В соответствии с определениями в преамбуле Закона РФ «О защите прав потребителей»:

- недостаток товара (работы, услуги) – несоответствие товара (работы, услуги) или обязательным требованиям, предусмотренным законом либо в установленном им порядке, или условиям договора (при их отсутствии или неполноте условий обычно предъявляемым требованиям), или целям, для которых товар (работа, услуга) 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;
- «существенный недостаток товара (работы, услуги) – неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранен без несоразмерных расходов или затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения, или другие подобные недостатки».

Согласно определению толкового словаря Ожегова: «недостаток — отдельное несоответствие товара (работы, услуги) обязательным требованиям стандартов, условиям договоров либо обычно предъявляемым требованиям, а также информации о товаре (работе, услуге), предоставленной изготовителем (исполнителем, продавцом)».

Наличие недостатка или существенного недостатка товара даёт право покупателю на определённые действия. То есть несвоевременно внедрённые законодателем ограничения и обязанности на товар или услугу влияют на правильность выбора товара покупателем. Влияние на правильность выбора товара покупателем нарушает права покупателя.

По степени ущерба влияние на правильность выбора товара покупателем может быть:

- степень коррекции – такая степень ущерба, при которой несоответствие товара (работы, услуги) не нарушает обязательные

требования стандартов, условий договоров или предъявляемые требования, а также не искажает значимую информации о товаре (работе, услуге), предоставленной изготовителем (исполнителем, продавцом), то есть не может квалифицироваться как «недостаток» или «существенный недостаток»;

- степень недостатка товара – такая степень ущерба, при которой несоответствие товара (работы, услуги) квалифицируется как «недостаток»;
- степень существенного недостатка товара – такая степень ущерба, при которой несоответствие товара (работы, услуги) квалифицируется как «существенный недостаток».

Возникает вопрос, как минимизировать влияние на правильность выбора товара покупателем от несвоевременно внедрённых законодателем ограничений и обязанностей? Как это сделать при скоротечных процессах изменений в обществе и среде? Может ли историческое развитие законодательства о защите прав потребителей быть эффективным в роли «догоняющего»?

Предлагаю два параллельных способа решений данных вопросов. Первый способ, необходимо внедрить классификацию обращений и жалоб на нарушение прав потребителей в Роспотребнадзор, в прокуратуру и в иные государственные и общественные структуры по типу уникальности. Схожая система существует при классификации судебных разбирательств:

- распространённые случаи – это жалобы и обращения на нарушения прав потребителей, которые уже имеют сформированную базу и алгоритмы решений у органа, уполномоченного защищать права потребителя;
- редкие случаи – это жалобы и обращения на нарушения прав потребителей, которые имеют алгоритмы решений, но нет опыта или сформированной базы по их решению у органа, уполномоченного защищать права потребителя;

- уникальные редкие случаи – это единичные по статистике жалобы и обращения на нарушения прав потребителей, которые не имеют сформированную базу и алгоритмы решений у органа, уполномоченного защищать права потребителя;
- уникальные распространённые случаи – это участвовавшие по статистике жалобы и обращения на нарушения прав потребителей, которые не имеют сформированную базу и алгоритмы решений у органа, уполномоченного защищать права потребителя.

Все уникальные редкие и уникальные распространённые жалобы и обращения дублируются органом, уполномоченным защищать права потребителя, в экспертный орган и в союз потребителей для анализа с последующей разработкой законопроектов и предложений законодательному органу.

Данные мероприятия позволяют не перерасти возможные нарушения прав потребителей из единичных случаев в массовые. Именно анализ уникального случая должен служить индикатором процессов изменений в обществе и в среде, минимизировать в дальнейшем массовое влияние на правильность выбора товара покупателем от несвоевременно внедрённых законодателем ограничений и обязанностей, позволит историческому развитию законодательства о защите прав потребителей быть эффективным в роли «догоняющего».

Второй способ, если влияние на правильность выбора товара покупателем возникло из-за несвоевременно внедрённых законодателем ограничений и обязанностей на товар или услугу, то покупатель должен иметь право на денежную или иную компенсацию, или льготы на устранение недостатка товара (работы, услуги) от государства в зависимости от степени ущерба от влияния на правильность выбора товара.

Данные мероприятия стимулируют государство эффективно выявлять и реагировать на уникальные случаи нарушений прав потребителей, не позволяя им приобрести массовый характер от несвоевременно внедрённых

законодателем ограничений и обязанностей на товар или услугу, так как сулит большие финансовые потери для государства. Возникновение или не возникновение больших финансовых потерь будет являться оценочным инструментом работы законодателя и структуры по защите прав потребителей.

Недооценка и недостаточный мониторинг исторического пути законодательства позволяет сделать вывод, что это порождает несвоевременно внедрённые законодателем ограничения и обязанности на товар или услугу и влияет на правильность выбора товара покупателем.

1.2 Структура законодательства о защите прав потребителей

В настоящее время наблюдается ослабление контроля со стороны государства в отношении субъектов предпринимательства. А именно, если раньше плановые проверки проводились не чаще чем 1 раз в год, то сейчас не чаще 1 раза в три года, что приводит к негативным последствиям для потребителя, так как для многих предпринимателей действует принцип «меньше вложить - больше получить».

«В зарубежных странах действуют законы, жестко карающие за выпуск недоброкачественной продукции (материальное возмещение ущерба потребителю, штрафные санкции, тюремное заключение), бремя доказательств невиновности в возникших дефектах лежит на изготовителе. Это повышает ответственность изготовителя за качество продукции и является еще одним шагом в законодательной защите прав потребителей» [17, с. 84].

В Конституции РФ нет прямых целенаправленных статей, адресованных непосредственно защите прав потребителей или к структурам защиты прав потребителей как, например, в Швеции, где конституционно предусмотрена должность омбудсмена по правам человека. Но есть множество иных косвенных, которыми могут воспользоваться потребители,

такие как статья 48 Конституции РФ о получении бесплатной квалифицированной юридической помощи, статья 46 Конституции РФ о гарантии судебной защиты, или часть 2 статьи 24 Конституции РФ о предоставлении информации. Обширным источником для защиты прав потребителей является Гражданский кодекс Российской Федерации, например, он раскрывает понятие морального вреда, устанавливает сроки обнаружения недостатков товара и так далее. В Российской Федерации действует специализированный Закон РФ «О защите прав потребителей» (например, в Германии подобного закона, затрагивающего именно права потребителей, нет). Также есть и иные законы, например, Федеральный закон РФ «О рекламе» [36], которые тоже могут затрагивать права потребителя. Имеется ряд постановлений Правительства Российской Федерации и указов Президента Российской Федерации, например, Постановления Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 [28], от 31.12.2020 № 2463 [29] и так далее. Также регулировать правоотношения потребителей и продавцов, защищать их права может и региональное и муниципальное законодательство. Государством функция защиты прав потребителей в России возложена на многие государственные органы, такие как Федеральная антимонопольная служба, Роспотребнадзор, прокуратура, федеральный орган по стандартизации, метрологии и сертификации, муниципальные структуры и так далее. Согласно учебному пособию «Судебная защита прав человека в России через призму конституционного правосудия» Самович Ю.В., Юн Л.В. от развитости государственных институтов зависит эффективность защиты прав [54, с. 44].

«По данным социологического опроса, проведенного Общероссийским общественным движением в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России» в 2014 г., лишь 80% респондентов знают, что существует Закон РФ «О защите прав потребителей», тогда как 20% не знали о его существовании. На вопрос о том, какие права потребителей им известны, опрошенные ответили следующим образом:

большинство были осведомлены об основных правах потребителя, таких как право на качество (96%), право на безопасность (72%). О наличии иных прав оказалось осведомлено гораздо меньшее число опрошенных: право на возмещение причиненного вреда (60%), право на информацию (56%), право на неустойку (52%), право на возмещение морального вреда (48%), право на взыскание штрафа (36%)» [56, с. 4].

Однако, несмотря на достаточно обширное законодательство и разветвленную систему защиты прав потребителей на территории России есть так называемые «белые пятна» где вышеуказанные органы в прямом смысле не работают, например, в отдалённых населённых пунктах стационарные объекты продаж из-за территориальной отдалённости и недоступности, а также отсутствия рыночного конкурентирования имеют возможность безнаказанно нарушать права потребителей: реализацию просроченных продуктов, несоблюдение условий хранения, необоснованное завышение цен на товары первой необходимости и так далее. Гражданам проблематично отстаивать свои права, например, в суде, так как это требует значительных затрат по сравнению с городскими жителями, к примеру, на проезд на судебные заседания (иногда это возможно только вертолётom) и проживание и это при более низких доходах. Также безуспешны обращения в прокуратуру и в иные надзорные органы, которым из-за труднодоступности заявителя легче дать отписку и затянуть процесс. Несмотря, на то, что муниципальные власти данных населённых пунктов могут принимать жалобы от граждан и обращаться в суд. Законодательно нет чётких алгоритмов и требований к муниципалитетам по соблюдению прав потребителей. Следует вменить в обязанности главам муниципальных образований отдалённых населённых пунктов, прописав это в Федеральном законе РФ от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления» [26], то, что глава муниципального образования отдалённого населённого пункта обязан осуществлять контроль стационарных объектов продаж в этих населённых пунктах, реагировать в

установленный срок на жалобы граждан о нарушениях потребительских прав, если нарушения касаются продуктов питания или товаров, способных нанести вред здоровью или трудоспособности гражданина, привлекать местных сотрудников медицинской службы для проверки и составления актов о нарушениях, а также накладывать административный штраф после уведомления Роспотребнадзора о нарушении прав потребителя.

Обоснование данной поправки в следующем: Федеральный закон РФ от 06.10.2003 № 131-ФЗ – это прямой закон регулирующий деятельность органов местного самоуправления. Глава муниципального образования является непосредственным и наиболее доступным представителем власти для жителей отдалённых населённых пунктов по сравнению с учреждениями Роспотребнадзора, федеральной антимонопольной службой или прокуратурой. Во многих подобных муниципальных образованиях имеются ФАПы и амбулатории, медицинские работники которых имеют представления о санитарно-гигиенических требованиях и условиях для возникновения пищевых, аллергических или иных угроз здоровью и жизни людей, что позволяет сделать объективную оценку нарушения. Обязательное уведомление Роспотребнадзора связано с тем, что функции этого органа непосредственно связаны с защитой прав потребителей, он обязан проанализировать масштаб, периодичность и размер последствий нарушения. Данная поправка не снимает ответственности с Роспотребнадзор, не создаёт альтернативный ему орган, а даёт возможность сохранить ресурсы, финансы и время на реагирование на незначительные нарушения. Так для осуществления проверки выезд не всегда возможен, а если и возможен, то затрачивается много времени, уходит несколько дней, за которое можно было провести рассмотрение и расследование иных жалоб значительно больше в числовом эквиваленте. При этом повышается эффективность защиты прав жителей, отдалённых и труднодоступных населённых пунктов как потребителей.

Отсюда идея о том, что в отдалённых населённых пунктах возложить часть полномочий Роспотребнадзора по контролю стационарных объектов продаж в этих населённых пунктах на муниципалитеты и медицинскую службу по защите прав потребителей является эффективной и целесообразной. Повышается защищённость прав потребителей данных населённых пунктов и разгрузка деятельности надзорных органов в сфере прав потребителей с экономией бюджетных средств.

Приведу пример из жизни. К нам в администрацию муниципального образования, находящуюся отдалённо от районного центра, обратилась местная жительница со следующей проблемой. В начале июня она заключила договор на приобретение и установку окон ПВХ, цена которого включала в себя стоимость окон, их доставку и установку. Срок исполнения договора составлял 1 месяц с момента заключения договора, то есть до начала июля. На момент обращения уже было начало октября, но окна не были установлены, хотя жительница в день заключения договора произвела 100% оплату по договору. С её слов она многократно звонила исполнителю по вопросу неисполнения договора, исполнитель затребовал дополнительные денежные средства за доставку в связи с отдалённостью населённого пункта, несмотря на то, что стоимость доставки была оговорена в договоре и оплачена. Затем исполнитель перестал отвечать на звонки жительницы.

Со стороны сельсовета было предложено жительнице обратиться в Роспотребнадзор, прокуратуру, либо в суд в связи с нарушением прав потребителей. Жительница является пенсионеркой и она пояснила, что для неё затруднительно ездить в районный центр и она неграмотна в правовых вопросах. Главой сельсовета был осуществлён звонок исполнителю по договору установки окон с требованием исполнить договор в кратчайшие сроки в связи с надвигающимися низкими температурами. На что директор компании пояснил, что необходимо произвести доплату сверх договора за доставку окон, в противном случае он отказывается исполнять условия договора.

Согласно статье 44 Закона РФ «О защите прав потребителей» в целях защиты прав потребителей на территории муниципального образования органы местного самоуправления вправе:

- рассматривать обращения потребителей, консультировать их по вопросам защиты прав потребителей;
- обращаться в суды в защиту прав потребителей (неопределённого круга потребителей);
- разрабатывать муниципальные программы по защите прав потребителей.

И только при выявлении по обращению потребителя товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных факторов для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды органы местного самоуправления обязаны извещать об этом федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг).

В данном примере мы не могли обратиться в Роспотребнадзор, так как качество товара невозможно определить, нет самого товара (услуги) и прямой угрозы жизни, здоровью, имуществу потребителя и окружающей среде.

У сельсовета нет прямых рычагов воздействия при нарушении прав потребителей жителей, за исключением обращения в суд, что является в большинстве случаев длительной и затяжной процедурой. В связи с перегруженностью судов, досудебный порядок урегулирования являлся бы более предпочтительным. Для жителей села местная администрация, в особенности отдалённых населённых пунктов, является самым доступным и доверенным органом власти. В работе Шаралдаевой И.А. предлагаются перспективные предложения по развитию органов местного самоуправления в сфере защиты прав потребителей, в том числе о наделении органов местного самоуправления полномочиями по созданию экспертных структур для проведения экспертиз [57, с. 28].

В последнее время актуальны нарушения прав потребителей не только на территориях, где слабо развиты общественные и государственные институты, но и на международном уровне. За последние десятилетия произошла массовая глобализация торговли. Сейчас можно через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет приобрести товар чуть ли не в любой точке мира. Однако, приобретая его за границей, возможны и часто случаются те или иные ситуации, приводящие к нарушениям прав потребителей. Не всегда производители или торговые компании имеют филиалы в стране реализации. Проблему нахождения продавца при интернет-торговле отмечает Расторгуева А.С., по её мнению продавец может оказаться фиктивным лицом на интернет-ресурсе [47, с. 19].

Естественно какие-либо меры воздействия российского законодательства в данных случаях несостоятельны и трудно осуществимы. Между странами заключаются торговые соглашения, возникают обязательства, но, к сожалению, из-за отсутствия международного единого надзорного органа в сфере защиты прав потребителей предотвращение нарушений и обеспечение эффективной защиты потребителей слабо исполняются.

Целесообразность создания международной инспекции в сфере защиты прав потребителей можно выразить в следующих моментах:

- юридическая консультация и защита потребителей на международном уровне;
- систематизация и развитие единых подходов к сфере защиты прав потребителей унитарными государствами;
- независимое лицо в разрешении споров между иностранными покупателями и продавцами;
- применение мер воздействий и санкций в отношении государства, игнорирующего обязательства в сфере защиты прав потребителей;
- экспертиза товаров и услуг на соответствие международным стандартам и договорённостям;

- во взаимодействии с ВОЗ защита здоровья от опасных и некачественных товаров;
- во взаимодействии с международными экологическими организациями защита природы и окружающей среды от воздействия опасных и некачественных товаров;
- контроль за дистанционной международной торговлей;
- разгрузка государственных органов в сфере международных отношений в области нарушений прав потребителей.

Подобная организация создает фундамент для дальнейших процессов глобализации торговли и формирования международного законодательства и так далее. Согласно статье И. Бенера «Руководящие принципы ООН по защите прав потребителей: правовые последствия и новые рубежи» существует многофункциональная Межправительственная группа экспертов по законодательству и политике в области защиты прав потребителей, ориентированная непосредственно на обмен опытом между государствами [68, с. 116]. Указанная структура не заменяет международную инспекцию, так как выступает скорее в качестве эксперта в сфере защиты прав потребителей, а не в качестве властной структуры.

Далеко не каждый потребитель осведомлён о своих правах в своей стране и способен защитить их, не говоря уже про международный уровень. Поэтому потребитель считается наиболее незащищённым, чем продавец или производитель. Социальный статус, возраст и образование потребителя также значительно влияют на способность противостоять мошенникам, так в исследовании Д. Равала «Кто становится жертвой мошенничества? Доказательства из дел о защите прав потребителей» данное положение подтверждается [70].

Если внутри стран создаются государственные структуры по защите прав потребителей, то логично предположить, что такая структура необходима и в международном правовом поле, в которую может обратиться потребитель из любой страны для консультации или помощи в защите своих

нарушенных прав при совершении купли-продажи товаров и оказании услуг между иностранными потребителями и продавцами (исполнителями). По мнению Карташкина В.А. в его работе «Организация Объединённых Наций и международная защита прав человека в XXI веке» права человека должны объединять государства [19, с. 150].

Наличие независимой структуры в разрешении споров между государствами покупателя и продавца позволит ускорить процесс разрешения и повысить его эффективность, так как международная инспекция в сфере защиты прав потребителей не обладает национальным интересом в отличие от государства, которое, прежде всего даже явного нарушителя будет стремиться оправдать, или затормозить процесс, так как признание какой-либо ошибки или несостоятельности негативно может отразиться на экономике и имидже страны. Если данная международная инспекция будет работать в тандеме с несколькими десятками стран, то неисполнение своих обязанностей и международных договорённостей одним государством перед другим чревато автоматически испортить торговые отношения с другими десятками стран, что может негативно отразиться на объёме выручки от международной торговли государства-нарушителя. Поэтому каждое государство будет стремиться разрешить спор до санкционных мер.

Помимо этого, создание международной инспекции в сфере защиты прав потребителей улучшит мониторинг оборота товаров особенно тех, которые способны причинить вред здоровью человека или экологии окружающей среды, например, полиэтиленовые пакеты или овощи, заражённые паразитами. Это непосредственно скажется на показателе снижения возникновений заболеваний инфекционного и неинфекционного характера и улучшения мировой экологической обстановки.

Для дальнейшего развития международной дистанционной торговли и повышения благонадежности данной услуги необходимо повысить безопасность сделок продаж между иностранными продавцом и покупателем.

Для этого необходим контроль международной инспекции в сфере защиты прав потребителей над международными торговыми сетями и продавцами, реализующими свои товары и услуги через дистанционные способы торговли. Он заключается в создании реестра неблагонадёжных продавцов и сайтов, на которых будут рекомендоваться надёжные торговые площадки.

Создание в международном правовом поле единого мирового «игрока» в сфере защиты прав потребителей сознательно или бессознательно будет влиять на государства при совершенствовании своего законодательства в сфере защиты прав потребителей, приводя их к единым мировым стандартам, что упростит процедуры регулирования торговых международных споров, затрагивающих интересы потребителя. Главное, чтобы качество этих стандартов было выше, чем в большинстве государств. Так в статье А. Реснер, Ю. Хаукап, У. Хаймесхофф «Влияние защиты прав потребителей в эпоху цифровых технологий: данные Европейского Союза» отмечается явление – повышение уровня доверия потребителей стран с низким уровнем защиты прав потребителей к стандартам Европейского Союза при взаимодействии с ним, так как в Европейском Союзе уровень защиты прав потребителей выше [71]. Помимо прочего упростится мировое законодательство в сфере защиты прав потребителей. Государствам станет бессмысленно заключать и продлевать между собой сотни торговых соглашений по защите прав потребителей, когда будет иметься единая международная структура в данной области.

Создание единой международной инспекции в сфере защиты прав потребителей в связи ростом продаж товаров и услуг между иностранными покупателями и продавцами считаю целесообразной.

Если рассматривать повышение качества защиты прав потребителей внутри государства, например, России, пришло время создать единую информационную систему в сфере защиты прав потребителей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. То есть данный проект представляет собой единый государственный портал, при помощи

которого потребитель, органы государственной власти могли бы иметь доступ в одном месте к следующим видам информации:

- вся информация о продавце. То есть копии лицензий деятельности продавца, регистрационные документы, истории судебных и иных взысканий, общественные и государственные награды и так далее. Это позволяет потребителю изучить и оценить через проверенный источник неизвестную для него организацию, допустим интернет-магазин или риелторскую контору, что позволит снизить нарушения прав потребителей с недобросовестными продавцами. А та информацию и оценки, которые размещены на их личных сайтах может быть неверная, ошибочная или сознательно вводить потребителя в заблуждение, тем более что её трудно проверить. А продавец будет заинтересован в положительном своём имидже и всячески стремиться к нему. Здесь государство выступает в роли независимого эксперта;
- вся информация о товаре. Любой товар или услуга, реализуемые на территории России, должны быть зарегистрированы на данном портале. Через него можно узнать следующие сведения о товаре: сертификаты качества, состав, способы утилизации, награды, экспертизы, предостережения, инструкции, контактная информация о производителе и иная, являющаяся обязательной и необязательной информация. За размещение недостоверной информации государством должно быть предусмотрено наказание, информация должна анализироваться и периодически проверяться. Это позволит бороться с контрафактным и подделками, а также некачественными товарами;
- вся информация о действующем законодательстве в сфере защиты прав потребителей. Потребитель может ознакомиться с изменениями нормативно-правовых актов, с действующим законодательством в сфере защиты прав потребителей, с контактами и адресами

государственных органов, уполномоченных защищать права потребителей, с их предостережениями и рекомендациями. Это повысит юридическую образованность потребителей, а также положительно скажется на динамике снижения нарушений в сфере прав потребителей.

Указанная единая информационная система в сфере защиты прав потребителей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет должна обладать следующими функциями:

- потребитель может через данный портал отправлять официальную зарегистрированную претензию продавцу. Ему не придётся искать актуальный на момент отправки претензии адрес продавца. А продавцу в суде будет трудней доказать, что он не получал от покупателя данную претензию, или наоборот, что он пытался урегулировать спор в досудебном порядке;
- потребитель может через данный портал отправить обращение или жалобу в надзорный орган в сфере защиты прав потребителей. Это повысит оперативность и доступность данных структур, что также положительно отразится на эффективности защиты прав потребителей;
- потребитель может обратиться с предложениями по совершенствованию или оценке законодательства в сфере защиты прав потребителей. Это позволит рационально и объективно оценить, и модернизировать структуру и законодательство в данной области.

Данная единая информационная система в сфере защиты прав потребителей в информационно-телекоммуникационной сети Интернет может обладать другими полезными для потребителя, продавца или иных лиц функциями и информацией. По сути, данный портал делает сферу по защите прав потребителей мобильной, оперативной и доступной. Следовательно, реализация данного проекта целесообразна.

Если обратиться к международному опыту, например Европейского Союза, то в нём уже рассматриваются проблемы в сфере защиты прав потребителей при использовании действующих информационных технологий, электронных порталов, искусственного интеллекта. Так, анализ статьи Я. Кисовой, Г. Дубцовой «Текущие меры и задачи по усилению защиты прав потребителей» показывает, что в Европейском Союзе использование информационных технологий на порядок выше, чем в Российской Федерации [69].

Представленная структура повышения эффективности законодательства о защите прав потребителей характерна следующими рекомендуемыми динамичными процессами:

- делегированием полномочий институтов защиты прав потребителей на труднодоступных территориях;
- на общегосударственном уровне концентрированием информации и функций институтов защиты прав потребителей на одной информационно-правовой площадке;
- глобализацией и укреплением международных взаимоотношений по защите прав потребителей.

Внедрение изменений и соблюдение курса рекомендуемых процессов будет прямо пропорционально снижению нарушений в сфере защиты прав потребителей, да и упрощение и интеграция повысят доступность потребителя к ресурсам и возможностям структуры законодательства в сфере защиты прав потребителей.

Глава 2 Общая характеристика прав потребителей

2.1 Понятие и сущность прав потребителей

С целью защиты прав потребителей в Российской Федерации разработан и действует Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», в котором отражены основные сценарии нарушений прав потребителей и противодействия им закона. С течением времени данный нормативно-правовой акт совершенствуется: актуализация, разработка, обобщение и так далее.

Действительно, существование и продвижение данного закона положительно сказывается на защите и соблюдении прав потребителей. Например, судебные решения в большинстве случаев в разрешении споров в сфере защиты прав потребителей ссылаются именно на этот основной Закон. Также об эффективности этого Закона говорит то, что потребители, продавцы, а также государственные и муниципальные органы в поисках разрешений и разъяснений часто обращаются к данному Закону. Он всеобъемлющ и объединяет потребительскую сферу, то есть обладает свойствами универсальности применения и единоначалия.

Из выше изложенного можно сделать вывод о том, что данный Закон с учётом роста его эффективности и актуальности является лучшим проектом юриспруденции по защите прав потребителей. Следовательно, одним из главных направлений в юридическом законодательстве в сфере защиты прав потребителей является разработка инструментов и методов адаптации данного Закона к существующей реальности, а также продвижение этого юридического проекта. Но, это мнение не является однозначным, и можно представить другую парадоксальную к нему стратегию, а именно, чем менее актуален Закон РФ «О защите прав потребителей», тем эффективней работает законодательство прямо или косвенно затрагивающее сферу потребительства. Если детально подойти к структуре Закона, то можно

заметить то, что он обобщает иные действующие законодательные акты, например, Федеральный закон «О рекламе», ГОСТы и технологически регламентирующие продукцию акты и так далее. То есть Закон РФ «О защите прав потребителей» имеет больший коэффициент полезного действия, если данная нормативно-правовая база не соблюдается. И наоборот, если эта нормативно-правовая база эффективна, то снижается необходимость в Законе РФ «О защите прав потребителей». Отличительным свойством Закона РФ «О защите прав потребителей» является универсальность в применении, а у данной базы – стремление к правовому механизму.

Правовой механизм – это взаимодополняющая слаженная автономная работа множества нормативно-правовых актов различных по юридической силе и отраслей над каким-то действием как единое целое.

То есть понятие «правовой механизм» можно сравнить с отрегулированной безотказной работой машины с множеством шестерёнок, болтиков и пружин.

Можно сделать вывод, что существует как минимум две макро-стратегии в сфере защиты прав потребителей:

- повышение эффективности и универсальности именно самого Закона «О защите прав потребителей»;
- улучшение механизма правовой базы, затрагивающей потребительство.

В первом случае делается акцент на прогрессивное развитие Закона «О защите прав потребителей», а во втором, наоборот, на второстепенность данного закона. Та или другая стратегия имеет свои преимущества и недостатки: первая очень удобна для потребителя, судебной системы, контролирующих органов в связи с единоначалием, вторая – для повышения эффективности юридической системы.

Можно разработать и третью гибридную макро-стратегию, где Закон «О защите прав потребителей» носит в основном навигационные функции,

некоего каталога преимущественно для потребителей, а функциональную вся иная остальная нормативно-правовая база. Действительно, потребителю будет намного проще ориентироваться в сфере защиты прав потребителей, если будет существовать единый кодифицированный акт, а создаваемые новые законодательные акты, их изменения мобильно бы «вписывались» в правовую машину.

Правовое регулирование в сфере защиты прав потребителей осуществляется помимо Закона «О защите прав потребителей», Гражданским кодексом Российской Федерации и иными нормативно-правовыми актами различными по юридической силе, но именно Закон «О защите прав потребителей» раскрывает сущность прав потребителей в Российской Федерации. Так в статье 4 данного Закона раскрывается право потребителя на свободный выбор.

Потребитель имеет право на товар в соответствии его требованиям, образцу, описанию, конкретным целям или договору, а при отсутствии таких требований, товар пригодный в соответствии с его назначением.

Данное право между интересами продавца и покупателя на первое место ставит интересы покупателя, продавец может консультировать, разъяснять, но не навязывать своё мнение, решение остается за потребителем. Благодаря праву потребителя на свободный выбор производителям и продавцам приходится конкурировать за предпочтения потребителя, что непосредственно положительно отражается в том числе и на качестве товара. В противном случае продавцы и производители реализовывали бы тот товар потребителям, который был им экономически выгоден, например, товар у которого истекает срок годности или тот о котором есть договорённость с поставщиком и так далее. Для производителя и продавца качество товара как критерий имеет смысл только в погоне за покупателем, так согласно учебному пособию «Основы управления качеством в социально-экономических системах» Шимохиной В.В., Левшиной В.В., Трошковой Е.В. потребление определяет качество [64, с. 17].

Трата ресурсов на качество затратна и нерентабельна, если позиция потребителя слаба, то есть отсутствие у него свободного выбора, то имеется тенденция снижения качества товаров. Помимо этого имеется обратная связь инфляции со свободным выбором потребителя – на рынке, где происходит снижение свободного выбора у потребителя, отмечается рост цен.

Рассмотрим распространённый случай в гипермаркетах когда на ценниках привилегированные цены пишутся большим шрифтом на ярком фоне по сравнению с непривилегированными. Данные действия нарушают право потребителя на свободный выбор товара, так как потребитель, изучая информацию о товаре, в том числе и цену, может не заметить, что цена указана, например, со скидкой в случае предъявления дисконтной карты гипермаркета. Тем самым ошибочное сформированное мнение потребителя повлияло на выбор товара. Если бы на данный товар не было привилегированного ценника, то выбор потребителя мог быть иным. Следовательно, на ценниках в магазине привилегированные цены должны быть одного шрифта и цвета с непривилегированными.

На основании вышеизложенного, обеспечение прав потребителей несёт не только полезную моральную и социологическую функцию для общества и государства, но является регулятором и стабилизатором экономических процессов, то есть имеет экономическое прикладное применение.

Закон «О защите прав потребителей» подразумевает право потребителя на качество товара, несмотря на то, что оно прямо не предусмотрено в законе, а выражено в обязанностях продавца. Потребитель приобретает товар не только как предмет, но и его полезные свойства.

Качество товара должно соответствовать заявленным характеристикам и свойствам товара производителем. Одной из характеристик качества товара является временной промежуток, при котором потребителю гарантировано использование товара. Иное название данного временного промежутка – срок годности или срок службы товара. Потребитель имеет право знать срок службы товара длительного использования, за который несёт

ответственность производитель или продавец, а также срок годности продуктов питания, парфюмерно-косметических товаров, медикаментов, товаров бытовой химии. Продажа данных видов товаров без сроков службы или годности, или после его окончания запрещена. Отсутствие пользы товара или несоответствие её характеристикам заявленным производителем обесценивает пользу товара и противоречит статье 4 Закона РФ «О защите прав потребителей».

Ещё одним из направлений по защите права на качество товара для потребителя является право на ремонт и технологическое обслуживание товара на период его эксплуатации в течение срока службы товара. Производитель должен побеспокоиться о достаточном выпуске запчастей и доступа к ним, а также создании и поддержании ремонтно-диагностических центров. В статье 6 Закона «О защите прав потребителей» предусмотрено то, что после снятия товара с производства если нет срока службы товара, то право на ремонт и технологическое обслуживание сохраняется у потребителя в течение 10 лет.

Если известен срок окончания хранения выпущенной продукции и объём продаж, то можно рассчитать необходимый объём воспроизводства товара, что с экономической точки зрения полезно для экономики и сохранения ресурсов, таким образом, установленные сроки годности и службы могут применяться и в экономических расчётах. Перепроизводство опасно тем, что на рынках образуются большие партии продуктов с просроченными сроками годности, которые продавец сознательно или технически будет реализовывать потребителям, нарушая их права. Оптимальное регулирование объёмов производства – еще один инструмент защиты прав потребителей.

Экономика и защита прав потребителей тесно взаимосвязаны и переплетены. Их механизмы должны дополнять, а не противоречить друг другу. В плохом, ущемлённом, несовершенном экономическом пространстве учащается количество нарушений прав потребителей, а инструменты защиты

малоэффективны, а порой обладают обратным действием. Конкуренция, антимонопольная политика, микроэкономика и защита прав потребителей взаимосвязаны. Данная взаимосвязь рассматривается в статье Л. Дж. Уайта «Антимонопольная экономика и экономика защиты прав потребителей в политике и судебных разбирательствах: почему такое неравенство?» [72].

Из права на качество товара плавно вытекает право на безопасность, так как безопасность товара – это отсутствие отрицательного действия товара на здоровье и имущество потребителя и на окружающую среду. Алимов А.М., Якупов Т.Р., Зиннатов Ф.Ф. и Касанова Н.Р. считают, что безопасность это состояние без рисков [5, 6]. И безопасность товара также гарантирует срок службы и годности, например, просроченные медикаменты могут нанести вред здоровью потребителя вплоть до инвалидности или летального исхода. Если право на качество товара – это обеспечение гарантированной полезности товара потребителю, то право на безопасность – это исключение или минимизация вреда от товара потребителю. Товар может быть безопасным, но без пользы для потребителя.

Согласно статье 7 Закона «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на безопасное для жизни, имущества и окружающей среды использование, хранение, транспортировку и утилизацию товара. Даже на товары, на которые не установлен срок годности или службы, безопасность товара обеспечивается производителем в течение 10 лет со дня передачи товара потребителю. Если для обеспечения указанного права необходимо совершить определенные действия, то производитель должен о них информировать.

Есть виды товаров, которые должны быть сертифицированы, то есть согласно учебному пособию Секацкого В.С., Мерзликина Н.В., Пикалова Ю.А., Пикалова Я.Ю. «Подтверждение соответствия продукции и услуг» цель сертификации – оказание содействия потребителю в правильном выборе товара [41, с. 43]. Если товар причиняет или может причинить вред, то его

производство приостанавливается, а потребителю возмещается причинённый ущерб в полном объёме.

Безопасность – это достаточно наукоемкое и финансово затратное для производителя мероприятие. Для её обеспечения необходимо проведение испытаний, технологического соответствия, экспертиз и так далее. Это огромная работа по минимизации вреда потребителю. Недостаточная безопасность товара с причинением вреда здоровью может обернуться для производителя огромными финансовыми убытками и даже банкротством. «Как потребитель Вы имеете право на то, чтобы товар (работа, услуга) были безопасны для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды» [18, с. 161].

Одним из направлений по обеспечению безопасности также является борьба с контрафактом и теневым рынком, которые могут нанести вред здоровью, имуществу и окружающей среде, привести к убыткам честного бизнеса, государственной безопасности и бюджету.

Согласно статьям 8, 9 и 10 Закона РФ «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на достоверную информацию наглядно и в доступной форме. Информация о производителе (исполните, продавце) – это фирменное наименование, адрес, режим работы, сведения о государственной регистрации и наименовании зарегистрированного органа, данные лицензии и так далее. Информация о товаре – это состав, вес, объём, калорийность, содержание вредных веществ, противопоказания для применения, цена и условия приобретения товара, гарантийный срок, алгоритм действий при истечении срока или при утилизации, адреса принятия претензий, производства, обслуживания и ремонта, информация о правилах продажи и так далее.

Информация для потребителя – это сведения, позволяющие сделать свободный выбор товара, оценить пользу товара, обеспечить безопасность своего здоровья, имущества и внешней среды, а также защитить свои права в случае их нарушения продавцом или производителем. Информация – это

инструмент защиты прав потребителей. Например, указание веса и цены – это обеспечение права свободного выбора; гарантийный срок и адреса обслуживания и ремонта – это обеспечение пользы товара; калорийность и данные лицензии – это обеспечение безопасности и так далее. Талабаев Е.А. в своей работе говорит о том, что по такому критерию как доступность информации для потребителя Российская Федерация находится в рейтинге худших стран [60, с. 2].

Рассмотрим случай нарушения права потребителя на информацию. При дистанционной торговле в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» выбор товара потребителя происходит в том числе и по изображению товара, в законодательных актах нет чётких норм, регламентирующих изображение товара. Продавец может разместить на странице своего магазина фото не реального товара, а образца, который возможно изменён в лучшую сторону при помощи специальных компьютерных программ. Цвет товара может быть ярче, чем в реальности, размеры его могут быть преувеличены и выбран удачный ракурс, при котором невозможно сформировать объективные представления о товаре. Следовательно, информация о товаре не соответствует действительности и тем самым нарушается право на информацию о товаре. В законодательстве РФ нет чётких требований, регламентирующих изображение товара. Таким образом, при дистанционной торговле в информационно-телекоммуникационной сети Интернет в законодательные акты следует включить нормы, предусматривающие требование к изображению товара.

Одним из основных направлений в сфере защиты прав потребителей является обеспечение полноты, достоверности и доступности информации. «Потребитель имеет право на необходимую и достоверную информацию о том, что продаётся, кто продаёт и кем это изготовлено, как и когда это можно приобрести» [18, с. 161]. Потребитель должен свободно пользоваться всеми законными источниками по получению информации о товаре. Данный инструмент защиты прав потребителей развивается и совершенствуется,

используя инновационные технологии, например, получение информации путём сканирования QR-кода мобильным приложением или применение голограммных наклеек, указывающих на безопасность товара.

Потребитель имеет право на компенсацию, то есть потребитель может возместить убытки в результате недостоверной или недостаточно полной информации о товаре при причинении вреда здоровью, имуществу, окружающей среде, а также согласно статье 15 Закона РФ «О защите прав потребителей» на компенсацию морального вреда независимого от возмещённого имущественного вреда и подтверждённых потребителем убытков.

Компенсация потребителю – это эффективная защита прав потребителей, но следует отметить, что, если объёмы компенсационных выплат меньше прибыли получаемой в результате нарушений прав потребителей, то данный метод защиты несоразмерен. Также завышенные штрафы негативно сказываются на бизнесе, инвестициях и особенно цене товара, так как по стратегии ценообразования любые убытки закладываются в цену товара, за которые платит потребитель.

В результате возможности воспользоваться потребителем правом на компенсацию производитель или продавец заинтересован в разрешении спора или негативных ситуаций в досудебном порядке. Законодательством установлен ряд способов: обмен товара надлежащего качества, безвозмездное устранение недостатков, уменьшение покупной цены, расчёт с потребителем, удовлетворение отдельных требований потребителя и так далее. Закон РФ «О защите прав потребителей» подробно рассматривает алгоритм действий при применении каждого способа и сроки для исключения манипулирования и затягиваний требований по возмещению компенсации.

Помимо удовлетворения требований потребителя по возмещению компенсации согласно пункту 6 статьи 13 Закона РФ «О защите прав потребителей» суд может взыскать с производителя или продавца штраф в

размере пятьдесят процентов от суммы, присуждённой судом в пользу потребителя.

Рассмотрим ситуацию: приобретён товар, второй товар был в подарок. В товарном чеке указана стоимость только первого товара. В случае обнаружения недостатков в подарке потребитель может потребовать возврат денежных средств за некачественный товар и компенсацию, но при этом если продавец отказывается от уплаты денежных средств и компенсации за некачественный товар, ссылаясь на то, что товар является подарком, то он нарушает право потребителя на компенсацию. Продавец не учитывает тот факт, что подарок вручается только при условии приобретения определённого товара. Если это самостоятельный подарок, то продавцу необходимо было составить на него безвозмездный договор. Таким образом, в договорах без цены, обязательно прописывать, что он является безвозмездным, чтобы не вводить потребителей в заблуждение.

Потребителей необходимо стимулировать пользоваться правом на компенсацию, а государству следует разработать программу финансовых санкций для злостных производителей и продавцов в сфере нарушений прав потребителей. Именно финансовые способы регулирования и наказания являются самым быстрым и мобильным инструментом для влияния на целые сектора экономики с внедрёнными схемами по игнорированию и ущемлению прав потребителей.

Также потребитель имеет право на защиту. Защита прав потребителей имеет три направления:

- защита прав потребителя на законодательном уровне;
- защита прав потребителя сторонними организациями;
- защита собственных прав потребителем в суде.

Вот примеры защиты прав потребителей законодательно: любые условия договора, которые ущемляют права потребителя, установленные законами или иными нормативно-правовыми актами РФ, признаются не действительными, запрещается обуславливать приобретения одних товаров

обязательным приобретением иных товаров и предоставлять дополнительные услуги без согласия потребителя и так далее.

Нормативно-правовая база в сфере защиты прав потребителей периодически пересматривается и адаптируется к современным потребностям. Любые изменения должны быть максимально понятны потребителю, следует исключать ссылки на другие акты или пункты, а также избегать использования терминов и сложных определений, при построении необходим четкий пошаговый алгоритм действий или пояснений.

В защиту прав потребителей третьими лицами могут выступать общественные объединения потребителей, их ассоциации, союзы, органы местного самоуправления и так далее. Согласно пункту 6 статьи 13 Закона РФ «О защите прав потребителей» сумма в размере 50 процентов от взысканного штрафа перечисляется указанным объединениям или органам. Многообразие третьих лиц (Роспотребнадзор, федеральный антимонопольный орган, общественные институты) неосведомлённого потребителя может дезориентировать, что мотивирует его смириться с нарушением своих прав. Возможно, следует разработать проект единого кабинета приёма жалоб потребителей, который будет сам распределять жалобы по инстанциям.

Потребитель имеет право обратиться в суд за защитой своих прав, например, потребовать безвозмездного устранения недостатков товара, возмещения расходов, расторжение договора купли-продажи, замены на товар аналогичной или другой марки, модели, артикула с соответствующим перерасчётом покупной цены, оспорить заключение экспертизы и так далее. Следует учитывать в большинстве случаев факт отсутствия у потребителя специальных знаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги).

Качество реализации права на защиту зависит от времени начала предъявления претензии потребителем до её полного удовлетворения, чем длиннее данный промежуток, тем неохотнее потребитель защищает свои права. Государство каждый выявленный и подтверждённый в судебном

порядке случай нарушения должно рассматривать в индивидуальном порядке, для принятия мер и профилактики в дальнейшем подобных нарушений этими и другими производителями или продавцами.

Анализ Закона РФ «О защите прав потребителей» позволил выявить следующие ведущие права потребителя, раскрываемые в законе:

- право на свободный выбор;
- право на качество товара;
- право на безопасность;
- право на информацию;
- право на компенсацию;
- право на защиту.

Можно сформулировать следующую информационную связку: «используя свободный выбор потребитель выбирает ту пользу товара и безопасность о которых есть полная информация, в противном случае он может получить компенсацию через защиту».

Помимо перечисленных прав в Законе РФ «О защите прав потребителей» следует отразить право потребителя на объединение. Объединение потребителей – это действующий качественный инструмент защиты потребительских прав. Потребительские общественные институты способны контролировать потребительский рынок, представлять интересы как одного человека, так и группы лиц потребителей, воздействовать на продавцов и производителей. Данным организациям проще, чем потребителю создать общественный резонанс и привлечь к проблеме общественное внимание, поэтому их мнения затруднительно и опасно игнорировать. В законе следует разъяснить законность и алгоритмы проведения контрольных закупок, возможностей тайного покупателя и иной общественной деятельности. То есть необходимо Закон РФ «О защите прав потребителей» адаптировать и для общественных объединений, так как он является основным их инструментом. Если отрицать право потребителя на

объединение, то Закон РФ «О защите прав потребителей» не будет распространяться на общественные потребительские организации.

В Законе РФ «О защите прав потребителей» следует обязать потребителей с целью защиты их здоровья, имущества и окружающей среды проходить обязательное краткое обучение в виде тестирования на сайте производителя перед покупкой сложного или опасного в обращении товара, например, циркулярной пилы, активного химического вещества и так далее. Связано это с тем, что большинство потребителей обычно не читают инструкцию по эксплуатации товара или неправильно воспринимают информацию. За организацию данного мероприятия должен нести ответственность продавец. Учитывая распространённость и доступность коммуникационных технологий организовать это процесс не составит большого труда и ответить на 10-12 вопросов не займёт много времени у потребителя. Усиление внимания к потребительской безопасности при продажах позволит повысить ответственность за свою безопасность у потребителя. Данное мероприятие соответствует потребителю праву на образование. Право на образование потребителя должно быть закреплено законодательно. Потребитель должен иметь широкий доступ к просветительским и обучающим материалам. Продавец и производитель должен обеспечить наличие этих достоверных материалов, например, на специальной сертифицированной интернет-площадке. Сертификат интернет-площадке нужен для защиты потребителя от недостоверной или рекламной информации, то есть должна быть разработана конкретная форма подачи достоверной информации.

Юриспруденция в сфере потребительства должна совершенствоваться в соответствии с современными реалиями. Закон РФ «О защите прав потребителей» должен охватывать все иные сектора потребительства, как например, потребительское образование, общественные потребительские организации, доступность независимых экспертиз, участие государственных структур в потребительских процессах и так далее.

Следует разработать четкие правовые алгоритмы для обеспечения «мгновенной реакции» на нарушения прав потребителя. Для этого следует внедрять такие инновационные технологии как искусственный интеллект, QR-коды для кодирования информации и защиты от фальсификата, единую коммуникационную интернет-площадку в сфере потребительства и так далее. Представим ситуацию, что потребитель обнаружил на полках магазина просроченный продукт, достаточно только отсканировать QR-код и отправить на соответствующую горячую линию, и искусственный интеллект самостоятельно производит сбор информации о данном магазине, производителе, товаре, оценит ситуацию, составит и отправит претензии и жалобы в соответствующие структуры и организации и отследит их исполнение, при неэффективности одного алгоритма, применяет следующий.

Юриспруденция будущего должна быть адаптирована не только для человека, но и для машины. Юридические конструкции станут более автоматизированы и приспособлены для программного моделирования. Изменения, безусловно, затронут и сферу защиты прав потребителей.

Но ведущим направлением в сфере защиты прав потребителей должно быть создание комфортной безопасной среды для потребителя. Комфортная среда – это когда потребитель для ведения потребительской деятельности не должен беспокоиться о «подводных камнях» при совершении сделок и о наличии специальных особенно юридических знаний для этого. Например, при приобретении автомобиля или квартиры потребитель должен знать, что он полностью защищён от обмана и государство, законодательство и соответствующие органы обеспечат ему право на комфорт. Для создания комфортной среды также не обойтись без инновационных технологий как искусственный интеллект. Для создания комфортной среды не обойтись без усиления контроля и анализа всего потребительского процесса государством и общественными институтами.

Право на комфорт – это суммирование эффективности всех прав потребителя, например, на безопасность, качество товара, свободный выбор,

информацию, защиту, компенсацию и так далее. Цель любого права потребителя создать комфорт для потребителя.

Комфорт для потребителя – это такие условия при совершении покупки, при которых покупатель уверен в безопасности такой сделки и в самом товаре, владеет всей необходимой информацией для совершения свободного выбора из представленной линейки товаров, качество товара соответствует требованиям потребителя, имеется гарант обеспечения прав потребителя и так далее.

Следует обратить внимание, что Закон РФ «О защите прав потребителей» может использоваться продавцами и производителями для защиты своих интересов, а также защиты своих прав от злоупотребления потребителями. Так согласно пункту 5 статьи 18 производитель не несёт ответственность за существующие недостатки в срок службы товара если существующие недостатки возникли не по его вине. Если в инструкции к сковороде с антипригарным покрытием указано, что необходимо исключить применение лопаток, изготовленных из металла, при перемешивании еды, а потребитель при использовании повредил покрытие ножом, то Закон РФ «О защите прав потребителей» на стороне продавца. В данном примере информирование потребителя по эксплуатации сковороды защитило самого продавца. Также продавец согласно пункту 5 статьи 18 Закона РФ «О защите прав потребителей» может требовать с потребителя возмещение расходов на проведение экспертизы и на хранение и транспортировку товара.

В Законе РФ «О защите прав потребителей» при выявлении недостатков товара прописаны действия, алгоритмы действий, сроки этих действий, и продавец может придерживаться данных действий, алгоритмов и сроков и не удовлетворять требования покупателя, противоречащие им.

Закон РФ «О защите прав потребителей» защищает производителя и продавца только в том случае, если они полностью придерживаются требований данного закона – это свойство может стать одним из инструментов защиты прав потребителей, повышения качества товаров и

оказания услуг. Данное свойство должно быть тщательно проанализировано и использоваться в формировании Закона РФ «О защите прав потребителей» как рациональный метод. Закон РФ «О защите прав потребителей» должен быть адаптирован не только под потребителя, но и под продавца, что безусловно положительно скажется на защите прав потребителей, ведь продавец или производитель заинтересованы придерживаться требований Закона РФ «О защите прав потребителей».

На данный момент при тщательном юридическом анализе Закона РФ «О защите прав потребителей» можно выявить достаточное количество обобщающих, не конкретизируемых определений, например, пункт 3 статьи 4: «Если продавец (исполнитель) при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), пригодный для использования в соответствии с этими целями» [32] на практике мало осуществим и трудно контролируем, он требует доработки.

Сложность в том, что в большей части сделок между продавцом и покупателем конкретные цели потребителя к товару излагаются в устной форме, а, следовательно, могут искажаться продавцом при возникновении в дальнейшем спорных ситуаций. Данные искажения продавцом трудно доказать, конкретные цели потребителя в устной форме могут легко потерять конкретность.

Проблема ещё в том, что требования потребителя могут быть сформулированы неточно или с дефектом. Они могут быть не конкретизированы, обобщены, например, «мне самый качественный, но дешёвый...», или мне самый безопасный, но мощный...», или мне оригинальную, но не брендовую... и так далее». То есть в запросе потребителя содержатся требования, конфликтующие между собой, что позволяет продавцу навязывать и манипулировать выбором потребителя. «Характеристика уязвимости потребителя может быть определена как

наличие повышенного риска негативных последствий совершённых сделок вследствие социальных, поведенческих особенностей потребителя» [37, с. 24]. Например, чем качественнее товар своих аналогов, тем он обычно дороже, так как дешёвый товар обычно сделан из недорогих материалов с минимальными характеристиками. Продавец может предложить товар при данной формулировке не потому, что он качественнее и дешевле аналогов, а потому, что прибыла новая партия товаров и старую следует быстрее распродать или на продвижение данного товара по сравнению с аналогами на полке имеется договорённость с его производителем. Проблема требования потребителя заключается в недостаточных представлениях о характеристиках всей линейки товаров. Данный пример можно обозначить как фактор конфликтности требований потребителя.

Фактор конфликтности требования потребителя – это требования потребителя к товару, при которых характеристики товара противоречат сами себе.

Следующий вид сложности – в субъективности требований потребителя. Обычно она представляется подобными словами как: «мне самый лучший..., или мне самый надёжный..., или мне самый красивый, или, скажите, этот торт вкусный?». То есть у каждого человека свой вкус, своё понятие о надёжности, качестве и так далее. Количество людей равно количеству мнений. И продавец может предлагать какой-то торт не потому, что он по его мнению, самый вкусный, а потому, что после завтра у него истекает срок годности. Субъективность требования потребителя позволяет продавцу влиять на выбор потребителя. Согласно учебному пособию «Основы розничной торговли» Байматовой Е.В. [и др.] маркетолог сделает всё возможное, чтобы потребитель приобрёл товар [39, с. 50].

Фактор субъективности требования потребителя – это требования потребителя, которые не отражают конкретные технические характеристики и показатели товара.

Следующий самый распространённый фактор – это фактор недостаточных сведений у потребителя. То есть, выбирая товар, потребитель не имеет достаточных представлений и знаний для качественного анализа характеристик товара. Например, реклама о том, что данная марка растительного масла не содержит холестерина, направлена на аудиторию, имеющую поверхностные знания в биологии. Любое растительное масло не может содержать холестерин, так как растительное масло – это растительный жир, холестерин содержится только в жирах животного происхождения. Или потребитель, приобретая металлическую гофрированную трубу для системы отопления, может не знать, что данный товар может быть двух видов: обожжённая и необожжённая, что отражается непосредственно на возможностях и качестве её изгибов. Потребитель может недостаточно ориентироваться в аббревиатурах и сокращениях, иных сигнальных обозначениях, свойствах и характеристиках товара.

Фактор недостаточности сведений потребителя – это требования потребителя к товару, совокупность которых не позволяет самостоятельно выбрать конкретный товар из линейки аналогичных товаров в связи с недостаточностью знаний о характеристиках и свойствах товара.

Учитывая приведённые факторы можно сделать вывод, что конкретные цели приобретения товара, выполнения работ, оказания услуг у потребителя не всегда соответствуют формулировкам требований, предъявленных продавцу. Продавец может пользоваться этим для достижения своих интересов, что соответственно может привести к негативным последствиям для продавца и покупателя вплоть до судебных разбирательств.

Логично, что в своих нечётких, неконкретных требованиях виноват сам потребитель, но для того и нужен Закон РФ «О защите прав потребителей», для защиты прав потребителей, в связи с тем, что потребитель с некомпетентностью в выборе товара уязвим.

Для минимизации представленных факторов можно предложить несколько вариантов решений:

- при совершении сделки между потребителем и продавцом прикреплять к товару краткую письменную консультацию продавца на требование покупателя;
- письменное анкетирование потребителя перед покупкой дорогостоящего или технически сложного товара для анализа требований потребителя;
- создание единой информационной интернет-площадки с подробной аккредитованной достоверной информацией о свойствах и характеристиках товаров, реализуемых на территории России. Аккредитация информации необходима для защиты от недостоверности рекламы товара – любая информация о товаре на информационном ресурсе должна быть подкреплена фактами и доказательствами.

Пункт 3 статьи 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» на практике мало осуществим, трудно контролируем в связи с тем, что распространены случаи, когда цели потребителя, при совершении покупки, указываются в устной форме и некорректными формулировками, позволяющими продавцу навязывать товар, соответствующий его собственным интересам, в законе не указано как определить конкретные цели потребителя. Пункт 3 статьи 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» должен быть доработан дополнениями, чётко регламентирующими отношения между продавцом и покупателем для обеспечения товаром соответствующим запросам потребителя.

В современном мире торговли распространены различные маркетинговые уловки, направленные на повышение продаж и получение прибыли. Одной из таких уловок является товар в подарок, на который зачастую продавец указывает цену. Но насколько цена на товар в подарок соответствует реальности?. Чаще всего продавцы намеренно завышают указанную цену, оказывая тем самым психологическое воздействие на покупателя. Например, в магазине «К.» продается женская обувь. Продавцы

сообщают покупателю о проходящей акции – при покупке двух пар обуви, третья пара в подарок, но в подарок можно взять не любую обувь, а представленную на специальном стенде. Обувь в подарок в соответствии с ценником имеет стоимость от трёх тысяч и выше. Проведя анализ цен указанного магазина можно проследить, что до того как обувь в подарок стала участвовать в акции, её стоимость была в разы ниже. Тем самым нарушается право потребителя на информацию о товаре. В соответствии со статьёй 8 Закона РФ «О защите прав потребителей» информация, предоставляемая потребителю должна быть достоверной и необходимой. Для решения указанной проблемы можно предложить на законодательном уровне закрепить запрет на указание цены на товар в подарок.

Понятие «права потребителя» – это совокупность норм и правил, установленных и охраняемых государственной властью, регулирующих отношения между продавцом (производителем) и потребителем.

Ведущий закон в Российской Федерации по защите прав потребителей – это Закон РФ «О защите прав потребителей», он необходим в связи с тем, что потребитель в отношениях с продавцом или производителем отчасти некомпетентен, возникает острая необходимость защиты его прав.

В законе подробно отражены такие права как право на свободный выбор, на качество товара, на безопасность, на информацию, на компенсацию, право на защиту. Сущность данных прав создать комфортную и безопасную среду для покупок и приобретений потребителем.

Закон РФ «О защите прав потребителей» способен и участвует в регулировании экономических, производственных отношений страны, он участвует в «оздоровлении» модели экономики в государстве. Продавцам и производителям должно быть выгодно придерживаться требований указанного закона, в противном случае это грозит убытками, издержками, потерей репутации и так далее.

Несмотря на огромное юридическое внимание к сфере защиты прав потребителей, данная сфера, как и сам Закон РФ «О защите прав

потребителей» требует доработок: он должен исключать сложные понятия и определения, а также обобщающие утверждения и действия, минимизировать ссылки на другие источники, содержание должно быть прагматичным и пошаговым для облегчения его понимания и применения потребителем.

Таким образом, в Законе «О защите прав потребителей» перечислены основные права потребителей, раскрываются их понятия и сущность, но с течением времени возникает необходимость их корректировки и дополнения. Понятия и сущность прав потребителей в настоящее время нуждаются в обсуждении и пересмотре.

2.2 Классификация прав потребителей

Классификации прав потребителей помимо теоретического применения, могут достаточно широко использоваться на практике, например, при судопроизводстве, создании новых нормативно-правовых актов в сфере потребительства, разработке юридических сайтов и порталов, прайс-листов юристов, оказывающих коммерческие услуги потребителям и так далее.

Классификация прав потребителей может проводиться по различным критериям в зависимости от целей. Целесообразно, например, классифицирование прав потребителей и связанных с ними положений по юридической силе. Уровень силы можно оценить по пятибалльной системе: чем выше юридическая сила, тем выше оценка.

Классификация и оценка юридической силы прав потребителей, положений и требований по пятибалльной шкале:

- 5 баллов – это положения нормативных правовых актов в сфере защиты прав потребителей, международного уровня. То есть требования этих нормативных правовых актов распространяются более чем на одно государство. Например, Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014) [14];

- 4 балла – положения нормативных правовых актов в сфере защиты прав потребителей государственного уровня, то есть исполнение данных нормативных правовых актов обязательно на всей территории государства, где они принимаются. Например, Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- 3 балла – положения нормативных правовых актов в сфере защиты прав потребителей муниципального и регионального уровня, то есть данные нормативные правовые акты обязательны для исполнения на определённой части государства. Например, постановление Правительства Красноярского края от 28.04.2018 № 220-п «Об утверждении региональной программы Красноярского края «Обеспечение защиты прав потребителей»» [31];
- 2 балла – права потребителя и требования в сфере защиты прав потребителей, диктуемые обществом, организациями, религиозными структурами и иными институтами. Например, устав общественной организации в сфере защиты прав потребителей. Или существует распространённое негласное правило среди продавцов незакреплённое юридически: «Покупатель всегда прав!». Несмотря на отсутствие законодательного требования исполнения данного правила и отсутствия юридической силы у данного утверждения, многие продавцы стараются его придерживаться, его игнорирование может негативно сказаться на имидже продавца;
- 1 балл – требования к сфере защиты прав потребителей одного авторитетного индивида – это, как правило, учёные, политические и общественные деятели и так далее. Влияние данных требований таково, что они даже могут учитываться уровнями более высокого порядка, например, при создании нормативного правового акта.

Данная классификация обеспечивает иерархию нормативно-правовой базы в сфере потребления, позволяет выявлять противоречия в ней, создает из неё согласованную структурную правовую модель.

Данная классификация по пятибалльной системе будет полезна не только, например, судьям, законодательным структурам, развивающимся продавцам и производителям, выходящим на новый уровень ведения бизнеса, но особая её польза в применении на единой интернет-площадке в сфере потребительства, чтобы искусственный интеллект мог распознавать, оценивать, ориентироваться, сопоставлять по значимости те или иные положения и требования множества нормативно-правовых актов в сфере защиты прав потребителей, используя данную классификацию.

Следует отметить, что правовой акт может содержать положения другого нормативно-правового акта, стоящего выше по пятибалльной системе, на которые он ссылается или опирается. Поэтому юридическая сила самого нормативного правового акта может не соответствовать юридической силе его положений.

Данная классификация представлена в упрощённой форме, но возможно балловое распределение и внутри уровней, то есть использование подпунктов оценки, допустим, 4.2 – указы президента, а 4.5 – положения конституции.

Классификация и оценка юридической силы прав потребителей, положений и требований по пятибалльной шкале позволяет не только упростить нормативно-правовую базу для машин, но и улучшает восприятие положений и требований нормативного правового акта человеком. Следует повториться, что чем проще в понимании и оценке текст акта для потребителя, тем охотнее потребитель будет пользоваться своими правами и обязанностями.

Права потребителя можно классифицировать и по предмету: предмет права – это часть объекта, рассматриваемая в каком-либо конкретном праве. Так анализируя Закон РФ «О защите прав потребителей» можно выделить четыре основных предмета, объединяющих права потребителей: коммуникация, товар, договор, риск.

Классификация прав потребителя по предмету права:

- коммуникационная совокупность прав – предметами данной группы являются информация и просвещение. То есть конкретная группа прав потребителя, в которой изучается безопасный обмен информацией между продавцом, покупателем, производителем, государством, обществом и так далее. Данная группа объединяет права потребителя, в которых рассматривается непосредственно информационный процесс потребительской среды: как предоставляется информация, насколько она достоверна и понятна для потребителя, объём этой информации, доступность её, необходимый запас знаний потребителя для извлечения пользы товара и так далее. Например, в соответствии с пунктом 1 статьи 8 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах)» [32];
- совокупность прав, связанных со свойствами товара, работы, услуг – предметом данной группы прав является непосредственно сам товар, работа, услуга. То есть эта группа прав рассматривает и изучает только конкретные характеристики товара, работы, услуги: срок годности, цвет, состав, сложность изделия, проводимые экспертизы по товару и так далее, и о том, как данные характеристики товара могут нарушить права потребителя. Изучение характеристики товара позволяет оценить причинённый вред, выявить виновника недостатка, рассчитать срок службы товара, размер компенсации и так далее. Например, в соответствии со статьёй 10 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «Информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна содержать сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг), в отношении продуктов питания сведения о составе (в том числе наименование использованных в процессе изготовления продуктов

питания пищевых добавок, биологически активных добавок, информация о наличии в продуктах питания компонентов, полученных с применением генно-инженерно-модифицированных организмов, в случае, если содержание указанных организмов в таком компоненте составляет более девяти десятых процента)» [4];

- договорная совокупность прав – предметом данной группы прав является непосредственно сам договор между продавцом и потребителем. То есть эта группа прав анализирует те отношения продавца и потребителя и соглашения между ними, которые создают правовые отношения и правовые конструкции. Например, продавец обязан предоставить товар, который соответствует непосредственным целям покупателя согласно пункту 3 статьи 4 Закона РФ «О защите прав потребителей», то данное право относится к договорной совокупности прав, так как данное положение регламентирует обязанности сторон покупки. Благодаря договорной совокупности прав возможно регулирование правовых отношений, допустим, при установлении условий выполнения работы из материала исполнителя, порядка расчёта за выполненную работу, сроков удовлетворения отдельных требований потребителя, или как действовать если условия договора ущемляют права потребителя и так далее. Например, в соответствии с абзацем 1 пункта 1 статьи 16 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «Недопустимыми условиями договора, ущемляющими права потребителя, являются условия, которые нарушают правила, установленные международными договорами Российской Федерации, настоящим Законом, законами и принимаемыми в соответствии с ними иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей. Недопустимые условия договора, ущемляющие права потребителя, ничтожны» [32];

– совокупность прав при рисках – предметом данной группы являются возможные риски и опасности для потребителя, возникающие при совершении покупок. Данная группа изучает и объединяет права потребителя, в которых отражены негативные последствия для потребителя при совершении покупок, а также меры по их предотвращению или разрешению: права потребителя на обмен товара надлежащего качества, устранение недостатков товара, компенсация морального вреда и так далее. Например, в соответствии со статьей 18 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «Потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков, если они не были оговорены продавцом, по своему выбору вправе: 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 перерасчётом 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. По требованию продавца и за его счёт потребитель должен возвратить товар с недостатками» [32].

Всю разнообразную нормативно-правовую базу в сфере прав потребителей можно свести к пунктам совокупностей данной классификации. Данная классификация тесно связана с циклами потребительского процесса в виде последовательной цепочки действий: сбор информации, изучение товара, договорённость с продавцом, юридическое оформление покупки, исполнение договорённостей или разрыв данных договорённостей из-за их несоблюдения. Между классификацией и потребительским процессом существует параллель. Данное классифицирование позволяет отдельно провести анализ юридической

составляющей каждого этапа потребительского процесса: объём, полноту, противоречивость нормативно-правовой базы любого этапа.

Указанное классифицирование потребительский процесс превращает в некий контракт, сделку или в юридический документ, охватывающий всю потребительскую деятельность, включает в себя его разделы для успешной юридической защиты потребителя, чтобы исключить пробелы, двоякость формулировок, абстрактность и так далее.

Данную классификацию можно использовать при разработке нормативно-правовых актов в сфере защиты прав потребителей, она пригодится общественным и государственным структурам для проведения расследования массовых нарушений прав потребителей по выявлению неточности и слабости законодательства. Указанная классификация позволит упростить применение законодательства на любом этапе потребительского процесса, связать потребительский процесс с нормативно-правовой базой. Данная классификация формирует задел для юридического оформления этапов и циклов потребительской деятельности.

Закон РФ «О защите прав потребителей» затрагивает продавцов, производителей, потребителей, государственные и общественные организации в сфере защиты прав потребителей. Каждый из них в той или иной степени оказывает влияние на права потребителей. Отсюда можно составить классификацию прав потребителей по субъекту влияния:

- права потребителя возникающие вследствие деятельности продавцов и исполнителей;
- права потребителя возникающие вследствие деятельности изготовителей;
- права потребителя возникающие вследствие деятельности государственных и общественных структур, осуществляющих защиту прав потребителей.

Проблема в том, что Закон РФ «О защите прав потребителей» не имеет разделов по субъектам в области защиты прав потребителей. Информация

хаотично распределена на протяжении всего текста закона. Логично предположить, что тем же продавцам была бы удобна такая классификация законодательства в сфере защиты прав потребителей, чтобы вся юридическая информация, в том числе и обновлённая, затрагивающая непосредственно организацию торговли, находилась в одном разделе или регламенте.

Вышеуказанная сортировка информации упрощает потребителям в сфере защиты прав потребителей поиск информации, облегчает работу с законодательством, экономит личное время, а порой и финансовые средства, затраченные на юридические услуги по разрешению потребительских споров, регламентирует правозащитную деятельность государственных и общественных организаций в сфере защиты прав потребителей с целью обеспечения качественной защиты.

Следует отметить, что категория «самозанятый» не оказывает влияния на права потребителей в рамках Закона «О защите прав потребителей».

Понятие «самозанятый» не закреплено на законодательном уровне как субъект в области защиты прав потребителей. Этим понятием называют физических лиц и индивидуальных предпринимателей, деятельность которых облагается налогом на профессиональный доход в рамках проведения эксперимента по установлению специального налогового режима.

Деятельность самозанятых регламентируется Федеральным законом от 27.11.2018 № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход»» [35]. Самозанятые могут оказывать услуги и продавать изделия собственного производства как юридическим, так и физическим лицам. Самозанятые должны оказывать услуги потребителям по возмездному договору и реализовывать товары потребителям по договору купли-продажи.

Логически, самозанятые должны выполнять требования Закона РФ «О защите прав потребителей». Но Закон РФ «О защите прав потребителей» не распространяет своё действие на самозанятых, которые не являются индивидуальными предпринимателями. В преамбуле Закона РФ «О защите

прав потребителей» в определениях «продавец» и «изготовитель» говорится непосредственно об организациях независимо от их организационно-правовой формы, а также об индивидуальных предпринимателях, но о физических лицах, получающих доход от профессиональной деятельности в определениях нет. Индивидуальный предприниматель является физическим лицом, но не каждое физическое лицо является индивидуальным предпринимателем. Следуя из определений «потребитель» и «продавец», указанных в Законе РФ «О защите прав потребителей», самозанятые не обязаны соблюдать Закон РФ «О защите прав потребителей».

Кроме этого, в определении «потребитель» говорится, что потребитель – это гражданин, использующий товар исключительно для личных нужд, не связанных с извлечением прибыли, то есть ведением предпринимательской деятельности.

Но возникает вопрос: где проходит грань, которая разграничивает товары, приобретённые самозанятыми без регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, на которые распространяет своё действие Закон РФ «О защите прав потребителей», а на которые нет. Распространяет ли своё действие Закон РФ «О защите прав потребителей» на товары для профессиональной деятельности, например, если гражданин приобретает машинку для стрижки волос? В каких случаях данный товар попадает под требования Закона РФ «О защите прав потребителей», а в каких нет, по каким признакам это можно определить?

Можно увидеть, что в современном законодательстве в сфере защиты прав потребителей присутствует пробел, не учтена категория лиц самозанятые. Например, у потребителя есть право направить продавцу или производителю претензию на товар после его приобретения. Но на практике с самозанятыми данное право трудно осуществимо, так как самозанятый не имеет офиса, графика рабочего времени. Допустим, ремонт камина произвел самозанятый, но через определённый промежуток времени выявился недостаток работы, куда в таком случае направлять претензию?

Основная цель налога на профессиональный доход в рамках проведения эксперимента была легализация «серой» деятельности. Если самозанятых, которые выполняют работу на дому и имеют пару клиентов в месяц обязать выполнять все требования обязательные для организаций и индивидуальных предпринимателей (обеспечение возврата, оформление вывесок, сертификация, штрафные санкции), то не приведёт ли это к тому, что самозанятые снова уйдут в теневой рынок? Не противоречат ли данные действия основной цели эксперимента? Следует также не забывать, если есть категория, которая не исполняет требования Закона РФ «О защите прав потребителей», то это дискредитирует сам закон и весь институт защиты прав потребителей.

Следовательно, положения и алгоритмы Закона РФ «О защите прав потребителей» должны распространять своё действие не только на организации и индивидуальных предпринимателей, но и на самозанятых.

Стоит обратить внимание, что на права потребителей влияет не только субъект потребительского процесса, но и вид торговли. Поэтому логично классифицировать права потребителей по влиянию на них вида торговли. Причём интернет-торговлю следует выделить в отдельный вид торговли:

- права потребителя возникающие вследствие деятельности стационарных объектов торговли;
- права потребителя возникающие вследствие деятельности дистанционной торговли (кроме интернет-торговли);
- права потребителя возникающие вследствие деятельности интернет-торговли.

Следует пояснить, почему интернет-торговлю следует выделить в отдельную категорию. В интернет-торговле в ассортименте одного интернет-магазина или торговой площадки могут находиться одновременно товары из разных стран и регионов России. Если для организаций стационарной торговли внешняя торговля происходит через не прямые продажи – наличие третьих лиц, которые заинтересованы в соблюдении законодательства в

сфере защиты прав потребителей, то для интернет-торговли характерны в основном прямые продажи между иностранным продавцом и потребителем из России, в результате чего возникает множество проблем из-за различий законодательства разных стран, отсутствия возможности воспользоваться правом защиты и компенсацией потребителем и так далее.

Помимо этого не следует упускать тот фактор, что объём продаж через интернет-торговлю в современности значительно превышает по размерам объёмы иных видов нестационарной торговли и это ещё далеко не её пик развития. Интернет-торговля вместе со стационарной – это два кита, с которыми не сравним иной вид торговли. Поэтому нелогично интернет-торговлю при классификациях относить к нестационарной торговле и приравнивать к её видам. Даже в законодательстве имеется ряд документов, регулирующих интернет-торговлю отдельно от иных дистанционных способов торговли, например, ГОСТ Р 57489-2017 «Руководство по добросовестной практике продажи товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет» [11]. Благодаря массовости и популярности интернет-торговля должна стать обособленной как отдельный вид торговли от всех остальных.

Для интернет-торговли характерны особые черты нарушений прав потребителей, а, следовательно, и отдельные нормативно-правовые требования, влияющие на сферу прав потребителей. Именно развитие интернет-торговли повлияло на утрату силы постановления Правительства Российской Федерации от 27.09.2007 № 612: если раньше до бурного развития интернет-торговли не требовалась публикация чётко прописанных условий покупки, то теперь обязательно размещение оферты; если раньше при выражении намерения покупателя совершить покупку, продавец обязан был продать, то теперь продавец сначала подтверждает заключение договора; расширился перечень обязательных сведений о продавце – это ОГРН, электронный адрес, телефон, выработан претензионный алгоритм действий при спорах и так далее.

Все эти изменения возникли благодаря развитию интернет-торговли, следовательно, интернет-торговлю в Законе «О защите прав потребителей» как вид торговли, влияющий на права потребителей, следует выделить в отдельную категорию.

Права потребителя находятся в зависимости от субъектов торговли, видов торговой деятельности и других факторов. Классифицирование прав потребителей может нести большое практическое значение для защиты прав потребителей, совершенствования законодательства, а также адаптировать их к непрерывно сменяющимся условиям жизни.

Таким образом, несмотря на то, что большая часть прав потребителей закреплена в Законе РФ «О защите прав потребителей», раскрыта их сущность, нет чёткого перечня прав, они рассредоточены по всему Закону. Часть прав потребителей в Законе вытекает из обязательств продавца, то есть самостоятельно не обозначены в Законе. Также имеются такие права в Законе, которые носят формальный характер, например, право на просвещение. В Законе РФ «О защите прав потребителей» необходимо применить новые классификации прав потребителей, так как несовершенства законодательства являются причиной нарушения прав, например, категория лиц «самозанятые», они не определены как субъект в сфере защиты прав потребителей. Классификации должны соответствовать времени, быть разработаны с учётом информационных технологий и развития интернет-торговли. Авакян К.С. и Чистова В.А. считают, что Закон РФ «О защите прав потребителей» почти не претерпевал изменения [1, с. 1]. Следовательно, в настоящее время существует потребность в системности прав потребителей и пересмотре прав потребителей.

Глава 3 Особенности гражданско-правовой защиты прав потребителей

3.1 Понятие и принципы гражданско-правовой защиты прав потребителей

Под понятием «гражданско-правовая защита прав потребителей» следует понимать механизм восстановления нарушенных прав потребителей при помощи институтов общества и государства или самозащиты с применением набора правовых процедур и способов защиты.

Таким образом, анализируя данное понятие, следует выделить и обобщить, вытекающие из понятия термины: институты общества и государства по защите прав потребителей, самозащита, набор правовых процедур и способы защиты.

К институтам общества и государства, защищающих права потребителя, можно отнести: Роспотребнадзор, общество защиты прав потребителей, суд, муниципальные и государственные органы власти, СМИ, частных юристов и так далее. Данные организации уполномочены защищать права потребителя или содействовать в защите нарушенных прав. Так для привлечения внимания к глобальной проблеме в сфере защиты прав потребителей, доведения информации до массового потребителя преимущество будут иметь СМИ, но у них отсутствуют полномочия наказывать нарушителя. В отдалённых труднодоступных населённых пунктах в содействии в защите прав возрастает роль муниципальных органов власти, но муниципальные власти помимо защиты прав потребителей загружены иными обязанностями, что отрицательно сказывается на качестве индивидуального подхода к проблеме. Таким образом, организации институтов общества и государства по защите прав потребителей имеют отличные друг от друга преимущества и недостатки.

Выбор организации для защиты нарушенного права осуществляется потребителем, например, согласно учебному пособию «Защита прав инвалидов» Шуваловой И.А. люди с ограниченными возможностями могут обращаться за бесплатной юридической помощью в государственные юридические бюро и к адвокатам по вопросам предоставления коммунальных услуг [65, с. 147]. Также организации могут содействовать друг другу для достижения цели по защите прав потребителей, например, прокуратура может обратиться в суд или частный юрист в государственные органы власти. Также институты общества и государства, защищающие права потребителя, помимо рассмотрения индивидуальных обращений потребителя, могут осуществлять мониторинг и анализ потребительской сферы, предлагать пути решений потребительских проблем и так далее.

Потребитель также имеет право действовать самостоятельно в восстановлении нарушенных прав, а не обращаться в организации, то есть осуществлять самозащиту.

Под самозащитой следует понимать способ восстановления нарушенных прав потребителя, при котором потребитель, право которого нарушено, пытается восстановить его самостоятельно без привлечения третьих лиц.

Особенностью самозащиты потребителем является то, что при её осуществлении потребитель может использовать юридические и неюридические инструменты. К юридическим инструментам относятся: составление претензии или обращение к продавцу, обращение в суд и так далее. То есть используются потребителем те методы по восстановлению нарушенного права, которые закреплены законодательно. К неюридическим инструментам относятся: скандал, написание негативного отзыва, создание отрицательного общественного мнения о продавце и так далее. Это методы самозащиты потребителя, которые не отражены и не регулируются законом.

Следует отметить, что неюридические инструменты можно условно разделить на две группы: противозаконные и не противоречащие закону. Так,

например, за отрицательный отзыв о продавце потребитель не понесёт административную или уголовную ответственность, если отзыв не нарушает права продавца, не содержит ложной информации, оскорблений. Если же наоборот отзыв будет содержать ложную информацию или оскорбления, то такая самозащита противозаконна и может быть наказуема по отношению к потребителю.

При выборе самозащиты потребитель для восстановления нарушенного права должен обладать юридическими знаниями, в противном случае цель может быть не достигнута, потеряно время или самозащита будет нести для него самого негативные последствия. При неудачной самозащите потребитель может обратиться в институты общества и государства, защищающие права потребителя, но в этом случае восстановление прав будет значительно усложнено или неосуществимо.

Под правовой процедурой следует понимать алгоритм признания факта нарушенного права потребителя. При существовании нескольких алгоритмов можно говорить о наборе правовых процедур. Для сферы защиты прав потребителей характерно множество путей восстановления прав потребителей, на что указывает количество общественных и государственных структур по защите прав потребителей.

Правовые процедуры можно классифицировать на две большие группы: досудебного и судебного разбирательства. Выбор правовых процедур досудебного разбирательства выгоден для потребителя тем, что упрощает процедуру и уменьшает срок восстановления права, продавцу или производителю – позволяет избежать огласки (страдает имидж и прибыль), а для судов – уменьшает загруженность их делами.

Следует сказать, что среди набора правовых процедур нет преобладающих форм защиты, выбор зависит от предпочтения потребителя. Может возникнуть вопрос: целесообразно ли наличие множества равных по эффективности путей или форм защиты, может достаточно выбрать один вариант, и его развивать, усовершенствовать – так более практично. Но

множественность выбора усложняет продавцу-нарушителю возможность адаптироваться и приспособливаться к системе (например, иметь доверенное лицо в защитной структуре, учитывать методы и характер всех защитных организаций). Следует отметить, что здоровая профессиональная конкуренция между защитными структурами повышает коэффициент общей эффективности в восстановлении нарушенных прав потребителя.

Преимуществом наличия большого выбора правовых процедур для потребителя является то, что повышается доступность гражданско-правовой защиты прав потребителей, а недостатком – дезориентация потребителя из-за множества алгоритмов и путей по восстановлению нарушенного права.

Ведущее значение в гражданско-правовой защите прав потребителей занимает способ защиты. Он позволяет не только восстановить нарушенное право, но и успешное его применение стимулирует продавцов и производителей соблюдать свои обязанности по отношению к потребителю. Можно выделить следующий перечень способов защиты прав потребителей: самозащита права, изменение правоотношения, прекращение правоотношения, возмещение убытков, взыскание неустойки, возмещение морального вреда, взыскание процентов за пользование чужими денежными средствами (в судебной практике имелись случаи применения данного способа защиты, но в настоящее время вместо данного вида защиты применяется взыскание неустойки).

Данные способы кроме взыскания процентов за пользование чужими денежными средствами перечисляются в постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» [42]. Следует способы защиты прав потребителей рассмотреть в частном порядке: их определения и характеристики.

Под изменением правоотношения следует понимать способ восстановления нарушенных прав потребителя, при котором изменяются

условия договора между продавцом и потребителем. К способу изменения правоотношения относятся:

- обмен товара с недостатком на товар этой же марки, этих же модели, артикула;
- соразмерное уменьшение покупной цены на товар с недостатком;
- требование устранения недостатков товара;
- возмещение расходов на исправление недостатка товара потребителем или третьим лицом;
- временная замена товара с недостатком на период ремонта таким же товаром и так далее.

То есть данный способ предполагает восстановление нарушенного права потребителя путём изменения договора купли-продажи, замены товара, ремонта товара, уменьшение покупной цены и так далее.

Прекращение правоотношения – это способ восстановления нарушенных прав потребителя, при котором расторгается договор между продавцом и потребителем. При расторжении договора покупатель может потребовать возврата уплаченной суммы, а продавец потребовать возврат товара с недостатком. При этом возврат осуществляется за счёт продавца.

Данный способ может быть осуществлён добровольно или принудительно (через судебное решение). «Отсутствие у потребителя кассового или товарного чека либо иного документа, удостоверяющих факт и условия покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований» [34]. Условие продавца при заключении договора купли-продажи товара, что товар не подлежит возврату и обмену (например, при предоставлении значительной скидки на товар) не имеет юридической силы. Но потребителю следует помнить, что существует перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату, таких, как:

- товары для профилактики и лечения заболеваний;

- предметы личной гигиены и парфюмерно-косметические товары;
- текстильные, швейные и трикотажные изделия;
- изделия и материалы, полностью или частично изготовленные из полимерных материалов и контактирующие с пищевыми продуктами;
- товары бытовой химии, пестициды и агрохимикаты;
- мебельные гарнитуры бытового назначения;
- ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов;
- автомобили и мотовелотовары, прицепы, номерные агрегаты;
- технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки не менее одного года;
- гражданское оружие;
- животные и растения;
- непериодические издания.

Несмотря на исчерпывающий список, очень часто возникают вопросы в классификации товара, который может дать только эксперт или суд, например, отказ возврата подушки ссылаясь на то, что она относится к текстильным швейным и трикотажным изделиям. Но анализ нормативных актов: ГОСТа 17037-85, утверждённого постановлением Государственного комитета СССР по стандартам от 27.11.1985 № 3742 [7] и статьи 5 Технического регламента Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции лёгкой промышленности», утвержденного Решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г. № 876 [61], ГОСТа 25296-2003 «Изделия швейные бельевые. Общие технические условия» [8] и ГОСТа 31307-2005 «Бельё постельное». Общие технические условия» [9] позволяет сделать вывод о том, что подушки являются постельными принадлежностями и не относятся к бельевым изделиям. Подушка является изделием второго слоя, на которое не распространяются специальные гигиенические требования, и предназначена для использования

с наволочкой, которая и является постельным бельем, то есть изделием первого слоя. Следовательно, подушки не входят в вышеназванный перечень и подлежат обмену на аналогичный товар.

Способ «возмещение убытков» – это восстановление нарушенных прав потребителя, при котором потребителю возмещаются его затраты и упущенная выгода.

Под убытками понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода). Понятие убыток отражено в статье 15 Гражданского кодекса Российской Федерации.

Таким образом, возмещение убытков – это способ восстановления нарушенных прав потребителя, при котором потребителю возмещаются его затраты и упущенная выгода. Затраты потребителя могут быть прямыми, то есть определяются ценой приобретённого товара, и косвенными, которые не входят в цену товара. Примерами косвенных затрат могут быть: экспертиза товара, его транспортировка и хранение, почтовые расходы и так далее.

По сравнению с возмещением затрат, доказать объективность упущенной выгоды потребителю сложнее в связи с тем, что расчёт делается на основании гипотетических предположений потребителя, отсутствия универсальной формулы расчёта, что позволяет ответчику обвинить потребителя в злоупотреблении правом. Так потребитель может требовать разницу стоимости товара в момент удовлетворения его требований и стоимости товара на момент его покупки в соответствии с Обзором судебной практики по делам о защите прав потребителей [25].

Таким образом, убыток – это неоднозначная цифра, размер которой очень часто приходится определять в судебном порядке по принципу

справедливости. Его возмещение позволяет потребителю восстановить финансовый ущерб от его нарушенного права.

Под взысканием неустойки следует понимать способ восстановления нарушенных прав потребителя уплатой пени продавцом за неисполнение или ненадлежащего исполнения обязательства перед потребителем. Неустойкой признаётся определённая законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности в случае просрочки исполнения. Понятие неустойки раскрывается в статье 330 Гражданского кодекса Российской Федерации [12]. По требованию об уплате неустойки кредитор не обязан доказывать причинение ему убытков. Выставить неустойку продавцу потребитель имеет право, если нарушаются сроки исполнения требований Закона РФ «О защите прав потребителей».

Например, неустойка взыскивается в следующих случаях:

- при нарушении сроков устранения недостатков товара;
- при нарушении сроков замены товара с недостатками;
- при нарушении сроков возмещения расходов потребителя на устранение недостатков товара;
- при нарушении сроков возврата уплаченной за товар денежной суммы;
- при нарушении сроков возмещения убытков потребителя и так далее.

Расчёт неустойки можно представить как произведение стоимости товара (оказанной услуги), вида неустойки и количества просроченных дней. В зависимости от допущенного нарушения права вид неустойки имеет установленный законом размер: 0,5%, 1% и 3% от цены товара, работы (услуги).

Неустойка 0,5% от цены товара (услуги) взыскивается, за нарушение срока на передачу товара, оказания услуги покупателю; 1% – за нарушение срока устранения недостатков товара, замены товара; 3% – за нарушение

установленных сроков выполнения работы (оказания услуги). Размеры неустойки определяются Законом РФ «О защите прав потребителей». Если размер неустойки не предусмотрен законом, то неустойку можно определить как процент от суммы неисполненного обязательства увеличенное на количество дней просрочки. Размер неустойки и её расчет можно прописывать в договоре, но следует помнить, что размер неустойки, установленный законом, нельзя уменьшить, а её увеличение не должно противоречить пункту 2 статьи 332 Гражданского кодекса РФ.

Моральный вред определяется как физические или нравственные страдания, причинённые действиями, нарушающими личные неимущественные права потребителя либо посягающими на принадлежащие гражданину нематериальные блага, а также в других случаях, предусмотренных законом. Определение морального вреда вытекает из статьи 151 Гражданского кодекса РФ. Таким образом, возмещение морального вреда – это способ восстановления нарушенных прав потребителя, при которых виновной стороной выплачивается потребителю компенсация за причинённые физические, духовные, иного рода происхождения страдания. Примеры, при которых можно требовать возмещение морального вреда:

- получение потребителем из-за товара с недостатком или услуги травмы, увечий или наступление смерти;
- физические повреждения в результате дефектной инструкции к товару или её отсутствия;
- неисправность устройства до истечения срока службы;
- отказ в продаже из-за отсутствия сдачи;
- необоснованные обвинения потребителя и так далее.

Процедура возмещения морального вреда не требует претензионного порядка досудебного урегулирования споров, законодательство даёт право обращаться непосредственно в суд, за исключением случаев, если имеется связь с нарушением имущественных прав так, как только суд определяет

окончательный размер выплат морального вреда. «В целом, возможность взыскать моральный вред является эффективным способом защиты прав, поскольку суды крайне редко отказывают в его компенсации» [64]. Сумма морального вреда не зависит от суммы возмещённых убытков, взыскания неустойки и цены товара. При защите нарушенных прав потребителей способом возмещения морального вреда, следует руководствоваться Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 15.11.2022 № 33 «О практике применения судами норм о компенсации морального вреда» [44]. Данное Постановление обобщило, разъяснило и объединило деятельность судебных инстанций при рассмотрении дел о взыскании морального вреда.

Ответственность перед потребителем по компенсации морального вреда согласно статье 15 Закона РФ «О защите прав потребителей» могут понести изготовитель, исполнитель, продавец, импортер.

В судебной практике имеются случаи иного способа защиты прав потребителя, а именно – проценты за неправомерное удержание денежных средств. Например, решение Батайского городского суда Ростовской области от 28.11.2019 по делу № 2-2209/2019, решение Берёзовского районного суда Красноярского края от 04.07.2016 по делу № 2-945/2016, решение Советского районного суда г. Челябинска от 01.06.2017 по делу № 2-2350/2017 [50, 51, 52]. Или даже одновременного взыскания неустойки и процентов за пользование чужими денежными средствами. Например, решение Центрального районного суда г. Волгограда от 22.02.2017 по делу № 2-1767/17 [53].

Действительно из смысла статьи 395 Гражданского кодекса РФ вытекает, что данный способ приемлем для потребителей.

Но, во-первых, взыскание неустойки и процентов за пользование чужими денежными средствами за одно и то же нарушение влечёт применение двойной меры ответственности, что неприемлемо (например, Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 07.08.2018 N 16-КГ18-27 [34]).

Во-вторых, в соответствии с Постановлением Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2016 № 7 (ред. от 22.06.2021) «О применении судами некоторых положений Гражданского кодекса Российской Федерации об ответственности за нарушение обязательств» «в случае, когда соглашением сторон предусмотрена неустойка за неисполнение или ненадлежащее исполнение денежного обязательства, предусмотренные настоящей статьей проценты не подлежат взысканию, если иное не предусмотрено законом или договором» [43]. Следовательно, способ взыскания процентов за неправомерное удержание денежных средств для восстановления нарушенных прав потребителя не актуален.

Таким образом, к способам защиты нарушенных прав потребителя относятся: самозащита права, изменение правоотношения, прекращение правоотношения, возмещение убытков, взыскание неустойки, возмещение морального вреда. Потребитель имеет право самостоятельно выбирать способ защиты своих нарушенных прав.

Наличие разнообразия способов защиты нарушенных прав потребителя, общественных и государственных потребительских институтов, и набора правовых процедур не гарантирует успешного развития и работы всего механизма гражданско-правовой защиты прав потребителей. Для его согласованной работы необходимо выработать векторы или направления движения всей защиты. Ролью данных векторов, задающих направление, должны служить общепринятые принципы гражданско-правовой защиты прав потребителей. Как принципы, выработанные международным сотрудничеством и государством, так и принятые на региональном уровне.

Для изучения международных руководящих принципов в сфере защиты прав потребителей следует придать основное значение Резолюции, принятой Генеральной Ассамблеей ООН от 22 декабря 2015 года целью которой является содействие странам в обеспечении надлежащей защиты потребителей по разработке моделей производства и распределения, удовлетворяющих запросы и потребности своего населения со строгим

соблюдением этнических норм поведения и борьбой с недобросовестной деловой практикой [49]. Данный документ призывает расширять международное сотрудничество в области защиты интересов потребителей, стимулирует создавать независимые объединения потребителей и построение рынка с увеличенным предложением товаров и услуг при более низких ценах, а также делает акцент на рационализации всех потребительских процессов.

Следует проанализировать предлагаемые Резолюцией принципы на эффективность применения в России (по мнению Бычко М.А., Иванчик В.В. и Восс Л.Ю. Россия является активистом в международных отношениях [16, с. 23], Россия старается придерживаться рекомендаций ООН), и в случае затруднений приспособления их к отечественной гражданско-правовой системе, выработать свои, с учётом национальных особенностей, а также позиционировать и предлагать собственные выработанные принципы и позиции на международном уровне.

Перечень общих принципов, излагаемых в Резолюции:

- доступ потребителей к товарам и услугам первой необходимости;
- защита потребителей, находящихся в уязвимом и неблагоприятном положении;
- защита потребителей от факторов риска, влияющих на их здоровье и безопасность;
- содействие соблюдению и защита экономических интересов потребителей;
- доступ потребителей к соответствующей информации, необходимой для обоснованного выбора в соответствии с индивидуальными запросами и потребностями;
- просвещение потребителей, в том числе по вопросам экологических и социально-экономических последствий их потребительских предпочтений;

- наличие эффективных механизмов урегулирования потребительских споров и средств правовой защиты потребителей;
- свобода в создании потребительских и других соответствующих групп или организаций и возможность для таких организаций представлять свои мнения в процессе принятия решений, затрагивающих их интересы;
- содействие формированию рациональных моделей потребления;
- обеспечение защиты потребителей в сфере электронной торговли на уровне не ниже того, который обеспечивается применительно к другим формам торговли;
- защита личной информации потребителей и свобода глобального обмена информацией.

Данных принципов должны придерживаться все государства-члены, их политические институты в формировании национальной политики и коммерческие организации, в том числе для выработки добросовестной деловой этики, а также построения на основании данных принципов соответствующего отношения как к отечественным, так и к импортируемым товарам и услугам.

Рассмотрим некоторые принципы из перечня и проанализируем их возможную реализацию в России, а также предложим собственные альтернативные идеи в осуществлении данных принципов.

В Резолюции при предложении принципа «доступ к товарам и услугам первой необходимости» делается упор на сельскую местность, она предлагает стимулировать создание соответствующих складских и розничных торговых сетей в сельских районах, осуществлять более эффективный контроль за условиями предоставления товаров и услуг первой необходимости на данных территориях. А в гражданско-правовой защите сельского населения развивать самозащиту потребителей, в том числе путём создания потребительских кооперативов и налаживания связанной с ними торговой деятельности и распространения информации о них.

Потребительский кооператив – это объединение физических и юридических лиц с целью достижения общих целей [13, с. 65].

Действительно, в России, учитывая размеры страны, климат, малонаселённость многих территорий сельское население является самой уязвимой единицей в потребительской гражданско-правовой защите особенно в доступе к товарам и услугам первой необходимости. Завоз товара возможен порой только вертолётами или в определённое время года по зимнику или летней речной навигацией. Даже относительно не удалённые от городов сельские поселения имеют проблемы – отсутствие качественных дорог и логистики, что сказывается на цене товара и это при низких доходах населения. Имеющиеся стационарные товарные точки, пользуясь монополией и отсутствием выбора альтернативы аналогичному товару, реализовывают товар низкого качества по высокой цене. Нестационарная торговля слабо развита, а порой и отсутствует. Ужесточение контроля государства в сфере потребительства в сельской местности приведёт только к большому дефициту товаров первой необходимости. Создание складов из-за малонаселённости и огромных территорий экономически не рентабельно, что невозможно осуществить за счёт частных инвестиций, а если за счёт государства, то это дополнительная нагрузка на бюджет, что повлечёт ещё более высокое недофинансирование иных жизненно важных для сельских образований проектов. Формирование сельских потребительских кооперативов при отсутствии товарного предложения и альтернативы никак не разрешит или улучшит ситуацию без экономических мер поддержки развития сельских районов. Необходимо создание устойчивой логистики, дорожных сетей и маршрутов, и главное их соответствующее обслуживание.

Государству следует понять, что там, где отсутствует рынок как экономический термин, там невозможно и ненужно придерживаться рыночных механизмов и принципов. Для государства должна стать приоритетной поддержка создания и развития в сельских районах с плохой экономической составляющей прежде всего муниципальной собственности.

А в тех регионах, где успешно развивается муниципальное хозяйство, уже в дальнейшем внедрять институты развития частного бизнеса, заменять доходы от муниципальной собственности налогами от частного бизнеса. Так за счёт муниципальной собственности, продаж и услуг местные бюджеты пополняются дополнительными неналоговыми доходами, что скажется на развитии сёл, а население получит доступ к товарам и услугам первой необходимости. Сельским муниципальным властям для создания муниципальной собственности необходимо услышать призыв государства, в виде проработанной безопасной нормативно-правовой базы, например, изменения законодательства с выделением муниципальных образований с плохими экономическими показателями в особую автономную группу, упрощение алгоритмов регистрации муниципальной коммерческой собственности и так далее.

То есть можно сформировать принцип «участие органов местного самоуправления в обеспечении доступа к товарам и услугам первой необходимости». А одним из способов обеспечения принципа в России можно предложить участие муниципалитетов при продовольственно-потребительском кризисе.

Резолюция выдвигает принцип защиты потребителей, находящихся в уязвимом и неблагоприятном положении. В ней оговорено, что потребители должны быть защищены от односторонних типовых контрактов, от исключения в контрактах существенно важных прав и включения невыгодных для потребителей условий. То есть гражданско-правовая защита прав потребителей государством должна обеспечивать юридическую безопасность на таком уровне, чтобы исключить одностороннее навязывание условий стороной оказывающей услуги, продажи в любых возможных случаях.

Считаю, что государство должно взять на себя ответственность в представлении интересов потребителя в заключении им потребительских договоров. Иметь право расторгать такие договоры без согласия сторон, если

в них имеются явные признаки правонарушения или угрозы безопасности потребителя или изменять условия, руководствуясь принципом справедливости. Данная функция государства не посягает на свободу договора и рыночные механизмы. Согласно учебному пособию «Государственное регулирование экономики: учебное пособие: в 2 частях» Почекутовой Е.Н., Двинского М.Б. свобода договора является отличительной чертой рыночного взаимодействия от планового хозяйства [45, с. 98].

Действительно, потребитель может находиться в ситуациях, в которых приобретение товара или получение услуги первостепенно по сравнению с рисками, например, из-за отсутствия времени для откладывания сделки или поиска альтернативы (получение медицинских услуг при прогрессировании и предупреждении заболеваний, срочный ремонт вещей потребителя). Следовательно, есть возможность злоупотребить затруднительным положением потребителя для получения большей выгоды.

Государство должно поддерживать, прежде всего, те коммерческие предприятия, которые имеют утверждённые программы и положения в помощи потребителям, находящимся в уязвимом и неблагоприятном положении. Наличие данных программ и положений должно быть обязательным требованием к коммерческим предприятиям и закреплено законодательно.

Достаточно пройти по крупным продуктовым гипермаркетам для обнаружения отклонений от данного принципа и не только в несоблюдении сроков и условий хранения. Например, на этикетке ананасового сока крупными буквами написано «100% натуральный», а при изучении состава выясняется, что в соке содержится ароматизатор идентичный натуральному «Ананас», то есть вещество создавалось в лаборатории пусть по своим характеристикам и приближенное к натуральному ананасу, но ингредиенты такого ароматизатора могут вообще не относиться к продуктам питания.

Или потребитель может не знать чем отличается майонез от майонезного соуса и прежде всего не в гастрономическом понимании, а на

законодательном уровне, а именно в незнании ГОСТа 31761-2012 «Майонезы и соусы майонезные» [10]. Тем самым потребитель может быть введен в заблуждение, что майонезный соус полезнее майонеза для здоровья в связи с тем, что содержит меньше калорий, не учитывая факт, что к качественному составу майонеза со стороны закона требования значительно жестче, чем к майонезному соусу.

Можно предложить следующие пути решения с ложными заявлениями производителей и продавцов: увеличение экспертиз третьей стороной товарного знака, максимальный доступ потребителя к этой информации в любое время, например, маркировка товара со ссылкой на экспертизу или товарный анализ, которые должны быть написаны и оформлены доступно к пониманию большинства потребителей.

Проблема заключается в том, что при ужесточении контроля за качеством товара, снижается адаптационная способность производства, она становится менее конкурентоспособной из-за снижения объема производства товаров и удорожания его процессов, что приводит к общей инфляции и дефициту. Так, конкурентоспособность предприятия определяется в учебном пособии «Управление качеством» Щепеткиной Е.Н. как возможность производить товары наиболее привлекательные для потребителя, нежели чем у конкурентов [67, с. 109]. Разрешение проблемы адаптационной способности производства требует системного подхода, принципы и методы должны учитывать экономическую безопасность государства и его населения.

Считаю, что параллельно с любым ужесточением производства должны приниматься пропорциональные объективные меры по стимулированию роста желательных товаров и услуг. Любые по важности действия не должны причинять вред больший, чем он мог бы наступить при их отсутствии.

По принципу «содействие соблюдению и защиты экономических интересов потребителей» Резолюция предлагает государствам стимулировать

ответственность производителя: производить долговечные, полезные и надежные товары, вести добросовестную и эффективную конкуренцию для увеличения предложения.

Под экономическим интересом потребителя следует понимать – выгоды потребителя от приобретения товара и услуг, и их использования. Выгода потребителя может быть краткосрочной и долгосрочной.

Краткосрочную выгоду потребитель может извлечь из низкой цены за аналогичный товар, выгодных условиях на приобретение, полезности товара и так далее. Долгосрочную выгоду потребитель может извлечь от большого срока службы товара, наличия дешёвых запчастей или дешёвого обслуживания, доступного способа утилизации товара и так далее. То есть краткосрочную выгоду формирует цена товара и условия осуществления купли-продажи, а долгосрочную – период эксплуатации товара.

Можно заметить, что возникла тенденция у производителей сознательно укорачивать срок службы изготавливаемых товаров, ведь чем меньше срок службы товара, тем чаще потребитель будет его в дальнейшем приобретать, это касается не только бытовых приборов, инструментов или электротехники, но даже средств гигиены, например, у производителей есть все технические возможности увеличить срок службы бритвенных лезвий, но для них это экономически нецелесообразно, а для потребителя в дальнейшем влечёт дополнительные траты. Также производители могут повышать стоимость на обслуживание своего товара, например, тест-полоски на глюкометр могут быть почти сопоставимы в цене самому прибору, или установить высокую цену на фирменные масла и цепи бензопилы по сравнению с аналогами. Также в случае высокого спроса на товар продавцы могут многократно увеличивать цену на него, например, на медицинские маски в период коронавирусной пандемии. При приобретении товара потребителю могут навязываться любыми способами дополнительные товары и услуги.

Защита экономических интересов потребителя заключается в мероприятиях по извлечению потребительских выгод. Несмотря на свободное ценообразование, государство может диктовать условия, при которых продавец или производитель вынужден, или заинтересован учитывать в ценовой политике финансовые и экономические интересы потребителя. Следует помнить, что рост экономического благополучия потребителя – это рост всей национальной экономики.

Рассмотрим принцип Резолюции «доступ потребителей к соответствующей информации, необходимой для обоснованного выбора в соответствии с индивидуальными запросами и потребностями». В пункте 44 Резолюции имеется перечень важных информационных аспектов, которые необходимо доводить до потребителя:

- здоровье, питание, предупреждение заболеваний, вызываемых пищевыми продуктами, и фальсификация продуктов питания;
- опасности, связанные с товарами;
- маркировка товаров;
- соответствующее законодательство, порядок доступа к механизмам урегулирования споров и средствам правовой защиты и учреждения, и организации по вопросам защиты прав потребителей;
- информация о единицах мер и весов, ценах, качестве, условиях кредита и наличии товаров первой необходимости;
- охрана окружающей среды;
- электронная торговля;
- финансовые услуги;
- эффективное использование материалов, энергии и воды.

Естественно, запросы и потребности у потребителя индивидуальны, но большинство их можно объединить в крупные группы по тематикам. Доводимая информация должна быть актуальна, доступна, понятна, интересна и главное полезна для потребителя. Применение полезности

информации потребителем позволит сделать обоснованный выбор. Также применение информации позволит предупредить нарушения прав потребителей и обнулить популярные способы маркетинговых заблуждений производителей или продавцов. Субъектами информации для потребителей могут быть продавец или производитель, государство, общество.

Из характерных черт и свойств информации от продавца или производителя можно выделить: принудительное содержание – информацию, которую побуждает указывать законодательство; позитивное содержание – стремление информации отражать преимущественно положительные стороны товара, а также склонность к преувеличению свойств товара и их выделению для привлечения внимания. Так маркетологов учат использовать ту информацию о товаре, которая позволит продать товар, например, в учебном пособии Корминой О.И. [22, с. 25].

Особенности информации от общества заключаются в том, что общество не участвует в производственных цепочках и может судить о товаре только по внешним признакам, по информации от продавца или по результатам тех инструментов, которыми обладает, поэтому по содержанию такую информацию можно отнести к исследовательской. Недостатком общественной информации является то, что она зависит от мнений, поэтому может быть противоречивой и недостоверной.

Особенности информации от государства состоят в том, что материалом для информации служат отчёты продавцов, производителей, а также результаты лабораторных экспертиз, то есть информация стремится быть научной, но в этом и заключается недостаток, она становится более недоступной для восприятия и понимания, к ней снижается интерес. Товары создаются для потребителей, но государство зациклено прежде всего на исполнении своих обязанностей, а не на соблюдении интересов потребителей.

Информация, доводимая до потребителя, должна быть согласована со всеми субъектами потребительской информации с разрешением

противоречий. Она должна составлять единое информационное поле. Предлагаю создать национальный каталог товаров и услуг совместно со всеми субъектами информации, участвующих в его составлении на праве паритета. Необходим информационный консенсус для обеспечения доступа потребителей к соответствующей информации, необходимой для обоснованного выбора в соответствии с индивидуальными запросами и потребностями. То есть приоритет потребительского информационного консенсуса должен быть принципом государственной политики.

Наличие единых международных принципов упрощает гражданско-правовую защиту прав потребителей при осуществлении международной торговли, но проблема в том, что их реализация в том или ином государстве с особенностью менталитета, культуры, географических показателей, наличия ресурсов и так далее может быть затруднена или не реализуема. Государства должны быть заинтересованы в создании и в осуществлении собственных принципов, так, например, для России актуален будет принцип защиты государством, так как государственная власть, её контроль и выработанные стратегии оказывают значительное влияние на развитие страны. Волынский А.Ф. и Прорвич В.А. считают, что потребитель в защите своих прав одинок [6, с. 59]. Одним из способов осуществления данного принципа можно предложить обязательное участие Роспотребнадзора в форме личного присутствия или дачи письменного заключения по делу при рассмотрении судами дел о защите прав потребителей.

Действительно, гражданин может выбрать способ защиты и правовую процедуру по защите собственных прав, в том числе обращаться или нет в Роспотребнадзор. Внедрение данного предложения не умаляет права потребителя, но государственная структура может выступать как экспертная или консультативная сторона судебного процесса и гражданин может также осуществлять иную защиту в том числе и самостоятельно. Это необходимо для взаимодействия таких уровней властей как исполнительная и судебная. Роспотребнадзор должен быть осведомлён обо всех случаях нарушений

потребительских прав или попытках таких нарушений, а также об объективных и субъективных причинах обращения потребителя в суд, в том числе и в тех случаях, когда потребитель оказался не прав. Данная информация позволяет составить качественный анализ всей гражданско-правовой защиты прав потребителей, выявить недостатки и несовершенства потребительского процесса, улучшить достоверность статистических данных. Для суда данное предложение выгодно предъявлением профессиональной экспертной консультации для принятия справедливого судебного решения. На потребителя данное предложенное положение не окажет отрицательного влияния, а может наоборот окажет положительный эффект на процедуру восстановления нарушенных прав.

Данный способ обязует государство уделять внимание каждому случаю спора потребителя и продавца, производителя, что позволит улучшить гражданско-правовой механизм защиты прав потребителя. Государственный надзор за осуществлением прав потребителя должен стоять в приоритете и быть централизован. Именно ему государство должно уделять значительное внимание. Именно государство способно защитить права потребителя, выстроить эффективную гражданско-правовую систему защиты. Следовательно, принцип «защиты государством потребителей» имеет ключевую роль и требует разработок иных способов реализации данного принципа.

Гражданско-правовая система защиты прав потребителей в России состоит из обширного количества общественных и государственных институтов, специализирующихся на обеспечении охраны и восстановлении прав потребителей. Законодательство имеет многовариантный набор правовых процедур для потребителя с целью защиты. Разработаны и успешно применяются способы защиты. Россия пропагандирует и положительно относится к разработанным международным сообществом принципам гражданско-правовой защиты, в том числе в сфере защиты прав потребителей. Из несовершенств гражданско-правовой системы защиты прав

потребителей можно выделить, что Российская Федерация недостаточно уделяет внимания и не стимулирует муниципальные и региональные власти разрабатывать и внедрять собственные принципы в осуществлении потребительской защиты на местном уровне, то есть в сфере защиты прав потребителей у субъектов недостаточно автономии. А если и имеются такие принципы, то они недостаточно популяризованы. Считаю, что необходим единый реестр учёта муниципальных и региональных проектов и программ по защите прав потребителей, анализу их осуществления и эффективности применения. Возможно создание условий конкуренции между собой регионов России для устранения несовершенств, ведь именно конкуренция оказывает благотворное влияние на цену, качество товара, что несомненно улучшает положение потребителя.

3.2 Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителей

Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителя представляет собой правовую процедуру без судебного разбирательства с применением письменной формы, обосновывающей возникший спор. Потребитель может написать претензию и направить её лицу ущемляющему его потребительские права. Виновная сторона может самостоятельно предложить способ восстановления нарушенного права, урегулировать конфликт, обозначить свою позицию, в том числе выразить несогласие.

Претензионный порядок имеет ряд преимуществ. Положительными чертами данной правовой процедуры можно считать то, что достаточно часто спор можно разрешить данным методом, так как продавец (производитель) не заинтересован в доведении конфликта до судебного разбирательства и его огласки, так как это может отрицательно сказаться на его имидже и выручке. Продавец (производитель) в соответствии с учебным пособием «Защита прав

потребителей» Шуваловой И.А. может в течение десяти дней с момента получения претензии частично или полностью удовлетворить претензию, либо дать обоснованный отказ, или проигнорировать её [66, с. 162].

Также значительно укорачивается срок урегулирования спора, что выгодно в том числе и потребителю – экономия времени, возможность раньше получить товар с устранённым недостатком, альтернативу ему или вернуть денежные средства, так как в некоторых случаях покупка может иметь срочный характер. По сравнению с иными правовыми процедурами претензионный порядок значительно упрощён и понятен потребителю, так как сложность правовых процедур вызывает у потребителя подсознательно сомнения в эффективности своей защиты. Также претензионный порядок позволяет потребителю не привлекать третьих лиц к спору, так как составление претензии не требует специальных профессиональных юридических знаний, а также шаблоны претензий могут предоставить продавец или их можно найти в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Также, в тех случаях, в которых суд встаёт на сторону потребителя при не разрешении спора в претензионном порядке, с нарушителя, взыскивается дополнительно штраф в размере 50% от присуждённой суммы, даже если этого не затребовал потребитель в исковом заявлении. Претензионная процедура разгружает судебное делопроизводство, что оказывает положительный эффект на качество судебной системы.

Из недостатков следует выделить то, что претензионный порядок, именно в сфере защиты прав потребителей, не отражён и не регламентирован в Законе РФ «О защите прав потребителей», следовательно, продавец (изготовитель) в некоторых случаях может игнорировать требования претензии, затягивать процесс досудебного разбирательства. Своими действиями он может отсрочить или избежать доведения процесса до суда. Действительно, в специальных законах закреплены единичные случаи, при которых предусмотрена обязательная подача потребителем претензии. К

таким случаям можно отнести: неисполнение договора об оказании услуг связи – требование пункта 4 статьи 55 Федерального закона от 7 июля 2003 года № 126-ФЗ «О связи» [38]; «до предъявления иска в связи с перевозкой пассажира, багажа, груза к перевозчику или в связи с буксировкой буксируемого объекта к буксировщику обязательным является предъявление претензии к перевозчику или буксировщику» [20]. В таких случаях потребитель обязан соблюсти претензионный порядок урегулирования спора, в противном случае суд отклонит иск потребителя. Стоит обратить внимание, что если при заключении договора с потребителем в договор включены положения обязывающие потребителя соблюдать претензионный порядок урегулирования спора, то такие положения являются ничтожными, так как ограничивают потребителя в защите своих прав в судебном порядке.

Таким образом, правовая процедура претензионного порядка урегулирования споров в сфере потребительских отношений применяется по выбору потребителя, она не носит обязательный характер и не может быть навязана потребителю. «С претензиями обращаются не все покупатели, большинство считает это пустыми хлопотами, и до 65-90% просто сменяют марку, производителя или продавца» [3]. Несмотря на это, считаю, что при добровольном выборе потребителя данной процедуры в Законе РФ «О защите прав потребителей» следует предусмотреть порядок применения такого способа защиты, нарушитель должен нести ответственность за затягивание процедуры разрешения конфликта.

Следует учитывать, что составленная потребителем претензия должна соответствовать правилам для правильного понимания спорной ситуации продавцом (нарушителем), а также содержать условия, обеспечивающие восстановление нарушенных прав.

Рекомендую следующие требования к оформлению потребительской претензии, которая может использоваться как образец:

- в претензии должно быть определено конкретное лицо, нарушившее право потребителя (его название), а также определён потребитель, предъявивший претензию (фамилия, имя, отчество);
- следует отразить точные реквизиты сторон, допущение несоответствий и ошибок усложняет процесс досудебного и судебного урегулирования;
- следует обозначить дату приобретения товара, это необходимо в том числе и для правильного исчисления сроков;
- краткая характеристика товара (это может быть марка, указание производителя, срока годности или гарантии и так далее, особенно важна та информация, которая оказала влияние на выбор товара или послужила причиной нарушения прав потребителя);
- предоставить доказательства факта совершения покупки (это может быть, например, товарный чек или свидетельские показания).;
- перечислить выявленные недостатки или обосновать причину претензии;
- выдвинуть обоснованные требования, соответствующие законодательству;
- установить срок для ответа нарушителю, не противоречащий законодательству;
- указать способ обратной связи (например, адрес электронной почты потребителя и так далее);
- предупредить о последствиях, в случае игнорирования требований претензии или урегулирования спора (например, в противном случае потребитель обратится в суд и так далее). Данное положение носит факультативный характер, но его наличие позволит убедительней воздействовать на нарушителя;
- просьба потребителя, при необходимости, об его уведомлении о проведении экспертизы проверки качества товара. Потребитель

имеет право участвовать в проведении проверки качества товара, знать о месте, времени, результате экспертизы;

- указать дату составления претензии и поставить подпись потребителя или доверенного лица
- оформить приложения (это могут быть копии товарного чека, фотографии недостатков, результаты экспертизы и так далее);
- необходима отметка о получении претензии при её личном вручении нарушителю.

Рекомендовано, чтобы текст претензии был приближен к официально-деловому стилю с наличием ссылок на положения законов и нормативно-правовых актов для убедительности своей позиции. Знание и демонстрация своих прав потребителем склоняют нарушителя к разрешению спора в досудебном порядке. Знание законов, затрагивающих сферу потребительства, позволит грамотно сформулировать свои положения претензии или требования (так, например, если товар входит в перечень технически сложных товаров, указанных в постановлении Правительства РФ от 10 ноября 2011 г. № 924, то потребителю могут предоставляться иные возможности в урегулировании спора).

Претензию следует составлять в двух экземплярах для потребителя и для нарушителя. Если при личном вручении продавец отказывается регистрировать факт вручения претензии, то её следует отправить заказным письмом с уведомлением по почте. Тогда момент его вручения является началом срока процесса претензионного урегулирования. Имеются случаи регистрации факта вручения претензии через социальные сети и официальный сайт нарушителя, для этого необходимо нотариально подтвердить скриншот обращения.

Можно предположить, что в дальнейшем будет наблюдаться тенденция перехода письменной формы претензии на электронную. Связано это с развитием интернет-торговли и роста наличия у торговых организаций и

производителей официальных сайтов. Данный способ имеет ряд преимуществ для потребителя:

- составить претензию можно на сайте нарушителя или организации, обеспечивающей защиту прав потребителя, при помощи специальных компьютерных программ-конструкторов. Данные мероприятия упрощают и укорачивают процесс составления;
- претензию возможно направить мгновенно онлайн. Отсутствует привязка к режиму работы продавца; отпадает необходимость посещения почтового отделения; экономится время, которое могло быть затрачено на доставку заказного письма с уведомлением и на посещение продавца (производителя).

Недостатком электронной претензии можно считать недостаточную проработку электронного претензионного урегулирования потребительского спора на законодательном и техническом уровнях. Также необходимо уйти от нотариального заверения или автоматизировать этот процесс.

Следует обосновать мнение о необходимости закрепления на законодательном уровне обязательного претензионного порядка урегулирования споров в сфере защиты прав потребителей. Действительно, в Законе РФ «О защите прав потребителей» следует указать право потребителя на защиту данным способом, регламентировать порядок и условия для исполнения данного права. Использование претензионного порядка позволяет разрешать споры в досудебном порядке. Тем самым, законодательное его закрепление обеспечит право потребителя на свободу выбора, в том числе в осуществлении защиты. Данное право будет ущемлено при обязательном введении претензионного порядка, процедура защиты станет многоуровневой, восстановление нарушенных прав усложнится и будет иметь затяжной характер, тем самым потребитель будет находиться в условиях, ограничивающих его защиту по сравнению с необязательным претензионным порядком. Таким образом, претензионное урегулирование спора – это право только потребителя.

Потребитель выбирает данный способ при возникших нарушениях его прав в случаях доверия к продавцу (производителю) при уверенности в быстром досудебном разбирательстве. В тех случаях, когда у потребителя отсутствует доверие в отношении нарушителя, то лучше претензионным способом пренебречь, у потребителя есть на это право.

Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителя имеет место быть. Можно прогнозировать рост востребованности претензионного порядка в связи с его простотой и быстротой процедуры, но он требует законодательного регламентирования в Законе РФ «О защите прав потребителей». Следует обеспечить право потребителя на свободу его выбора, защитить от навязывания иными лицами, в том числе в указании в потребительских договорах. Данную процедуру следует адаптировать к современным условиям технического развития – электронную форму претензии приравнять к письменной, а электронный порядок исполнения упростить.

3.3 Судебная защита прав потребителей

Потребителю гарантировано право защиты своих интересов через суд в соответствии с пунктом 1 статьи 17 Закона РФ «О защите прав потребителей». В большинстве случаев соблюдение претензионного досудебного порядка необязательно. Следует обратить внимание, что потребителем является тот гражданин, который приобретает товар или услугу исключительно для некоммерческой деятельности.

При использовании судебной защиты прав потребитель должен знать особенности и порядок данного способа, в противном случае его требования будут отклонены, а нарушенные права не восстановлены. Например, исчисление сроков предъявления требований продавцу и исковой давности [23].

Мероприятия и алгоритм судебной защиты прав потребителя:

- принятие решения о выборе представителя потребителя в судебном заседании, либо о самозащите;
- составление искового заявления;
- сбор необходимых документов и доказательств;
- определение суда, в который необходимо подать исковое заявление;
- оплата государственной пошлины в случае необходимости;
- сведения о досудебной попытке разрешения спора;
- подача искового заявления в суд;
- посещение судебных заседаний, обеспечение защиты и доказательств;
- реализация требований судебного постановления.

Таким образом, если потребителю затруднительно самостоятельное следование пунктам данного алгоритма или имеются сложности их осуществления, то он может выбрать третье лицо представляющего его интересы по доверенности, например, по мнению Пантелеева В.Ю. судебный процесс очень сложный способ защиты [40, с. 88]. Несмотря на это, потребитель может самостоятельно осуществлять собственную защиту прав в судебном процессе.

Затруднение для потребителя может вызвать составление искового заявления согласно требованиям Гражданского кодекса РФ.

Исковое заявление должно содержать:

- реквизиты суда;
- реквизиты истца (в том числе и представителя при наличии);
- реквизиты ответчика;
- причина обращения за судебной защитой (указание нарушенных прав потребителя);
- обстоятельства, повлекшие нарушение прав потребителя ответчиком;
- доказательства истца нарушений его прав. Например, Авторханов В.А. и Гудейнова Л.В. считают, что показания свидетелей не могут

- единолично выступать в суде в качестве доказательства для подтверждения продажи [2, с. 2];
- цена иска (при наличии оценки);
 - результат претензионного урегулирования (если данная процедура проводилась);
 - требования истца к ответчику;
 - приложения;
 - подпись ответчика или его представителя при наличии доверенности.

Приложениями могут являться копии искового заявления, предназначенные для участников судебного процесса (ответчика и иных лиц); удостоверяющие документы (доверенности, копии паспорта и так далее); документы доказательного характера (квитанции, товарный чек, договор на оказание услуг, результаты экспертиз и так далее); документ, удостоверяющий оплату государственной пошлины (в случаях, предусмотренных законом).

Сбор необходимых документов и доказательств является неотъемлемой частью успешного судебного процесса, доказательства потребителя должны быть обоснованы и убедительны и соответствовать законодательству. Полный объём доказательств должен быть представлен в суде первой инстанции, они могут приобщаться в суды иных уровней, только если они не были представлены в суд первой инстанции по уважительной причине. Таким образом, исковое заявление должно отражать и обосновывать всю построенную защиту потребителя в судебном разбирательстве.

У потребителя есть право выбора судебного участка, возможны следующие варианты предъявления искового заявления: «иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены по выбору истца в суд по месту нахождения организации, а если ответчиком является индивидуальный предприниматель, – его жительства; жительства или пребывания истца; заключения или исполнения договора» [34], при условии, если не заключено

соглашение о подсудности, тогда выбор судебного участка регламентирован статьёй 32 Гражданского процессуального кодекса РФ.

Следует уточнить, что потребители освобождены от уплаты госпошлины, за исключением случаев, где цена иска превышает один миллион рублей, тогда потребитель обязан оплатить госпошлину и предоставить квитанцию об её оплате в суд, приложив к исковому заявлению. Однако, Солдаткина Р.Н. считает, что освобождение от государственной пошлины потребителей порождает подачу необоснованных исков [59, с. 295]. Исчисление суммы госпошлины определяется подпунктом 4 пункта 2, пунктом 3 статьи 333.36 Налогового кодекса Российской Федерации [24].

Сведения о досудебной попытке разрешения конфликта не только дают характеристику субъектам и их готовности к разрешению споров, создают информационную базу для судебного разбирательства, но и оказывают влияние в случаях, когда суд становится на сторону потребителя, на размер убытков ответчика в результате проигранного дела. Тогда размеры убытков увеличиваются на 50% штрафа от суммы, присуждённой судом потребителю, если претензия потребителя была не удовлетворена.

Подача искового заявления в суд возможна тремя способами: отправка почтой, электронным способом через специализированные порталы и нарочно. Выбранная возможность зависит от самого потребителя, например, передача нарочно позволяет сэкономить на почтовых расходах, но через электронные порталы подать исковое заявление проще и быстрее, хотя в некоторых случаях может потребоваться электронная подпись.

При судебной защите посещение судебных заседаний потребителем или его представителем обязательно. На предварительном судебном разбирательстве необходимо предоставить информацию о себе, также кратко о причинах обращения в суд, ходатайствовать о привлечении доказательств к судебному делопроизводству. При невозможности по уважительным

причинам присутствовать на судебном заседании ответчик может ходатайствовать суду о перенесении судебного заседания.

Требования судебного решения к исполнению обязательны. Если нарушитель в указанный срок не исполняет их и не способствует восстановлению нарушенных прав, то судебное решение передаётся в службу судебных приставов с целью принудительного исполнения решения суда. В случае несогласия ответчика, истца или третьего лица с судебным решением данное решение может быть обжаловано в вышестоящие судебные органы.

Недостатками судебной защиты можно считать длительный срок до момента восстановления права потребителя, привязанность к месту (необходимость посещать судебные заседания), необходимость в наличии юридических знаний у потребителя или привлечение третьих лиц, что соответственно требует дополнительных финансовых затрат. Главным преимуществом является то, что данный способ по мнению Дудко И.А. является одним из самых надёжных по защите прав [15, с. 57], нарушителю затруднено безнаказанно избегать исполнения своих обязательств и это чревато финансовыми и иными последствиями, которые могут затронуть самого нарушителя. Финансовыми потерями нарушителя могут являться выплаты непосредственно потребителю (моральный вред, пени, штраф в пользу потребителя и так далее), то есть возникновение гражданско-правовой ответственности, также может последовать административная ответственность – расходы в пользу государства, например, за обсчёт клиента или ухудшение договорных условий по сравнению с требованиями законодательства. Кроме того, нарушитель может понести и уголовную ответственность в виде штрафа или лишения свободы за такие случаи как подделка документов или нарушение техники безопасности. Поэтому, нарушителю прав потребителя логично избегать доведения спора до судебного разбирательства.

Помимо перечисленных ответственностей на нарушителя предлагаю, как дополнительный инструмент воздействия, предусмотреть иные санкции, например, в случае нарушений продавцом прав потребителей, доказанных судом, от трёх и более в течение года, срок плановых проверок данного продавца увеличить до одного раза в год на протяжении пяти лет».

Периодичность проведения плановых проверок закреплена пунктом 2 статьи 9 Федерального закона от 26.12.2008 № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и проводится один раз в три года [33]. Указанное положение закона позволило снизить количество излишних проверок, это тем самым повысило эффективность производства и коммерческой деятельности. Обратной стороной закона является то, что снижение государственного и муниципального контроля позволяет недобросовестным производителям и продавцам избегать ответственности и нарушать права потребителя. Естественно добросовестные предприниматели и юридические лица не должны страдать из-за нарушителей и срок интервала в три года не следует сокращать, а возможно следует и увеличить. Но за нарушителями, которые периодически нарушают Закон РФ «О защите прав потребителей» и права потребителей, доказанные судом, плановые проверки должны проводиться ежегодно во избежание и для пресечения последующих нарушений. Тем самым предлагаемое мной внесение изменений в закон будет являться стимулом для субъектов, ответственных за права потребителя, позволит избегать нарушений прав потребителей, в противном случае, это повлечёт излишнее внимание надзорных органов. Таким образом, внесение предложенных мной изменений в Федеральный закон от 26.12.2008 № 294-ФЗ считаю целесообразным.

Следует отметить, что судебная система в современной России видоизменяется в соответствии с технологическим прогрессом. Совершенствуется электронный судебный документооборот, возможность

присутствия на судебных заседаниях путём онлайн-заседания (веб-конференции). Появились бесплатные потребительские юридические услуги. Адаптируется к реалиям законодательство в сфере защиты прав потребителей. Но, несмотря на изменение судебной системы приоритетным должен быть подход к разрешению потребительских споров без доведения до судебного разбирательства, при этом не должны ущемляться права потребителя на защиту и обеспечиваться возможность максимально быстрой, незатратной и доступной судебной защиты.

Подводя итог по гражданско-правовой защите прав потребителей можно сказать, что российское государство построило сложную систему восстановления потребительских прав, состоящую из множества общественных и государственных институтов. Потребитель самостоятельно осуществляет выбор правовых процедур, способов и уровней защиты.

Заключение

В моей магистерской диссертации проведено исследование и анализ современного законодательства, судебной практики, научной литературы в сфере защиты прав потребителей, выявлены проблемы, коллизии, и пробелы на которые следует обратить внимание, чтобы в будущем институт правовой защиты потребительства сделать более совершенным. Также по итогам исследования выявлена важность развития общественного института потребителей, а также внедрения информационных технологий в юридическую и потребительскую деятельность.

В первом разделе первой главы после краткого обзора исторических этапов определены и выделены основные причины возникновения несовершенств и невозможности создания «идеальной» правовой системы защиты прав потребителей: из-за научно-технического развития, расширения товарного разнообразия, поведения потребителя и так далее. Для понимания «идеальной» правовой системы дано определение правильности выбора товара покупателем, определено его значение в законодательстве и обозначены факторы, влияющие на правильность выбора товара. Выявлено отрицательное влияние недостаточного изучения истории законодательства и несвоевременно внедрённых законодателем ограничений и обязанностей на правильность выбора товара покупателем и определены способы его устранения.

Во втором разделе первой главы диссертации отмечены особенности структуры законодательства о защите прав потребителей в России, а именно: отсутствие в Конституции РФ целенаправленных статей, адресованных непосредственно защите прав потребителей, возложение функции защиты прав потребителей на многие государственные институты, наличие разветвлённой системы защиты прав потребителей. В действующей структуре выявлены недостатки и предложены пути по повышению эффективности путём видоизменения структуры: делегирование полномочий

защиты прав потребителей на труднодоступных территориях, объединение информации и возможностей институтов защиты прав потребителей на одной информационно-правовой площадке, укрепление международных взаимоотношений в сфере защиты прав потребителей.

В первом разделе второй главы проведённого мной исследования отмечено, что в России имеется основной закон по защите потребителей в котором отражены основные права потребителей и раскрывается их сущность: права на свободный выбор, на качество товара, на безопасность, на информацию, на компенсацию, на защиту. Информация о правах потребителей в Законе разрозненная и не структурированная, помимо указанных прав в Законе можно выделить и иные права, такие, как: право потребителя на объединение, право на образование, право на комфорт и так далее. Закон имеет сложные понятия и определения, обобщающие утверждения. Имеющиеся понятия и сущности прав требуют пересмотра, например, пункт 3 статьи 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» практически не осуществим.

Во втором разделе второй главы магистерской диссертации определена актуальность разработки и применения классификаций в современной практической юридической деятельности. Мной разработаны следующие классификации прав потребителей: классификация оценки юридической силы положений и требований прав потребителей, классификация прав потребителя по предмету права, классификация прав потребителей по субъекту влияния, классификация прав потребителей по влиянию на них вида торговли. Также в современном законодательстве не учтена и не определена категория лиц «самозанятые», в результате чего права потребителя могут быть нарушены и не восстановлены из-за неопределённостей в законодательстве. Следует иначе классифицировать интернет-торговлю из-за особенностей её влияния на права потребителей.

В первом разделе третьей главы дано определение гражданско-правовой защите прав потребителей, раскрыты понятия перечисленных

правовых процедур и способов защиты. Определена роль институтов общества и государства, а также возможностей потребителя в гражданско-правовой защите прав потребителей. Перечислены основные международные руководящие принципы в сфере защиты прав потребителей на основе Резолюции, принятой Генеральной Ассамблеей ООН от 22.12.2015, и дан анализ применению данных принципов в России.

Во втором разделе третьей главы дано определение претензионному порядку урегулирования споров с участием потребителей, указаны его преимущества и недостатки, обозначено значение данного порядка для потребителя. Указаны рекомендации и правила оформления претензии, способы её направления. Рассмотрено влияние на права потребителя в случае закрепления обязательного претензионного порядка на законодательном уровне. Дана оценка роли претензионного порядка в защите прав потребителей и предложены пути его совершенствования.

В третьем разделе третьей главы раскрыты преимущества и недостатки судебной защиты, дан подробный алгоритм и описание мероприятий осуществления судебной защиты прав потребителей. Также представлены рекомендации по написанию искового заявления и способов его вручения. Помимо этого описаны возможные последствия для нарушителя, которые могут возникнуть при осуществлении потребителем судебной защиты. Представлен дополнительный инструмент воздействия на злостных нарушителей прав потребителей путём сокращения интервала плановых проверок до одного раза в год при доказанных судом нарушениях.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Авакян К.С. Совершенствование законодательства о защите прав потребителей: актуальные вопросы [Электронный ресурс] / К.С. Авакян, В.А. Чистова // Северо-Кавказский юридический вестник. - 2019. - № 4. - С. 114-118.— ISSN 2074-7306. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/553132> (дата обращения: 11.02.2021).
2. Авторханов В.А. Проблемы защиты прав граждан-потребителей / В. А. Авторханов, Л. В. Гусейнова // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. — 2022. — № 4. — С. 80-85. — ISSN 2500-1930. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/795203> (дата обращения: 01.03.2024).
3. Агаларова Е. Г. Исследование поведения потребителей : учебник [Электронный ресурс] / Е. Г. Агаларова, И. Ю. Антонова, Е. А. Косинова. — Ставрополь :СтГАУ, 2018. — 136 с. URL: <https://reader.lanbook.com/book/245852#2> (дата обращения: 03.02.2021).
4. Анисимов В. А. Актуальные проблемы гражданско-правовой охраны потребительского интереса [Электронный ресурс] / В.А. Анисимов // Юридический вестник Самарского университета. — 2017. — № 2. — С. 31-38. — ISSN 2542-047X. URL: <https://reader.lanbook.com/book/245852#2> (дата обращения: 11.02.2021).
5. Безопасность продовольственного сырья и пищевых продуктов : учебное пособие [Электронный ресурс] / А. М. Алимов, Т. Р. Якупов, Ф. Ф. Зиннатов, Н. Р. Касанова ; Под редакцией А. М. Алимова. — Казань : КГАВМ им. Баумана, 2019. — 242 с. URL: <https://reader.lanbook.com/book/129419#2> (дата обращения: 03.02.2021).
6. Волынский, А. Ф. Юридическая защита прав и законных интересов потребителей товаров и услуг: особенности современной парадигмы: Учеб.-практ. пос. / А.Ф.Волынский, В.А.Прорвич - М.: Норма:

НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 256 с. - ISBN 978-5-91768-473-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1007471> (дата обращения: 01.03.2024).

7. ГОСТ 17037-85. Изделия швейные и трикотажные. Термины и определения [Электронный ресурс] : утв. постановлением Государственного комитета СССР по стандартам от 27.11.1985 № 3742. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200018381?ysclid=lu3ts3ulhw595776804> (дата обращения: 01.03.2024).

8. ГОСТ 25296-2003. Изделия швейные бельевые. Общие технические условия [Электронный ресурс] : утв. протоколом Межгосударственного совета по стандартизации, метрологии и сертификации от 05.12.2003 № 24. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200019532?ysclid=lu3t6s8sbx28480544> (дата обращения: 01.03.2024).

9. ГОСТ 31307-2005. Бельё постельное. Общие технические условия [Электронный ресурс] : утв. протоколом Межгосударственного совета по стандартизации, метрологии и сертификации от 09.12.2005 № 28. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200044767?ysclid=lu3tbimneo524160008> (дата обращения: 01.03.2024).

10. ГОСТ 31761-2012. Майонезы и соусы майонезные [Электронный ресурс] : утв. приказом Росстандарта от 29.11.2012 № 1496-ст. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200096910?ysclid=lu3tukky2x334916511> (дата обращения: 01.03.2024).

11. ГОСТ Р 57489-2017. Руководство по добросовестной практике продажи товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет [Электронный ресурс] : утв. приказом Росстандарта от 07.06.2017 № 500-ст (ред. от 01.01.2021). URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/64622/?ysclid=lu5916u57v92495599> (дата обращения: 24.01.2023).

12. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 27.12.2019) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

13. Магомадова И. М. Гражданское право : учебное пособие / И. М. Магомадова. — Грозный : ЧГПУ, 2020. — 182 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/219518> (дата обращения: 01.03.2024).

14. Договор о Евразийском экономическом союзе (подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 24.03.2022) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163855/?ysclid=lu3yt6ki8b716047092 (дата обращения: 01.03.2024).

15. Дудко И. А. Защита прав и свобод человека и гражданина в Российской Федерации : учебное пособие / И. А. Дудко. - Москва : РГУП, 2020. - 158 с. - ISBN 978-5-93916-780-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1191361> (дата обращения: 01.03.2024).

16. Защита прав потребителей : практикум [Электронный ресурс]/ составители М. А. Бычко, В. В. Иванчик, Л. Ю. Восс. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 111 с. — ISBN 2227-8397. URL: <https://www.iprbookshop.ru/epd-reader?publicationId=92688> (дата обращения: 02.02.2021).

17. Иванова Е. П. Управление качеством сельскохозяйственной продукции. Практикум : учебное пособие / Е. П. Иванова. — Санкт-Петербург : Лань, 2019. — 148 с. — ISBN 978-5-8114-3555-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/116376> (дата обращения: 16.12.2021).

18. Исригова Т. А. Основные права потребителей товаров [Электронный ресурс] / Т. А. Исригова, М. Д. Мукайлов, А. М. Меджидова // Проблемы развития АПК региона. — 2018. — № 34. — С. 161-164. — ISSN 2079-0996. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/493743> (дата обращения: 11.02.2021).

19. Карташкин В. А. Организация Объединённых Наций и международная защита прав человека в XXI веке : монография / В.А. Карташкин. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2022. — 176 с. - ISBN 978-5-91768-554-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/read?id=399441> (дата обращения: 01.03.2024).

20. Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации от 07.03.2001 № 24-ФЗ (ред. от 19.10.2023) // Собрание законодательства РФ. 2001. № 11. Ст. 1001.

21. Конституция Российской Федерации // Российская газета. 1993. № 237. 25 дек.

22. Кормина О. И. Моделирование поведения потребителей : учебное пособие [Электронный ресурс] / О. И. Кормина. — Тольятти : ТГУ, 2018. — 181 с. — ISBN 978-5-8259-1201-1. URL: <https://e.lanbook.com/book/139673/> (дата обращения: 03.02.2021).

23. Лихтер П. Л. Практика применения норм, регулирующих сроки предъявления требований потребителя в отношении недостатков товара [Электронный ресурс] / П. Л. Лихтер, Ю. В. Белякова // Наука. Общество. Государство. — 2018. — № 4. — С. 126-134. — ISSN 2307-9525. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/524544> (дата обращения: 11.02.2021).

24. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 14.02.2024) // Собрание законодательства РФ. 2000. № 32. Ст. 3340.

25. Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей (утв. Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 14.10.2020) [Электронный ресурс]. URL: <https://sudact.ru/law/obzor-sudebnoi-praktiki-po-delam-o-zashchite/> (дата обращения: 25.02.2021).

26. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон Российской Федерации от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 30.05.2023). URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/?ysclid=lu3ybl14wj413498904 (дата обращения: 01.03.2024).

27. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 19.12.2022). URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/?ysclid=lu424ruy6h310212854 (дата обращения: 24.01.2023).

28. Об утверждении перечня технически сложных товаров [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Российской Федерации от 10.11.2011 № 924 (ред. от 27.03.2019). URL: <https://base.garant.ru/12191679/?ysclid=lu426f50rh782100623> (дата обращения: 01.03.2024).

29. 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 [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Российской Федерации от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 16.08.2023). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/?ysclid=lu42ccumm6252057653 (дата обращения: 01.03.2024).

30. Об утверждении Правил учёта беспилотных гражданских воздушных судов с максимальной взлетной массой от 0,25 килограмма до 30 килограммов, ввезённых в Российскую Федерацию или произведённых в Российской Федерации [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Российской Федерации от 25.05.2019 № 658 (ред. от

16.08.2023). URL: <https://base.garant.ru/72255560/?ysclid=lu3yzmrml808780800>
(дата обращения: 01.03.2024).

31. Об утверждении региональной программы Красноярского края «Обеспечение защиты прав потребителей» [Электронный ресурс] : Постановление Правительства Красноярского края от 28.04.2018 № 220-п (ред. от 19.01.2024). URL: <https://docs.cntd.ru/document/550114278?ysclid=lu3z1vmwmx160746943> (дата обращения: 01.03.2024).

32. О защите прав потребителей: Закон РФ: [принят 7 февраля 1992 г. № 2300-1] // Ведомости Съезда народных депутатов РФ и Верховного Совета РФ. 1992. № 15. Ст. 766.

33. О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля [Электронный ресурс] : Федеральный закон Российской Федерации от 26.12.2008 № 294-ФЗ (ред. от 24.07.2023). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/?ysclid=lu42gyvpb7862629393 (дата обращения: 01.03.2024).

34. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 07.08.2018 № 16-КГ18-27 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71944850/?ysclid=lu42iz59le168117312> (дата обращения: 01.03.2024).

35. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» [Электронный ресурс] : Федеральный закон Российской Федерации от 27.11.2018 № 422 (ред. от 28.12.2022). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_311977/?ysclid=lu42ldgpl2323143496 (дата обращения: 01.03.2024).

36. О рекламе [Электронный ресурс] : Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 11.03.2024). URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/?ysclid=lu3yje5v5n769264652 (дата обращения: 01.03.2024).

37. Осауленко Л. Н. Уязвимость как особая категория потребительского риска [Электронный ресурс] / Л. Н. Осауленко // Анализ риска здоровью. — 2018. — № 3. — С. 24-30. — ISSN 2308-1155. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/502539> (дата обращения: 11.02.2021).

38. О связи [Электронный ресурс] : Федеральный закон Российской Федерации от 07.07.2003 № 126-ФЗ (ред. от 04.08.2023). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_43224/?ysclid=lu42pczyez52911061 (дата обращения: 01.03.2024).

39. Основы розничной торговли : учебное пособие [Электронный ресурс] / составители Е. В. Байматова [и др.]. — Кемерово :КемГУ, 2018. — 97 с. — ISBN 978-5-8353-2362-3. URL: <https://reader.lanbook.com/book/142460#1> (дата обращения: 03.02.2021).

40. Пантелеев В. Ю. Построение эффективной системы защиты прав граждан – основная задача судебной реформы в РФ [Электронный ресурс] / В. Ю. Пантелеев // Вестник Гуманитарного университета. — 2018. — № 4. — С. 74-90. — ISSN 2308-8117. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/532161> (дата обращения: 11.02.2021).

41. Подтверждение соответствия продукции и услуг : учебное пособие [Электронный ресурс] / В. С. Секацкий, Н. В. Мерзликина, Ю. А. Пикалов, Я. Ю. Пикалов. — Красноярск : СФУ, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-7638-4095-7. URL: <https://e.lanbook.com/book/157695/> (дата обращения: 03.02.2021).

42. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_131885/?ysclid=lu3sacuaafq949777295 (дата обращения: 01.03.2024).

43. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2016 № 7 (ред. от 22.06.2021) «О применении судами некоторых положений Гражданского кодекса Российской Федерации об ответственности за нарушение обязательств» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_195783/?ysclid=lu42z05hug111030247 (дата обращения: 01.03.2024).

44. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.11.2022 № 33 «О практике применения судами норм о компенсации морального вреда» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_431485/?ysclid=lu3tffns1g517420498 (дата обращения: 01.03.2024).

45. Почкутова Е. Н. Государственное регулирование экономики : учебное пособие : в 2 частях [Электронный ресурс] / Е. Н. Почкутова, М. Б. Двинский. — Красноярск : СФУ, 2018 — Часть 1— 2018. — 238 с. — ISBN 978-5-7638-3893-0. URL: <https://reader.lanbook.com/book/157664#238> (дата обращения: 03.02.2021).

46. Правовое обеспечение защиты прав потребителей : учебное пособие [Электронный ресурс] / составитель Л. Д. Котлярова. — пос. Караваево : КГСХА, 2018. — 71 с. URL: <https://reader.lanbook.com/book/133634#2> (дата обращения: 03.02.2021).

47. Расторгуева А. С. Защита прав потребителей электронной торговли [Электронный ресурс] / А. С. Расторгуева // Актуальные проблемы правопедения. — 2018. — № 1. — С. 18-19. — ISSN 2070-1039. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/513015> (дата обращения: 08.02.2021).

48. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей ООН от 09.04.1985 № 39/248 [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/902300274?ysclid=lu3xwal2z9118488729> (дата обращения: 01.03.2024).

49. Резолюция, принятая Генеральной Ассамблеей ООН от 22.12.2015 [Электронный ресурс]. URL:

<https://zpp.rospotrebnadzor.ru/Show/File/19018/.....pdf> (дата обращения: 01.03.2024).

50. Решение Батайского городского суда Ростовской области от 28.11.2019 по делу № 2-2209/2019. [Электронный ресурс]. URL: [//sudact.ru/regular/doc/XZy7tE9sRPZQ/](https://sudact.ru/regular/doc/XZy7tE9sRPZQ/) (дата обращения: 04.03.2024).

51. Решение Берёзовского районного суда Красноярского края от 04.07.2016 по делу № 2-945/2016. [Электронный ресурс]. URL: [//sudact.ru/regular/doc/oxvcHaTCC4oO/](https://sudact.ru/regular/doc/oxvcHaTCC4oO/) (дата обращения 04.03.2024).

52. Решение Советского районного суда г. Челябинска от 01.06.2017 по делу № 2-2350/2017 [Электронный ресурс]. URL: [//sudact.ru/regular/doc/3Aeh6fRZYW6a/](https://sudact.ru/regular/doc/3Aeh6fRZYW6a/) (дата обращения: 04.03.2024).

53. Решение Центрального районного суда г. Волгограда от 22.02.2017 по делу № 2-1767/17. [Электронный ресурс]. URL: [//sudact.ru/regular/doc/Ud8FpSFA8olC/](https://sudact.ru/regular/doc/Ud8FpSFA8olC/) (дата обращения: 01.03.2024).

54. Самович Ю. В. Судебная защита прав человека в России через призму конституционного правосудия : учебное пособие / Ю. В. Самович, Л. В. Юн. - Чебоксары : Среда, 2022. - 116 с. - ISBN 978-5-907561-71-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/read?id=422026> (дата обращения: 01.03.2024).

55. Свод законов Российской империи 1832 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://civil.consultant.ru/code/?ysclid=lu3xzqs8pw604664295> (дата обращения: 01.03.2024).

56. Современные подходы к формированию эффективных механизмов взаимодействия институтов гражданского общества, образования, бизнеса и власти : материалы конференции [Электронный ресурс]. — Липецк : Липецкий ГПУ, 2019. — 73 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/146702/> (дата обращения: 03.02.2021).

57. Современные проблемы теории и практики права глазами молодых исследователей : материалы конференции / под редакцией И. А. Шаралдаевой. — Улан-Удэ : ВСГУТУ, 2018. — 228 с. — Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/158560> (дата обращения: 01.03.2024).

58. Соглашение о торговле и экономическом сотрудничестве между Российской Федерацией и Швейцарской Конфедерацией от 12.05.1994 [Электронный ресурс] : ратифицировано Федеральным законом РФ от 17.02.1995 № 19-ФЗ. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1900469?ysclid=lu3xb1vhg121762186> (дата обращения: 01.03.2024).

59. Солдаткина Р. Н. Комплекс правовых гарантий потребителей при покупке товаров [Электронный ресурс] / Р. Н. Солдаткина // Бюллетень науки и практики. — 2018. — № 1. — С. 291-296. — ISSN 2414-2948. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/401230> (дата обращения: 11.02.2021).

60. Талабаев Е. А. Проблемы защиты прав потребителей при продаже товаров [Электронный ресурс] / Е. А. Талабаев // Наука. Общество. Государство. — 2018. — № 1. — С. 121-126. — ISSN 2307-9525. URL: <https://reader.lanbook.com/journalArticle/498053> (дата обращения: 08.02.2021).

61. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 017/2011. О безопасности продукции лёгкой промышленности [Электронный ресурс] : утверждённого Решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г. № 876. URL: [//sudact.ru/law/reshenie-komissii-tamozhennogo-soiuza-ot-09122011-n_23/](https://sudact.ru/law/reshenie-komissii-tamozhennogo-soiuza-ot-09122011-n_23/) (дата обращения: 01.03.2024).

62. Уголовный кодекс Российской Федерации (особенная часть) от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 01.07.2021) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 25. Ст. 2954.

63. Управление качеством. Практикум : учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] / составитель А. Р. Давыдович. — Сочи : СГУ, 2018. — 54 с. URL: <https://reader.lanbook.com/book/147817#3> (дата обращения: 03.02.2021).

64. Шимохина В. В. Основы управления качеством в социально-экономических системах : учебное пособие [Электронный ресурс] / В. В.

Шимохина, В. В. Левшина, Е. В. Трошкова. — Красноярск :СибГУ им. академика М. Ф. Решетнёва, 2019. — 158 с. URL: <https://e.lanbook.com/book/147513/> (дата обращения: 08.02.2021).

65. Шувалова И. А. Защита прав инвалидов : учебное пособие [Электронный ресурс] / И. А. Шувалова. - Москва : ИНФРА-М, 2020. - 192 с. - (Юридическая консультация). - ISBN 978-5-16-014688-1. URL: <https://znanium.ru/read?id=358240> (дата обращения: 15.02.2021).

66. Шувалова И. А. Защита прав потребителей : учебное пособие / И.А. Шувалова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 181 с. — (Юридическая консультация). — DOI 10.12737/1477410. - ISBN 978-5-16-016995-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/read?id=436127> (дата обращения: 01.03.2024).

67. Щепеткин Е. Н. Управление качеством : учебное пособие [Электронный ресурс] / Е. Н. Щепеткин. — Екатеринбург : УГЛТУ, 2019. — 122 с. — ISBN 978-5-94984-706-0. URL: <https://e.lanbook.com/book/142582/> (дата обращения: 08.02.2021).

68. Benöhr, L. The United Nations Guidelines for Consumer Protection: Legal Implications and New Frontiers [Электронный ресурс] / Journal of Consumer Policy. – March 2020. - Vol 43 issue 1, p. 105-124. URL: https://www.researchgate.net/publication/338865889_The_United_Nations_Guidelines_for_Consumer_Protection_Legal_Implications_and_New_Frontiers/link/5fbd11cf299bf104cf7098b4/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmhrY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmhrY2F0aW9uIn19 (дата обращения: 04.03.2024).

69. Kissova, J. , Dubcova, G. Current measures and challenges to strengthen consumer protection [Электронный ресурс] / SHS Web of Conferences 115, 03007. Current Problems of the Corporate Sector. – January 2021. URL: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2021/26/shsconf_appsconf2021_03007.pdf (дата обращения: 04.03.2024).

70. Raval, D. Who is Victimized by Fraud? Evidence from Consumer Protection Cases [Электронный ресурс] / Journal of Consumer Policy: 44, 43-72. – March 2021. URL: <https://typeset.io/journals/journal-of-consumer-policy-h6w8945n?ysclid=ltrbwwmmgw40547603> (дата обращения: 04.03.2024).

71. Rösher, Anja, Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich. The impact of consumer protection in the digital age: Evidence from the European Union [Электронный ресурс] / In international journal of industrial Organization. - December 2020. - № 73. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/213327/1/1688710639.pdf> (дата обращения: 04.03.2024).

72. White, Lawrence J. Antitrust economics and consumer protection economics in policy and litigation. Why the disparity? [Электронный ресурс] / Economic inquiry. - 2019. -Vol. 58 issue 4, p. 1555-1564. URL: <https://www.sci-hub.ru/10.1111/ecin.12869?ysclid=ltrclsqsg1944986938> (дата обращения: 17.02.2021).

Приложение А
**Законопроект «О внесении изменений
в Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1
«О защите прав потребителей»»**

Проект
Внесён Правительством
Российской Федерации

**РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН
О ВНЕСЕНИИ ИЗМЕНЕНИЙ В ЗАКОН
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОТ 07.02.1992 № 2300-1
«О ЗАЩИТЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ»**

Статья 1

Внести в Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (Ведомости Съезда народных депутатов РФ и Верховного Совета РФ 1992, № 15, ст. 766) следующие изменения:

- преамбулу дополнить новым абзацем 14 следующего содержания:

«правильность выбора товара покупателем – это такой выбор товара, который отвечает ожиданиям от товара покупателя, и при приобретении и использовании товара не появляются скрытые препятствия и ограничения, не оговорённые до его приобретения, и которые противоречат ожиданиям покупателя.».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении одного года после дня его официального опубликования.

Президент
Российской Федерации