

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)

40.05.01 Правовое обеспечение национальной безопасности
(код и наименование направлению подготовки)

гражданско-правовая
(направленность (профиль)/специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (ДИПЛОМНАЯ РАБОТА)

на тему Защита прав граждан-потребителей в торговом обслуживании по законодательству Российской Федерации

Обучающийся

М.В. Коньков
(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. пед. наук, доцент, О.А. Воробьева

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

Тольятти 2024

Аннотация

Актуальность темы исследования состоит в том, что последние несколько лет вектор развития законодательства о защите прав потребителя развивается по пути предоставления все большего объема гарантий защиты гражданам-потребителям. Среди представителей научного сообщества подчеркивается, что подобное концептуальное решение требует переосмысления на предмет его соответствия базовым цивилистическим принципам.

Объект исследования - правоотношения, возникающие в связи с защитой прав граждан-потребителей в сфере торгового обслуживания.

Предмет исследования - нормы права, доктринальные воззрения, материалы судебной практики, регламентирующие отношения сторон в данной сфере.

Цель исследования – научный анализ основных начал защиты прав граждан-потребителей в сфере торгового обслуживания.

Задачи: сформулировать понятие и принципы защиты прав граждан-потребителей; выявить основные права потребителей при обнаружении в товаре недостатков; проанализировать специфику определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи; сформулировать представления относительно защиты прав граждан-потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете; выявить особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом; проанализировать защиту прав граждан-потребителей при обнаружении в товаре недостатков.

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

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Понятие и основные начала защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании.....	10
1.1 Понятие и принципы защиты прав граждан-потребителей в Российской Федерации.....	10
Основные права потребителей при обнаружении в товаре недостатков и особенности их реализации.....	21
Глава 2 Защита прав граждан-потребителей при продаже товаров дистанционным способом.....	29
Особенности определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи.....	29
Защита прав граждан-потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете..	36
Особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом.....	46
Глава 3 Основные проблемы и перспективы развития института защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании.....	52
Современные тенденции и проблемы защиты прав граждан-потребителей при обнаружении в товаре недостатков	52
Ключевые направления совершенствования гражданского законодательства в сфере защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании	58
Заключение.....	69
Список используемой литературы и используемых источников.....	76

Введение

Актуальность темы исследования.

Последние несколько лет вектор развития законодательства о защите прав потребителя развивается по пути предоставления все большего объема гарантий защиты гражданам-потребителям, что обусловлено сложившимися представлениями о том, что последние в рамках отношений с хозяйствующими субъектами выполняют роль более слабой стороны.

Сложившаяся модель нормативного регулирования общественных отношений в сфере защиты прав существенно различается в зависимости от субъектного состава. И наиболее «привилегированное» положение принадлежит именно гражданину-потребителю. Однако среди представителей научного сообщества и практических работников, небезосновательно подчеркивается, что подобное концептуальное решение требует переосмысления на предмет его соответствия базовым цивилистическим принципам, прежде всего таким, как свобода договора, равенство сторон, недопустимость произвольного вмешательства в гражданские правоотношения.

Требуется уточнений и вопрос относительно пределов допустимого вмешательства государства (в лице его законодательных органов) путем установления перечня запретов и ограничений по поводу условий договоров, подпадающих под регулирование законодательством о защите прав потребителей. В настоящее время законодатель внедрил достаточно обширные запреты и ограничения.

Например, Федеральный закон от 01.05.2022 № 135-ФЗ [45] с 1 сентября 2022 года закрепил перечень недопустимых условий договора с потребителем, перечислив в подобном качестве, право на уменьшение размера законной неустойки; исключение или ограничение ответственности продавца; обязательный досудебный порядок рассмотрения споров, если он не предусмотрен законом и пр. Это означает, что даже если стороны

согласуют таковые, то они будут признаны ничтожными как ущемляющие права потребителя. Одновременно закрепляется право потребителя отказаться от оплаты дополнительных услуг, если таковые не были согласованы продавцом, на них не было получено согласие первого. Подобное регулирование ориентировано на защиту потребителя, но требует оценки, в том числе, с учетом формирующейся судебной практики, применительно к аспекту соблюдения баланса интересов и прав между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами, владельцами агрегаторов информации о товарах (услугах) при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг).

В качестве недостатка сложившегося правового регулирования института защиты прав потребителей отмечается получившая распространение практика так называемого «потребительского экстремизма», когда граждане используют обширный перечень принадлежащих им гарантий во вред своим контрагентам [4, С. 25]. Этот аспект актуализирует необходимость выработки научных представлений о пределах защиты прав граждан-потребителей.

К тому же, в науке делаются попытки переосмыслить дифференцированный подход к правовому регулированию общественных отношений [13, С. 75]. В силу Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» статусом потребителя с коррелирующими с ним гарантиями защиты обладает только физические лица [14]. Однако общественные отношения, возникающие в данной сфере, более вариативны. В рамках конкретного хозяйственного взаимодействия, например, между представляющимися законодателю формально равными субъектами – юридическими лицами, одна из сторон может быть более слабой с экономической точки зрения, обладать слабой переговорной позицией. В целом, наличие статуса индивидуального предпринимателя или юридического лица, например, при взаимодействии с участниками рынка, обладающими монопольным статусом в монопольной сфере, не делает

первого априори равным второму. Поэтому устоявшееся отождествление в законодательстве потребителей только с гражданами может потребовать некоторого научного уточнения.

В особом внимании в качестве предмета научного интереса нуждается аспект правовой регламентации дистанционных форм взаимодействия предпринимателей с гражданами-потребителями, потенциал которых в условиях всеобъемлющей цифровизации экономики только увеличивается. Удельный вес дистанционной торговли в структуре розничной permanently растёт.

По данным Росстата, доля продаж через Интернет в общем обороте розничной торговли уже превышает более 6% в (в некоторых регионах удельный вес уже превышает одну десятую от общего количества розничной торговли) и имеет постоянные тенденции к росту [12]. Это обуславливает интерес научных и практических работников к вопросам нормативной регламентации гражданско-правовых отношений в условиях цифровизации [42, С. 123.].

Переход торговых отношений на уровень маркет-плейсов привел к изменению субъектного состава торговых отношений в сфере потребительского рынка. На нем появилась и стала выполнять большой объем функций новая фигура правоотношений – владельца агрегатора, что потребовало уточнения правового положения всех участников торговли на маркет-плейсе, в том числе последнего. Важнейший вопрос, который стоит теперь научными и практическими работниками, связан с определением пределов ответственности владельцев агрегаторов.

В научном анализе нуждается и аспект относительно специфики правовой регламентации интернет – платформ и урегулирования споров, возникающих в соответствующей цифровой среде. В целом, такое регулирование идет в едином ключе с формированием новых технологических средств, способных применяться для регулирования правоотношений и даже в некотором смысле замещать правовые

инструменты (речь идет о системе распределенного доступа (блокчейн), смарт-контрактах и прочих инструментах цифрового договорного взаимодействия сторон).

Тем самым, одним из направлений текущего правового регулирования исследуемого института выступает формирование режима электронной торговли и повышения уровня гарантий для потребителей при приобретении товаров дистанционным способом. Решение этой задачи требует единообразия правового регулирования продажи товаров потребителям во всех видах торговой деятельности и обеспечении единого уровня гарантий прав потребителей безотносительно цифровой или традиционной сфер взаимодействия. Однако эту цель еще предстоит достичь. Таким образом, правопорядок делает определенные шаги к тому, чтобы следовать тенденциям цифровизации экономики в части информационного обеспечения потребителей, но пока они носят догоняющий и фрагментарный характер.

Вышеизложенные обстоятельства в их совокупности обуславливают актуальность избранной тематики выпускной квалификационной работы.

Теоретическую основу исследования составили труды следующих ученых: Е.В. Алексеева, В.В. Богдан, А.А. Вишневский, А.В. Габов, А.В. Ефимов, А.А. Кирилловых, И.И. Кучеров, Д.Е. Матыцин, Е.В. Разумовская, С.А. Сеницын, А.Н. Танага, И.В. Фролов и пр.

На основе представленной актуальности и степени научной разработанности можно более конкретно сформулировать его объект, предмет, общую цель и задачи, которые необходимо разрешить в рамках указанного исследования.

Объектом данного исследования являются правоотношения, возникающие в связи с защитой прав граждан-потребителей в сфере торгового обслуживания.

Предметом исследования выступают нормы права, доктринальные воззрения, материалы судебной практики, регламентирующие отношения сторон в данной сфере.

Цель исследования предполагает осуществление научного анализа основных начал защиты прав граждан-потребителей в сфере торгового обслуживания. Достижение поставленной цели требует решения нижеперечисленных задач:

- сформулировать понятие и принципы защиты прав граждан-потребителей;
- выявить основные права потребителей при обнаружении в товаре недостатков;
- проанализировать специфику определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи;
- сформулировать представления относительно защиты прав граждан-потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете;
- выявить особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом
- проанализировать современные тенденции и проблемы защиты прав граждан-потребителей при обнаружении в товаре недостатков;
- сделать выводы по поводу ключевых направлений совершенствования гражданского законодательства в сфере защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании.

Методологической основой исследования являются диалектический и формально-юридический методы познания. Широкое применение получили такие общенаучные методы, как анализ и синтез, формально-юридический и пр.

Анализ института защиты прав граждан-потребителей производился с учетом дифференциации его на составные элементы. Возможности метода синтеза позволили выявить общие признаки, ключевые закономерности, базовые концептуальные положения, пронизывающие исследуемый институт, и использовать эти выводы для решения более частных вопросов. Дедуктивный метод исследования применялся для определения понятия и

основных начал защиты прав граждан потребителей в заявленной сфере. Широкое применение получили логический метод и метод сравнительного анализа.

Нормативно-правовую основу исследования составляют:

- Конституция Российской Федерации;
- Гражданский кодекс Российской Федерации;
- законодательство о защите прав потребителей;
- прочие федеральные законы и нормативные правовые акты, регулирующие институт защиты прав граждан-потребителей в торговой сфере;
- разъяснения Роспотребнадзора;

Структура выпускной квалификационной работы включает введение, три главы, дифференцированные на семь параграфов по числу исследованных вопросов, заключение, а также список используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Понятие и основные начала защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании

Понятие и принципы защиты прав граждан-потребителей в Российской Федерации

Предоставление гарантий защиты человеку и гражданину закреплено в п. 1 ст. 45 Конституции Российской Федерации [20]. Институт защиты прав потребителей относится к отрасли гражданского права. Однако Гражданский Кодекс РФ (далее – ГК РФ) раскрывает содержание института защиты гражданских прав посредством перечисления соответствующих способов защиты. Нормативная регламентация вопросов защиты прав применительно к такому субъекту, как гражданин-потребитель, перенесена на уровень отдельного закона о защите прав потребителя, который всецело посвящен данным аспектам [14]. Однако и названный законодательный акт, по тексту которого неоднократно использовано словосочетание «защита прав потребителей», не раскрывает данное понятие, и не перечисляет принципы защиты прав потребителей.

Представления об институте защиты прав в целом получили достаточную разработанность в правовой доктрине. Понятие «защита» в его юридическом значении отличается многозначностью, что, в целом, неудивительно ввиду существования обширного перечня объектов, в защите нуждающихся. Широко используется в научной мысли конструкт «защиты прав и свобод человека и гражданина», который предполагает охрану от неправомерных действий, нарушения прав органами власти, а также недопустимость неправомерного вмешательства в реализацию индивидом его прав и свобод.

Механизм защиты прав и свобод представляет собой упорядоченную деятельность уполномоченных органов и должностных лиц в данной сфере. Это означает, что субъектами, обеспечивающими работу данного механизма,

выступают специальные органы, действующие от лица государства. Сам механизм защиты возлагает на законодателя ряд публично-правовых обязательств, включающих как создание правовых основ работы системы обеспечения правового статуса личности, но и гарантирование функционирования указанной системы [9, С. 8].

Исходя из содержания ст. 12 ГК РФ [10], можно проанализировать взгляд законодателя на термин «защита прав». Соответствующее понятие по тексту статьи раскрывается путем перечисления релевантных способов защиты. Анализ вышеназванного перечня дает основание для того, чтобы определить институт защиты гражданских прав как целенаправленную деятельность по восстановлению и охране нарушенных субъективных прав от любых неправомерных посягательств. Гарантом создания и обеспечения работы системы защиты прав и свобод человека выступает государство, которое в силу своего особого статуса наделено инструментами принудительного воздействия на лиц, допустивших нарушения в данной сфере.

Таким образом, исходя из специфики отношений в сфере защиты прав потребителей, можно определить данный институт как совокупность гарантированных органами власти мер в сфере взаимодействия потребителя и продавца, направленных на предупреждение нарушений и восстановления нарушенных прав применением инструментов принудительного воздействия. Объектами защиты прав выступают субъективные права потребителей, получившие нормативное закрепление в сфере торгового обслуживания.

Институт носит межотраслевой характер. Примечательно, что несмотря на частноправовую природу отношений, складывающихся в рамках розничной торговли, предлагаемые законодателем инструменты защиты носят публичный характер. Такая регулятивная модель призвана сбалансировать в правовом статусе потребителя и продавца, чье объем экономических возможностей принципиально отличается. Данный постулат

пронизывает всю систему правового регулирования указанного института, получая преломление в принципах защиты прав потребителя.

Следует отдельно остановиться на вопросе о формах и способах защиты прав потребителя. В основе концепции защиты прав и интересов лежат представления о ней как о деятельности, имеющей правореализационную направленность, реализуемую в установленном законодательстве порядке лицом и уполномоченными на то органами, которая заключается в применении юридических мер воздействия на нарушителя, не исполнившего свои обязанности в силу закона или договора или осуществившего действия, препятствующие нормальному осуществлению прав и интересов иных лиц [14].

Для каждого способа характерны свои особенности, являющие формы защиты. С учетом субъекта, с участием которого реализуется защита прав, формы защиты могут быть поделены на неюрисдикционные и юрисдикционные. Причем, конкретная форма определяется самим лицом, который прибегает к ее использованию.

Что касается способов защиты, то они опосредуют материальное содержание правомочия на защиту. Речь идет о мерах или же средствах, на основе которых пресекается правонарушение и обеспечивается устранение их последствий, проводится воздействие на правонарушителя для достижения целей защиты прав.

Что касается перечня способов защиты, то он приведен в ст. 12 ГК РФ, включая, но не исчерпываясь, такие способы, как «признание права, восстановление положения, существовавшего до нарушения права, и пресечения действий, нарушающих право или создающих угрозу его нарушения; признания оспоримой сделки недействительной и применения последствий ее недействительности, признания недействительным акта государственного органа или органа местного самоуправления; самозащиту права; присуждения к исполнению обязанности в натуре; возмещения убытков; взыскания неустойки; компенсации морального вреда;

прекращения или изменения правоотношения; неприменение судом акта государственного органа или органа местного самоуправления, противоречащего закону» [36].

Продолжая дальнейшие рассуждения, остановимся на способах защиты прав и законных интересов, широко используемых в отношениях, связанных с защитой прав потребителя. Большинство из них получили конкретизацию в соответствующем законодательном акте.

В частности, в ст. 12 Закона о защите прав потребителя законодатель конкретизирует вопрос ответственность изготовителя (исполнителя, продавца, владельца агрегатора) за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге).

Предполагается, что такое правонарушение, как непредоставление информации, влечет последствия в виде возложения обязанности возместить убытки вследствие уклонения от заключения договора или отказаться от его исполнения, потребовать возврата суммы. Учитывая факт того, что потребитель рассматривается как сторона более слабая, при рассмотрении требований действует презумпция о том, что последний не обладает нужной информацией о товарах [14].

В ст. 13 Закона о защите прав потребителя установлена ответственность изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации импортера) за нарушение прав потребителей, которая может быть как законной, так и договорной. Действует принцип полного возмещения убытков сверх неустойки. Уплата неустойки и пени от выполнения обязательства не освобождает.

Важная дополнительная гарантия применительно к способам защиты прав потребителя связана со взысканием в пользу последнего штрафа. Штраф взыскивается по особому основанию – несоблюдение на добровольной основе требований потребителя и составляет половину от взысканных по иску сумм (п. 6 ст. 13). Внедрение такой субсидиарной гарантии в рамках данных правоотношений призвано снизить число судебных споров в области

защиты прав потребителей, создав дополнительную и довольно существенную мотивацию к выполнению требований в досудебном порядке под угрозой обязанности уплаты суммы неустойки.

Что касается возмещения вреда в виде имущественной ответственности, то, вызванный недостатками товаров, он возмещается в полном объеме – то есть действует принцип полного возмещения вреда, а требовать его компенсации может лицо безотносительно наличия или отсутствия непосредственных договорных отношений с продавцом, изготовителем, исполнителем (ст. 14). Используется и такой способ защиты, как компенсация морального вреда. Вред презюмируется в ситуации нарушения прав потребителя и взыскивается при наличии вины. Размер суммы компенсации не зависит от размера компенсации имущественного вреда (ст. 15).

Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» не содержит отдельных статей, посвящённых принципам, поэтому определение базовых исходных начал, на основе которых построено регулирование, это прежде всего результат научных изысканий. В целом, в праве устоялось понимание принципов как базовых фундаментальных положений, которые получают конкретизацию в содержании правовых норм.

Гуманистическая концепция правовых принципов предлагается А.В. Коноваловым, полагающего, что принципы суть «всеобщие и универсальные идеи о наиболее эффективной организации общественного устройства в аспекте частноправовых и, более конкретно, гражданско-правовых отношений, устанавливающие объективные идеальные модели возникновения, развития и прекращения правоотношений, построенных на началах децентрализации, координации поведения и равенства их участников» [19, С. 85].

С.Н. Братусь отождествляет принципы с базовыми исходными началами, правовыми законами существования того или иного явления, в которых в наиболее общем виде находит отражение его специфика. Принцип

позволяет как познавать, так и оптимизировать то или иное явление [3, С. 135].

В.Ф. Тараненко также отождествляет с принципами базовые концепции, опосредующие основные начала законодательной деятельности, конкретизированные в нормах права и направляющие законодателя при создании текста закона и правоприменителя при их реализации [44, С.13].

Полагаем, что с сущностной точки зрения правовые принципы являются основными идеями, получившими выражение и конкретизацию в содержании правовых норм, выступающие в качестве направляющих установок при реализации норм и находящих свое воплощение в них. Значение принципов, регулирующих правовой механизм защиты прав потребителей, связано со сведением в единую систему права и обязанности всех участников правоотношений, а также определением основного вектора развития законодательства.

Важнейшим требованием к существованию принципов защиты прав граждан-потребителей выступает их системная организация. Речь идет об их существовании в рамках единой упорядоченной и согласованной структуры, построенных с учетом единой цели и задач, взаимообусловленных и взаимоупорядоченных. В основе системы принципов лежит цель, для осуществления которой и был принят специальный закон о защите прав потребителя: обеспечение экономического баланса участников правоотношений путем выравнивание правовых возможностей [38, С. 8]. Сразу же отметим, что данная цель не должна быть тождественна цели защиты потребителя. Нет, речь идет о том, что потребитель наделяется особыми гарантиями охраны своих прав лишь для того, чтобы сбалансировать правовой статус участников правоотношений, а значит, обеспечить их подлинное равенство, для достижения которого лишь провозглашения равенства прав в данном случае недостаточно.

Из этой цели вытекает важнейший принцип, на котором построена вся система защиты прав потребителя, - принцип признания и защиты стороны

потребителя как более слабой стороны правоотношений. Следует согласиться, что именно данный постулат пронизывает всю систему законодательства о защите прав граждан – потребителей.

Возвращаясь к вопросу о системе принципов защиты прав гражданина-потребителя, полагаем, что к ним следует отнести следующие исходные постулаты:

- право на приобретение товара надлежащего качества;
- право на информационное обеспечение в установленном объёме. В силу п. 1 ст. 10 Закона о защите прав потребителя «Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации»;
- право безопасности товара (услуги), причем как для потребителя, так и для экологии;
- право на компенсацию причиненного вреда недостатками товара;
- недопустимость включения в соглашение условий, ущемляющих права потребителя.

Данный принцип еще более существенно сузил пределы усмотрения участников потребительских отношений, признав ничтожными ряд условий и закрепив инструментарий их оспаривания. Он получил уточнения после внесения изменений в ст. 16 Законом № 135-ФЗ от 01.05.2022. Так, под запретом находятся следующие условия:

- предоставляющие продавцу право на односторонний отказ от исполнения обязательства или одностороннее изменение условий обязательства (предмета, цены, срока и иных согласованных с потребителем условий), (кроме законных исключений);
- ограничивающих право потребителя на свободный выбор

территориальной подсудности споров;

- устанавливающие для потребителя штрафные санкции или иные обязанности, препятствующие свободной реализации права;
- исключаящие или ограничивающие ответственность продавца за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по основаниям, не предусмотренным законом;
- обуславливающие приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг), в том числе предусматривают обязательное заключение иных договоров, если иное не предусмотрено законом;
- предусматривающие выполнение дополнительных работ (оказание дополнительных услуг) за плату без получения согласия потребителя;
- сужающие право потребителя на выбор способа и формы оплаты товаров (работ, услуг);
- содержащие основания досрочного расторжения договора по требованию продавца, если они не предусмотрены законом;
- снижающие размер законной неустойки;
- ограничивающие право выбора вида требований, которые могут быть предъявлены продавцу ненадлежащего качества;
- устанавливающие в нарушение закона обязательный досудебный порядок рассмотрения споров;
- устанавливающие для потребителя обязанность по доказыванию определенных обстоятельств, бремя доказывания которых законом не возложено на потребителя;
- ограничивающие потребителя в средствах и способах защиты нарушенных прав;
- ставящие удовлетворение требований потребителей в отношении товаров (работ, услуг) с недостатками в зависимость от условий, не связанных с недостатками товаров (работ, услуг) и прочие условия,

идушие в разрез с законодательством о защите прав потребителя.

Также, в п. 3 ст. 16 Закона о защите прав потребителя закреплено правило о том, что «продавец (исполнитель, владелец агрегатора) не вправе отказывать в заключении, исполнении договора, направленного на приобретение одних товаров (работ, услуг), по причине отказа потребителя в приобретении иных товаров (работ, услуг). Убытки, причиненные потребителю вследствие нарушения его права на свободный выбор товаров (работ, услуг), возмещаются продавцом (исполнителем, владельцем агрегатора) в полном объеме.

Запрещается удовлетворение требований потребителей в отношении товаров (работ, услуг) с недостатками ставить в зависимость от условий, не связанных с недостатками товаров (работ, услуг). Запрещается отказ в заключении договора и во внесении изменений в договор в случае правомерного указания потребителем на недопустимые условия договора, ущемляющие права потребителя, в целях исключения таких условий. При предъявлении потребителем требования об исключении из договора недопустимых условий договора, ущемляющих права потребителя, указанное требование подлежит рассмотрению в течение десяти дней со дня его предъявления с обязательным извещением потребителя о результатах рассмотрения и принятом мотивированном решении по существу указанного требования» [14].

Нет сомнений, что вышеперечисленный перечень служит интересам потребителей, расширяя имеющийся инструментарий их защиты. При этом, необходимо отметить, что речь идет о публично-правовых нормах, которые вторгаются в сферу цивилистических отношений сторон. И степень подобного вмешательства довольно существенна. В первую очередь, следует оценить соотношение указанных положений и таких принципов гражданского права, как принцип равенства сторон и принцип договорной свободы, а также некоторыми иными принципами, перечисленными в ст. 1 ГК РФ.

Формулируя систему правового регулирования, законодатель полагает, что дополнительный объем правовых гарантий (в условиях наличия более слабой стороны договорных отношений) не только не нарушает, а наоборот, способствует соблюдению принципа равенства, так как правовые возможности сторон выравниваются. В п.1 ст. 421 ГК РФ закреплён принцип свободы договора, наделяющий каждую сторону правом заключения договора на предлагаемых условиях или отказа от его заключения. Но ст. 16 Закона о защите прав потребителя предусмотрела обширные изъятия из этой свободы. Презюмируются, что все подобные условия являются ничтожными, нарушая права потребителей.

В соответствии с п. 10 Постановления Пленума ВАС № 16 от 14.03.2014 года «О свободе договора и ее пределах» при рассмотрении споров о защите от несправедливых договорных условий суд должен оценивать спорные условия в совокупности со всеми условиями договора и с учетом всех обстоятельств [35]. Но что касается перечня, перечисленного в ст. 16 Закона о защите прав потребителя, то они признаются ничтожными априори.

В Обзоре судебной практики по делам о защите прав потребителей, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 18.10.2023, было отмечено, что «если включение в договор условий, ущемляющих права потребителя, повлекло причинение убытков потребителю, они подлежат возмещению продавцом в полном объеме в соответствии со ст. 13 этого же Закона» [23].

В частности, по приведенному в пример делу было отмечено, что ответчик не поставил автомобиль по первоначальному договору, в одностороннем порядке отказался от его исполнения, что привело к причинению убытков заказчику. С. указывал, что после того, как поставка автомобиля на условиях первоначального договора не была осуществлена, он заключил договор с увеличенной ценой. Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ признала ошибочными выводы судов

апелляционной и кассационной инстанций о возложении на покупателя последствий увеличения стоимости товара [31].

Таким образом, институт защиты прав потребителей представляет собой совокупность гарантированных органами власти мер в сфере взаимодействия потребителя и продавца, направленных на предупреждение нарушений и восстановления нарушенных прав применением инструментов принудительного воздействия. Объектами защиты прав выступают субъективные права потребителей, получившие нормативное закрепление в сфере торгового обслуживания. Институт носит межотраслевой характер.

Несмотря на частноправовую природу отношений, складывающихся в рамках розничной торговли, предлагаемые законодателем инструменты защиты носят публичный характер. Такая регулятивная модель призвана сбалансировать в правовом статусе потребителя и продавца, чье объем экономических возможностей принципиально отличается. Данный постулат пронизывает всю систему правового регулирования указанного института, получая преломление в принципах защиты прав потребителя.

В основе системы принципов защиты прав потребителей лежит цель, для осуществления которой и был принят закон о защите прав потребителя: обеспечение экономического баланса участников правоотношений путем выравнивание правовых возможностей. Но данная цель не должна быть тождественна цели защиты потребителя. Потребитель наделяется гарантиями охраны своих прав для того, чтобы сбалансировать правовой статус участников правоотношений, обеспечить их подлинное равенство, для достижения которого лишь провозглашения равенства прав в данном случае недостаточно. Из цели вытекает важнейший принцип, на котором построена вся система защиты прав потребителя, - принцип признания и защиты стороны потребителя как более слабой стороны. Данный постулат пронизывает всю систему законодательства о защите прав граждан – потребителей.

1.2 Основные права потребителей при обнаружении в товаре недостатков и особенности их реализации

Законодатель перечисляет перечень прав потребителями, которыми тот обладает на случай обнаружения в товаре недостатков в ст. 18 Закона о защите прав потребителя. Речь идет о четырех названных ниже правомочиях, выбор которых производится по усмотрению самого потребителя:

- потребовать замены на товар этой же марки (этих же модели и (или) артикула);
- потребовать замены на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом покупной цены;
- потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
- потребовать незамедлительного безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление потребителем или третьим лицом;
- отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы.

Речь идет о закреплении обширного перечня инструментов, пригодных для использования в целях защиты прав потребителя. Пределы усмотрения потребителя ограничены объективными реалиями, что значит, что он должен использовать те инструменты, которые возможны для защиты прав последнего. Например, если устранение недостатков невозможно, то и удовлетворить соответствующие требования потребителя не удастся.

В силу ч. 1 ст. 19 Закона о защите прав потребителя, последний ограничен в сроках на реализацию своих прав, имеет возможность предъявить их при обнаружении в товаре недостатков в течение гарантийного срока и срока годности.

Возможный перечень аналогичных требований ограничен применительно к товарам, относящимся к категории технически сложного. В таком случае покупатель может либо отказаться от исполнения договора и

потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки с соответствующим перерасчетом покупной цены в течение пятнадцати дней со дня передачи потребителю такого товара. По истечении данного временного промежутка, заявить соответствующие требования также возможно, но при одном из следующих обстоятельств:

- выявление существенного недостатка;
- несоблюдение сроков для его устранения;
- отсутствие возможности использовать товар по назначению в течение года гарантийного срока совокупно более тридцати дней по причине неоднократного устранения его различных недостатков.

В настоящее время существует тенденция перманентного роста числа технически сложных товаров, общий перечень которых определен Постановлением Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров» [36]. Настоящий перечень включает средства транспорта, мотоциклы, мотороллеры; холодильники; стиральные машины автоматические; персональные компьютеры с основными периферийными устройствами и пр.

Возможностями выбирать адресата своих требований также наделяется потребитель. Он вправе заявить требования как продавцу, так и уполномоченной организации. Ограниченные требования могут быть предъявлены Потребитель вправе потребовать замены товара с перерасчетом цены и отказаться от исполнения договора купли-продажи и потребовать возврата уплаченной за товар суммы, адресовав соответствующие требования изготовителю, уполномоченной организации или уполномоченному индивидуальному предпринимателю, импортеру. Для того, чтобы реализовывать права, предусмотренные законодательством, предоставлять товарный или кассовый чек потребителю не требуется.

Некоторая проблематика связана с соблюдением сроков при инициировании требований о возврате некачественной продукции.

Законодатель оперирует различными понятиями: гарантийный срок, срок годности, срок службы, которые отличаются друг от друга.

В частности, продавец, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер несут ответственность за недостатки товара без установленного срока гарантии при условии, что потребитель имеет возможность доказать, что последние появились либо до момента предоставления товара последнему или вследствие причин, возникших ранее.

Если же гарантийный срок установлен, то вышеуказанные участники несут ответственность в пределах данного срока, при отсутствии возможности доказать, что такие недостатки появились уже после передачи товара потребителю вследствие нарушения потребителем правил использования, хранения или транспортировки товара, действий третьих лиц или непреодолимой силы.

Распределение бремени доказывания с нарушением данных сроков является основанием для отмены судебного решения, вынесенного с нарушениями. Так, в соответствии с выводами судебной экспертизы причиной возгорания автомобиля является загорание горючих материалов, в районе жгута электропроводки из блока реле и предохранителей, от аварийного теплового проявления режима короткого замыкания в электроустановке автомобиля [33].

Таким образом, судом при рассмотрении дела установлено, что проданный автомобиль имел недостатки, в результате которых произошло возгорание. Для правильного разрешения спора следовало установить также, в какой период возник данный недостаток, по чьей вине, предупреждали ли о нем продавец покупателя.

Доставлять крупногабаритный товар или товар весом более пяти килограмм с недостатками должен продавец, или компенсировать затраты по доставке покупателю.

Тем самым, нормативная регламентация отношений в данной сфере ориентирована на достижение баланса интересов сторон, поэтому устанавливает обширный перечень правомочий потребителя и устанавливает его права самостоятельно, без ограничений, избирать любое из перечисленных правомочий на случай нарушения прав потребителя. На этапе особо активного развития в текущих реалиях находится область производства и реализации продукции, относящейся к категории технически сложной. Их перечень только растет, притом, что Постановление Правительства № 924 не всегда успевает за соответствующими технологическими решениями, поскольку последние изменения в документ были внесены еще в 2019 году.

Но определение товара как технически сложного крайне важно с точки зрения последствий правового регулирования в рамках осуществления прав потребителя и течения срока заявления требований.

Достаточно сложным для потребителя может быть и обоснование недостатка товара как существенного. Данное понятие раскрывается в перечне дефиниций в рамках специального закона как «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»,

Судами неоднократно обращалось внимание на то, что любого из названных признаков достаточно для того, чтобы признать товар имеющим существенные недостатки. Например, в прошлогоднем обзоре судебной практики были отмечено, что само по себе наличие повторно проявившегося в период гарантийного срока после проведения мероприятий по его устранению недостатка, уже является достаточным основанием для удовлетворения потребительских требований. Если подобная ситуация имеет место, то ее достаточно для признания товара имеющим существенный недостаток, без анализа таких аспектов, как возможности устранить

недостатки, соразмерность расходов на его устранение исходя из цены на технически сложный товар, ни прочих признаков.

Поэтому решение суда, в рамках которого было установлено наличие в товаре недостатка, повторно проявившегося в период гарантийного срока, и одновременно признана необходимость оценить названный недостаток на его

с
о Но если понятие существенного недостатка законодатель определяет, то понятие товара технически сложного в законе отсутствует, раскрывается лишь перечень таких товаров. Это приводит к тому, что некоторые новые объекты, хоть и объективно мало отличаются от названных в списке Правительства, не могут быть отнесены к числу последних, и значит, и не могут быть реализованы права потребителя при обнаружении недостатков в таких товарах как в товарах технически сложных.

т Подобная проблема может быть решена посредством выработки и внедрения критериев технической сложности товаров, на основе которых тот или иной определенный объект будет признан относящимся к определенной группе не вследствие перечисления в списке, а по причине соответствия названным критериям.

п В первую очередь, критерием, свидетельствующим о том, что товар является сложным с технической точки зрения, является его повышенная технологичность. Для его создания требуется работа конструкторов, применение специального оборудования - средств производства, деталей и станков. Перечень товаров, установленный правительством, включает электрические, многофункциональные, программируемые товары, создание которых требует инженерных решений. Группы, приведенные в Перечень, носят обобщенный характер, либо указывают на определенный признак – характеристику товаров. Отнесение товара к данной группе может быть осуществлено судом либо ввиду принадлежности к названным товарам, либо вследствие наличия у объекта специальных характеристик, данным товарам присущих.

а

к

а

На практике встречаются основания, позволяющие дать оценку смартфону как технически сложному продукту. Например, товар рассматривается в подобном качестве вследствие его отнесения к группе п. 7 «Системные блоки, компьютеры стационарные и портативные ...», или же по п. 6 «Оборудование навигации и беспроводной связи для бытового использования ...». То есть речь идет об использовании различных свойств для квалификации товара как технически сложного, что указывает на несовершенство данного перечня, его описательный характер без учета существенных признаков такого рода товаров.

Неоднозначная ситуация сложилась в отношении кнопочных мобильных телефонов, когда признание их технически сложными всецело зависит от требований истца. Например, Роспотребнадзор в своих разъяснениях отмечал, что кнопочный телефон – это товар, к данной категории относящийся [34]. Вплоть до 2021 года существовала неупорядоченная практика судов, в рамках которой кнопочный телефон рассматривался как не относящийся к технически сложным.

Роспотребнадзор дал уточнения и на тот счет, что п. 11 Перечня непродовольственных товаров надлежащего качества и список технически сложных товаров - это два документа, отличающиеся с точки зрения целей их утверждения, а именно для реализации норм законодательства о защите прав потребителя п. 1 ст. 25 и ст. 18. Исходя из этого, учитывая различия в части целеполагания, был сделан вывод о том, что норма п. 1 ст. 18 Закона не применяется к кнопочному мобильному устройству при отсутствии у него сенсорного экрана.

В отношении же, например, мобильного телефона, практика видоизменилась под влиянием особенностей, касающихся изменений особенностей использования устройства за последние годы. И если на первоначальном этапе появления мобильных телефонов как средств телефонной связи, они использовались ограниченно для этой цели, то в настоящее время – мобильное устройство – это полноценный компьютер с

соответствующим программным обеспечением. При таких обстоятельствах нет оснований признавать технически сложным товаров кнопочный мобильный телефон. Как представляется, в отношении него нет оснований ограничивать право потребителя на возврат, но что касается смартфонов, то здесь подобные ограничения должны иметь место. И указанные товары соотносятся между собой как техническое устройство и технически сложное устройство.

Проведенный в первой главе выпускной квалификационной работе анализ понятия и основных начал защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании, позволяет сделать следующие выводы.

Институт защиты прав потребителей представляет собой совокупность гарантированных органами власти мер в сфере взаимодействия потребителя и продавца, направленных на предупреждение нарушений и восстановления нарушенных прав применением инструментов принудительного воздействия.

В основе системы принципов защиты прав потребителей лежит цель: обеспечение экономического баланса участников правоотношений путем выравнивание правовых возможностей. Потребитель наделяется особыми гарантиями охраны своих прав для того, чтобы сбалансировать правовой статус участников правоотношений, а значит, обеспечить их подлинное равенство, для достижения которого лишь провозглашения равенства прав в данном случае недостаточно. Из этой цели вытекает важнейший принцип, на котором построена вся система защиты прав потребителя, - принцип признания и защиты стороны потребителя как более слабой стороны правоотношений.

В случае обнаружения в товаре недостатков потребитель наделен перечнем достаточно вариативных правомочий. При выборе того или иного права, он ограничен лишь объективными реалиями, например, не может заявлять требования об устранении неустранимых недостатков.

Для технически сложных товаров перечень правомочий потребителя на случай обнаружения недостатков носит более ограниченный характер. В

отношении такого товара покупатель может либо отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки или на такой же товар другой марки с соответствующим перерасчетом покупной цены в срок, ограниченный пятнадцатью сутками с момента передачи потребителю такого товар. По истечении этого срока отказ от договора также возможен, но по ограниченным основаниям.

Использование такого критерия деления товаров, как их техническая сложность, обеспечивает баланс интересов потребителя и предпринимателя, путем формирования оптимального вектора для развития рыночных отношений. Отмечается необходимость выработки и внедрения критериев технической сложности товаров, при которых тот или иной определенный объект будет признан относящимся к определенной группе не вследствие перечисления в списке, а по причине соответствия названным критериям.

Критерием, свидетельствующим о том, что товар является сложным с технической точки зрения, является его повышенная технологичность. Перечень товаров, установленный правительством, включает электрические, многофункциональные, программируемые товары, создание которых требует инженерных решений. Отнесение товара к данной группе может быть осуществлено судом либо ввиду принадлежности к названным товарам, либо вследствие наличия у объекта специальных характеристик, данным товарам присущих.

Глава 2. Защита прав граждан-потребителей при продаже товаров дистанционным способом

2.1 Особенности определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи

Четкость и последовательность в вопросе определения момента заключения договора играет важную роль в упорядочивании отношений сторон, создании твердой и устойчивой базы их последующего взаимодействия. Решение данного вопроса законодателем поставлено в зависимость от категории договора: а именно, его отнесения к реальным или консенсуальным.

По общему правилу, момент заключения договора представляет собой точку времени, в которой сделка считается совершенной, а на основании нее возникает обязательство, подлежащее исполнению [43, С. 56]. Прохождение этого момента условно представляет собой пересечение линии, за которой все согласовывающие и упорядочивающие действия в части договора, завершаются, а само соглашение приобретает императивное значение для его участников, то есть становится обязательным.

Общие правила, касающиеся заключения договора, содержатся в ст. 432 ГК РФ, и предполагают, во-первых, признание договора заключенным после достижения соглашения по всем существенным условиям, и во-вторых, его оформление посредством направления оферты одной из сторон и ее акцепта (принятия предложения) другой. О моменте заключения договора речь ведется в ст. 433 ГК РФ, где отмечается, что соглашение сторон признается заключенным с момента получения оферентом ее акцепта (ч. 1 ст. 433 ГК РФ).

Особые правила касаются реальных договоров: для них отмечена особенность в ч. 2 той же статьи: а именно, то обстоятельство, что договор признается заключенным с момента фактической передачи вещи.

Учитывая предмет настоящего исследования, связанный с торговым обслуживанием, отметим, что соответствующую сферу опосредует договор купли-продажи, который является консенсуальным. Это значит, что для признания его заключенным, передачи вещи не требуется, а достаточно достижения соглашения по существенным условиям (объект договора передается в рамках действий по его исполнению).

Акцепт оферты возможен в различных формах: путем направления содержащее согласие ответа на оферту, посредством бездействия (если указание на такую возможность прямо и непосредственно закреплено в законе), и путем совершения конклюдентных действий [39, С. 145].

Важно заметить, что правила, касающиеся определения момента заключения договора дистанционной купли-продажи, несколько отличаются от таковых применительно к классическим договорам. Договор розничной купли-продажи товара дистанционным способом считается заключенным с момента выдачи (передачи) продавцом покупателю документа, подтверждающего оплату товара (например, кассового чека), или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя заключить такой.

Правила определения момента заключения договора конкретизированы законодателем применительно к реализации товаров с использованием Интернета, то есть к разновидности дистанционной торговли. Так, в Постановлении Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 приводится указание на еще одну дополнительную стадию, которая следует за получением продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор розничной купли-продажи. После этого продавец должен предоставить покупателю подтверждение заключения договора, с указателем номера заказа либо иных форматов идентификации, позволяющих получить сведения о заключенном договоре и его условиях [37]. Такое правило важно с точки зрения конкретизации договорных условий: производится их фиксация и уточнение в виде, предельно ясном для обеих сторон. Также, дистанционный формат торговли требует выполнения продавцом обязанности по

размещению на соответствующем интернет – ресурсе публичной оферты со свободным доступом к ней потребителей.

Это правило представляет собой дополнительную обязанность, которая действует с 2021 года. Требуется, чтобы заказу был присвоен идентифицирующий номер, а этот номер, в свою очередь, должен быть сообщен потребителю [16].

Тем самым, представления о моменте заключения договора дистанционной купли-продажи отличаются с учетом типа торговли: дистанционном или в сети – интернет, где действует дополнительное требование в виде предоставления от продавца подтверждения заключения договора.

Момент заключения договора имеет юридическое значение еще и постольку, поскольку он необходим для цели фиксации достигнутых сторонами договоренностей, а значит, для закрепления всех существенных условий. Одним из таких условий, важных с точки зрения определения момента ее фиксации, является цена.

Цена определяется в момент заключения договора между покупателем и интернет-магазином, данный момент сопряжен с моментом оформления заказа с присвоением ему номера. После подобной фиксации, продавец лишается права внести изменения в объявленную стоимость товара в одностороннем порядке.

Например, по одному делу, судом было установлено, что указанное на сайте ответчика предложение о продаже товара, было обращено к неопределенному кругу субъекта и имело все необходимые существенные условия, в том числе и цену. Суд признал предложение публичной офертой. Судом было отмечено, что покупатель, имея намерение заключить договор в дистанционной форме и выражая собственное свободное волеизъявление по этому поводу, оформил заказ товаров, акцептовал условия публичной оферты и исполнил свою обязанность по оплате стоимости. Однако, невзирая на это, ответчик отказался исполнять свои обязательства по договору, не направил

товар в нарушение договоренностей. В качестве мотива для отказа выполнять договорные условия ответчик назвал изменение фактической цены товара.

Однако правоприменитель отказался соглашаться с доводами последнего, отметив, что со стороны Ответчика имело место нарушение договорных условий. Суд пришел к выводу, что стороны заключили договор купли-продажи в дистанционной форме, момент вступления в силу которого был связан с акцептом публичной оферты покупателем.

Ответчик ссылаясь на злоупотребление правом со стороны потребителя, которому, по мнению первого, должно быть предельно ясно, что в текущих условиях рынка реализуемый товар не может продаваться по указанной заведомо низкой цене, и что в оферте имела место техническая ошибка. Суд пришел к выводу, что покупатель не имел возможности и не должен был предполагать наличие ошибок в размещённой в официальном интернет-магазине информации. На соответствующем ресурсе с установленной периодичностью проводятся акции, предлагаются скидки покупателям, в связи с чем утверждать о том, что покупатель действовал злонамеренно, оснований не имеется. Учитывая, что потребитель в полном объеме выполнил свои обязательства по договору, суд потребовал от Ответчика исполнить обязанности по договору и компенсировать понесённые истцом убытки [32].

Еще по одному делу, суд пришел к выводу, что после оформления заказа и оплаты товара в интернете, договор считается заключенным, у продавца возникает обязанность передать товар. Тот факт, что у продавца отсутствует указанный товар на складе, его от данной обязанности не освобождает. Закрепление же в условиях публичной оферты права продавца в одностороннем порядке отменять оформленный заказ не основано на законе и нарушает права потребителя, поэтому данное положение является ничтожным.

В. обратился в суд с иском к ООО «Сеть «Связной»» (продавцу) о возложении обязанности по передаче товара. Соглашение было оформлено в

дистанционном формате, истец акцептовал договор на покупку телевизора, исполнил собственную обязанность по договору, внося оплату на реквизиты продавца. Однако последний товар не передал, а средства, полученные от покупателя, вернул на его счет. В суде продавец пояснил, что его отказ исполнить договор был связан с отсутствием объекта продажи.

Суд первой инстанции удовлетворил иск. Однако с апелляционный суд, заметив, что в условиях публичной оферты содержалось указание на право продавца отменить оформленный заказ в случае отсутствия товара на складе, а эти условия находились в свободном доступе, покупатель был ими знаком. Суд, отказывая в удовлетворении требований, отметил отсутствие обязанности магазина передать товар. Кассационный суд с такими выводами также согласился.

Однако Судебная коллегия Верховного Суда РФ направила дело на новое апелляционное рассмотрение. Судом было приведено указание на п. 1 ст. 494 ГК РФ в части того, предложение товара в его рекламе, каталогах и описаниях товаров, обращенных к неопределенному кругу лиц, наделяется статусом публичной оферты, если содержит все существенные условия договора. Было отмечено, что в силу п. 12 Правил № 2463, осуществляя дистанционную торговлю, продавец должен вступать в договорные отношения со всяким лицом, акцептовавшим оферту на ее условиях.

ВС РФ, вынося решение об отмене актов нижестоящих судов о праве продавца в одностороннем порядке отменить оформленный заказ, отметил его незаконность и необоснованность. Высшая судебная инстанция руководствовалась тем, что предложение на интернет-ресурсе отвечало требованиям к публичной оферте, содержало требуемые условия, и поэтому, после его акцепта покупателем, оно должно признаваться заключенным. Обязанность магазина предоставить телевизор покупателю у него возникла. Такие обстоятельства, как отсутствие необходимой продукции на складе (тем более, в условиях отсутствия снятия конкретного товара с производства) не свидетельствуют об утрате возможности исполнения договора [29].

На определенные аспекты, касающиеся момента заключения договора дистанционной купли-продажи, было обращено внимание в Обзоре судебной практики по делам о защите прав потребителей, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 18.10.2023. В частности, в п.3 документа было разъяснено то, что содержащееся на официальном сайте продавца предложение о продаже товара, обращенное к неопределенному кругу лиц и содержащее подробную информацию о товаре и его цене, является публичной офертой.

Вероятно, разъяснить соответствующие аспекты потребовалось ввиду того, что многие продавцы в сети Интернет, при возникновении разногласий, заявляли требование о признании договора недействительным вследствие наличия существенных (в том числе, вызванных техническими сбоями), ошибок. Например, речь шла о продаже товара по заведомо заниженным ценам, оформление заказа на покупку которого и действия по его оперативной оплате продавцы требовали признать злоупотреблением правом со стороны покупателя.

Суд в указанном Обзоре уточнил, что такие действия не могут быть отнесены к злоупотреблению правом. Одновременно нет никаких оснований для возложения на покупателя дополнительных обязанностей, например, мониторить цены на рынке, рассматривая ту или иную ценовую политику продавца как вызванную техническим сбоем или прочими нарушениями в работе. Данными разъяснениями суд еще раз встал на сторону покупателя, вновь отметив его статус более слабой стороны договорного взаимодействия, нуждающегося в обширном перечне специальных гарантий.

Было отмечено, что уже после получения продавцом сообщения потребителя о намерении заключить договор на условиях публичной оферты, продавец не вправе в одностороннем порядке изменить объявленную цену товара. Отдельные уточнения были даны и в отношении запрета на одностороннюю отмену заказа, в том числе, закрепленные в самих условиях

публичной оферты подобные права продавца также были признаны незаконными.

Однако, следует учитывать и то, что запрет на размещение на официальном ресурсе рекламного предложения отсутствует. И если на сайте указано, что такое предложение публичной офертой не является, носит рекламный характер, то позиция продавца на случай потенциально возможного спора видится более устойчивой.

Такая судебная практика, где суд посчитал возможным встать на сторону продавца, также имеется. К примеру, суд не обнаружил нарушений прав потребителя, отказал в удовлетворении требований Истца в части обязанности исполнить договор розничной купли-продажи. Гражданин заинтересовался двумя столами, оформил заказ на их приобретение и внес необходимую сумму в качестве оплаты. Но продавец заказ аннулировал. Это послужило основанием для обращения истца в суд с вышеуказанными требованиями. Однако суд встал на сторону продавца, руководствуясь содержанием сведений, размещенных на официальной странице продавца, где отмечался ознакомительный характер всех сведений, а также указывалось на наличие права у ответчика произвести аннуляцию заказа по причине отсутствия товара или технических ошибок в работе ресурса, которые привели к неверному отображению информации о товаре, в том числе о его цене [28].

Таким образом, момент заключения договора представляет собой точку времени, в который сделка считается совершенной, а на основании нее возникает обязательство, подлежащее исполнению. Прохождение этого момента условно представляет собой пересечение линии, за которой все согласовывающие и упорядочивающие действия в части договора, завершаются, а само соглашение приобретает императивное значение для его участников, то есть становится обязательным.

Регулирование момента заключения договора дистанционной купли-продажи отличается с учетом типа торговли: дистанционном или

дистанционном в сети – интернет, где действует дополнительное требование в виде предоставления от продавца подтверждения заключения договора. В первом случае, договор признается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю документа, подтверждающего оплату товара (например, кассового чека), или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя заключить договор розничной купли-продажи. Что касается розничной торговли в сети - интернет, то момент признания такого соглашения заключённым дополнен еще одной стадией, в виде направления подтверждения заключения договора продавцам, с указателей номера заказа либо иных форматов идентификации, позволяющих получить сведения о заключенном договоре и его условиях.

В целях упорядочивания дистанционной торговли, на сайте продавца следует разместить общие условия оформления и аннулирования заказов, в которых четко и последовательно описать все процедуры, применяемые продавцом, чтобы в дальнейшем потребитель не мог сослаться на обман или введение в заблуждение относительно цены, порядка ее уплаты или иных параметров сделки розничной купли-продажи. При установлении судом, является ли договор заключенным, необходимо учитывать характер предложения к потенциальным потребителям: а именно, является ли таковое публичной офертой, или представляет собой ознакомительное или же рекламное предложение. Оформление интернет-заказа при размещении на сайте товарной стоимости ниже его рыночной цены не рассматривается правоприменителем как злоупотребление правом со стороны покупателя.

2.2 Защита прав граждан-потребителей при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете

Наиболее серьезные преобразования, проходящие в настоящее время, обусловлены снижением на практике личного взаимодействия сторон в том числе и в рамках отношений потребителя и продавца. Роль и значение такого

сотрудничества в современной экономике только растет. Происходит увеличение доли дистанционной торговли на рынке, что позволяет многим исследователям рассматривать ее как самостоятельную отрасль коммерции [6, С. 42].

Неоспоримая тенденция к расширению такого инструмента торгового обслуживания, как интернет-торговля, сопровождается ростом числа нарушений прав потребителей. Механизм защиты прав последних нуждается в специальной адаптации с учетом особенностей отношений в соответствующей среде, которая привносит объективные различия в части организации дистанционной торговли [22, С. 135].

Однако до момента выработки эффективно работающего механизма, законодателю следует определиться с понятийным аппаратом. В текущий момент времени, само понятие дистанционной торговли рассматривается как разное явление. В частности, под подобным торговым взаимодействием понимается и торговая деятельность, или же форма деятельности или же отдельный способ реализации товара [46, С. 4].

В целом не вызывает сомнений некая автономность, в том числе и в регулировании данной области, для которой наиболее характерным является отсутствие возможности непосредственного ознакомления потребителя с товаром до заключения договора.

Еще одна особенность подобного торгового взаимодействия обусловлена более широким кругом участников правоотношений, каждый из которых выполняя свою роль в упорядочивании хозяйственных связей, наделен собственными функциями и задачами, а также должен нести ответственность за допущенные нарушения. В частности, законодатель специально закрепил правовой статус владельцев агрегаторов. Но принадлежащий им функционал нельзя свести лишь только к посредничеству: их роль в упорядочивании отношений много шире. Как минимум они являются информационными посредниками, выполняя функцию по информированию последних и созданию условий для

полноценной реализации ими своих правовых возможностей, включая различные формы и способы защиты. Однако интернет-площадки далеко не всегда предоставляют всю информацию о продавце, что не способствует своевременному выявлению его недобросовестности. Эта проблема требует выработки дополнительных алгоритмов проверки сведений, представленных продавцами [21, С.20].

В интернет-сфере формы и способы защиты прав гражданина потребителя несколько отличаются. Например, владелец агрегатора, чья ответственность возникает вследствие предоставления потребителю недостоверной или неполной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе), также отвечает за убытки, вызванные таким непредоставлением или неполным предоставлением.

По общему правилу, отвечает за такие нарушения продавец (исполнитель), если нет соглашения на этот счет, которым ответственность возлагается на владельца агрегатора. Ответственность в части убытков на владельца агрегатора не возлагается, если представленная информация носила неполный или недостоверный характер по вине продавца.

Но потребитель «вправе предъявить требование к владельцу агрегатора о возврате суммы произведенной им предварительной оплаты товара (услуги). Владелец агрегатора возвращает сумму полученной им предварительной оплаты товара (услуги) в течение десяти календарных дней со дня предъявления потребителем такого требования. Для этого товар (услуга), в отношении которого потребителем внесена предварительная оплата, не должен быть передан потребителю в срок (услуга не оказана в срок); потребитель должен направить продавцу (исполнителю) уведомление об отказе от исполнения договора купли-продажи» [14].

Специфическими признаками, присущими торговле в сети - Интернет, выступают такие особенности, как тот факт, что договоры, оформляемые онлайн, не предполагают нахождения покупателя в том или ином месте; покупатель лишен физической возможности восприятия приобретаемого

товара, может увидеть его только на фото- или видеоизображении, которое может содержать искажения или искаженно восприниматься покупателем.

В таких условиях, еще большую значимость приобретает выполнение продавцом обязанности по предоставлению достоверной и полной информации о реализуемом товаре, прежде всего потому, что в условиях отсутствия возможности физического осязания товара, эта информация является одним из немногих источников сведений о его потребительских свойствах.

При продаже товара по образцу и (или) описанию продавец обязан передать потребителю товар, который соответствует образцу и (или). Качество товара также определяется посредством сличения образца (изображения), а следовательно, и сложившегося представления покупателя о нем с полученным товаром.

Фотоизображение, как и образец, естественно, может отличаться от реального продаваемого предмета. Отличия могут быть по цвету, характеру материала, иным качествам товара, и значит, приводить к появлению у покупателей неоправданных ожиданий в отношении продукта. Отклонения, явно не видные вследствие особенностей изображения, следует расценивать в качестве несоответствия описанию, применять последствия передачи товара ненадлежащего качества [21, С. 23].

Потребитель наделен также правом отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи товара - по общему правилу в течение семи дней. Такой отказ не поставлен в зависимость от каких бы то и было условий. Здесь достаточно четко требуется отличаться между собой возврат товара несоответствующего с точки зрения качества и товара соответствующего качества. В первом случае законодатель освобождает потребителя от возмещения расходов на доставку, в то время как при возврате товара без признаков некачественного, потребителю возвращаются уплаченные средства, кроме затрат на доставку.

К числу опорных элементов в механизме защиты прав потребителей можно отнести достаточно детальную регламентацию порядка, формы и способов оплаты товара. В рамках розничной торговли покупатель свободен в осуществлении своего права на выбор способа и формы оплаты товаров.

Покупатель, не имея возможность повлиять ни на правила торговли на маркетплейсе, ни на условия публичного договора, не может выбирать форму расчетов, в частности, не имеет никакой возможности рассчитаться наличными средствами или же по факту получения товара, если правилами агрегатора предусмотрен другой порядок. Но в ситуации, когда владелец агрегатора нарушает условия договора, например, в части сроков передачи товара, или имеет объективные затруднения в передаче товара покупателю, отсутствие возможности выбирать форму оплаты нарушает права потребителя.

Нормы ст. 23.1 Закона о защите прав потребителей о последствиях нарушения продавцом срока передачи предварительно оплаченного товара применительно к дистанционному формату торговли нельзя признать эффективными, что особо актуально в условиях отсутствия единых платформ по онлайн-урегулированию претензий. Отсутствие личного взаимодействия также не может не сказываться на предъявлении соответствующих требований. Отсутствие оперативного возврата денег (скорее, передача этого вопроса всецело на откуп владельца агрегатора) приводит к тому, что покупатели не могут незамедлительно перезаказать товар. Во избежание подобных конфликтов, в качестве дополнительных гарантий для потребителя можно настаивать на усилении мер ответственности за такие нарушения, например посредством закрепления фиксированных штрафов в пользу потребителя.

В части информационной составляющей о товаре, реализуемом дистанционно, специальные правила предусмотрены ст. 26.1 Закона о защите прав потребителя. В частности, в силу п. 2 вышеуказанной статьи, предоставляемая информация должна содержать сведения об основных

потребительских свойствах, об адресе продавца, месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании, о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора.

В момент доставки должна быть предоставлена вся информация, предусмотренная ст. 10 Закона о защите прав потребителя, то есть общая информация о товаре, перечень которой идентичен и для дистанционной торговли, а кроме того, должна быть предоставлена информация о порядке и сроках возврата товара. Нарушение последнего требования увеличивает продолжительность срока для возврата товара вплоть до трех месяцев с момента передачи товара. То есть, перечень обязательной к предоставлению покупателю информации при заключении договора розничной купли-продажи в дистанционной форме более широк, нежели требуемый законодателем при заключении договора в рамках стандартного взаимодействия сторон.

Нарушение требований в части предоставления сведений о продукции является самостоятельным основанием для расторжения договора купли-продажи товара дистанционным способом, представляя собой инструмент защиты прав потребителя.

Так, И. инициировал иски о защите прав потребителя к маркетплейсу «Вайлдберриз», ИП – продавцу, о компенсации причинённого морального вреда непредоставлением необходимой информации о товаре. И. заказала на маркетплейсе у продавца средство по уходу за лицом, но когда получила заказанную продукцию, то не обнаружила там информационных сведений, предоставление которых обязательно в силу законодательства. Вся информация на средстве для лица была указана на иностранном языке, ее перевод не дублировался на русский язык в нарушение закона. Истица посчитала, что, нарушив обязанность по предоставлению полной и достоверной информации о продукте, не была

обеспечена безопасность товара, ей был причинен моральный вред как ООО «Вайлдберриз», так и продавцом – ИП. Никаких подтверждений в части сертификации товара, его соответствия требованиям безопасности, также не содержалось. Суд, частично удовлетворяя требования потребителя, отметил, что сведения о косметическом продукте должны быть предоставлены покупателю в полном объеме, в доступной форме и способом. Суд также обратил внимание на особенности распределения бремени доказывания в процессе о защите прав потребителя, в части возложения обязанности предоставить доказательства предоставления необходимых сведений на Ответчика, который, будучи профессиональным участником рынка, является стороной более сильной.

Отдельные уточнения потребовались по поводу статуса ООО «Валдберис». Согласно правилам работы торговой площадки, вышеназванный субъект наделён статусом владельца сайта, в силу чего закрепляет правила торговой Интернет-площадки, дает возможность размещать требования о товаре, а значит, должен контролировать соблюдение требований законодательства. Судом был сделан вывод о том, что ООО «Валдберис» в спорных правоотношениях выступало агрегатором информации, поэтому также было привлечено к ответственности [40].

Действуют также специальные правила по поводу доставки товаров, которые приведены в п. 20 Правил № 2463: доставленный товар передается потребителю по указанному им адресу, а при отсутствии потребителя - любому лицу, предъявившему информацию о номере заказа либо иное подтверждение заключения договора розничной купли-продажи или оформление заказа, если иной порядок не был урегулирован законом или же договором. Споры относительно приобретенного дистанционным способом товара могут быть связаны с приобретением как некачественной продукции, так и товаров соответствующего качества.

Если был продан товар ненадлежащего качества, то будут применяться последствия, ка которые указано в ст. ст. 18-24 Закона о защите прав

потребителей. Но в силу Правил продажи товаров № 2463 затраты, связанные с возвратом товара ненадлежащего качества, возлагаются на продавца. В целом, последствия реализации товара с нарушением требований к качеству не отличаются.

В силу п. 21 Постановления № 2463 «Продавец доводит до потребителя в порядке, предусмотренном абз. 3 п. 19 Правил, информацию о форме и способах направления претензий. В случае если такая информация продавцом не представлена, потребитель вправе направить претензию в . Если продавец отказывается в удовлетворении претензии, то спор может быть направлен на рассмотрение в суд с учетом общих правил подсудности споров о защите прав потребителя.

Действуют последствия, предусмотренные ст. 23.1 Закона о защите прав потребителя. По договору купли-продажи с предоплатой, существенным условием является срок передачи товара потребителю.

«В случае, если продавец, получивший сумму предварительной оплаты в определенном договоре купли-продажи размере, не исполнил обязанность по передаче товара потребителю в установленный таким договором срок, потребитель по своему выбору вправе потребовать:

- передачи оплаченного товара в установленный им новый срок;
- возврата суммы предварительной оплаты товара, не переданного продавцом;
- полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие нарушения установленного договором купли-продажи срока передачи предварительно оплаченного товара».

Если же нарушены сроки передачи товара, то покупатель вправе:

- требовать уплаты за каждый день просрочки неустойку в размере 0,5 от суммы внесенной предоплаты;
- передачи товара в установленный им новый срок;
- возврата суммы предоплаты.

Срок, в течение которого начисляются пени, исчисляется вплоть до передачи товара или возврата суммы предоплаты. Действует лишь ограничение о том, что сумма взыскиваемой неустойки не должна превышать размера предоплаты.

Особым способом дистанционной торговли, порядок которой также требует отдельного уточнения, выступает продажа товаров с использованием маркетплейсов. Общие правила торговли в соответствующей среде соответствуют требованиям, предъявляемым к дистанционной торговле, но имеется некоторая специфика нормативного регулирования.

Отметим, что понятие маркетплейса в законодательстве о защите прав потребителей не приводится, что, возможно, связано с его сравнительно новым характером. В стандартах саморегулирования в сфере электронной по созданию условий саморегулирования в электронной торговле в РФ, в качестве маркетплейса рассматривается цифровая-платформа владельца агрегатора в сети Интернет, с использованием которой потребитель может ознакомиться предложением продавца товаров заключить договор и оплатить товар.

Таким образом, предусмотрены особые гарантии защиты прав потребителя при ненадлежащем исполнении договора дистанционной купли-продажи в Интернете. Большое внимание уделено соблюдению обязанности предоставлять информацию о товаре. Учитывая особенности дистанционной торговли, отклонения, явно не видные вследствие особенностей изображения, следует расценивать в качестве несоответствия описанию, применять последствия передачи товара ненадлежащего качества.

Учет особенностей дистанционной торговли привел к предоставлению Потребителю права отказаться от товара в любое время до его передачи, а после передачи - в течение семи дней. Такой отказ не поставлен в зависимость от каких бы то и было условий. Необходимо отличать между собой возврат товара несоответствующего с точки зрения качества и товара соответствующего качества. В первом случае законодатель освобождает

потребителя от возмещения расходов на доставку, в то время как при возврате товара без признаков некачественного, потребителю возвращаются уплаченные средства, кроме затрат на доставку.

Особенность связана с возложением ответственности на владельцев агрегаторов, которые являются дополнительной стороной потребительских правоотношений. Они выступают в роли информационных посредников, выполняя функцию по информированию последних и созданию условий для полноценной реализации ими своих правовых возможностей.

Общие особенности защиты прав потребителя при торговле на маркетплейсе могут обобщены в нижеуказанных правилах:

- обязанности информационного сопровождения несет владелец агрегатора. Владелец маркетплейса должен предоставлять информацию и о себе, и о лице, реализующем продукцию с помощью его ресурса. Это приводит к возникновению обязанности уже продавца, пользующегося услугами агрегатора, предоставить необходимую информацию и о себе, и о товаре, последнему. К тому же, соответствующие сведения должны быть размещены на ресурсе продавца;
- возложении ответственности за понесенные потребителем убытки на владельца маркетплейса, если он не довел до сведения первого достоверную или полную информацию о товаре или продавце. Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, при которых ошибки в информации были вызваны действиями продавца, предоставившего неполную информацию, не сообщившему об изменении тех или иных юридически значимых сведений;
- нарушение обязанностей, вытекающих из договора в сфере торгового обслуживания, таких, как, предоставление некачественного товара, невыполнении требований потребителя при обнаружении в товаре недостатков, влечет возложение

ответственности на продавца.

2.3 Особенности возврата товара, приобретенного дистанционным способом

Положения действующего законодательства, регулирующие торговлю дистанционным способом, также регламентируют порядок возврата товара в указанной среде, который отличается от обычного как с точки зрения сроков, так и с точки зрения процедуры. Если руководствоваться общими правилами обмена и возврата товара, то покупатель может в силу ст. 502 ГК РФ обменять товар в четырнадцатидневный срок. Но для дистанционной торговли сроки установлены иные положения.

Основаниями для возврата товара в онлайн-среде могут выступать: ненадлежащее качество приобретенной продукции; товар не подошел по таким характеристикам, как размер, цвет и фасон; товар значительно отличается с учетом характеристик о нем, указанных на интернет – ресурсе [7, С. 164].

Кроме того, покупатель может отказаться от дистанционной покупки безотносительно каких-то причин вплоть до момента получения товара. А после его получения у него есть семь дней на возврат. Речь идет о возврате товара надлежащего качества. Еще более увеличивает этот срок нарушения в части доведения информации о порядке и сроках возврата товара надлежащего качества в письменной форме в момент доставки товара, в таком случае он сможет вернуть продукт уже в течение трех месяцев с момента передачи товара.

Изыятие из данного правила приведено в отношении товаров, если они обладают особыми индивидуальными свойствами, в связи с чем могут использоваться только приобретающим его потребителем. Вопрос по поводу таких свойств и их наличия может решаться судом.

На сегодняшний день, в Постановлении Правительства названы в качестве невозвратного товара: товары для профилактики и лечения заболеваний в домашних условиях; предметы личной гигиены; парфюмерно-косметические товары; текстиль; швейные и трикотажные изделия; товары бытовой химии, пестициды и агрохимикаты; мебельные гарнитуры бытового назначения; ювелирные и другие изделия из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, ограненные драгоценные камни, инвестиционные драгоценные металлы и монеты из драгоценных металлов; автомобили и мотовелотовары, прицепы к ним, номерные агрегаты; технически сложные товары бытового назначения, на которые установлены гарантийные сроки не менее одного года и пр. [37].

Сразу же заметим, что список товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату в данном случае, не применяется к дистанционным отношениям, как и не применяется перечень технически сложного товара, который действует только в рамках потребительских отношений за пределами дистанционного формата взаимодействия.

Некоторое время вопрос относительно применения этого перечня к отношениям в дистанционной сфере получал различные решения. Несмотря на то, что к текущему моменту были даны необходимые разъяснения на этот счет, в судебной практике встречаются неунифицированные подходы.

Так, Конституционный Суд РФ на этот счет дал вполне ясные разъяснения о том, что дистанционный формат торговли должен быть построен с учетом особенностей организации потребительских отношений, в рамках которых покупатель объективно затруднен в выявлении потребительских товарных свойств. Именно поэтому объем предоставляемых ему гарантий защиты, в том числе, в части права на возврат товара, должен быть шире, нежели предоставляемые покупателю при физическом взаимодействии сторон [27].

Специальные правила по возврату действуют в отношении товара, соответствующего по качеству предъявляемым требованиям. При

дистанционной покупке, лицо обладает более широкими возможностями вернуть такой товар, нежели в ситуации приобретения товара в офлайн – магазине.

В частности, нет препятствий вернуть технически сложный товар бытового назначения надлежащего качества, при сохранении его вида, свойств, наличии документов о покупке (п. 41 Правил продажи товаров №

При данном виде торговли возможен и возврат транспорта: для этого также требуется сохранение товарного вида и потребительских свойств, наличие необходимых документов, подтверждающих приобретение.

Дистанционный формат реализации ювелирных изделий из драгоценных металлов и (или) драгоценных камней, а также сертифицированных ограненных драгоценных камней, также предполагает более широкие возможности по возврату. Если при покупке в обычном ювелирном магазине потребитель лишен права вернуть надлежащий товар, то при дистанционном взаимодействии сторон на это у него имеется семидневный срок.

Обязанность вернуть денежные суммы, за исключением расходов на возврат товара надлежащего качества, возникает после заявления требований потребителя. При возврате товара ненадлежащего качества, соответствующие суммы не вычитаются.

Чтобы исполнить обязанность по возврату денежных средств, у продавца есть десятидневный срок, после чего он считается просрочившим выполнение своей обязанности с возложением на него соответствующих последствий. Но претендовать на выплату неустойки в случае возврата надлежащего товара нельзя: такие разъяснения приводятся в судебной практике.

Изменилось и регулирование документации, опосредующей возврат указанного товара. До момента вступления в силу новых правил, требовалось

наличие накладной или акта о возврате товара. Сейчас же требуется только документ, подтверждающий факт и условия покупки.

На сегодняшний день по этому вопросу были даны отдельные разъяснения Роспотребнадзора в части характера соотношения ст. 25 и ст. 26.1 Закона «О защите прав потребителей». Было отмечено, что Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену № 2463, был принят исключительно для целей ст. 25 Закона о защите прав потребителя.

Именно поэтому в отношении исследуемой сферы взаимодействия он не применим, и в основе соответствующего решения законодателя лежит учет особенностей дистанционной продажи товаров, где ограничение покупателя в его праве на возврат и обмен может иметь более значимые последствия в условиях отсутствия физического ознакомления с товаром, его

Это означает, что перечень товаров надлежащего качества, подлежащего возврату, отличается для обычной розничной и онлайн торговли. Покупая в интернет-сети, потребитель может вернуть ювелирное изделие, текстиль и пр.

Подобное регулирование приводит к возникновению следующей ситуации: покупатель, приобретший, например, смартфон в физическом магазине, не вправе его вернуть по истечении установленного законом срока на возврат технически сложного товара, но покупатель того же самого смартфона или даже тот же самый покупатель, если заключил договор дистанционно, уже не будет связан перечнем технически сложного товара, имея более широкие возможности по возврату предмета покупки.

Несмотря на данные высшей судебной инстанцией разъяснения, встречаются судебные решения, по которым суды не удовлетворяют требования о возврате товара, приобретенного дистанционно вследствие его нахождения в перечне невозвратного товара [1].

Проведенный во второй главе выпускной квалификационной работе анализ проблематики защиты прав граждан-потребителей при продаже товаров дистанционным способом, позволяет сделать следующие выводы.

Момент заключения договора представляет собой точку времени, в который сделка считается совершенной, а на основании нее возникает обязательство, подлежащее исполнению. Прохождение этого момента условно представляет собой пересечение линии, за которой все согласовывающие и упорядочивающие действия в части договора, завершаются, а само соглашение приобретает императивное значение для его участников, то есть становится обязательным.

Регулирование момента заключения договора дистанционной купли-продажи отличается с учетом типа торговли: дистанционного или дистанционного в сети интернет, где действует дополнительное требование в виде предоставления от продавца подтверждения заключения договора. В первом случае, договор признается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю документа, подтверждающего оплату товара (например, кассового чека), или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя заключить договор розничной купли-продажи. Что касается розничной торговли в сети интернет, то момент признания соглашения заключенным дополнен еще одной стадией, в виде направления подтверждения заключения договора продавцам, с указателей номера заказа либо иных форматов идентификации, позволяющих получить сведения о заключенном договоре и его условиях.

В целях упорядочивания дистанционной торговли, на сайте продавца следует разместить общие условия оформления и аннулирования заказов, в которых четко и последовательно описать все процедуры, применяемые продавцом. При установлении судом, является ли договор заключенным, необходимо учитывать характер предложения к потенциальным потребителям: а именно, является ли таковое публичной офертой, или представляет собой ознакомительное или же рекламное предложение.

Оформление интернет-заказа при размещении на сайте товарной стоимости ниже его рыночной цены не рассматривается правоприменителем как злоупотребление правом со стороны покупателя.

Выявлены особые правила, касающиеся возврата товара, приобретенного дистанционным способом:

- потребитель, приобретший товар дистанционным способом, обладает более обширными полномочиями в части его возврата. В частности, он может вернуть товар весь период до момента его получения и в течение семидневного срока после получения (речь идет о товаре надлежащего качества);
- отдельные правила, ограничивающие правила на возврат товара надлежащего качества применительно к некоторой продукции при дистанционной торговле не применяются (речь идет о перечне технически сложного товара, а также о перечне товара, не подлежащего обмену, таких, как, например, драгоценностях, транспортных средствах и пр.).

Для упорядочивания судебной практики, в целях борьбы с ее не унифицированностью в части реализации потребителем права на возврат товара при дистанционной покупке, предлагается закрепить в законе отдельное указание о том, что перечень невозвратных товаров не применим к данной сфере. Для этого, представляется необходимым дополнить ст. 26.1 Закона о защите прав потребителя п. 6: «Перечень товаров, которые не подлежат обмену или возврату, установленный законом или иными правовыми актами (в том числе, перечень технически сложных товаров, перечень недовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену), не применяется к отношениям из дистанционной продажи товара». В целом, законодатель понимает всю значимость особой защиты и охраны прав потребителя как более слабой стороны взаимодействия, и, в связи с этим предоставляет дополнительные гарантии охраны прав последнего при совершении сделок в дистанционном формате.

Глава 3. Основные проблемы и перспективы развития института защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании

3.1 Современные тенденции и проблемы защиты прав граждан-потребителей при обнаружении в товаре недостатков

Основные тенденции развития законодательного регулирования института защиты прав потребителей построены вокруг усиления защиты потребителя как стороны более слабой стороны путем возложения на предпринимателей дополнительной ответственности и расширения публично-правового регулирования в части определения условий взаимодействия. Принцип свободы договора как базовый концептуальный постулат, лежащий в основе гражданско-правовых отношений, сохраняет свое регулятивное значение за пределами императивных правил, объем которых имеет тенденции к увеличению. Поэтому основная тенденция развития законодательства в данной области предполагает расширение гарантий защиты прав потребителя.

Ярким проявлением текущего вектора развития законодательства явилось внесение Федеральным законом от 01.05.2022 № 135-ФЗ изменений в ст.16в части закрепления перечня недопустимых условий договора, ущемляющих права потребителя, установления запретов и обязанностей, налагаемых на продавца (исполнителя, владельца агрегатора). Данные изменения позволили завершить спор об отнесении договорных условий к категории ничтожных или оспоримых (теперь такие условия признаются ничтожными), а также упорядочить оборот персональных данных [2, С. 50].

Сразу же отметим, что такого рода тенденция не является коренным разворотом в регулировании отношений в сфере защиты прав потребителя. На всех этапах своего существования, вносимые в законодательство о защите прав потребителя изменения протекали в едином русле с ростом степени защищенности именно потребителя.

В контексте повышения эффективности уровня защищенности потребителей стоит отметить также закрепление неисчерпывающего перечня видов недопустимых условий договора, который в текущей редакции содержит пятнадцать оснований и допускает рассмотрение в подобном качестве прочих обстоятельств. В основе подобного нормативного регулирования лежит судебная практика, сформировавшаяся за прошедшие годы.

Например, долгое время правовая неопределенность существовала по вопросу закрепления в соглашении нормы, которая ограничивает потребителя в его праве на выбор условий подсудности. На практике, желая упростить процесс хозяйственного взаимодействия, хозяйствующие субъекты, действуя, естественно, в собственных интересах, указывали в типовых бланках устраивающие их условия в части определения подсудности спора по месту своего нахождения. Потребитель либо не обращал внимание на данные нормы, тем более что они не относились к перечню существенных условий, либо не имел работающего инструмента внесения изменений ввиду публичного характера предлагаемого договора. В случае последующей необходимости изменить указанные условия, потребитель был вынужден инициировать судебный спор о признании недействительным условия договора об изменении подсудности спора. В силу текущего содержания ст. 16 Закона о защите прав потребителя, такие условия уже априори признаны законодателем ничтожными.

Например, А. обратился с исковыми требованиями, основанными на том, что нарушил ее права как потребителя, в связи с чем посчитала возможным произвести выбор между судами, которым подсудно дело, обратившись в суд по месту своего жительства, сославшись на положения закона о защите прав потребителя. Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ признала выводы судов об отсутствии у потребителя права на предъявление иска по месту своего жительства не основанными на

Несмотря на то, что нормативный объем гарантий, предоставляемый потребителю, значителен, судебная практика нередко идет по своему собственному пути развития. Поэтому в числе проблем защиты прав потребителя стоит назвать не унифицированность правоприменения.

Например, по пункту, предусматривающему запрет на включение условий, обуславливающих приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг), в том числе предусматривают обязательное заключение иных договоров, договоры между сторонами редко сформулированы именно в том виде, из которого усматривается подобная обусловленность.

Чаще всего речь идет о стимулировании потребителя к получению дополнительных услуг или товаров (не всегда нужных ему), но влияющих на договорные условия. Такая практика очень часто встречается при покупке, например, автомобилей в дилерских центрах. Стоимость машины может быть поставлена в зависимость о покупки тех или иных дополнительных услуг. Стоит согласиться с мнением исследователей о том, что в подобном случае речь идет об обуславливании предоставления скидки в магазине на товар заключением договоров с дружественными продавцу компаниями [8, С. 67]. То есть приобретение дополнительных услуг приводит к изменению ценовой политики. Суды часто признают такие договоры основанными на законе.

Например, ООО обратилось к потребителю в суд с иском с требованием о взыскании денежных средств. Между сторонами был оформлен договор купли-продажи транспортного средства. Но на товар предусматривалась скидка, размер и условия предоставления которой были прописаны в дополнительном соглашении, в котором было указано, что покупатель получает ее при условии страхования автомобиля у партнеров продавца - страховых компаний. Несмотря на то, что покупатель, желая приобрести машину со скидкой, договоры оформил, в течение «периода охлаждения» он обратился в страховую компанию за расторжение договора, что и было сделано.

Однако условиями допсоглашения к договору купли-продажи транспорта было предусмотрено, что в пятидневный срок покупатель должен вернуть денежную сумму в размере предоставленной ему скидки при невыполнении требований, необходимых для ее расторжения, в том числе, при отказе от страховых услуг. Покупатель в добровольном порядке деньги не вернул. Суды первой и второй инстанции, сослались на недопустимость обуславливать приобретение одних товаров обязательным приобретением иных, расценили действия истца как злоупотреблении правом и отказали в иске на этом основании.

Однако с выводами не согласилась кассационная инстанция, которая направила дело на новое рассмотрение, подчеркнув, что потребитель не был лишен возможности купить автомобиль без скидки, и, соответственно, без оформления дополнительного соглашения, но он сам, своей свободной волей, избран именно тот вариант, который был для него наиболее выгоден. Ответчик подписал соглашение, где содержалось указание на то, что он действовал собственной волей, до него была доведена вся информация по поводу условия покупки, а также последствия невыполнения условия

В определении Второго кассационного суда общей юрисдикции от 27 октября 2022 г. по делу № 88-23202/2022 было отмечено, что аннулирование скидки по аналогичным, что и в первом случае причинам, не может быть расценено как условие, нарушающее права потребителя, в том числе с

Достаточно четко указанная позиция получила отражение в рамках Определения Второго кассационного суда общей юрисдикции от 19 января 2023 г. Истец инициировал требование о взыскании с ответчика задолженности по договору купли-продажи, неустойки. По данному делу также скидка на товар была связана с выполнением условий в виде покупки страховых полисов.

Ответчик воспользовался своим правом на расторжение, что послужило основанием для обращения истца в суд. Суд первой инстанции взыскал стоимость скидки только в размере стоимости полиса. Однако по итогам рассмотрения кассационной жалобы, суд пришел к выводу о том, что дилерские компании могут предусматривать такую скидочную политику, и она сама по себе не является нарушением прав потребителя. Суд отметил, что если «условие договора о возможности предоставления скидки является законным, в то время как условие о ее возврате в полном объеме при отказе только от одной из дополнительных услуг, нарушает положения ст. 16 Закона

Тем самым, несмотря на расширения перечня гарантий прав потребителя, судебная практика по некоторым категориям дел о защите прав потребителя, вероятно, желая достичь баланса между принципом свободы договора и защитой потребителя как более слабой стороны, строится с учетом особенностей рыночных отношений и характера хозяйственного взаимодействия.

Кроме того, в рамках тенденций развития законодательства о защите прав граждан-потребителей, большое внимание было уделено вопросам дистанционной торговли, и, преимущественно, аспектам торгового взаимодействия граждан и юридических лиц в Интернете. Была поставлена задача повысить степень детализации правового регулирования электронной торговли, и, как следствие, обеспечить рост гарантированности своих прав при подобного рода покупках. Но в науке отмечается, что нормативное регулирование исследуемых аспектов сложно назвать унифицированным и построенным по единой системе. Степень гарантированности защиты прав потребителя в данной области недостаточно высока.

В числе проблем можно отметить и регулирование вопросов обмена и возврата потребителем товара ненадлежащего качества. В целом, этот аспект с достаточной степенью чёткости урегулирован положениями ст. 18-24 Закона о защите прав потребителей. Сроки предъявления потребителем требования об

отказе от договора и возврате денежных средств уточнены в ст. 19 Закона о защите прав потребителей и применяются и в отношении торговли дистанционной. Речь идет об отличиях в правилах в зависимости от сферы: физической или онлайн.

Что касается товара надлежащего качества, то здесь применительно к его возврату имеются расхождения в правовом регулировании с учетом сферы торговли: стандартной или дистанционной. Так, право на обмен при покупке продукции в офлайн-магазине может быть реализовано лицом в течение 14 дней при соблюдении известных требований к товару.

В отношении дистанционной торговли, то здесь срок по неясным для нас причинам сокращён до 7 дней (он увеличивается до трех месяцев только при условии невыполнении требований относительно информации о порядке и сроках возврата). Однако, если в первом варианте покупки потребитель имеет возможность физического ознакомления с приобретаемым товаром, а значит, ему проще дать ему оценку на предмет качества, соответствия по потребительским свойствам, то в случае дистанционной торговли, он знакомится с продукцией после ее получения, и чаще всего в условиях ограничения по времени. Представляется, что установление законодателем семидневного срока возврата товара надлежащего качества в случае, если таковой был приобретен дистанционным способом, неоправданно ограничивает права потребителя.

Не вполне ясна и дифференциация процедуры возврата суммы предоплаты за товар, установленное для дистанционной продажи товара продавцом и владельцем агрегатора. В силу п. 4 ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей при дистанционном способе продажи покупатель может отказаться от товара и потребовать возврата уплаченной цены не только до передачи товара, но и в течение 7 дней после передачи товара, в то время как при предоплате через владельца агрегатора потребитель вправе потребовать возврата суммы предоплаты, только если товар еще не передан потребителю (п. 2.3 ст. 12 Закона о защите прав потребителя). Это, безусловно, снижает

уровень защищенности потребителей в онлайн-торговле как слабой стороны гражданских правоотношений, однако обеспечивает учет особенностей отношений, осложненных участием в них владельца агрегатора.

Таким образом, основные тенденции развития законодательного регулирования института защиты прав потребителей построены вокруг усиления защиты потребителя как стороны более слабой стороны. В контексте повышения эффективности уровня защищенности потребителей стоит отметить закрепление неисчерпывающего перечня видов недопустимых условий договора, который в текущей редакции содержит пятнадцать оснований и допускает рассмотрение в подобном качестве прочих обстоятельств.

Однако несмотря на расширения перечня гарантий прав потребителя, судебная практика по некоторым категориям дел о защите прав потребителя, вероятно, желая достичь баланса между принципом свободы договора и защитой потребителя как более слабой стороны, строится с учетом особенностей рыночных отношений и характера хозяйственного взаимодействия.

Нуждаются в уточнении вопросы правового регулирования защиты прав потребителя при дистанционной торговле в части предоставления не меньших гарантий защиты для торгового взаимодействия в обычной среде, с тем, чтобы обеспечить равные гарантии прав потребителя во всех сферах.

3.2 Ключевые направления совершенствования гражданского законодательства в сфере защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании

На сегодняшний день научная мысль по вопросам совершенствования гражданского законодательства в сфере защиты прав потребителей в торговом обслуживании развивается в дискурсе переосмысления сложившегося дифференцированного подхода к правовому регулированию с

учетом статуса потребителя. В силу Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» статусом потребителя с коррелирующими с ним гарантиями защиты обладает только физические лица. Устоявшееся отождествление в законодательстве потребителей только с гражданами может потребовать некоторого научного уточнения. Предлагается расширить перечень дискреции суда в части оценки правоотношений как потребительских.

Специальный закон сводит понятие потребителя исключительно к физическому лицу, имеющему намерение заказать или приобрести либо заказывающему, приобретающему или использующему товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Это означает, что наделение профессиональных участников рынка статусом потребителя исключается. Данное положение, хоть и относится к концептуальному принципу в рамках системы защиты прав потребителя, является одним из наиболее дискутируемым в науке применительно к данной тематике.

Например, в науке подчеркивается, что само по себе предоставление особых гарантий защиты именно гражданам - потребителям «конфликтует» с принципом равенства участников гражданских правоотношений. В этой связи Е.А. Суханов замечает, что «необходимыми изъятиями из названного принципа являются правила о повышенных требованиях к предпринимателям как к профессиональным участникам имущественного оборота и, наоборот, о дополнительных правовых гарантиях граждан-потребителей». Подобное исключение говорит о неспособности существующей теории, основанной на принципе равенства, максимально точно описать и урегулировать общественные отношения. С точки зрения философии науки выявление новых типов изучаемых наукой объектов, которые ранее не учитывались наукой, способно вызвать научную

революцию, в результате которой изменяется научная картина мира, идеалы и нормы исследования [11, С. 45].

В продолжение указанного суждения, отмечается, что принцип равенства, в целом, не обеспечивает необходимую дифференциацию правового регулирования, хоть и применим для некоторых правоотношений, для которых не характерна диспропорциональность правовых возможностей их участников (правоотношения, складывающиеся среди равных субъектов предпринимательского взаимодействия, участников профессионального рынка).

Кроме того, иногда представителями научного сообщества отмечается, что такой классический критерий для деления субъектов на потребителей и предпринимателей, как наличие взаимосвязи с предпринимательской деятельностью, также не может быть абсолютизирован. В этой связи отмечается, что «в отношениях между «деловыми людьми» фигура потребителя не является парной категорией производителю и торговцу, поскольку он является точно таким же коммерсантом, как и противостоящий ему субъект. Потребитель как правовая категория имеет ценность только в паре с категорией «коммерсант», а значит, речь должна идти именно о личном (конечном) потребителе, имеющем целью выведение товара из сферы экономики в сферу личного потребления» [18, С. 25].

Статус профессионального участника предпринимательской деятельности также не вполне оправданно уравнивать с признаками, присущими любой сильной стороне взаимодействия [5, С. 27]. Хозяйствующие субъекты могут участвовать на определенных, непрофильных для них рынках, где они не будут наделены ни специальными познаниями, ни соответствующим статусом. Представляется обоснованным, что критерии профессионализма, связи с предпринимательской деятельностью и связи с фактическим потреблением образуют трехмерную систему координат, причем правовое положение конкретного лица определяется в системе этих координат.

Некоторые ученые отмечают, что абсолютизация в вопросе признания потребителем в рамках торговых отношений физического лица не способствует достижению целей законодательства о защите прав потребителя, которое существует в соответствующем виде не просто для того, чтобы предоставить обширные гарантии защиты прав граждан, а для того, чтобы сбалансировать интересы сторон там, где они нарушены [4, С.]. В данном утверждении есть логическая основа, поскольку в противном случае баланс интересов может быть нарушен в пользу уже другой стороны.

Продолжая указанное рассуждение, отметим, что все чаще предметом обоснованной критики становится положение о том, что любой потребитель – гражданин в отношениях с профессиональным участником рынка является стороной более слабой. Очевидно, что это не всегда так. Не во всех случаях и предприниматель, вступающих в торговые отношения с другим предпринимателем, является равным ему с точки зрения правовых возможностей и специальных познаний участником рынка. Существует огромное множество обратных ситуаций, но закон их не учитывает, лишая стороны гарантий защиты или предоставления гарантии защиты, не соответствующие балансу интересов сторон.

Обращая внимание на данное обстоятельство, А.А. Вишневский подчеркивает необходимость переосмысления качеств, наличие которых требует предоставления дополнительных гарантий защиты потребителю в рамках отказа от текущего сложившегося в законе исключительно формального подхода [4, С. 27]. В качестве критерия для признания лица потребителем, чей правовой статус требует специальных инструментов, компенсирующих его более слабое положение, выступают особые качества, которые он проявляет в ходе приобретения товара, работы или услуги. Речь идет о недостаточном уровне познаний по поводу технических или правовых характеристик приобретаемого объекта права, и слабых переговорных возможностей, связанных с отсутствием у субъекта инструментов влияния на реальное содержание договорных условий (о чем свидетельствует, например,

использование в рамках отношений сторон публичного договора). Иначе эти качества могут быть названы признаками договорной и информационной диспропорции, которая должна восполняться соответствующими правовыми средствами.

Несмотря на то, что презюмируемые представления о том, что для потребителя – физического лица, характерны обе диспропорции, действительности соответствуют, возможны и случаи, когда физические лица – участники потребительских отношений, такими свойствами не обладают, и напротив, юридические лица могут находиться в условиях дисбаланса прав и возможностей с продавцом.

Исходя из этого, формулируется вывод о необходимости предоставить суду возможность, по внутреннему убеждению, разрешать вопрос о наличии дисбаланса в рамках потребительских отношений, при выявлении которого использовать инструменты защиты прав потребителей. В основу соответствующего подхода целесообразно положить два предположения:

- если участником правоотношений является гражданин – потребитель, то его статус как более слабой стороны должен представлять собой опровержимую презумпцию, бремя опровержения которой должно быть возложено на предпринимателя;
- в иных случаях доказывание договорного и информационного дисбаланса должно быть возложено на заинтересованного субъекта.

Такой подход позволит расширить пределы полномочий суда и учесть все возможные вариации в рамках потребительских отношений сторон. Давая же оценку соотношению принципа свободы договора и положениям законодательства о защите прав потребителя о недопустимости включения в договор определенных перечисленных в ст. 16 Закона о защите прав потребителей условий, обратим внимание на то, что трактовка принципа свободы договора никогда не предполагала ее абсолютизации – речь идет о том, что субъекты свободы в определении конкретных условий

взаимодействия в тех границах или же пределах, которые предусмотрены текущим нормативным регулированием. Поэтому вопрос о целесообразности внесения в закон о защите прав потребителей изменений, касающихся закрепления перечня недопустимых условий договора, ущемляющим права потребителя, может вестись в дискурсе о целесообразности использования данных инструментов защиты гражданина как более слабой стороны.

Еще один аспект связан с правовым регулированием отношений между лицом, реализующим продукцию и владельцем маркетплейса. Без сомнений, такого рода отношения обладают самостоятельным юридическим значением, влияют на характер реализации потребителем его прав. В целом, такого рода взаимодействие названных сторон носит договорный характер.

Достаточно остро в текущих реалиях стоит вопрос о регламентации правового статуса владельца агрегатора информации о товарах (услугах). На сегодняшний день еще не устоялись базовые концептуальные подходы по поводу статуса последних в рамках отношений в сфере защиты прав потребителя. Неясность по поводу статуса последних не способствует упорядоченности отношений, а существующая неопределенность распространяется и на вопросы о распределении ответственности. Данный вопрос является нетривиальным, так как с учетом конкретного подхода либо сужается, либо же расширяется степень защиты прав потребителя от нарушений.

На сегодняшний день, существует широкое множество разнообразных агрегаторов, которые выполняют функции в обороте и обладают, в этой связи, различным, объемом правомочий. Все они являются информационными посредниками, но опосредовать могут отношения в разнообразных сферах, а не только в области реализации товарной продукции. Объем их участия в организации отношений сторон также может достаточно весомо отличаться.

По общему правилу, владельцем агрегатора информации о товарах (услугах) может выступать организация или ИП, владельцы либо

программного обеспечения, либо сайта и (или) страницы сайта, если они предоставляют потребителю возможность одновременно ознакомиться с предложением о заключении договора купли-продажи товара, заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи, а также произвести предоплату путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора.

В науке сложилось несколько подходов по поводу модели регулирования соответствующих правоотношений. Учёные выделяют модель представительства; модель комиссии; модель передачи товаров, выполнения работ, оказания услуг; смешанная модель; модель *sui generis* [15, С. 145]. В основе дифференциации той или иной модели от другой лежит тот факт, насколько глубоко агрегаторы погружены в процесс торгового взаимодействия с потребителем. Если они выполняют исключительно посреднические функции, не вмешиваясь или минимально вмешиваясь в отношения между продавцом и покупателем, не принимая участия в согласовании существенных условий, не влияя на определение цены товара, а оказывая лишь информационное содействие, например, путем разработки и создания условий для использования интерфейса ресурса для реализации продукта, то основания для признания их участниками правоотношений и возложения на них ответственности представляются сомнительными.

В данном случае, степень их участия в регулировании отношений сторон ограничена, а стороны вступают в относительные отношения друг с другом на основе реализации собственной свободной воли и в своем интересе. Отношения же указанного информационного посредника с участниками потребительских отношений являются организационными. В таком случае, и учитывая особенности названной модели, возложение на указанных агрегаторов, работающих по данной модели, ответственности перед потребителем не будет учитывать природу указанных правоотношений.

Но возможна и иная модель регулирования отношений, например, если владелец агрегатора оказывает не только организационное сопровождение, но и предоставляет доставку товара, оказывает иные услуги, связанные с розничной куплей-продажей, принимает и перечисляет денежные средства от одной стороны к другой, а также выполняет функции по урегулированию разногласий между сторонами на основе протокольных правил. В данном случае с учетом всего перечисленного объема функций, сводить деятельность агрегатора только к простому посредничеству – значит не учитывать природу данных отношений сторон [41, С. 110]. В таком случае, возложение ответственности на агрегатора может быть оправданным. Поэтому следует дифференцировать правовой статус агрегаторов сообразно с характером выполняемых ими функций.

К текущему моменту в судебной практике устоялась модель, в силу которой агрегаторы привлекаются к ответственности солидарно с предпринимателями, что в одних случаях представляется правильным, но в других, напротив, вступает в противоречие с природой данных отношений.

Как представляется, следует разработать и внедрить отдельные критерии, на основе которых будет определять правовой статус и роль информационных посредников в рамках отношений между продавцом и покупателем. При наличии этих критериев владельца агрегатора следует признавать одним из участников потребительских отношений, а значит, возлагать на него ответственность за нарушение прав, принадлежащих потребителю. Отсутствию же нижеуказанных признаков должно указывать на то, что владелец агрегатора опосредует лишь организационные отношения, но не относительные в рамках конкретного договора между продавцом и потребителем, стороной которого он не является.

В основе критериев должна лежать степень вовлечения владельца агрегатора в вышеназванные отношения. О высокой степени такого вовлечения, свидетельствующей о том, что владельцу агрегатора

принадлежит роль полноправного участника потребительских отношений можно вести речь при наличии таких признаков, как:

- отсутствие альтернативной возможности (кроме, как цифровой среды агрегатора) оформления соглашения между предпринимателем и потребителем;
- реализация функционала в части контроля и обеспечения исполнения платежей между участниками относительных правоотношений;
- возможность влиять на цену реализуемой продукции, в том числе, посредством проведения различных маркетинговых акций;
- условия и порядок заключения, исполнения и расторжения потребительского договора между коммерсантом и потребителем определяются и доводятся до сведения указанных лиц через соответствующие инструменты владельца агрегатора;
- ограничение возможностей прямого взаимодействия между продавцом и потребителем;
- возложение на цифрового посредника обязанности по урегулированию споров на основе протокольных правил, существующей в конкретной цифровой среде и пр.

Проведенный в третьей главе выпускной квалификационной работе проблемы и перспективы развития института защиты прав граждан-потребителей в торговом обслуживании позволяет сформулировать следующие выводы.

Законодательство о защите прав потребителя следует построить на основе системы правовых принципов, учитывающих права и интересы как потребителя, так и его контрагента, а также рынка в целом. Для этого следует отказаться от абсолютизации принципа защиты слабой стороны – потребителя в пользу обеспечения баланса всех сторон, а также интересов рынка в целом.

В основе целеполагания законодательства о защите прав потребителя должны лежать такие постулаты, как:

- учет интересов потребителя как презюмируемой как слабой стороны, чьи интересы могут быть нарушены вследствие информационного и договорного дисбаланса;
- возложение на потребителя обязанности действовать с должной разумностью и осмотрительностью с несением последствий своей неосмотрительности и невнимательности (кроме тех областей, где они «сглажены» нормами закона);
- потребностями экономики, функционирование которой требует баланса между инструментами защиты потребителя и сохранением устойчивости экономических связей.

Предложено предоставить суду право на внутреннему убеждению разрешать вопрос о наличии дисбаланса в рамках потребительских отношений, при выявлении которого использовать инструменты защиты прав потребителей. В основу соответствующего подхода целесообразно положить два предположения:

- если участником правоотношений является гражданин – потребитель, то его статус как более слабой стороны должен представлять собой опровержимую презумпцию, бремя опровержения которой должно быть возложено на предпринимателя;
- в иных случаях доказывание договорного и информационного дисбаланса должно быть возложено на заинтересованного субъекта.

Кроме того, правовая наука и правоприменительная практика в текущих реалиях особо нуждаются в урегулировании правового статуса цифровых посредников. Предложены следующие правила по поводу правового статуса цифровых посредников:

- модель регулирования цифровых посредников может быть поставлена в зависимость с учетом степени вовлеченности

посредника в предпринимательские отношения: чем выше степень вовлеченность, тем больше оснований для возложения на последнего ответственности;

- для признания владельца агрегатора одним из участников потребительских отношений, необходимо выявить наличие хотя бы одного из нижеуказанных критериев:
- отсутствие альтернативной возможности (кроме как цифровой среды агрегатора) оформления соглашения между предпринимателем и потребителей;
- реализация функционала в части контроля и обеспечения исполнения платежей между участниками относительных правоотношений;
- возможность влиять на цену реализуемой продукции, в том числе, посредством проведения различных маркетинговых акций;
- условия и порядок заключения, исполнения и расторжения потребительского договора между коммерсантом и потребителем определяются и доводятся до сведения указанных лиц через соответствующие инструменты владельца агрегатора;
- ограничение возможностей прямого взаимодействия между продавцом и потребителей;
- возложение на цифрового посредника обязанности по урегулированию споров на основе протокольных правил и пр.

Отсутствию же нижеуказанных признаков должно указывать на то, что владелец агрегатора опосредует лишь организационные отношения, но не относительные в рамках конкретного договора между продавцом и потребителем, стороной которого он не является.

Заключение

Результаты проведенного исследования позволили сделать следующие выводы о проделанной работе и сформулировать предложения и практические рекомендации.

Институт защиты прав потребителей представляет собой совокупность гарантированных органами власти мер в сфере взаимодействия потребителя и продавца, направленных на предупреждение нарушений и восстановления нарушенных прав применением инструментов принудительного воздействия. Объектами защиты прав выступают субъективные права потребителей, получившие нормативное закрепление в сфере торгового обслуживания. Институт носит межотраслевой характер.

Несмотря на частноправовую природу отношений, складывающихся в рамках розничной торговли, предлагаемые законодателем инструменты защиты носят публичный характер. Такая регулятивная модель призвана сбалансировать в правовом статусе потребителя и продавца, чье объем экономических возможностей принципиально отличается. Данный постулат пронизывает всю систему правового регулирования указанного института, получая преломление в принципах защиты прав потребителя.

В основе системы принципов защиты прав потребителей лежит цель, для осуществления которой и был принят специальный закон о защите прав потребителя: обеспечение экономического баланса участников правоотношений путем выравнивание правовых возможностей. Но данная цель не должна быть тождественна цели защиты потребителя. Предполагается, что потребитель наделяется особыми гарантиями охраны своих прав лишь для того, чтобы сбалансировать правовой статус участников правоотношений, а значит, обеспечить их подлинное равенство, для достижения которого лишь провозглашения равенства прав в данном случае недостаточно. Из этой цели вытекает важнейший принцип, на котором построена вся система защиты прав потребителя, - принцип признания и

защиты стороны потребителя как более слабой стороны правоотношений. Данный постулат пронизывает всю систему законодательства о защите прав граждан – потребителей.

В случае обнаружения в товаре недостатков потребитель наделен перечнем достаточно вариативных правомочий. При выборе того или иного права, он ограничен лишь объективными реалиями, например, не может заявлять требования об устранении неустранимых недостатков.

Правовое регулирование отношений в сфере защиты прав потребителя может быть дифференцировано на основе такого признака, как свойства товара, а именно, является ли товар технически сложным. Для технически сложных товаров перечень правомочий потребителя на случай обнаружения недостатков носит более ограниченный характер. В отношении такого товара покупатель может либо отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за такой товар суммы либо предъявить требование о его замене на товар этой же марки или на такой же товар другой марки с соответствующим перерасчетом покупной цены в срок, ограниченный пятнадцатью сутками с момента передачи потребителю такого товара. По истечении этого срока отказ от договора также возможен, но по ограниченным основаниям, таким, как выявление существенного недостатка; несоблюдение сроков для его устранения; отсутствие возможности использовать товар по назначению в течение года гарантийного срока совокупно более тридцати дней по причине неоднократного устранения его различных недостатков.

Использование такого критерия деления товаров, как их техническая сложность, обеспечивает баланс интересов потребителя и предпринимателя, путем формирования оптимального вектора для развития рыночных отношений. Концептуально товары поделены следующим образом: имеются товары технически сложные, но в Перечне для цели ст. 18 Закона о защите прав потребителя приведена только часть таких товаров, и товары, к ним не

относящиеся, объем правомочий потребителя в отношении которых при обнаружении недостатков является максимальным.

Отмечается необходимость выработки и внедрения критериев технической сложности товаров, при которых тот или иной определенный объект будет признан относящимся к определенной группе не вследствие перечисления в списке, а по причине соответствия названным критериям. Критерием, свидетельствующим о том, что товар является сложным с технической точки зрения, является его повышенная технологичность. Отнесение товара к данной группе может быть осуществлено судом либо ввиду принадлежности к названным товарам, либо вследствие наличия у объекта специальных характеристик, данным товарам присущих.

Момент заключения договора представляет собой точку времени, в который сделка считается совершенной, а на основании нее возникает обязательство, подлежащее исполнению. Прохождение этого момента условно представляет собой пересечение линии, за которой все согласовывающие и упорядочивающие действия в части договора, завершаются, а само соглашение приобретает императивное значение для его участников, то есть становится обязательным.

Регулирование момента заключения договора дистанционной купли-продажи отличается с учетом типа торговли: дистанционном или дистанционном в сети – интернет, где действует дополнительное требование в виде предоставления от продавца подтверждения заключения договора. В первом случае, договор признается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю документа, подтверждающего оплату товара (например, кассового чека), или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя заключить договор розничной купли-продажи. Что касается розничной торговли в сети - интернет, то момент признания такого соглашения заключённым дополнен еще одной стадией, в виде направления подтверждения заключения договора продавцам, с указателей номера заказа

либо иных форматов идентификации, позволяющих получить сведения о заключенном договоре и его условиях.

В целях упорядочивания дистанционной торговли, на сайте продавца следует разместить общие условия оформления и аннулирования заказов, в которых четко и последовательно описать все процедуры, применяемые продавцом. При установлении судом, является ли договор заключенным, необходимо учитывать характер предложения к потенциальным потребителям: а именно, является ли таковое публичной офертой, или представляет собой ознакомительное или же рекламное предложение. Оформление интернет-заказа при размещении на сайте товарной стоимости ниже его рыночной цены не рассматривается правоприменителем как злоупотребление правом со стороны покупателя.

Выявлены особые правила, касающиеся возврата товара, приобретенного дистанционным способом:

- потребитель, приобретший товар дистанционным способом, обладает более обширными полномочиями в части его возврата. В частности, он может вернуть товар весь период до момента его получения и в течение семидневного срока после получения (речь идет о товаре надлежащего качества);
- отдельные правила, ограничивающие правила на возврат товара надлежащего качества применительно к некоторой продукции, при дистанционной торговле не применяются (речь идет о перечне технически сложного товара, а также о перечне товара, не подлежащего обмену, таких, как, например, драгоценностях, транспортных средствах и пр.).

Для упорядочивания судебной практики, в целях борьбы с ее не унифицированностью в части реализации потребителем права на возврат товара при дистанционной покупке, предлагается закрепить в законе отдельное указание о том, что перечень невозвратных товаров не применим к данной сфере. Для этого, представляется необходимым дополнить ст. 26.1

Закона о защите прав потребителя п. 6: «Перечень товаров, которые не подлежат обмену или возврату, установленный законом или иными правовыми актами (в том числе, перечень технически сложных товаров, перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену), не применяется к отношениям из дистанционной продажи товара».

Основные тенденции развития законодательного регулирования института защиты прав потребителей построены вокруг усиления защиты потребителя как стороны более слабой стороны. В контексте повышения эффективности уровня защищенности потребителей стоит отметить закрепление неисчерпывающего перечня видов недопустимых условий договора, который в текущей редакции содержит пятнадцать оснований и допускает рассмотрение в подобном качестве прочих обстоятельств.

Однако несмотря на расширения перечня гарантий прав потребителя, судебная практика по некоторым категориям дел о защите прав потребителя, вероятно, желая достичь баланса между принципом свободы договора и защитой потребителя как более слабой стороны, строится с учетом особенностей рыночных отношений и характера хозяйственного взаимодействия.

Законодательство о защите прав потребителя следует построить на основе системы правовых принципов, учитывающих права и интересы как потребителя, так и его контрагента, а также рынка в целом. Для этого следует отказаться от абсолютизации принципа защиты слабой стороны – потребителя в пользу обеспечения баланса всех сторон, а также интересов рынка в целом.

В основе целеполагания законодательства о защите прав потребителя должны лежать такие постулаты, как:

- учет интересов потребителя как презюмируемой как слабой стороны, чьи интересы могут быть нарушены вследствие информационного и договорного дисбаланса;

- возложение на потребителя обязанности действовать с должной разумностью и осмотрительностью с несением последствий своей неосмотрительности и невнимательности (кроме тех областей, где они «сглажены» нормами закона);
- потребностями экономики, функционирование которой требует баланса между инструментами защиты потребителя и сохранением устойчивости экономических связей.

Предложено предоставить суду право на внутреннему убеждению разрешать вопрос о наличии дисбаланса в рамках потребительских отношений, при выявлении которого использовать инструменты защиты прав потребителей. В основу соответствующего подхода целесообразно положить два предположения:

- если участником правоотношений является гражданин – потребитель, то его статус как более слабой стороны должен представлять собой опровержимую презумпцию, бремя опровержения которой должно быть возложено на предпринимателя;
- в иных случаях доказывание договорного и информационного дисбаланса должно быть возложено на заинтересованного субъекта.

Кроме того, правовая наука и правоприменительная практика в текущих реалиях особо нуждаются в урегулировании правового статуса цифровых посредников. Предложены следующие правила по поводу правового статуса цифровых посредников:

- модель регулирования цифровых посредников может быть поставлена в зависимость с учетом степени вовлеченности посредника в предпринимательские отношения: чем выше степень вовлеченность, тем больше оснований для возложения на последнего ответственности;
- для признания владельца агрегатора одним из участников потребительских отношений, необходимо выявить наличие хотя бы

одного из нижеуказанных критериев;

- отсутствие альтернативной возможности (кроме как цифровой среды агрегатора) оформления соглашения между предпринимателем и потребителем;
- реализация функционала в части контроля и обеспечения исполнения платежей между участниками относительных правоотношений;
- возможность влиять на цену реализуемой продукции, в том числе, посредством проведения различных маркетинговых акций;
- условия и порядок заключения, исполнения и расторжения потребительского договора между коммерсантом и потребителем определяются и доводятся до сведения указанных лиц через соответствующие инструменты владельца агрегатора;
- ограничение возможностей прямого взаимодействия между продавцом и потребителем;
- возложение на цифрового посредника обязанности по урегулированию споров на основе протокольных правил и пр.

Отсутствию же нижеуказанных признаков должно указывать на то, что владелец агрегатора опосредует лишь организационные отношения, но не относительные в рамках конкретного договора между продавцом и потребителем, стороной которого он не является.

Список используемой литературы и используемых источников

пелляционное определение СК по гражданским делам Пермского краевого суда от 10.02.2020 по делу № 33-1054/2020 [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

огдан В.В. Недобросовестные условия в договорах с участием потребителей: модернизация законодательства и развитие судебной практики // Цивилист. 2023. № 3. С. 49 - 56.

ратусь С.Н. Предмет и система советского гражданского права. М.: Госюриздат, 1963. С. 178 - 179.

ишнецкий А.А. О субъектах, пределах и принципах защиты потребителя // Закон. 2021. № 9. С. 25 - 32.

олос А.А. К вопросу о признании субъекта предпринимательской деятельности слабой стороной в договоре // Юрист. 2014. № 13. С. 26 - 29.

абов А.В. Изменения в праве как следствие развития цифровой экономики // Пермский юридический альманах. 2020. № 3. С. 42 - 43.

аджиева Э.Г. Причины возвратов товаров в Интернет-магазины и способы решения данной проблемы // Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития Российской Федерации. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции. Редколлегия: С.М. Нечаева и [др.]. М., 2021. С. 164-168.

лухов Е.А. Навязывание страховых услуг автосалонами при продаже новых автомобилей: маркетинговый ход или нарушения закона? // Гражданин и право. 2021. № 9. С. 61 - 73.

ончарова Н.В. Понятие и сущность механизма защиты прав и свобод человека и гражданина // Современное общество и право. 2013. № 1 (10). С. 8-

гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст.

гражданское право: учебник: в 4 т. Т. 1 / отв. ред. Е.А. Суханов. М.: Статут, 2019. 1056 с.

оля продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли. Розничная торговля и общественное питание. [Электронный ресурс] // URL: <http://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (Дата обращения:

фимов А.В. Правовое положение потребителей в условиях дифференциации правового регулирования общественных отношений // Актуальные проблемы российского права. 2021. № 5. С. 70 - 83.

акон РФ от 07.02.1992 г. № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 15.01.1996. № 3. Ст. 140.

ванов А.А. Бизнес – агрегаторы и право // Закон. 2017. № 5. С. 145 - 156.

нформация Роспотребнадзора «О новых правилах продажи товаров в розницу». [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

Информация Роспотребнадзора «Вниманию потребителя: особенности возврата товара надлежащего качества, купленного при дистанционном способе продажи товара» [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

ирилловых А.А. Понятие потребителя в сфере гражданского оборота // Право и экономика. 2019. № 2. С. 20 - 27.

оновалов А.В. К вопросу о понятии принципов права // Lex russica. 2018. № 8. С. 81 - 87.

онституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 04.07.2020.

рюкова Е.С. Дистанционный способ продажи товаров в аспекте защиты прав потребителей // Гражданское право. 2023. № 1. С. 20 - 23.

атыцин Д.Е. Обеспечение исполнения государственных и муниципальных контрактов: банковские гарантии и цифровые технологии // Евразийский юридический журнал. 2020. № 11 (150). С. 133-139.

бзор судебной практики по делам о защите прав потребителей, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 18.10.2023 // Бюллетень Верховного Суда РФ. № 1. Январь. 2024.

пределение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 27.10.2022 № (Дата обращения: 26.09.2024).

пределение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 19.01.2023 № 88-511/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://clck.ru/34NhSN> (Дата).

пределение Второго кассационного суда общей юрисдикции от 31.01.2023 г. № 88-32996/2022, 88-2856/2023 [Электронный ресурс] // URL: <https://clck.ru/34Ngqu> (Дата обращения: 26.09.2024).

пределение Конституционного Суда Российской Федерации от 19.11.2015 № 2724-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Романова Романа Андреевича на нарушение его конституционных прав пунктом 4 статьи 26.1 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»» [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

пределение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 31.05.2023 г. № 88-12738/2023 // СПС Консультант плюс.

пределение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 04.04.2023 г. № 49-КГ22-28-К6 [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

пределение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 16.05.2023 г. № 18-КГ23-18-К4 [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

пределение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 30.05.2023 г. № 75-КГ23-3-К3 [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

пределение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 06.06.2023 г. № 16-КГ23-6-К4 [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда Российской Федерации от 15.08.2023 г. № 44-КГ23-11-К7 [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

Ответы на вопросы предпринимателей, поступившие в Управление Роспотребнадзора по г. Москве 13 июля 2017 г. на публичных слушаниях правоприменительной практики Управления за II квартал 2017 года (Управление Роспотребнадзора по г. Москве, 2017). [Электронный ресурс] // СПС Консультант плюс.

решение Пленума ВАС РФ от 14.03.2014 г. № 16 «О свободе договора и ее пределах» // Экономика и жизнь. (Бухгалтерское приложение). 2014. № 16.

решение Правительства РФ от 10.11.2011 г. № 924 (ред. от 27.03.2019) «Об утверждении перечня технически сложных товаров» // Собрание законодательства РФ. 2011. № 46. Ст. 6539.

решение Правительства РФ от 31.12.2020 г. № 2463 (ред. от 17.05.2024) «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» // Собрание законодательства РФ. 2021. № 3. Ст. 593.
отребительский терроризм - не более чем выдумка со стороны бизнеса [Интервью с М.С. Орловым] // Закон. 2021. № 9. С. 8 - 14.

азумовская Е. В. Гражданское право. Особенная часть : учебник и практикум для вузов. М: Издательство Юрайт, 2021. 327 с.

решение Курчатовского районного суда г. Челябинска от 30 января 2024 г. по делу № 2-620/20242021 [Электронный ресурс] // / (Дата обращения 25.09.2024).

емякин М.Н. Гражданско-правовой договор в сфере цифровой экономики // Российский юридический журнал. 2020. № 1. С. 107 - 116.

иницын С.А. Российское и зарубежное гражданское право в условиях роботизации и цифровизации: опыт междисциплинарного и отраслевого исследования: Монография. М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, 2020. 220 с.

анага А.Н. Момент заключения договора в российском гражданском праве: монография. М: Проспект, 2023. 120 с.

араненко В.Ф. Принципы арбитражного процесса и влияние советской процессуальной теории на их формирование: Автореф. дис. ... докт. юрид. наук. М., 1984. 342 с.

едеральный закон от 01.05.2022 № 135-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 2022. № 18. Ст. 3021

ролов И.В. Правовое регулирование дистанционной торговли товарами и услугами в Российской Федерации: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. М., 2018. 46 с.