

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

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.03.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Гражданско-правовой

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Правовое положение граждан-потребителей по российскому законодательству

Обучающийся

С.В. Потапов

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

к.п.н., доцент, Д.С. Горелик

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

Тольятти 2025

Аннотация

Настоящая работа представляет собой комплексное исследование правового статуса потребителей в Российской Федерации в условиях динамично развивающихся рыночных отношений и цифровой трансформации экономики. Актуальность темы обусловлена необходимостью осмысления новых вызовов, связанных с усложнением товаров и услуг, ростом дистанционной торговли, глобализацией цепочек поставок и появлением правовых коллизий при определении субъектного состава потребителей, особенно в отношении товаров двойного назначения. Сохраняющиеся пробелы в защите коллективных интересов граждан и недостаточная адаптация традиционных механизмов к цифровой среде также требуют научного анализа.

Цель исследования заключается в системном анализе правового положения потребителей, охватывающем его теоретические основы, содержание правового статуса и функционирование механизмов защиты, с последующей выработкой предложений по оптимизации законодательства. Для достижения этой цели последовательно решались задачи по раскрытию понятия и ключевых признаков потребителя в российском праве, анализу исторической эволюции законодательства о защите прав потребителей от дореволюционного периода до современности, определению системы прав и корреспондирующих обязанностей потребителей, исследованию отраслевых особенностей правового регулирования в социально значимых сферах (финансовые услуги, ЖКХ, здравоохранение, туризм), а также оценке эффективности досудебных и судебных способов защиты прав и видов ответственности за их нарушения.

Работа объемом 48 страниц имеет традиционную структуру: введение, три раздела, объединяющие девять подразделов, заключение и список использованных источников и использованной литературы. Во введении обоснована актуальность, определены цель, задачи, объект и предмет исследования. Первый раздел посвящен теоретическим основам, включая дискуссионные вопросы понятия потребителя, историко-правовой анализ

законодательства и принципы регулирования правоотношений. Во втором разделе детально исследуется правовой статус потребителя, особое внимание уделяется его основным правам (на безопасность, информацию, качество, возмещение вреда) и обязанностям, а также специфике регулирования в отдельных сферах. Третий раздел содержит анализ механизмов защиты прав потребителей, включая досудебный порядок урегулирования споров, судебную практику с ее процессуальными особенностями и систему гражданско-правовой, административной и уголовной ответственности. Эмпирическую базу составили материалы судебной практики, в частности решения Первоуральского городского суда по делам о защите прав потребителей, а также широкий круг нормативно-правовых актов РФ и научные труды ведущих специалистов в области гражданского права.

Ключевым выводом работы является констатация значительных достижений российского законодательства в защите экономически слабой стороны, однако с обозначением ряда системных проблем. К ним относятся трудности доказывания потребительского характера сделок для физических лиц, неопределенность статуса индивидуальных предпринимателей и некоммерческих организаций при использовании товаров в личных целях, слабая развитость механизмов коллективной защиты, а также отставание норм в регулировании цифровых услуг. В качестве перспективных направлений совершенствования предлагается введение презумпции некоммерческого использования товаров физическими лицами, расширение круга защищаемых субъектов за счет объединений граждан, упрощение процедуры групповых исков, развитие цифровых платформ для досудебного урегулирования и создание единого реестра недобросовестных субъектов.

Содержание

Введение	5
1 Теоретические основы правового положения потребителей.....	9
1.1 Понятие и признаки потребителя в российском праве	9
1.2 История развития законодательства о защите прав потребителей.....	18
1.3 Принципы регулирования правоотношений с участием потребителей	24
2 Правовой статус потребителей в рф.....	27
2.1 Основные права потребителей	27
2.2 Обязанности потребителей	30
2.3 Особенности правового положения в отдельных сферах	33
3 Механизмы защиты прав потребителей.....	37
3.1 Досудебные способы защиты прав потребителей	37
3.2 Судебная защита прав потребителей	41
3.3 Ответственность за нарушение прав потребителей	44
Заключение	46
Список используемой литературы и используемых источников	49

Введение

Преследуя цель выделить актуальность исследуемой темы, следует отметить, что защита прав потребителей занимает центральное место в системе правового регулирования рыночных отношений современной России, выступая неотъемлемым элементом социальной политики государства и гарантией справедливого баланса интересов граждан и хозяйствующих субъектов. Динамичное развитие рынка товаров и услуг, усложнение их характеристик, стремительная цифровизация экономики и рост дистанционных форм торговли постоянно порождают новые вызовы для правового положения потребителя. Как экономически и информационно более слабая сторона правоотношений, потребитель объективно нуждается в особых правовых гарантиях, обеспечивающих безопасность, качество и доступность приобретаемых товаров, работ и услуг, а также в эффективных механизмах восстановления нарушенных прав. Российское законодательство в этой сфере, базирующееся на Законе РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», прошло значительный путь исторического развития – от фрагментарных норм дореволюционного периода и административных методов советского времени до комплексного регулирования, отвечающего принципам рыночной экономики. Однако постоянное усложнение потребительских отношений, включая глобализацию цепочек поставок, появление технически сложных товаров двойного назначения и новых форм цифровых услуг, выявляет актуальные проблемы и пробелы, требующие дальнейшего научного осмысления и совершенствования правовых норм.

Несмотря на значительный объем научных исследований, посвященных различным аспектам потребительского права, сохраняется потребность в комплексном анализе правового статуса потребителя и действующих механизмов его защиты в современных условиях. Особого внимания заслуживают такие вопросы, как точное определение субъектного состава

потребителей, сложности доказывания потребительского характера сделки при приобретении товаров, потенциально используемых в коммерции, особенности реализации прав в ключевых сферах потребления, а также недостаточная развитость механизмов коллективной защиты прав.

Целью настоящей выпускной квалификационной работы является проведение комплексного исследования правового положения потребителей в Российской Федерации, охватывающего его теоретические основы, содержание правового статуса и функционирование механизмов защиты, с последующим выявлением проблем и формулированием предложений по оптимизации законодательства и правоприменительной практики.

Для достижения этой цели в работе последовательно решаются следующие задачи: раскрывается понятие и ключевые признаки потребителя в российском праве, анализируется эволюция законодательства о защите прав потребителей и выявляются основополагающие принципы регулирования соответствующих правоотношений; определяется содержание правового статуса потребителя, детально рассматривается система его основных прав и корреспондирующих обязанностей, а также исследуются особенности правового положения потребителей в отдельных, социально значимых сферах; анализируются действующие механизмы защиты прав потребителей, включая досудебные процедуры, судебную защиту с ее процессуальными особенностями и специфику гражданско-правовой, административной и уголовной ответственности за нарушения. Объектом исследования выступают общественные отношения в сфере реализации и защиты прав потребителей, а предметом – нормы российского законодательства, судебная практика, деятельность контролирующих органов и научные доктрины по данной проблематике.

Настоящее исследование опирается на фундаментальные труды отечественных ученых в области гражданского права, истории права и теории потребительской защиты. Значительный вклад в разработку проблематики понятия потребителя и его правового статуса внесли такие авторы, как

К.В. Диденко и Е.А. Шульга, чьи работы посвящены анализу признаков потребителя в российском праве. Историко-правовые аспекты развития законодательства о защите прав потребителей раскрыты в исследованиях Ю.А. Носковой. Вопросы эволюции дореволюционного торгового законодательства и судебной системы рассматривались с опорой на труды Л.В. Быкодоровой. Также были учтены положения Германского торгового уложения в сравнительно-правовом аспекте.

Исследование базируется на анализе широкого круга нормативно-правовых актов Российской Федерации, регулирующих отношения с участием потребителей. Ключевыми среди них являются:

- Конституция Российской Федерации;
- Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая и вторая);
- Закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)»;
- Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта...»;
- Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»;
- Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров»;
- Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 № 354 «О предоставлении коммунальных услуг...»;

– Жилищный кодекс Российской Федерации.

Эмпирическую основу работы составили материалы судебной практики по защите прав потребителей, в частности, опубликованные решения судов общей юрисдикции. В исследовании проанализированы конкретные судебные дела, такие как:

– Решение Первоуральского городского суда Свердловской области от 07.11.2024 по делу № 2-419/2024 (о защите прав потребителя при приобретении видеокарты);

– Решение Первоуральского городского суда Свердловской области от 12.01.2025 по делу № 2-4206/2024 (о защите прав потребителя при продаже кофемашины с существенными недостатками).

Методологическую основу составляют следующие методы познания: анализ, синтез, системный подход, формально-юридический, сравнительно-правовой, историко-правовой методы и анализ судебной практики.

Структура работы обусловлена поставленными целью и задачами исследования и включает введение, три раздела, объединяющие девять подразделов, заключение и список использованных источников.

1 Теоретические основы правового положения потребителей

1.1 Понятие и признаки потребителя в российском праве

Понятие «потребитель» в российском законодательстве закреплено в преамбуле Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» и является ключевым для определения субъектного состава правоотношений в данной сфере. Согласно закону, потребитель — это «гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [9].

Определение, закреплённое в законе, исключает юридических лиц из субъектного состава потребителей. В научной литературе отмечается, что под гражданами в данном выражении понимаются не только лица, имеющие гражданство Российской Федерации. Диденко К.В. и Шульга Е.А. считают, что «закон определяет потребителя как гражданина...понятие гражданина используется с точки зрения гражданского права, а не административного, то здесь ставится знак равенства между гражданином и физическим лицом...у и граждане, и иностранные граждане, и лица без гражданства в равной степени могут выступать в качестве потребителя. Это в полной мере соответствует конституционным нормам, закреплённым в ст. 62 Конституции РФ» [7],[12]. Таким образом, законодатель строго определил субъектный состав потребителей.

Помимо прочего, возрастной аспект правового статуса потребителя в российском праве не имеет прямого нормативного регулирования в Законе РФ № 2300-1. Однако, учитывая гражданско-правовую природу отношений, в которые вступает потребитель, ключевое значение приобретают нормы

Гражданского кодекса РФ о дееспособности физических лиц. В зависимости от вида дееспособности, гражданин обладает различными правами и ограничениями. Например, полностью дееспособный гражданин (достигший 18 лет) и малолетний гражданин (до 14 лет), чье осуществление прав происходит путём представительства его законными представителями, имеют разный объем правомочий.

Так, согласно ст. 21, 26 и 28 ГК РФ, дееспособность лица определяет его возможность самостоятельно осуществлять права и обязанности, включая участие в потребительских правоотношениях. Малолетние и несовершеннолетние формально признаются потребителями, однако их права реализуются через законных представителей: родителей или опекунов. Например, приобретение игрушки для ребёнка 7 лет, совершённое родителем, делает ребёнка конечным потребителем, чьи интересы защищаются нормами Закона о защите прав потребителей, даже если он не является стороной договора. При этом несовершеннолетние в возрасте от 14 лет вправе самостоятельно совершать мелкие бытовые сделки, о чём говорится в п. 2 ст. 28 Гражданского кодекса, такие как покупка продуктов или канцелярских товаров, что косвенно подтверждает их правовой статус как потребителей [4].

Помимо прочего, возрастной ценз среди потребителей служит барьером для лиц, не достигших определённого возраста. Данные ограничения введены в результате действия социальной политики Российской Федерации в сфере развития института защиты нравственности среди детей и прививания здорового образа жизни для граждан. Возрастные ограничения на приобретение отдельных категорий товаров, таких как алкоголь, табачная продукция, электронные сигареты, товары интимного характера и прочее, устанавливаются специальным законодательством, выходящим за рамки Закона РФ «О защите прав потребителей». Эти нормы направлены на защиту здоровья и нравственности несовершеннолетних, что соответствует положениям ст. 4 ФЗ «Об основных гарантиях прав ребёнка в РФ» [25].

Также неоднозначным статусом в рамках рассматриваемой темы обладают некоммерческие организации. Согласно положениям Федерального закона «О некоммерческих организациях», «некоммерческой организацией является организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ» [21]. Некоммерческие организации в контексте Закона «О защите прав потребителей» не признаются потребителями, несмотря на отсутствие у них цели извлечения прибыли. Это связано с тем, что законодатель прямо ограничивает субъектный состав потребителей гражданами-физическими лицами, как указано в преамбуле Закона. Некоммерческие организации, будучи юридическими лицами, даже если их деятельность направлена на социальные, благотворительные или культурные цели, не подпадают под действие Закона о защите прав потребителей.

Иная ситуация складывается по отношению к индивидуальным предпринимателям. Согласно ст. 23 Гражданского Кодекса, «гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя...» [4]. Таким образом законодатель допустил физические лица к осуществлению предпринимательской деятельности после прохождения процедуры официальной государственной регистрации. Однако, стоит отметить, что статус индивидуального предпринимателя не приравнивает физическое лицо к юридическому, что означает различность прав и обязанностей данных субъектов.

Индивидуальный предприниматель - это физическое лицо, имеющее право осуществлять предпринимательскую деятельность и исходя из этого понятия, важно отметить, что физические лица, наделённые данным статусом, не лишаются возможности совершать бытовые сделки. Закон о защите прав потребителей не распространяется на индивидуального предпринимателя, если он приобретает товары или услуги для ведения предпринимательской деятельности. Однако если индивидуальный предприниматель действует в личных целях, не связанных с коммерцией, он сохраняет статус потребителя, поскольку соответствует условиям, изложенным в преамбуле закона. Например, покупка мебели для домашнего использования позволяет индивидуальному предпринимателю ссылаться на нормы Закона о защите прав потребителя, но бремя доказывания личного характера сделки возлагается на самого предпринимателя.

Для более подробного изучения данной темы обратимся к судебной практике. В рамках гражданского дела № 2-419/2024, рассмотренного Первоуральским городским судом Свердловской области, истец ФИО1 обратился с требованием к ООО «Ситилинк» о защите прав потребителя, взыскании стоимости некачественной видеокарты (118 900 руб.), неустойки, штрафа и компенсации морального вреда. Основанием иска послужил факт приобретения видеокарты, в которой в течение гарантийного срока были выявлены недостатки. После обращения истца в сервисный центр ответчик провел проверку качества товара, в ходе которой экспертной организацией (АКО «Управление Московской судебной экспертизы») был установлен эксплуатационный характер неисправности, связанный с нарушением правил использования (деградационный износ цепей питания, вмешательство в BIOS). На этом основании в гарантийном ремонте было отказано. Суд, изучив материалы дела, частично удовлетворил требования истца, обязав ответчика вернуть стоимость видеокарты (118 900 руб.), но отказал во взыскании неустойки, штрафа и компенсации морального вреда. Ключевым аргументом стало отсутствие доказательств потребительского характера

сделки. Суд указал, что истец приобрел четыре видеокарты в короткий период, что противоречит логике личного использования. Видеокарты, как технически сложные товары, могли быть использованы для коммерческой деятельности (майнинг криптовалюты, организация платных услуг), что исключает применение Закона о защите прав потребителей. Истец не предоставил документов, подтверждающих цель приобретения товара для личных нужд (например, договоры на услуги, связанные с использованием видеокарты в быту).

При этом суд применил нормы Гражданского кодекса РФ, указав, что продавец не доказал отсутствие своей вины в возникновении недостатка в период гарантийного срока. Экспертиза, проведенная по инициативе суда, установила, что повреждение шины данных PCI-E видеокарты могло произойти как из-за внешнего воздействия (например, неисправность материнской платы), так и в результате действий ответчика при хранении товара после его возврата. Поскольку видеокарта находилась у ответчика с момента сдачи в ремонт до передачи в суд, а гарантийная пломба была повреждена в этот период, суд счел доказанной ответственность продавца за возникший дефект.

Суд подтвердил, что презумпция потребительского статуса (приобретение товара физическим лицом) не действует, если обстоятельства указывают на возможный коммерческий характер сделки. Бремя доказывания лежит на истце. Технически сложные товары, особенно в условиях их массовой закупки, требуют дополнительного подтверждения целей использования для применения Закона о защите прав потребителя. Гарантийные обязательства сохраняются даже при отсутствии потребительского статуса, если продавец не доказал нарушение правил эксплуатации покупателем [18]. Данное дело иллюстрирует сложности защиты прав граждан в условиях цифровизации рынка и роста спроса на технически сложные товары, которые могут использоваться как в личных, так и в коммерческих целях.

В судебной практике по защите прав потребителей показательным является дело, рассмотренное Первоуральским городским судом Свердловской области (Решение изготовлено 12 января 2025 года по делу № 2-4206/2024). Потребитель обратился в суд с иском к продавцу (ООО «МВМ») в связи с существенными недостатками приобретенной кофемашины. После заключения договора купли-продажи и передачи товара в гарантийный срок была выявлена неисправность. Хотя товар был первоначально отремонтирован по гарантии, вскоре обнаружился повторный существенный недостаток, и авторизованный сервисный центр изготовителя признал кофемашину неремонтопригодной, рекомендовав ее обмен по месту покупки.

Потребитель неоднократно обращался к продавцу – как в местное обособленное подразделение, так и в головную организацию – с законным требованием о замене некачественного товара на аналогичный. Однако продавец отказывался произвести замену, ссылаясь главным образом на отсутствие идентичного товара в конкретном магазине, где была совершена покупка. При этом продавец допустил нарушения сроков реагирования на претензии потребителя, а на одно из направленных требований и вовсе не ответил. В результате требование о замене оставалось неудовлетворенным в течение длительного времени, превышающего установленные законом сроки.

Вследствие неисполнения продавцом обязанности по замене товара, потребитель, руководствуясь положениями статьи 18 Закона РФ «О защите прав потребителей», заявил об отказе от исполнения договора купли-продажи и потребовал возврата уплаченных за товар денежных средств. При этом потребитель также потребовал взыскания с продавца неустойки за просрочку исполнения первоначального требования о замене, компенсации морального вреда, причиненного некачественным товаром и затягиванием разрешения ситуации, а также штрафа за уклонение от добровольного удовлетворения законных требований. Важным аспектом иска было требование о возмещении разницы в стоимости товара, поскольку за время конфликта цена на

аналогичную кофемашину значительно возросла по сравнению с моментом покупки.

Суд, установив факт продажи товара ненадлежащего качества (производственный характер недостатка ответчиком не оспаривался) и подтвердив неисполнение продавцом законного требования потребителя о замене товара в установленные сроки, признал отказ потребителя от договора правомерным. Суд удовлетворил требование о возврате уплаченной за товар суммы. Ключевым выводом суда стало удовлетворение требования о возмещении убытков в виде разницы между первоначальной ценой товара и ценой аналогичного товара на момент вынесения решения. Суд обосновал это, ссылаясь на пункт 4 статьи 24 Закона «О защите прав потребителей», статью 393.1 Гражданского кодекса РФ и разъяснения высших судов, указав, что риск изменения цен несет сторона, нарушившая обязательство, и обязанность возместить потребителю возросшую стоимость аналогичного товара лежит на недобросовестном продавце.

Кроме того, суд взыскал в пользу потребителя неустойку за каждый день просрочки исполнения требования о замене в установленном законом размере, признав факт нарушения сроков продавцом доказанным, а его доводы об уменьшении неустойки – неубедительными. Требование о компенсации морального вреда было также удовлетворено, хотя суд, исходя из принципов разумности и справедливости, определил его размер ниже заявленного истцом, подчеркнув, что сам факт нарушения прав потребителя является достаточным основанием для такой компенсации. Суд также взыскал с продавца штраф в размере пятидесяти процентов от общей суммы присужденных потребителю выплат, как предусмотренную законом санкцию за неудовлетворение требований в добровольном порядке. В требовании о судебном расторжении договора суд отказал, указав, что потребитель уже реализовал свое право на односторонний отказ от договора, и дополнительное судебное расторжение не требуется [17].

В итоге, данное судебное решение наглядно демонстрирует комплексный подход к защите прав потребителя при продаже товара с существенными недостатками и неисполнении продавцом законных требований о замене. Оно подтверждает право потребителя не только на возврат уплаченной суммы, но и на возмещение убытков, вызванных ростом цен на аналогичный товар за время неправомерного затягивания разрешения спора продавцом, а также на взыскание установленных законом мер ответственности (неустойки, компенсации морального вреда и штрафа) за нарушение его прав. Решение подчеркивает, что ссылка продавца на отсутствие идентичного товара в конкретном магазине не освобождает его от обязанности обеспечить замену в целом по своей сети в установленные сроки.

Таким образом, понятие потребителя в российском праве, закреплённое в Законе РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей», выступает основой для определения субъектного состава правоотношений в данной сфере. Ключевыми признаками потребителя являются его статус как физического лица (гражданина РФ, иностранца или лица без гражданства) и некоммерческий характер использования товаров или услуг, исключающий цели предпринимательской деятельности. Законодатель чётко ограничивает круг субъектов, исключая юридические лица, в том числе некоммерческие организации, даже если их деятельность не направлена на извлечение прибыли. Возрастной аспект правового статуса потребителя, хотя и не регламентирован напрямую Законом, определяется через нормы Гражданского кодекса РФ о дееспособности. Малолетние и несовершеннолетние формально признаются потребителями, но их права реализуются через законных представителей, за исключением мелких бытовых сделок, которые несовершеннолетние в возрасте от 14 лет могут совершать самостоятельно. Ограничения на приобретение товаров для взрослых, таких как алкоголь или табачная продукция, устанавливаются специальным законодательством, направленным на защиту здоровья и нравственности несовершеннолетних, что отражает социальную политику

государства.

Некоммерческие организации, несмотря на отсутствие цели извлечения прибыли, исключены из сферы действия Закона о защите прав потребителей, так как законодатель ограничивает субъектный состав физическими лицами. Индивидуальные предприниматели, в свою очередь, сохраняют права потребителя только при использовании товаров в личных целях, но бремя доказывания некоммерческого характера сделки лежит на них. Это создаёт правовые коллизии, особенно при приобретении товаров двойного назначения, таких как ноутбуки или автомобили, где суды исходят из презумпции предпринимательской цели, если иное не доказано. Анализ судебной практики иллюстрирует сложности применения норм Закона о защите прав потребителей в условиях цифровизации рынка. Суд частично удовлетворил требования истца о возврате стоимости некачественной видеокарты, руководствуясь нормами Гражданского кодекса о гарантийных обязательствах, но отказал во взыскании неустойки и компенсации морального вреда, сославшись на отсутствие доказательств потребительского характера сделки. Массовая закупка технически сложных товаров, таких как видеокарты, была расценена как потенциально коммерческая деятельность, что исключило применение специальных мер защиты по Закону о защите прав потребителей. Этот прецедент подтверждает, что презумпция потребительского статуса при приобретении товара физическим лицом не действует автоматически — истец обязан доказать личный характер использования.

Проблемы законодательства также связаны с отсутствием механизмов защиты коллективных интересов (например, прав ТСЖ или объединений граждан), тем самым ограничивая эффективность закона. Для устранения этих недостатков целесообразно расширить понятие «потребитель», включив в него конечных пользователей продуктов, либо введя презумпцию о некоммерческом использовании товаров при покупке. Таким образом, российское законодательство о защите прав потребителей, сохраняя баланс

интересов, нуждается в модернизации, отвечающей современным реалиям и усложняющимся рыночным отношениям.

1.2 История развития законодательства о защите прав потребителей

История развития защиты прав потребителей берет свое начало еще в древние времена. В научной литературе Носковой Ю.А. отмечается, что «...свои предпосылки оно получило еще во времена Хаммурапи, люди уже тогда понимали всю необходимость регулирования данной сферы. Само понятие «потребитель» появилось значительно позже после появления различных норм, регулирующих данную сферу. На протяжении всей истории развития данной сферы были предусмотрены санкции за нарушение прав покупателя и приобретателя услуг, что является не маловажным» [13].

В России же история правового регулирования защиты потребителей берёт начало в дореволюционный период, когда отношения между продавцами и покупателями регулировались преимущественно нормами гражданского права, закреплёнными в Своде законов Российской империи. Основное внимание уделялось договорным обязательствам, а защита граждан носила фрагментарный характер. Например, Устав торговый устанавливал ответственность за продажу некачественных товаров, но эти нормы не формировали системного подхода к защите прав конечного потребителя [2]. Отсутствие специализированного законодательства компенсировалось обычаями делового оборота и локальными правилами, которые, однако, не гарантировали равных прав всем участникам рынка.

К концу XIX века Российская империя столкнулась с необходимостью модернизации торгового законодательства. Торговый устав 1857 года, созданный в эпоху преобладания гильдейской системы и локальных рынков, перестал отвечать вызовам стремительно растущей экономики. Промышленная революция, расширение железнодорожной сети и интеграция

в мировую торговлю требовали новых правовых механизмов. Старый устав, регулировавший преимущественно сословные отношения между купцами, не учитывал появление акционерных обществ, банковского кредитования и дистанционных сделок, которые стали возможны благодаря телеграфу и развитию печати. Кроме того, участились случаи мошенничества — обвес, подделка товаров, фальсификация документов — что подрывало доверие к рынку и тормозило коммерческую активность [20].

Принятие Торгового устава 1903 года стало ответом на эти вызовы. Новый документ впервые в российской истории ввёл понятие публичной оферты, позволившей заключать сделки через рекламу, каталоги или витрины. Это упростило торговлю на расстоянии и создало правовую основу для массового маркетинга. Покупатель, принявший условия оферты (например, отправивший заказ по почте), получил право требовать исполнения договора, что повысило предсказуемость коммерческих отношений. Важным новшеством стало обязательство продавцов предоставлять достоверную информацию о товаре, включая его состав и срок годности. За введение покупателя в заблуждение, например, подделку этикеток или сокрытие дефектов, предусматривались не только штрафы в казну, но и конфискация недоброкачественной продукции [2].

Сравнивая Устав 1903 года с предыдущей редакцией, можно отметить смещение акцента с регулирования сословных привилегий на защиту интересов всех участников рынка. Если Устав 1857 года фокусировался на гильдейских купцах и мещанах, то новый документ распространил свои нормы на акционерные общества и частных предпринимателей, что отражало демократизацию экономики. Санкции за нарушения также стали строже: помимо штрафов, продавцы могли лишиться торговых свидетельств, а покупатели получили право требовать возмещения ущерба непосредственно от недобросовестных контрагентов [2],[20].

В научной литературе отмечается, что одним из символов прогресса стало создание специализированных коммерческих судов, где споры

рассматривались быстрее, чем в общих судебных инстанциях. Это ускорило разрешение конфликтов и повысило доверие к правовой системе. Однако реформа сохранила сословные пережитки: крестьяне и мещане по-прежнему сталкивались с дискриминацией, а конечные потребители оставались в тени профессиональных участников рынка. Быкодорова Л.В. считает, что нормы Устава защищали в первую очередь коммерсантов, а не рядовых покупателей, что особенно проявлялось в отсутствии механизмов компенсации морального вреда или групповых исков [1].

Несмотря на ограничения, Торговый устав 1903 года заложил фундамент для будущего потребительского права. Его положения о публичной оферте и ответственности продавцов позже были адаптированы в Гражданском кодексе РСФСР и современных законах [5]. Реформа также способствовала интеграции России в международную торговую систему, приблизив её нормы к европейским стандартам, таким как Германское торговое уложение 1889 года и последующие от него. Однако полноценная защита прав потребителей, включая гарантии качества, право на информацию и судебную защиту, стала возможной лишь с принятием Закона РФ «О защите прав потребителей» в 1992 году, который унаследовал дух новаций Устава 1903 года, но перенёс фокус с интересов бизнеса на нужды граждан [2],[3].

В Советском Союзе защита прав потребителей существовала в рамках принципиально иной экономической модели — централизованного планового хозяйства. Государство, выступая единственным производителем и распределителем товаров, брало на себя ответственность за их качество и доступность. Однако отсутствие рыночной конкуренции и дефицит многих товаров народного потребления формировали специфические условия, где права граждан как потребителей реализовывались через административные механизмы, а не судебные споры.

Основой регулирования качества продукции стала система ГОСТов (государственных стандартов), введённая в 1925 году. Эти стандарты устанавливали единые требования к безопасности, составу и

эксплуатационным характеристикам товаров — от продуктов питания до промышленных изделий. Например, потенциальный ГОСТ на хлебобулочные изделия мог строго регламентировать влажность, кислотность и вес продукции, а нарушения могли караться проверками и штрафами. Контроль за соблюдением стандартов осуществляли ведомства вроде Госстандарта и санитарно-эпидемиологических служб, которые проводили плановые и внеплановые проверки предприятий.

Важную роль играли гарантийные обязательства. Если купленный телевизор ломался, гражданин мог обратиться в гарантийную мастерскую, а в случае повторных поломок — требовать замену товара через жалобу в партийные органы или общество защиты прав потребителей, которое, впрочем, не имело такого влияния, как современные аналоги.

Жалобы граждан рассматривались через призму административного, а не гражданского права. Например, недовольство качеством услуг в столовой или магазине часто становилось предметом разбирательства на собраниях профсоюзов или партийных комитетов. Знаменитые «книжки жалоб и предложений», обязательные для всех торговых точек, формально позволяли фиксировать нарушения, но их эффективность зависела от добросовестности местных чиновников. В случае серьёзных претензий граждане могли обратиться в суд, однако такие иски были редки: дефицит товаров зачастую вынуждал мириться с браком, а отсутствие альтернатив сводило на нет саму идею выбора.

Парадоксально, но в условиях плановой экономики потребительские права в современном понимании были ограничены. С одной стороны, государство гарантировало стабильные цены, бесплатное образование и медицину, что косвенно защищало базовые потребности граждан. С другой — дефицит товаров, отсутствие конкуренции и зависимость от распределительной системы делали потребителя пассивным участником экономики. Понятие «возмещение морального вреда» или «право на

информацию» отсутствовало в правовом поле, а реклама, как инструмент информирования, носила идеологический характер, а не коммерческий.

Кризис 1980-х годов, усугубившийся перебоями в снабжении, показал несостоятельность административных методов защиты потребителей. Это создало предпосылки для радикальных изменений в постсоветский период. Принятие в 1992 году Закона «О защите прав потребителей» стало не только ответом на вызовы рыночной экономики, но и реакцией на накопленные в СССР проблемы, такие как низкое качество товаров и бесправие граждан перед государственными монополиями.

Таким образом, советский период оставил двойственное наследие: с одной стороны, строгие стандарты качества и социальные гарантии, с другой - отсутствие реальных механизмов защиты прав потребителя в условиях отсутствия рыночной конкуренции. Этот опыт подчеркнул необходимость перехода к законодательству, ориентированному на интересы граждан, а не плановые показатели.

Распад Советского Союза и переход России к рыночной экономике в начале 1990-х годов кардинально изменили подход к защите прав потребителей. Если в СССР ответственность за качество товаров лежала на государстве, а граждане были пассивными участниками распределительной системы, то в новых условиях потребовалось законодательство, ориентированное на баланс интересов граждан и предпринимателей. Принятие Закона РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей» в 1992 году стало не только правовой реформой, но и социальным ответом на вызовы переходного периода: рост недобросовестных практик, отсутствие стандартов обслуживания и дефицит правовой грамотности населения.

Современный Закон о защите прав потребителей, сохранив преемственность с советскими стандартами качества (например, через сохранение ГОСТов), радикально расширил права граждан. В отличие от административных механизмов СССР, где жалобы решались через партийные органы, закон 1992 года закрепил судебную защиту как основной инструмент.

Закон также создал институты, которых не существовало в советское время. Роспотребнадзор, унаследовавший функции санитарного и технического контроля, стал ключевым органом надзора. Общественные организации, такие как «Общество защиты прав потребителей», получили право представлять интересы граждан в судах и проводить независимые экспертизы.

Развитие цифровых технологий потребовало новых поправок. В 2020 году в Закон о защите прав потребителей внесли нормы, регулирующие онлайн-торговлю и цифровые услуги. Например, продавцы обязаны предупреждать о наличии автоматически продлеваемых подписок, а потребители вправе отказаться от них в любой момент. Введены правила для маркетплейсов: платформы несут ответственность за достоверность информации о товарах, даже если не являются прямыми продавцами [9].

Однако современное законодательство сохранило некоторые черты советского подхода. Например, Перечень технически сложных товаров, утверждённый в 2011 году, ограничивает возможность возврата устройств с незначительными дефектами, что напоминает плановую логику приоритета промышленности над индивидуальными интересами. Вместе с тем, в отличие от СССР, где дефицит лишал граждан выбора, сегодня акцент сделан на защите от навязывания услуг и недобросовестной рекламы [15].

Главным вызовом остаётся адаптация закона к цифровой эпохе. Если в СССР контроль за качеством ограничивался физическими товарами, то сегодня вопросы касаются искусственного интеллекта, алгоритмической дискриминации и использования персональных данных. Пока Закон о защите прав потребителей не регулирует, например, ответственность за рекомендательные системы онлайн-магазинов, которые могут манипулировать выбором покупателя.

Таким образом, переход от советской модели к современному Закону о защите прав потребителей отражает эволюцию от государственного патернализма к рыночной демократии, где потребитель — активный участник

экономики. Закон 1992 года, сохранив лучшие черты стандартизации, стал инструментом защиты прав в условиях конкуренции и технологических изменений.

1.3 Принципы регулирования правоотношений с участием потребителей

Регулирование правоотношений с участием потребителей в российском законодательстве основывается на ряде ключевых принципов, отражающих баланс между интересами граждан и бизнеса. Эти принципы закреплены в Законе РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и Гражданском кодексе РФ, формируя правовую основу для справедливого взаимодействия сторон.

Начнём с принципа приоритета защиты прав потребителя. Потребитель признаётся экономически слабой стороной, что требует установления дополнительных гарантий его интересов. Законодатель исходит из презумпции вины продавца (изготовителя, исполнителя): при возникновении спора о качестве товара или услуги предприниматель обязан доказать отсутствие своей ответственности, о чём говорится в п.5 ст. 18 Закона [9]. Например, если покупатель обнаружил недостатки в технике, продавец должен подтвердить, что дефекты возникли после передачи товара из-за нарушения правил эксплуатации.

Далее, существует также принцип полной и достоверной информации. Продавец обязан предоставлять потребителю исчерпывающие сведения о товаре (работе, услуге), включая состав, срок годности, условия использования и риски. Соккрытие информации или введение в заблуждение влечёт ответственность. Например, ст. 10 Закона о защите прав потребителей требует указывать на упаковке продуктов питания не только калорийность, но и наличие аллергенов [9]. В случае продажи цифрового контента (например, подписки на потоковый сервис) потребитель должен быть уведомлён о порядке автоматического продления и условиях отказа.

Немаловажную роль занимает принцип свободы договора и его ограничения в интересах потребителя. Хотя гражданское право гарантирует свободу договора, Закон о защите прав потребителя вводит ряд императивных норм, которые нельзя изменить соглашением сторон. Например, запрещено включать в договор условия, ущемляющие права потребителя по сравнению с законом, о чём говорится в ст. 16 Закона [9]. Если интернет-магазин прописывает в условиях невозврат товара надлежащего качества, такое положение считается недействительным, так как противоречит ст. 25 Закона, разрешающей возврат в течение 14 дней [9].

Законодательство также следует принципу доступности судебной защиты. Закон обеспечивает упрощённый доступ потребителей к правосудию. Согласно ст. 17 Закона о защите прав потребителей, иски о защите прав потребителей освобождены от уплаты государственной пошлины [9]. Кроме того, потребитель вправе обратиться в суд по месту своего жительства, что снижает финансовые и временные издержки. Например, житель Владивостока может подать иск к московскому интернет-магазину в свой местный суд, не тратя ресурсы на поездки в столицу.

Нормы Закона о защите прав потребителей также носят превентивный характер, поскольку направлены не только на разрешение конфликтов, но и на предотвращение правонарушений. Обязательность сертификации товаров, проверок Роспотребнадзора и публикации информации о продуктах снижает риски для потребителей. Например, запрет на продажу алкоголя несовершеннолетним, о чём говорится в ст. 16 ФЗ № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», носит превентивный характер, защищая здоровье молодёжи [24].

Существует также принцип добросовестности сторон. Хотя добросовестность - общая норма гражданского права, отражённая в ст. 1 ГК РФ, в потребительских отношениях она приобретает особое значение [4].

Продавец обязан действовать честно, избегая скрытых условий и навязывания ненужных услуг. Например, банк не вправе требовать подключения страховки при оформлении кредита, если это не предусмотрено законом, что отражено в ст. 7 ФЗ № 353 «О потребительском кредите» [23].

Россия не является изолированной страной, что отражает её активный характер на международной деятельности. Российское законодательство учитывает международные стандарты, такие как Руководящие принципы ООН для защиты потребителей от 1985 года [19]. Это проявляется в закреплении права на безопасность, информацию и выбор, а также в развитии механизмов досудебного урегулирования споров. Более того, Россия также поддерживает свой статус страны-участницы и в более актуальных резолюциях ООН.

Таким образом, принципы обеспечивают защиту граждан в условиях рыночной экономики, гарантируя справедливость, прозрачность и доступность правовых механизмов. Однако динамичное развитие цифровых технологий и появление новых форм услуг требуют постоянной актуализации законодательства. Совершенствование норм должно быть направлено на устранение пробелов в регулировании законодательства, сохраняя баланс между инновациями и правами потребителей.

2 Правовой статус потребителей в РФ

2.1 Основные права потребителей

Правовой статус потребителя в Российской Федерации формируется системой взаимосвязанных гарантий, закреплённых в Законе РФ «О защите прав потребителей». Эти гарантии направлены на преодоление объективного неравенства между гражданином, действующим в личных целях, и профессиональными участниками рынка, обладающими ресурсами, специализированными знаниями и организационными преимуществами. Исторически законодательство эволюционировало от патерналистской модели советского периода к сбалансированному механизму, сочетающему императивные нормы защиты с рыночной свободой.

Основой статуса потребителя является его признание экономически уязвимой стороной. Это проявляется в превентивном незнании технологических особенностей товара потребителем, ресурсном дисбалансе, например невозможностью потребителя вести длительные судебные споры ввиду отсутствия или немногочисленности денежных средств. Законодатель компенсирует эти дисбалансы, запрещая изменять императивные нормы соглашениями сторон и возлагая бремя доказывания на продавцов.

Право на безопасность, закреплённое в статье 7 Закона о защите прав потребителей, гарантирует отсутствие угрозы жизни, здоровью или имуществу при обычных условиях использования товара [9]. Реализация этого права обеспечивается через обязательную сертификацию для многих категорий продукции, например детских товаров, медицинских изделий и бытовой техники. Производители обязаны соответствовать техническим регламентам Евразийского Экономического Союза, например, требованиям к пожарной безопасности электроники или отсутствию токсичных материалов в

изделиях для детей. При выявлении опасных свойств после реализации товара запускается процедура отзыва из оборота: производство приостанавливается, продукция изымается из оборота, потребители информируются через СМИ, а затраты на возврат и утилизацию возмещаются.

Право на достоверную информацию, упоминаемого в статьях 8–10 рассматриваемого закона, охватывает обязанность продавца раскрывать ключевые сведения: юридические реквизиты организации, технические характеристики товара, сроки годности пищевых продуктов, противопоказания лекарств, полную стоимость кредита [9]. Информация должна предоставляться на русском языке в доступной форме, включая инструкции и сертификаты соответствия. Нарушение этого требования, например, сокрытие аллергенов в составе продуктов или условий автоматического продления подписок, влечёт административную ответственность.

Обособленного мнения придерживаются К.В. Диденко и Е.А. Шульга: «Далее, исходя из того же легального понятия «потребитель», отметим, что это может быть не только лицо, которое уже приобрело товар, но и лицо, имеющий такое намерение. Данное положение связано с тем, что государство наделяет правом на защиту того гражданина, который только намеревается вступить в гражданские правоотношения, связанные с заключением договора купли-продажи. С одной стороны, предоставление прав по договору, который еще не заключен противоречит нормам гражданского права, но с другой стороны потребитель, проявляя намерение заключить договор, обладает определенными правами (например, правом на получение достоверной информации о товаре). В том случае, когда такая информация не предоставляется, потребитель не заключает договор, но может воспользоваться правом на защиту своих нарушенных прав» [7].

Право на надлежащее качество, регулируемое статьями 4 и 18 ранее упомянутого закона, подразумевает соответствие товара договору, заявленным свойствам и обычному целевому использованию [9]. При

обнаружении недостатков потребитель вправе выбирать между безвозмездным ремонтом, соразмерным уменьшением цены, заменой товара или расторжением договора с возвратом денег. Для технически сложных устройств, таких как автомобили, электроника, возврат средств возможен только при существенных недостатках – неустранимых дефектах, рецидивах поломок после ремонта или нарушениях сроков устранения имеющихся неисправностей [15].

Право на свободу выбора, отражённое в статье 16.1 Закона о защите прав потребителей, защищает от навязывания дополнительных услуг [9]. Типичными примерами нарушений являются требования приобрести страховку при оформлении кредита, обусловленность гарантийного ремонта покупкой расходных материалов или автоматическое продление подписок без явного согласия. Потребитель вправе аннулировать навязанные условия и потребовать возврата уплаченных сумм.

Помимо прочего, свободу выбора по-другому воспринимают Диденко К.В. и Шульга Е.А., отмечая, что «Договор купли-продажи, заключаемый потребителем, обладает своей спецификой. В частности, он является договором присоединения. Суть данных договоров состоит в том, что одна из сторон разрабатывает типовой договор, изменить условия которого другая сторона не в силах, и не имеет на это права. Такой договор заключается на предлагаемых условиях либо не заключается вовсе, но потребитель выбирает заключать или не заключать договор самостоятельно, без принуждения, также самостоятельно выбирает какой из предлагаемых договоров ему заключить и без принуждения выбирает с кем ему заключать договора, также необходимо отметить, что изменить условия договора присоединения не могут обе стороны договорных отношений» [7].

Право на возмещение вреда, установленное статьями 13–15 упомянутого закона, включает многоуровневую систему компенсаций [9]. Возмещению подлежит как имущественный ущерб, например порча имущества из-за бракованного товара, упущенная выгода и так далее, так и моральный вред за

физические или нравственные страдания. Дополнительной гарантией выступает штраф в размере пятидесяти процентов от присуждённой суммы, если продавец уклонялся от добровольного удовлетворения обоснованной претензии.

Процессуальные гарантии, установленные статьёй 17 вышеупомянутого закона, упрощают защиту прав [9]. Досудебный порядок обязывает направить продавцу письменную претензию с чёткими требованиями, которые должны быть рассмотрены в течение десяти дней. При отказе или бездействии потребитель вправе обратиться в суд по месту своего жительства без уплаты государственной пошлины. Экспертиза качества товара проводится за счёт продавца, а бремя доказывания отсутствия дефектов лежит на нём.

Актуальные проблемы связаны с адаптацией традиционных гарантий к новым вызовам: глобализации цепочек поставок, усложнению технических устройств, развитию услуг с нематериальным результатом, таких как образовательные, консультационные и так далее. Перспективы совершенствования включают, например, цифровизацию претензионных процедур, расширение критериев существенных недостатков для высокотехнологичной продукции и развитие механизмов коллективной защиты прав. Таким образом, система потребительских прав в Российской Федерации сохраняет динамичный характер, балансируя между стабильностью гарантий и необходимостью реагирования на трансформацию рынка.

2.2 Обязанности потребителей

В системе правоотношений, регулируемых законодательством о защите прав потребителей, обязанности потребителей, хотя и менее детализированы, чем обязанности продавцов, однако играют важную роль в обеспечении баланса интересов сторон. Эти обязанности вытекают из принципов

добросовестности и разумности, закреплённых в Гражданском кодексе РФ, и служат необходимым условием для реализации потребительских прав [4].

Ключевой обязанностью потребителя является соблюдение правил надлежащей эксплуатации товаров. При использовании приобретённой продукции гражданин обязан руководствоваться инструкциями изготовителя, касающимися условий хранения, транспортировки и применения. Например, эксплуатация бытовой техники не по назначению, например как использование кухонного комбайна для измельчения строительных материалов, явно для этого не предназначенного, нарушение температурного режима при хранении лекарственных препаратов или игнорирование правил сборки мебели, повлёкшее её поломку, могут быть квалифицированы как ненадлежащее использование. В таких случаях продавец вправе отказать в гарантийном обслуживании, ссылаясь на положения статьи 18 Закона «О защите прав потребителей», поскольку дефект возник вследствие действий самого потребителя [9].

Своевременное информирование о выявленных недостатках составляет другую значимую обязанность. Потребитель должен уведомить продавца о дефектах в пределах гарантийного срока или установленного срока службы товара. Промедление с уведомлением, особенно если оно привело к усугублению поломки, например, продолжение вождения автомобиля с неисправной тормозной системой, вызвавшей поломку прочих деталей, может стать основанием для частичного или полного отказа в удовлетворении требований.

Финансовые обязательства потребителя возникают преимущественно в сфере услуг и выполнения работ. Гражданин обязан оплатить услугу в соответствии с условиями договора, а также компенсировать обоснованные дополнительные расходы исполнителя, если они были согласованы предварительно. Например, при проведении ремонта в квартире, когда обнаруживается необходимость замены скрытой электропроводки,

потребитель должен возместить эти затраты при условии документального подтверждения их неизбежности.

Обязанность бережного обращения с имуществом продавца проявляется при передаче товара на экспертизу, проверку качества или ремонт. Умышленная порча товара, например, самостоятельная разборка ноутбука со срывом гарантийных пломб, лишает потребителя права на бесплатное устранение дефектов и может возложить на него ответственность за причинённый ущерб.

В сфере дистанционной торговли к обязанностям потребителя относятся предоставление достоверных контактных данных и своевременная оплата заказа. Немотивированный отказ от получения предоплаченного товара, за исключением случаев болезни или прочего форс-мажорного обстоятельства, позволяет продавцу удержать расходы на логистику в установленном законом размере.

Последствия нарушения обязанностей носят преимущественно гражданско-правовой характер: утрата права на гарантийные требования; обязанность возместить реальный ущерб, причинённый имуществу продавца; риск отказа в судебной защите при систематическом злоупотреблении правами. Например, многократный возврат качественных товаров, приобретённых дистанционно.

Дискуссионным остаётся вопрос о мере ответственности потребителя. В отличие от продавцов, к гражданам не применяются штрафные санкции по Закону о защите прав потребителей, а бремя доказывания нарушения обязанностей лежит на предпринимателе. Это требует от последнего проведения экспертиз, подтверждающих связь дефекта с действиями потребителя, что зачастую усложняет защиту интересов бизнеса.

Таким образом, обязанности потребителей в российском праве формируют рамочные требования добросовестности, обеспечивая сбалансированность правоотношений. Их развитие требует совершенствования механизмов доказывания и чётких критериев

разграничения правомерного поведения от злоупотреблений, особенно в условиях роста дистанционной торговли.

2.3 Особенности правового положения в отдельных сферах

Правовой статус потребителя в Российской Федерации, определяемый общими нормами Закона «О защите прав потребителей», существенно дифференцируется в зависимости от специфики сектора экономики [9]. Она обусловлена характером товаров и услуг, уровнем их социальной значимости и сложностью правоотношений, что требует адаптации базовых принципов защиты к отраслевым реалиям.

В сфере финансовых услуг отношения регулируются ФЗ № 353 «О потребительском кредите» и Законом о защите прав потребителей, устанавливающими повышенные гарантии из-за высоких рисков информационной асимметрии. Кредитные организации обязаны раскрывать полную стоимость кредита с включением всех комиссий, страховых премий и сопутствующих платежей, как того требует ст. 7 ФЗ № 353 [9],[23]. Соккрытие реальных переплат признается недобросовестной практикой. Потребителю гарантируется право отказа от навязанных страховок в течение 14 дней с полным возвратом премии, согласно вышеупомянутому закону. Недопустимость применения штрафов за досрочное погашение кредита упоминается в Информационном письме Президиума ВАС РФ от 13.09.2011 N 146, что защищает от необоснованных финансовых потерь [11].

В области платной медицины правовой режим формируется на стыке Закона о защите прав потребителей и ФЗ № 323 «Об основах охраны здоровья граждан». Требование информированного добровольного согласия, закрепленное в ст. 20 ФЗ № 323, обязывает медучреждения подробно разъяснять диагноз, методы лечения и риски [22]. Качество услуги оценивается не только по договору, но и через соответствие клиническим

рекомендациям, установленным Приказом Минздрава № 203н [16]. При врачебной ошибке действует презумпция ответственности исполнителя: пациент освобожден от доказывания вины медучреждения для возмещения вреда, упоминается в ст. 1064 ГК РФ [4].

Туристическая отрасль регламентируется ФЗ № 132 «Об основах туристской деятельности», где ключевым механизмом защиты является гарантийный фонд туроператора, норма о котором отражена в ст. 17.2 упомянутого закона [26]. Он компенсирует расходы туристов при банкротстве турфирмы. Существенное изменение условий договора (замена отеля на категорию ниже, перенос авиарейса) дает право на соразмерное снижение цены или расторжение договора с полным возвратом средств (ст. 10 ФЗ № 132) [26]. Форс-мажорные обстоятельства (эпидемии, стихийные бедствия) не позволяют удерживать оплату – турист получает деньги назад, а не сертификат.

В сфере ЖКХ доминируют публично-правовые элементы, регулируемые Жилищным кодексом РФ и Постановлением Правительства РФ № 354 «О предоставлении коммунальных услуг» [8],[14]. Например, отклонение параметров услуг от нормативов служит основанием для перерасчета платежей, согласно п. 98 упомянутого постановления. Ввиду социальной направленности деятельности государства, постановлением также запрещается ограничивать жизненно важные услуги, например такое, как отопление зимой, даже при долгах, если это угрожает жизни жильцов.

При продаже технически сложных товаров, согласно перечню, установленного Постановлением Правительства РФ от 10 ноября 2011 г. N 924, особый режим проявляется в ограничении возврата товаров надлежащего качества без дефектов [15]. Расторжение договора возможно лишь при существенных недостатках: неустранимых дефектах или ремонте, превышающем 45 дней, что отображено в п. 1 ст. 18 Закона о защите прав потребителей [9].

Общей тенденцией для всех сфер становится усиление информационных обязанностей исполнителя. Законодатель последовательно внедряет компенсационные механизмы: гарантийные фонды в туризме, систему перерасчетов в ЖКХ. Ограничение свободы договора в пользу потребителя, упоминаемое в ст. 16 Закона о защите прав потребителей, отражает борьбу с дисбалансом переговорной силы [9].

Актуальные проблемы связаны с доказыванием дефектов при оказании услуг, особенно в сфере образования по ФЗ № 273 «Об образовании в Российской Федерации», где качество оценивается субъективно, и слабой развитостью коллективных исков [27].

Таким образом, правовой статус потребителя в Российской Федерации представляет собой динамичную и сбалансированную систему гарантий, направленных на преодоление объективного неравенства между гражданином и профессиональными участниками рынка.

Обязанности потребителя, хотя и менее регламентированы, играют ключевую роль в поддержании справедливого баланса. Соблюдение правил эксплуатации, своевременное уведомление о недостатках и добросовестное обращение с имуществом продавца при проведении экспертиз – не формальность, а необходимое условие для устойчивости правоотношений. Нарушение этих обязанностей может привести к утрате гарантийных прав или обязанности компенсировать причиненный ущерб, что подчеркивает принцип взаимной ответственности.

Особенностью российского регулирования является гибкая адаптация общего статуса потребителя к специфике различных отраслей экономики. В финансовом секторе это проявляется в жестких требованиях к раскрытию полной стоимости кредита и запрете навязывания страховок. В здравоохранении акцент смещается на информированное добровольное согласие пациента и соответствие медицинских услуг профессиональным стандартам. Туристическая отрасль вводит механизмы финансовых гарантий на случай банкротства туроператоров, а сфера ЖКХ подчеркивает социальную

значимость бесперебойного предоставления жизненно важных услуг, ограничивая возможность их отключения даже при наличии задолженности. Продажа технически сложных товаров, в свою очередь, устанавливает разумные ограничения для возврата качественной продукции, защищая интересы добросовестного бизнеса.

Несмотря на развитость системы, сохраняются трудности доказывания дефектов в сфере образовательных, цифровых и иных услуг с нематериальным результатом, где качество часто оценивается субъективно.

Таким образом, правовой статус потребителя в России остается живым институтом, непрерывно эволюционирующим для достижения справедливого баланса между интересами гражданина и требованиями экономического развития.

3 Механизмы защиты прав потребителей

3.1 Досудебные способы защиты прав потребителей

Досудебные механизмы защиты прав потребителей в Российской Федерации служат первостепенным инструментом урегулирования споров, обеспечивая оперативное восстановление нарушенных прав без обращения в суд. Эти процедуры основаны на принципах доступности, оперативности и добровольности, создавая условия для диалога между потребителем и продавцом. Центральное место в системе занимает претензионный порядок, который не только является обязательной стадией перед судебным разбирательством, но и демонстрирует высокую эффективность на практике.

Процесс продолжается путём направления потребителем письменной претензии, содержащей конкретные требования. Закон устанавливает четкие сроки реагирования: продавец обязан дать мотивированный ответ в течение 10 дней, а при необходимости проверки качества технически сложных товаров – до 45 дней. Ключевым преимуществом претензионного порядка является обязанность продавца организовать и оплатить экспертизу товара за свой счет. Если потребитель не согласен с выводами экспертизы, он вправе настоять на проведении независимого исследования, расходы на которое первоначально несет продавец, но могут быть взысканы с потребителя при подтверждении его вины в возникновении дефекта. Более подробно процесс подачи потребителем письменной претензии описан в научной литературе И.И. Антоновой, Г.Р. Хамидуллиной, Э.М. Хуснутдиновым, Т.Р. Раджабовым: «Претензия – это официальный документ, который потребитель направляет продавцу или изготовителю. Претензия должна быть составлена грамотно в двух экземплярах, с указанием всех необходимых данных и приложением доказательств. Это основа для дальнейших действий,

включая обращение в суд. Письменная претензия составляется в свободной форме с указанием данных получателя претензии (наименование, контактная информация, адрес), ФИО и контактных данных заявителя, наименование товара, даты, места его приобретения, способа оплаты, обнаружения недостатков, обстоятельства и времени их обнаружения, заявления об отказе исполнения договора купли-продажи, требования о возврате уплаченной суммы за товар. К претензии необходимо приложить копии документов, подтверждающих факт покупки и оплаты товара. Это может быть кассовый чек, товарный чек, гарантийный талон или договор купли-продажи (статья 18 закона о защите прав потребителей); Претензия составляется в двух экземплярах. При этом желательно, чтобы на одном из экземпляров претензии либо продавец, либо иное лицо, принявшее претензию, проставило свою подпись с указанием ФИО и должности, а также дату принятия претензии и печать (при наличии). Этот экземпляр претензии потребитель оставляет себе в подтверждение обращения к продавцу. При отказе продавца принять претензию или поставить на экземпляре отметку о приеме, следует отправить претензию заказным письмом с уведомлением о вручении и описью вложения, что позволит доказать соблюдение претензионного порядка урегулирования разногласия. Если продавец соглашается с претензией, покупатель обязан вернуть товар ненадлежащего качества. Возврат крупногабаритных товаров (например, холодильников или стиральных машин) или товаров весом более 5 кг осуществляется за счет продавца» [10]. Исходя из вышесказанного, претензия составляется в письменной форме и направляется противоположной стороне.

Авторами также уточняется, как можно определить наличие и причины возникновения недостатков товара: «Недостатки товара и причины их возникновения устанавливаются двумя способами: только если проверить качество товара и провести экспертизу товара. Продавец обязан принять товар ненадлежащего качества. Качество товара проверяет сам продавец или уполномоченная организация. Он обязан принять товар с выявленными

потребителем недостатками и в случае необходимости провести проверку качества. Потребитель имеет право участвовать в проверке качества товара (например, если потребитель сдал в сервисный центр телефон с неработающим микрофоном, он может лично наблюдать за процессом диагностики). В случае несогласия или спора о причинах возникновения недостатков товара или несогласия с результатами проверки качества продавец обязан провести экспертизу товара за свой счет. Экспертизу проводит специализированное экспертное учреждение. Потребитель имеет право присутствовать на экспертизе и в случае несогласия с результатами оспорить ее заключение в судебном порядке. Если случай гарантийный или недостаток производственный и не по вине покупателя, возмещать стоимость экспертизы не придется. Но если выяснится, что виноват покупатель, то нужно возместить продавцу расходы на проверку качества; Экспертизу может провести потребитель, расходы обязаны возместить при условии, что в дефекте нет вины потребителя. Заранее потребителю следует сообщить продавцу, что заказал экспертизу...Для этого необходимо: 1) отправить заявку в данную организацию; 2) получить от организации предложение по проведению экспертизы; 3) подписать договор на проведение экспертизы (прил. 10); 4) подготовить материалы для экспертизы (материалы могут быть предоставлены вами или собраны экспертами самостоятельно); 5) получить экспертное заключение в письменном или электронном виде» [10]. Таким образом, базовое определение наличия скрытых недостатков и подтверждение их наличия происходит путем проведения экспертизы.

Группой авторов также упоминается такой способ досудебной защиты прав потребителя как возврат товара: «Прежде всего, необходимо помнить, что если купили некачественный товар, то: права потребителя должны быть полностью восстановлены – товар можно вернуть или обменять...» [10]. Важно отметить, что не все товары можно вернуть: их перечень ограничивается законодательством. Например, возврату не подлежат продовольственные товары, поскольку срок их годности крайне ограничен.

Также, обращение в контролирующие органы, прежде всего в Роспотребнадзор, усиливает позиции потребителя. Подача жалобы с приложением доказательств отказа продавца позволяет инициировать внеплановую проверку. Роспотребнадзор наделен полномочиями выдавать обязательные для исполнения предписания об устранении нарушений, а также составлять административные протоколы за недобросовестные практики, такие как сокрытие информации о товаре или отказ от гарантийного ремонта. Этот механизм особенно эффективен в сферах с массовыми нарушениями: финансовых услугах, ЖКХ и онлайн-торговле, где точечные жалобы часто выявляют системные проблемы.

Участие общественных объединений потребителей расширяет возможности граждан. Организации, такие как «Общество защиты прав потребителей», оказывают бесплатные консультации, помогают составлять претензии, проводят независимые экспертизы и выступают посредниками в переговорах с продавцами. В случаях системных нарушений они инициируют коллективные обращения в Роспотребнадзор, что повышает эффективность контроля.

Медиация, хотя и менее востребована из-за низкой информированности граждан, предлагает гибкий формат урегулирования споров с участием нейтрального посредника. Этот способ позволяет найти компромиссные решения, например, замену товара с частичной доплатой или предоставление дополнительных услуг в качестве компенсации, сохраняя деловые отношения сторон.

Цифровые сервисы современных маркетплейсов и банков упрощают подачу претензий через личные кабинеты, где автоматизированные системы фиксируют обращения и отслеживают сроки реагирования. Однако риски формального подхода со стороны платформ требуют дублирования жалоб в контролирующие органы для обеспечения объективности.

Основные проблемы досудебного порядка включают игнорирование претензий малыми предприятиями, затягивание экспертиз и ограниченные

рычаги влияния общественных организаций на недобросовестных продавцов. Перспективы развития связаны с интеграцией единой цифровой платформы для обработки жалоб и популяризацией примирительных процедур. Досудебные механизмы остаются фундаментом защиты прав, сокращая судебную нагрузку и формируя культуру добровольного соблюдения баланса интересов в потребительских отношениях.

3.2 Судебная защита прав потребителей

Судебная защита прав потребителей в Российской Федерации представляет собой завершающий и наиболее гарантированный этап восстановления нарушенных интересов граждан, когда досудебные способы урегулирования исчерпаны или не принесли результата. Этот механизм функционирует на основе специальных процессуальных правил, закрепленных в Законе РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и Гражданском процессуальном кодексе РФ, которые существенно упрощают доступ к правосудию для экономически уязвимой стороны [6],[9].

В поддержку вышеупомянутого тезиса о крайней мере судебного способа защиты высказываются и в научной литературе: «Обращение в суд – это крайняя мера, которая применяется, если продавец отказывается удовлетворить требования потребителя. Потребитель может подать иск в суд. Исковое заявление должно быть составлено грамотно, с указанием всех требований и приложением доказательств...В соответствии с законом продавец обязан вернуть деньги в течение 10 дней с момента получения заявления потребителя – в этот период входит процедура передачи товара, проверка его на наличие недостатков. Потребителю следует обратиться с иском в суд, если продавец сам отказывается вернуть потребителю денежные средства или обменять некачественный товар. Исковое заявление о возврате денежных средств за некачественный товар подается мировому судье, если размер исковых требований не превышает 100

000 руб., если цена иска выше, обращаться следует в районный суд. Текст искового заявления почти во всем повторяет претензию. Особое внимание нужно уделить доказательству произошедшего и расчету требований – что хотите компенсировать. Требования формируют цену иска, без ее расчета суд не примет документ; В конец иска нужно добавить список приложений доказательств – это все то, что поможет доказать правоту потребителя (чеки, фотографии, показания очевидцев)» [10].

Как было упомянуто, процедура инициирования судебного разбирательства начинается с подачи искового заявления, однако стоит упомянуть о различных возможных местах его подачи: по месту жительства потребителя, либо по месту нахождения организации-ответчика, либо по месту заключения договора. Ключевой особенностью является освобождение потребителя от уплаты государственной пошлины независимо от цены иска, что устраняет финансовые барьеры для защиты прав. Иск может содержать комплекс требований: о взыскании стоимости некачественного товара, неустойки за нарушение сроков удовлетворения претензии, компенсации морального вреда, а также штрафа в размере 50% от присужденной суммы за отказ от добровольного исполнения законных требований.

Специфика судебного процесса проявляется в распределении бремени доказывания. В соответствии со ст. 18 Закона о защите прав потребителей, продавец (изготовитель, исполнитель) обязан доказать отсутствие своей вины в возникновении недостатков товара или услуги [9]. Если требование связано с безопасностью продукции, например травма из-за бракованной техники, бремя доказывания надлежащего качества полностью лежит на ответчике. Суд вправе назначить экспертизу за счет ответчика, а при уклонении последнего от участия в исследовании – признать факт недостатка установленным.

Особое значение имеет взыскание морального вреда, размер которого определяется судом с учетом характера физических и нравственных страданий, степени вины нарушителя и принципов разумности. В отличие от имущественных требований, компенсация морального вреда присуждается

независимо от возмещения убытков, что подчеркивает восстановительную функцию судебной защиты. В научной литературе о возмещении морального вреда говорится следующее: «Если качество товара привело к моральным страданиям потребителя, в иск можно включить требование о компенсации морального вреда. При этом в иске нужно описать причину страданий и сумму, которая, по Вашему мнению, может эти страдания компенсировать. Итоговую сумму компенсации определяет суд. Размер возмещения имущественного вреда на эту сумму не влияет. По закону моральный вред можно возместить только через суд. Но некоторые продавцы готовы компенсировать моральный вред добровольно. Поэтому стоит попробовать договориться с продавцом» [10]. Наличие морального вреда достаточно сложно определить в связи с нематериальностью данного вида вреда, однако суды успешно разрешают споры с наличием одного.

Исполнение судебных решений обеспечивается механизмами принудительного взыскания через службу судебных приставов. В случае уклонения ответчика от добровольного исполнения, потребитель вправе получить исполнительный лист для обращения в ФССП. Закон предусматривает возможность взыскания штрафа в федеральный бюджет за неисполнение решения, а также процентов за пользование чужими денежными средствами, о чём повествует ст. 395 ГК РФ [4].

Ключевые проблемы судебной защиты включают затягивание процессов из-за необходимости проведения повторных экспертиз, сложности в оценке размера морального вреда и недостаточную эффективность принудительного исполнения решений против организаций-однодневок. В сфере цифровых услуг возникают дополнительные сложности с определением подсудности при оказании услуг иностранными платформами.

Перспективы совершенствования связаны с развитием электронного правосудия, например через возможность подачи судебных исков через систему «Госуслуги», законодательным закреплением минимальных стандартов компенсации морального вреда для отдельных категорий дел и

упрощением процедуры групповых исков. Судебная защита остается фундаментальной гарантией прав потребителей, сочетая силу государственного принуждения с гибкостью индивидуального подхода к восстановлению справедливости.

3.3 Ответственность за нарушение прав потребителей

Ответственность за нарушение прав потребителей в Российской Федерации представляет собой комплексную систему мер, направленных на восстановление нарушенных прав граждан и пресечение недобросовестной деятельности хозяйствующих субъектов. Эта система интегрирует три взаимосвязанных уровня ответственности – гражданско-правовой, административный и уголовный, – обеспечивая баланс между частными и публичными интересами.

Гражданско-правовая ответственность, регулируемая Законом РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей», выполняет компенсационную функцию [9]. Она включает обязанность продавца (изготовителя, исполнителя) устранить недостатки товара или услуги безвозмездно, заменить некачественную продукцию, вернуть уплаченные средства или возместить документально подтвержденные убытки потребителя. Особое место занимает компенсация морального вреда, размер которой определяется судом с учетом глубины физических и нравственных страданий. Ключевой гарантией является штрафная санкция, взыскиваемая в пользу потребителя при уклонении нарушителя от добровольного удовлетворения обоснованных требований до суда.

Административная ответственность, устанавливаемая Кодексом об административных правонарушениях РФ, носит превентивно-карательный характер. К типичным основаниям привлечения относятся: продажа товаров ненадлежащего качества, обман потребителей при отпуске продукции (обмер,

обвес), сокрытие обязательной информации о свойствах товара или условиях договора. Санкции варьируются от предупреждений до значительных штрафов, размер которых дифференцирован в зависимости от статуса нарушителя (физическое лицо, ИП, юридическое лицо) и тяжести нарушения. Роспотребнадзор, как уполномоченный орган, осуществляет контроль через внеплановые проверки по жалобам граждан и выдачу обязательных предписаний.

Уголовная ответственность, предусмотренная Уголовным кодексом РФ, применяется при наличии общественно опасных последствий. Квалифицирующими признаками выступают: производство или реализация товаров, не отвечающих требованиям безопасности, повлекшие причинение вреда здоровью; организованный обман потребителей в крупном размере. Меры воздействия включают существенные штрафы, обязательные работы и лишение свободы, что подчеркивает публичный интерес к защите жизни и здоровья граждан.

Отраслевые механизмы ответственности дополняют общую систему. В финансовом секторе институт финансового уполномоченного позволяет досудебно взыскивать компенсации с банков и страховых компаний. Туроператоры обязаны формировать гарантийные фонды для защиты туристов при банкротстве. В сфере ЖКХ действует автоматический перерасчет платежей за отклонение от нормативов качества услуг.

Перспективы развития включают законодательное закрепление минимальных стандартов компенсации морального вреда для социально значимых услуг и цифровизацию контрольной деятельности Роспотребнадзора. Эволюция системы направлена на усиление ее восстановительной и предупредительной функций в условиях усложнения потребительских отношений.

Таким образом, многоуровневый характер ответственности обеспечивает гибкое реагирование на нарушения.

Заключение

Проведенное исследование правового положения потребителей в Российской Федерации позволяет констатировать, что действующая система защиты, основанная на Законе РФ «О защите прав потребителей», создала значительный правовой массив, направленный на обеспечение баланса интересов экономически слабой стороны правоотношений. Исторический путь законодательства, от фрагментарных дореволюционных норм и административных методов советского периода к комплексной рыночной модели 1992 года, демонстрирует его эволюцию в ответ на социально-экономические изменения. Современный этап развития характеризуется необходимостью адаптации к новым вызовам: цифровизации экономики, глобализации рынков, усложнению товаров и услуг.

Ключевой вывод исследования в работе касается понятия потребителя. Установленная законом дефиниция о том, что потребителем является физическое лицо, действующее в личных, не связанных с предпринимательством целях, сохраняет свою актуальность, однако порождает сложные правоприменительные коллизии. Отсутствие презумпции потребительского характера сделки для физических лиц, особенно при приобретении технически сложных товаров двойного назначения, например в виде электроники, автомобилей, неоправданно усложняет доказывание ввиду презумпции коммерческого использования. Правовой статус некоммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей, использующих товары для личных нужд, остается дискуссионным и недостаточно защищенным, а механизмы отстаивания коллективных интересов объединений граждан, развиты слабо, ограничивая эффективность закона при массовых нарушениях.

Система основных прав потребителя представляет собой в целом сбалансированный механизм преодоления экономического и информационного неравенства. Законодатель справедливо возлагает бремя

доказывания на профессиональных участников рынка. Однако адаптация этих прав к современным реалиям отстает: возникают трудности с доказыванием дефектов в сфере цифровых и образовательных услуг с нематериальным результатом, оценкой морального вреда и скрытых условий в цифровых договорах. Обязанности потребителя хотя и сформулированы менее детально, играют важную роль в поддержании добросовестности и баланса интересов, особенно в условиях роста дистанционного метода торговли.

Анализ особенностей правового статуса в отдельных сферах подтверждает гибкость подхода законодателя. Введение специальных гарантий, таких как раскрытие полной стоимости кредита, создание гарантийных фондов туроператоров, запрет на отключение жизненно важных коммунальных услуг зимой даже при долгах и требование информированного добровольного согласия в медицине, отражает дифференцированный и социально ориентированный подход. Тем не менее, сохраняется проблема гармонизации отраслевых норм с базовыми принципами Закона о защите прав потребителей и недостаточной эффективности некоторых инструментов, в частности, коллективных исков в сфере жилищно-коммунальных услуг.

Механизмы защиты прав демонстрируют свою многоуровневость. Досудебные процедуры доказали эффективность для оперативного разрешения большинства споров. Судебная защита, обладая максимальными гарантиями, сталкивается с проблемами затягивания процессов из-за необходимости экспертиз, сложности принудительного исполнения решений против недобросовестных ответчиков и определения подсудности при оказании услуг иностранными цифровыми платформами. Система ответственности в целом адекватна, но нуждается в усилении превентивной функции, особенно через установление минимальных стандартов компенсации морального вреда в социально значимых сферах и создание единого реестра нарушителей.

Таким образом, несмотря на значительные достижения, российское законодательство о защите прав потребителей требует дальнейшего совершенствования для соответствия динамике рынка и цифровой эпохи.

Целесообразно в новой редакции Закона о защите прав потребителей в общих положениях уточнить понятие потребителя путем введения презумпции некоммерческого характера сделки для физических лиц, возложив бремя ее опровержения на контрагента. Также актуальным представляется расширение круга защищаемых Законом субъектов за счет включения в состав потребителей объединений граждан, удовлетворяющих личные нужды своих членов. Необходимо также дополнить главу IV коллективными формами защиты, упрощая процедуру групповых исков. Целесообразно развивать успешную практику по цифровизации механизмов защиты через создание единой платформы для претензий и развитие электронного правосудия, что повысит их доступность для потребителей. Помимо прочего, целесообразно принять меры по усилению всех видов ответственности, включая законодательное закрепление в ст.15 Закона о защите прав потребителей минимальных компенсаций по части возмещения морального вреда в ключевых отраслях и введение реестра недобросовестных субъектов, а также унификация отраслевого регулирования для устранения противоречий с базовым законом. Данные улучшения законодательства позволят обеспечить большую эффективность, предсказуемость и справедливость в защите потребителей товаров, работ и услуг.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Быкодорова Л.В. Развитие коммерческих судов в России как прообразов современных арбитражных судов // Общество и право. - 2010.
2. Гессен Я.М. Устав торговый. / Я.М. Гессен. - Санкт-Петербург, 1910.
3. Германское торговое уложение / Пер. Л.Л. Брейтфус. - Санкт-Петербург: К.А. Риккер, 1889. - VII, 242 с.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 08.08.2024, с изм. от 31.10.2024).
5. Гражданский кодекс РСФСР (утв. ВС РСФСР 11.06.1964) (ред. от 26.11.2001).
6. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138-ФЗ.
7. Диденко К.В., Шульга Е.А. Понятие и признаки потребителя в российском законодательстве // Актуальные проблемы юриспруденции. - 2024. - С. 29–36.
8. Жилищный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 № 188-ФЗ.
9. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей».
10. Защита прав потребителя и порядок действий при неудовлетворенности качеством товаров: учебное пособие / И.И. Антонова, Г.Р. Хамидуллина, Э.М. Хуснутдинова, Т.Р. Раджабов. – Казань: Издательство Казанского университета, 2025. – 78 с
11. Информационное письмо Президиума ВАС РФ от 13.09.2011 № 146 «Обзор судебной практики по некоторым вопросам, связанным с применением к банкам административной ответственности за нарушение законодательства о защите прав потребителей при заключении кредитных договоров».
12. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993).
13. Носкова Ю.А. История развития законодательства о защите прав потребителей в России // Инновационная наука. - 2022.

14. Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 № 354 «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов».

15. Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 (ред. от 27.03.2019) «Об утверждении перечня технически сложных товаров».

16. Приказ Министерства здравоохранения РФ от 10.05.2017 № 203н «Об утверждении критериев оценки качества медицинской помощи».

17. Решение № 2-419/2024 Первоуральского городского суда (Свердловская область) от 07.11.2024 по делу № 2-419/2024 // Архив Первоуральского городского суда.

18. Решение № 2-4206/2024 Первоуральского городского суда (Свердловская область) от 12.01.2025 по делу № 2-4206/2024 // Архив Первоуральского городского суда.

19. Руководящие принципы ООН для защиты интересов потребителей: Приняты Генеральной Ассамблеей ООН 09.04.1985 № 39/248 (в ред. 1999 г.).

20. Свод законов Российской империи. - Санкт-Петербург, 1857. - Т. 11, ч. 2. - С. 1–613.

21. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ (ред. от 13.12.2024, с изм. от 23.11.2007) «О некоммерческих организациях».

22. Федеральный закон от 21.11.2011 № 323-ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации».

23. Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (ред. от 22.06.2024) «О потребительском кредите (займе)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2025).

24. Федеральный закон от 22.11.1995 № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».

25. Федеральный закон от 24.07.1998 № 124-ФЗ (ред. от 28.12.2024) «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации».

26. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

27. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».