

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

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра

«Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Гражданское право и международное частное право

(направленность (профиль))

## ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему

«Право потребителей и их защита гражданско-правовыми средствами

в Российской Федерации»

Обучающийся

Савельев А.Н.

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный руководитель

к.ю.н. А.В. Кирсанова

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

## Оглавление

|  |    |
|--|----|
| Введение .....   | 3  |
| Глава 1 Права потребителей как правовая категория .....                                  | 10 |
| 1.1 Понятие прав потребителей .....  | 10 |
| 1.2. Характеристика прав потребителей товаров, работ, услуг .....                        | 18 |
| Глава 2 Защита прав потребителей в Российской Федерации .....                            | 38 |
| 2.1. Общая характеристика способов защиты прав потребителей .....                        | 38 |
| 2.2. Основания и условия гражданско-правовых средств защиты прав потребителей .....      | 52 |
| Глава 3 Проблемы защиты прав потребителей в Российской Федерации.....                    | 62 |
| 3.1 Актуальные вопросы защиты прав потребителей в правоприменительной практике .....     | 62 |
| 3.2 Проблемы защиты прав потребителей на современном этапе правового регулирования ..... | 73 |
| Заключение .....   | 85 |
| Список используемой литературы и используемых источников .....                           | 91 |

## Введение

Актуальность рассматриваемой темы заключается в том, что сегодня потребитель как субъект правоотношений выступает слабозащищенной стороной. Несмотря на то, что законодательство в сфере защиты прав потребителей Российской Федерации непрерывно совершенствуется, а многие спорные вопросы были разъяснены в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей», сохраняются проблемы, требующие внимания законодателя. В 2022 году существенно изменились условия, в которых функционирует российская экономика. На фоне сложившейся геополитической ситуации и санкционного давления на Россию со стороны коллективного Запада государство и бизнес столкнулись с проблемами. Потребители также испытывают трудности, связанные с реализацией своих прав.

В Самарской области Управление Роспотребнадзора опубликовала статистику, согласно которой количество дел по защите прав потребителей растет. За 2023 год её специалистами было предоставлено 323 заключения, за этого числа 301 заключение было рассмотрено в суде, по 291 делу исковые требования были удовлетворены [85]. За аналогичный период 2022 года было дано меньше – всего 285 заключений.

В настоящее время защита прав потребителей имеет нерешенные проблемы, не только теоретического, но и практического плана. Установленное право потребителя на информацию на практике довольно часто нарушается со стороны продавца, изготовителя товара, работы, услуги. Как правило, он выбирает для себя удобный и выгодный способ донесения информации до потребителя, поскольку конкретизация в действующем законе отсутствует: не регламентируются параметры, шрифты, расположение такой информации.

Сегодня размер компенсации морального вреда устанавливается судом ниже, чем было заявлено потребителем в исковых требованиях. Некоторые вопросы вообще не нашли своего отражения в Законе РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» (далее по тексту – ЗОЗПП)»: понятие «спора о защите прав потребителей», претензионный порядок урегулирования споров. Еще одна проблема защиты прав потребителей связана с кругом лиц, которым может быть оказана бесплатная юридическая помощь, в настоящее время такое право у потребителя возникает в части предоставления коммунальных услуг, что является не совсем корректным.

Актуальной проблемой выступает отсутствие в ЗОЗПП понятия «самозанятых граждан» в качестве изготовителей, продавцов, импортеров. Сегодня с каждым годом количество лиц, попадающих под категорию «самозанятых», растет, тем самым, оказывая свои услуги и продавая товары потребителям некачественно, увеличиваются судебные разбирательства с их участием.

По данному вопросу отсутствует единообразная судебная практика. Поэтому внесение изменений в действующие нормы ЗОЗПП могли бы внести ясность в ходе судебных процессов, а также предотвратили бы ограничение и ущемление прав потребителей, вступающих в правоотношения с самозанятыми гражданами.

Несмотря на то, что в 2017 году было подписано Распоряжение Правительством РФ 1837-р «О Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 г», остаются все также нерешенные вопросы и тема остается по-прежнему актуальной.

Степень научной разработанности исследования. Проблема защиты прав потребителей сегодня актуальна, в связи с чем в юридической литературе посвящено достаточное количество работ данной теме исследования, но многие из которых носят лишь информационный характер.

Поэтому данная тема нуждается во всестороннем исследовании в теоретико-прикладном разрезе.

Цель исследования — это изучение прав потребителей и их защита гражданско-правовыми средствами в Российской Федерации.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- рассмотреть понятие и характеристику прав потребителей, товаров, работ, услуг;
- изучить общую характеристику способов защиты прав потребителей;
- охарактеризовать основания и условия гражданско-правовых средств защиты прав потребителей;
- выявить актуальные вопросы защиты прав потребителей в правоприменительной практике;
- исследовать проблемы защиты прав потребителей на современном этапе правового регулирования и определить пути решения.

Объектом исследования выступают общественные отношения в области защиты прав потребителей в Российской Федерации.

Предметом исследования являются правовые нормы, регулирующие защиту прав потребителей в Российской Федерации.

Гипотеза исследования состоит в том, что введение в закон требований по предоставлению информации потребителю в читаемом виде, определения статуса самозанятых лиц, установление обязательного досудебного порядка разрешения спора поможет сократить количество обращений в суд.

Предполагаем, что проблемы доступности, наглядности, полноты информации о продукте на русском языке, определение порядка разрешения спора о защите прав потребителя, а также ущемление прав со стороны самозанятых лиц в области защиты прав потребителей будут нивелированы в случае регламентации размера шрифта и формы доведения информации, определения спора о защите прав потребителей и порядка его разрешения,

дополнительного регулирования понятия и критериев самозанятых граждан, их правового статуса в ЗОЗПП.

Нормативно-правовой основой исследования послужили: Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей», Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022), Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023), Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 09.11.2024), Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020), Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 17.12.1999 N 212-ФЗ.

Теоретическую основу исследования составили труды таких авторов, как: В.В. Богдан, А.Ф. Волынский, Г.Р. Гафарова, В.А. Гвоздева, В.В. Данилов, Л.А. Зеленская, Э.Г. Корнилов, Е.А. Ланина, И.Г. Ломакина, Б.А. Матекова, Д.В. Мечетин, Т.А. Мечетина, Г.А. Митенков, Н.Ф. Моноолов, Л.Ф. Нетишинская, С.Д. Рудых, Д.А. Суханова, А.Р. Рябоконь, Е.В. Самматов, В.А. Снигирева, Е.Е. Степанова, Е.А. Талабаев, О.С. Филиппова, А.Д. Шведова, Т.Ю. Якимова и так далее.

Обоснование методологической основы диссертации. Для достижения цели и разрешения поставленных задач исследования используются:

- общенаучные;
- частные методы познания, а именно:
- сравнительно-правовой;
- формально-логический;
- технико-юридический.

Теоретическая значимость исследования состоит в углубленном изучении и обосновании пробелов в сфере защиты прав потребителей,

данное исследование поможет выявить актуальные проблемы, связанные с несовершенством законодательства и предложить способы их разрешения.

Теоретическая значимость исследования состоит в изучении прав потребителей, способов их защиты, в анализе научных трудов по данной теме, она связана с изучением правовых механизмов, а также с анализом существующих проблем и предложением путей их решения.

Практическая значимость исследования заключается в том, что выводы, сделанные в работе, могут быть использованы в дальнейшем в образовательных учреждениях по специальности «Гражданское право» в качестве материала при подготовке к лекциям, статьям и иным учебным материалам.

Научная новизна исследования заключается в самостоятельных выводах и предложениях, направленных на совершенствование законодательства в сфере защиты прав потребителей, а также в положениях, выносимых на защиту.

Проведенное исследование позволило сформулировать и обосновать следующие положения и выводы, выносимые автором на защиту:

- на основе анализа определений потребителя и его прав определить его как физическое лицо, которое независимо от его гражданства, отсутствия гражданства намеревается или уже в процессе приобретения, использования товара, услуги, работы, которая не должна быть применена в дальнейшем в предпринимательской деятельности.
- законодательно установленное право потребителя на информацию нарушается со стороны изготовителя через предоставление минимального размера, стиля изложения информации;
- сформирован проект предложения по внесению изменений в ЗОЗПП, дополнив п. 2 ст. 8 абзацем следующего содержания: «При доведении до потребителя указанной в пункте 1 настоящей статьи информации не

допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме PT Astra Serif, PT Astra Sans), мелкого шрифта(менее 10 миллиметров в размере для каждой буквы, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров), равно как применение иных способов подачи информации, затрудняющих ее восприятие потребителем на маленьких объектах предоставления информации (размеры которых составляют менее 10 сантиметров в длину и ширину), а на объектах предоставления информации большего размера не допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме PT Astra Serif, PT Astra Sans), мелкого шрифта(менее 14 миллиметров в размере, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров)». Аналогичным содержанием дополнить п. 4 ст. 9 ЗОЗПП, п. 4 ст. 10 ЗОЗПП.

- сформирован проект предложения по внесению изменений в ЗОЗПП, а именно дополнить его ст. 16.2 «Досудебная защита прав потребителей», в котором указать: «1. До предъявления искового заявления потребитель должен направить письменную претензию. 2. Продавец (изготовитель, исполнитель) должен рассмотреть письменную претензию, в установленные сроки. О принятом решении с пояснением по рассмотренной претензии продавец (изготовитель, исполнитель) обязан предоставить письменный ответ потребителю».

- сформирован проект предложения по внесению изменений в ЗОЗПП, и изложить в его следующей редакции: «спор о защите прав потребителя – это правовой конфликт между потребителем и изготовителем (исполнителем, продавцом), который образовался после нарушения прав потребителя, и направленный на их защиту»;

- сформирован проект в пп. 4 п. 2 ст. 20 Федерального закона «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» от

21.11.2011 № 324-ФЗ, убрав «... (в части предоставления коммунальных услуг)», оставив только положение «защита прав потребителей»;

- сформулирован проект предложения по внесению изменений в Преамбулу ЗОЗПП, а именно в определение понятий «изготовитель», «продавец», «исполнитель» добавить формулировку: «...и физическое лицо, не являющиеся индивидуальным предпринимателем и применяющее специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (самозанятые)...».

Структура и объем диссертационного исследования определены целями и задачами проведенного исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения и списка используемой литературы и используемых источников.

## **Глава 1 Права потребителей как правовая категория**

### **1.1 Понятие прав потребителей**

Для анализа прав потребителей необходимо рассмотреть понятие «потребитель». В широком смысле слова под потребителем по Толковому словарю Д.М. Ушакова понимается «лицо или организация, потребляющая продукты чьего-либо производства; то же самое, что покупатель» [74].

В действующих нормативно-правовых актах даются различные определения понятия «потребитель». В п. 23 ст. 4 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» указано: «потребитель - юридическое лицо или физическое лицо, приобретающие товар» [77].

Рассматривая понятие «потребитель» в рамках ЗОЗПП, где определение содержится в Преамбуле, 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» [23]. В нём законодатель раскрывает основные признаки, которые характерны потребителю. В юридической литературе также выделяются различные точки зрения относительно определения такого понятия.

Т.А. Мечетина и Д.В. Мечетин указывают на «принадлежность потребителя к числу физических лиц, а также приобретение или намерение приобрести товары исключительно для личных нужд, не имеющих связи с предпринимательской деятельностью» [33, с. 55-59]. Е.Ю. Ланина под потребителем понимает «гражданина, который должен заранее вступать в отношения с противостоящими ему субъектами, многие из которых несут установленные законом обязанности в рамках осуществления потребителем своих прав, защиты его законных интересов» [29, с.20-24].

Это уточнение в законе, поскольку приобретение товара для нужд организации не выступает в последствии предметом спора в суде по защите прав потребителей, в данном случае будут применяться нормы Гражданского кодекса РФ. Приобретение для себя лекарств, продуктов питания, техники и будут выступать теми действиями, которые в последствии могут явиться предметом спора между потребителем и продавцом или изготовителем.

Исходя из анализа ЗОЗПП потребитель – это гражданин, но исходя из буквального толкования закона может сложиться ошибочное мнение, что законодатель стремится сузить круг лиц, подпадающих под категорию потребитель, указывая в норме только граждан РФ [36, с. 58]. Но такой подход противоречил бы Конституции РФ и правовым актам международного характера.

Так, согласно ч. 3 ст. 62 Конституции Российской Федерации, «иностранцы граждане и лица без гражданства пользуются в Российской Федерации правами и несут обязанности наравне с гражданами Российской Федерации, кроме случаев, установленных федеральным законом или международным договором Российской Федерации» [27]. Следовательно, иностранные граждане и лица без гражданства также могут участвовать наравне с другими субъектами [34, с. 273-276].

Анализируя ЗОЗПП, юридические лица и индивидуальные предприниматели не подпадают под категорию «потребитель», только физические лица, приобретающие и использующие товары для целей, которые регламентированы в определении понятия «потребитель» ЗОЗПП. В случае, если индивидуальный предприниматель, приобрел какой-то товар для его профессиональной деятельности, в таком случае нормы ЗОЗПП не применяются, а применяются нормы ГК РФ [75].

Сегодня в связи с достаточно новой категорией: самозанятые граждане, возникает вопрос относительно их определения в рамках понятия потребителя. Самозанятые граждане – это физические лица, которые не

имеют статуса индивидуального предпринимателя, но при этом они вправе осуществлять некоторые виды предпринимательской деятельности [39, с. 68-70]. Представляется, что обеспечение единства правоприменительной практики требует разъяснений Пленума Верховного Суда РФ по рассматриваемому вопросу. Сегодня самозанятых граждан, согласно ЗОЗПП, невозможно рассмотреть и в качестве продавца, изготовителя товара, поскольку закон не содержит прямого указания на это [24, с. 170-171].

Потребитель согласно ЗОЗПП – это не только лицо, которое приобретает товар, услугу, но это и физическое лицо, которое только хочет его приобрести в будущем. Данное положение подтверждается в том числе и правовой нормой, в которой указано, что потребитель до момента покупки должен получить информацию о товаре.

Потребителем, согласно ЗОЗПП, может выступать любое лицо в независимости от возраста. Но, ввиду имеющихся гражданских и гражданско-процессуальных норм, от имени малолетнего потребителя с продавцом будут взаимодействовать его законные представители, например его родители при покупке одежды, игрушек, лекарств и так далее.

Согласно п. 1 ст. 2 Гражданского кодекса РФ «предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг. Лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, должны быть зарегистрированы в этом качестве в установленном законом порядке, если иное не предусмотрено настоящим Кодексом» [18].

Потребитель – это лицо, которое использует услугу или товар для личных целей, но такая услуга может быть оказана для производственных нужд, где потребитель будет использовать ее лично. В качестве примера можно привести бронирование гостиницы для работка (потребителя) в случае его командировки в другой город. Также существуют исключения связанные

с ограничением приобретения товаров таких как огнестрельное оружие, для которого необходима лицензия на приобретение, а также дальнейшая регистрация и соблюдение условий хранения. Таким образом, потребитель не всегда выступает покупателем, для него товар или услугу могут приобрести.

Потребитель всегда выступал в качестве слабозащищенной стороны. В качестве примера приведем период пандемии COVID- 19 в 2019 году, когда продавцы вели себя недобросовестно, поднимая цены на товары первой необходимости в несколько раз, или даже в несколько десятков раз, а покупатели находились в безвыходном положении, которые приобретали такие товары. Данная ситуация, которая сложилась вокруг пандемии оказалась благоприятной почвой для потребительских мошенничеств. Так, недобросовестные продавцы, использовали звонки, смс, электронные письма с целью приобретения потребителями некачественных товаров, например, медицинской страховки по низким ценам. Многие электронные письма, которые часто выдавались за сообщения от ВОЗ или Роспотребнадзора, под видом новой информации о вирусе, содержали информацию о продаже поддельных наборов для тестирования, и даже лекарств. Все это вводило в заблуждение потребителя, который нередко приобретал этот некачественный товар.

В период проведения Специальной военной операции сегодня многие иностранные организации ушли с рынка, поэтому, в случае если продавец прекратил свою деятельность на территории России, а дефект привел к потере товаром части своей стоимости, возможно обратиться к производителю для возмещения части покупной цены. В случае имеющийся гарантии можно также обратиться к производителю товара для его замены.

Анализируя нормы Гражданского кодекса РФ, отметим, что законодатель практически не использует понятие «потребитель». В большинстве случаев он заменяет его на «покупатель» в договорах купли-продажи и «заказчик», когда речь идет о работах и услугах [4, с. 101-102].

Понятия «потребитель» и «покупатель» не являются тождественными, так как последний термин включает в себя первый. В ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 N 469-ст), определение понятия «розничного покупателя» тождественно понятию «потребитель». «Розничный покупатель – физическое лицо, кроме индивидуальных предпринимателей, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее для использования товаров исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [17].

В настоящее время в статье 2 Конституции Российской Федерации указано, что человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина – обязанность государства.

Определение прав потребителей, в отличие от самого понятия «потребитель» не регламентируется ЗОЗПП. Они лишь перечисляются законодателем в различных нормах ЗОЗПП, где в каждой статье дается конкретизация определенному праву [68, с. 15-18]. В юридической литературе авторами дается различное определение данного понятия и его классификации.

По мнению В.В. Гончарова права потребителей подразделяются на универсальные и специальные. «Универсальные права потребителей – имеют объективный характер, это совокупность правовых возможностей, направленных на защиту прав граждан на рынке потребителей, для создания эффективного механизма защиты и реализации прав потребителей [35, с. 235-238]. Специальные права потребителей субъективны, то есть они присущи конкретному лицу, они регламентируются во 2, 3 разделах ЗОЗПП.

В юридической литературе под правами потребителей необходимо понимать комплекс прав, который закреплен в ЗОЗПП. Обеспечение прав

потребителей – это необходимая составляющая устойчивого и здорового общества, где предпочтения и интересы клиентов занимают главенствующее место. Важно, чтобы каждый гражданин знал свои права и умел ими пользоваться для улучшения качества своей жизни.

Исходя из анализа юридической литературы, понятие право потребителя в субъективном смысле, то это мера возможного поведения потребителя.

Сегодня проводятся реформы по совершенствованию существующей системы защиты прав потребителей, учитывая растущий спрос населения на более качественные и безопасные услуги во многих сферах жизни. В настоящее время вся система защиты прав потребителей перестраивается таким образом, чтобы обеспечить права потребителей по принципу «здесь и сейчас». С 1 сентября 2025 года в ЗОЗПП вносятся изменений, согласно которым теперь нельзя будет навязывать дополнительные услуги и товары при заключении основного договора с потребителем. Эти изменения затрагивают ст. 16 ЗОЗПП, теперь продажа дополнительных товаров за отдельную плату должна быть только с согласия покупателя. В случае если все же были навязанные дополнительные «опции», то потребитель вправе требовать возврата денег. Продавец не имеет право навязывать услуги, указывая на их обязательность при последующем заключении основного договора. Согласие на приобретение дополнительных товаров должно быть подписано в письменном виде. Продавцам запрещается проставлять автоматические отметки о согласии покупателя на приобретение дополнительных товаров, услуг и работ или выражать за потребителя такое согласие.

Эффективное правовое регулирование в сфере защиты прав потребителей обеспечивает качество и безопасность товаров. Аналогичного мнения придерживаются и зарубежные авторы. Так John TD Wood отмечает: защита прав потребителей развивалась по мере того, как средний класс

процветал во всем мире. Одна из главных причин успеха регулирования области защиты прав потребителей заключается в том, что, когда такое регулирование эффективно сформулировано и соблюдается, выигрывают все: потребители: из-за защиты качества и безопасности товаров и услуг, а бизнес - из-за повышения доверия потребителей [86]. Отметим большое количество нормативно-правовых актов, которые регулируют правоотношения в области защиты прав потребителей в зарубежных государствах, которые начали появляться еще в начале прошлого столетия. Первыми законодательными актами в области защиты прав потребителей были: Закон о защите покупателей книг 1899 года (НЮУ) (ранний пример регулирования продаж «от двери к двери»); Закон о торговцах и коллекционерах подержанных книг 1906 года (АСТ); Закон о ростовщиках 1912 года (ЗА); Закон об аукционистах и агентах 1941 года (НЮУ). После Второй мировой войны в связи с ситуацией, вызванной дефицитом товаров в некоторых регионах, а также в качестве средства борьбы с инфляцией было введено законодательство о контроле цен (например, Закон о ценах 1948 года (ЮАР)). В разное время такое регулирование распространялась на некоторые отдельные продукты: на цены на пиво и бензин в 1981 году (Закон о регулировании цен на топливо 1981 года (Вик.)), а в последнее время - на часть VB Закона о торговой практике 1974 года (Cth) [86].

Подводя итог вышеизложенному необходимо прийти к следующим выводам. Определение понятия прав потребителей в ЗОЗПП не дано, в нем лишь раскрывается каждое право, которые далее нами будет рассмотрено более подробно. Определение «потребитель» содержится в Преамбуле ЗОЗПП. 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. Разные авторы отмечают разные характеристики потребителя. Отмечается, что если товар

будет в дальнейшем использоваться для нужд организации, то в дальнейшем спор не будет относиться к спору по защите прав потребителей. Для определённых товаров существуют ограничения по приобретению. Отмечаются отсутствие тождественности понятий покупатель и потребитель.

Права потребителей по мнению В.В. Гончарова разделяются на универсальные и специальные и каждый обладает определёнными характеристиками.

Отмечаются реформы, которые проводятся в области защиты прав потребителей, такими являются: С 1 сентября 2025 года в ЗОЗПП вносятся изменения, согласно которым теперь нельзя будет навязывать дополнительные услуги и товары при заключении основного договора с потребителем. Эти изменения затрагивают ст. 16 ЗОЗПП, теперь продажа дополнительных товаров за отдельную плату должна быть только с согласия покупателя. В случае если все же были навязанные дополнительные «опции», то потребитель вправе требовать возврата денег. Продавец не имеет право навязывать услуги, указывая на их обязательность при последующем заключении основного договора. Согласие на приобретение дополнительных товаров должно быть подписано в письменном виде. Продавцам запрещается проставлять автоматические отметки о согласии покупателя на приобретение дополнительных товаров, услуг и работ или выражать за потребителя такое согласие.

Согласно буквальному толкованию Конституции РФ граждане, апатриды, иностранные граждане являются потребителями. Потребителем может выступать физическое лицо любого пола, а если потребителем выступает в отношении малолетний, то с продавцом будут взаимодействовать его законные представители.

Отмечаются самозанятые граждане, которые также являются физическими лицами, но при этом их нельзя рассмотреть в качестве

продавцов, изготовителей товаров, поскольку закон не содержит прямого указания на это.

## **1.2 Характеристика прав потребителей товаров, работ, услуг**

На сегодняшний день права потребителей регламентируются ЗОЗПП, который «регулирует отношения, возникающие между потребителями и изготовителями, исполнителями, импортерами, продавцами, владельцами агрегаторов информации о товарах (услугах) при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг), устанавливает права потребителей на приобретение товаров (работ, услуг) надлежащего качества и безопасных для жизни, здоровья, имущества потребителей и окружающей среды, получение информации о товарах (работах, услугах) и об их изготовителях (исполнителях, продавцах), о владельцах агрегаторов информации о товарах (услугах), просвещение, государственную и общественную защиту их интересов, а также определяет механизм реализации этих прав» [23].

Исходя из анализа преамбулы вышеуказанного закона, необходимо отметить, что законодателем выделяются следующие права потребителей: 1. право потребителя на просвещение в области защиты прав потребителей (ст. 3 ЗОЗПП); 2. право потребителя на безопасность товара (ст. 7 ЗОЗПП); 3. право потребителя на информацию об изготовителе и товарах (ст. 8 ЗОЗПП); 4. право потребителя при обнаружении в товаре недостатков (ст. 18 ЗОЗПП); 5. иные права [67, с. 145-146].

В Резолюции Генеральной Ассамблеи ООН от 9 апреля 1985 года № 39/248 «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей» регламентируется право на потребительское образование [66]. Действующим законодательством установлено, что такое право «обеспечивается посредством включения соответствующих требований в федеральные государственные образовательные стандарты и образовательные программы,

а также посредством организации системы информации потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав».

В целях реализации права потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей орган государственного надзора осуществляет формирование и ведение открытого и общедоступного государственного информационного ресурса в области защиты прав потребителей, качества и безопасности товаров (работ, услуг) в порядке, установленном Правительством Российской Федерации. А.Ф. Волынский утверждает, «по сей день, потребители демонстрируют «слабые» знания области защиты собственных прав, в том числе, в области образования» [11, с. 103]. Такие недостатки устраняются с помощью разработки, утверждения и введения государственных образовательных стандартов (ст. 7 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 № 273-ФЗ) [80].

На сегодняшний день право на просвещение в сфере защиты прав потребителей реализуется с помощью включения в общеобразовательных учреждениях предмета «Обществознание» с включением изучения таких тем, как экономические основы прав потребителей, защита прав потребителей, семейный бюджет, доходы и расходы семьи, способы защиты прав и так далее. На уровне среднего специального образования обучение дополняется курсами, которые изучают вопросы защиты прав потребителей более углубленно: «Основы маркетинга», «Маркетинг», «Организация и технология торговли». Сегодня существует номер телефона «горячей линии» единого консультационного центра Роспотребнадзора, информационно-справочные телефонные линии центрального аппарата Роспотребнадзора, которые могут быть использованы потребителями для получения консультаций и разъяснений.

Право потребителя на просвещение актуально не только в России, но и в странах ближнего зарубежья [15, с. 105-106]. Так, например, в Казахстане, несмотря на определенный прогресс в области защиты прав потребителей и

реформы системы управления, текущее состояние законодательства нуждается в дальнейшем развитии, в казахстанском законодательстве практически отсутствуют положения о привлечении СМИ к политике просвещения населения; общественные организации должны иметь возможность инициировать телепрограммы и другие медиапрограммы, повышающие уровень потребительских знаний (как «Контрольная закупка» в России). Государство должно быть главным спонсором таких программ в лице уполномоченных органов, а также казахстанских телеканалов. В настоящее время мы наблюдаем недобросовестную практику, когда все разрешенные средства вкладываются в распространение буклетов и брошюр, в то время как большая часть информации поступает через телевидение и Интернет. Интернет значительно сократил расходы на информацию, поездки и транспорт, так что потребители в принципе, могут легко совершать покупки у розничных продавцов, расположенных далеко от дома [86].

Следующим правом выступает право потребителя на безопасность, регламентируемое ст. 7 ЗОЗПП [15]. Так, «потребитель имеет право на то, чтобы товар (работа, услуга) при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя. Требования, которые должны обеспечивать безопасность товара (работы, услуги) для жизни и здоровья потребителя, окружающей среды, а также предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, являются обязательными и устанавливаются законом или в установленном им порядке» [23].

Как указывает Е.В. Самматов организации, которые осуществляют торговлю, оказывают услуги, нередко с целью получения прибыли пренебрегают правом потребителя на безопасность [69, с. 534-537].

В качестве примера нарушения права потребителя на безопасность товара приведем, Решение Краснокамского районного суда Республики

Башкортостан было от 27 февраля 2024 года № 2-348/2024, согласно которому суд, рассмотрев материалы дела установил, что в магазине «Яран» на реализацию был поставлен товар – стеклоомывающая жидкость без документов, подтверждающих качество и безопасность продукции. Жидкость была изъята и отправлена на экспертизу, согласно которой в составе она содержала метиловый спирт, превышающий в массовой доле допустимые 0,05 %, что создавало угрозу для здоровья или жизни граждан. Исследование судом представленных доказательств по делу, и дальнейшее вынесение решения указало, что индивидуальный предприниматель нарушил право на безопасность товара в отношении неопределенного круга лиц [56].

Вред, причиненный жизни, здоровью или имуществу потребителя вследствие необеспечения безопасности товара (работы), подлежит возмещению в соответствии со статьей об имущественной ответственности за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги) [23].

Безопасность понятие многогранное, прибегая к Толковому словарю Д.Н. Ушкова, под ней понимают «отсутствие опасности; предупреждение опасности, условия, при которых не угрожает опасность» [58]. В ст. 2 Федерального закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 N 184-ФЗ указано, что «безопасность продукции и связанных с ней процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации (далее - безопасность) - состояние, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений» [83].

В п. 3.3.17 «ГОСТ Р 50646-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги населению. Термины и определения» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.11.2012 N 1612-ст) регламентируется, что «безопасность услуг: Состояние услуг, при котором отсутствует

недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц, государственному или муниципальному имуществу, окружающей среде, жизни или здоровью животных и растений» [16].

Вопросы безопасности продуктов сегодня регламентируются Федеральным законом «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ [79]. Система обеспечения безопасности пищевой продукции, создаваемая сейчас в ЕАЭС, является комплексной и направлена на обеспечение безопасности жизни и здоровья людей, предотвращение нарушения прав потребителей и информирование о рисках для здоровья, связанных с продуктами питания. Создание системы обеспечения безопасности пищевой продукции в ЕАЭС идет полным ходом, а это значит, что есть предпосылки для разработки глобальной программы действий для стран ЕАЭС, которая будет направлена на защиту прав потребителей и обеспечение высокого качества продукции и услуг. Такой подход при правовом регулировании является ключевым условием обеспечения продовольственной безопасности, которая, в свою очередь, входит в число приоритетных направлений скоординированной политики ЕАЭС в области защиты прав потребителей, проводимой совместно государствами-членами ЕАЭС и Комиссией. Как показывает мировая практика, обеспечение только безопасности продукции (что в полной мере предусмотрено правовыми документами в рамках правовой системы ЕАЭС) не позволяет в полной мере реализовать право потребителей на приобретение качественных товаров или услуг. В основе этого сотрудничества должна лежать стратегия ЕАЭС, направленная на защиту прав и интересов потребителей через повышение качества и конкурентоспособности товаров (услуг), производимых в государствах - членах ЕАЭС, и рост экспорта из этих государств. Принятие стратегии позволит объединить усилия государств-членов ЕАЭС, разработать евразийские стандарты качества товаров или услуг, обеспечить возможность

поддержки деятельности общественных организаций, направленной на защиту интересов потребителей, и создать условия для повышения социальной ответственности бизнеса. Работа, проводимая на уровне ЕАЭС, будет эффективно дополнять деятельность государств-членов ЕАЭС, направленную на предотвращение проникновения на единый рынок ЕАЭС опасных и низкокачественных товаров и услуг, а также на защиту здоровья, безопасности, экономических и правовых интересов потребителей.

Рассматривая правовые акты, которые регулируют безопасность продуктов питания, отметим, что в зарубежных странах они берут свое начало еще с начала прошлого столетия. John TD Wood отмечает следующее. Контроль за состоянием здоровья населения и пищевых продуктов стал необходим после того, как на рубеже веков появились продавцы патентованных лекарств - «торговцы змеиным маслом», а также по мере накопления научных знаний о действии некоторых лекарств, которые раздавали викторианские медики, таких как лауданум и мышьяк. Аналогичным образом, рост числа предприятий пищевой промышленности и мест приготовления пищи с неизбежным увеличением числа пищевых отравлений привел к появлению правил гигиены питания и инспекторов. Закон об общественном здравоохранении 1902 года (НЮУ) касался продажи недоброкачественных продуктов питания, пищевых стандартов, загрязнения окружающей среды, мошенничества при маркировке ингредиентов и вредных продуктов. Впоследствии сопутствующий Закон о чистых продуктах питания 1908 года установил правила и режимы проверки. В обоих случаях законодательные меры были направлены на борьбу с загрязнением и фальсификацией, а в случае с лекарствами: с обманом при продаже. Эти законы были приняты как для защиты солидных компаний от недобросовестных конкурентов и защиты интересов потребителей. Примером является закон США о продуктах питания и лекарствах 1906 года. Интересно, что, учитывая озабоченность в то время многих граждан страны

мужского пола, одним из первых законодательных актов, защищающих «чистоту» продуктов, стал Закон о фальсификации спиртных напитков 1855 года (Клд) [86].

Если для безопасности использования товара (работы, услуги), его хранения, транспортировки и утилизации необходимо соблюдать специальные правила (далее - правила), изготовитель (исполнитель) обязан указать эти правила в сопроводительной документации на товар (работу, услугу), на этикетке, маркировкой или иным способом, а продавец (исполнитель) должен довести эти правила до потребителя. Если на товары (работы, услуги) законом или в установленном им порядке установлены обязательные требования, обеспечивающие их безопасность для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды и предотвращение причинения вреда имуществу потребителя, соответствие товаров (работ, услуг) указанным требованиям подлежит обязательному подтверждению в порядке, предусмотренном законом и иными правовыми актами.

В иностранных источниках отмечается, что во многих отношениях движение потребителей было в авангарде тех стран, которые осознавали важность сотрудничества между странами для регулирования и гармонизации подходов к продуктам питания, здравоохранению, стандартам и торговле. Важно отметить, что Австралия играла важную роль в некоторых из межправительственных форумов [90]. К сожалению, за пределами Европейского сообщества был только один международный межправительственный форум, который занимался политикой в отношении потребителей: Комитет по политике в отношении потребителей Организации экономического сотрудничества и развития. Однако, хотя он и оказал большое влияние на формирование политических дебатов по таким вопросам, как финансовые услуги, дистанционная торговля, электронная коммерция, как форум он не включал большинство национальных государств [88].

Следующим правом является право потребителя на информацию об изготовителе и товарах. Согласно ст. 2 информация Федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ под информацией понимают «сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления» [78]. Информация может быть, как общедоступной, так и доступна ограниченному кругу лиц. Если говорить о ст. 8 ЗОЗПП, то здесь речь идет об общедоступной информации [15, с. 35].

В п. 2 ст. 8 ЗОЗПП указано, что «информация в наглядной и доступной форме доводится до сведения потребителей при заключении договоров купли-продажи и договоров о выполнении работ (оказании услуг) способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей, на русском языке, а дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов Российской Федерации и родных языках народов Российской Федерации» [23]. Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах). Изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске [5, с. 13-14].

В 2019 году в России были внесены изменения в ЗОЗПП, в связи с большой популярностью продаж товаров на сайтах – агрегаторах, сегодня они должны предоставлять достоверную информацию о себе и о поставщиках.

В ЗОЗПП прямо предусмотрено, что стороной по договору может выступать не только продавец, изготовитель, но владелец агрегатора информации о товарах, ему было дано определение в Преамбуле ЗОЗПП.

«Владелец агрегатора информации о товарах (услугах) (далее - владелец агрегатора) - организация независимо от организационно-правовой формы либо индивидуальный предприниматель, которые являются владельцами программы для электронных вычислительных машин и (или) владельцами сайта и (или) страницы сайта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и которые предоставляют потребителю в отношении определенного товара (услуги) возможность одновременно ознакомиться с предложением продавца (исполнителя) о заключении договора купли-продажи товара (договора возмездного оказания услуг), заключить с продавцом (исполнителем) договор купли-продажи (договор возмездного оказания услуг), а также произвести предварительную оплату указанного товара (услуги) путем наличных расчетов либо перевода денежных средств владельцу агрегатора в рамках применяемых форм безналичных расчетов в соответствии с пунктом 3 статьи 16.1 настоящего Закона и Федеральным законом от 27 июня 2011 года N 161-ФЗ «О национальной платежной системе» [23]. Владелец агрегатора обязан довести до сведения потребителей информацию о себе и продавце (исполнителе) (фирменное наименование (наименование), место нахождения (адрес), режим работы, государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица, фамилию, имя, отчество (если имеется), государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя), а также об имеющихся изменениях в указанной информации [23].

Потребитель, традиционно, имеет меньше экономических возможностей, продавец - больше. Цифровизация отношений между потребителем и продавцом не решила старую проблему недостаточной защищенности потребителя, а скорее усугубила ее. Теперь потребитель нуждается в защите от недобросовестных действий, как продавца, так и агрегатора информации [87].

Компания, оказывающая услугу, продающая товар должна предоставить покупателю сведения о наименовании, режиме работы и месте нахождения [23]. Если организация оказывает лицензируемые виды деятельности, то соответственно потребителю должна быть предоставлена информация о виде деятельности, номере лицензии или свидетельства о госаккредитации, сроках действия и выдавшем их органе [23]. В качестве примера нарушения права потребителя на информацию об изготовителе рассмотрим Решение Автозаводского районного суда г. Тольятти от 17 января 2024 года, где ТООЗПП «Щит» обратилась с иском к ИП о защите прав и законных интересов неопределенного круга потребителей [51]. Требования она обосновывала тем, что при проведении ими проверки были выявлены нарушения, в том числе было нарушено право потребителя на информацию, а именно: «не была доведена до сведения потребителей обязательная информация об организации [51]. Исковые требования судом были удовлетворены. Еще одним примером нарушения выступает Решение Автозаводского районного суда г. Тольятти от 02 февраля 2024 года (Дело № 2-14859/2023), где исковые требования истца (Тольяттинской общественной организации по защите прав потребителей) к ИП о защите прав потребителей и законных интересов неопределенного круга лиц потребителей о признании действий противоправными и прекращении противоправных действий были удовлетворены. Так, судом было установлено, что при проведении истцом мероприятия общественного контроля были выявлены нарушения, в том числе: до сведения потребителей не была доведена информация о торгующей организации (на вывеске отсутствовали сведения о ее наименовании); отсутствовали (частично) ценники, оформленные должным образом: с указанием наименования товара, цены за единицу товара и так далее [52].

Законодателем установлены следующие требования к «потребительской» информации:

- необходимость;

- достоверность;
- наглядность и доступность;

При этом отсутствуют сведения, что следует понимать под наглядностью и доступностью в ЗОЗПП и в положениях Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей». Информация о товаре и об организации должна быть достоверной, то есть соответствующая действительности. Изготовитель должен предоставить корректную информацию о товаре, например, он должен указать, что в составе конфет присутствует действительно тот перечень ингредиентов, который он заявляет на упаковке. Необходимая информация – это тот перечень информации, который обязателен для покупателя, он установлен действующим законодательством.

Право на информацию одна из важнейших основ защиты прав потребителей, сегодня информация на продуктах предоставляет потребителям делать осознанный выбор, безопасно использовать продукты питания, в условиях большого разнообразия пищевых продуктов [23]. Количество информации о продукте на упаковке может оказаться непомерно большим по объему. Такие сведения о продукте, как список ингредиентов, добавки, даты «использовать до» и «до», цена, куда обратиться в случае вопросов и имеющихся претензий и так далее, могут привести в том числе и к умственной перегрузке и путанице [2, с. 15-16].

Потребитель вправе потребовать информацию о товаре, работе или услуге, которая указана в п. 2 ст. 10 ЗОЗПП, которая должна содержать:

- наименование технического регламента или иное установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара обозначение;

- цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг), в том числе при оплате товаров (работ, услуг) через определенное время после их передачи (выполнения, оказания) потребителю, полную сумму, подлежащую выплате потребителем, и график погашения этой суммы;
- гарантийный срок, если он установлен;
- адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера и так далее [23].

Этот перечень информации не является исчерпывающим. Судебная коллегия Верховного Суда, сославшись на п. 1 ст. 10 ЗОЗПП, указала, что на продавце лежит обязанность по предоставлению потребителю информации, обеспечивающей возможность его правильного выбора, а установленный п. 2 ст. 10 ЗОЗПП обязательный перечень такой информации не является исчерпывающим и не освобождает продавца от предоставления иной информации, если она имеет значение для правильного выбора товара потребителем. Если наличие обременения товара залогом имеет для покупателя существенное значение, то сведения об этом также относятся к информации о товаре, которую продавец обязан своевременно предоставлять потребителю (Определение Судебной коллегии Верховного Суда от 25 января 2022 г. № 49-КГ21-41-К6) [49].

Предоставление достоверной информации при дистанционном способе продажи товаров регламентируется федеральным законом от 13.03.2006 г. «О рекламе»: «в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной

регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя» [81].

В Постановлении Правительства РФ от 31.12.2020 N 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 [47], а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации» указано, что «при дистанционном способе продажи товара продавец предоставляет потребителю полную и достоверную информацию, характеризующую предлагаемый товар, посредством ее размещения на сайте и (или) странице сайта в сети «Интернет», и (или) в программе для электронных вычислительных машин, и (или) в средствах связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.), и (или) в каталогах, буклетах, проспектах, на фотографиях или в других информационных материалах» [71, с. 117-119].

Сегодня стремительно развивается дистанционная торговля и становится все более популярной среди потребителей во всем мире, этот рынок демонстрирует значительный рост, что обусловлено удобством покупок онлайн. Однако, вместе с преимуществами дистанционной торговли, возникает ряд проблем [14, с. 32-33]. Необходимо также отметить, что отсутствие информации о наименовании и местонахождении такого субъекта делает невозможным проведение проверок со стороны органов государственной власти по обращениям потребителей.

Развитие электронных площадок приводит к возникновению проблем в области защиты прав потребителей и необходимости защиты прав потребителей. Основными проблемами являются не предоставление

прозрачной и достоверной информации, проблемы безопасности онлайн-платежей, защиты данных и конфиденциальности, разрешения споров, возникающих при онлайн-покупках, возмещения ущерба и доставки. Также к проблемам защиты прав потребителей относятся проблемы, связанные с качеством, сроком годности, гарантией на приобретаемую продукцию, ее сертификацией, соблюдением требований к транспортировке [14, с. 202-203].

Анализируя право на получение достоверной и полной информации отметим, что сегодня органы власти ЕАЭС создали и постоянно совершенствуют нормативно-правовую базу, устанавливающую четкие и прозрачные требования к пищевой продукции, начиная с санитарно-эпидемиологических и гигиенических требований безопасности и заканчивая данными, включаемыми в маркировку пищевой продукции, и обеспечивающую право потребителей на получение полной и достоверной информации о данной продукции. Гигиенические требования и нормативы безопасности пищевой продукции разрабатываются на основе научных исследований и оценки рисков, которые могут привести к опасным воздействиям на организм человека; международных и региональных нормативов, руководств и (или) рекомендаций. Единые санитарно-эпидемиологические и гигиенические требования к продукции в соответствии с регламентами Комиссии включены в Технический регламент ЕАЭС и позволяют защитить жизнь и здоровье людей, окружающую среду, а также права потребителей.

В юридической литературе высказывается мнение о необходимости защиты прав потребителей путем предоставления им достоверной информации о продуктах. Сегодня во многих странах, не только в России актуализируется вопрос относительно доверия потребителей к пищевым продуктам, многие опасаются того, что маркировка и реальное содержание продукта не совпадают, а какие-то ингредиенты и вовсе указаны в самом конце списка или не указаны должным образом. Многие продукты стали

именовать как «аналога сыра» и «имитированная ветчина». Но означает ли увеличение количества информации о продуктах питания то, что потребители будут чувствовать себя более безопасно и уверенно.

В прошлом году Исследовательский центр немецкого и европейского продовольственного права при Университете Байройта помог объективизировать эту дискуссию, организовав выдающийся симпозиум на тему «Защита потребителей с помощью информации в продовольственном праве». В законодательстве Европейского сообщества, которое в настоящее время является законодательством Европейского союза, мы находим множество обязательных обязательств для операторов пищевого бизнеса, касающихся их обязанностей по предоставлению информации.

Следующие права потребителей возникают после обнаружения недостатков в товаре. Исследуя понятие «недостатка» необходимо рассмотреть понятие «качества», определение которого отсутствует в ЗОЗПП [3, с. 190-191]. Продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), качество которого соответствует договору. При отсутствии в договоре условий о качестве товара (работы, услуги) продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), соответствующий обычно предъявляемым требованиям и пригодный для целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется.

Качество товара регламентируется в ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт Российской Федерации [17]. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 N 469-ст), где под ним понимают «...совокупность потребительских свойств товара, соответствующих установленным требованиям, в том числе условиям договора купли-продажи или иных аналогичных» [17].

Понятие качества товара неразрывно связано с понятием недостатков в товаре, то есть в случае продажи некачественно товара мы говорим о том, что

потребитель вправе потребовать согласно ЗОЗПП либо замену, возврата уплаченной суммы и возврата и так далее. Потребитель сам решает, какое требование предъявить организации.

Невозможно, чтобы продавец самостоятельно устанавливал определенный перечень требований, например, только замену на аналогичный товар или услугу. Такие требования относят и к товарам, купленным через интернет сайты.

При обнаружении недостатков потребитель вправе по своему выбору предъявить следующие требования:

- 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. По требованию продавца и за его счет потребитель должен возвратить товар с недостатками [19].

Таким образом, в случае обнаружения недостатков потребитель требует возврата уплаченной денежной суммы за товар и расторжение соответствующего договора, замены товара, его ремонта или уменьшение цены, все эти требования на усмотрение потребителя. Он самостоятельно выбирает один из предложенных ему законодателем вариантов. Отсутствие чека об оплате не является основанием отказа продавца в удовлетворении требований. В случае если потребитель будет требовать ремонта товара длительного пользования, продавец обязан предоставить ему в течение трех

дней замену на такой период. Лицо будет пользоваться им бесплатно в течение всего ремонта.

Рассматривая надлежащее и ненадлежащее качество, отметим, что сегодня законодателем приводится перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, которые не подлежат обмену (Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 (ред. от 17.05.2024)). Это чулочно-носочные изделия, товары бытовой химии, предметы личной гигиены и так далее.

Недостаток товара, согласно ЗОЗПП, выражается в том, что он не соответствует определенным параметрам, например, тем, которые указаны в соглашении между сторонами.

В п. 5 Обзора судебной практики по делам о защите прав потребителей, утвержденном Президиумом Верховного Суда РФ от 23 октября 2024 года рассмотрено дело (Определение от 23 января 2024 г. № 46-КГ23-15-К6), исходя из которого в Обзоре дается разъяснения о праве потребителя «отказаться от использования некачественного товара и потребовать возврата денежных средств в случае невозможности использовать технически сложный товар более тридцати дней в любом году гарантийного срока из-за устранения недостатков, включая их устранение при предыдущих гарантийных ремонтах и передачи товара на новый ремонт» [38].

Как считает Т.А. Скворцова и Х.А. Сулейманов рассматривают в своей работе понятие «существенного недостатка» [70, с. 66-70]. Разъяснения относительно этих категорий дается в п. 13 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17. Так, несоразмерные расходы – это «недостаток, расходы на устранение которого приближены к стоимости или превышают стоимость самого товара (работы, услуги) либо выгоду, которая могла бы быть получена потребителем от его использования» [45].

Несоразмерное время – это время, которое превышает установленный лимит, сегодня законодателем определен максимальный срок в виде сорока

пяти дней, соглашением сторон он может быть меньше [23]. В случае, если соглашение между потребителем и продавцом отсутствует, то несоразмерное время – это тот промежуток времени, который превышает минимальный, объективно необходимый для устранения данного недостатка обычно применяемым способом [23].

23 октября 2024 года Президиум Верховного Суда РФ утвердил Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей, который включает в себя правовые позиции, касающиеся разрешения споров о защите прав потребителей, связанных с реализацией товаров, выполнением работ или оказанием услуг, разрешения споров между потребителями финансовых услуг и финансовыми организациями. В п. 3 вышеуказанного Обзора отмечено дело, согласно которому был признан правомерным отказ потребителя для предоставления товара на проверку качества в другой город, а не по месту его приобретения [38].

Так же отметим, что сегодня потребитель может предъявить иск в отношении некачественного товара не только продавцу, но и импортеру или производителю такого товара, при этом все эти потенциальные ответчики обязаны информировать потребителя о его правах на возврат такого некачественного товара.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы.

В преамбуле ЗОЗПП, под потребителем понимают гражданина, имеющего намерение заказать или приобрести либо заказывающего, приобретающего или использующего товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Понятие «потребитель» не тождественно понятию «покупатель». Для потребителя могут быть установлены ограничения по приобретению определённых товаров. Права потребителей могут быть подразделены на универсальные и специальные.

Юридическое лицо потребителем не является. Самозанятые граждане, согласно ЗОЗПП, не выступают в качестве потребителей, но для обеспечения единства правоприменительной практики сегодня необходимы разъяснения Пленума Верховного Суда РФ по данному вопросу.

В действующем гражданском законодательстве отсутствует определение понятия «права потребителей».

Законодатель выделяет права потребителей, связанные с просвещением, безопасностью, информацией, случаями, когда потребителей обнаружил недостаток в товаре и иные права.

Просвещение обеспечивается как на основе руководящих принципах, которые регламентируют потребительское образование, так требований в образовательные стандарты и информирования, что отмечается в предмете «Обществознание», дополнительных курсов в «Основы маркетинга», «Маркетинг», «Организация и технология торговли». Отмечается зарубежный опыт по просвещению и необходимости реформирования. Например, отмечается необходимость привлечения СМИ к политике просвещения, необходимости предоставления общественным организациям инициировать телепрограммы, которые повышали уровень потребительских знаний, а также отведению государству места главного спонсора таких программ.

Отмечаются усилия ЕАЭС направленные на безопасность жизни и здоровье людей, а также на предотвращение нарушения прав потребителей и информирование о рисках для здоровья, связанных с продуктами питания. Создание системы обеспечения безопасности пищевой продукции в ЕАЭС идет полным ходом, а это значит, что есть предпосылки для разработки глобальной программы действий для стран ЕАЭС, которая будет направлена на защиту прав потребителей и обеспечение высокого качества продукции и услуг.

ЗОЗПП устанавливает, что для потребителя информация должна быть общедоступна, а информация на сайтах агрегаторах, должна быть достоверна как о себе, так и поставщиках. Развитие электронных площадок имеет проблемы, связанные с не предоставлением прозрачной и достоверной информации, проблемы безопасности онлайн-платежей, защиты данных и конфиденциальности, разрешения споров, возникающих при онлайн-покупках, возмещения ущерба и доставки. Также к проблемам защиты прав потребителей относятся проблемы, связанные с качеством, сроком годности, гарантией на приобретаемую продукцию, ее сертификацией, соблюдением требований к транспортировке.

Законодателем установлены требования к потребительской информации: необходимость, достоверность, наглядность и доступность.

Отмечается, что качество товара неразрывно связано с понятием недостатков в товаре, то есть в случае продажи некачественно товара потребитель вправе потребовать согласно ЗОЗПП либо замену, возврата уплаченной суммы и возврата и так далее. Потребитель сам решает, какое требование предъявить организации.

Продавец самостоятельно не может установить определенный перечень требований, тоже самое связано с товарами, купленным через интернет сайты.

## **Глава 2 Защита прав потребителей в Российской Федерации**

### **2.1 Общая характеристика способов защиты прав потребителей**

Сегодня в связи с рядом текущих ситуаций в стране и в мире, начиная с 2022 года вопрос защиты прав потребителей становится все более актуальным. Многие иностранные организации объявили о своем уходе из России и такие заявления повлекли за собой множество дискуссий относительно возможных нарушений прав потребителей иностранными компаниями.

Способы защиты и восстановления нарушенных прав потребителей содержатся в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей», а также регламентируются ст. 12 Гражданского кодекса РФ. В целях защиты прав потребителей в настоящее время применяются следующие гражданско-правовые способы защиты: самозащита; прекращение или изменение правоотношения; возмещение убытков; взыскание неустойки; компенсация морального вреда [3, с. 190-192].

Рассмотрим каждый способ по порядку. Согласно п. 10 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 N 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» «лицо, право которого нарушено, может прибегнуть к его самозащите, соответствующей способу и характеру нарушения (статья 14 ГК РФ)» [46].

По мнению М.В. Карпычева «способ самозащиты гражданских прав – это действие или система действий по защите гражданских прав, предпринимаемых лицом, уполномоченным на это в силу закона или договора, без обращения в соответствующие государственные или другие правоохранительные органы» [65, с. 191-198].

В рамках самозащиты потребитель не вправе нарушать права и интересы других лиц [21, с. 10]. Согласно ст. 14 ГК РФ «способы самозащиты должны быть соразмерны нарушению и не выходить за пределы действий, необходимых для его пресечения» [18]. В судебной практике встречаются решения, где судом указывается на использование потребителем такого способа защиты, как самозащита, в качестве примера приведем Решение Мончегорского городского суда Мурманской области от 27 апреля 2020 года (Дело № 2-367/2020), где было установлено, что проводимая экспертиза производилась в целях защиты нарушенного права потребителя (была неисправна видеокарта), чек прилагался для подтверждения факта приобретения товара ненадлежащего качества, в связи чем суд признал их реализацию «соразмерным и допустимым способом самозащиты», отвечающим «признакам относимости, допустимости и достоверности доказательств» [59].

Потребитель может воспользоваться самозащитой через обращение в средства массовой информации, которые включают в себя не только телеканалы, печатные издания, но также сетевые издания. Обращение позволяет без обращения в государственные органы, распространить информацию о продавце, исполнителе, которые предоставил не качественные товар, оказал услугу, но не отвечает на претензии потребителя, игнорирует их.

Распространение информации через средства массовой информации может способствовать тому, что продавец, поставщик услуг, может для снижения репутационных издержек, а также последующих за этим снижения продаж разрешить вопрос с потребителем у которого имеется претензия [8, с. 73-74]. Публикация о в средствах массовой информации для потребителя является одним из способов привлечения внимания к некачественному товару, работе, а также может способствовать выявлению иных потребителей,

права которых нарушены и в дальнейшем и если до судебного средства не помогли, обратиться с коллективным иском в суд.

Согласно п. 2 ст. 15 Гражданского кодекса РФ убытки – это «расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, утрата или повреждение его имущества (реальный ущерб), а также неполученные доходы, которые это лицо получило бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было нарушено (упущенная выгода)» [18]. «Если лицо, нарушившее право потребителя, получило вследствие этого доходы, потребитель вправе требовать возмещения, наряду с другими убытками, упущенной выгоды в размере не меньшем, чем такие доходы» [18]. Аналогичные положения содержатся и в абз. 2 п. 31 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей».

Пунктом 1 ст. 394 ГК РФ регламентировано правило: «если за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательства установлена неустойка, то убытки возмещаются в части, не покрытой неустойкой. Законом или договором могут быть предусмотрены случаи: когда допускается взыскание только неустойки, но не убытков; когда убытки могут быть взысканы в полной сумме сверх неустойки; когда по выбору кредитора могут быть взысканы либо неустойка, либо убытки» [18].

Согласно п. 2 ст. 13 ЗОЗПП «если иное не установлено законом, убытки, причиненные потребителю, подлежат возмещению в полной сумме сверх неустойки (пени), установленной законом или договором» [23].

Лицо, которое возместило убытки не будет освобождено от дальнейшего возмещения обязательств в натуре перед потребителем [18].

В случае подачи искового заявления о защите прав потребителей, где одним из требований выступает возмещение убытков, которые связаны с возвратом товара ненадлежащего качества, суд имеет право удовлетворить

требования истца о взыскании разницы между ценой приобретенного товара и ценой, существующей на момент удовлетворения требований [18]. В качестве примера рассмотрим Решение Балаковского районного суда Саратовской области от 21 февраля 2024 года (Дело № 2-3867/2023), по которому суд удовлетворил иски о взыскании разницы суммы, которая была выплачена за товар и стоимостью товара на сегодняшний день [53].

В Обзоре судебной практики по делам о защите прав потребителей, утвержденный Президиумом Верховного Суда РФ 23 октября 2024 года было указано, что возместить убытки покупателю обязаны даже в том случае, если товар был оплачен, но получил от продавца отказ в передаче такого товара (были рассмотрены Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 23 января 2024 г. № 2-КГ23-8-К3). Аналогичная правовая позиция изложена также в определениях Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 31 октября 2023 г. № 16-КГ23-48-К4, от 5 марта 2024 г. № 41-КГ23-80-К4, от 2 апреля 2024 г. № 5-КГ24-11-К2 и № 46-КГ24-1-К6). Так, Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ указала, что условие, которое было указано в публичной оферте о том, что продавец вправе отказаться от исполнения договора в одностороннем порядке считается недействительным, так как оно противоречит действующим нормативно-правовым актам, ущемляет права другой стороны, то есть потребителя на то, чтобы последний получил свой товар, который был предварительно им оплачен [38].

Следующим способом защиты прав потребителей выступает взыскание неустойки. Понятие неустойки содержится в ст. 330 Гражданского кодекса, где под ней признается «определенная законом или договором денежная сумма, которую должник обязан уплатить кредитору в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательства, в частности в случае просрочки исполнения.

По требованию об уплате неустойки кредитор не обязан доказывать причинение ему убытков» [18]. В этой же статье указано, что неустойка может быть выражена в виде штрафа или пени.

По мнению Д.А. Гришина «неустойка представляет собой средство стимулирования должника к надлежащему исполнению обязательства, побуждает его под страхом обязательного наступления известных ему заранее неблагоприятных последствий исполнить принятые на себя обязательства. Одна из целей установления неустойки - предупредить нарушение обязательства» [1, с. 202-204].

Согласно п. 32 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» «неустойка (пеня) в размере, установленном статьей 23 Закона, взыскивается за каждый день просрочки указанных в статьях 20, 21, 22 Закона сроков устранения недостатков товара и замены товара с недостатками, соразмерного уменьшения покупной цены товара, возмещения расходов на исправление недостатков товара потребителем, возврата уплаченной за товар денежной суммы, возмещения причиненных потребителю убытков вследствие продажи товара ненадлежащего качества либо предоставления ненадлежащей информации о товаре, а также за каждый день задержки выполнения требования потребителя о предоставлении на время ремонта либо до замены товара с недостатками товара длительного пользования, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, впредь до выдачи потребителю товара из ремонта или его замены либо до предоставления во временное пользование товара длительного пользования, обладающего этими же основными потребительскими свойствами, без ограничения какой-либо суммой» [45].

Неустойка взыскивается за нарушение установленных сроков начала и окончания выполнения работы (оказания услуги) и промежуточных сроков выполнения работы (оказания услуги). Если исполнителем были

одновременно нарушены установленные сроки начала и окончания работы (оказания услуги), ее этапа, неустойка (пеня) взыскивается за каждое нарушение, однако ее сумма не может превышать цену отдельного вида выполнения работы (оказания услуги) или общей цены заказа, если цена отдельного вида выполнения работы (оказания услуги) не определена договором [23].

Согласно ст. 23 ЗОЗПП «за нарушение предусмотренных статьями 20, 21 и 22 настоящего Закона сроков, а также за невыполнение (задержку выполнения) требования потребителя о предоставлении ему на период ремонта (замены) аналогичного товара продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер), допустивший такие нарушения, уплачивает потребителю за каждый день просрочки неустойку (пеню) в размере одного процента цены товара» [23].

В качестве примера применения нормы о взыскании неустойки рассмотрим Решение Центрального районного суда г. Тольятти Самарской области от 16 февраля 2024 года (Дело № 2-18/2024), где было указано, что «принимая во внимание период просрочки удовлетворения требований потребителя (на дату рассмотрения дела требования не удовлетворены), компенсационную природу неустойки, которая направлена на восстановление прав, нарушенных вследствие ненадлежащего исполнения обязательства, взыскание наряду с неустойкой компенсации морального вреда и штрафа, суд полагает, что сумма неустойки за нарушение сроков удовлетворения требований о возврате стоимости товара в размере 566 000 рублей, и неустойки за нарушение срок по возмещению разницы между ценой товара, установленной договором и ценой товара на дату вынесения решения в размере 566000 рублей позволяют соблюсти разумный баланс между допущенным нарушением ответчиком указанного срока и последствиям причиненным истцу» [64].

В соответствии с правовой позицией, выраженной Конституционным Судом Российской Федерации, которая сформировалась при осуществлении конституционно-правового толкования ст. 333 Гражданского кодекса РФ (уменьшение неустойки), при применении данной нормы суд обязан обратить внимание на неустойку и действительный размер причиненного потребителю ущерба.

В настоящее время уменьшение неустойки осуществляется судом при оценке соразмерности последствиям нарушения, анализируя при этом предоставленные ответчиком в обязательном порядке доказательства, которые подтверждают такую несоразмерность, уменьшение невозможно без указания мотивов, по которым суд пришел к такому выводу о несоразмерности. Для примера проанализируем Решение Видновского городского суда Московской области от 28 февраля 2024 года (Дело № 2-2224/2024), где суд указал, что заявление ответчика о явной несоразмерности неустойки последствиям нарушения обязательства имеется, исходя из анализа обстоятельств, послуживших причиной просрочки исполнения обязательства, он пришел к выводу о явной несоразмерности заявленной ко взысканию неустойки и снизил ее размер [54].

Большое количество примеров представляются интересными для анализа из Обора судебной практики ВС РФ за 2024 год. Например, в п. 11 приводится обзор актуального вопроса, возникшего при рассмотрении дела о защите прав потребителей, который заключается в невозможности снижения судом штрафа на основании ст. 333 ГК РФ без соответствующего заявления со стороны лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность [7, с. 232-233]. Судебная коллегия по гражданским делам Верховного Суда РФ, указала, что применение ст. 333 ГК РФ возможно в исключительных случаях и по заявлению ответчика с обязательным указанием мотивов, по которым суд полагает, что уменьшение размера неустойки является допустимым. Если должником является коммерческая организация, индивидуальный

предприниматель, а равно некоммерческая организация при осуществлении ею приносящей доход деятельности, снижение неустойки судом допускается только по обоснованному заявлению такого должника, которое может быть сделано в любой форме [18].

Если уменьшение неустойки допускается по инициативе суда, то вопрос о таком уменьшении может быть также поставлен на обсуждение сторон судом апелляционной инстанции независимо от перехода им к рассмотрению дела по правилам производства в суде первой инстанции [18].

Таким образом, Президиум Верховного Суда РФ принял решение, что сумма штрафа с организации должна снизиться согласно ст. 333 ГК РФ, в случае если будет заявление с ее стороны. Такие положения не были учтены нижестоящим судом. Это значимо при рассмотрении дел о защите прав потребителей в суде.

По ст. 395 ГК РФ можно отметить следующее, что она предусматривает ответственность за неисполнение денежного обязательства, это проценты от суммы долга. Так, например, ст. 395 ГК РФ может применяться при нарушении обязательств страховщиком наряду с неустойкой согласно ЗОЗПП. Но п. 4 ст. 395 ГК РФ предусматривает «в случае, когда соглашением сторон предусмотрена неустойка за неисполнение или ненадлежащее исполнение денежного обязательства, предусмотренные настоящей статьей проценты не подлежат взысканию, если иное не предусмотрено законом или договором». Следовательно, по делам о защите прав потребителей возможно в некоторых случаях взыскать неустойку и проценты по ст. 395 ГК РФ. Так же отметим, что в пункте 42 Постановления Пленума Верховного суда РФ от 24.03.2016 № 7 «О применении судами некоторых положений Гражданского кодекса Российской Федерации об ответственности за нарушение обязательств» указано, что «если законом или соглашением сторон установлена неустойка за нарушение денежного обязательства, на которую распространяется правило абзаца первого пункта 1 статьи 394 ГК РФ, то

положения пункта 1 статьи 395 ГК РФ не применяются. В этом случае взысканию подлежит неустойка, установленная законом или соглашением сторон, а не проценты, предусмотренные статьей 395 ГК РФ (пункт 4 статьи 395 ГК РФ)» [18].

Как указывает в своей работе John TD Wood *Needless: защита потребителей* проявляется в самых разных формах, а также принимала многие облики на протяжении столетий. Правительства предупреждали о различных практиках, которые могут считаться вредными для потребителя как в плане здоровья, безопасности, так и в плане экономического благополучия общества. Под их влиянием возникли меры, которые связаны с защитой от взрывчатых веществ, а также иных опасных для потребителей веществ, в контроле товаров, которые предоставляются, для в качестве терапевтических, в нормах регулирующие строительную отрасль, поставок и дальнейшую эксплуатацию опасных химических веществ, энергии, в требованиях к созданию различных форм юридических лиц, в правилах связанных с дорогой и движением на ней, проектировании средств, использующихся в качестве транспортных и так далее. В развивающихся странах с развивающейся экономикой внимание по защите потребителей уделяется в сферах, связанных с предоставлением чистой и питьевой водой, защитой от непогодных условий, безопасному жилью, незагрязненным продуктам питания [86].

Следующим способом защиты прав потребителей выступает компенсация морального вреда, сегодня так и не выработана единообразная практика его применения, актуальным остается вопрос относительно установления размера в суде [32, с. 406-413].

Как полагает В.В. Богдан «проблемы компенсации морального вреда потребителям периодически рассматриваются на страницах научных изданий, но единых подходов к их разрешению еще не выработано» [7, с. 231-235].

Профессор В.Н. Сусликов отмечает, что «компенсация морального вреда – один из наиболее эффективных способов защиты гражданских прав граждан потребителей».

В научных работах, посвященных компенсации морального вреда в целом, должного внимания к проблемам практической реализации данного способа защиты не уделялось [9, с. 223-224]. Между тем, ЗОЗПП – один из немногих законов, в которых законодательного закреплена право потребителя на компенсацию морального вреда, в связи, с чем рассмотрение теоретико-прикладных вопросов, связанных с реализацией данного права, представляется весьма актуальным» [73, с. 147-154].

Определение понятия морального вреда содержится в п. 1 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 15.11.2022 N 33 «О практике применения судами норм о компенсации морального вреда», где под ней понимают «нравственные или физические страдания, причиненные действиями (бездействием), посягающими на принадлежащие гражданину от рождения или в силу закона нематериальные блага или нарушающими его личные неимущественные права либо нарушающими имущественные права гражданина» [49].

По мнению Л.Ф. Нетишинской «компенсация морального вреда – один из важнейших способов защиты субъективных гражданских прав. ЗОЗПП также устанавливает положение о том, что причиненный потребителю моральный вред из-за нарушения его прав, подлежит компенсации причинителем вреда (изготовителем, продавцом, исполнителем) при наличии его вины [6, с. 186-187]. Обосновывая свои требования о компенсации морального вреда, потребитель может указать следующие обстоятельства: физические и нравственные страдания, связанные с ненадлежащим оказанием услуги, причинением вреда здоровью, физической боли, грубым отказом исполнителя от удовлетворения законных требований потребителя и вынужденным в связи с этим обращением в суд; нравственные страдания,

связанные с многочисленными обращениями с просьбами к продавцу и его отказом в удовлетворении законных требований потребителя; нравственные страдания, связанные с необходимостью неоднократно отпрашиваться с работы для предъявления претензий в связи с необходимостью замены товара ненадлежащего качества, вышеуказанном обращении в суд» [20, с. 98].

Е.П. Редько отмечает, «...учитывать в целях определения размера компенсации следует не все фактические обстоятельства, а только заслуживающие внимания для определения размера компенсации... Степень и характер физических и нравственных страданий потерпевшего должны приниматься во внимание во взаимосвязи с индивидуальными особенностями потерпевшего» [13, с. 110-111].

Потребители, заявляя в суд свои требования, обосновывают размер компенсации морального вреда, тем, что указывают какие именно нравственные страдания они испытали при нарушении их прав: например, они могут утверждать, что началась бессонница или они испытывают тревогу и страх. Суд же в свою очередь, принимая во внимание данные доводы, как правило, в решениях использует однотипные формулировки при установлении размера такой компенсации. Так, Ленинским районным судом г. Пензы было вынесено решение от 28.02.2024 года (Дело № 2-406/2024), согласно которому были удовлетворены иски о защите прав потребителей (потребителя) о защите прав потребителей, в частности требования о компенсации морального вреда. Проанализировав предоставленные доказательства по делу, суд «при определении размера компенсации морального вреда учитывает конкретные обстоятельства дела, характер причиненных истцу нравственных страданий, срок, в течение которого осуществлялась его защита прав, степень вины ООО «МВМ», а также принципы разумности и справедливости и определяет компенсацию морального вреда в размере 10 000 рублей» [57]. В исковом заявлении было

заявлено требование о возмещении морального вреда в размере 20 000 рублей.

28 февраля 2024 года Октябрьским районным судом города Иваново было вынесено решение, в котором указано: «оценивая фактические обстоятельства дела: факт нравственных переживаний истца, отсутствие в деле сведений о наличии у истца индивидуальных особенностей, которые могли бы усилить ее переживания по поводу нарушения ее прав, длительность неисполнения требований истца, фактические обстоятельства дела, суд находит разумным и справедливым определить компенсацию морального вреда, подлежащую взысканию в пользу истца, в размере 20 000 рублей». Хотя истцом было заявлено сумма в размере 50 000 рублей [61].

В 2024 году Верховный Суд РФ обратил внимание на размеры компенсаций морального вреда, подлежащих взысканию при рассмотрении споров о защите прав потребителей. Так, в Обзоре судебной практики по делам о защите прав потребителей, утвержденный Президиумом Верховного Суда РФ 23 октября 2024 года было указано, что «размер компенсации морального вреда, причиненного здоровью воздействием вредных химических веществ от предметов бытового использования ненадлежащего качества должен быть обоснован судом с учетом степени воздействия вредных веществ и их опасности для здоровья человека» [38]. Пункт 8 Обзора свидетельствует, что Верховный Суд РФ придерживается ранее намеченной тенденции в отношении урегулирования вопросов о размерах взыскиваемых компенсаций морального вреда, в том числе по спорам о защите прав потребителей.

В настоящее время исходя из Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» условием для удовлетворения исковых требований выступает факт нарушения прав потребителя. В редакции Постановления Пленума Верховного суда от 29 сентября 1994 г. № 7 «О

практике рассмотрения судами дел о защите прав потребителей» невозможно было компенсировать моральный вред, если не доказана вина причинителя вреда. «Размер компенсации морального вреда определяется судом независимо от размера возмещения имущественного вреда, в связи с чем размер денежной компенсации, взыскиваемой в возмещение морального вреда, не может быть поставлен в зависимость от стоимости товара (работы, услуги) или суммы подлежащей взысканию неустойки. Размер присуждаемой потребителю компенсации морального вреда в каждом конкретном случае должен определяться судом с учетом характера причиненных потребителю нравственных и физических страданий исходя из принципа разумности и справедливости» [49].

Как отмечает В.В. Богдан «указание на то, что вина причинителя вреда презюмируется, по нашему мнению, с одной стороны, облегчает применение данного способа защиты нарушенного права, а с другой, дает возможность недобросовестным потребителям использовать его как средство получения дополнительных доходов, причем не важно, больших или маленьких. Допустил просрочку продавец доставки предварительно оплаченного товара на один день – у потребителя возникло право на компенсацию морального вреда. Почему эта просрочка произошла, значения не имеет» [7, с. 231-265].

Физические и нравственные страдания потребитель может обосновывать предоставлением соответствующих документов после прохождения медицинской комиссии, диспансеризации, предоставлением справки от врача, который занимается советующей областью лечения. Например, в случае тревоги, страха, нарушения сна предоставление справки от психолога, сомнолога которые имеют лицензию и могут предоставить соответствующую справку и определить на основе работы с пациентом чем вызваны его страдания. Назначить лекарства для лечения его психических страданий, а приобретение потребителем их в дальнейшем, предоставляет точные доказательства суду, что потребитель использует средства для

восстановления себя после нарушений, а не как средства получения дополнительных средств.

В случае физических страданий потребитель может пройти медицинское обследование и предоставить доказательства повреждений, которые возникли связи с нарушениями его прав, например, отравление не качественными, опасными продуктами питания. Помимо этого, ежегодная медицинская диспансеризация помогает предоставить более точный период времени, когда нарушение здоровья привело к негативным последствиям для потребителя, если ранние обследования не указывали на нарушения здоровья физического лица. Именно предоставление полной информации о потребителе в суде поможет суду вынести решение с предоставлением полных данных и не позволит уменьшить в несколько раз размер возмещения морального вреда.

Законы, принятые на федеральном уровне в США, на уровне правительств штатов, а также территорий регулируют вопросы, которые связаны с запретом, регулированием нежелательных практик в договорах, которые связаны с условиями в договорах, заключаемых с потребителями, стандартами товаров, услуг, регулирование опасных товаров, защиты общественного здоровья, создания органов для приёма и дальнейшей их обработки и принятия мер по обоснованным жалобам, созданию механизма просвещения среди потребителей, лицензирования, которым в дальнейшем разрешено осуществлять поставку товаров и услуг [89].

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что сегодня способы защиты прав потребителей регламентируются в нормах ГК РФ и в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей». Потребитель вправе воспользоваться сразу несколькими способами. Это может быть самозащита, взыскание неустойки, компенсации морального вреда, прекращение или изменение правоотношения. Актуальными остаются

проблемы определения размера компенсации морального вреда, неустойки в суде. Отмечается иностранный опыт защиты прав потребителей в разных формах, когда Правительства предупреждали о вредных производствах, которые могли повлиять на безопасность, экономическое благополучие общества, что в дальнейшем стало основой для принятия мер по защите от взрывчатых веществ, контроле товаров, контроль строительства, поставок, эксплуатацию химических веществ, энергии и так далее.

## **2.2 Основания и условия гражданско-правовых средств защиты прав потребителей**

Основания, а также условия для применения гражданско-правовых средств защиты прав потребителей, невозможно рассмотреть без предварительного определения гражданско-правовые средства защиты. В юридической литературе они трактуются по-разному, могут определяться как действия, приемы, возможности обращения к формам защиты и так далее [84, с. 474-477]. Все эти дефиниции отражают разные грани и стороны одного сложного феномена.

По мнению Т.В. Шершень «под правовыми средствами защиты субъективных гражданских прав следует понимать комплекс мер, включающий в себя конституционно-правовые, уголовно-правовые, гражданско-правовые, административно-правовые, и иные средства защиты субъективных гражданских прав [11, с. 101-102]. Речь идет об инструментах защиты субъективных гражданских прав как публично-правовых, так и частноправовых» [35, с. 235-238].

Наделяя лицо правом выбора способа защиты своих прав, законодатель наделяет его и определенными средствами. К которым можно отнести права на юридические и фактические действия, на предъявление исковых

заявлений, жалоб, заявлений, и другие права, которые целесообразно применять для защиты нарушенных прав.

Как полагает Л.В. Белова «правовое средство защиты — нормативное установление, элемент системы права, допускающее действия или бездействия (их совокупность), направленные на предупреждение, пресечение нарушений прав и интересов, а также на их восстановление» [4, с. 359].

В юридической литературе правовые средства защиты можно классифицировать по разным основаниям и выделить различные виды. Так, сегодня распространенной классификацией является деление на универсальные и специальные средства защиты прав. Универсальные включают в себя защиту всех гражданских прав, специальные средства защиты прав направлены на защиту определенного вида права.

Л.А. Шашкова, а под гражданско-правовыми средствами защиты прав потребителей понимает «комплекс действий юридического характера, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей и направленных на восстановление и (или) компенсацию нарушенных прав потребителей».

В области защиты прав потребителей необходимо разграничивать гражданско-правовые средства защиты от средств охраны. Уже исходя из анализа наименований таких средств, становится понятным, что средства охраны подразумевают под собой предотвращение нарушения прав, то есть они существуют до момента нарушения права потребителя, когда средства защиты возникают уже после такого нарушения.

По мнению Б.С. Монгуш «ч. 1 ст. 18 ЗОЗПП предусматривает такие средства защиты гражданских прав как безвозмездное устранение недостатков товара, отказ от исполнения договора купли-продажи и требование возврата уплаченной суммы за товар, соразмерное уменьшение покупной цены товара в случае продажи потребителю товара ненадлежащего

качества». Гражданско-правовые средства защиты установлены законодателем, не могут быть введены новые средства защиты сторонами.

Так сегодня Т.В. Шершень отмечает, что не только сам потребитель вправе обратиться в суд за защитой своих прав, но и иные лица, как в отношении конкретного лица, так и в отношении неопределенного круга лиц.

К иным лицам следует относить:

- граждан РФ,
- иностранных граждан,
- лиц без гражданства;
- прокурора;
- федеральный орган исполнительной власти, уполномоченный осуществлять федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей, и его территориальные органы, а также иные органы в случаях, установленных законом;
- органы местного самоуправления;
- общественные объединения потребителей (их ассоциации, союзы), имеющие статус юридического лица.

Это связано с различными ситуациями, которые могут быть вызваны незнанием нормативно-правовых актов, увечьем, не обладанием необходимого уровня знаний государственного языка РФ и иных обстоятельств, которые препятствуют возможности в полной мере самостоятельно отстаивать свои права в суде, а также действий, связанных с надзором за действиями предпринимателей. Например, иностранец - участник специальной военной операции, временно находящийся на лечении, не всегда может самостоятельно отстаивать свои права в силу нахождения его в удаленной местности от суда, где было подано исковое заявление, отсутствия возможности участвовать удалённо в судебном заседании.

Потребитель при выявлении многочисленных нарушений, например, связанных с продажей продуктов питания, которые в нарушение законов

организация продолжает продавать неопределённому кругу потребителей может заявить в прокуратуру, органы местного самоуправления для пресечения осуществления продажи опасной продукции неопределённому кругу потребителей и в случае удовлетворения искового заявления в суде, соответствующая организация доводит через средства массовой информации решение суда.

В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации государственный контроль и надзор в области защиты прав потребителей и обеспечения санитарно-эпидемиологического благополучия населения осуществляет Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) непосредственно или через свои территориальные органы, а также во взаимодействии с другими органами исполнительной власти Российской Федерации.

Помимо указанных выше лиц правом на обращение в суд имеет согласно п. 17 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» «гражданин, зарегистрированный в качестве индивидуального предпринимателя, вправе обратиться в суд общей юрисдикции за защитой по сделкам, заключенным им с продавцом (исполнителем) при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг) исключительно для личных, семейных, домашних, бытовых и иных нужд, не связанных с осуществлением им предпринимательской деятельности».

Одним из гражданско-правовых средств защиты прав потребителей Т.В. Шершень выделяет предоставление истцу (потребителю) возможность выбора подсудности. Согласно п. 2 ст. 17 ЗОЗПП «иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены по выбору истца в суд по месту:

- нахождения организации, а если ответчиком является индивидуальный предприниматель, - его жительства;

- жительства или пребывания истца;
- заключения или исполнения договора».

Если иск к организации вытекает из деятельности ее филиала или представительства, он может быть предъявлен в суд по месту нахождения ее филиала или представительства». Разъяснения, указанные в Постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» указали на подсудность районному суду следующие споры:

- о защите неимущественных прав потребителей (например, при отказе в предоставлении необходимой и достоверной информации об изготовителе);
- требований имущественного характера, не подлежащих оценке;
- требований о компенсации морального вреда.

Выбор места подсудности важен для потребителя, потому что пострадавший потребитель может не обладать средствами и возможностями для отстаивания своих прав в суде, который находится далеко от его места жительства, пребывания (например: организация находится в нескольких тысячах километров на территории г. Москвы, а нарушение произошло в г. Владивостоке), потому что потребуются дополнительные средства для переезда, проживания на территории другого населённого пункта во время проведения судебных заседаний.

Потребитель может обратиться в общественные объединения, прокуратуру, государственные органы, но не всегда о них может знать как о способе отстаивания своих прав или по каким-либо причинам не обращается к ним (например: не доверия или боязни утратить свои личные данные с передачей их третьим лицам). В случаях, когда истец действует через представителя по доверенности, который преимущественно работает на территории проживания истца, ему также потребуется оплата расходов для проживания и проезда до места суда, если он находится в другом месте. В

случае обращения потребителя, который не может самостоятельно представлять в суде свои интересы к юристу, который работает на территории, в котором находится суд и подсудно данное дело, стоимость представления своих интересов может быть выше.

В случаях, если потребитель заявит ходатайство об участии в судебном заседании путем использования веб-конференции, это не будет точной гарантированной возможностью, что потребителю предоставят ему участвовать путем веб-конференции, потому что у суда может отсутствовать техническая возможность (например: в виду занятости зала, в котором проходит веб-конференция). Поэтому для потребителя очень важна подсудность таких дел по месту проживания (нахождения) истца, который ограничен в бюджете, желает сам отстаивать свои права в суде, не доверяет иными общественным объединениям и государственным структурам.

Необходимо отметить, что в законе содержится указание, для коллективного иска, который ограничивается подсудность местом нахождения ответчика. Коллективный иск должен обладать определёнными критериями, в которые должны быть включены не только отстаивание однородных прав, схожесть по фактическим обстоятельствам, но также одинаковость способа защиты, и общий ответчик, но также значительное число потребителей, которые присоединились к потребителю (1 первоначальный потребитель + не менее 20 присоединившихся). Помимо этого, закон обязывает исковые заявления по защите прав потребителей, в которых ответчиком выступает перевозчик из договора перевозки рассматривать по месту адресу такого ответчика.

Бремя доказывания обстоятельств, освобождающих от ответственности за неисполнение либо ненадлежащее исполнение обязательства, в том числе и за причинение вреда, лежит на ответчике, то есть продавце, изготовителе, исполнителе, импортере. Исключение составляют случаи продажи товара (выполнения работы, оказания услуги) ненадлежащего качества, когда

распределение бремени доказывания зависит от того, был ли установлен на товар (работу, услугу) гарантийный срок, а также от времени обнаружения недостатков [23].

Как отмечает Л.А. Шашкова в своей диссертации: «к числу особенностей гражданско-правовых средств защиты прав потребителей можно отнести следующие:

- указанные средства предусмотрены законодательством о защите прав потребителей;
- они применяются, когда контрагент потребителя нарушил те или иные права потребителя;
- эти средства представляют собой комплекс действий юридического характера, которые влекут соответствующее изменение прав и обязанностей и прежде всего для нарушителя; кроме того, они направлены на восстановление и (или) компенсацию нарушенных прав потребителей;
- выбор конкретного средства принадлежит потребителю (при этом он не связан какими-либо ограничениями, за исключением случаев, прямо предусмотренных в законодательстве);
- при нарушении прав потребителей может применяться одно средство защиты или несколько одновременно;
- указанные средства, как правило, одновременно являются правами потребителей».

Как уже было сказано выше, в п. 45 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28 июня 2012 г. №17 «при решении судом вопроса о компенсации потребителю морального вреда достаточным условием для удовлетворения иска является установленный факт нарушения прав потребителя.

«Размер компенсации морального вреда суд определяет независимо от размера возмещения имущественного вреда, в связи с чем размер денежной

компенсации, взыскиваемой в возмещение морального вреда, не может быть поставлен в зависимость от стоимости товара (работы, услуги) или суммы подлежащей взысканию неустойки. Размер присуждаемой потребителю компенсации морального вреда в каждом случае должен определяться судом с учетом характера причиненных потребителю нравственных и физических страданий исходя из принципа разумности и справедливости» [18].

Определять размер компенсации морально вреда будет суд на основе принципов разумности и справедливости, хотя физические страдания потребитель может предоставить в суд на основе полученных травм, которые может зафиксировать врач или комиссия врачей, которые могут предоставить точный диагноз, определить примерно время получения физических страданий, об это нельзя в полной мере утверждать о нравственных страданиях, которые может зафиксировать врач соответствующей специализации, а также диспансеризация.

К гражданско-правовым средствам защиты прав потребителей Т.А. Скворцова относит: претензию и потребительский иск. К.П. Буторина указывает, что претензия есть средство защиты прав потребителей [8, с. 72-75]. Претензия не всегда обязательна по делам в области защиты прав потребителей.

По мнению Б.А. Матековой потребителю необходимо во всех случаях нарушения его прав обращаться изначально с претензией, даже при отсутствии обязательного на это требования [12, с. 106-107].

В третьей главе исследования претензия будет проанализирована более точно и подробно. Как указывает О.И. Дерюшева: потребитель, удостоверившись в том, что в его требованиях отказано, он обращается за защитой нарушенных прав в суд с соответствующим заявлением. Исковое заявление пишется в свободной форме, у истца (потребителя) имеется альтернативная подсудность. Таким образом, исковое заявление выступает еще одним средством защиты прав потребителей.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы.

Самозащита позволяет без обращения в соответствующие государственные органы, без перехода границ действий, которые потребовались для пресечения нарушения, которые могут быть выражены через проведение экспертизы, обращение в средства массовой информации, иные способы защитить свои нарушенные права потребителю.

Возмещение убытков позволяет потребителю помимо неустойки взыскать убытки и при этом взыскание убытков не освободит от требования выполнить обязательство в натуре.

Компенсация морального вреда не имеет в отличие от остальных способов защиты единообразной практики применения, а также является очень важным вопросом определения его размера на основе разных большого количества обстоятельств. Потребитель также может воспользоваться прекращением или изменением правоотношения.

Было выявлено, что уменьшение неустойки должно осуществляться судом при оценке соразмерности последствиям нарушения, принимая во внимание предоставленные ответчиком доказательства, подтверждающие несоразмерность, уменьшение неустойки невозможно без указания мотивов, по которым суд пришел к такому выводу о несоразмерности.

Отмечается иностранный опыт защиты потребителей от нарушений в разных сферах, связанных с вредными производствами, которые могут навредить их здоровью, безопасности, а также повлиять на их экономическое благополучие.

Влияние предупреждений Правительства, которые в дальнейшем стали основой для защиты от взрывчатых и иных опасных для потребителей веществ, контроля товаров, используемого в терапевтических, строительных отраслях, поставках, энергии, создания обязательных требований для создания юридических лиц, проектирования средств, используемых в качестве транспорта и так далее.

Отмечается, что в юридической литературе гражданско-правовые средства защиты прав потребителей трактуются по-разному и могут определяться как действия, приемы, возможности и иное, таким образом отражая разные грани и стороны одного сложного феномена, что отмечается через предоставление определений Т.В. Шершеня, Л.В. Белова, Л.В. Шашкова.

Отмечается необходимость разграничения гражданско-правовых средств защиты от средств охраны, потому что наименование средств охраны подразумевает под собой предотвращение нарушения прав, а средства возникают после нарушения.

Б.А. Матекова считает, что с претензией необходимо обращаться во всех случаях.

Отмечается, что компенсация морального вреда хоть по мнению В.Н. Сусликова и является эффективным средством защиты, а в Постановлении Верховного Суда РФ указываются признаки нормы для компенсации. Размер компенсации, которые требуют потребители суд может сильно снизить (размер может быть уменьшен в 2 раза от заявленного).

Гражданско-правовые средства защиты прав потребителей – это комплекс действий юридического характера, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей и направленных на восстановление и (или) компенсацию нарушенных прав потребителей. Они применимы тогда, когда контрагент уже нарушил права потребителя, предусмотренные законодательством РФ.

## **Глава 3 Проблемы защиты прав потребителей в Российской Федерации**

### **3.1 Актуальные вопросы защиты прав потребителей в правоприменительной практике**

Право на информацию об изготовителе и товарах (ст. 8 ЗОЗПП) выступает одним из прав потребителей [23]. В первой главе исследования нами было подробно рассмотрено это право.

Актуальной проблемой сегодня является недобросовестное исполнение изготовителями обязанности доведения информации до потребителя о товарах. Отсутствует конкретизация относительно размера шрифта информации о товаре, ее размещении, законодатель регламентирует лишь то, что она должна быть в наглядной и доступной форме, «способами, принятыми в отдельных сферах обслуживания потребителей» [23].

Законодатель как правило ограничивается только указанием на состав информации. В случае если помимо состава есть указания по ее расположению, то как правило, это лишь обтекаемые формулировки. Например, «...располагают ... в удобном для прочтения месте...», «...крупным шрифтом должно быть указано...» и подобные им. Отсутствие конкретизации относительно размера шрифта информации приводит к злоупотреблению со стороны изготовителей товаров. Но при всем этом, по закону они будут считаться исполнившими свои обязательства по предоставлению потребителю информации.

Анализируя законодательство зарубежных стран, отметим, что такой вопрос решается по-другому. Так, в ЕС действует Регламент ЕС № 1169/2011, который закрепляет требование к информации о товаре, в частности его четкость, видимость. Размер шрифта должен быть не меньше 1,2 мм [22, с.128-129].

В России же помимо отсутствия конкретизации размера шрифта на продовольственном товаре, на практике встречаются случаи применения мелкого шрифта и вынесение его в сноски снизу различных договоров, например договора страхования, кредитного договора, что значительно затрудняет, а в отдельных случаях делает невозможным своевременное ознакомление с его условиями. Сноски может не заметить потребитель при его прочтении, а следовательно в дальнейшем при подписании сделки он может согласиться на те пункты с которыми он может быть не согласен, например на дополнительные продукты банка, страхование дополнительных объектов, и отказ от которых в дальнейшем может повысить стоимость ставки по кредиту, участие на прием рекламных акций, которые в дальнейшем подключение дополнительных антивирусов, плата за которые поступит после истечения бесплатного периода и иные способы продаж дополнительных продуктов банка и его партнеров.

В качестве такого примера приведем Постановление Девятого Арбитражного апелляционного суда г. Москва от 06 апреля 2016 года (Дело № А40-187429/2015), в котором было указано, что размер машинописного текста условий договора выполнен очень мелким шрифтом, что исключает читаемость текста, и не позволяет потребителю получить информацию в полном объеме [44].

В 2021 году был принят Федеральный закон от 02.07.2021 № 324-ФЗ «О внесении изменения в Федеральный закон «О банках и банковской деятельности», согласно которому использовать маленький нечитаемый шрифт для описания важных условий договора запрещается для вкладов. Пока запрет касается только банков и микрофинансовых организаций. В договорах купли-продажи, страхования или оплаты товаров и услуг, в рекламных предложениях и многих других текстовых документах маленькие буквы все еще встречаются [2, с. 15-17]. Зачастую человеку тяжело прочитать маленькие буквы без лупы или других приспособлений, поэтому

часть информации пройдет мимо него. Как правило, это как раз те сведения, которые могут повлиять на принятие решения. Кроме того, значение имеют особенности человеческой психики: люди хуже воспринимают то, что написано незаметным, или мелким текстом. Плоховидящий человек может сфотографировать на телефон документ и прочитать увеличенный на фотографии телефона, который он не смог разобрать из-за различных нарушений глаза, или прослушать текст через расшифровку символов на фотографии. Такие инциденты имеют место быть, но в большинстве случаев люди не пользуются таким способами, используют только свои глаза при прочтении сведений договора даже маленьких, если заметят. Такие сведения считаются как незначительные, даже если на самом деле это не так. Например, при описании акции в магазине маленькими буквами могут указывать ограничения на ее применение, сроки проведения, максимальный размер скидки и так далее. Как пример: крупным текстом написано «2 по цене 1», а мелким «только при покупке от 5 тысяч рублей» или «оплата производится за товар, который стоит дороже». В таких случаях бывает, что потребитель вынужден делать дополнительные покупки, потому что не сможет например по психологическим причинам стоя на кассе и задерживая очередь вернуть товар, потому что не согласен с акцией, где необходимо купить дополнительные продукты, в которых он не нуждался. Куда более опасная ситуация – договор, который регулирует какую-либо сделку, например, куплю-продажу. Например, в тексте мелким шрифтом могут быть прописаны штрафы при нарушении условий договора или дополнительные нюансы, которые могут привести к незапланированной потере средств. В зависимости от масштабов сделки последствия могут быть разной степени серьезности, в том числе привести к дополнительным затратам, образованию задолженности и другим неприятным последствиям.

Но и отсутствие мелкого шрифта не является стопроцентной гарантией для потребителя. Компания, которая хочет скрыть от него часть условий,

способных повлиять на его решение, все еще может это сделать. В таком случае текст условий выносится в публичную оферту, размещенную на сайте или в другом источнике, и не указывается в договоре в принципе. Указывается только веб-адрес, по которому можно с ними ознакомиться. Клиенту предлагается самостоятельно ознакомиться с условиями оферты. При этом компания, как правило, может и изменить ее текст: чтобы этого не произошло, понадобится заверять оферту у нотариуса сразу после заключения договора. Помимо этого, веб-адрес может быть не доступен по разным техническим причинам. Это применяется редко: это недешево, многие не знают о такой возможности.

В 2017 году был отклонен законопроект «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» и статью 1098 части второй Гражданского кодекса Российской Федерации», в связи с требующимися дополнительными исследованиями проблемы, обсуждениями и доработками всех предлагаемых поправок, согласно которому необходимо в законодательных актах указать на недопущение при доведении информации до потребителя использования трудночитаемого, мелкого шрифта, равно как применение иных способов подачи информации, затрудняющих ее восприятие потребителем.

Сегодня целесообразно внести изменения в ЗОЗПП, а именно п. 2 ст. 8 дополнить абзацем следующего содержания: «При доведении до потребителя указанной в пункте 1 настоящей статьи информации не допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме PT Astra Serif, PT Astra Sans), мелкого шрифта(менее 10 миллиметров в размере для каждой буквы, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров), равно как применение иных способов подачи информации, затрудняющих ее восприятие потребителем на маленьких объектах предоставления информации (размеры которых составляют менее 10 сантиметров в длину и ширину), а на объектах

предоставления информации большего размера не допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме PT Astra Serif, PT Astra Sans), мелкого шрифта(менее 14 миллиметров в размере, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров)». Аналогичным содержанием дополнить п. 4 ст. 9 ЗОЗПП, п. 4 ст. 10 ЗОЗПП.

Шрифт до 10 миллиметров, предоставляет возможность предоставить информацию на небольших упаковках, продуктах, например на коробке от духов, продуктах питания, этикетке и так далее, которые имеют небольшой объем, но в тоже время предоставят возможность ознакомиться потребителю с полной информацией, которая должны быть указана на объекте информирования. 10 миллиметров является пределом предоставления информации, который позволяет человеку понять текст, потому что шрифт меньшего по размеру, уже с трудом воспринимается человеком без специальных устройств. В данном случае, проект направлен на объекты, которые имеют маленький размер и позволяют потребителю с помощью линейки или иного измерительного устройства с делениями по миллиметрам проверить установленный размер предоставления информации на небольших объектах. В случае поступления жалобы на нарушение, а также иницилируемые проверочные мероприятия без использования трудозатратных средств и специальных экспертиз установить размер шрифта. 10 миллиметров это минимум, который требуется для организаций при предоставлении информации.

Шрифт 14 миллиметров позволяет на больших объектах предоставить информацию в полном объеме о продукте, а также будет способствовать расширению для ознакомления потребителя с договором в полном объеме, потому что договоры в письменном виде заключаются на листах А4, которые имеют размер более 10 сантиметров в длину и ширину. Соответственно

потребителям не потребуются напрягать глаза и в случае необходимости ознакомления с услугами или товарами при ознакомлении.

PT Astra Serif, PT Astra Sans являются метрически подобными шрифтам Times New Roman, Arial, Verdana, но в отличие от них не могут быть наложены ограничения на копирование и распространение в России, а следовательно не имеет рисков с нарушением прав правообладателей, потому что могут распространяться по открытым лицензиям. Также они допустимы в делопроизводстве. Кроме того, данные шрифты допускается использовать бесплатно в коммерческих проектах, за исключением как продажи этих шрифтов как отдельных продуктов и не допускается менять их наименование. Отчисления организациям не нужно платить дополнительно за использование данных шрифтов. Шрифты обладают полными базовыми начертаниями всех букв, которые используются на уровне государства в России и цифр, а также иными базовыми символами. Переход на данные шрифты не приводит к искажению текста информации в документах.

Схожесть шрифтов позволяет воспринимать информацию любому потребителю, который пользовался ранее распространёнными шрифтами без необходимости привыкать к предоставлению её в другом виде.

Актуальным вопросом при рассмотрении нами прав потребителей в правоприменительной практике является отсутствие информации на товаре на русском языке [5, с. 12-16]. Законодатель указывает на обязательное требование указывать информацию на русском языке, в случае отсутствия его на товаре, должен быть предоставлен полный и достоверный перевод.

Суды, при вынесении решений по делу обосновывают их тем, что ответственность у изготовителя, продавца при отсутствии информации на русском языке на товаре будет возникать лишь тогда, когда возникнут недостатки товара, при причинении вреда жизни, здоровью и имуществу потребителя. Так, в Решении Ворошиловского районного суда г. Ростово-на-Дону от 12 июля 2017 года (Дело № 2-1398/2017) было указано, что истец

обратилась в суд исковым заявлением о расторжении договора купли-продажи, взыскании уплаченных денежных средств, ссылаясь на то, что ей не была предоставлена информация на русском языке в полном объеме, поскольку на этикетке была написана аннотация на английском языке, которая включала в себя больший объем информации. Но суд «исследовав обстоятельства дела, дав оценку представленным доказательствам, в том числе объяснениям сторон, пришел к выводу о том, что не установлен факт нарушения ООО «Эстель» (ответчиком) прав потребителя при заключении договора купли-продажи. Истцом (потребителем) не было представлено доказательств причинения ей вреда вследствие купли-продажи косметики, доказательств ненадлежащего качества косметики указанной марки и доказательств вины ООО «Эстель» в причинении вреда, ущерба, убытков». В удовлетворении исковых требований суд отказал [55].

Рассмотрим противоположное решение суда, где исковые требования потребителя были удовлетворены несмотря на отсутствие недостатков у товара и причинения вреда потребителю. Согласно Решению Нижнекамского городского суда Республики Татарстан от 01 августа 2016 года (Дело № 2-4901/2016) исковые требования истца (потребителя) к ООО Эра красоты» были удовлетворены частично. В требованиях было указано, что потребителю была предоставлена не полная и недостоверная информация о товаре на русском языке, поскольку на этикетке товара информация на иностранном языке включает больший объем при переводе. Суд пришел к выводу о том, что истцу при заключении договора купли-продажи товара была предоставлена неполная информация, которая повлияла на решение заключить договор и повлекло неправильный выбор покупателем товара [60].

Таким образом, на практике встречаются различные решения судов относительно одних и тех же исковых требований, для обеспечения единства правоприменительной практики сегодня необходимы разъяснения Пленума Верховного Суда РФ по данному вопросу.

Согласно п. 2 ст. 10 ЗОЗПП информация о товарах (работах, услугах) должна содержать цену товара в рублях. На практике встречаются случаи, когда сведения о товаре размещаются на электронном терминале. Но такой способ нельзя считать наглядным и доступным и соответствующим законодательству, поскольку покупатель должен отлучиться от самой витрины, запомнив наименование товара и ввести его в терминале, узнав все его свойства, характеристики и цену. В случае если терминал занят другим лицом, то иные покупатели не в состоянии ознакомиться с товаром своевременно. Сегодня существуют определенные категории граждан, которые не умеют пользоваться различными электронными устройствами, например, пенсионеры [28, с. 114-119].

Суды полагают, что информация в наглядной и доступной форме должна быть представлена покупателю без совершения последним каких-то дополнительных манипуляций и вводов в терминалах, такой способ можно рассматривать в качестве дополнительного, с целью расширения права на информацию. Данные доводы подтверждаются наличием судебной практики: Апелляционное определение СК по гражданским делам Свердловского областного суда от 05 ноября 2020 года по делу № 33-13705/2020 [63].

Так согласно, Постановлению Арбитражного суда Уральского округа от 16 февраля 2021 года № Ф09-217/21 по делу № А60-17574/2020 судом было установлено, что «обществу «Альфа Живика» необходимо обеспечить наличие единообразных и четко оформленных ценников на реализуемые товары с указанием цены за вес или единицу товара. Не допускать подмены доведения данной информации иным дополнительным способом в виде размещенного в торговом зале систематизированного перечня цен (прейскуранта) и сканера кодов, предназначенного для доведения информации о цене товара» [42].

Решением проблемы доступности и наглядности информации о товаре может послужить, как полагает И.Н. Ножнин и мы с этим мнением

солидарны «расширение содержания прав потребителей на информацию посредством разработки информационной программы, которая бы позволяла на этикетке или в чеке отобразить специальный штрих-код, содержащий информацию о полном составе товара со всеми маршрутами его движения, сертификаты соответствия и другие данные, необходимые для потребителя» [37, с. 52-57].

Еще одним правом выступает право потребителя при обнаружении в товаре недостатков (ст. 18 ЗОЗПП). Такие же права указаны в ст. 475 ГК РФ.

Согласно п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 14.03.2014 N 16 «О свободе договора и ее пределах» «... статья 475 ГК РФ о последствиях передачи покупателю товара ненадлежащего качества не исключает право сторон своим соглашением предусмотреть иные последствия названного нарушения (в том числе по-иному определить критерии существенности недостатков товара или дополнить те права, которые предоставляются данной статьей покупателю)» [48].

Пункт 2 ст. 475 ГК РФ содержит перечень недостатков, которые квалифицируются как существенные нарушения требований к качеству товара: «обнаружение неустранимых недостатков, недостатков, которые не могут быть устранены без несоразмерных расходов или затрат времени, или выявляются неоднократно, либо проявляются вновь после их устранения, и других подобных недостатков» [19].

Поскольку указанный перечень является открытым, решение вопроса об отнесении конкретного недостатка к существенным остается на усмотрение суда.

Приведем примеры из судебной практики, где суд устанавливает иные нарушения требований к качеству товара, чем те, которые предусмотрены в п. 2 ст. 475 ГК РФ [19]. Постановлением Арбитражного Суда Хабаровского края от 21 февраля 2024 года (Дело № А73-10968/2022) было установлено, что «отрицательными заключениями от 02.04.2021 № 13/ГЗ-21-001Э-027, №

13/ГЗ-21-002Э-027 ФГБУ «ВНИИИМТ» Росздравнадзора, выданными по результатам экспертизы, которая была проведена на основании заданий на проведение экспертизы Федеральной службы по надзору в сфере здравоохранения (письма от 19.01.2021 № 04-2034/21, от 03.02.2021 № 04-5430/21, от 19.01.2021 № 04-2031/21), подтверждено несоответствие качества поставленных ответчиком медицинских изделий, что было признано судом существенным нарушением требований к качеству товара» [43].

На практике, несмотря на четко прописанное в законодательстве право потребителя на возмещение расходов на исправление недостатков товара им или третьим лицом, сталкивается с предвзятым отношением и немотивированными отказами со стороны продавцов и производителей при попытках добиться компенсации понесенных ими расходов на самостоятельное устранение дефектов приобретенного товара, что ведет к недостаточному использованию данной законодательной возможности [31, с. 283-289].

Приведем пример из судебной практики, где потребитель не получил в добровольном порядке денежные средства, потраченные на самостоятельное устранение дефектов приобретенного товара, и обратился в суд за защитой своих прав. Согласно Решению Октябрьского районного суда г. Уфы республики Башкортостан от 05 марта 2024 года (Дело № 2-575/2024) суд признал, что МУП «Служба заказчика и технического надзора» обязан возместить стоимость устранения строительных недостатков в квартире [62].

Проведенная по делу независимая экспертиза технически подтвердила, что выявленные дефекты строительных работ являются явными, значительными, устранимыми и имеют производственный характер возникновения и стоимость устранения недостатков, которую истец требовал возместить, являлась обоснованной.

Потребитель, так и не получив удовлетворения своих законных требований в добровольном порядке, обратился с иском в суд, который по

результатам рассмотрения обязал ответчика возместить стоимость устранения строительных недостатков в квартире.

Таким образом, целесообразно говорить о том, что имеющиеся сегодня механизмы защиты прав потребителей направлены на удовлетворение их интересов, потребители имеют право на предъявление искового заявления в суд после отказа со стороны продавца, что ставит последнего в невыгодное положение, поскольку помимо возврата уплаченных расходов на самостоятельное устранение дефектов, с него будут взысканы убытки, компенсация морального вреда.

Подводя итог вышеизложенному, отметим, что в данном параграфе нами были исследованы актуальные вопросы прав потребителей в правоприменительной практике с выделением конкретных прав. Отметим, что сегодня судебная практика демонстрирует, что существует определенный процент субъектов коммерческой деятельности, которые уклоняются от добросовестного исполнения требований действующего законодательства в части доведения информации в наглядной и доступной форме на русском языке до потребителя, однако в представленном зарубежном примере указана конкретизация размера, шрифта, который используется в представлении информации о товаре.

Совершенствуется российское законодательство в области защиты прав потребителей, однако совершенствование происходит избирательно, например, мелкий, нечитаемый шрифт не допустим для описания важных условий договора вклада. В большинстве случаев маленький шрифт тяжело читать человеку из-за маленьких букв, следовательно часть информации может не заметить. Закрепление допустимого минимального размера шрифта, будет способствовать тому, что потребитель поймёт информацию, которую ему предоставляют.

Отсутствие информации на русском языке или его полного достоверного перевода на товаре, которая должна быть обязательна

предоставлена. Не полный перевод может привести к неправильному выбору товара.

Исправление недостатков товара потребителем или третьим лицом, а также дальнейшее возмещение расходов на исправление от продавца, производителя, чаще всего сталкиваются с отказом или предвзятым отношением.

Поэтому необходимо проанализировать проблемы защиты прав потребителей на современном этапе правового регулирования. Все это будет изложено в следующем параграфе.

### **3.2 Проблемы защиты прав потребителей на современном этапе правового регулирования**

Рассматривая проблемы защиты прав потребителей остановимся на анализе основных понятий, которые используются в ЗОЗПП. Сегодня законодатель дает определения понятиям: «потребитель», «недостаток товара (работы, услуги)», «безопасность товара (работы, услуги)», которые указывает в преамбуле ЗОЗПП, но не определяет «спор о защите прав потребителей». Отсутствие закрепления определения данного понятия в ЗОЗПП – однозначное упущение законодателя.

По мнению Н.А. Кондратенко: «категория споров о защите прав потребителей является одной из самых распространенных в производстве судов общей юрисдикции» [26, с. 16-17]. Споры о защите прав потребителей рассматриваются в суде общей юрисдикции. Согласно п. 15 «дела по искам, связанным с нарушением прав потребителей, в силу пункта 1 статьи 11 ГК РФ, статьи 17 Закона о защите прав потребителей, статьи 5 и пункта 1 части 1 статьи 22 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации (далее - ГПК РФ) подведомственны судам общей юрисдикции» [40].

Споры между организацией и потребителем могут возникнуть при купле-продаже товаров, при ненадлежащем предоставлении образовательных, медицинских, туристических и иных услуг, при нарушении условий договора по выполнению ремонтных, технических и других работ. К основным характеристикам спора о защите прав потребителей относят то, что это правовой конфликт, всегда присутствуют две стороны: потребитель и продавец, изготовитель или исполнитель, спор образуется после нарушенного права потребителя и по его волеизъявлению.

Сегодня целесообразно закрепить данное понятие в Преамбуле ЗОЗПП и изложить в следующей редакции: «спор о защите прав потребителя – это правовой конфликт между потребителем и изготовителем (исполнителем, продавцом), который образовался после нарушения прав потребителя, и направленный на их защиту».

Проблемой защиты прав потребителей является также отсутствие закрепления в ЗОЗПП нормы о досудебной защите прав потребителей.

Согласно п. 23 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» «до подачи искового заявления в суд обязательный претензионный порядок урегулирования споров предусмотрен в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения оператором связи обязательств, вытекающих из договора об оказании услуг связи (пункт 4 статьи 55 Федерального закона от 7 июля 2003 года N 126-ФЗ «О связи»), а также в связи с перевозкой пассажира, багажа, груза или в связи с буксировкой буксируемого объекта внутренним водным транспортом (пункт 1 статьи 161 Кодекса внутреннего водного транспорта Российской Федерации)» [45]. В п. 4 ст. 55 ФЗ «О связи» указано: «в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств, вытекающих из договора об оказании услуг связи, пользователь услугами связи до обращения в суд предъявляет оператору связи претензию» [82]. Согласно п. 1 ст. 161 Кодекса

внутреннего водного транспорта РФ [25], а также ст. 797 ГК РФ претензия будет необходима в случае возникших споров. Вышеуказанное разъяснение Пленума Верховного Суда РФ содержит ряд упущений и, следовательно, нуждается в комментариях. Так, обязательный претензионный порядок предусмотрен ст. 10 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 N 132-ФЗ, ст. 124 Воздушного кодекса Российской Федерации от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 08.08.2024) [10].

Претензионный порядок обязателен в случае инициирования судебного разбирательства для того, чтобы изменить условия договора или расторгнуть его. В Определении Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 05.02.2019 № 49-КГ18-61 было указано, что обращение потребителя с претензией является его правом, а не обязанностью [41].

Встречаются случаи, когда стороны в договоре самостоятельно согласовывают условие об обязательности соблюдения досудебного претензионного порядка, что отвечает принципу свободы договора (ст. 421 ГК РФ). Таким образом, можно сделать вывод, что сегодня претензионный порядок в сфере защиты прав потребителей считается необязательным, за исключением случаев, предусмотренных законом. Но это не означает, что отсутствие упоминание о нем в ЗОЗПП не нуждается в его изменении [12, с. 105-108].

Говоря о досудебной защите прав потребителей в России, отметим, что она находится на стадии формирования и нормального функционирования, в связи с большим количеством актуальных и нерешенных проблем. В 2017 году Правительство РФ издало Распоряжение о Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, где одним из важных направлений выступает целевой показатель, который должен быть достигнут к 2030 году 50 % споров, разрешенных в досудебном порядке по защите прав потребителей [50]. Сегодня активно обсуждается

данная проблема на федеральном уровне, предпринимаются попытки усовершенствовать данный институт в области защиты прав потребителей.

В Стратегии указано, что «для защиты потребительских прав социально уязвимых групп населения предлагается: способствовать наличию механизмов рассмотрения коммерческими предприятиями претензий потребителей для оперативного, справедливого, прозрачного, не сопряженного со значительными расходами, доступного, безотлагательного и действенного урегулирования споров без излишних финансовых или иных издержек» [50].

По поручению, которое было дано Президентом РФ в 2017 году был разработан и внесен 29 марта 2021 года законопроект в Государственную Думу РФ, который предусматривает онлайн возможность разрешения споров с участием потребителей. Так, согласно ему, предложено внедрение специального сервиса на портале госуслуг по урегулированию в досудебном порядке споров в области защиты прав потребителей. Но, в ходе рассмотрения высказывались замечания по поводу механизма реализации такого порядка лишь продавцами, изготовителями, которые укажут сведения о возможности использования онлайн-сервиса. Таким образом, если данное условие не будет никак закреплено, то и потребитель не сможет воспользоваться таким правом, необходимо обратить внимание, что данная новелла касается только продажи товаров с помощью сети Интернет.

В настоящее время все больше покупателями совершаются покупки через Интернет, что соответственно вызывает повышенный интерес в сторону их защиты, но наверняка создание вышеуказанного онлайн-сервиса невозможно считать в качестве разрешения вопроса по формированию досудебного урегулирования споров о защите прав потребителей в целом. На сегодняшний день законопроект не вступил в силу и все также находится на рассмотрении.

По мнению В.В. Богдан сегодня «обоснована необходимость введения обязательного претензионного порядка урегулирования споров с участием потребителей, для введения которого имеются все необходимые предпосылки: правовые (обратиться с письменной претензией потребителя побуждают требования ст. 483 ГК РФ (об извещении продавца о нарушении договора) и ст. 452 ГК РФ (о порядке изменения и расторжения договоров), практические (невозможность взыскать неустойку, штраф), объективные (острая необходимость повышения уровня правовой просвещенности граждан, формирования активной правовой позиции гражданина и борьба с правовым нигилизмом, существенное изменение ведения розничной торговой деятельности и прочие) и теоретические (обсуждение проблемы проводится не один год)» [6, с. 312-323]. Мы придерживаемся аналогичной позиции и полагаем, что претензионный порядок в области защиты прав потребителей целесообразно сделать обязательным.

Поскольку, во-первых, ЗОЗПП регламентирует штраф за отказ продавца добровольно урегулировать спор с потребителем, согласно п. 6 ст. 13 ЗОЗПП «при удовлетворении судом требований потребителя, установленных законом, суд взыскивает с изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя штраф в размере пятьдесят процентов от суммы, присужденной судом в пользу потребителя» [23].

Приведем пример из судебной практики, где продавец требования потребителя добровольно не удовлетворил после получения претензии, а после обращения потребителя (истца) в суд согласно Решению Люберецкого городского суда Московской области от 27 февраля 2024 года (Дело № 2-1297/2024) обязан был возместить истцу не только расходы на устранение строительных недостатков жилого помещения в размере 289 525 рублей, но и неустойку в размере 100 000 рублей, компенсацию морального вреда в

размере 10 000 рублей, штраф в размере 40 000 рублей, расходы по оформлению доверенности – 2600 рублей, а также с него была взыскана в доход бюджета муниципального образования городского округа Люберцы Московской области госпошлина в размере 7395 рублей [58].

Во-вторых, потребитель, обращаясь к продавцу (изготовителю, импортеру и так далее) предварительно с претензией формирует свои требования, а продавец в свою очередь узнает о существовании такой претензии, так как на практике без наличия обязательного претензионного порядка о требованиях со стороны потребителя продавцу становится известно только на судебном заседании. В-третьих, обязательный претензионный порядок должен снизить нагрузку на суды.

Б.А. Матекова указывает, что «... обязательный досудебный порядок будет способствовать разрешению споров в добровольном порядке и частичному пресечению потребительского экстремизма. Однако, отсутствие в ЗОЗПП обязанности предпринимателя дать письменный ответ на претензию потребителя значительно снижает эффективность досудебного порядка. Зачастую потребитель, обратившийся с претензией, продолжительное время дожидается ответа от предпринимателя, в то время как последний предпринимает различные действия чтобы избежать ответственности...» [30, с. 333-334].

Таким образом, целесообразно внести изменения в ЗОЗПП и дополнить его ст.16.2 «Досудебная защита прав потребителей», в котором указать:

1. «До предъявления искового заявления потребитель должен направить письменную претензию.
2. Продавец (изготовитель, исполнитель) должен рассмотреть письменную претензию, в установленные сроки. О принятом решении с пояснением по рассмотренной претензии продавец (изготовитель, исполнитель) обязан предоставить письменный ответ потребителю».

Потребитель может опираться на ЗОЗПП, потому что может не знать иные нормативно-правовые акты, которые помогают отстаивать ему свои права, этот закон направлен не только для защиты, но также и для просвещения лиц которые в силу низкого правового образования, возраста, в том числе как действовать потребителю в сложившейся ситуации, а прописывание досудебной защиты будет являться инструкцией на основе, которой потребитель может решить свой конфликт с организацией, индивидуальным предпринимателем позволит узнать потребителю ответит другая сторона на его претензию. Письменная форма позволит установить была ли попытка решить до суда проблему, которая возникла между потребителем и его контрагентом. Согласно государственной стратегии многие споры должны решаться досудебным способом и именно дополнение в закон досудебной «инструкции» поможет частично повысить количество досудебных споров.

Таким образом, предполагая, что в сфере защиты прав потребителей существуют все предпосылки для эффективного применения обязательного претензионного порядка, учитывая тенденцию внедрения досудебного порядка урегулирования споров.

Следующая проблема защиты прав потребителей связана с лицами, которым может быть предоставлена бесплатная юридическая помощь. Сегодня согласно пп. 4 п. 2 ст. 20 Федерального закона «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» от 21.11.2011 № 324-ФЗ «государственные юридические бюро и адвокаты, являющиеся участниками государственной системы бесплатной юридической помощи, осуществляют правовое консультирование в устной и письменной форме граждан, имеющих право на получение бесплатной юридической помощи в рамках государственной системы бесплатной юридической помощи, и составляют для них заявления, жалобы, ходатайства и другие документы правового характера в следующих случаях: защита прав потребителей (в части

предоставления коммунальных услуг)» [76]. Но ограничиваться только определенной сферой неверно [72, с. 43]. Проблема правовой незащищенности потребителей может быть разрешена в том числе и за счет расширения случаев оказания бесплатной юридической помощи.

Целесообразно внести изменения в пп. 4 п. 2 ст. 20 Федерального закона «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» от 21.11.2011 № 324-ФЗ, убрав «... (в части предоставления коммунальных услуг)», оставив только положение «защита прав потребителей».

Потребители участвуют во многих сделках с организациями, индивидуальными предпринимателями и не всегда имеют достаточные средства для своей правовой защиты, адвокаты, государственные юридические бюро обладают достаточной квалификацией и могут без дискриминации по определённой области прав потребителей предоставлять им консультации.

Внесенные изменения позволяют расширить круг бесплатной помощи для потребителей, которые нуждаются в ней бесплатно и им не откажут, потому что их права нарушены в сфере потребителей, но не в области предоставления коммунальных услуг. Участники бесплатной юридической помощи могут получить большой опыт, потому что возможно поступят множество обращений лиц, которые не обратились к общественным организациям за помощью, но хотят получить от адвокатов помощь на бесплатной основе и проблема связана у них как у потребителей в иных сферах, а не только коммунальных услугах.

При рассмотрении нами понятия «потребитель» в первой главе, было установлено, что самозанятые граждане не относятся к данной категории. Но как быть с ними в случае, если потребитель приобретает у таких граждан товары или услуги, при этом в последствии он не может обратиться за защитой своих нарушенных прав в суд согласно ЗОЗПП, поскольку прямого указания на это в законе нет.

Сегодня самозанятых граждан с каждым днем становится все больше, люди осуществляют предпринимательскую деятельность без регистрации в качестве ИП, и налогом в размере всего 4 % или 6 %, что является для многих преимуществом.

Они оказывают услуги в различных областях: предоставляют репетиторские услуги, юридические, занимаются пошивом одежды, игрушек и так далее, всем тем, чем пользуется потребитель. Как правило, суды делятся на две категории, те кто выносят решения, в которых признают самозанятых в качестве участников правоотношений в области защиты прав потребителей, и те, кто выносят противоположные решения, ссылаясь на отсутствие в ЗОЗПП на это указания. Внесение изменений в ЗОЗПП могли бы предотвратить ограничение и ущемление прав потребителей при возникших правоотношениях с самозанятыми. Таким образом, Преамбула ЗОЗПП помимо продавца, изготовителя, то есть другой стороны правоотношения с потребителем должна содержать и сведения о самозанятых гражданах, чтобы сформировать единообразную практику в судах по данному вопросу.

В судах потребителю не всегда удастся доказать, что самозанятый гражданин занимается предпринимательской деятельностью, чтобы он нес ответственность по ЗОЗПП. Потребителю может принести вред, действия такого лица, но действия его должны быть рассмотрены в том числе через ЗОЗПП, потому что предоставит услуги или работы даже на постоянной основе и за это получают вознаграждение. Самозанятый должен быть зарегистрирован согласно закону и несёт ответственность за осуществление деятельности без необходимой регистрации предпринимательской деятельности.

Следовательно, сегодня необходимо в Преамбулу ЗОЗПП внести изменения, а именно в определение понятий «изготовитель», «продавец», «исполнитель» добавить формулировку: «...и физическое лицо, не

являющиеся индивидуальным предпринимателем и применяющее специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (самозанятые)...».

Для разрешения дела о защите прав потребителей в суде часто прибегают к заключениям эксперта после проведенной товароведческой экспертизы. В настоящее время данные экспертизы могут проводиться не только в государственных учреждениях, но и в частных.

На практике это приводит к проблемам, когда одно заключение может противоречить в выводах другой. И судья самостоятельно должен принять мотивированное решение и обосновать, почему он выбрал именно одно из заключений эксперта в качестве ключевого [9, с. 222-224]. Несмотря на то, что сегодня в России закреплено равенство всех форм собственности, необходимо признать, что в некоторых, исключительных случаях целесообразно провести экспертизу в государственных учреждениях, как например, проведение судебных психиатрических экспертиз [14, с. 31-34].

Проведение экспертиз в государственных учреждениях позволяет дополнительно снизить количество инцидентов предоставления не качественных, не полных экспертиз, а также предоставление в некоторых случаях экспертиз экспертом, который может быть заинтересован в предоставлении экспертизы в пользу одной из сторон. Организации, индивидуальные предприниматели могут быть заинтересованы в выводах эксперта в их пользу, но также имеют случаи инциденты потребительского терроризма со стороны потребителей, например, связанные с дорогой техникой.

Целесообразно внести изменения в действующее законодательство, указав, в том числе проведение экспертиз по делам о защите прав потребителей только в государственных экспертных учреждениях. На наш взгляд, это повысит качество экспертных заключений, а значит, упростит судьям рассмотрение потребительских споров.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы.

Актуальной проблемой сегодня является недобросовестное исполнение продавцами, изготовителями обязанности доведения информации до потребителя о товарах, ими используется мелкий, сложно читаемый шрифт. Сегодня целесообразно внести изменения в ЗОЗПП, а именно п. 2 ст. 8 дополнить: «При доведении до потребителя указанной в пункте 1 настоящей статьи информации не допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме РТ Astra Serif, РТ Astra Sans), мелкого шрифта(менее 10 миллиметров в размере для каждой буквы, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров), равно как применение иных способов подачи информации, затрудняющих ее восприятие потребителем на маленьких объектах предоставления информации (размеры которых составляют менее 10 сантиметров в длину и ширину), а на объектах предоставления информации большего размера не допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме РТ Astra Serif, РТ Astra Sans), мелкого шрифта(менее 14 миллиметров в размере, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров)». Аналогичным содержанием дополнить п. 4 ст. 9 ЗОЗПП, п. 4 ст. 10 ЗОЗПП.

Актуальной проблемой защиты прав потребителей выступает отсутствие закрепления в ЗОЗПП нормы о досудебной защите прав потребителей. При досудебной защите продавец сможет узнать о возникших к нему требованиях со стороны потребителя, а потребитель формирует свои требования. Поэтому целесообразно внести изменения в ЗОЗПП и дополнить его ст.16.2 «Досудебная защита прав потребителей», в котором указать:

1. ««До предъявления искового заявления потребитель должен направить письменную претензию.
2. Продавец (изготовитель, исполнитель) должен рассмотреть письменную претензию, в установленные сроки. О принятом решении с

пояснением по рассмотренной претензии продавец (изготовитель, исполнитель) обязан предоставить письменный ответ потребителю».

При рассмотрении нами понятия «самозанятые граждане», было установлено, что сегодня в ЗОЗПП отсутствует их регламентация в качестве изготовителей, продавцов, импортеров, что выступает еще одной актуальной проблемой в области защиты прав потребителей.

Внесение изменений в ЗОЗПП могли бы предотвратить ограничение и ущемление прав потребителей в правоотношениях с самозанятыми. Следовательно, сегодня необходимо в Преамбулу ЗОЗПП внести изменения, а именно в определение понятий «изготовитель», «продавец», «исполнитель» добавить формулировку: «...и физическое лицо, не являющееся индивидуальным предпринимателем и применяющее специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (самозанятые)...».

Внесение изменений в закон при предоставлении бесплатной юридической помощи в части коммунальных услуг поможет расширить круг лиц среди потребителей, которым могут лица обладающие высшим юридическим образованием предоставить бесплатные консультации. Потребители, которые не имеют достаточное количество средств могут получить помощь, в которой нуждаются, но по какой-то причине не могут обратиться к объединениям для получения юридической помощи.

## Заключение

Проведенное исследование позволило сделать ряд следующих выводов и практических рекомендаций исходя из задач, сформулированных во введении.

В действующем законодательстве отсутствует определение понятия «права потребителей» несмотря на то, что этот термин широко используется в науке гражданского права. Права потребителя – это часть его правового статуса, которые регулируются нормами Гражданского кодекса РФ, ЗОЗПП, ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и так далее.

В ЗОЗПП дается определение понятию «потребитель», где под ним гражданина, который только намеревается заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) только для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности. Было выяснено, что круг лиц, подпадающих под категорию потребитель включает в себя не только граждан РФ, но и иностранных граждан и лиц без гражданства. В случае, если потребителем выступает малолетний, то с продавцом будут взаимодействовать его законные представители. Для определённых товаров необходима лицензия, а также совершение определённых действий в дальнейшем. Юридическое лицо потребителем не является. Покупатель и потребитель не тождественные понятия, а розничный покупатель тождественен. Самозанятые граждане, согласно ЗОЗПП, не выступают в качестве потребителей, но для обеспечения единства правоприменительной практики сегодня необходимы разъяснения Пленума Верховного Суда РФ по данному вопросу.

Сегодня необходимо выделить следующие виды прав потребителей: право потребителя на просвещение в области защиты прав потребителей;

право потребителя на безопасность товара; право потребителя на информацию об изготовителе и товарах; право потребителя при обнаружении в товаре недостатков и иные права. Перечень информации о товаре (работе, услуги) в п. 2 ст. 10 ЗОЗПП не считается исчерпывающим.

Просвещение в сфере защиты на уровне среднего специального образования обучение дополняется курсами, которые изучают вопросы защиты прав потребителей более углубленно: «Основы маркетинга», «Маркетинг», «Организация и технология торговли». Сегодня существует номер телефона «горячей линии» единого консультационного центра Роспотребнадзора, информационно-справочные телефонные линии центрального аппарата Роспотребнадзора, которые могут быть использованы потребителями для получения консультаций и разъяснений.

Право потребителя на просвещение актуально не только в России, но и в странах ближнего зарубежья.

Право на безопасность товара, например в рамках ЕАЭС в сфере пищевой продукции является комплексной и направлена на создание системы безопасности пищевой продукции в которую входит информирование о рисках для здоровья, связанных с продуктами питания.

Право на информацию об изготовителе и товарах реализуется через необходимость предоставления её в общедоступном виде, в том числе через сайты-агрегаторы и информация должна быть достоверна, необходимая, наглядная.

Право потребителя при обнаружении недостатков товара связано с недостатками товара и продавец не может самостоятельно решать, какое требование при выявленном недостатке может к нему предъявить потребитель.

Отмечается зарубежный опыт развития защиты прав потребителей, через процветание среднего класса во всем мире. Одна из главных причин успеха регулирования области защиты прав потребителей заключается в том,

что, когда такое регулирование эффективно сформулировано и соблюдается, выигрывают все: потребители: из-за защиты качества и безопасности товаров и услуг, а бизнес - из-за повышения доверия потребителей. Первыми законодательными актами в области защиты прав потребителей были: Закон о защите покупателей книг 1899 года (НЮУ) (ранний пример регулирования продаж «от двери к двери»); Закон о торговцах и коллекционерах подержанных книг 1906 года (АСТ); Закон о ростовщиках 1912 года (ЗА); Закон об аукционистах и агентах 1941 года (НЮУ). После Второй мировой войны в связи с ситуацией, вызванной дефицитом товаров в некоторых регионах, а также в качестве средства борьбы с инфляцией было введено законодательство о контроле цен (например, Закон о ценах 1948 года (ЮАР)). В разное время такое регулирование распространялась на некоторые отдельные продукты: на цены на пиво и бензин в 1981 году (Закон о регулировании цен на топливо 1981 года (Вик.)), а в последнее время - на часть VB Закона о торговой практике 1974 года (Cth) [86].

Контроль за состоянием здоровья населения и пищевых продуктов стал необходим после того, как на рубеже веков появились продавцы патентованных лекарств - «торговцы змеиным маслом», а также по мере накопления научных знаний о действии некоторых лекарств, которые раздавали викторианские медики, таких как лауданум и мышьяк. Аналогичным образом, рост числа предприятий пищевой промышленности и мест приготовления пищи с неизбежным увеличением числа пищевых отравлений привел к появлению правил гигиены питания и инспекторов. Закон об общественном здравоохранении 1902 года (НЮУ) касался продажи недоброкачественных продуктов питания, пищевых стандартов, загрязнения окружающей среды, мошенничества при маркировке ингредиентов и вредных продуктов. Впоследствии сопутствующий Закон о чистых продуктах питания 1908 года установил правила и режимы проверки. В обоих случаях законодательные меры были направлены на борьбу с загрязнением и

фальсификацией, а в случае с лекарствами: с обманом при продаже. Эти законы были приняты как для защиты солидных компаний от недобросовестных конкурентов и защиты интересов потребителей. Примером является закон США о продуктах питания и лекарствах 1906 года. Интересно, что, учитывая озабоченность в то время многих граждан страны мужского пола, одним из первых законодательных актов, защищающих «чистоту» продуктов, стал Закон о фальсификации спиртных напитков 1855 года (Клд) [86].

Самозащита позволяет без обращения в соответствующие государственные органы, без перехода границ действий, которые потребовались для пресечения нарушения, которые могут быть выражены через проведение экспертизы, обращение в средства массовой информации, иные способы защитить свои нарушенные права потребителю.

Возмещение убытков позволяет потребителю помимо неустойки взыскать убытки и при этом взыскание убытков не освободит от требования выполнить обязательство в натуре.

Компенсация морального вреда не имеет в отличие от остальных способов защиты единообразной практики применения, а также является очень важным вопросом определения его размера на основе разных большого количества обстоятельств. Потребитель также может воспользоваться прекращением или изменением правоотношения

Гражданско-правовые средства защиты разные ученые трактуют по-разному, потому что их можно классифицировать по разным основаниям и выделять разные виды.

Проанализировав правоприменительную практику, мы пришли к выводу, что одной из актуальных проблем прав потребителей на сегодняшний день является недобросовестное исполнение изготовителями, продавцами обязанности доведения информации до потребителя о товарах, ими используется мелкий, трудночитаемый шрифт. Для решения данной

проблемы целесообразно внести изменения в ЗОЗПП, а именно п. 2 ст. 8 дополнить абзацем следующего содержания: «При доведении до потребителя указанной в пункте 1 настоящей статьи информации не допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме PT Astra Serif, PT Astra Sans), мелкого шрифта(менее 10 миллиметров в размере для каждой буквы, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров), равно как применение иных способов подачи информации, затрудняющих ее восприятие потребителем на маленьких объектах предоставления информации (размеры которых составляют менее 10 сантиметров в длину и ширину), а на объектах предоставления информации большего размера не допускается использование трудно читаемого(использование иных шрифтов, кроме PT Astra Serif, PT Astra Sans), мелкого шрифта(менее 14 миллиметров в размере, расстояние между буквами менее 2 миллиметров, расстояние между словами менее 5 миллиметров)». Аналогичным содержанием дополнить п. 4 ст. 9 ЗОЗПП, п. 4 ст. 10 ЗОЗПП.

PT Astra Serif, PT Astra Sans являются метрически подобными шрифтам Times New Roman, Arial, Verdana, но в отличие от них не наложены ограничения на копирование и распространение в России, а следовательно не имеет рисков с нарушением прав правообладателей, потому что могут распространяться по открытым лицензиям. Также они допустимы в делопроизводстве. Схожесть шрифтов позволяет воспринимать информацию любому потребителю, который пользовался ранее распространёнными шрифтами без необходимости привыкать к предоставлению её в другом виде.

Анализируя актуальные проблемы защиты прав потребителей, нами было установлено, что в преамбуле ЗОЗПП отсутствует определение понятия «спор о защите прав потребителей», что является однозначным упущением законодателя. Поэтому сегодня целесообразно закрепить данное понятие в Преамбуле ЗОЗПП и изложить в следующей редакции: «спор о защите прав

потребителя – это правовой конфликт между потребителем и изготовителем (исполнителем, продавцом), который образовался после нарушения прав потребителя, и направленный на их защиту».

Актуальной проблемой защиты прав потребителей является отсутствие правовой нормы в ЗОЗПП о претензионном порядке урегулирования споров. Досудебная защита прав должна быть обязательной для всех потребителей, а не только в определенной области.

Поэтому целесообразно внести изменения в ЗОЗПП и дополнить его ст.16.2 «Досудебная защита прав потребителей», в котором указать: «До предъявления искового заявления потребитель должен направить письменную претензию. Продавец (изготовитель, исполнитель) должен рассмотреть письменную претензию, в установленные сроки. О принятом решении с пояснением по рассмотренной претензии продавец (изготовитель, исполнитель) обязан предоставить письменный ответ потребителю».

Было выявлено, что сегодня в ЗОЗПП отсутствует регламентация «самозанятых граждан» в качестве изготовителей, продавцов, импортеров, что выступает еще одной актуальной проблемой в области защиты прав потребителей. Внесение изменений в ЗОЗПП могли бы предотвратить ограничение и ущемление прав потребителей в правоотношениях с самозанятыми.

Следовательно, сегодня необходимо в Преамбулу ЗОЗПП внести изменения, а именно в определение понятий «изготовитель», «продавец», «исполнитель» добавить формулировку: «...и физическое лицо, не являющиеся индивидуальным предпринимателем и применяющее специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» (самозанятые)...».

## Список используемой литературы и используемых источников

1. Абдурахманов Р.Р. Защита прав потребителей при продаже товаров ненадлежащего качества / Р. Р. Абдурахманов // NovaUm.Ru. - 2017. - № 6. - С. 202-204.
2. Абхадеева Л.Б., Шумов П.В. Актуальные вопросы рассмотрения судами дел о защите прав потребителей // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2022. №11-2. С. 15-17.
3. Батршина А.А. Основные способы защиты прав потребителей // Молодой ученый. 2022. № 50 (445). С. 190-192.
4. Белов В.А. Гражданское право в 2 т. Том 1. Общая часть: учебник для академического бакалавриата / В. А. Белов. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 451 с.
5. Белов В. Наименование магазина на английском языке // ЭЖЮрист. - 2016. - № 21. - С. 12-16.
6. Богдан В.В. Гражданско-правовое регулирование защиты прав потребителей в современной России: проблемы теории и практики: диссертация ... кандидата юридических наук: 12.00.03 / Богдан Варвара Владимировна; [Место защиты: Юго-Западный государственный университет].- Курск, 2015.- 381 с.
7. Богдан В.В. Теоретические проблемы определения специального правового статуса потребителя / В.В. Богдан // Вестник ОГУ. – 2018. – № 4 (165). – С. 231-235.
8. Буторина К.П. Претензия как средство защиты прав потребителя // Форум молодых ученых. 2021. №5 (57). С. 72-75.
9. Бутько Л.В., Жбырь О.Н. Лепешкина О.В. Некоторые проблемы правового регулирования защиты прав потребителей // Право и государство: теория и практика. 2022. №1 (205). С. 222-224.

10. Воздушный кодекс Российской Федерации от 19.03.1997 N 60-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 12, 24.03.1997, ст.1383.

11. Волынский А.Ф. Юридическая защита прав и законных интересов потребителей товаров и услуг: особенности современной парадигмы: Учеб.-практ. пос. / под ред. А.Ф. Волынский, В.А. Прорвич // М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М. 2019. 256 с.

12. Галиахметова И.Р., Жемалетдинов Р.М. Внесудебный (претензионный) порядок защиты прав потребителей // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. №11-3. С. 105-108.

13. Галиахметова И.Р., Жемалетдинов Р.М. Основные особенности рассмотрения дел по защите прав потребителей // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. №11-3. С. 109-111.

14. Гасанова М.Г. Актуальные проблемы защиты прав потребителей в РФ // Достижения науки и образования. 2023. № 1 (88). С. 31-34.

15. Гафарова Г.Р. Защита прав потребителей: учебное пособие / под ред. З.М. Фаткудинова. М.: Юстицинформ, 2018. 376 с.

16. ГОСТ Р 50646-2012. Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги населению. Термины и определения (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.11.2012 N 1612-ст) // М.: Стандартинформ, 2014.

17. ГОСТ Р 51303-2023. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения (утв. Приказом Росстандарта от 30.06.2023 N 469-ст) // СПС КонсультантПлюс

18. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301 18.

19. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства Российской Федерации N 5, 29.01.96, ст.410.

20. Гражданско-правовая защита прав потребителей : учебник / Л. Ф. Нетишинская. – Краснодар : КубГАУ, 2020. – 151 с.

21. Данилов В.В. Защита прав потребителя в системе конституционных прав человека в России: автореферат дис. ... кандидата юридических наук: 12.00.02 / Данилов Валерий Владимирович; [Место защиты: Рос. ун-т дружбы народов]. – Москва, 2019. – 23 с.

22. Жусупбекова М.К. Права потребителей на получение необходимой и достоверной информации / М. К. Жусупбекова // Вестник Института законодательства и правовой информации Республики Казахстан. - 2019. - №1 (55). - С. 128 – 134.

23. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 08.08.2024) «О защите прав потребителей» //Российская газета от 7 апреля 1992 г.

24. Каримова С.М. Состояние защиты прав потребителей в современной России // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2023. №7-2 (82). С. 170-173.

25. Кодекс внутреннего водного транспорта Российской Федерации от 07.03.2001 N 24-ФЗ (ред. от 08.08.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 11, 12.03.2001, ст.1001.

26. Кондратенко Н.А. Спорная судебная практика применения норм Закона «о защите прав потребителей» // Отечественная юриспруденция. 2017. №7 (21). С. 12-18.

27. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года: с изм., одобр. в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года [Электронный ресурс] URL:

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/) (дата обращения: 22.02.2022).

28. Кремлева О.В. Актуальные проблемы в сфере защиты прав потребителей // Вестник науки. 2022. №10 (55). С. 114-119.

29. Ланина Е.Ю. Административно-правовое регулирование управления в сфере потребительского рынка и защиты прав потребителей / Е.Ю. Ланина // Административное и муниципальное право. – 2019. – № 6 (18). – С. 18-24.

30. Матекова Б.А. Досудебное урегулирование спора в сфере защиты прав потребителей // Молодой ученый. 2023. № 47 (494). С. 333-334.

31. Майнагашева Е.А., Иванченко Л.А. Проблемы защиты прав потребителей // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2021. № 3. С. 283-289.

32. Мелкумян Н.А. Судебная защита прав потребителей: проблемы теории и практики // Вестник науки. 2024. №10 (79). С. 406-413.

33. Мечетина Т.А., Мечетин Д.В. Статус потребителя в российском гражданском праве и некоторые вопросы компенсации морального вреда // Юридическая наука. 2017. № 2. С. 55-59.

34. Милованов Я.В. Понятие и признаки потребителя // Молодой ученый. 2022. № 19 (414). С. 273-276.

35. Моноолов Н.Ф., Гончаров В.В. Понятие и сущность института защиты прав потребителей в Российской Федерации // Право и государство: теория и практика. 2020. №11 (191). С.235-238.

36. Мохоров, Д.А. Правовой статус потребителя / Д.А. Мохоров // Защита прав потребителей. Социально-правовой аспект. Научнопрактическое пособие. – Санкт-Петербург, 2017. – С. 57-82.

37. Ножнин И.Н. Право потребителей на информацию // Правовое государство: теория и практика. 2016. №2 (44). С. 52-57.

38. Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 23.10.2024) // СПС КонсультантПлюс.

39. Овчаренко Б.Д. О некоторых проблемах защиты прав потребителей в современных условиях // АВБсП. 2023. №2. С. 68-70.

40. Определение Седьмого кассационного суда общей юрисдикции от 29 марта 2021 года по делу № 8Г-1874/2021 Режим доступа: [https://7kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud\\_delo&srv\\_num=2&name\\_op=case&case\\_id=26947691&case\\_uid=6ae8974a-85bf-4155-9ad0-569285a3c11&new=2800001&delo\\_id=2800001](https://7kas.sudrf.ru/modules.php?name=sud_delo&srv_num=2&name_op=case&case_id=26947691&case_uid=6ae8974a-85bf-4155-9ad0-569285a3c11&new=2800001&delo_id=2800001) (дата обращения 09.11.2024).

41. Определение Судебной коллегии по гражданским делам Верховного Суда РФ от 05.02.2019 № 49-КГ18-61 // СПС КонсультантПлюс.

42. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 16 февраля 2021 года по делу № А60-17574/2020 // СПС КонсультантПлюс.

43. Постановление Арбитражного Суда Хабаровского края от 21 февраля 2024 года по делу № А73-10968/2022 // СПС КонсультантПлюс.

44. Постановление Девятого Арбитражного апелляционного суда г. Москва от 06 апреля 2016 года по делу № А40-187429/2015 // Судебные и нормативные акты РФ.

45. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 N 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации, сентябрь 2012 г., N 9.

46. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 N 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Судебные и нормативные акты РФ.

47. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 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 Российской Федерации, N 3, 18.01.2021, ст.593.

48. Постановление Пленума ВАС РФ от 14.03.2014 N 16 «О свободе договора и ее пределах» // Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации", 2014 г., N 8.

49. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 15.11.2022 N 33 «О практике применения судами норм о компенсации морального вреда» // Судебные и нормативные акты РФ.

50. Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2017 N 1837-р <Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года> // Собрание законодательства Российской Федерации, N 37, 11.09.2017, ст.5543.

51. Решение Автозаводского районного суда г. Тольятти Самарской области от 17 января 2024 года по делу № 2-14157/2023 // Судебные и нормативные акты РФ.

52. Решение Автозаводского районного суда Самарской области г. Тольятти от 02 февраля 2024 года по делу № 2-14859/2023 // Судебные и нормативные акты РФ.

53. Решение Балаковского районного суда Саратовской области от 21 февраля 2024 года по делу № 2-3867/2023 // Судебные и нормативные акты РФ.

54. Решение Видновского городского суда Московской области от 28 февраля 2024 года по делу № 2-2224/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

55. Решение Ворошиловского районного суда г. Ростово-на-Дону от 12 июля 2017 года по делу № 2-1398/2017 // Судебные и нормативные акты РФ.

56. Решение Краснокамского районного суда республики Башкортостан от 27 февраля 2024 года по делу № 2-348/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

57. Решение Ленинского районного суда г. Пензы от 28.02.2024 года по делу № 2-406/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

58. Решение Люберецкого городского суда Московской области от 27 февраля 2024 года по делу № 2-1297/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

59. Решение Мончегорского городского суда Мурманской области от 27 апреля 2020 года по делу № 2-367/2020 // Судебные и нормативные акты РФ.

60. Решение Нижнекамского городского суда Республики Татарстан от 01 августа 2016 года по делу № 2-4901/2016 // Судебные и нормативные акты РФ.

61. Решение Октябрьского районного суда города Иваново от 28 февраля 2024 года по делу № 2-282/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

62. Решение Октябрьского районного суда г. Уфы республики Башкортостан от 05 марта 2024 года по делу № 2-575/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

63. Решение Свердловского районного суда г. Красноярка от 28 февраля 2024 года по делу № 2-1287/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

64. Решение Центрального районного суда г. Тольятти Самарской области от 16 февраля 2024 года по делу № 2-18/2024 // Судебные и нормативные акты РФ.

65. Рудых С.Д., Суханова Д.А. Самозащита как один из способов защиты прав потребителей // Вопросы российской юстиции. 2023. №23. С. 191-198.

66. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей (Приняты 09.04.1985 Резолюцией 39/248 на 106-ом пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН) // СПС КонсультантПлюс

67. Рябоконт А.Р. Основные права потребителей // Инновационная наука. 2023. №12-2. С. 145-146.

68. Савельев А.Н. Развитие закона о защите прав потребителей // Международный научный вестник. 2023. № 3. С. 15-18.

69. Самматов Е.В. Право потребителей на безопасность товаров (работ, услуг) // Аллея науки. 2020. Т. 1. № 10 (49). С. 534- 537.

70. Скворцова Т.А., Сулейманов Х.А. Качество товара как правовая категория // Актуальные научные исследования в современном мире. 2018. №7-3(39). С. 66-70.

71. Снигирева В.А. Право потребителя на получение товара (работы, услуги) надлежащего качества и гарантии его реализации // Агропродовольственная политика России. 2017. №5(65). С. 117-119.

72. Степанова Е.Е. Проблемы защиты прав потребителей (по материалам судебной практики мировых судей Санкт-Петербурга и Ленинградской области): учебное пособие / Е. Е. Степанова. — СПб.: Издательство «Гамма», 2023. 82 с.

73. Сусликов В.Н., Филимонов А.А. Проблемы компенсации морального вреда по делам о причинении вреда жизни и здоровью граждан // Социально-экономические исследования, гуманитарные науки и юриспруденция: теория и практика. 2016. №7-2. С. 147-154.

74. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков. Москва : Аделант, 2014. 800 с.

75. Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 17.12.1999 N 212-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 20 декабря 1999 г., N 51, ст. 6287.

76. Федеральный закон «О бесплатной юридической помощи в Российской Федерации» от 21.11.2011 N 324-ФЗ // Судебные и нормативные акты РФ.

77. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 N 135-ФЗ (ред. от 01.09.2024) // Судебные и нормативные акты РФ.

78. Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ (ред. от 09.11.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 31 (ч.1), 31.07.2006, ст.3448.

79. Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (ред. от 13.07.2020) // Судебные и нормативные акты РФ.

80. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 08.08.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 53 (ч.1), 31.12.2012, ст.7598.

81. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. 08.08.2024) // Собрание законодательства Российской Федерации, N 12, 20.03.2006, ст.1232.

82. Федеральный закон «О связи» от 07.07.2003 N 126-ФЗ // Судебные и нормативные акты РФ.

83. Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27.12.2002 N 184-ФЗ (ред. от 21.11.2022) // Собрание законодательства Российской Федерации (часть I), N 52, 30.12.2002, ст. 5140.

84. Шведова А.Д. Гражданско-правовые средства защиты прав потребителей // Форум молодых ученых. 2021. №11 (63). С. 474-477.

85. Шиббаева Н.В. Проблемы защиты прав потребителей по законодательству Российской Федерации ... магистрант: 40.04.01 / Шиббаева Наталья Владиславовна; [Место защиты: Тольяттинский государственный университет].- Тольятти, 2021.- 98 с. [Электронный ресурс] URL: <http://hdl.handle.net/123456789/19072> (дата обращения: 15.11.2024).

86. John TD Wood Consumer protection: A case of successful regulation regulatory // Theory: Foundations and applications, edited by Peter Drahos. Canberra: The Australian National University. 2017. P. 633–651. URL: <http://doi.org/10.22459/RT.02.2017> (дата обращения: 28.10.2024).

87. Rösher Anja, Haucap Justus, The impact of consumer protection in the digital age: Evidence from the European Union // In international journal of industrial Organization. 2020. № 73. P. 266-273. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/213327/1/1688710639> (дата обращения: 20.01.2025).

88. Purba M.S., Sinaga F.R. The legal liability of online driver for passengers' accident in consumer protection law. International Journal of Law Recontruction. 2021. № 5(2) P. 341–353. URL: <https://www.researchgate.net/publication/357154236> (дата обращения: 28.01.2025).

89. Waller, Spencer Weber and Brady, Jillian G. and Acosta, R.J. and Fair, Jennifer, Consumer Protection in the United States: An Overview (January 12, 2011). European Journal of Consumer Law, May 2011, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1000226> (дата обращения: 11.11.2024).

90. Wang Z. Research on internet financial consumer rights protection in China. E3S Web of Conferences. 2020. № 218. P. 214–219. URL: [https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/78/e3sconf\\_iseese2020\\_01022/e3sconf\\_iseese2020\\_01022.html](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/78/e3sconf_iseese2020_01022/e3sconf_iseese2020_01022.html) (дата обращения: 28.01.2025).