

Борзова Екатерина Ивановна,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет

Научный руководитель:
Власова Ульяна Александровна,
Белгородский государственный национальный
исследовательский университет

ОСОБЕННОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация. В работе рассматриваются теоретические и правовые основы защиты прав потребителей в Российской Федерации. Проанализированы понятия, задачи и особенности механизма защиты потребителей, а также правовой статус субъектов, участвующих в данных отношениях. Проведён анализ нормативных актов, регулирующих защиту прав потребителей в сфере предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: Закон, потребитель, защита прав, правовое регулирование, судебная защита.

В повседневной жизни человек постоянно вступает в правовые отношения, зачастую даже не замечая этого. Любая покупка товара в магазине, заказ услуги, оформление подписки, поездка в общественном транспорте или обращение в сервисный центр – всё это является ситуациями, которые регулируются законодательством Российской Федерации. Несмотря на их обыденность, такие взаимодействия имеют юридическую природу, поскольку между гражданином и продавцом или исполнителем услуг возникают конкретные права и обязанности.

Государство стремится обеспечить баланс между потребителем и предпринимателем, устанавливая механизм ответственности, порядок рассмотрения претензий, гарантии безопасности товаров и услуг, а также процедуры урегулирования споров.

Конституция Российской Федерации [1] закрепляет основные социально-экономические права граждан, в том числе право на охрану здоровья, образование, жилище и благоприятные условия жизни. Реализация указанных прав напрямую связана с регулированием предпринимательской деятельности, поскольку именно через производство товаров, выполнение работ и оказание услуг обеспечивается удовлетворение потребностей граждан. В этой связи государство устанавливает обязательные требования к качеству и безопасности товаров, работ и услуг, направленные на защиту прав и законных интересов потребителей, их жизни, здоровья и имущества, а также на обеспечение добросовестного осуществления предпринимательской деятельности и охрану окружающей среды.

На основании этих конституционных гарантий функционирует система защиты прав потребителей, ключевым элементом которой является Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»[2]. Его положения служат основой правоприменительной практики и активно используются как в судебной системе, так и в деятельности контролирующих органов.

Данный закон устанавливает правовые рамки взаимодействия между покупателями и субъектами рынка: изготовителями, продавцами, импортёрами и владельцами онлайн-платформ. Он гарантирует гражданам возможность приобретать безопасные товары надлежащего качества, а также получать о них полные и точные сведения. Нормы документа



призваны повысить грамотность населения в правовых вопросах, обеспечить государственную и общественную защиту их интересов и определить порядок реализации этих прав.

Например, статья 18 этого Закона подробно описывает действия покупателя при выявлении дефектов в товаре. Гражданин может требовать компенсации убытков, причинённых ему некачественной покупкой. При этом само понятие «ненадлежащее качество» в законе прямо не раскрывается, однако используются такие категории, как «недостаток товара», под которым понимается несоответствие товара обязательным требованиям, и «существенный недостаток товара», характеризующийся его неустранимостью. Практическое последствие такого подхода заключается в том, что при разрешении споров упор делается не на формальное «качество», а на установление факта недостатка и его существенности. Именно эти выводы экспертизы становятся ключевыми для выбора способа защиты: замена, ремонт, возврат товара или расторжение договора.

С юридической точки зрения потребителем считается физическое лицо, которое приобретает или использует товары и услуги исключительно для личных или семейных нужд, не связанных с извлечением прибыли. Таким образом, юридические лица и индивидуальные предприниматели, закупающие что-либо для бизнеса, под это определение не подпадают. Это разделение обосновано тем, что коммерческие организации, как правило, имеют в штате юридических специалистов, в то время как обычные граждане такой поддержки лишены и нуждаются в дополнительных гарантиях от государства.

Кроме того, законодатель уточняет, что потребителем является не только лицо, фактически купившее или заказавшее товар, или услугу, но и тот, кто только планирует их приобретение. Использовать приобретённые товары или услуги могут также другие лица на законных основаниях с согласия приобретателя, прежде всего члены семьи. Гражданский кодекс РФ закрепляет, что подобные товары или услуги рассматриваются как средства, предназначенные для личного, семейного и домашнего использования, а не для ведения предпринимательской деятельности.

Защита интересов потребителей обеспечивается и рядом других нормативных актов. Существенную роль играют постановления Правительства Российской Федерации, которые детализируют требования и регулируют отдельные направления потребительского законодательства. Значимые положения, касающиеся прав и обязанностей участников потребительских отношений, содержатся также в Гражданском кодексе РФ. Дополнительные гарантии и меры ответственности за нарушения предусмотрены нормами Уголовного кодекса Российской Федерации и Кодекса РФ об административных правонарушениях, что формирует комплексную систему правового обеспечения защиты прав потребителей.

Закон РФ «О защите прав потребителей» [2] предусматривает следующие способы защиты прав потребителей: компенсация морального вреда; возмещение понесённого ущерба; компенсация при обнаружении недостатков или сроков выполнения работ, услуг и другие способы.

Романович В. Б. отмечает, что «для удовлетворения иска компенсации потребителю морального вреда необходим факт нарушения прав потребителей. Возмещение морального вреда осуществляется с учётом требований разумности и справедливости. Отсюда возникает сложность вопроса обоснования суммы, подлежащей компенсации. Замечена тенденция занижения судами размеров заявленных требований потребителей о компенсации морального вреда практически в 5-6 раз» [3].

При защите прав потребителей во внесудебном (добровольном) порядке у сторон (потребителя и продавца) есть возможность самостоятельно решить разногласия. Но, несмотря на то, что потребитель выберет этот способ защиты своих прав, за ним остаётся право обратиться в суд. Следует отметить о таком интересном способе оптимального разрешения вопроса, как процедура медиации, где имеется посредник (медиатор), который способствует



диалогу между сторонами. К сожалению, процедура медиации пока что не получила широкого распространения в нашей стране [4].

Значимую функцию в этой системе выполняют общественные объединения, действующие в интересах граждан. Эти организации, ведут просветительскую работу, осуществляют независимый контроль, проводят экспертизы и оказывают гражданам помощь в отстаивании их интересов. Кроме того, такие объединения вправе обращаться в суд в защиту интересов неопределённого круга лиц, участвовать в рассмотрении споров, взаимодействовать с государственными органами и инициировать проверки.

В регионах, включая Белгородскую область, такие организации активно работают. Например, Белгородское общество защиты прав потребителей оказывает гражданам юридическую поддержку в случаях продажи некачественных товаров, срыва сроков исполнения обязательств и других нарушениях.

Особую актуальность в современном мире приобретает защита прав при дистанционной торговле, объёмы которой, включая трансграничные операции, стремительно растут. Дистанционной считается такая торговля, при которой договор заключается на основе информации из каталогов, сайтов или других средств коммуникации, а покупатель не имеет возможности осмотреть товар до его фактической передачи. Как справедливо указывает Храмцов А.Б., ключевой чертой такой торговли является отсутствие у потребителя возможности предварительного ознакомления с товаром.

Как указывает Храмцов А. Б., в последнее время набирает обороты покупка товаров дистанционным способом (в том числе трансграничная модель Uber), и Интернет-магазины всё больше приобретают популярность. Дистанционный способ продажи товаров состоит в заключении договора розничной купли-продажи на основании ознакомления покупателя с товарами в специальных каталогах, буклетах, в представленных продавцом на фото, видеоматериалах или с использованием почтовой связи, электросвязи, телевидения, сети Интернет и другими способами передачи информации. [5].

Таким, образом, защита прав потребителей в предпринимательском праве является важным элементом правового регулирования экономической деятельности. Эффективная система гарантий, включающая как государственные механизмы, так и инициативы общественных объединений, способствует соблюдению интересов граждан и укреплению доверия к рынку. Постоянное развитие законодательства и учет современных реалий, включая дистанционную торговлю, позволяют своевременно реагировать на новые вызовы и обеспечивать баланс интересов предпринимателей и потребителей.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) / [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 01.12.2025)
2. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 07.07.2025) "О защите прав потребителей" / [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 02.12.2025)
3. Романович В. Б. К вопросу о взыскании морального вреда по делам о защите прав потребителей // Отечественная юриспруденция. – 2016. – №. 8 (10). – С. 28-30.
4. Фишер С.И. Защита прав потребителей в суде // Гуманитарный вестник военной академии ракетных войск стратегического назначения. 2017. N 1 (5). С. 134–141.
5. Храмцов А. Б. Актуальные проблемы в сфере защиты прав потребителей // Наука Красноярья. – 2018. – Т. 7. – №. 2. – С. 129-143.

