

А. Б. Монахов

ПРАВО ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ЮРИДИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Рассматриваются право потребителей на их просвещение в сфере своих прав и защиту последних, на должную информацию о товаре (работе, услуге); требования к подобной информации; ответственность за нарушение этих требований как на законодательном, так и на судебном уровнях.

This article considers the right of consumers to knowledge regarding their rights and their protection and information about goods (works, services) and their quality, requirements for such information, and responsibility for the violation of these requirements both at the legislative and judicial levels.

Ключевые слова: защита прав потребителей, право на информацию, дистанционный способ продаж, отказ от исполнения договора, изъятие товара из оборота; возмещение убытков потребителю.

Key words: protection of consumer rights, right to information, distance selling, repudiation of agreement, withdrawal of goods, reimbursement of consumers.

Закон РФ от 07.02.1992 г. «О защите прав потребителей» [1] (далее – Закон, Закон о защите прав потребителей) фиксирует право потребителей на просвещение в сфере защиты своих прав, которое обеспечивается через включение соответствующих требований в государственные образовательные стандарты, общеобразовательные и профессиональные программы, а также путем предоставления информации потребителям об их правах и необходимых действиях по защите этих прав.

На примере Калининградской области можно вполне четко проследить реализацию данной нормы. Так, на базе Управления Роспотребнадзора создана общественная приемная, где бесплатно консультируются граждане по вопросам прав потребителей, действует «горячая линия», а на сайте [2] в разделе «Защита прав потребителей» представлены образцы соответствующих претензий и исковых заявлений.

Потребители обладают среди прочих таким немаловажным правом, как «право на информацию». Закон точно не определяет понятия «потребительская информация». Однако ст. 8–12 Закона закрепляют признаки, которым должна соответствовать потребительская информация, определяют ее содержание и ответственность контрагентов потребителя за ненадлежащую информацию о товаре (работе, услуге).

В соответствии со ст. 2 федерального закона от 27.07.2006 г. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» [3] информация в общем виде может быть определена как сведения (сообщения, данные), независимо от формы их представления. То есть потребительскую информацию можно определить как сведения, сообщения, данные, предоставляемые потребителю его контрагентами в соответствии с действующим законодательством.

Кроме того, ст. 8 Закона о защите прав потребителей закрепила правило, по которому гражданин вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах). Данная информация должна доводиться до сведения потребителей в наглядной и доступной форме при заключении договоров купли-продажи и выполнении работ (оказании услуг) принятыми в сфере обслуживания потребителей способами, на русском языке и дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов РФ и родных языках народов России.

Как видно из содержания вышеприведенной нормы, законодатель устанавливает следующие требования, которым и должна соответствовать потребительская информация:

1. **Необходимость.** По действующему законодательству в случае возникновения спора о недостоверности информации и причиненных в связи с этим убытков существует презумпция отсутствия у потребителя специальных знаний о свойствах товара (работы, услуги), что и может привести к недостоверному представлению о товаре (работе, услуге). Информация будет необходимой, если содержит полный объем сведений о товаре (работе, услуге).

2. Достоверность. Данное требование презюмирует соответствие содержащихся в информации сведений действительным. Из этого вытекает, что в случае ненадлежащего перевода информации о товаре (работе, услуге) на русский язык, подобная информация недостоверна (или неполна). При необходимости, по мнению продавца, заверение верности перевода с одного языка на другой осуществляет нотариус, если он владеет соответствующими языками [4].

3. Наглядность и доступность. Наглядность информации может быть определена как ясное визуальное ее восприятие через текст или иллюстрации, т.е. возможность ее понимания путем внешнего восприятия. Пункт 2 ст. 8 Закона о защите прав потребителей требует, чтобы информация доводилась до сведения потребителей доступно и просто на русском языке и дополнительно, по усмотрению изготовителя (исполнителя, продавца), на государственных языках субъектов РФ и родных языках народов РФ.

4. Соответствующее содержание информации об изготовителе (исполнителе, продавце), о режиме его работы, о реализуемых им товарах (работах, услугах).

В ст. 9 Закона о защите прав потребителей закреплено, что изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя следующую информацию: фирменное наименование своей организации; место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Данная информация размещается продавцом на вывеске.

Изготовитель (исполнитель, продавец) — индивидуальный предприниматель — должен также предоставить информацию о государственной регистрации и наименовании зарегистрировавшего его органа. Кроме того, если вид деятельности, осуществляемый изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию и (или) исполнитель имеет государственную аккредитацию, до потребителя доводится информация о виде деятельности изготовителя (исполнителя, продавца), номере лицензии и (или) свидетельства о государственной аккредитации, сроках их действия, а также информация об органе, выдавшем эти документы. Подобная информация доводится до сведения потребителей и при осуществлении торговли, бытового и иных видов обслуживания потребителей во временных помещениях, на ярмарках, с лотков, а также в случаях, когда торговля, бытовое и иные виды обслуживания осуществляются вне постоянного места нахождения продавца (исполнителя).

Необходимо, на мой взгляд, обратить особое внимание и на содержание ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей. Так, при дистанционном способе продажи товара потребителю (договор розничной купли-продажи, заключенный на основе ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара, содержащимся в каталогах, проспектах, буклетах, представленным на фотоснимках, посредством связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и др.) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора) в момент доставки товара продавцом должна быть в письменной форме предоставлена информация о товаре, предусмотренная не только ст. 10 Закона, но и п. 4 ст. 26.1 — о порядке и сроках возврата товара [5, с. 211].

Т. Ашиткова и М. Маматов отмечают, что продавец до заключения договора должен довести до сведения потребителя информацию об основных потребительских свойствах товара и адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, полном фирменном наименовании продавца, о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора [6, с. 11].

Требование о предоставлении информации при дистанционной торговле установлено также и федеральным законом от 13.03.2006 г. «О рекламе» [7]: в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны указываться сведения о продавце таких товаров, т.е. наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

В случае несоблюдения требования закона о предоставлении покупателю необходимой информации можно привлечь продавца к административной ответственности в соответствии с ч. 1 ст. 14.8 (нарушение права потребителя на получение необходимой и достоверной информации о реализуемом товаре, изготовителе, продавце), ст. 14.7 (введение в заблуждение относительно потребительских свойств и качества товара), ч. 2 ст. 14.8 (включение в договор розничной купли-продажи условий, ущемляющих права потребителей) Кодекса РФ об административных

правонарушениях [8]. Об этом еще раз напомнил Роспотребнадзор в своем письме от 12.10.2007 г. № 0100/10281-07-32 [9].

В соответствии с ч. 1 ст. 12 Закона о защите прав потребителей, если потребителю не предоставлена возможность незамедлительно получить при заключении договора информацию о товаре (работе, услуге), он вправе потребовать от продавца (исполнителя) возмещения убытков, причиненных необоснованным уклонением от заключения договора, а если договор заключен, в разумный срок отказаться от его исполнения и потребовать возврата уплаченной за товар суммы и возмещения других убытков.

Так, в июне 2007 г. гражданин Б. приобрел в магазине ООО «Неокрафт» ноутбук, стоимостью 38 тыс. рублей. Однако на следующий день матрица ноутбука вышла из строя. В просьбе заменить ноутбук на исправный либо вернуть деньги администрация магазина гражданину Б. отказала. Тогда он обратился за защитой своих прав в Ленинградский районный суд г. Калининграда, который установил, что Б. приобретал новый ноутбук, но независимая экспертиза показала, что данный товар уже эксплуатировался до даты его покупки истцом. Истцу эта информация магазином не была предоставлена.

Учитывая изложенное, суд постановил расторгнуть договор между Б. и ООО «Неокрафт», взыскать с ООО в пользу Б. стоимость ноутбука в сумме 38 тыс. рублей, неустойку в сумме 38 тыс. рублей, компенсацию морального вреда – 5 тыс. рублей, а также судебные расходы – 4,5 тыс. рублей [10].

Требования к качеству товара определяются либо договором, либо обычаем, однако за договором признается приоритет, т.е. когда, например, товар предназначается для одних целей, но в договоре указано иное, применяются условия договора (ч. 2 ст. 4 Закона). При этом потребитель вправе потребовать изменения или расторжения договора, если его условия отличаются в худшую для потребителя сторону от являющихся обычными для подобных сделок.

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 тех целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода, как правило, используется.

Как отмечает В.Р. Дворецкий, понятие целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется, не расшифровывается, поэтому возможно различное их понимание [11, с. 9].

Кроме того, ни Закон о защите прав потребителей, ни ГК РФ не дают определения категории «качество товаров». Однако некоторые ученые считают, что качество товаров можно определить как совокупность закрепленных в законодательстве и принятых в соответствии с ним документах (например, о техническом регулировании) сформировавшихся обычных требований к товару (работе, услуге), поскольку посредством их исполнения фиксируются те или иные существенные свойства товара (работы, услуги) и он становится полезным для потребителя, способным быть использованным по целевому назначению [12, с. 15].

Таким образом, право потребителя на надлежащее качество товаров можно обозначить как право, в пределах которого потребитель: 1) самостоятельно выбирает соответствующий качественный товар; 2) требует качества товара в пределах установленного срока; 3) защищает свое право на качественный товар в случае его нарушения.

В соответствии со ст. 7 Закона потребитель имеет право на то, чтобы приобретаемый товар при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации был безопасен для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причинял вред имуществу потребителя.

Эти требования являются обязательными и, как отмечает С.П. Гришаев, касаются и технически сложных товаров. Для продуктов питания утверждаются предельно допустимые нормы содержания в них вредных для здоровья веществ (например, нитратов в сельскохозяйственной продукции) [13].

Так, Московский районный суд г. Калининграда рассмотрел гражданское дело по иску Т., Р., Д. и Н. к ООО «Торговый дом “Вестер”» о возмещении вреда, причиненного здоровью, и компенсации морального вреда.

Истцы указали, что 29.08.2008 г. купили в магазине ТД «Вестер», расположенном по адресу: г. Калининград, Советский проспект, 259, продукты на общую сумму 2585 рублей. После приема в пищу продуктов, приобретенных в этом магазине, 30.08.08 г. истцы были вынуждены обратиться в службу «Калининградская неотложка» по причине плохого самочувствия, где им был установлен диагноз: «Пищевая токсикоинфекция средней степени тяжести».

При таких обстоятельствах суд нашел вину ответчика ООО «Торговый дом “Вестер”», реализовавшего продукты питания, не соответствующие требованиям безопасности для жизни и здоровья, употребление которых причинило вред здоровью истцов, доказанной. Суд взыскал с ООО «Торговый дом “Вестер”» в пользу истцов расходы на приобретение лекарств в размере 427 рублей, расходы на оплату услуг представителя – 7 тыс. рублей, расходы по госпошлине – 300 рублей, компенсацию морального вреда – 20 тыс. рублей. А также взыскал с ООО «Торговый дом “Вестер”» штраф за нарушение прав потребителей в доход бюджета – 44091 рубль [14].

Если для безопасности использования товара, его хранения, транспортировки и утилизации необходимо соблюдать специальные правила, изготовитель обязан указать эти правила в сопроводительной документации на товар на этикетке, маркировкой или иным способом, а продавец обязан довести эти правила до сведения потребителя.

Все вышеперечисленные товары, а также средства, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья потребителя, подлежат обязательной сертификации в установленном порядке. Перечни подобных товаров утверждаются Правительством РФ.

Если установлено, что товар, несмотря на соблюдение правил его использования, хранения или транспортировки, причиняет или может причинить вред жизни, здоровью и имуществу потребителя, окружающей среде, изготовитель (продавец) обязан немедленно приостановить его производство до устранения причин вреда, а если требуется, то и принять меры по изъятию его из оборота и отзыву его от потребителя. Если же причины вреда установить невозможно, изготовитель обязан снять подобный товар с производства. При невыполнении изготовителем этой обязанности, снятие товара с производства, изъятие из оборота и отзыв от потребителей производятся по предписанию соответствующего органа исполнительной власти, осуществляющего контроль за качеством и безопасностью товара. Убытки, причиненные потребителю в связи с отзывом товара, подлежат возмещению изготовителем в полном объеме [15, с. 96].

Исходя из вышеуказанного, в рамках деятельности федеральных органов законодательной и исполнительной власти, уполномоченных на проведение государственного контроля и надзора в области обеспечения безопасности товаров, необходимо выделить следующие основные способы обеспечения безопасности:

– установление в законодательстве обязательных требований на товары, обеспечивающие их безопасность для жизни, здоровья потребителя и окружающей среды, предотвращение причинения вреда имуществу потребителя и необходимости подтверждения соответствия товаров этим требованиям. В частности, подобные нормы закреплены в федеральном законе от 27.12.2002 г. «О техническом регулировании» [16];

– государственный контроль и надзор федеральными органами исполнительной власти (территориальными органами) в рассматриваемой сфере. В частности, выдача в пределах полномочий, предусмотренных законодательством РФ, предписаний изготовителям (исполнителям, продавцам, уполномоченным организациям или индивидуальным предпринимателям, импортерам) о прекращении нарушений прав потребителей.

Подводя итог, следует, на мой взгляд, согласиться с мнением Т. А. Скворцовой [17, с. 51], которая считает, что анализ российского рынка товаров позволяет сделать вывод о насущной необходимости на законодательном уровне заниматься безопасностью потребительского рынка, так как качество многих товаров низкое и в целом потребительский рынок для людей опасен из-за фальсификации многих товаров, а также товаросопроводительных документов и сертификатов качества.

Список литературы

1. *О защите прав потребителей* [Электронный ресурс]: закон РФ от 07.02.1992 г. №2300–1. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
2. *Управление* Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Калининградской области: сайт. URL: <http://www.39.rospotrebnadzor.ru>
3. *Об информации, информационных технологиях и о защите информации* [Электронный ресурс]: федеральный закон от 27.07.2006 г. №149-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
4. *Основы законодательства РФ о нотариате* от 11.02.1993 г. №4462–1 [Электронный ресурс]. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
5. *Настольная книга судьи по гражданским делам* / под ред. Н. К. Толчеева. М., 2008.

6. Ашиткова Т., Маматов М. Защита прав потребителей // Законность. 2005. №9.
7. О рекламе [Электронный ресурс]: федеральный закон от 13.03.2006 г. №38-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
8. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. №195-ФЗ. М., 2009.
9. О контроле за соблюдением правил продажи товаров дистанционным способом [Электронный ресурс]: письмо Роспотребнадзора от 12.10.07 г. №0100/10281 – 07-32. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
10. Калининградский областной суд: новости пресс-службы. Архив. URL: <http://Kaliningrad-court.ru/kos/press/news/detail.php?ID=1696.php>
11. Дворецкий В.Р. Постатейный комментарий к закону РФ «О защите прав потребителей». М., 2009.
12. Валеев Д.Х., Васильевич В.П., Чельшев М.Ю. Комментарий к закону РФ «О защите прав потребителей» (постатейный) / под общ. ред. М.Ю. Чельшева. М., 2002.
13. Гришаев С.П. Права потребителей [Электронный ресурс]. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
14. Архив Московского районного суда г. Калининграда за 2009 год. Дело №2 – 236.
15. Антонов В.В., Антонова Н.А., Толыгин Г.А. Потребительское право и защита прав потребителей. М., 2003.
16. О техническом регулировании [Электронный ресурс]: федеральный закон от 27.12.02 г. №184-ФЗ. Доступ из СПС «КонсультантПлюс».
17. Скворцова Т.А. Правовое обеспечение безопасности товаров, работ, услуг для потребителей // Юрист. 2009. №1.

Об авторе

Анатолий Борисович Монахов — канд. юр. наук, доц., Балтийский федеральный университет им. И. Канта, e-mail: monachov@kantiana.ru

About author

Dr. Anatoly Monakhov, Associate Professor, I. Kant Baltic Federal University, e-mail: monachov@kantiana.ru