

Потребительство: правовое обеспечение защиты потребителей как черта государства в его историко-правовом развитии

Consumerism: legal provision of consumer protection as a feature of the state in its historical and legal development

Слабнин Б.Д.

Аспирант юридического факультета Негосударственного образовательного частного учреждения высшего образования «Московский финансово-промышленный университет „Синергия“»
e-mail: mr.slabnin@mail.ru

Slabnin B. D.

Postgraduate student of the Faculty of Law of the Moscow University for Industry and Finance "Synergy"
e-mail: mr.slabnin@mail.ru

Аннотация

Статья посвящена исследованию масштабов распространенности в современной России такого явления, как потребительство, а также рассматриваются основы правового обеспечения защиты потребителей. Сделан краткий обзор правовой базы, регулирующей сферу защиты прав потребителей, а также рассмотрены способы решения возникающих у потребителей вопросов без перехода в юридическую плоскость. Был сделан вывод, что масштабы потребительства в России достаточно большие, а юридическое регулирование основывается как на частно-правовых нормах, так и на нормах публичного права, что позволяет сказать о комплексном характере действующего законодательства. Также было установлено, что государство играет большую роль в защите прав потребителей.

Ключевые слова: потребители, потребительство, защита прав потребителей, гражданское право, публичное право.

Abstract

The article is devoted to the study of the prevalence of such a phenomenon as consumerism in modern Russia, and also examines the basics of legal support for consumer protection. A brief overview of the legal framework regulating the field of consumer rights protection is made, and ways to resolve issues that arise for consumers without moving into the legal plane are also considered. It was concluded that the scale of consumerism in Russia is quite large, and legal regulation is based on both private law norms and public law norms, which allows us to say about the complex nature of the current legislation. It was also found that the state plays a large role in protecting consumer rights.

Keywords: consumers, consumerism, consumer protection, civil law, public law.

Если раньше (до индустриальной революции) человек воспринимался, прежде всего, как производитель продуктов питания, товаров и услуг, и сам же являлся их потребителем, т.е. потреблял то, что сам произвел, то в современном обществе человек все больше отчуждается от процесса производства, являясь

только лишь конечным потребителем продуктов, товаров и услуг, созданных кем-то другим. В связи с этим хотелось бы рассмотреть, что такое потребление, в чем его отличие от потребительства, что такое общество потребления. Главной же целью работы является попытка рассмотрения того, насколько сильно в современной России распространено явление потребительства, а также стоит понять, как оно регулируется на законодательном уровне.

В наиболее обобщенном виде под процессом потребления можно понимать использование продукта (товара, услуги, работы) в целях удовлетворения собственных потребностей.

При этом понятия «потребление» и «потребительство» имеют разные толкования. Потребление обусловлено естественной необходимостью человека в обладании тем или иным продуктом. Потребительство же рассматривается как неумеренное, необоснованное естественным образом потребление, т.е. потребление сверх нормы. Потребительство является характеристикой потребления. Это одно из значений данного явления. При другом рассмотрении потребительство, также именуемое консюмеризмом, выступает как историческое явление движения по защите прав потребителей [9]. При этом потребительство не сводится только лишь к пассивному использованию вещей, оно превращается в активный процесс их выбора и регулярного обновления, в котором участвует большинство членов общества.

Прежде чем понять, насколько сильно развито данное явление в современной России, нужно уяснить, что мы понимаем под понятием «общество потребления».

Так, Жан Бодрийяр в работе «Общество потребления», целиком и полностью посвященной именно этому явлению, не дает ему четкого определения. Он считает, что общество потребления – это общество самообмана, где невозможны ни подлинные чувства, ни культура, и где даже изобилие является следствием тщательно маскируемого и защищаемого дефицита, имеющего смысл структурного закона выживания современного мира [2]. Данное определение содержит в себе скорее негативную характеристику явления. Для лучшего понимания сути того, что из себя представляет общество потребления, стоит обратиться к определению, которое дал В.И. Ильин: «Общество потребления – это совокупность общественных отношений, в которых ключевое место играет индивидуальное потребление, опосредованное рынком» [5, с. 4].

Существуют разные взгляды на эти явления: как негативные, так и позитивные. Среди негативных можно назвать, помимо ранее указанных в определении Бодрийяра, то что человек в таком обществе становится несамостоятельным; цель его существования сводится к потреблению, а работа и учеба представляют из себя побочные эффекты; общество потребления характерно только для стран с развитой экономикой, в то время как страны третьего мира участвуют в нем в роли дешевой рабочей силы и поставщика природных ресурсов и т.д.

В качестве аргументов «за» существование общества потребления звучат следующие тезисы: в таком обществе производители имеют стимул создавать новые товары и услуги, а также совершенствовать уже имеющиеся; потребление помогает в борьбе с социальной напряженностью; страны третьего мира имеют возможность включиться в международные хозяйственно-экономические связи, тем самым развиваясь и др.

Помимо всего этого само потребительство, с одной стороны, можно рассматривать как отрицательное явление, ведь люди теряют свою индивидуальность, становятся заложниками вещей, думают только о покупках, постоянно тратят заработанное на не всегда им нужное. С другой же стороны,

явление можно рассматривать не более как данность, как очередной этап развития общества. Для оценки уровня включенности современной России в общество потребления будем придерживаться именно этой нейтральной позиции.

Сложно отследить момент зарождения общества потребления в России. Принято считать, что идеология советского общества строилась на полном противопоставлении западному капиталистическому образу жизни. В СССР отрицались различные принципы капиталистического строя в экономической, политической, социальной, культурной сферах [4]. Идея потребительства не была исключением. Покупки сверх меры или без особой необходимости порицались. Это считалось «пережитком капитализма». В связи с этим коммунистическая идеология сыграла большую роль в данном вопросе и замедлила переход советского общества к потребительству [13].

При этом другие исследователи считают, что общество потребления начало формироваться в нашей стране еще в момент перехода от натурального хозяйства к товарному производству, в момент зарождения промышленности. С наступлением нового этапа начал формироваться рынок товаров и услуг, которым стали активно пользоваться люди. Именно поэтому уже в советский период общество потребления существовало. Только его особенностью было то, что это потребление различными способами регулировал государственный аппарат.

Начиная с 80-х гг. на фоне экономических реформ в России стали происходить изменения на потребительском рынке. Это связано как с усиливающимся товарным дефицитом, так и с привлечением на рынок зарубежных продавцов, изготовителей, импортеров и т.д. Положение постсоветской России можно было назвать неоднозначным ввиду того, что, с одной стороны, был общественный запрос на преобразование, на развитие, поскольку отставание от развитых стран было очевидным, а с другой, в государстве, образовавшемся после распада СССР, начал формироваться самобытный потребительский рынок. У людей стали появляться возможности выбора продукции, возможности тратить больше на покупку тех или иных продуктов.

В нынешнее время это не считается чем-то необычным. Данное явление распространено по всей стране. Потребительство стало нормой жизни. Люди покупают, заказывают, пользуются услугами, тратят. Для этого имеются все необходимые условия. Рынок товаров, продуктов, услуг очень разнообразный. У общества есть запрос на получение всего этого, даже если нет крайней необходимости. Товары поставляются из других стран, производятся в России, есть продукты из широкого потребления, а есть товары из ограниченных серий. Приобрести товар можно как путем личного посещения торговой точки, так и оформив заказ дистанционно.

Все больше увеличивается доля интернет-торговли. По данным исследования, проведенного компанией «Яндекс» в 2022 г., за последние пять лет число онлайн-покупателей в России выросло почти вдвое, сейчас в интернете не реже двух раз в год покупают примерно 60% городских жителей 16-55 лет. Почти 85% из них делают заказы минимум раз в месяц, почти 30% – минимум раз в неделю [16].

Жители страны вырабатывают в себе осознанный подход к осуществлению покупок: оценивают необходимость того или иного товара, изучают его состав, особенности производства, проверяют информацию о производителях, изготовителях и поставщиках, сравнивают цены на различных торговых площадках, узнают об акциях, скидках и специальных предложениях и т.д. Но все же стоит отметить, что российскому обществу еще далеко до потребления в

масштабах наиболее развитых стран, в которых потребление является чем-то сродни культуре, «счастье» для них тесно связано с потреблением, с комфортом.

При этом мы все равно можем констатировать, что Россия тесно встроена в мировые экономические связи. Рынок товаров, услуг и работ достаточно большой, а люди, в данной ситуации выступающие в роли потребителей, ведут себя на нем активно, с большой охотой участвуют в сделках купли-продажи.

Но в такой ситуации возникает вопрос, как явление потребительства регулируется на законодательном уровне? Есть ли механизмы для обеспечения защиты потребителей? Если нет, то это явление можно считать неполноценным, так как потребителям предоставляется возможность войти в это поле, но при возникновении проблем, что им делать, к кому обращаться, где искать поддержку?

Далее рассмотрим, используя какие способы и методы, потребители могут решать проблемы, возникающие в рамках заключенного договора купли-продажи или договора на оказание услуг.

Прежде всего стоит упомянуть о главнейшем документе, обеспечивающем защиту прав и свобод населения – Конституции России. Так, в ст. 7 сказано, что Россия является социальным государством, политика которого нацелена на обеспечение достойного уровня благосостояния населения [8].

Как отмечается, «проблематика защиты прав населения имеет огромную социальную важность, поэтому многие ученые проводили исследования на данную тему» [6, с. 28]. Защита прав потребителей не является исключением. Ее можно представить в виде совокупности мер, принимаемых государством для того, чтобы регулировать отношения как в социуме, в целом, так и в отдельных его сферах (например, торговля и жилищно-коммунальное хозяйство).

Если составить иерархию всех существующих нормативных положений, применяемых в сфере защиты прав потребителей, по их юридической силе, то она будет выглядеть следующим образом:

- 1) Гражданский кодекс РФ;
- 2) Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» [14];
- 3) иные законы;
- 4) иные нормативные акты.

Несмотря на то, что Закон «О защите прав потребителей» располагается не на первом месте, все же стоит начать рассмотрение с него, так как он был разработан специально для регулирования отношений, в которые вступают потребители.

Закон состоит из вводной части и 4 глав. В его вводной части представлены цели и задачи действия, а также основные термины и понятия. Именно благодаря ей можно сразу понять, применим ли закон в конкретной ситуации или нет. В первой главе содержатся общие положения, регламентирующие данную сферу. Во второй главе представлены особенности защиты прав потребителей при продаже им товаров. Третья глава посвящена защите прав потребителей при выполнении работ (оказании услуг). Глава IV посвящена государственной и общественной защите прав потребителей. В ней расписаны особенности государственного контроля в данной области, указаны обязанности продавца (изготовителя и др.) при взаимодействии с органами государственного контроля, содержится информация о полномочиях государственных органов, об ответственности за нарушение прав потребителей и др.

Стоит отметить, что Закон «О защите прав потребителей» является актом частного права. При этом, как отмечает В.В. Богдан, ограничение тех или иных частных интересов способствует достижению общего блага, удовлетворению

потребностей общества, обеспечению стабильности гражданского (торгового) оборота [1, с. 1405]. В силу того, что действующее законодательство нередко нарушается и отмечаются случаи злоупотребления в отношении потребителей, необходимо взаимодействие частного и публичного права в регулировании гражданских правоотношений. То есть сфера потребительских услуг должна, в первую очередь, регулироваться актами частного права, такими как Закон «О защите прав потребителей», но государство в такой ситуации должно выступать с позиции сильного и указывать на нарушения действующего законодательства.

Закон «О защите прав потребителей» не только закрепляет права потребителей, но и устанавливает обязанности других участников рыночных отношений, таких как продавцы, изготовители, исполнители, предприниматели и др. Так, по мнению А.И. Голубничего, все эти участники имеют собственную свободу, свободу предпринимательской деятельности, которая опосредуется через нормы частного права, но она не является абсолютной и корректируется публичным интересом и нормами публичного права, потому что она встроена в законодательство, которое призвано гарантировать права и интересы потребителей [3]. Другими словами, границы свободы предпринимателя могут устанавливаться самим предпринимателем, но при этом потребительские интересы могут быть нарушены, т.е. свобода предпринимателя затронет свободу потребителя. Для того чтобы свободу предпринимателя ограничить в таких ситуациях, государство разработало соответствующее законодательство и сформировало механизмы контроля за его соблюдением.

Основная задача государства в данном вопросе состоит в создании условий, при которых будут гармонично сосуществовать частные и публичные интересы таким образом, что интересы общественные будут находиться в приоритетном положении по отношению к интересам частным.

Как уже отмечалось ранее, главенствующее положение в иерархии конкретно потребительского законодательства занимает Гражданский кодекс России. В нем представлены все наиболее принципиальные нормы общего характера, которые необходимы при регулировании отношений, образующих его предмет. Помимо этого, он включает в себя правила, направленные на регулирование потребительских взаимоотношений, а также специальные конструкции, в различной степени нацеленные на потребителей (например, договор на оказание услуг, договор купли-продажи, арендное соглашение и др.) [17, с. 28]. В Гражданском кодексе основные положения, регулирующие потребительские отношения, представлены в части 2. Среди них можно выделить: Глава 30. Купля-продажа (§ 1. Общие положения о купле-продаже, § 2. Розничная купля-продажа, § 7. Продажа недвижимости); Глава 34. Аренда (§ 2. Прокат); Глава 37. Подряд (§ 2. Бытовой подряд); Глава 39. Оказание услуг и др. [18, с. 148].

Гражданский кодекс РФ в основе своей созданный для защиты частных интересов содержит в себе не только нормы частного-правового характера, но и нормы публичного права. Как отмечает В.В. Богдан, особенно наглядно это проявляется в ходе реализации права граждан на качество товара. Договорное (частно-правовое) условие о качестве товара (работы, услуги), отражающее законное право потребителя на безопасность и качество товаров (работ, услуг), основано на следовании предпринимателем (производителем, продавцом, импортером и др.) требованиям Федеральных законов (ФЗ «О техническом регулировании» и ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов») [1, с. 1407].

Помимо указанных основополагающих нормативно-правовых актов в России регулирование потребительских отношений производится и с помощью различных правил, постановлений и распоряжений. Среди таких можно выделить:

— правила продажи товаров при дистанционном способе продажи товара по договору розничной купли-продажи (утверждены Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463) [12];

— правила бытового обслуживания населения (утверждены Постановлением Правительства РФ от 21.09.2020 N 1514) [10];

— правила оказания услуг телефонной связи (утверждены Постановлением Правительства РФ от 09.12.2014 N 1342 (ред. от 18.01.2021)) [15];

— правила оказания платных образовательных услуг (утверждены Постановлением Правительства РФ от 15.09.2020 N 1441) [11].

Массив рассмотренных нормативно-правовых актов показал, что потребительство, представляя из себя широко распространенное в России явление, находится под защитой разного уровня ввиду того, что эта сфера, в первую очередь, частная и регулируется нормами частно-правовыми, но все равно эта защита либо основывается на публично-правовых нормах, либо содержит в себе их. Но не стоит рассматривать применение публично-правовых средств регулирования в данной сфере как вмешательство государства в частные правоотношения. Сочетание двух средств (частного и публичного) направлено на повышение эффективности использования частного права. В данном случае важен баланс.

При этом еще раз обращаем внимание на то, что наибольшей важностью в рассматриваемом вопросе обладают нормы гражданского права. Но важно также упомянуть и об уголовном, административном и предпринимательском правах. Без всех них обеспечение прав потребителей в принципе не представляется возможным [6, с. 29].

Как видно потребительское законодательство представляет из себя достаточно обширную и разработанную базу, с помощью которой можно решить практически любую проблему. При этом необходимо отметить, что переход в правовое поле означает, что проблему не удалось решить в ходе обычного диалога между, например, покупателем и продавцом. Переход вопроса в юридическую плоскость с подключением правоохранительных органов несет за собой ненужные издержки (финансовые, временные, эмоциональные и др.). В современной России, где рынок товаров и услуг, как мы убедились, находится на достаточно высоком уровне, есть все возможности решения возникших проблем без применения юридических рычагов. Так, например, в России стремительными темпами увеличивается доля продаж на маркетплейсах [7], которые представляют из себя интернет-площадки, на которых различные продавцы предлагают покупателям приобрести свои товары или услуги. Борясь за репутацию и осознавая уровень конкуренции, маркетплейсы при возникновении у покупателей проблем с товарами или услугами могут решать вопросы своими силами или оказывают всю необходимую помощь продавцам для того, чтобы те урегулировали вопросы с покупателями в рамках действующего законодательства и без перехода в юридическую плоскость. Общение между покупателями, продавцами и сотрудниками маркетплейсов происходит дистанционно при помощи разработанных инструментов коммуникации (например, внутренние чаты или электронные почты). То есть потребители могут, не прикладывая больших усилий, решить все возникающие вопросы.

Помимо всего ранее перечисленного существуют различные организации, ассоциации, объединения, а также государственные органы, в которые потребители могут обратиться для получения поддержки. Так, среди

негосударственных организаций можно выделить следующие: Независимое объединение товарных агрегаторов (НОТА), Ассоциация компаний интернет-торговли (АКИТ), Общественная потребительская инициатива (ОПИ), Региональная общественная организация «Центр Интернет-технологий» (РОЦИТ) и др. К государственным органам необходимо отнести Федеральную службу по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (Роспотребнадзор) и Федеральную антимонопольную службу (ФАС).

Подводя итог проведенному исследованию, необходимо отметить следующее. Было установлено, что потребительство в современной России представляет собой достаточно сформированное и распространенное явление. При том, что оно еще только развивается и не достигло таких масштабов, как в высокоразвитых странах, в которых оно изначально зарождалось. При всем при этом действующее законодательство в сфере защиты потребительских прав носит комплексный характер и всецело направлено на защиту прав участников потребительских правоотношений. Для защиты своих прав потребители могут прибегать к использованию законодательных актов разного уровня (от Конституции России до Постановлений Правительства). Защита, в первую очередь, осуществляется в рамках норм частного права, но очень большое значение играет государственное регулирование данной сферы. При том, что юридической защите потребительских прав уделяется большое внимание, переход в эту плоскость можно расценивать как крайнюю меру, ведь в нынешнее время все участники потребительских отношений осознают риски потенциальных судебных разбирательств, именно поэтому имеются легальные способы решения возникших проблем без применения юридических рычагов.

Литература

1. *Богдан В. В.* Частноправовые и публично-правовые начала регулирования защиты прав потребителей в России / В. В. Богдан // Политика и общество. – 2014. – № 11(119). – С. 1404-1411. – DOI 10.7256/1812-8696.2014.11.13356. – EDN TEOQGZ.

2. *Бодрийяр, Жан* Общество потребления : его мифы и структуры / Жан Бодрийяр ; [пер. с фр., послесл. и примеч. Е. А. Самарской]. – М. : Республика : Культурная революция, 2006. – 268 с.

3. *Голубничий А. И.* Предпринимательская деятельность как объект правового регулирования: автореф... дис... канд. юрид. наук. М., 2004. 22 с.

4. *Долгих Ф. И.* История государства и права России: учебник. Москва: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2021. 322 с.

5. *Ильин В. И.* Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. Социология. Этнология. 2005. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschestvo-potrebleniya-teoreticheskaya-model-i-rossiyskaya-realnost> (дата обращения: 28.08.2023).

6. *Казакова Е. Б.* Структура и особенности законодательства о защите прав потребителей на современном этапе развития рыночных отношений // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2021. Т. 9, № 4. С. 27–36. doi:10.21685/2307-9525-2021-9-4-4.

7. Как и чем торгуют на маркетплейсах в 2023 году: исследование Tinkoff Data // Тинькофф Журнал: Интернет-изд. URL: <https://journal.tinkoff.ru/short/sales-in-mp/> (дата обращения: 31.08.2023).

8. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 г.) // Правовой сервер

КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 30.08.2023).

9. Консюмеризм // Дж. Блэк. Экономика. Толковый словарь / под общ. ред. д.э.н. Осадчей И. М. – М.: «ИНФРА-М», изд-во «Весь Мир», 2000.

10. Об утверждении Правил бытового обслуживания населения : Постановление Правительства РФ от 21.09.2020 N 1514 // Правовой сервер КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_363382/691ff12ebc666eb5bb33e4f4e6e854abf8bd84c7/ (дата обращения: 31.08.2023).

11. Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг : Постановление Правительства РФ от 15.09.2020 N 1441 // Правовой сервер КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_362652/ (дата обращения: 31.08.2023).

12. 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 : Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 // Правовой сервер КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_373622/e4ca7557c9ce6273af99d42c900e8579841fe652/ (дата обращения: 31.08.2023).

13. Общество потребления в России: истоки и пути развития // Платформа Дзен. URL: <https://dzen.ru/a/YmsN9k5TFT7A-Rsm> (дата обращения: 28.08.2023).

14. О защите прав потребителей : закон РФ № 2300-1 от 7 февраля 1992 г. // Правовой сервер КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/ (дата обращения: 30.08.2023).

15. О порядке оказания услуг телефонной связи (вместе с «Правилами оказания услуг телефонной связи») : Постановление Правительства РФ от 09.12.2014 N 1342 (ред. от 18.01.2021) // Правовой сервер КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172117/466d42f281ea110e3ede3c7bc023787675b533d/ (дата обращения: 31.08.2023).

16. Развитие онлайн-торговли в России. 2022 // Яндекс. URL: <https://yandex.ru/company/researches/2022/ecomdash> (дата обращения: 29.08.2023).

17. *Ровный В. В.* Гражданское право и законодательство на современном этапе (в помощь студентам 2 и 3 курсов) / В. В. Ровный // Сибирский юридический вестник. – 2003. – № 3. – С. 25-29. – EDN PJUVNV.

18. *Шульга А. К.* Источники правового регулирования защиты прав потребителей в Российской Федерации: общая характеристика / А. К. Шульга // Общество и право. – 2018. – № 2(64). – С. 148-154. – EDN XWAXGH.