

Правовое положение потребителей в условиях дифференциации правового регулирования общественных отношений

Аннотация. В настоящее время правовое регулирование общественных отношений существенно различается в зависимости от субъектного состава. В частности, на правовое регулирование влияет фигура потребителя. Вместе с тем в правовых актах нет однозначного определения понятия «потребитель», что порождает теоретические дискуссии и проблемы в правоприменении. Цель статьи заключается в формировании теоретических выводов о влиянии дифференцированного подхода к правовому регулированию общественных отношений на содержание правового положения потребителей. Задачи исследования: определение обоснованности дифференциации правового регулирования общественных, в том числе обязательственных, отношений; выработка подхода к выявлению общеправового понятия потребителя; формирование единой модели правового положения потребителя. При написании статьи были применены общенаучные методы (системный, функциональный, группа логических методов, таких как дедукция, индукция, анализ, синтез) и специальные юридические методы (формально-юридический, метод правового моделирования). В результате исследования сделан вывод о том, что правовое положение лиц может различаться по таким критериям, как профессионализм, связь с предпринимательской деятельностью, связь с потреблением. Данные критерии образуют трехмерную систему координат, в рамках которой определяется правовое положение конкретного лица. В этом смысле квалификация лица в качестве потребителя возможна благодаря дифференциации правового регулирования отношений по одному из критериев (связь с потреблением). Обосновано, что потребителями являются не только физические лица, которые не осуществляют предпринимательскую деятельность, но и индивидуальные предприниматели, юридические лица, публично-правовые образования, независимо от их профессионализма и связи с предпринимательской деятельностью. В статье предложен подход, согласно которому процесс потребления должен одинаково влиять на правовое положение потребляющих лиц в силу единого критерия дифференциации с сохранением возможности дальнейшей дифференциации по другим критериям, имеющим правовое значение. На основе выделения критерия потребления в статье предложена единая модель правового положения потребителя.

Ключевые слова: дифференциация правового регулирования; принцип равенства; потребитель; предприниматель; профессионализм; слабая сторона; физическое лицо; юридическое лицо; публично-правовое образование; единая модель правового положения потребителя.

Для цитирования: Ефимов А. В. Правовое положение потребителей в условиях дифференциации правового регулирования общественных отношений // Актуальные проблемы российского права. — 2021. — Т. 16. — № 5. — С. 70–83. — DOI: 10.17803/1994-1471.2021.126.5.070-083.

© Ефимов А. В., 2021

* Ефимов Анатолий Викторович, кандидат юридических наук, старший преподаватель кафедры гражданского права, заместитель декана очного юридического факультета по организации НИРС Российского государственного университета правосудия
Новочеремушкинская ул., д. 69, г. Москва, Россия, 117418
av_efimov@inbox.ru

The Legal Status of Consumers in Conditions of Differentiation of Legal Regulation of Public Relations

Anatoliy V. Yefimov, Cand. Sci. (Law), Senior Lecturer, Department of Civil Law, Deputy Dean of the Law Faculty for the Organization of Students' Research Activities, Russian State University of Justice
ul. Novocheremushkinskaya, d. 69, Moscow, Russia, 117418
av_efimov@inbox.ru

Abstract. Currently, the legal regulation of public relations varies significantly depending on their participants. In particular, legal regulation is influenced by the consumer. However, there is no unambiguous definition of the concept of a "consumer" in legal acts, which gives rise to theoretical discussions and problems in enforcement. The purpose of the paper is to draw theoretical conclusions concerning the impact of a differentiated approach to legal regulation of the content of the legal status of consumers. Objectives of the study include: determination of validity of differentiating legal regulation of public relations, including legally binding relations; development of an approach to the identification of the general legal concept of the consumer; formation of a uniform model of the consumer's legal status. In writing the paper, the author applied general scientific methods (system and functional methods, a group of logical methods such as deduction, induction, analysis, synthesis) and special legal methods (the formal legal method, the legal modeling method). The study concludes that the legal status of persons may vary according to such criteria as professionalism, association with business activity, connection with consumption. These criteria form a three-dimensional system, within which the legal status of a particular person is determined. In this sense, the qualification of a person as a consumer is possible due to the differentiation of legal regulation of relations according to one of the criteria (connection with consumption). It is substantiated that consumers are not only individuals who do not carry out business activities, but also individual entrepreneurs, legal entities, public legal entities, regardless of their professionalism and connection with business activities. The article proposes an approach according to which the process of consumption should equally influence the legal status of consuming persons due to a single criterion of differentiation with the preservation of the possibility of further differentiation by other criteria of legal significance. On the basis of the selection of the consumption criterion, the paper proposes a uniform model of the legal status of the consumer.

Keywords: differentiation of legal regulation; principle of equality; consumer; entrepreneur; professionalism; weak side; natural person; legal entity; public legal education; a single model of the legal position of the consumer.

Cite as: Efimov AV. Pravovoe polozhenie potrebitелей v usloviyakh differentsiatsii pravovogo regulirovaniya obshchestvennykh otnosheniy [The Legal Status of Consumers in Conditions of Differentiation of Legal Regulation of Public Relations]. *Aktualnye problemy rossiyskogo prava*. 2021;16(5):70-83. DOI: 10.17803/1994-1471.2021.126.5.070-083 (In Russ., abstract in Eng.).

Правовое регулирование общественных отношений во многом обусловлено характеристикой участвующих в них лиц. Особо наглядно это проявляется в договорных обязательствах. Реформа российского обязательственного и договорного права 2015 г. рельефно обозначила деление договорных обязательств на предпринимательские, потребительские и бытовые¹, что отражает тенденцию к диффе-

ренциации правового регулирования по критерию связи лиц с предпринимательской деятельностью.

Дифференциация правового регулирования характерна и для европейского частного права. Несмотря на то что классическое европейское договорное право, ориентированное в первую очередь на регулирование коммерческих сделок, не допускало различий в зависимости от

¹ См.: Кирпичев А. Е. Соотношение понятий «потребительский договор» и «обязательство, связанное с осуществлением предпринимательской деятельности»: проблемы теории и правоприменения // Мировой судья. 2014. № 1. С. 20–24.

правового положения сторон договора, в настоящее время законодательства европейских стран все более отчетливо различают отношения в зависимости от специального субъектного состава, что приводит к разрушению единства договорного права². Существенное влияние на развитие европейского права оказало принятие Модельных правил европейского частного права (DCFR)³, которые, в отличие от Принципов европейского договорного права (PECL) и Принципов международных коммерческих контрактов (PICC), затрагивают вопросы не только предпринимательских, но и непредпринимательских договоров. Стоит отметить, что такие изменения в европейском праве происходят в основном в целях особой охраны потребителя. Под влиянием фигуры потребителя в европейском праве формируется деление договоров на договоры: 1) где все стороны осуществляют предпринимательскую деятельность (business-to-business contract, B2B); 2) где есть предприниматели и потребители (contract between a business and consumer, B2C); 3) где стороны не осуществляют предпринимательскую деятельность (C2C, или, более точно, person-to-person contract, P2P)⁴. Тем самым правовое регулирование отношений ставится в зависимость от квалификации лиц в качестве предпринимателей и потребителей, которые противопоставляются предпринимателям.

Трудность дифференциации правового регулирования как в Европе, так и в России во многом обусловлена подрывом традиционного принципа равенства участников гражданских правоотношений. В этой связи Е. А. Суханов замечает, что «необходимыми изъятиями из названного принципа являются правила о повы-

шенных требованиях к предпринимателям как к профессиональным участникам имущественного оборота и, наоборот, о дополнительных правовых гарантиях граждан-потребителей»⁵. В то же время, учитывая количество отношений с участием потребителей и их отчетливое выделение в новейшем законодательстве, можно сказать, что подобное исключение говорит о неспособности существующей теории, основанной на принципе равенства, максимально точно описать и урегулировать общественные отношения. С точки зрения философии науки выявление новых типов изучаемых наукой объектов, которые ранее не учитывались наукой, способно вызвать научную революцию, в результате которой изменяется научная картина мира, идеалы и нормы исследования⁶. В итоге объекты, которые старой наукой рассматривались как исключения, включаются в рамки новой науки. При этом накопленные старой наукой знания не утрачивают своего теоретического значения, но приобретают ценность лишь в определенных масштабах в рамках новой науки. В этой связи невозможность полноценного описания договорных обязательств на основе принципа равенства является серьезным аргументом в пользу дифференцированного правового регулирования как общей теоретической основы. При этом принцип равенства может оставаться актуальной основой для объяснения некоторых отношений (например, равенство в определенных предпринимательских отношениях).

В то же время сама дифференциация требует специального изучения. Распространенное представление о дифференциации правового регулирования исходит из того, что связь с предпринимательской деятельностью является

² *Chen-Wishart M.* Contract Law. Fourth edition. Oxford University Press, 2012. P. 16.

³ См.: Модельные правила европейского частного права : пер. с англ. / науч. ред. Н. Ю. Рассказова. М. : Статут, 2013. 989 с.

⁴ *Jurčová M., Novotná M.* European Contract Law. Trnavská univerzita v Trnave, Právnická fakulta, 2013. P. 26–28.

⁵ Гражданское право : учебник : в 4 т. Т. 1 / отв. ред. Е. А. Суханов. 2-е изд. перераб. и доп. М. : Статут, 2019. С. 45 (автор главы — Е. А. Суханов).

⁶ См.: *Степин В. С.* История и философия науки : учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук. М. : Академический Проект; Трикста, 2011. С. 307 ; История и философия науки : учебное пособие для аспирантов юридических специальностей / под ред. С. С. Антюшина. М. : РАП, 2013. С. 97 (автор раздела — С. С. Антюшин).

основным критерием, на основе которого лица подразделяются на предпринимателей и потребителей. В этом смысле потребителем признается не любое лицо, которое потребляет блага, а лишь то, которое противопоставляется предпринимателю. Так, А. Е. Шерстобитов указывает, что «в отношениях между “деловыми людьми” фигура потребителя не является парной категорией производителю и торговцу, поскольку он является точно таким же коммерсантом, как и противостоящий ему субъект. Потребитель как правовая категория имеет ценность только в паре с категорией “коммерсант”, а значит, речь должна идти именно о личном (конечном) потребителе, имеющем целью выведение товара из сферы экономики в сферу личного потребления»⁷. При этом считается, что «потребность в усиленной защите потребительских прав связывается с отсутствием у потребителя необходимого объема специальных знаний, информации о сути заключаемого договора. Предприниматель же в силу своего профессионального статуса в гражданско-правовых сделках всегда несет повышенные риски, поскольку должен обладать необходимыми знаниями и умениями по ведению бизнеса»⁸. При этом критерий связи с предпринимательской деятельностью осложняется еще одним критерием — уровнем профессионализма. Профессионализм предпринимателя противопоставляется непрофессионализму потребителя, в результате чего потребителя называют слабой стороной в отношении. Это приводит исследователей к выводу, что «соблюдение баланса интересов сторон посредством распространения на предпринимателей статуса потребителя является недопустимым и противоречит самой сути понятия “потребитель”»⁹. Таким образом, на основе теоретических положений о противопоставлении

потребителя предпринимателю, которому вменяется профессионализм, владение специальной информацией, делаются выводы об абсолютизации статусов предпринимателя и потребителя, а также о невозможности одного лица одновременно быть и предпринимателем, и потребителем.

Вместе с тем в литературе критикуется невозможность одного лица одновременно быть и предпринимателем, и потребителем в связи со спорностью самого деления лиц на потребителей и предпринимателей как по критерию связи с предпринимательской деятельностью, так и по критерию профессионализма. Представляется, что положение лица, потребляющего блага, не зависит от осуществления им предпринимательской деятельности, т.к. потреблять блага могут как предприниматели, так и непредприниматели. Что касается критерия профессионализма, то в литературе отмечается, что не только потребители, но и предприниматели могут быть слабой стороной. Так, А. А. Волос указывает, что даже в отношениях между предпринимателями уровень профессионализма может различаться, что приводит к выделению сильных и слабых лиц (например, монополисты и их контрагенты, которые потребляют блага, предоставляемые монополистами)¹⁰. Деятельность предпринимателей также может осуществляться на непрофильных рынках, где их уровень профессионализма будет явно уступать профессионализму их контрагентов, действующих на профильных для них рынках. Это указывает на то, что положение лица, потребляющего блага, не зависит от уровня его профессионализма, т.к. потреблять блага могут как сильные, так и слабые стороны в отношениях. Более того, по мнению В. А. Белова, критерий профессионализма вообще не может быть использован для

⁷ Шерстобитов А. Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей : дис. ... д-ра юрид. наук. М., 1992. С. 57.

⁸ Кирилловых А. А. Понятие потребителя в сфере гражданского оборота // Право и экономика. 2019. № 2. С. 20–27.

⁹ Зардов Р. С. Об оправданности распространения статуса потребителя на предпринимателей // Право и экономика. 2020. № 1. С. 10–16.

¹⁰ См.: Волос А. А. К вопросу о признании субъекта предпринимательской деятельности слабой стороной в договоре // Юрист. 2014. № 13. С. 26–29.

выделения потребителя, поскольку статус потребителя характеризует лицо, которое фактически потребляет благо¹¹. Представляется обоснованным, что критерии профессионализма, связи с предпринимательской деятельностью и связи с фактическим потреблением образуют трехмерную систему координат, причем правовое положение конкретного лица определяется в системе этих координат.

Несмотря на критику противопоставления потребителя предпринимателю по критерию профессионализма и (или) по критерию связи с предпринимательской деятельностью, преобладает понимание потребителя как физического лица, которое не осуществляет предпринимательскую деятельность. Данный подход находит выражение в европейском праве. В частности, Е. А. Арабей формулирует следующие общие признаки потребителя в праве ЕС: «1) потребителем признается только физическое лицо; 2) потребитель приобретает товары или услуги на основании договора с предпринимателем; 3) потребитель приобретает товары или услуги без цели осуществления предпринимательской или профессиональной деятельности»¹². Аналогичные признаки потребителя нашли выражение в преамбуле Закона о защите прав потребителей (далее — Закон о ЗПП): «Потребитель — 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»¹³, в

федеральных законах о потребительском кредите (займе)¹⁴, об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг¹⁵. Перечисленные признаки потребителя выделяют его из общей массы лиц и служат основанием специального правового регулирования.

Оценивая специальное регулирование, А. Е. Шерстобитов полагает, что структуру института гражданско-правовой охраны прав потребителей составляют нормы: 1) регулирующие преддоговорные контракты; 2) опосредующие договорные отношения предпринимателей с потребителями; 3) устанавливающие гражданско-правовые последствия нарушения предпринимателями прав потребителей¹⁶. Исследуя Закон о ЗПП, аналогичную позицию занимает и Д. С. Тихоновецкий, указывая на три основных направления правового регулирования: «Регулирование отношений, непосредственно предшествующих заключению договора (реклама), регулирование содержания условий договора и средства правовой (в том числе судебной) защиты в случае его нарушения»¹⁷. Логично предположить, что элементы правового положения потребителя в силу действия специальных принципов и норм должны быть обусловлены признаками потребителя как физического лица — непредпринимателя и не могут быть свойственны иным лицам. Однако при детальном рассмотрении обнаруживаются многие элементы, которые являются универсальными.

В частности, на стадии преддоговорных отношений потребитель имеет право на информацию об изготовителе (исполнителе, продавце)

¹¹ Белов В. А. Правовая сущность понятий «потребитель» и «слабая сторона» в гражданских правоотношениях // *Lex russica*. 2018. № 6. С. 34–35.

¹² Арабей Е. А. Правовые аспекты деятельности Европейского Союза в области защиты прав потребителей : дис. ... канд. юрид. наук. М., 2014. С. 10–11.

¹³ Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 18.07.2019) «О защите прав потребителей» // *СЗ РФ*. 1996. № 3. Ст. 140.

¹⁴ Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (ред. от 03.04.2020) «О потребительском кредите (займе)» // *СЗ РФ*. 2013. № 51. Ст. 6673.

¹⁵ Федеральный закон от 04.06.2018 № 123-ФЗ «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг» // *СЗ РФ*. 2018. № 24. Ст. 3390.

¹⁶ Шерстобитов А. Е. Указ. соч. С. 73–74.

¹⁷ Тихоновецкий Д. С. Правовое регулирование договоров с потребителями в европейском праве // *Закон*. 2003. № 10. С. 96.

и о товарах (работах, услугах) (ст. 8–10 Закона о ЗПП). В то же время уникальность данного права потребителя ставится под сомнение пунктом 3 ст. 307 ГК РФ, где закреплено, что «при установлении, исполнении обязательства и после его прекращения стороны обязаны действовать добросовестно, учитывая права и законные интересы друг друга, взаимно оказывая необходимое содействие для достижения цели обязательства, а также предоставляя друг другу необходимую информацию». В. В. Кулаков отмечает, что «необходимость сотрудничества (как обязанность оказывать содействие) и добросовестности (в объективном смысле) отныне нашли закрепление в законе как общие принципы обязательственного права»¹⁸. Представляется, что предоставляемая информация может охватывать информацию в том числе и об изготовителе (исполнителе, продавце), и о товарах (работах, услугах), ведь лица естественным образом должны знать, с кем они вступают в отношения и по поводу каких объектов. Кроме того, статьей 434.1 ГК РФ регулируется порядок проведения переговоров о заключении договора. При этом в п. 2 указанной статьи закреплено, что предоставление стороне неполной или недостоверной информации, в том числе умолчание об обстоятельствах, которые в силу характера договора должны быть доведены до сведения другой стороны, презюмируется как недобросовестное поведение при проведении переговоров. Таким образом, аналог права потребителя на информацию по Закону о ЗПП хотя и с меньшей степенью конкретизации, но обнаруживается в законодательстве в отношении любых лиц в силу распространения правового регулирования на преддоговорные отношения.

Другой пример. Потребитель имеет право на безопасность товара (работы, услуги) (ст. 7 Закона о ЗПП). Вместе с тем требования к качеству

товара свидетельствуют не об особом праве потребителя (физического лица — предпринимателя), а скорее о том, что предприниматель обязан производить товары, соответствующие требованиям законодательства о техническом регулировании¹⁹, независимо от того, кто является контрагентом предпринимателя. Следовательно, не только потребители по Закону о ЗПП, но и вообще любые лица вправе рассчитывать на безопасность товара.

Поскольку в числе особенностей правового положения потребителя по Закону о ЗПП называется даже право на судебную защиту (п. 1 ст. 17), стоит обратить внимание на универсальный характер именно судебной защиты гражданских прав (ст. 11 ГК РФ). В этом смысле указание на форму защиты прав потребителей не обладает спецификой.

Выявление элементов правового положения, характерных как для потребителей по Закону о ЗПП, так и для иных лиц, актуализирует вопрос о признании статуса потребителя не только за физическими лицами, но и за индивидуальными предпринимателями и юридическими лицами.

Например, В. В. Богдан выводит авторское определение потребителя, охватывающее также и индивидуальных предпринимателей: «Потребитель — это физическое лицо, в том числе зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, имеющее намерение заказать или приобрести либо заказывающее, приобретающее или использующее товары (работы, услуги), приобретенные (заказанные) вследствие таких отношений на законном основании исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности»²⁰. Однако автор указывает на индивидуальных предпринимателей в контексте их непредпринимательских отношений, в рамках

¹⁸ Кулаков В. В. Обязательственное право: проблемы совершенствования и правоприменения // Шестой Пермский конгресс ученых-юристов (г. Пермь, 16–17 октября 2015 г.): избранные материалы / отв. ред. В. Г. Голубцов, О. А. Кузнецова. М.: Статут, 2016. С. 247–248.

¹⁹ См.: Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ (ред. от 28.11.2018) «О техническом регулировании» // СЗ РФ. 2002. № 52 (ч. 1). Ст. 5140.

²⁰ Богдан В. В. Эволюция понятия «потребитель»: анализ новых подходов // Известия Юго-Западного государственного университета. 2012. № 4. Ч. 1. С. 23.

которых статус предпринимателя и так не проявляется. В этой связи научная ценность данного определения представляется спорной.

Существуют также мнения ученых о возможности признания потребителями юридических лиц. Основываясь на Законе о ЗПП и отождествляя потребителя со слабой стороной, авторы отмечают, что «слабую позицию физических лиц возможно презюмировать. Для выявления же “слабости” позиции юридических лиц требуются критерии, которые в настоящее время не разработаны в российском правовом порядке. Поэтому признание юридических лиц “коллективными” потребителями сталкивается с рядом материально-правовых и процессуально-правовых проблем»²¹. Тем самым заявляется принципиальная возможность признания юридического лица слабой стороной, что в данном контексте отождествляется с понятием «потребитель».

Иной подход — основанный на выявлении цели потребления блага — предлагает Ю. В. Романец. Он считает, что «потребительская цель определяется не формальным статусом юридического лица или гражданина, а конкретным намерением при заключении конкретной сделки»²². За этим тезисом скрывается потенциальная возможность признания юридических лиц потребителями, если юридические лица приобретают товары не для непосредственной предпринимательской деятельности. А. А. Кирилловы отмечают, что «в правовой доктрине признается возможность распространять правовой статус потребителя на юридических лиц, учитывая их возможность занимать в хозяйственном обороте такое же положение, что и граждане. Имеются в виду случаи, когда юридическое лицо приобретает какие-либо товары не для использования в предпринимательской деятельности, для собственных нужд. Впрочем, иногда даже законодатель прямо называет их потребителями (например, ст. 426 и 539 ГК РФ),

однако при этом не распространяет на них действие Закона о защите прав потребителей»²³.

Обоснование юридического лица как потребителя также осуществляется за счет выявления людского субстрата, стоящего за юридическим лицом. В частности, в литературе предлагалось расширить понятие «потребитель», распространив статус потребителей на некоторые некоммерческие организации, представляющие собой объединения граждан, поскольку именно такие граждане являются в итоге конечными потребителями благ, приобретаемых изначально юридическими лицами. По поводу некоммерческих организаций в сфере строительства и обслуживания жилой недвижимости А. А. Кирилловы пишут, что «в конечном счете будут обеспечены интересы не столько самих некоммерческих организаций, сколько лиц, в них участвующих. Юридические лица здесь выступают лишь удобной формой выражения “коллективных” интересов граждан, обеспечивая реализацию их жизненно важных социальных прав и свобод»²⁴. Как представляется, попытки признания потребителями лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность, если и предпринимаются, то с постоянной оглядкой на понимание потребителя по Закону о ЗПП.

Стоит отметить, что при выявлении признаков, указывающих на определенный уровень профессионализма, при выявлении особой потребительской (непредпринимательской) цели или при поиске интересов людского субстрата юридического лица игнорируется то, что сам по себе статус потребителя указывает в первую очередь на потребление благ. Однако и в этом случае о потребителях обычно говорят только при их квалификации как конечных потребителей, которые выводят товар из оборота. Вместе с тем потребление как экономическое явление подразделяется на бытовое (личное) и производственное (в том числе промышлен-

²¹ Защита прав потребителей финансовых услуг / отв. ред. Ю. Б. Фогельсон. М. : Норма: Инфра-М, 2010. С. 167.

²² Романец Ю. В. Принцип справедливого равенства субъектов правоотношения между собой // Журнал российского права. 2010. № 7. С. 49.

²³ Кирилловы А. А. Указ. соч.

²⁴ Кирилловы А. А. Указ. соч.

ное). Т. М. Звездина пишет, что «можно говорить о двух типах потребления продукции: личном и производственном (производительном) потреблении. Если продукция реализуется не населению “с целью непосредственного использования ее для удовлетворения материальных и культурных потребностей” (личное потребление), а субъектам предпринимательства для производственного (производительного) потребления как продукция производственно-технического назначения, то она, как правило, будет использоваться (потребляться) в качестве комплектующего изделия (покупного изделия, кооперированного изделия) для производства другой продукции»²⁵. В рамках данного подхода наравне с личным потреблением на первый план выходит производственное потребление, которое имеет весьма значительное место в экономике. Необходимо понимать, что, например, для создания результатов промышленного производства (п. 2 ст. 3 Федерального закона о промышленной политике²⁶) производители сами потребляют различные блага — экономические ресурсы (товары, работы, услуги).

Примечательно, что на самом деле на уровне правового регулирования учитываются различные виды экономического потребления, потребителями называются не только физические лица, но и предприниматели как субъекты производственного потребления. Представляется, что сведение понятия потребителя к Закону о ЗПП является грубой абсолютизацией всего лишь одного правового акта из числа многих. Фактическое регулирование отношений с участием потребителей является весьма обширным и осуществляется различными нормативными правовыми актами, которые определяют правовой ландшафт экономических отношений. Учитывая множество таких актов, задача исследования должна заключаться в том, чтобы выявить

имплицитное значение потребителя в целом, а не только по Закону о ЗПП. Выявление общих признаков, свойственных всем потребителям, позволит осмыслить правовые особенности экономических процессов потребления, а также осуществить дифференциацию правового регулирования именно по этому критерию, т.е. позволит привязать особые правовые последствия именно к статусу потребляющих лиц (субъектов потребления), а также позволит наметить основы дифференциации правового регулирования по иным критериям, кроме потребления.

Так, согласно п. 3 ст. 426 ГК РФ лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность, обязаны заключать договоры на одинаковых условиях со всеми потребителями соответствующей категории. В абзаце 2 п. 16 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 25.12.2018 № 49 разъясняется, что «для целей применения ст. 426 ГК РФ потребителями признаются физические лица, на которых распространяется действие законодательства о защите прав потребителей, а также индивидуальные предприниматели, юридические лица различных организационно-правовых форм, например потребителями по договору оказания услуг универсальной связи являются как физические, так и юридические лица (пп. 30 ст. 2, ст. 44 Федерального закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ “О связи”)²⁷. Таким образом, контрагентом предпринимателя, который обязан заключить договор, является потребитель как таковой, независимо от его формального статуса (физического или юридического лица), связи с предпринимательской деятельностью и профессионализма.

Независимость потребителя от формального статуса проявляется и в ст. 539 ГК РФ, согласно которой потребителем называется также сторона договора энергоснабжения, противостоящая энергоснабжающей организации. Этот

²⁵ Звездина Т. М. Отдельные экономико-правовые аспекты реализации обязанности по утилизации отходов от использования товаров // Бизнес, менеджмент и право. 2018. № 1. С. 70.

²⁶ Федеральный закон от 31.12.2014 № 488-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О промышленной политике в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2015. № 1 (ч. I). Ст. 41.

²⁷ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 25.12.2018 № 49 «О некоторых вопросах применения общих положений Гражданского кодекса Российской Федерации о заключении и толковании договора» // Российская газета. 2019. 11 января.

подход отчетливо проявляется и в иных правовых актах, регулирующих отношения по энергоснабжению. Так, в абз. 6 ст. 3 Федерального закона об электроэнергетике²⁸ потребителями электрической энергии называются «лица, приобретающие электрическую энергию для собственных бытовых и (или) производственных нужд». В абзаце 6 ст. 3 Федерального закона о газоснабжении в РФ²⁹ потребителями мощности называются «лица, приобретающие мощность, в том числе для собственных бытовых и (или) производственных нужд и (или) для последующей продажи, лица, реализующие электрическую энергию на розничных рынках, лица, реализующие электрическую энергию на территориях, на которых располагаются электроэнергетические системы иностранных государств», в абз. 11 ст. 2 того же Закона потребителем газа признается «лицо, приобретающее газ для собственных бытовых нужд, а также собственных производственных или иных хозяйственных нужд».

Особую роль в регулировании отношений с различными потребителями играет антимонопольное (конкурентное) законодательство. Согласно п. 23 ст. 4 Федерального закона о защите конкуренции³⁰ потребителем признается «юридическое лицо или физическое лицо, приобретающие товар». В частности, такие особенности, как запрет на злоупотребление хозяйствующим субъектом доминирующим положением, определение условий недискриминационного доступа на рынок (ст. 10), распространяются на отношения с участием любых потребителей, независимо от их формального статуса и других характеристик.

Кроме того, абзац 4 ст. 3 Федерального закона о естественных монополиях³¹ также опреде-

ляет потребителя как «физическое или юридическое лицо, приобретающее товар, производимый (реализуемый) субъектом естественной монополии». Добавляется только та особенность, что потребитель противопоставляется субъекту естественной монополии. Однако данное указание сделано, как представляется, из-за общей фрагментарности законодательства, скрывающей по частям общие признаки потребителя. Такие потребители особым образом охраняются правом, поскольку в отношении их контрагентов осуществляются различные виды государственного регулирования: например, ценовое регулирование (ст. 6), которое обусловлено «необходимостью пресечения возможных злоупотреблений со стороны субъекта естественной монополии, который обладает определенными экономическими преимуществами на рынке и может определять условия обращения товара»³²; государственный контроль (надзор) за действиями, которые совершаются с участием или в отношении субъектов естественных монополий и которые могут иметь своим результатом ущемление интересов потребителей товара (ст. 7). Кроме того, в п. 1 ст. 8 данного Закона закреплено, что «субъекты естественных монополий не вправе отказываться от заключения договора с отдельными потребителями на производство (реализацию) товаров, в отношении которых применяется регулирование в соответствии с настоящим Федеральным законом, при наличии у субъекта естественной монополии возможности произвести (реализовать) такие товары». Данное положение напоминает конструкцию публичного договора. В пункте 5 ст. 8 Федерального закона о естественных монополиях в интересах потребителей закреплена

²⁸ Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ (ред. от 27.12.2019) «Об электроэнергетике» // СЗ РФ. 2003. № 13. Ст. 1177.

²⁹ Федеральный закон от 31.03.1999 № 69-ФЗ (ред. от 26.07.2019) «О газоснабжении в Российской Федерации» // СЗ РФ. 1999. № 14. Ст. 1667.

³⁰ Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 01.03.2020) «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 2006. № 31 (1 ч.). Ст. 3434.

³¹ Федеральный закон от 17.08.1995 № 147-ФЗ (ред. от 29.07.2017) «О естественных монополиях» // СЗ РФ. 1995. № 34. Ст. 3426.

³² Кондратьев В. А. К вопросу об определении цены договора подряда на выполнение кадастровых работ // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2018. № 2. С. 78.

обязанность субъектов естественной монополии обеспечивать свободный доступ к информации о своей деятельности.

Стоит обратить внимание и на рекламное законодательство. Согласно п. 8 ст. 3 Федерального закона о рекламе³³ потребителями рекламы признаются «лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама». В частности, любой потребитель вправе рассчитывать на добросовестную и достоверную рекламу. Иные требования к рекламе также существуют, но они будут отличаться не из-за квалификации лица в качестве потребителя рекламы, а скорее из-за иных характеристик потребителей рекламы (например, особые требования к рекламе предъявляются из-за возраста потребителей).

В приведенных правовых актах потребителями называются не только физические лица, но и юридические лица. Представляется, что использование понятия потребителя обусловлено не формальным статусом, а именно самим процессом потребления. Учитывая, что право различными способами старается защитить потребителя, логично предположить, что и публично-правовые образования тоже могут выступать в качестве потребителей различных благ. Неслучайно существует массив законодательства, направленный на регулирование отношений, где товары, работы, услуги приобретаются публично-правовыми образованиями. Например, в Федеральном законе о контрактной системе³⁴ предусмотрены особые права и гарантии публично-правовых образований по поводу заключения контракта, условий кон-

тракта, исполнения контракта и защиты прав публично-правовых образований, выступающих в роли потребителей (гл. 3).

Исследование различных правовых актов позволяет сделать вывод, что при определении понятия «потребитель» используются локальные дефиниции, разработанные только для конкретных целей и конкретных актов. Представляется, что данный подход к формулировке дефиниций основан на идее деления права на отрасли, в результате чего допускается существование специальных дефиниций в рамках каждой отрасли права (законодательства). В действительности при регулировании конкретного отношения происходит наложение одной «отрасли» на другую, что указывает на условность деления права на отрасли. Множество локальных дефиниций потребителя порождает проблему понимания смысла ст. 14.7 и 14.8 КоАП РФ, устанавливающих административную ответственность за обман и нарушение иных прав потребителей. Учитывая множество дефиниций потребителя, под потребителем логично было бы понимать любое лицо, которое потребляет благо, однако судебная практика исходит из понимания потребителя по Закону о ЗПП, Федеральному закону о потребительском кредите (займе)³⁵.

В этой связи С. С. Алексеев особое внимание обращал на то, что в законах должно соблюдаться единство терминологии, т.е. один и тот же термин должен употребляться в данном законе (и во всех других нормативных актах) в одном и том же смысле³⁶. Наличие универсальных элементов правового положения различных потребителей может быть положено в

³³ Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 02.08.2019) «О рекламе» // СЗ РФ. 2006. № 12. Ст. 1232.

³⁴ Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 24.04.2020) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // СЗ РФ. 2013. № 14. Ст. 1652.

³⁵ См.: определение Верховного Суда РФ от 14.01.2020 № 301-ЭС19-24819 по делу № А43-9253/2019 ; постановление Арбитражного суда Центрального округа от 01.11.2019 № Ф10-4826/2019 по делу № А14-5403/2019 ; постановление Шестнадцатого арбитражного апелляционного суда от 14.06.2019 № 16АП-2027/2019 по делу № А63-24570/2018 ; постановление Восьмого арбитражного апелляционного суда от 13.09.2019 № 08АП-10813/2019 по делу № А70-7707/2019 ; постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 01.11.2018 № 09АП-52431/2018 по делу № А40-91585/18 ; постановление ФАС Центрального округа от 11.02.2011 по делу № А09-4489/2010 // СПС «КонсультантПлюс».

³⁶ Алексеев С. С. Собрание сочинений : в 10 т. Т. 8. М. : Статут, 2010. С. 67.

основу единой модели правового положения потребителя путем установления специального единообразного правового регулирования преддоговорных отношений с участием потребителей, установления единообразных требований к содержанию условий договора и регулированию правовой защиты. Так, у различных лиц (физических и юридических лиц, публично-правовых образований) должен быть одинаковый базовый набор прав, свобод, гарантий, обязанностей и иных элементов правового положения в связи с тем, что они выступают в роли потребителей. В частности, речь идет об информационных правах потребителей, о праве на качественный товар, об условии договора о цене, о защите прав и т.д.

Безусловно, квалификация лица как потребителя не ставит точку на определении релевантных правовых последствий. Участвующие в экономическом обороте лица отличаются по многим характеристикам (ресурсным, организационным и т.д.). Особенности потребителей также могут ложиться в основу дифференциации правового регулирования. В этом случае особые правовые предписания могут быть привязаны к индивидуальным характеристикам (особенностям) тех или иных потребителей. Так или иначе специальное правовое регулирование должно быть обусловлено какими-то конкретными характеристиками: человеческие особенности (например, возраст человека), объект (например, вид товара: алкогольная продукция, оружие и т.д.), тип товарного рынка и др., а также комбинацией характеристик, влияющих на дифференциацию правового регулирования (например, возрастная категория потребителя в совокупности с таким товаром, как алкогольная продукция, влияют на особенности рекламы и заключения договора).

Вместе с тем связь специального правового регулирования с какой-либо объективной характеристикой (или их комбинацией) не всегда однозначно прослеживается. Под влиянием политических и идеологических факторов такая

связь может теряться. Например, в Законе о ЗПП предусматривается возможность компенсации морального вреда за нарушение прав потребителей (ст. 15). По всей видимости, привязка данной правовой особенности (правового последствия) должна быть именно к фигуре физического лица, поскольку только человек может испытывать физические и нравственные страдания (ст. 151 ГК РФ). В то же время нарушение прав потребителей автоматически не связано с покушением на неимущественные блага человека. Л. Ю. Михеева критикует норму о компенсации морального вреда в потребительских отношениях, полагая, что «включение правила о компенсации морального вреда в Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 “О защите прав потребителей” было обусловлено, с одной стороны, стремлением найти максимальное число способов защиты потребителя от недобросовестного предпринимателя, а с другой стороны, имевшей место в начале 90-х гг. “любовью” к заимствованию англо-американского правового опыта. Между тем необдуманное повторение такого решения, а также смешение убытков и морального вреда, допускаемое в законодательстве и практике, крайне опасны»³⁷. Тем самым отмечается отсутствие ясного понимания связи специального правового регулирования с какой-либо объективной характеристикой. Конечно, в правовых актах могут быть особенности правового положения потребителей — физических лиц, но они должны быть обусловлены конкретной объективной характеристикой, т.е. конкретной характеристикой потребителя как человека.

Проведенное исследование показывает, что дифференциация правового регулирования общественных отношений обычно осуществляется по критерию связи лиц с предпринимательской деятельностью, а также по критерию профессионализма. В контексте такой дифференциации потребитель обычно воспринимается как лицо, противопоставленное предпринимателю-профессионалу и существующее только в паре с последним. Данный подход проявляется в За-

³⁷ Михеева Л. Ю. Модернизация института нематериальных благ: достижения и перспективы // Кодификация российского частного права — 2019 / В. В. Витрянский, С. Ю. Головина, Б. М. Гонгало [и др.] ; под ред. Д. А. Медведева. М. : Статут, 2019. С. 192–193.

коне о ЗПП, на основе которого ученые выводят общее понятие потребителя, игнорируя по общему правилу иные правовые акты. Из-за этого делается спорный вывод, что специальное регулирование отношений с участием потребителей распространяется или должно распространяться только на потребителей — физических лиц, которые не осуществляют предпринимательскую деятельность.

Вместе с тем исследование различных правовых актов позволяет сделать вывод, что квалификация лица в качестве потребителя связана с объективным процессом потребления благ в бытовых или производственных отношениях. Критерии профессионализма, связи с предпринимательской деятельностью и связи с фактическим потреблением образуют трехмерную систему координат, причем правовое положение конкретного лица определяется в системе этих координат. В этом смысле квалификация лица в качестве потребителя является проявлением дифференциации правового регулирования отношений по одному из критериев, аналогичной той, когда за основу дифференциации берется, например, критерий связи лиц с предпринимательской деятельностью. Следовательно, потребителями являются не только физические лица, которые не осуществляют предпринимательскую деятельность, но и индивидуальные предприниматели, юридические лица, публично-правовые образования, независимо от их профессионализма и связи с предпринимательской деятельностью.

В статье обосновано, что процесс потребления должен одинаково влиять на правовое положение потребляющих лиц в силу единого критерия дифференциации с сохранением возможности дальнейшей дифференциации по другим критериям, имеющим правовое значение. На основе выделения такого критерия дифференциации, как потребление, в статье предложена единая модель правового положения потребителя. Как представляется, любые потребители имеют и могут иметь элементы правового положения, связанные с преддоговорными отношениями (например, право на получение достоверной информации о товаре и контрагенте, защита от недостоверной и недобросовестной рекламы), условиями договора (например, условия о цене в конструкции публичного договора, антимонопольные требования о недопустимости навязывания условий) и особенностями правовой защиты (например, судебная защита). При этом полноценное определение применимых правовых последствий требует, помимо квалификации лиц в качестве потребителей, выявления иных характеристик, которые могут быть положены в основу дальнейшей дифференциации: индивидуальные характеристики потребителя (например, возраст), особенности товара (работы, услуги) и т.д. Таким образом, при исследовании тех или иных особенностей правового регулирования отношений с участием потребителей должно быть понятно, какими конкретно факторами (характеристиками) обусловлены те или иные правовые последствия.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Алексеев С. С. Собрание сочинений : в 10 т. Т. 8. — М. : Статут, 2010. — 480 с.
2. Арабей Е. А. Правовые аспекты деятельности Европейского Союза в области защиты прав потребителей : дис. ... канд. юрид. наук. — М., 2014. — 256 с.
3. Белов В. А. Правовая сущность понятий «потребитель» и «слабая сторона» в гражданских правоотношениях // Lex russica. — 2018. — № 6. — С. 26–44.
4. Богдан В. В. Эволюция понятия «потребитель»: анализ новых подходов // Известия Юго-Западного государственного университета. — 2012. — № 4. — Ч. 1. — С. 19–24.
5. Волос А. А. К вопросу о признании субъекта предпринимательской деятельности слабой стороной в договоре // Юрист. — 2014. — № 13. — С. 26–29.
6. Гражданское право : учебник : в 4 т. Т. 1 / отв. ред. Е. А. Суханов. — 2-е изд. перераб. и доп. — М. : Статут, 2019. — 576 с.

7. Зардов Р. С. Об оправданности распространения статуса потребителя на предпринимателей // Право и экономика. — 2020. — № 1. — С. 10–16.
8. Защита прав потребителей финансовых услуг / отв. ред. Ю. Б. Фогельсон. — М. : Норма: Инфра-М, 2010. — 368 с.
9. Звездина Т. М. Отдельные экономико-правовые аспекты реализации обязанности по утилизации отходов от использования товаров // Бизнес, менеджмент и право. — 2018. — № 1. — С. 69–72.
10. История и философия науки : учебное пособие для аспирантов юридических специальностей / под ред. С. С. Антюшина. — М. : РАП, 2013. — 391 с.
11. Кирилловых А. А. Понятие потребителя в сфере гражданского оборота // Право и экономика. — 2019. — № 2. — С. 20–27.
12. Кирпичев А. Е. Соотношение понятий «потребительский договор» и «обязательство, связанное с осуществлением предпринимательской деятельности»: проблемы теории и правоприменения // Мировой судья. — 2014. — № 1. — С. 20–24.
13. Кодификация российского частного права — 2019 / В. В. Витрянский, С. Ю. Головина, Б. М. Гонгало [и др.] ; под ред. Д. А. Медведева. — М. : Статут, 2019. — 492 с.
14. Кондратьев В. А. К вопросу об определении цены договора подряда на выполнение кадастровых работ // Имущественные отношения в Российской Федерации. — 2018. — № 2. — С. 76–81.
15. Кулаков В. В. Обязательственное право: проблемы совершенствования и правоприменения // Шестой Пермский конгресс ученых-юристов (г. Пермь, 16–17 октября 2015 г.) : избранные материалы / отв. ред. В. Г. Голубцов, О. А. Кузнецова. — М. : Статут, 2016. — 448 с.
16. Модельные правила европейского частного права : пер. с англ. / науч. ред. Н. Ю. Рассказова. — М. : Статут, 2013. — 989 с.
17. Романец Ю. В. Принцип справедливого равенства субъектов правоотношения между собой // Журнал российского права. — 2010. — № 7. — С. 46–54.
18. Степин В. С. История и философия науки : учебник для аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук. — М. : Академический проект; Трикта, 2011. — 423 с.
19. Тихоновецкий Д. С. Правовое регулирование договоров с потребителями в европейском праве // Закон. — 2003. — № 10. — С. 96–100.
20. Шерстобитов А. Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей : дис. ... д-ра юрид. наук. — М., 1992. — 330 с.
21. Chen-Wishart M. Contract Law. — Fourth edition. — Oxford University Press, 2012. — 586 p.
22. Jurčová M., Novotná M. European Contract Law. — Trnavská univerzita v Trnave, Právnická fakulta, 2013. — 100 p.

Материал поступил в редакцию 21 июня 2020 г.

REFERENCES (TRANSLITERATION)

1. Alekseev S. S. Sbornik sochinenij : v 10 t. T. 8. — М. : Statut, 2010. — 480 s.
2. Arabej E. A. Pravovye aspekty deyatel'nosti Evropejskogo Soyuza v oblasti zashchity prav potrebitelej : dis. ... kand. yurid. nauk. — М., 2014. — 256 s.
3. Belov V. A. Pravovaya sushchnost' ponyatij «potrebitel'» i «slabaya storona» v grazhdanskikh pravootnosheniyah // Lex russica. — 2018. — № 6. — С. 26–44.
4. Bogdan V. V. Evolyuciya ponyatiya «potrebitel'»: analiz novyh podhodov // Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. — 2012. — № 4. — Ch. 1. — С. 19–24.
5. Volos A. A. K voprosu o priznanii sub'ekta predprinimatel'skoj deyatel'nosti slaboj storonoj v dogovore // Yurist. — 2014. — № 13. — С. 26–29.

6. Grazhdanskoe pravo : uchebnik : v 4 t. T. 1 / otv. red. E. A. Suhanov. — 2-e izd. pererab. i dop. — M. : Statut, 2019. — 576 s.
7. Zardov R. S. Ob opravdannosti rasprostraneniya statusa potrebitelya na predprinimatelej // Pravo i ekonomika. — 2020. — № 1. — S. 10–16.
8. Zashchita prav potrebitelej finansovyh uslug / otv. red. Yu. B. Fogel'son. — M. : Norma: Infra-M, 2010. — 368 s.
9. Zvezdina T. M. Otdel'nye ekonomiko-pravovye aspekty realizacii obyazannosti po utilizacii othodov ot ispol'zovaniya tovarov // Biznes, menedzhment i pravo. — 2018. — № 1. — S. 69–72.
10. Istoriya i filosofiya nauki : uchebnoe posobie dlya aspirantov yuridicheskikh special'nostej / pod red. S. S. Antyushina. — M. : RAP, 2013. — 391 s.
11. Kirillovyh A. A. Ponyatie potrebitelya v sfere grazhdanskogo oborota // Pravo i ekonomika. — 2019. — № 2. — S. 20–27.
12. Kirpichev A. E. Sootnoshenie ponyatij «potrebitel'skij dogovor» i «obyazatel'stvo, svyazannoe s osushchestvleniem predprinimatel'skoj deyatel'nosti»: problemy teorii i pravoprimereniya // Mirovoj sud'ya. — 2014. — № 1. — S. 20–24.
13. Kodifikaciya rossijskogo chastnogo prava — 2019 / V. V. Vitryanskij, S. Yu. Golovina, B. M. Gongalo [i dr.] ; pod red. D. A. Medvedeva. — M. : Statut, 2019. — 492 s.
14. Kondrat'ev V. A. K voprosu ob opredelenii ceny dogovora podryada na vypolnenie kadastryh rabot // Imushchestvennye otnosheniya v Rossijskoj Federacii. — 2018. — № 2. — S. 76–81.
15. Kulakov V. V. Obyazatel'stvennoe pravo: problemy sovershenstvovaniya i pravoprimereniya // Shestoj Permskij kongress uchenyh-yuristov (g. Perm', 16–17 oktyabrya 2015 g.) : izbrannye materialy / otv. red. V. G. Golubcov, O. A. Kuznecova. — M. : Statut, 2016. — 448 s.
16. Model'nye pravila evropejskogo chastnogo prava : per. s angl. / nauch. red. N. Yu. Rasskazova. — M. : Statut, 2013. — 989 s.
17. Romanec Yu. V. Princip spravedlivogo ravenstva sub"ektov pravootnosheniya mezhdub soboj // Zhurnal rossijskogo prava. — 2010. — № 7. — S. 46–54.
18. Stepin V. S. Istoriya i filosofiya nauki : uchebnik dlya aspirantov i soiskatelej uchenoj stepeni kandidata nauk. — M. : Akademicheskij proekt; Triksa, 2011. — 423 s.
19. Tihonoveckij D. S. Pravovoe regulirovanie dogovorov s potrebitelyami v evropejskom prave // Zakon. — 2003. — № 10. — S. 96–100.
20. Sherstobitov A. E. Grazhdansko-pravovye voprosy ohrany prav potrebitelej : dis. ... d-ra yurid. nauk. — M., 1992. — 330 s.
21. Chen-Wishart M. Contract Law. — Fourth edition. — Oxford University Press, 2012. — 586 p.
22. Jurčová M., Novotná M. European Contract Law. — Trnavská univerzita v Trnave, Právnická fakulta, 2013. — 100 p.