

3. Еременко В.И. Соотношение понятий «интеллектуальная собственность» и «исключительные права» в гражданском кодексе Российской Федерации // Законодательство и экономика. — 2008. — № 10.
4. Иванова Д.В. Теории интеллектуальной собственности: догматическое исследование // Право и демократия: Сб. науч. трудов. — Минск, 2013. — Вып. 24 (2013). — С. 183-197.
5. Лабзин М.В. Научные концепции понимания права интеллектуальной собственности // Патенты и лицензии // Интеллектуальные права. — 2014. № 8. — С. 57-68.
6. Лосев С.С. О понятии исключительного права // Национальный центр законодательства и правовых исследований Республики Беларусь [Электронный ресурс] URL: <http://center.gov.by/o-ponyatii-isklyuchitel-nogo-prava/> (дата обращения 03.06.2022).
7. Мирских И.Ю. Природа исключительных прав и их защита // Законность и правопорядок в современном обществе. — 2015. — № 23. — С. 47-50.
8. Мозолин В.П. О концепции интеллектуальных прав // Журнал российского права. — 2007. — № 12 (132). — С. 100-109.
9. Пиленко А.А. Право изобретателя. — М.: Статут, 2001. — 686 с.
10. Шершеневич Г.Ф. Курс торгового права. Т. II: Товар. Торговые сделки. — М.: Статут, 2003. — 544 с.

### **Морева Анна Кирилловна<sup>1</sup>**

*Студентка 1 курса Института государства и права  
Тюменского государственного университета  
stud0000237908@study.utmn.ru*

## **ПРАВА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ И ПРОДАВЦОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ. ПОЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ЭКСТРЕМИЗМА**

**Аннотация.** Современное общество развивается, а также все больше появляются новые виды правонарушений. Права потребителей всё ещё нарушаются, но это уже не такое массовое явление как нарушение прав продавцов. Несмотря на то, что «Закон о защите прав потребителей» защищает интересы одной стороны (потребителя), вторая сторона (продавец) остается незащищенной, так как первая сторона чаще начала злоупотреблять своими правами. Появился специальный термин — потребительский экстремизм. Потребительский экстремизм —

---

<sup>1</sup> Научный руководитель: Еланцева Ольга Павловна, кандидат исторических наук, доцент кафедры теоретических и публично-правовых дисциплин Тюменского государственного университета.

новое явление, которое с каждым годом становится все актуальнее и проблематичнее. Многие потребители его превращают в основной заработок. Суды все больше переполняются такими делами. В статье рассматривается историко-правовой аспект данного явления.

**Ключевые слова:** защита права потребителя, потребитель, потребительский экстремизм, злоупотребление правом, обязанности продавца

**Moreva Anna Kirillovna**

*1st year student of the Institute of State and Law, University of Tyumen*

## **THE RIGHTS OF CONSUMERS AND SELLERS IN MODERN SOCIETY. THE EMERGENCE OF CONSUMER EXTREMISM**

**Abstract.** Modern society is developing, as well as more and more new types of offenses. The rights of consumers are still being violated, but this is no longer such a mass phenomenon as the violation of the rights of sellers. Despite the fact that the “Law on the Protection of Consumer Rights” protects the interests of one party (the consumer), the second party (the seller) remains unprotected, since the first party has begun to abuse its rights more often. A special term has appeared — consumer extremism. Consumer extremism is a new phenomenon, which every year becomes more relevant and more problematic. Many consumers turn it into their main income. The courts are becoming more and more overwhelmed with such cases. The article deals with the historical and legal aspect of this phenomenon.

**Key words:** protection of consumer rights, consumer, consumer extremism, abuse of rights, obligations of the seller

Первый правовой акт в современной России, регулирующий отношения между покупателем и продавцом «Закон о защите прав потребителей», вступил в силу с 7 апреля 1992 года. В законе установлены, права, защищающие интересы потребителя. Согласно закону, у потребителя есть право на качественные товары и услуги. Покупатель имеет право на всю интересующую информацию об изготовителе. Закон гарантирует защиту, если после приобретения товара был причинен ему имущественный вред. Потребитель может потребовать возмещение всех его потраченных средств, попросить заменить на исправленный или же отремонтировать товар. А если же закон был нарушен, то потребитель может обратиться в суд для защиты своих прав. С момента принятия данного закона в России начался новый этап регулирования отношений между покупателем и потребителем.

Прошло тридцать лет с момента принятия закона и с каждым годом все больше суды переполняются делами, связанными с нарушением прав потребителей, но и сами продавцы попадают в «экстремистские» ситуа-

ции, теперь покупатели злоупотребляют своими правами. Какие же нарушения прав потребителя допускает производитель или продавец? Какие экстремистские способы в получении финансовой выгоды бывают со стороны потребителя? Как продавцы страдают от потребителей? Попытаемся ответить на эти вопросы.

Несмотря на действующее законодательство, продавцы до сих пор вместо того, чтобы следовать ему, при любой возможности стараются схитрить, и тем самым нажиться на покупателе. Например, зайдя в магазин, мы смотрим на ценники пытаюсь определить, что же для нас будет более выгодной покупкой. Идем на кассу, оплачиваем товар, и смотрим в чек, но оказывается, что цена на товаре намного отличается, чем на ценнике. Продавцы сразу начинают говорить о простой ошибке, что они загружены другой работой и новые цены пока ещё не успели вывесить в торговом зале. Такая ситуация с неточностью цена на прилавке и цена в чеке регулярна в супермаркетах.

В п.2 ст.10 Закона «О защите прав потребителей», продавец обязан обеспечить достоверной информацией о товаре, и как раз одним из обязательных таких элементов является сведение о цене. И продавец обязан продать по той цене, которая именно сейчас указана на ценнике.

Роспотребнадзор даже памятку разработал для покупателей в этой ситуации:

«1. Сфотографируйте информацию о цене, размещенную на ценнике для того, чтобы предоставить доказательство об нарушении закона.

2. Предъявите претензию продавцу. Сразу после покупки потребуйте у кассира пригласить уполномоченного представителя продавца и устно предъявите ему претензию. В случае отказа в удовлетворении устной претензии предъявите продавцу письменную претензию с описанием возникшей ситуации (дата, время инцидента, наименование товара, сумму на ценнике и по чеку). В презентации вы можете потребовать возврата средств за товар.

3. Если продавец не соглашается в удовлетворении претензии, то покупатель вправе обратиться в суд с иском с требованиями к продавцу: о взыскании неосновательного обогащения в виде разницы в цене товара между чеком и ценником (п. 1 ст. 1102 ГК РФ); о расторжении договора розничной купли-продажи и возврате уплаченной за товар суммы (п. 1 ст. 12 Закона «О защите прав потребителей»)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> О рекомендациях, что делать, если цена на ценнике не совпадает с ценой в чеке // URL: [https://www.rosпотребнадзор.ru/about/info/news/news\\_details.php?ELEMENT\\_ID=20693](https://www.rosпотребнадзор.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=20693) (дата обращения: 28.03.2023).

Но бывают такие случаи, что потребитель, поняв неточности некоторых моментов в законе, старается заработать на нем, т.е. злоупотребить своими правами через доверие продавца. Этот феномен обрел своё определение — потребительский экстремизм. Термин вошел в нашу правовую сферу на постоянной основе. Из-за злоупотребления покупателями своими правами страдают бизнесы. С каждым годом потребители все больше стараются заработать на этом феномене, и это уже превращается в своего рода хобби или же одного из вида заработка. Часто потребители пользуются тем, что не указана полная информация на товаре или же пользуются своими правами, но при этом переходя границы дозволенного.

В нормативных правовых актах нет конкретных норм, позволяющих решить данную ситуацию. И когда уже дело доходит до суда, то в основном выигрывает потребитель. Зачастую суды не сильно вникают глубоко в суть, придерживаются правила «покупатель всегда прав». Один из таких самых известных и громких случаев был связан с горячим кофе.

Вы когда-нибудь задумывались, почему на пластиковом стаканчике есть надпись «осторожно горячо»? Она появилась после скандального случая, когда Стелла Либек по случайности вылила на себя кофе, когда пыталась открыть дверь. Получив ожоги третьей степени, она подала в суд на ресторан потребовав компенсацию. Изначально Стелла просила более двух миллионов долларов, но позже сумма была уменьшена до 640 тыс. долларов. Она смогла выиграть и получить деньги.

Спустя несколько лет Ольга Кузнецова тоже по случайности налила на себя кофе из-за двери, и также подала иск на «Макдональдс». В отличие от Либек, Кузнецова получила ожоги лишь первой и второй степени. Сумму компенсации запросили около 100 тысяч рублей, но со временем сумму увеличила. Из-за похожего случая, адвокаты ресторана указали, что сейчас на стаканчиках уже есть надпись, предупреждающая, что напиток горячий. В итоге все закончилось тем, что Кузнецова отказалась от иска.

И это не единичный случай, когда потребитель подает иск на бизнес, если на товаре не было определенной информации. Самый известный случай с участием, Мэри Луиз Паркер которая решила посушить свою кошку в СВЧ-печи, ведь на ней не было указано должной информации о запрете. К сожалению, животное умерло и Паркер подала иск о компенсации морального вреда и производителю пришлось выплатить его в полном объеме.

Потребители готовы зацепиться за любую мелочь, лишь бы как-то нажиться, тем самым продавцы никак не защищены. Продавцы всегда готовы:

1. Все мирно уладить: поговорить с покупателем, ведь можно решить ситуацию без разбирательств в суде.

2. Стараются вовремя обеспечить потребителя полной информацией о товаре, если злоупотребление правом повлекло нарушение права другого лица, такое лицо вправе требовать возмещения причиненных этим убытков.

Для своей защиты, продавец может использовать следующие правовые нормы:

1. Статья 10 ГК РФ. Злоупотребление правом или действием в обход закона<sup>1</sup>.

2. Статья 159 УК РФ. Написать заявление в полицию о мошенничестве<sup>2</sup>.

3. Статья 165 УК РФ. Так же написать заявление о причинении имущественного ущерба путем обмана или злоупотребления доверием<sup>3</sup>.

Таким образом несмотря на случаи, когда продавцы нарушают права потребителей, отмечается широкое распространение, активное развитие нового направления наживы покупателей на продавцах. Действующим законодательством они не так защищены, как потребители. И у них нет гарантии, что после такого «экстремистского» воздействия, не пострадает компания. Тем более, многим бизнесам не выгодно участвовать в своего рода таких дела, так как это может очень сильно навредить их статусу, и им приходится идти на уступки в пользу потребителя. С данным феноменом нужно бороться, чтобы в будущем не было отрицательных отражений на обществе.

---

<sup>1</sup> Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.04.2022). Ст. 10. // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/62129e15ab0e6008725f43d63284aef0bb12c2cf/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/62129e15ab0e6008725f43d63284aef0bb12c2cf/) (дата обращения: 28.03.2023).

<sup>2</sup> Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 18.03.2023). Ст. 159. // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/8012ecd64b7c9cfd62e90d7f55f9b5b7b72b755/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/8012ecd64b7c9cfd62e90d7f55f9b5b7b72b755/) (дата обращения: 28.03.2023).

<sup>3</sup> Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 18.03.2023). Ст. 165. // URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_10699/598fbbd993948ff493e853c0845161561b01f0a5/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/598fbbd993948ff493e853c0845161561b01f0a5/) (дата обращения: 23.03.2023).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 16.04.2022) // СПС Консультант Плюс.
2. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 05.12.2022) «О защите прав потребителей» // СПС Консультант Плюс.
3. Когда потребитель превращается в террориста // URL: <https://pravo.ru/review/view/120188/?attempt=1> (дата обращения: 28.03.2023).
4. О рекомендациях, что делать, если цена на ценнике не совпадает с ценой в чеке // URL: [https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news\\_details.php?ELEMENT\\_ID=20693](https://www.rospotrebnadzor.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=20693) (дата обращения: 28.03.2023).
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 18.03.2023) // СПС Консультант Плюс.
6. Файзрахманов Р.Р. Потребительский экстремизм: возможности уголовной ответственности // Бизнес. Образование. Право. — 2021. — № 3 (56). — С. 295-299.
7. Яковленко Д.А. К вопросу о понятии потребительского экстремизма // Аграрное и земельное право. — 2021. — № 12. — С. 123-125.

### **Немельгина Наталия Николаевна**

*Студентка 1 курса Института государства и права  
Тюменского государственного университета  
stud0000211367@study.tmn.ru*

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ И РЕГУЛИРОВАНИЮ ВАХТОВОГО МЕТОДА**

**Аннотация.** В статье описана трансформация подходов к определению понятия вахтового метода в трудовом законодательстве России. В статье выявлены отдельные противоречия в законодательном регулировании определения «вахтовый метод организации труда». Поскольку вахтовый метод применяется теперь не только в районах Крайнего Севера и приравненного к ним районам, но и в центральной России, то возникает вопрос о целесообразности включения в законодательную дефиницию вахтового метода организации труда узких целей его применения. Представляется, что более четкое закрепление основных понятий в Трудовом кодексе РФ позволит обеспечить единообразное толкование всех норм главы 47 ТК РФ и обеспечить повышение уровня защиты трудовых прав работников, занятых в столь непростых условиях труда.

**Ключевые слова:** вахтовый метод, организация труда, правопонимание, толкование, законодательная дефиниция.