

## Защита прав предпринимателя от злоупотребления потребителями своими правами

© 2023

*Чуклова Елена Валериевна*<sup>\*1</sup>, кандидат юридических наук, доцент,  
доцент кафедры «Предпринимательское и трудовое право»

*Евсикова Татьяна Сергеевна*, магистрант

*Тольяттинский государственный университет, Тольятти (Россия)*

\*E-mail: [elenachuklova@mail.ru](mailto:elenachuklova@mail.ru)

<sup>1</sup>ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9624-4787>

**Аннотация:** Объект исследования – совокупность правоотношений, возникающих между потребителем и предпринимателем, в рамках которых возможно злоупотребление правом со стороны более слабой стороны. Предмет исследования – нормы гражданского законодательства, закрепляющие права участников правоотношений в рассматриваемой сфере. В контексте защиты права исследуются правовые категории, составляющие основу правоотношений с участием потребителя. Неоднозначность применяемого на практике толкования гражданского законодательства обуславливает целесообразность глубокого комплексного теоретического исследования способов злоупотребления правом со стороны потребителей. В работе указывается, что, хотя потребитель не должен обладать специальными познаниями, приобретая тот или иной товар или услугу, к его поведению все равно предъявляются некоторые требования разумности и добросовестности. Проведенный анализ судебной практики позволил сделать вывод о том, что недобросовестное поведение потребителя может служить основанием отказа в защите его прав, на что не раз указывалось в судебных постановлениях. Авторами выделено шесть групп способов злоупотребления правом со стороны потребителя и представлены пути решения вызванных их распространением проблем. В частности, предлагается унификация законодательства о системе качества производимой предпринимателями продукции путем создания единого документа, определяющего параметры ее качества. Авторы считают необходимым привести ст. 10 Гражданского кодекса РФ, которая не редактировалась более 10 лет, в соответствие реалиям времени.

**Ключевые слова:** защита прав предпринимателя; злоупотребление правом со стороны потребителя; злоупотребление правом; злоупотребление правом со стороны более слабой стороны; правоотношения между потребителем и предпринимателем; недобросовестное поведение потребителя; потребительский экстремизм; защита прав.

**Для цитирования:** Чуклова Е.В., Евсикова Т.С. Защита прав предпринимателя от злоупотребления потребителями своими правами // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Юридические науки. 2023. № 2. С. 36–41. DOI: 10.18323/2220-7457-2023-2-36-41.

### ВВЕДЕНИЕ

С момента принятия закона «О защите прав потребителей» прошло более 30 лет, и введенные им категории не раз становились предметом научных изысканий. Данный акт был призван решить проблему развития розничного рынка, с которой он справился, но появилась иная проблема – злоупотребление правом со стороны потребителей и потребительский экстремизм [1], что требует адекватных мер защиты прав уже предпринимателей. Отчасти это вызвано тем, что закон предоставил потребителю широкий перечень средств защиты, эффективность которых, а также последующие разъяснения высших судебных инстанций, открывшие новые возможности использования этих средств, создали благоприятную основу для злоупотреблений. Научное сообщество признает эффективность российского законодательства о защите прав потребителей [2], и хотя в отечественной практике единицы судебных прецедентов о присуждении миллионных компенсаций, за 2022 год, по данным Верховного Суда РФ, удовлетворено 85 % исков по этой категории дел. В российской судебной практике реализуется принцип полного возмещения убытков, причиненных потребителю<sup>1</sup>.

Исследование злоупотребления правом со стороны потребителя встречается как в российской, так и в иностранной научной литературе. Одни авторы определяют недобросовестность потребителя как значительную теоретико-практическую проблему [3]. В других работах злоупотребление правом со стороны потребителей обличается в форму «потребительского экстремизма» [4], рассматриваются его особенности применительно к отдельным сферам общественных отношений [5] и свойственные ему признаки [6]. Потребительский экстремизм определяется как манипулирование нормами с целью получения материальной выгоды [7]. Дается и иное определение потребительского экстремизма как «попытки недобросовестного клиента, манипулируя юридическими нормами в корыстных целях, не защитить свои права, а получить определенную выгоду и доход» [8]. Есть работы, в которых потребительский экстремизм рассматривается не просто как гражданско-правовое нарушение, но и как явление, обладающее признаками уголовно наказуемого мошенничества [9] и угрожающее экономической безопасности [10]. Исследуются особенности потребительского экстремизма в сфере интернет-торговли [11]. Зарубежные исследователи,

<sup>1</sup> Суды в 2022 году удовлетворили 85 % требований по искам о защите прав потребителей // Верховный суд Российской Федерации.

ской Федерации. URL: [https://www.vsrif.ru/press\\_center/mass\\_media/32155/?ysclid=lj7c0zn0pc149178461](https://www.vsrif.ru/press_center/mass_media/32155/?ysclid=lj7c0zn0pc149178461).

как правило, сосредоточены на роли предпринимателей в создании более справедливого и устойчивого мира [12], в рамках которого все участники потребительских отношений должны подчиняться закону [13]. Существуют исследования, рассматривающие мотивационные аспекты потребительского экстремизма [14; 15].

Ученые выделяют следующие способы злоупотребления правом со стороны потребителя: отказ от оплаты услуги несмотря на отсутствие дефектов; угроза обращения в органы государственной власти; угроза инициированием проверок; получение услуги и дальнейшего требование возврата средств и компенсации морального вреда; случаи, которые могут быть квалифицированы как потребительский экстремизм, среди которых: взыскание с автодилера денежных средств, уплаченных за автомобиль; появление волос в почти съеденном блюде; имитация ДТП; заказ фото, его последующее копирование, а затем возврат фото с требованием вернуть деньги, поскольку фото не устраивает. В качестве причин злоупотребления называется отсутствие в специальном законодательстве упоминаний об обязанностях потребителей [16].

Указанное свидетельствует об отсутствии единства мнений в отношении таких категорий, как злоупотребление правом и потребительский экстремизм. Практически не встречаются работы, в которых формы злоупотребления правом со стороны потребителей рассматривались бы с позиций защиты прав предпринимателя.

Цель исследования – определение понятия «злоупотребление правом» с позиций защиты прав предпринимателя, а также определение основных форм злоупотребления правом и способов минимизации их негативного эффекта.

## МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В рамках исследования было проанализировано понятие «злоупотребление правом». В ходе научных изысканий «злоупотребление правом» исследовалось через категории «добросовестность» и «недобросовестность». Было проведено сравнение требований к добросовестности потребителя и предпринимателя и сформулировано понятие «злоупотребление правом потребителем». В рамках дальнейшего исследования были раскрыты основные формы злоупотребления правом и предложены способы минимизации последствий их проявления.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

### Злоупотребление правом в контексте недобросовестности потребителя

В российской правоприменительной практике существует проблема злоупотребления правом со стороны недобросовестных потребителей. С развитием предпринимательской деятельности и рынка потребительских товаров и услуг предприниматели ощущают все большую конкуренцию в своей сфере деятельности и прикладывают намного больше сил к завоеванию интереса и доверия потребителей, которые, в свою очередь, не всегда добросовестно используют свои права и могут злоупотреблять положением более слабой стороны правоотношений. Стратегия ведения предприни-

мательской деятельности с проявлением максимальной клиентоориентированности представляется потребителям некой возможностью злоупотреблять своими правами для извлечения выгоды.

Некоторые ученые указывают на то обстоятельство, что, исходя из смысла закона «О защите прав потребителей», потребитель является специфичным участником общественных отношений, у которого отсутствуют специальные знания о приобретаемом товаре или получаемой услуге. Более того, законодатель не требует наличия таких специальных знаний. Как указывается в литературе, на уровне нормативного правового регулирования требования к разумности поведения потребителя являются более мягкими, а к предпринимателю более строгими – он должен быть специалистом в своей области [17].

Согласно ст. 10 Гражданского кодекса РФ (далее – ГК РФ) не допускается осуществление гражданских прав исключительно с намерением причинить вред другому лицу, действия в обход закона с противоправной целью, а также иное заведомо недобросовестное осуществление гражданских прав (злоупотребление правом).

По нашему мнению, злоупотреблением правом можно считать определенные действия потребителя, направленные на причинение другой стороне (предпринимателю) вреда (в большинстве случаев имущественного характера) посредством недобросовестного осуществления своих гражданских прав и использования законодательно закрепленного законом «О защите прав потребителей» правового преимущества перед предпринимателем. Исходя из вышеуказанного определения, встает вопрос о выделении понятия добросовестности и недобросовестности в правовом поведении сторон гражданских правоотношений [18]. Законодатель легально не закрепил данные определения, только указал на заочное существование добросовестности и разумности в п. 5 ст. 10 ГК РФ, что лишь вырисовывает рамки добросовестного поведения и его первостепенность, пока не будет доказано иное (недобросовестное поведение) [19].

Отделить область добросовестности и недобросовестности в поведении пробовал Верховный Суд Российской Федерации и Конституционный Суд Российской Федерации. В постановлении Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указывается, что, оценивая действия сторон как добросовестные или недобросовестные, следует исходить из поведения, ожидаемого от любого участника гражданского оборота, учитывающего права и законные интересы другой стороны. Признать поведение недобросовестным может суд как после получения соответствующего заявления от стороны, так и по собственной инициативе, исходя из обстоятельств дела, при усмотрении в поведении участника определенных отклонений, признанных в обществе недобросовестными. Следствием признания действий недобросовестными и злоупотребления правом могут стать: отказ стороне в защите принадлежавшего ей права полностью или частично, запрет на совершение определенных действий, отказ в применении сроков исковой давности, признание сделки недействительной. Конституционный Суд РФ в постановлении

от 27.10.2015 № 28-П указал на то, что, при определении пределов осуществления прав в гражданском процессе и оценке действий сторон как добросовестного или недобросовестного поведения, необходимо рассматривать конкретные действия одной стороны по содействию, соблюдению прав и законных интересов другой стороны, в том числе в получении информации, необходимой для полного и точного рассмотрения дела.

### Формы злоупотребления правом

Для лучшего понимания злоупотребления правом потребителем в отношениях с предпринимателем можно выделить шесть больших групп наиболее часто встречающихся форм злоупотребления правом со стороны потребителя.

В первую группу будут входить злоупотребления правом потребителем, проявляющиеся в нарушении принципа равенства сторон правоотношений. На основании ст. 1 ГК РФ правоотношения, регулируемые гражданским законодательством, строятся на признании равенства сторон и балансе интересов данных отношений. В связи с этим действия, которые приводят к ущемлению или незаконному ограничению прав и интересов какой-то из сторон, будут являться злоупотреблением правом. Примером может послужить отказ или воспрепятствование потребителем проведению проверки качества товара, необходимой предпринимателю для дальнейшего удовлетворения требований потребителя или последующей защиты своих интересов в случае отсутствия заявленных потребителем дефектов. В данном случае непредставление потребителем товара для проверки качества будет служить основанием для суда отказать потребителю во взыскании неустойки и штрафа в его пользу.

Во вторую группу злоупотреблений правом можно отнести намеренное умалчивание потребителем о тех или иных не устраивающих его недостатках с целью дальнейшего усугубления складывающейся ситуации. Например, неуведомление подрядчика о незначительных отступлениях от условий договора, не влекущих за собой ухудшения результата выполненной работы, но формально дающих право потребителю обратиться в суд для последующего извлечения материальной выгоды.

Третьей группой будут являться злоупотребления правом потребителем, который использует законные способы защиты права с намерением не защитить свои права, а получить необоснованную выгоду или ущемить права другой стороны, например через сокрытие своей недвижимости или денежных активов посредством передачи их в собственность другому лицу. Нежелание подвергать свое имущество возможным взысканиям может существенно ограничить права другой стороны на законное удовлетворение своих требований, например потребитель, который по кредитному договору должен банку денежную сумму, скрыл свои материальные активы и отказывается удовлетворять предъявленные банком требования [20].

Четвертой группой злоупотреблений правом потребителем будет получение услуги или покупка товара надлежащего качества с последующим от него отказом или требованием о возврате денежных средств. Например, покупка потребителем одежды, которую он приобретает не с целью долгосрочной носки, а на 1–2 дня, после чего сда-

ет вещь в магазин как не подошедшую по фасону, ссылаясь на ст. 25 Закона РФ «О защите прав потребителей», согласно которой потребитель вправе обменять такой товар с условием сохранения товарного вида.

Пятой группой злоупотреблений своими правами потребителями будет потребительская спекуляция на предоставлении неполной информации о товаре или услуге предпринимателем. Например, потребитель заказывает товар через интернет-магазин, изучив представленное предпринимателем описание товара. Получив заказанный товар, потребитель решает, что информация о товаре, размещенная на сайте, не соответствует реальным свойствам товара, что, в свою очередь, не соответствует действительности. Потребитель направляет в адрес предпринимателя претензию с угрозой обращения в суд или в органы Роспотребнадзора РФ, ссылаясь на ст. 12 Закона РФ «О защите прав потребителей», согласно которой потребитель имеет право потребовать возмещения убытков или возврата уплаченной за товар суммы. Предприниматель, не желающий портить репутацию своему бизнесу и нести экономические потери, идет на условия потребителя и дает ему дополнительную скидку на покупку следующего товара. Так потребитель получает не только качественный товар, выполняющий свои заявленные функции, но и дополнительную скидку.

Шестой группой злоупотреблений правом потребителем становятся процессуальные злоупотребления. Потребитель, являясь участником процесса, не всегда законно использует данные ему права. Например, заблаговременно не предоставляет в суд требуемые с него документы для затягивания сроков исполнения обязательств или намеренно не предоставляет имеющиеся у него доказательства, которые могли бы подтвердить невиновность предпринимателя в ходе судебного разбирательства. Данные злоупотребления правом влекут неблагоприятные последствия для предпринимателя, например наложение на него штрафа судом.

На сегодняшний день потребитель чаще всего злоупотребляет своими правами после покупки технически сложных товаров, например бытовой техники или автомобилей. Суть злоупотребления заключается в исковых обращениях потребителя к предпринимателю, где сумма иска становится гораздо больше, чем потребитель в действительности затратил или понес потерями. Такое увеличение суммы происходит за счет взыскания:

– неустойки. Законом «О защите прав потребителей» установлена неустойка в 0,5 % (за просрочку передачи предварительно оплаченного товара), 1 % (за просрочку удовлетворения требований потребителя при продаже некачественного товара), 3 % (за просрочку выполнения работ и при просрочке удовлетворения требований потребителя при выполнении работ). Неустойка, предусмотренная сторонами в договоре, не может быть меньше установленной законом. В спорах между потребителями финансовыми услугами и предпринимателями (финансовыми организациями) от взыскания неустойки может быть освобожден страховщик в случае исполнения решения финансового уполномоченного и основного обязательства с соблюдением порядка и сроков, установленных Законом об ОСАГО;

– штрафа за неисполнение в добровольном порядке требований потребителя. При удовлетворении судом

требований потребителя, установленных законом, за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя суд взыскивает с изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера) штраф в размере 50 % от суммы, присужденной судом в пользу потребителя согласно ст. 13 Закона РФ «О защите прав потребителей»;

– компенсации морального вреда. Моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения изготовителем (исполнителем, продавцом, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) прав потребителя, предусмотренных законами и правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей, подлежит компенсации причинителем вреда при наличии его вины согласно ст. 15 Закона РФ «О защите прав потребителей». Другими словами, для компенсации морального вреда важен сам факт нарушения прав потребителя, а размер возмещаемой компенсации будет определяться судом вне зависимости от размера возмещаемого имущественного вреда.

#### **Способы минимизации последствий злоупотребления правом**

Способами решения отдельных вышеперечисленных проблем могут стать следующие.

Во-первых, унификация законодательства о системе качества производимой предпринимателями продукции путем создания единого документа, определяющего параметры ее качества. В настоящее время для производства той или иной продукции предприниматели используют технические регламенты, ГОСТы или технические условия, которые они разрабатывают самостоятельно, от чего в производимой продукции заметно снижается ее качество. Данная мера будет способствовать улучшению свойств производимой продукции и повышению ее конкурентоспособности на международном рынке, уменьшит вмешательство государственных органов в сферу проверок производства товаров. В настоящее время один предприниматель в ходе осуществления своей деятельности может взаимодействовать как минимум с 20–30 государственными органами, которые так или иначе будут оказывать на него влияние. Зачастую такое влияние не идет на пользу и развитие предпринимательской деятельности, а, напротив, тормозит ее рыночные механизмы работы и развития.

Во-вторых, внесение изменений в п. 1 ст. 10 ГК РФ, которая не редактировалась более 10 лет. Данный пункт имеет общий, декларативный характер, не отвечающий современным реалиям времени, в связи с чем необходимо более четко конкретизировать понятие «злоупотребление правом», что, в свою очередь, повысит правовую ответственность сторон.

Для защиты своих прав, превенции потребительского экстремизма и злоупотребления правом предпринимателю необходимо не только грамотно заключать договоры с потребителями, но и заранее обезопасить свою деятельность. Сделать это предлагается путем точного соблюдения норм закона, рекомендаций государственных органов, требований технических регла-

ментов, ГОСТов, санитарных правил и норм; оформлением отношений с потребителем в письменном виде (закреплением в договоре с потребителем критериев качества товара или услуги, подписанием накладной на товар, акта приемки выполненных работ или оказанных услуг); предоставлением потребителю наиболее полной информации о себе как о продавце или исполнителе (название, адрес регистрации, изготовителя), о товаре, его потребительских свойствах, правилах пользования, цене (в кредитных договорах с указанием полной суммы с процентами), сроках годности и сроках службы, гарантийных сроках, сроках и условиях возврата товара. Таким образом предприниматель сможет самостоятельно защитить свои права от посягательств на них недобросовестных потребителей, не создавая им почву для последующих обращений в органы судебной власти.

Можно сделать вывод о многообразии проблем, которые возникают при защите своих прав и интересов у предпринимателя в отношениях с потребителем и которые могут быть частично решены вышеперечисленными способами.

#### **ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ**

Злоупотребление правом является сложно определяемой категорией. Для коррекции потребительского поведения авторы предлагают ряд средств, среди которых превентивные меры и фиксация всех своих действий для дальнейшего разбирательства в суде, но это не может решить всех проблем. Отчасти указанные проблемы возникают, как указывается в литературе, вследствие того, что на уровне законодательного регулирования закреплена презумпция добросовестного поведения потребителя и недобросовестного поведения предпринимателя. С этим нельзя согласиться, поскольку законодательство о защите прав потребителей все-таки предъявляет определенные требования к разумности и добросовестности потребителей.

#### **ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

1. Формами злоупотребления правом со стороны потребителя являются: нарушение принципа равенства прав сторон; намеренное сокрытие недостатков; реализация способов защиты с целью получения необоснованной выгоды; отказ от товара надлежащего качества в определенных ситуациях; спекуляция на праве на информацию; злоупотребление процессуальными правами.

2. Злоупотребления правом со стороны потребителей вызвано, прежде всего, отсутствием четких требований к качеству товаров, работ, услуг, а также несовершенством законодательства в области регламентирования злоупотребления правом.

#### **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Усольцев Е.Ю. Понятия «потребительский экстремизм» и «злоупотребление потребителем правом»: сравнительный анализ // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2021. № 12. С. 108–112. DOI: [10.24412/2072-4098-2021-12-108-112](https://doi.org/10.24412/2072-4098-2021-12-108-112).

2. Нилов И.Л. Возникновение потребительского экстремизма // Евразийская адвокатура. 2018. № 5. С. 21–25. EDN: [YQGVVP](#).
3. Усольцев Е.Ю. Злоупотребление правом со стороны потребителя: постановка проблемы и поиск ее решения // Юрист. 2021. № 4. С. 41–45. EDN: [BIQJSZ](#).
4. Закупень Т.В. Потребительский экстремизм как форма злоупотребления правом при заключении банками кредитного договора с гражданами-заемщиками // Банковское право. 2015. № 1. С. 23–30. EDN: [THRFJR](#).
5. Нилов И.Л. Потребительский экстремизм в сфере долевого строительства // Евразийская адвокатура. 2017. № 4. С. 107–109. EDN: [ZEGFTP](#).
6. Яковенко Д.А., Ковальская В.В., Кержакова Л.Г. К вопросу о понятии потребительского экстремизма // Аграрное и земельное право. 2021. № 12. С. 123–125. DOI: [10.47643/1815-1329\\_2021\\_12\\_123](#).
7. Ожегова Г.А. К понятию «потребительский экстремизм» // Юрист. 2014. № 14. С. 15–19. EDN: [SGZTSN](#).
8. Погарцев В.В. Феномен потребительского экстремизма в России: история возникновения, правовая природа и способы противодействия // Юридическая наука. 2021. № 3. С. 55–57. EDN: [KIWBBO](#).
9. Ровнейко В.В. Проблемы уголовно-правовой оценки злоупотребления правами потребителя // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2020. Т. 30. № 5. С. 753–762. DOI: [10.35634/2412-9593-2020-30-5-753-762](#).
10. Дмитриева Н.В., Кудравцев Ю.А. «Потребительский экстремизм» как угроза экономической безопасности современной России // Журнал правовых и экономических исследований. 2023. № 1. С. 19–25. DOI: [10.26163/GIEF.2023.26.45.003](#).
11. Ильяшенко С.Б., Депутатова Е.Ю. Проблемы потребительского экстремизма и недобросовестного поведения покупателей в интернет-торговле // Экономика и управление: проблемы и решения. 2023. Т. 2. № 3. С. 181–185. DOI: [10.36871/ek.up.p.r.2023.03.02.021](#).
12. Whitman D., Gergacz J.W. *The Legal Environment of Business*. 3rd ed. San Francisco: McGraw-Hill, 2017. 708 p.
13. Siev J.J., Petty R.E., Briñol P. Attitudinal extremism // *The psychology of extremism: A motivational perspective*. New York: Routledge, 2022. P. 34–65.
14. Redden J., Steiner C.J. Fanatical consumers: towards a framework for research // *Journal of Consumer Marketing*. 2000. Vol. 17. № 4. P. 322–337. DOI: [10.1108/07363760010335349](#).
15. Groeppel A., Bloch B. An investigation of experience-orientated consumers in retailing // *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*. 2006. Vol. 1. № 1. P. 101–118. DOI: [10.1080/09593969000000008](#).
16. Семенова Е.А. Что такое потребительский экстремизм и как он проявляется в розничной купле-продаже // Интеллектуальные ресурсы - региональному развитию. 2019. Т. 5. № 1. С. 462–467. EDN: [HHLXNP](#).
17. Филиппова Т.А., Жаркенова С.Б. Принцип добросовестности при исполнении обязательства // Известия Алтайского государственного университета. 2018. № 6. С. 197–202. DOI: [10.14258/izvasu\(2018\)6-37](#).
18. Богданова Е.Е. Принцип добросовестности и эволюция защиты гражданских прав в договорных отношениях. М.: Юрлитинформ, 2014. 344 с.
19. Образцова В.И. Проблемы применения принципов разумности и добросовестности при регулировании договорных отношений с участием потребителей // Вестник экономической безопасности. 2016. № 4. С. 151–157. EDN: [YJVIKR](#).
20. Шелищ П.Б., Мясин Е.Б. Права потребителя: как защитить их в конкретных жизненных ситуациях? М.: Редакция Российской газеты, 2019. 177 с.

## REFERENCES

1. Usoltsev E.Yu. The concepts “consumer extremism” and “abuse of right by consumer”: comparative analysis. *Imushchestvennye otnosheniya v Rossiyskoy Federatsii*, 2021, no. 12, pp. 108–112. DOI: [10.24412/2072-4098-2021-12-108-112](#).
2. Nilov I.L. Emergence of consumer extremism. *EvrAziyskaya advokatura*, 2018, no. 5, pp. 21–25. EDN: [YQGVVP](#).
3. Usoltsev E.Yu. Abuse of right by a consumer: problem setting and the search for a solution. *Yurist*, 2021, no. 4, pp. 41–45. EDN: [BIQJSZ](#).
4. Zakupen T.V. Consumer extremism as a form of right abuse in conclusion of a credit contract with natural persons-borrowers by the banks. *Bankovskoe pravo*, 2015, no. 1, pp. 23–30. EDN: [THRFJR](#).
5. Nilov I.L. Consumer extremism in the sphere of shared construction. *EvrAziyskaya advokatura*, 2017, no. 4, pp. 107–109. EDN: [ZEGFTP](#).
6. Yakovenko D.A., Kovalskaya V.V., Kerzhakova L.G. On the question of the concept of consumer extremism. *Agrarnoe i zemelnoe pravo*, 2021, no. 12, pp. 123–125. DOI: [10.47643/1815-1329\\_2021\\_12\\_123](#).
7. Ozhegova G.A. The notion of consumer extremism. *Yurist*, 2014, no. 14, pp. 15–19. EDN: [SGZTSN](#).
8. Pogartsev V.V. The phenomenon of consumer extremism in Russia: the history of its origin, the legal nature and ways to counteract it. *Yuridicheskaya nauka*, 2021, no. 3, pp. 55–57. EDN: [KIWBBO](#).
9. Rovneyko V.V. Problems of criminal law assessment of the abuse of consumer rights. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Seriya Ekonomika i pravo*, 2020, vol. 30, no. 5, pp. 753–762. DOI: [10.35634/2412-9593-2020-30-5-753-762](#).
10. Dmitrieva N.V., Kudravtsev Yu.A. Consumer extremism as a threat to economic security of modern Russia. *Zhurnal pravovykh i ekonomicheskikh issledovaniy*, 2023, no. 1, pp. 19–25. DOI: [10.26163/GIEF.2023.26.45.003](#).
11. Ilyashenko S.B., Deputatova E.Yu. Problems of consumer extremism and unscrupulous behavior of buyers in online commerce. *Ekonomika i upravlenie: problemy i resheniya*, 2023, vol. 2, no. 3, pp. 181–185. DOI: [10.36871/ek.up.p.r.2023.03.02.021](#).
12. Whitman D., Gergacz J.W. *The Legal Environment of Business*. 3rd ed. San Francisco, McGraw-Hill Publ., 2017. 708 p.

13. Siev J.J., Petty R.E., Briñol P. Attitudinal extremism. *The psychology of extremism: A motivational perspective*. New York, Routledge Publ., 2022, pp. 34–65.
14. Redden J., Steiner C.J. Fanatical consumers: towards a framework for research. *Journal of Consumer Marketing*, 2000, vol. 17, no. 4, pp. 322–337. DOI: [10.1108/07363760010335349](https://doi.org/10.1108/07363760010335349).
15. Groeppel A., Bloch B. An investigation of experience-orientated consumers in retailing. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 2006, vol. 1, no. 1, pp. 101–118. DOI: [10.1080/09593969000000008](https://doi.org/10.1080/09593969000000008).
16. Semenova E.A. What is consumer extremism and how it manifests itself in retail sale. *Intellektualnye resursy - regionalnomu razvitiyu*, 2019, vol. 5, no. 1, pp. 462–467. EDN: [HHLXNP](https://www.edn.ru/HHLXNP).
17. Filippova T.A., Zharkenova S.B. Principle of conscientiousness in the performance of the obligation. *Izvestiya Altayskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2018, no. 6, pp. 197–202. DOI: [10.14258/izvasu\(2018\)6-37](https://doi.org/10.14258/izvasu(2018)6-37).
18. Bogdanova E.E. *Printsip dobrosovestnosti i evolyutsiya zashchity grazhdanskikh prav v dogovornykh otnosheniyakh* [The principle of good faith and the evolution of civil rights protection in contractual relations]. Moscow, Yurlitinform Publ., 2014. 344 p.
19. Obraztsova V.I. Problems of application of the principles of reasonableness and good faith in the regulation of contractual relationships with consumers. *Vestnik ekonomicheskoy bezopasnosti*, 2016, no. 4, pp. 151–157. EDN: [YJVIKR](https://www.edn.ru/YJVIKR).
20. Shelishch P.B., Myasin E.B. *Prava potrebitelya: kak zashchitit ikh v konkretnykh zhiznennykh situatsiyakh?* [Consumer rights: how to protect them in specific life situations?]. Moscow, Redaktsiya Rossiyskoy gazety Publ., 2019. 177 p.

## Protecting the rights of an entrepreneur from abuse of their rights by consumers

© 2023

*Elena V. Chuklova*\*<sup>1</sup>, PhD (Law), Associate Professor,  
assistant professor of Chair “Business and Labor Law”

*Tatyana S. Evsikova*, graduate student

*Togliatti State University, Togliatti (Russia)*

\*E-mail: [elenachuklova@mail.ru](mailto:elenachuklova@mail.ru)

<sup>1</sup>ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9624-4787>

**Abstract:** The object of the study is a set of legal relations arising between a consumer and an entrepreneur, within which the abuse of the right by a weaker party of such legal relations is possible. The subject of the study is the norms of civil legislation enshrining the rights of participants in legal relations in this sphere. In the context of protecting the right, the authors investigate the legal categories forming the basis of legal relations with the consumer’s participation. The ambiguity of the interpretation of civil legislation applied in practice determines the expediency of a deep comprehensive theoretical study of the ways of abuse of the right by consumers. The work indicates that, despite the fact that a consumer should not have special knowledge when purchasing a particular product or service some requirements for reasonableness and conscientiousness are still imposed on consumer behavior. The analysis of judicial practice allowed concluding that consumer’s unfair behavior can serve as a basis for refusing to protect his or her rights, which was repeatedly pointed out in court rulings. The authors identified six groups of ways of abuse of the right by a consumer and presented the ways to solve the problems caused by their spread. In particular, the authors propose to unify the legislation on the system of quality of products manufactured by entrepreneurs through the creation of a single document defining the parameters of its quality. The authors consider it necessary to bring Article 10 of the RF Civil Code in line with the current reality, as it has not been edited for more than ten years.

**Keywords:** protection of entrepreneur’s rights; abuse of the right by a consumer; abuse of the rights; abuse of the right by a more weaker party; legal relations between a consumer and an entrepreneur; consumer misconduct; consumer extremism; protection of rights.

**For citation:** Chuklova E.V., Evsikova T.S. Protecting the rights of an entrepreneur from abuse of their rights by consumers. *Vektor nauki Tolyatinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Yuridicheskie nauki*, 2023, no. 2, pp. 36–41. DOI: [10.18323/2220-7457-2023-2-36-41](https://doi.org/10.18323/2220-7457-2023-2-36-41).