

# **С Т Е Н О Г Р А М М А**

## **парламентских слушаний на тему "Актуальные вопросы защиты прав потребителей и пути их решения"**

**20 ноября 2023 года**

### **В.С. ТИМЧЕНКО**

Добрый день, коллеги! Основной состав участников наших сегодняшних парламентских слушаний подключился. Сегодня мы работаем в смешанном режиме: часть наших коллег находятся в зале, часть коллег (кстати, большое количество) подключены практически из всех регионов Российской Федерации. Я хочу поприветствовать всех участников парламентских слушаний, посвященных актуальным вопросам защиты прав потребителей.

Наше мероприятие проводится в соответствии с утвержденным палатой планом мероприятий Совета Федерации на осеннюю сессию. В сегодняшней встрече принимают участие представители федеральных органов исполнительной власти, Генеральной прокуратуры, Общественной палаты. Сегодня, как я уже сказал, с нами на связи находятся представители более 70 субъектов Российской Федерации, часть присутствуют здесь, в зале, и мы предоставим возможность каждому участнику, каждому эксперту высказать свои предложения и пожелания.

Мы помним, что вопросы защиты прав потребителей касаются не только органов исполнительной власти и органов контроля – защита прав потребителей является одним из самых важных направлений единой государственной политики, имеет серьезное

значение для экономики, поскольку потребительский спрос служит лейтмотивом развития экономики. И все институты публичной власти и представители бизнеса непосредственно участвуют в развитии экономики, а значит, должны сочетать и учитывать интересы всех сторон этого процесса.

В повседневной жизни мы с вами постоянно сталкиваемся с различными ситуациями, как потребители, покупая те или иные продукты питания, товары, используя услуги, предоставляемые соответствующей сферой услуг, посещаем учебные, культурные, другие заведения. В этой связи мы выступаем именно как потребители и на себе ощущаем влияние и бизнеса, и нормативной базы на защиту наших прав.

На сегодняшний день такие встречи, которые мы проводим, а именно парламентские слушания, являются одним из важнейших инструментов защиты прав потребителей. Наша сегодняшняя встреча предназначена для того, чтобы выработать некие новые дополнения, некие новые механизмы защиты прав потребителей, но при этом мы прекрасно понимаем, что и мешать бизнесу эффективно развиваться (я подчеркиваю: добросовестному бизнесу) нельзя. Это двустороннее движение: с одной стороны, бизнес должен понимать, что он имеет поддержку от власти, но, с другой стороны, проводимая в последнее время "регуляторная гильотина" не должна расхолаживать производителей и априори нарушать наши права.

Вы знаете, что при нашем комитете действует, причем уже очень давно, рабочая группа по законодательному обеспечению развития национальной системы защиты прав потребителей. Результатом деятельности этой рабочей группы является разработка, внесение и даже принятие некоторых законодательных, нормативных актов. К сожалению, пока не всё из того, что мы

хотели, о чем мы договаривались, принято, но дорогу осилит идущий. Поэтому будем дальше работать, будем находить компромиссные варианты учета интересов и бизнеса, и наших граждан, прежде всего потребителей. Я думаю, что именно с этой целью мы сегодня проводим наши слушания.

В последнее время мы часто сталкиваемся с проблемами в сфере электронной торговли. Это тоже, думаю, должно стать предметом нашей сегодняшней дискуссии, обсуждения.

В условиях усилившихся экономических санкций против нашей страны вопросы защиты прав потребителей звучат еще более остро, еще более чувствительны. Наши граждане понимают, что эти санкции нарушают их права, ограничивают их потенциальные возможности получения услуг в различных сферах экономики.

Мы планируем на парламентских слушаниях не только обсудить актуальные проблемы, но и обменяться полезным опытом, успешно реализуемыми практиками защиты прав потребителей. Надеюсь, что нам с вами удастся найти не только новые идеи, но и механизмы их реализации.

Я хочу пожелать всем участникам наших сегодняшних парламентских слушаний удачи.

А сейчас хочу предоставить слово моему коллеге-сенатору Зобневу Виктору Викторовичу, который в Комитете по Регламенту и организации парламентской деятельности как раз и руководит той рабочей группой, о которой я говорил выше.

Пожалуйста, Виктор Викторович, Вам слово.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Большое спасибо, уважаемый Вячеслав Степанович.

Коллеги, я буквально на 30 секунд отвлекусь от общей повестки. Сегодня у Вячеслава Степановича день рождения, поэтому мы все, присутствующие в зале, поздравляем его. *(Аплодисменты.)*

**В.С. ТИМЧЕНКО**

Спасибо всем, коллеги. Спасибо.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Разрешите от всех вас пожелать мира, благополучия самому Вячеславу Степановичу и всем его близким людям.

**В.С. ТИМЧЕНКО**

Спасибо большое, Виктор Викторович.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Коллеги, рад приветствовать вас на наших парламентских слушаниях. Как сказал Вячеслав Степанович, тема защиты прав потребителей в последнее время приобрела особое значение. В более узком составе мы с вами обсуждали эту тематику в формате "круглых столов" и касались тем параллельного импорта, моратория на проведение проверок субъектов малого и среднего предпринимательства, потребителей цифрового контента, сферы автомобильного рынка. Действительно, вопросов и проблем еще достаточно много, и в том числе мы, как законодатели, прекрасно понимаем, что есть некоторые несовершенства в нашей деятельности на сегодняшний день и те вопросы и задачи, которые нам еще предстоит в будущем решать.

Должен отметить, что работа продолжается. На сегодняшний день в Совете Федерации уже были одобрены поправки в статью 14.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях. Ими установлена административная ответственность за навязывание потребителю дополнительных товаров, работ и услуг за отдельную плату, приобретение которых

обуславливается обязательностью при приобретении основных товаров. Если это произойдет, то последует наложение административного штрафа на должностных лиц от 2 тысяч до 4 тыс. рублей, на юридических лиц – от 20 тысяч до 40 тыс. рублей.

Также федеральным законом вводится административный штраф для должностных лиц и юридических лиц за необоснованный отказ в рассмотрении жалоб потребителей, связанных с нарушением их прав, либо за уклонение от рассмотрения таких обращений.

Несколько законопроектов сегодня находятся на рассмотрении в Государственной Думе – в частности, о внесении изменений в Закон Российской Федерации "О защите прав потребителей" (в части регулирования порядка возврата товаров, приобретенных дистанционным способом), которым предлагается устранить правовую неопределенность и возложить на продавца обязанность нести расходы на возврат суммы, уплаченной покупателем в соответствии с договором о розничной купле-продаже товара, равно как и расходы на доставку от потребителя возвращенного товара.

Другой законопроект предлагает установить необходимое законодательное регулирование дистанционной торговли товарами с использованием цифровых платформ (это наши знаменитые маркетплейсы). В частности, законопроект предусматривает ужесточение ответственности маркетплейсов за предоставление потребителям недостоверной информации о товаре (услуге) или продавце (исполнителе).

Законотворческая работа продолжает достаточно активно у нас развиваться. И по итогам сегодняшних парламентских слушаний мы подготовим проект рекомендаций, куда войдут предложения нашей рабочей группы и представителей органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Вячеслав Степанович сказал о том, что представители большинства субъектов Российской Федерации принимают участие в режиме ВКС в сегодняшних слушаниях. Проект рекомендаций будет направлен во все заинтересованные структуры, в том числе в Правительство Российской Федерации, профильные министерства и ведомства.

Также у нас есть повестка, она сегодня достаточно насыщенная. Но нам хотелось бы, чтобы мы провели слушания в пределах двух часов, потому что здесь будет уже следующее мероприятие. Ну и в части выступлений я предлагаю придерживаться регламента в пять минут, чтобы мы уложились в обозначенное время.

Если других предложений нет, то слово хотел бы предоставить постоянному участнику наших совещаний и "круглых столов" — начальнику Управления федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей Роспотребнадзора Олегу Владимировичу Прусакову.

Олег Владимирович, Вам слово. Вы у нас сегодня первым выступаете.

**О.В. ПРУСАКОВ**

Спасибо большое.

Уважаемый Вячеслав Степанович, уважаемый Виктор Викторович! Большое спасибо вашему комитету за то, что в очередной раз обращаетесь к тематике и проблематике, связанным с защитой прав потребителей. Да еще и в день рождения руководителя комитета — это, наверное, особенно символично. Поэтому большое вам спасибо.

И наилучшие пожелания в связи с этой знаменательной датой!

В последнее время мы часто встречаемся на площадке комитета, и я всегда говорю о том, что, да, в нынешнее непростое время ожидания потребителей, которыми они всегда жили... Они привыкли к тому, что обращались в контролирующие органы и контролирующие органы по их обращениям принимали достаточно оперативно соответствующие меры. А сегодняшние реалии таковы, что, к сожалению, мы констатируем, большинство обращений граждан, которые к нам поступают, свидетельствуют о том, что они не удовлетворены теми возможностями, которые есть сегодня у Роспотребнадзора, как у профильного органа, который уполномочен на осуществление федерального государственного контроля (надзора) в области защиты прав потребителей, в силу всем известных обстоятельств и того действующего нормативно-правового регулирования, которое сегодня имеет место.

Несколько цифр приведу (они всегда вызывают определенный интерес). По данным за девять месяцев 2023 года, мы не видим какого-то существенного роста числа обращений граждан, и это хорошо. Но, с другой стороны, это, наверное, не должно нас всех убаюкивать и расхолаживать: мы все-таки видим и структуру обращений, и общий настрой этих обращений. И общее количество, которое сегодня имеет место, — это почти 300 тысяч обращений. Мы ожидаем, до конца года их будет 400 тысяч (то есть это примерно уровень прошлого года, плюс-минус). Это все-таки все еще много. Все еще много обращений, жалоб граждан, которые не всегда находят должного отклика со стороны надзорного органа в силу опять же сегодняшних реалий, обусловленных особенностями правового регулирования в области государственного контроля (надзора).

Мы приоритетно в этой связи принимаем меры, связанные с профилактикой, с проведением контрольных (надзорных) мероприятий без взаимодействия с контролируемыми лицами. И здесь тоже я могу несколькими цифрами поделиться с вами. Если за весь прошлый год мы провели порядка 20 тысяч контрольных (надзорных) мероприятий без взаимодействия применительно к нашему виду надзора (соотношение было где-то 55 на 45 процентов в пользу выездных обследований, их было чуть больше), то в этом году мы провели уже более 55,5 тысячи контрольных (надзорных) мероприятий без взаимодействия.

И здесь что характерно? Во-первых, безусловно, общий приоритет, в целом: когда мы говорим о структуре соответствующих контрольных (надзорных) мероприятий, на долю этих контрольных мероприятий без взаимодействия приходится 98,9 процента. То есть соотношение с контрольными мероприятиями с взаимодействием (а это те мероприятия, по результатам которых мы сегодня вправе в том числе рассмотреть вопрос о возбуждении дела и привлечении виновных лиц к административной ответственности), конечно, достаточно специфичное: всего порядка 580 контрольных (надзорных) мероприятий с взаимодействием нами было проведено за девять месяцев, и то в основном это очень узкий сегмент потребительского рынка — контроль за продукцией, да еще и в связи с поручениями Правительства Российской Федерации и так далее. Поэтому здесь тоже нужно, собственно говоря, понимать, что мы имеем в итоге, говоря о защите прав потребителей в широком смысле этого слова через призму тех административных полномочий, которые сегодня реализуются в условиях действующего правового регулирования.

В этой связи, по нашему мнению, заслуживает внимания следующий факт. В целом, если мы говорим о доле мероприятий с



выявленными нарушениями, то есть, условно, эффективных мероприятий, доля этой эффективности составляет 66,4 процента. Но при этом это практически тот уровень (та доля), который в основном формируется за счет контрольных (надзорных) мероприятий без взаимодействия, в то время как те всего лишь 580 контрольных (надзорных) мероприятий с взаимодействием... Их эффективность намного выше, потому что более 80 процентов этих мероприятий сопряжены с выявлением нарушений обязательных требований.

Соответственно, если продолжить тему, связанную с профилактикой, то я могу сказать, что за девять месяцев этого года было объявлено 64,5 тысячи предостережений. Много это или мало? Опять же все относительно, но это та форма реагирования, которую сегодня мы используем и активно культивируем.

Другое дело – что, к сожалению, эффективность объявленных предостережений (это факт) оставляет желать лучшего, в силу того что обязанности ни в части предъявления информации о принятых мерах по этим предостережениям, ни хотя бы в части принятия мер по данному виду реагирования сегодня действующее законодательство не содержит.

В результате, конечно, применительно к нашей компетенции не приходится сегодня говорить об эффективной правоприменительной практике, связанной с применением мер, которые установлены Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях. И это несмотря на то, что за нашей службой более 100 таких составов закреплено кодексом.

В этой связи, наверное, можно задать резонный вопрос: а как же мы обеспечиваем защиту прав потребителей в этих непростых условиях? Мы ее стараемся обеспечивать, и акцент сегодня мы

делаем на судебной защите потребителей, каким бы странным это ни показалось. Учитывая, что у Роспотребнадзора есть весь спектр возможностей участия в судебной защите, все те функции и возможности, которые диктует нам гражданское процессуальное законодательство, мы активно используем и применяем.

В этой связи за девять месяцев нашими территориальными органами в судах уже было выдано более 11 тысяч заключений по делам о защите прав потребителей. 11 тысяч заключений – это та планка, которой мы достигали в последнее время максимум за год. То есть за девять месяцев мы уже этот максимальный показатель за все годы участия в судебной защите, что называется, перешли.

Плюс к этому высокий показатель по предъявлению исков в защиту конкретных потребителей. Есть практика предъявления исков в защиту группы потребителей (не так много, тут, безусловно, есть свои особенности, сложности, но мы это тоже используем), в защиту неопределенного круга потребителей.

Но опять же, наверное, можно говорить о том, что, к сожалению, что бы мы ни делали, как бы мы ни просвещали потребителей и как бы, кстати, в этой связи активно ни работал Верховный Суд, который, выпустив 18 октября соответствующий обзор судебной практики по целому ряду сюжетов, еще раз (а где-то впервые) подтвердил подходы, которые в некоторых случаях даже являются серьезным шагом вперед, по спорным обстоятельствам, когда еще не была сформирована должная правоприменительная практика на уровне органов судебной власти...

Все это говорит о том (и мы объясняем это гражданам), что не нужно бояться идти в суд, потому что в целом и общем правоприменительная практика в пользу потребителя сегодня на

достаточно высоком уровне – более 80 процентов. А по делам, где участвует Роспотребнадзор, – выше 90 процентов.

Гражданам возмещаются серьезные суммы. По делам, по которым мы давали заключения, свыше 4 млрд рублей гражданам было присуждено. Не буду сейчас говорить о реально полученных суммах, это отдельная история, связанная уже с исполнением соответствующих судебных решений, тем не менее эффективная судебная практика сегодня, безусловно, имеет место.

В этой связи, если мы говорим о проблематике (очень коротко остановлюсь, учитывая лимит времени), каждое третье обращение сегодня в области торговли касается сферы дистанционных продаж, правоотношений с участием агрегаторов, цифровой торговли. И это, наверное, объективно, потому что мы все говорим о том, что этот сегмент рынка достаточно активно развивается, соответственно, к сожалению, здесь наши потребители сталкиваются с все бóльшим числом нарушений.

Часть этих нарушений удается преодолевать посредством принятия мер реагирования, которые у нас сегодня предусмотрены. А их арсенал, повторю, незначительный – это контрольные мероприятия без взаимодействия и объявление предостережений. Тем не менее мы говорим, что бизнес в целом старается все-таки нас слышать и свои недобросовестные практики переводить в формат добросовестных, особенно там, где это является очевидным. Нам удается это доказывать. И мы активно взаимодействуем с субъектами этого рынка и соответствующими профильными ассоциациями – отработываем подходы, связанные с клиентоцентричностью, теми жизненными ситуациями, с которыми потребители сталкиваются наиболее часто, для того чтобы культивировать (вполне можно) такой алгоритм, как добросовестные практики, которые

минимизируют контакты контролируемых лиц с проверяющими. Они сегодня вполне востребованы и могут иметь место.

Мы стараемся развивать процедуру самообследования. Мы — один из немногих органов, который изначально пошел по пути того, что сделал для себя эту форму профилактики обязательной, включив ее в наш вид надзора. Мы разместили на сайте, реализовали ресурс, пока, может быть, не в полной мере, как нам хотелось бы, с точки зрения возможности прохождения контролируемыми лицами соответствующего тестирования. И этот незначительный опыт показывает, что лишь в 20 процентах случаев контролируемые лица могут ответить на те, по нашему мнению, достаточно общие вопросы по нормам закона о защите прав потребителей, которые мы включили в тестирование, — применительно к индивидуальным предпринимателям и юридическим лицам. О чем это говорит? Не буду делать категоричный вывод о том, что уровень информированности об обязательных требованиях, о правах потребителей у бизнеса не слишком высокий, но тем не менее те, кто проходят это самообследование на нашем ресурсе, не показывают какого-то серьезного, продвинутого понимания того, что именно нужно соблюдать на потребительском рынке применительно к отношениям с участием потребителей. И это мы еще не дошли до разработки тестов по отдельным секторам потребительского рынка, хотя у нас в планах стоит задача — безусловно, все наши 5,5 тысячи обязательных требований так или иначе перевести в разряд самообследования. Тут есть свои определенные организационные сложности. Я думаю, что мы с ними рано или поздно справимся, тем более что есть запрос от бизнеса на прохождение такого самообследования — уже, как мы его называем, квалифицированного,

с выходом на декларации. И надеемся, что мы все-таки такую практику получим.

Сейчас мы решаем новые технические проблемы, связанные с переходом на новые платформы "ГосТех". Я думаю, что мы все эти вопросы решим и получим возможность проведения самообследования на качественно новом уровне. Посмотрим, что из этого в итоге получится.

Хочется надеяться, что все эти нормы о профилактике, об этих формах, все-таки сыграют свою положительную роль и мы получим более высокий уровень осведомленности хозяйствующих субъектов о правах потребителей, что приведет, безусловно, в конечном итоге, как мы надеемся, к минимизации соответствующих рисков у потребителей столкнуться с недобросовестными практиками.

Поэтому соответствующая работа продолжается, в том числе совместно с коллегами из Минэкономразвития. У нас еще есть тут нерешенные вопросы, связанные с тем, как мы понимаем подходы, связанные с формированием индикаторов риска. Потому что сегодня (опять же можно по-разному к этому относиться), с одной стороны, мы, наверное, одни из лидеров по их количеству, но, с другой стороны, они сегодня у нас сегментированы очень узко – применительно к отдельным видам продукции и связаны в первую очередь с цифровой маркировкой. Хотя мы это тоже рассматриваем как элемент защиты прав потребителей, потому что все мы исходим из того, что в данном случае товары, которые оборачиваются на нашем рынке, должны соответствовать обязательным требованиям, в том числе и в части маркировки, которая, безусловно, в той или иной степени также влияет на обеспечение соблюдения всех

обязательных требований, не только связанных с маркировкой, но и требований технических регламентов и так далее.

Мы в этом направлении активно работаем. Я думаю, что мы тему, связанную с индикаторами риска, тоже должным образом проработаем, потому что тут тоже есть неохваченные моменты. Мы бы хотели, чтобы, если не удастся все-таки решить вопрос... Сегодня есть общественный запрос, например, на особый подход к обеспечению защиты прав социально уязвимых категорий граждан.

Вот сегодня моя коллега принимала участие (и еще принимает участие) в съезде Всероссийского общества инвалидов. Она мне отписалась предварительно, что есть очень большой запрос и вопросы в части того, что эта категория социально уязвимых граждан у нас сегодня никак не выделена, как ни странно, когда мы говорим об особенностях организации контроля и надзора и защиты их прав в административном порядке. А между тем они сталкиваются с проблемами. В свое время мы решили этот вопрос, когда разрабатывались нормативные правовые акты, связанные с особенностями правового регулирования в период пандемии, применительно к авиаперевозкам и так далее. Они определенные дополнительные преференции получили. Очень надеюсь, что они будут услышаны.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Олег Владимирович, я напоминаю про регламент.

**О.В. ПРУСАКОВ**

Я заканчиваю.

Поэтому мы с удовольствием и надеждой смотрим на сегодняшнее обсуждение, на то, что будут выработаны рекомендации, которые в том числе послужат тому, чтобы уровень правовой защищенности потребителей у нас еще немножко поднялся. Спасибо.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Олег Владимирович, большое спасибо.

Вячеслав Степанович, Вы хотели...

**В.С. ТИМЧЕНКО**

Да.

Уважаемые коллеги, я хотел бы немножко дополнить Олега Владимировича. Мы с Минэкономразвития, прежде всего с Александром Викторовичем Вдовиным, анализируем сегодня деятельность надзорных органов с точки зрения проведения наблюдений в различных формах – не только надзора, не только контроля, но и профилактики. Так вот, Роспотребнадзор входит (Александр Викторович, если я ошибусь – поправьте) в тройку. И при этом, если брать по оценкам общественных организаций в сфере поддержки развития бизнеса (и ТПП, и РСПП), наименьшее количество претензий – как раз к деятельности Роспотребнадзора.

Те, кто давно работает вместе с нами, те, кто давно принимает участие в парламентских слушаниях, в заседаниях рабочей группы, видят (я думаю, выражу общее мнение), что и тональность, и отношение Роспотребнадзора к запросам бизнеса и вопросам защиты прав потребителей существенно изменились.

На недавнем "правительственном часе" выступала Анна Юрьевна Попова, и она четко показала, что такое Роспотребнадзор и как он обеспечивает санитарный "зонтик" для безопасности нашей страны. В условиях сегодняшних непростых (будем прямо говорить: почти военных) действий (а война может проводиться разными способами) это одна из гарантий того, что мы в какой-то степени защищены.

Поэтому, пользуясь возможностью (я, к сожалению, буду присутствовать на парламентских слушаниях не до конца), хочу

поблагодарить, Олег Владимирович, Вас и в Вашем лице Роспотребнадзор (и передайте слова благодарности Анне Юрьевне) за то, что мы работаем в тандеме, мы работаем с полным взаимопониманием и что сегодняшнее выступление кардинально отличается (не обижайтесь) от тех выступлений, которые были три или четыре года назад. Ну, согласитесь, там был несколько другой подход – несколько более воинственный. Сегодня вы на правильном пути – вы ищете компромиссы, вы не даете слабину, но при этом понимаете, как нужно дальше развиваться экономике и бизнесу. За это огромное спасибо Роспотребнадзору.

Пожалуйста.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Олег Владимирович, я Вас еще раз хотел бы поблагодарить за глубину погружения, на самом деле понимание тех процессов, которые на сегодняшний день у нас протекают, в том числе в свете и специальной военной операции, в свете санкций, которые на нас наложены. Поэтому еще раз большое спасибо за Ваше участие и за Ваш доклад.

Я бы хотел сейчас слово предоставить уважаемому Вдовину Александру Викторовичу, директору Департамента государственной политики в сфере лицензирования, контрольно-надзорной деятельности, аккредитации и саморегулирования Министерства экономического развития Российской Федерации, участнику практически всех "круглых столов" и заседаний.

Александр Викторович, Вам слово.

**А.В. ВДОВИН**

Виктор Викторович, спасибо большое.



Добрый день, уважаемые коллеги! Действительно, у нас на этой неделе очень плотная, разноплановая повестка. Сегодня очень важный блок вопросов – защита прав потребителей.

Я бы здесь хотел сказать об очень важной вещи, которую мы анонсировали на наших прошлых мероприятиях и которая у нас была реализована, – о пакете изменений, внесенных в постановление, которым был введен мораторий на проведение контрольных мероприятий и которым были установлены особенности осуществления контроля за отдельными группами продукции.

Я бы чуть подробнее здесь как раз остановился на контроле в области защиты прав потребителей в части маркированной продукции. Это такая продукция, как табак, вейпы. Эти группы продукции всегда на особом контроле, в зоне особого внимания. Они, с одной стороны, имеют большое значение с точки зрения уплаты налогов, акцизов, с другой стороны – действительно это группы продукции, в отношении которых с точки зрения их обращения действуют особые правила.

Было принято решение, чтобы для табака был установлен отдельный порядок. Он заключается в следующем. Инспектор Роспотребнадзора уже в ближайшее время, когда ряд документов будет принят, сможет по итогам выездных обследований (то есть это перемещение по определенной территории, например по торговому центру) оценивать соблюдение требований в отношении табака, вейпов – например, с точки зрения того, не нарушены ли правила выкладки и используется ли маркировка "Честным знаком", для того чтобы все это отображалось в системе и соблюдались правила по маркировке продукции.

Могу сказать, что это непростой алгоритм. Мы его долго обсуждали и с коллегами из Генеральной прокуратуры, и с коллегами из Роспотребнадзора, из Минпромторга. Но в итоге, как нам кажется, та схема, которая получилась, будет позволять нам такой баланс соблюдать (это то, о чем Вячеслав Степанович говорил) – чтобы, с одной стороны, у нас нагрузка не повышалась, а с другой стороны, мы в отношении тех, кто правила нарушает, могли интеллектуально реагировать, то есть не так, как мы реагировали раньше, когда проводили 1,9 миллиона сплошных проверок и выявляемость нарушений у нас составляла 30 процентов.

Как Олег Владимирович сказал, благодаря последним достижениям, выявляемость уже примерно в два раза выше. Это значит, что и государство экономит силы и правильно распределяет свои ресурсы, ориентируясь на риск-ориентированный подход, и бизнес здесь тоже в выигрыше – он понимает, что есть определенные правила игры и если он их соблюдает, то в отношении него контрольных мероприятий проводиться не будет.

Нам кажется, что по итогам анализа вот этих групп продукции мы сможем обсуждать принятие каких-то следующих решений. Пока мы договорились, что продукция будет ограничена табаком. У нас в настоящее время с коллегами из Роспотребнадзора подготовлены уже необходимые подзаконные акты, мы их сейчас вместе рассматриваем. Мы рассчитываем, что как раз со следующего года у нас этот алгоритм заработает и мы уже увидим его первые результаты.

Также здесь не могу не сказать несколько слов об индикаторах риска. Действительно, у Роспотребнадзора сейчас (я соглашусь) по защите прав потребителей больше всего в количественном отношении индикаторов риска. Мы вместе с коллегами и с

Минпромторгом очень плотно работали, где-то спорили, очень жаркие дискуссии были — в итоге эти индикаторы риска появились. У нас сейчас в отношении каждой группы продукции, которая находится в маркировке, действуют такие индикаторы риска в области защиты прав потребителей.

Почему мы все-таки говорим об индикаторах риска? Я еще раз напомним: это как раз следующий этап всей нашей реформы контроля (надзора) в преломлении как раз внеплановых мероприятий и перехода к риск-ориентированному подходу уже во внеплане. Здесь мы говорим не о техническом увеличении числа проверок по индикаторам риска, а о том, что если раньше мы реагировали на жалобы, когда нарушение уже произошло, то теперь наша логика в том, что мы реагируем до того, как нарушение произошло, когда у нас срабатывает индикатор риска. И мы видим уже по тем контрольным мероприятиям, которые коллеги проводили (их уже больше 130 проведено с октября) по индикаторам риска, что эффективность довольно высокая — больше 80 процентов. Мы считаем, что это очень хороший результат, это еще выше, чем те 60 процентов, о которых мы говорили. У нас в целом самая высокая эффективность, например, по плановым проверкам — в среднем 50 процентов (понятно, в рамках плановых проверок всю деятельность проверяют), а по индикаторам риска сейчас средняя эффективность в целом — 80–90 процентов при условии, что мы выходим с проверкой только в отношении определенного, точечного вопроса, а не проверяем деятельность всей компании.

Поэтому нам кажется, что индикаторы риска — это будущее. Мы с коллегами сейчас вместе думаем над тем, какие индикаторы риска и в других их видах надзора придумать — и в санитарно-эпидемиологическом, и в лицензионном видах контроля (надзора).

И по защите прав потребителей у нас есть ряд идей. И, нам кажется, что, если мы вместе их докрутим, нам как раз удастся прийти к правильной, сбалансированной системе, о чем Вячеслав Степанович говорил, и получить действительно очень хороший результат.

И, завершая выступление, я хочу сказать о следующем. Я выезжал в Екатеринбург, мы там встречались с представителями регионального бизнеса, школ. Я хочу здесь привести просто пример оценки того (я обычно в жарких дискуссиях с Роспотребнадзором), как сработал один из пакетов мер, которые мы вместе обсуждали по итогам в том числе выездов и заседаний постоянной комиссии, которые проходили и в этом году, обсуждали со школами, — обязательные профилактические визиты. Там директора школ нам сказали, что раньше к ним инспектор Роспотребнадзора приходил с грустным лицом, а теперь приходит с улыбкой и отвечает на все вопросы. Мне кажется, это лучшая оценка того, как у нас происходят здесь изменения и трансформация вообще деятельности Роспотребнадзора. За это хотел бы отдельно коллегам сказать спасибо.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Александр Викторович, большое спасибо. Сегодня Вы затронули тему как раз соблюдения баланса интересов между производителями, контрольно-надзорными органами и потребителями — это то, что стоит во главе угла. Поэтому здесь нашим контрольно-надзорным органам нельзя проявлять избыточную активность, но в то же время и нельзя потерять, что называется, идею защиты прав потребителей. Большое спасибо Вам.

Продолжаем наши слушания. Я бы хотел предоставить слово Алексею Сергеевичу Преображенскому, заместителю руководителя администрации губернатора Ульяновской области — начальнику

государственно-правового управления (он с нами в режиме ВКС). Тема выступления Алексея Сергеевича – "Особенности защиты прав потребителей в рамках бесплатной юридической помощи на территории Ульяновской области".

Пожалуйста, Алексей Сергеевич, Вам слово.

### **А.С. ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ**

Добрый день! Постараюсь в течение пяти минут представить, чтобы не повторяться, взгляд на защиту прав потребителей из региона.

Мы в Ульяновской области системно подходим к вопросу защиты прав потребителей. Все основополагающие документы мы приняли еще в 2019 году, когда начали очень детально заниматься этим. У нас вышла и стратегия в сфере защиты прав потребителей до 2030 года. Мы проводим ежегодно конкурсы в сфере защиты прав потребителей и на муниципальном уровне, и среди общественных организаций. Принята программа по защите прав потребителей, которая предусматривает в том числе и финансирование из областного бюджета. Ряд наших муниципалитетов тоже обеспечивали финансирование муниципальных программ по защите прав потребителей.

Также мы проводим и рейтингование среди муниципальных образований (по примеру федерального, результаты которого недавно были), то есть мы еще внутри региона смотрим, как тот или иной муниципалитет сработал.

Я бы хотел рассказать о нашей "фишке" – что мы работу проводим именно по юридической защите, по бесплатной юридической помощи в сфере защиты прав потребителей. У нас развита система бесплатной государственной юридической помощи в соответствии с федеральным законом и с законом Ульяновской

области, создано государственное юридическое бюро в форме учреждения – ему уже 17 лет (оно еще у нас в 2006 году было создано). Во всех муниципальных образованиях у нас действуют юристы. И вот мы в 2019 году приняли закон в части именно защиты прав потребителей, и теперь всем льготным категориям, которые предусмотрены в нашем областном законе (а это, к примеру, все пенсионеры, инвалиды... достаточно много категорий, все перечислять не буду), оказывается бесплатная юридическая помощь по защите прав потребителей. Это, естественно, не только устное консультирование, здесь и подготовка всех необходимых документов, вплоть до представления интересов в судах.

Хочу сказать, что именно такие дела представляют очень большой интерес и для населения, и для средств массовой информации, потому что, конечно, с защитой прав потребителей мы сталкиваемся каждый день, особенно (правильно вы сказали) при покупке товаров в интернете, ну и в обычных магазинах, и оказании услуг очень часто. Отдельно это, конечно, и финансовые услуги, и вопросы кредитования, безусловно.

Я бы, конечно, отметил, что у нас постоянно растет именно количество случаев оказания такой помощи уже в соответствии с законодательством, по которому идет работа, и заключаются соглашения. Так, например, у нас в 2020 году, когда мы только начинали работать, обращений по защите прав потребителей было чуть меньше 1 тысячи, в 2021 году – уже 1979, в 2022 году – 2411, и уже за десять месяцев этого года перевалило за 2 тысячи. Я хотел бы еще раз сказать: это не устные консультации, это полноценное предоставление юридической помощи, в том числе и представление интересов в судебных органах по административным делам. Это, конечно, очень большой популярностью пользуется.

Мы создали специальный портал "Претензия24", где каждый может и в электронном виде обратиться за помощью и можно в режиме онлайн составить необходимые документы. Также у нас есть специальный автомобиль, который мы получили от Минюста России, на котором два раза в месяц выезжаем в наши отдаленные муниципальные образования. И, действительно, одно из ключевых направлений — это именно защита прав потребителей. Мы сталкиваемся с огромным количеством проблем, связанных и с работой так называемых лжеюристов. Фактически это случаи, которые часто не подпадают под закон о защите прав потребителей, но тем не менее мы нарабатываем огромную практику.

Я хочу отметить, что суды сейчас действительно удовлетворяют многие иски на достаточно большие суммы. Особенно я бы хотел отметить, что моральный ущерб сейчас начал взыскиваться в достаточно больших размерах — и 250 тысяч, и 300 (вот наши последние дела). Это не может не радовать.

Наверное, всё. Готов ответить на вопросы, если они есть, чтобы не отнимать больше время.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Большое спасибо, Алексей Сергеевич.

Как раз сегодня первым от регионов выступал у нас представитель Ульяновской области. Я хотел бы обратить внимание всех присутствующих на то, что те практики, которые на сегодняшний день нарабатываются в регионах, должны у нас отражаться в виде предложений в последующей работе, в том числе как, наверное, сигналы для нашей законотворческой деятельности.

Поэтому еще раз, Алексей Сергеевич, большое Вам спасибо за участие сегодня.

Как раз то, о чем Вы сказали – о бесплатной юридической помощи при решении вопросов, касающихся защиты прав потребителей, – сегодня очень актуальный вопрос, потому что люди не всегда в силах нанять себе правильного, квалифицированного юриста для защиты, в чем они нуждаются.

**А.С. ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ**

Конечно, безусловно.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Большое спасибо.

**А.С. ПРЕОБРАЖЕНСКИЙ**

Виктор Викторович, мы вам тогда более детальную информацию представим, чтобы вы посмотрели, и предложения тоже дадим именно по развитию этого направления. Спасибо.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Да, чтобы мы могли все это отразить. Еще раз большое спасибо.

И у нас на повестке следующий вопрос. Слово хотелось бы предоставить Зайнулину Валерию Габдуловичу, председателю регионального отделения Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей "Объединение потребителей России". Тема – "Взаимодействие потребителей и производителей как основа повышения качества продукции".

Валерий Габдулович, Вам слово.

**В.Г. ЗАЙНУЛИН**

Прежде всего, я хотел бы отметить, что мое выступление коррелируется с выступлениями двух первых спикеров.

В 2021–2022 годах КРО "Объединение потребителей России" в Республике Коми по гранту главы республики для СОНКО был выполнен проект по контролю качества пищевой продукции



местных производителей. Реализация проекта позволила, по нашему мнению, по-иному посмотреть на вопросы защиты прав потребителей и пути их решения.

Нормативным документом ИСО 26000-2012 "Руководство по социальной ответственности" проблемы потребительских отношений выделены в одну из семи тем социальной ответственности. В документе в широком смысле социальная ответственность понимается как взаимная ответственность заинтересованных сторон, основанная на прозрачности и этическом поведении. При этом взаимодействие заинтересованных сторон понимается как добросовестные, непредвзятые, основанные на фактах отношения. Также нужно помнить, что социальная ответственность является необходимым условием для категории устойчивого развития.

Также на важность взаимодействия заинтересованных сторон указывает другой нормативный документ – ИСО 22000-2019 "Системы менеджмента безопасности пищевой продукции", которым прямо утверждается, что без взаимодействия поставщика, производителя и потребителя невозможно в полной мере осуществлять контроль за качеством продукции.

Итак, ИСО 26000-2012 выделяет семь проблем, связанных с потребителями, которые я хотел бы перечислить. Первая – добросовестные практики маркетинга, заключения договоров, беспристрастная подача информации, основанной на фактах. Вторая – защита здоровья и безопасность потребителей. Третья – устойчивое потребление. Четвертое – обслуживание и поддержка потребителей, разрешение претензий и споров. Далее – защита данных и обеспечение конфиденциальности потребителей. Далее – доступ к услугам первой необходимости. И последнее – образование и осведомленность.

В основу реализованного нами проекта мы заложили три основных принципа — это качество продукции как цель, взаимодействие потребителей и производителей как механизм достижения цели и конкуренция или соревнование производителей как необходимое условие достижения цели.

Методы, которые мы использовали при исполнении проекта: первый — это опросы; второй — лабораторные и дегустационные измерения, и третий — интернет-сайт проекта.

Предметом проекта было выявление информированности потребителя в части потребительских отношений в широком смысле. По этой тематике были проведены опросы потребителей городов Сыктывкара и Санкт-Петербурга, для того чтобы можно было провести сравнительный анализ и для верификации данных, которые мы получили в Сыктывкаре.

Другим блоком исследования было выявление предпочтений потребителей города Сыктывкара относительно молока, сливочного масла, яиц местных производителей.

Теперь я хочу ознакомить вас с основными результатами, которые могут показать, что мы подразумеваем под этой теоретической частью. И, может быть, конкретные цифры будут интересны для слушателей.

Показано, что значительная доля потребителей не уверены в безопасности продукции. По Сыктывкару только 40 процентов считают, что пищевая продукция, приобретаемая в магазине, безопасна, по Петербургу — 46 процентов. При этом оценка степени безопасности продукции по пятибалльной системе составляет 3,6.

По второму показателю — устойчивому потреблению — показано, что 35 процентов потребителей города Сыктывкара оставляют пищу недоеденной, в Петербурге — 39 процентов. То есть

по двум показателям – безопасности и устойчивому потреблению – по Сыктывкару и Петербургу цифры близки. Сравнение же других показателей скорее свидетельствует о предпочтительности потребителей Петербурга по критериям социальной ответственности.

Также представляются интересными следующие результаты, которые выявил наш опрос. Более 80 процентов потребителей города Сыктывкара предпочитают местную пищевую продукцию, по Петербургу – менее 45 процентов. Это вполне соответствует тем измерениям, которые мы нашли в Интернете, которые в 2018 году были проведены в "Сколково".

Второе – цена не является главным фактором при выборе продукции, на первом месте сроки хранения.

И по второму блоку исследования я бы хотел отметить такой результат, который демонстрирует, по нашему мнению, практическое значение нашего подхода. В результате опросов было выявлено, что потребители Сыктывкара (всего участвовали 678 респондентов) предпочитают молоко ООО "Пригородный" в сравнении с АО "Сыктывкарский молочный завод" (соответственно 33 и 25 процентов – разница восемь пунктов). Были проведены дегустационные измерения, которые показали, что это различие, скорее всего, связано с информационным негативным фоном в отношении продукции АО "Сыктывкарский молочный завод". Этот вывод, а также другие результаты проекта были представлены руководству завода и были ими учтены при проводимом ребрендинге продукции, в частности при проектировании новой упаковки. Здесь ими был сделан акцент на цифре жирности продукции, которую мы изучали, и это оказалось одним из значимых критериев.

Ознакомиться с результатами проекта можно на сайте ЕГИСУ НИОКТР, где они были размещены. По результатам также

опубликованы две научных статьи. И результаты представлены в виде монографии.

И, резюмируя, хочу отметить, что проект достаточно сложный. Но наша команда значительно увеличилась и сейчас составляет семь человек. Отмечу, что этот наш подход продуцирует методы количественной оценки процессов в сфере потребительских отношений и, как представляется, способствует процессам повышения качества пищевой продукции. Спасибо за внимание.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Большое спасибо, Валерий Габдулович.

Это, наверное, тема все-таки пищевых продуктов, можно отнести ее даже к тому, что вопрос спорный – может ли эта сфера подпасть под контрольно-надзорные функции, потому что это вопрос здоровья, прежде всего здоровья наших граждан.

Поэтому, вспоминая свою работу в регионе, я хотел бы сказать, что всегда региональные власти попытаются продвинуть на рынки продукцию местных производителей, потому что она более качественная, более знакомая, наверное, даже в плане органолептических потребностей людей она лучше воспринимается. Поэтому тема очень хорошая. Ну а уж про экологичность наших продуктов питания говорить вообще не приходится, потому что все-таки это наиболее чистые продукты: у нас и природа чистая, и тому подобные вещи.

Поэтому большое спасибо за Ваше выступление.

Слово я хотел бы предоставить Павлову Олегу Владимировичу, председателю общественной организации "Общественная потребительская инициатива", заместителю председателя Общественного совета при Роспотребнадзоре, кандидату юридических наук, ну и тоже постоянному участнику всех наших

мероприятий, к тому же человеку, близкому по духу к тем веяниям и поводам, по которым мы собираемся, — прежде всего это защита прав потребителей.

Вам слово, Олег Владимирович.

**О.В. ПАВЛОВ**

Спасибо большое.

Уважаемые Виктор Викторович, Вячеслав Степанович! Я свое выступление хочу начать с благодарности в ваш адрес, поскольку вы огромное внимание уделяете проблемам защиты прав потребителей, и, самое главное, не просто уделяете внимание, но и фактически формируете ту экспертную площадку, которая сейчас становится одной из ведущих как с точки зрения экспертного состава, так и с точки зрения возможности корректировать, менять, вырабатывать какие-то предложения, то есть, по сути, улучшать жизнь наших потребителей.

У меня есть презентация. Я постараюсь кратко рассказать о той ситуации, которая складывается на потребительском рынке, и о том, как ее можно корректировать с точки зрения защищенности прав потребителей не в ущерб экономическому развитию и не в ущерб добросовестному бизнесу.

У нас, безусловно, не вызывает никаких вопросов правильность введенного в прошлом году моратория на проверки как экстренной меры поддержки бизнеса. Однако мы вместе с тем также убеждены, что мораторий на проверки не должен означать моратория на наказание за недобросовестное, неправомерное поведение, потому что в ином случае, если мы видим, что к ответственности не привлекается нарушитель, раз за разом получая не меру какого-то административного принуждения или административного воздействия, а просто условное порицание, то

фактически у предпринимателей пропадает стимул к добросовестному поведению. И в конечном итоге это приводит к росту числа нарушений, инцидентов, а также к снижению качества товаров и услуг на потребительском рынке.

Мы в нашей общественной организации используем различные информационные системы для сбора аналитики по нарушениям, по инцидентам. Мы делали сравнение по отраслевым нарушениям: девять месяцев 2022 года к девяти месяцам 2023 года. И вот некоторые цифры.

Итак, по мясной продукции рост числа нарушений или признаков нарушений, за которые были выданы предостережения, превысил 200 процентов, по рыбной продукции – 300 процентов. О чем здесь идет речь? Это различные виды фальсификации. Фальсификация – это, как мы с вами знаем, либо незаявленные компоненты в составе, либо отсутствие заявленных, либо различные манипуляции с составом, ну и так далее, различные микробиологические нарушения с точки зрения безопасности, нарушения технологического процесса, когда в продукции обнаруживаются различные посторонние вещества и предметы, недостоверная или неполная информация о товарах, а также, что немаловажно не только для потребителей, но и для государства, это неучтенные объемы выпуска, когда на рынок выпускается партия, с которой государство не получает причитающихся налогов, сборов и так далее.

Похожие тенденции у нас и в сфере овощной консервации, соков и нектаров – везде там порядка 200–250 процентов. И, собственно, характеристика нарушений та же самая. То есть в отсутствие стимула к добросовестному поведению производители и вообще бизнес в целом начинают ориентироваться не на

добросовестные практики, а на недобросовестные, потому что очевидно, что фальсификация позволяет любому бизнесу повысить норму прибыли (удешевление компонентов, подмена сырья, экономия на каких-то еще производственных моментах). И для бизнеса это норма, и задача государства как раз в том и состоит, чтобы стимулировать его не допускать это.

Да, у нас по-прежнему встречаются и случаи изъятия из оборота продукции, но их чудовищно мало. То есть все то, за что раньше однозначно был штраф в несколько сотен тысяч рублей, изъятие продукции из оборота, приостановление деятельности, сейчас заканчивается предостережением, все точно такие же нарушения. Ну и отсюда те цифры, которые мы видим.

Вот, например, количество предостережений, объявленных Роспотребнадзором и Россельхознадзором в связи с обнаружением признаков фальсификации пищевых продуктов. Красным обозначена динамика по текущему году (по кварталам), синим – сопоставление с данными по прошлому году. То есть мы видим, насколько этот маховик раскручивается как с точки зрения годовой динамики, так и с точки зрения год к году мы тоже видим существенное (в некоторых случаях в разы) превышение показателей, что также является симптомом того, что ситуация в данной части, в части пищевых продуктов, далека от нормализации.

Есть и сферы, смежные с производством пищевых продуктов, – это общепит и розничная торговля, и там тоже динамика нарушений достаточно удручающая. У всех нас на слуху пищевые отравления, и, когда контрольные органы в том числе по нашим инициативам или по собственным инициативам начинают выходить на проверки, они обнаруживают существенные нарушения, касающиеся ненадлежащего качества продукции, нарушения

санитарных норм, несоблюдения технологий пищевых производств, неаттестованного персонала без медицинских книжек.

Более того, буквально недавно обсуждали: на Северо-Востоке Москвы обнаружили кафе, которое производило всем известную шаурму, в котором 50 человек отравились. Роспотребнадзор (у них есть возможность проводить какие-то экстренные мероприятия) вышел с привлечением других правоохранительных органов, и выяснилось, что на этом предприятии была неучтенная продукция. Более того, когда раскрутили всю цепочку, оказалось, что до 14 тонн куриного сырья, курицы, зараженной сальмонеллой, ожидало на складе, чтобы также прийти в различные точки. И если бы не своевременная реакция, то, конечно, было бы сложно прогнозировать те последствия, которые могли бы быть.

Но тем не менее мы видим другие случаи нарушений, в том числе в социальных учреждениях. В ритейле это традиционная история, связанная с просроченной продукцией, с ценниками, с условиями хранения и реализацией.

Собственно, это только верхнеуровневая аналитика, касающаяся сообщений в СМИ и на официальных ресурсах о количестве случаев жертв наиболее массовых отравлений. Здесь мы тоже видим динамику по кварталам текущего года как по числу самих этих инцидентов, так и по числу пострадавших. Она тоже, к сожалению, заслуживает очень серьезного внимания и переосмысления.

Есть проблемы и с медицинскими услугами – это сокрытие информации о бесплатных медицинских услугах, это неисполнение требований, которые к ним установлены, и включение в договор незаконных условий.



К чему мы вообще транслируем все эти цифры? Это говорит о том, что и у нас, и у государства есть возможность собирать большие данные по инцидентам, по нарушениям — по всему и принимать решения на основании этих данных. Если мы, например, видим по жилищно-коммунальным услугам, что общеотраслевая динамика нарушений снижается, — значит, наверное, мораторий в меньшей степени здесь требует корректировки. Хотя стабильно остаются высокими цифры по жалобам на неудовлетворительное содержание, на наличие в домах крыс или насекомых и нарушение порядка расчета размера платы.

Почему важно смотреть не только на отраслевую статистику, но и на то, как внутри каждая компания ведет себя на рынке? Потому что мы можем на первый взгляд увидеть, что общеотраслевая статистика свидетельствует о росте нарушений, как, собственно, происходит с операторами сотовой связи, но если мы посмотрим на разбивку по компаниям, то увидим, что не все компании ведут себя недобросовестно. Значит, нужно обращать внимание на их экономическую модель, каким образом они в условиях моратория, в условиях санкций умудряются соблюдать законодательство, что их мотивирует к этому, чтобы именно эти практики масштабировать. При этом мы отметим, что если не поощрять добросовестное поведение, то, к сожалению, мне кажется, если в следующем году мы соберемся и будем анализировать эти цифры, таких случаев, когда кто-то у нас будет с зеленым показателем, будет все меньше. Сами нарушения тоже достаточно понятны — это подключение дополнительных услуг без согласия потребителей, это скрытое изменение тарифов, недостоверная информация при покупке и ненадлежащее качество.

О чем в данный момент, на наш взгляд, уместно говорить с учетом этих цифр и многих других? Потому что не только наша общественная организация, не только Общественный совет при Роспотребнадзоре, но и другие общественные советы (при Федеральной антимонопольной службе, при службе по труду и занятости, при трудовой инспекции) – все отмечают динамику ухудшения. То есть прежде всего мы должны в основу дальнейшей трансформации моратория поставить все те данные, которые мы сейчас собираем, как по отраслям, так и по отдельным компаниям. Мы должны смотреть на то, что характеризует в моменте конкретную отрасль, а также смотреть на то, что собой представляет индивидуальный профиль каждой компании с точки зрения соблюдения обязательных требований.

Причем здесь, когда мы будем проваливаться, нужно смотреть и по видам надзора. Например, компания, которая благополучно соблюдает права работников, компания, которая, например, не допускает нарушений в области персональных данных, при этом может допускать нарушения в области защиты прав потребителей. И поощрять ее в данном случае, наверное, стоит именно с точки зрения освобождения от тех видов контроля, по которым она добросовестна, и, напротив, применять к ней те виды контроля, где она, скажем так, получает очень много нареканий. Это должно нас стимулировать к поиску подходов к новым индикаторам риска, потому что тех, которые есть, явно недостаточно.

Ну и упрощение привлечения к ответственности. Сейчас очень много фактов на самом деле обнаруживается, в том числе государственными органами, надзорными органами (как мы говорили, это факты фальсификации), когда, например, факты фальсификации достоверно устанавливаются государственной

лабораторией или Роскачеством, а потом, как следствие, не применяются никакие санкции за это, притом что процедура была соблюдена, образцы нормально отобраны, исследованы, достоверность исследований никем не оспорена, однако санкции не могут быть применены.

На самом деле нам всем вместе необходимо выработать такой подход: когда факт нарушения достоверно установлен, причем я хочу обратить внимание: достоверно установлен без какого-то излишнего воздействия на бизнес, то есть без каких-то проверок, изъятий и прочего... То есть есть программа, например, лабораторного контроля, есть верные исследования Роскачества — бизнес не страдает с точки зрения административного давления, но при этом можно какие-то факты нарушений выявить. Так вот, когда в данных случаях эти факты нарушений устанавливаются, бизнес тоже должен привлекаться к ответственности. И тут у нас главная цель — не наказать бизнес, а предупредить его о том, что за это может быть ответственность, чтобы стимулировать его к добросовестному поведению. Потому что мы с вами много говорим об отмене проверок, о сокращении числа жилищных мероприятий, но мы сегодня ничего не слышали о мерах стимулирования бизнеса к добросовестному поведению. Это на самом деле ключевая история. Бизнес должен понимать, что для него значит добросовестное поведение (какие будут последствия), что значит недобросовестное. И тогда это, конечно, будет работать. И мораторий тогда будет работать. И добросовестные компании будут также находиться под мораторием, а недобросовестные будут стремиться под этот мораторий также подпасть. И это все вполне логично. Я уверен, что именно такой замысел был у инициаторов и у правительства, когда они это вводили.

Безусловно, большая роль должна отводиться саморегулированию, и добровольным отраслевым стандартам, независимым, повышенным по сравнению с обязательными требованиями, независимому контролю в рамках этого саморегулирования. Но сейчас само по себе саморегулирование не вызывает у бизнеса большого энтузиазма, потому что у него нет рисков, которые бы он мог с помощью саморегулирования снять. То есть только там, где оно обязательно, бизнес и саморегулируется. В остальных случаях он знает, что ему в самом страшном случае грозит только ни к чему не обязывающее предостережение.

Ну и трансформация законодательства. Мы с вами действительно все сходимся в мысли, что добросовестный бизнес должен подпадать под освобождение от различных мероприятий, от административной нагрузки. И при этом мы должны внедрять такие методы контроля и, самое главное, профилактики нарушений, которые не будут обременять бизнес.

Прекрасно зарекомендовала себя маркировка. В тех отраслях, где она вводится, у нас — снижение выпуска объемов нелегальной продукции, обеление рынка, появление новых игроков, рост качества, рост собираемости налогов. Очевидно, что это должно масштабироваться и функционал системы маркировки должен наращиваться. В частности, это история, связанная с тем, как просрочка может блокироваться на кассе. Это отлично, это правильно. Это нужно масштабировать на все категории скоропортящейся продукции.

Температура хранения — это одно из топовых нарушений как в общепите, так и в рознице. И здесь тоже есть уже решения, которые направлены на дистанционный термоконтроль, когда и надзорный орган, и администрация этого предприятия могут видеть,

что температура соблюдается, что нет провалов, что не будут размножаться болезнетворные, вредные бактерии. Все это крайне важно.

Ну, недостоверные ценники – это тоже своего рода бич. Во Франции после введения штрафа очень существенного (в несколько тысяч евро) за один неправильно оформленный ценник бизнес массово перешел на электронный формат таких ценников, которые синхронизированы с кассами, и там исключена ошибка, потому что всегда цена и на ценнике, и на кассе одна и та же. Это тоже техническое решение (и таких решений на самом деле в общем ряду может быть масса), которое по большому счету не увеличивает нагрузку на бизнес и при этом позволяет ему вести себя добросовестно, даже иногда помимо его воли. Ну, не может пробиться на кассе просрочка (и это прекрасно), как бы они ни хотели.

Что может выступать стимулом к добросовестному поведению? Публичное освещение недобросовестных практик. И здесь мы активно взаимодействуем со всеми надзорными органами, со средствами массовой информации, когда проводятся совместные рейды, различные мероприятия, они широко освещаются.

Меры поощрения добросовестных компаний. Мы об этом говорили. На наш взгляд, под мораторий должны подпадать только добросовестные компании, и это вполне логично и разумно.

Ну и неотвратимое наказание для злостных нарушителей как стимул к обелению и присоединению к числу добросовестных и честных.

Чем занимается наша организация? Почему мы имеем возможность собирать такую информацию? У нас есть активисты во всех регионах страны. У нас есть система анализа больших данных

по нарушениям (инцидентам) как с официальных сайтов государственных органов, так и из средств массовой информации. Мы собираем сведения по всем отраслям и всем компаниям.

И мы видим в использовании этих инструментов возможность повышения эффективности как контроля, так и регулирования.

Ну и в завершение хочется отметить роль общества, роль общественных организаций в целом в условиях моратория, потому что мы проводим совместные рейды. Мы выпустили реестр фальсифицированной продукции, нас поддержал здесь Минпромторг и активно помог донести эту информацию до регионов, до региональной системы госзакупок, чтобы фальсифицированные продукты не попадали в социальные учреждения – школы, детские сады, больницы. Рейтинги транспортных компаний являются неотъемлемой частью потребительского рынка. Они перевозят товары, оказывают услуги, однако при этом сам рынок очень серый, что как раз создает условия для серого импорта, для нелегального импорта, для контрабанды и контрафакта.

Индекс контрафакта в регионах очень хорошо себя зарекомендовал. Мы активно вошли во взаимодействие с региональными властями.

Ну и, собственно, те инструменты, которые дает та же маркировка с точки зрения приложения "Честный знак", с точки зрения вовлечения граждан в механизмы контроля – мы во всем этом видим возможность правильной трансформации моратория, правильного подхода к индикаторам риска и к тому, чтобы акцент на профилактику стал не просто декларируемым, но и практически применимым, чтобы профилактика приносила результаты с точки зрения повышения качества продукции, обеления рынка и защиты прав потребителей. Спасибо большое, уважаемые коллеги.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Олег Владимирович, большое спасибо за столь подробный доклад и активную гражданскую позицию в этом вопросе. Вы к тому же коснулись сфер бизнеса, связанных с угрозой для жизни и здоровья наших граждан. И пилотный проект "Честный знак", который мы на сегодняшний день пытаемся внедрить в сфере молока, молочной продукции, достаточно продуктивно начинает у нас работать. Это один из показателей.

А сферы, касающиеся производства и реализации продуктов питания, фарминдустрии и медобслуживания, будут, наверное, все-таки сферами, на самом деле касающимися здоровья наших граждан. Поэтому эта тема очень актуальна.

Еще раз большое спасибо, Олег Владимирович.

Пожалуйста, Вячеслав Степанович.

**В.С. ТИМЧЕНКО**

Спасибо большое.

Я хотел бы обратить внимание не только Ваше, но и всех участников сегодняшних парламентских слушаний (и тех, кто в зале, и тех, кто с нами работает по видео-конференц-связи): нам важно сегодня не просто послушать доклады, послушать об интересных практиках, опыте, но и наметить механизмы реализации тех проектов, о которых говорим.

Что это? Я скажу самым простым, бытовым языком. Вот Вы привели примеры, касающиеся определенных инструментов. А как эти инструменты должны заработать? Через что – через изменение законодательства или через принятие нормативных актов? Каких нормативных актов? Поэтому мне бы хотелось пусть не сейчас... Вы действительно хорошее зерно заронили, хорошие примеры, видение

хорошее. Ну а что нужно для того, чтобы это в полной мере заработало?

Я хочу обратиться ко всем участникам: не просто информировать, не просто делать интересный доклад, но и давать предложения с точки зрения практической реализации тех предложений, новаций, которые вы озвучиваете. Я еще раз говорю: не обязательно сегодня, но, когда будем готовить итоговый документ, мы бы хотели, чтобы уже было конкретно записано, что кто и в какие сроки готов сделать. Хорошо?

**О.В. ПАВЛОВ**

Да, Вячеслав Степанович, я готов и сегодня, но, конечно, лучше подготовиться, чтобы...

**В.С. ТИМЧЕНКО**

Чтобы мы подготовили существенный, фундаментальный документ, как говорил небезызвестный герой фильма. Да? Спасибо большое.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Вячеслав Степанович, большое спасибо за Ваше дополнение.

Олег Владимирович, тоже большое спасибо еще раз за подробный доклад.

Сейчас слово предоставляется Антону Валерьевичу Гущанскому, директору по контрольной (надзорной) деятельности Центра развития перспективных технологий – оператору государственной системы маркировки "Честный знак". Вот как раз мы подошли к тому знаменитому "Честному знаку".

Пожалуйста, Антон Валерьевич.

**А.В. ГУЩАНСКИЙ**

Добрый день, коллеги! Добрый день, Вячеслав Степанович, Виктор Викторович! Если продолжить выступление Олега



Владимировича о том, как система маркировки непосредственно помогает и подсвечивает те нарушения, которые сейчас выявляются внутри системы, и если смотреть на ту статистику, которую мы видим, первое, мы, конечно же, видим положительный трек – движение, связанное с тем, что были утверждены индикаторы риска по тем товарным группам, которые подлежат обязательной маркировке. Это табачная продукция, и с этого месяца начались расчеты дополнительных индикаторов риска по молоку, воде, табаку, легпрому, меху, обуви, парфюмерии, фото и шинам.

Если в августе 2023 года у нас по индикаторам риска под проверки потенциально подпало 290 объектов торговли, то в сентябре эта цифра уже составила 363 объекта, а в октябре с учетом новых, дополнительных рисков количество объектов, которые потенциально подпадают под проверки, практически стало равным 2 тысячам. Это действительно существенный рост в сравнении с тем, что было до этого, когда проверки не производились. Сейчас индикаторы риска действительно дают возможность контрольно-надзорным органам проводить проверки и осуществлять контроль в отношении тех объектов, которые потенциально максимально опасны для потребителя.

На первом этапе мы столкнулись с разными позициями органов прокуратуры на согласование мероприятий на местах, но сейчас это выравнивается. И здесь только можно поблагодарить коллег из Минэкономразвития, коллег из Генпрокуратуры, которые помогают в этой истории, для чтобы у всех органов было правильное понимание, что значат эти индикаторы и что действительно по ним необходимо проводить проверки.

Как ранее говорили коллеги из Роспотребнадзора, по всем объектам, которые подпадают под проверки, сами индикаторы

показывают высокую эффективность выявления нарушений. То есть если говорить, например, по данным статистики, то в 90–95 процентах случаев срабатывания индикаторов на эти объекты приходят и там находят нарушение обязательных требований. Это как раз и говорит о том, что легальный бизнес не отвлекают от его непосредственной деятельности, а работа ведется именно в отношении нарушителей.

При этом при проведении проверок стоит, конечно, отдельно обратить внимание на то, что необходимо правильно выбрать форму проведения мероприятия, провести предпроверочную подготовку по данным системы маркировки, чтобы уже, выходя на место, знать, что искать, и не идти, например, с внеплановой проверкой, о которой необходимо предупредить за три дня до того, как ты туда придешь, на те объекты, где все нарушения будут к тому моменту уже устранены и весь товар будет вывезен. Нужно искать иные формы реагирования.

И я хотел бы еще дополнительно подсветить историю, связанную с альтернативными путями решения вопроса оборота нелегальной продукции, которые мы в том числе благодаря коллегам из Минэкономразвития смогли найти, – историю противодействия обороту нелегальной продукции на маркетплейсах.

Поскольку были ограничения, связанные с мораторием, и поскольку мы не могли никоим образом влиять на то, чтобы проверки там проводились, мы пошли путем заключения добровольных соглашений о взаимодействии между оператором и крупнейшими маркетплейсами. Сейчас уже с шестью маркетплейсами (это Wildberries, "Яндекс", Lamoda, "Сбермегамакет", "Самокат"...) заключены соглашения. Теперь, если мы находим нарушения либо потребитель находит нарушения и

жалуется в наше мобильное приложение, мы отдаем эту информацию в адрес маркетплейса, и маркетплейс сам, самостоятельно разбирается с продавцом. Это может быть штраф, это может быть блокирование продукции для дальнейшей реализации. В этом случае нет контрольно-надзорного органа, нет никаких штрафов, нет увеличения административной нагрузки от государства, но при этом нелегальная продукция из оборота уходит. А потребителю ведь не очень интересно, наказали ли продавца этой продукции, потребителю важно, чтобы дальше, когда он будет покупать, продукция была качественной, легальной и безопасной для него. И здесь мы можем только приветствовать такое направление деятельности с маркетплейсами.

И мы знаем, что в том числе благодаря этому контролю многие маркетплейсы внедряют автоматические механизмы контроля. В частности, можно как пример привести "Яндекс", который у себя сделал проверку: если я регистрируюсь как продавец продукции, которая потенциально подлежит маркировке средствами идентификации, "Яндекс" входит автоматически к нам и проверяет, а зарегистрирован ли этот участник в системе маркировки (незарегистрированный участник, скорее всего, продает немаркированную продукцию). И, получив от нас уведомление, что он зарегистрирован, коллеги могут дальше продолжать свою работу. Если не зарегистрирован – получают определенное предупреждение о том, что нужно зарегистрироваться. Спасибо.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Большое спасибо, Антон Валерьевич. Понятно, что Вы достаточно глубоко погружены, поэтому еще раз большое спасибо.

Я хотел бы слово предоставить Ненаховой Елене Сергеевне, заместителю руководителя Службы по защите прав потребителей и

обеспечению доступности финансовых услуг Банка России, члену Совета директоров Банка России.

Елена Сергеевна, Вам слово.

**Е.С. НЕНАХОВА**

Спасибо большое.

К сожалению, сегодня к нам не смог присоединиться Михаил Валерьевич Мамута (он приносит свои извинения): мероприятие в Государственной Думе. Он как раз мой руководитель, член совета директоров.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Елена Сергеевна, извините.

Коллеги, давайте будем придерживаться регламента, который мы приняли.

**Е.С. НЕНАХОВА**

У меня есть презентация. Прошу ее поставить.

Я бы хотела еще раз поблагодарить за организацию сегодняшнего мероприятия. Действительно, мы на площадке Совета Федерации очень много обсуждаем вопросы защиты прав потребителей, и Совет Федерации очень много нам помогает в решении вопросов, связанных с защитой прав потребителей.

В своем выступлении я хотела бы остановиться на нескольких вопросах, над которыми мы сейчас работаем, наиболее актуальных с точки зрения регулирования и надзора в сфере защиты прав потребителей.

Первый блок связан с вопросом борьбы с практикой мошенничества при получении потребительских кредитов (займов) третьими лицами, когда незаконно используются персональные данные граждан. Это первый вариант. И второй вариант – когда методами социальной инженерии людей фактически вынуждают,

подталкивают к получению потребительских кредитов (займов) с последующей передачей денежных средств третьим лицам, которые осуществляют мошеннические действия. И в этой связи, для борьбы с этой практикой, был подготовлен проект федерального закона, который позволяет в кредитной истории самому гражданину установить запрет на выдачу кредитов (займов). Соответственно, предполагается, что можно будет установить запрет либо вообще на всю выдачу потребительских кредитов (займов), либо дистанционно, либо по каким-то видам кредиторов. Считаем, что этот законопроект достаточно важный для защиты прав потребителей, для борьбы с мошенническими действиями и просим Совет Федерации его также поддержать. Мы знаем, что в рекомендациях вы наши предложения по практической реализации, шагам учли.

Второй законопроект, который тоже внесен в Государственную Думу, связан с введением в законодательство таких понятий, как "социальный банковский вклад", "социальный банковский счет". Что это такое? Предполагается, что граждане, которые являются получателями мер социальной поддержки из перечня, который устанавливается Правительством Российской Федерации, смогут открывать специальные социальные банковские вклады и социальные банковские счета, по которым будет установлен повышенный гарантированный процент дохода. Его уровень зафиксирован в законе, он привязан к ключевой ставке Банка России.

Следующий блок, над которым мы также сейчас работаем, связан с защитой прав потребителей, с защитой неквалифицированных розничных инвесторов, связан с изменением критериев присвоения статуса квалифицированного инвестора. Это достаточно большой, комплексный проект, он подразумевает

изменение не только закона, но и подзаконных актов Банка России, стандартов саморегулируемых организаций, решений совета директоров Банка России. Здесь мы исходим из того, что для получения статуса квалифицированного инвестора человек прежде всего должен понимать специфику сложных финансовых инструментов. Поэтому мы будем смотреть и расширять критерии образования, критерии, связанные с введением различных специальных экзаменов для получения статуса квалифицированного инвестора.

Второе важное направление. Как вы знаете, у нас сейчас в сферу рассмотрения финансового уполномоченного по защите прав потребителей финансовых услуг не включены такие сферы, как защита инвестора на рынке ценных бумаг. Мы полагаем, что к этому вопросу уже нужно подходить, нужно думать и идти в направлении включения в сферу деятельности финансового уполномоченного таких вопросов, как брокерские услуги и, возможно, услуги доверительного управления. Тоже здесь просим Совет Федерации поддержать соответствующие идеи.

Следующий важный блок вопросов связан с ограничением доли рискованного кредитования. Я с учетом ограничения по времени не буду зачитывать цифры. Здесь представлены все цифры, которые мы сейчас фиксируем в части ипотечных кредитов, потребительских кредитов с точки зрения показателя долговой нагрузки.

Здесь нам хотелось бы отметить следующее. Сейчас у Банка России есть полномочия в части макропруденциальных лимитов в потребительском кредитовании, но нет полномочий в части макропруденциальных лимитов в ипотечном кредитовании. Тем не менее мы считаем, что можно рассмотреть вопрос о наделении

Банка России возможностью устанавливать макропруденциальные лимиты и в ипотечном кредитовании, что позволит в том числе оперативно реагировать на рост закредитованности и ограничение доли рискованного кредитования здесь.

И следующий важный блок связан с развитием досудебных механизмов урегулирования просроченной задолженности. Тоже цифры зачитывать не буду с точки зрения уровня закредитованности граждан, вы их все видите на слайде.

Здесь что мы сделали? Мы в апреле 2023 года рекомендовали всем кредиторам использовать специальный стандарт защиты прав и интересов заемщиков при урегулировании задолженностей по кредитным договорам. Достаточно часто сейчас встречается ситуация, что у человека не один кредит или заем, а несколько кредитов или займов, и не обязательно даже в банках: один кредит может быть взят в банке и один — в микрофинансовой организации. И, когда человек попадает в сложную жизненную ситуацию, ему необходимо урегулировать комплексно эти все кредиты и займы. Потому что, когда он приходит к кредиторам, ему один кредитор может сказать: "Да, я урегулирую", а другой скажет: "Я не урегулирую, потому что я переживаю... Тебе другой урегулирует — и, соответственно, ему будут хорошо платить. А вот я не буду урегулировать, у меня другие методы — я сразу обращаюсь в суды и так далее". Конечно же, у человека денег стало меньше, он попал в трудную жизненную ситуацию — ему нужно комплексное решение его проблемы, то есть ему нужно понять, какой платеж в целом он может платить. Поэтому нужно работать со всеми кредиторами.

И мы выпустили в 2023 году рекомендацию, как все кредиторы могут урегулировать такую комплексную задолженность, и у нас сейчас уже по этому стандарту было более 4 тысяч сделок

урегулировано. К этому стандарту в добровольном порядке сейчас присоединились 11 кредитных организаций. Но мы считаем, что здесь тоже есть возможности для дальнейшего именно законодательного решения этого вопроса и что есть нормы, которые нужно законодательно закрепить как какой-то обязательный досудебный порядок урегулирования задолженностей при множественности кредиторов.

И следующее направление, по которому мы сейчас работаем. Вы знаете, сейчас достаточно большими темпами развивается рынок рассрочки, и получается, что рынок рассрочки становится альтернативой регулируемому профессиональному рынку потребительского кредитования. Сейчас рынок рассрочки не подпадает под действующий закон о потребительском кредите (займе), соответственно, для потребителя здесь отсутствуют все те гарантии защиты прав потребителей, которые у нас предусмотрены законом о потребительском кредите (займе). Поэтому мы считаем, что здесь тоже есть возможность для законодательных предложений, чтобы защита прав потребителей во всех сегментах обеспечивалась единообразно. Соответствующие предложения для включения в рекомендации тоже представили.

Спасибо еще раз вам большое. Просим поддержать.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Елена Сергеевна, большое спасибо. В общем-то, мы в рамках проведения "круглых столов" касаемся и банковской сферы. В том числе на последнем "круглом столе" мы касались темы списания денежных средств с карт клиентов за те или иные услуги, связанные с IT-технологиями. Это сфера, в которой тоже надо защищать наших потребителей, наших граждан. А Вам за сегодняшний подробный доклад большое спасибо.



Слово предоставляется Лисовскому Сергею Федоровичу, заместителю председателя Комитета Государственной Думы по защите конкуренции.

Вы сегодня у нас от Государственной Думы один (еще Владимир Владимирович хотел прийти, но не смог). Вам слово, Сергей Федорович.

### **С.Ф. ЛИСОВСКИЙ**

Спасибо большое, Виктор Викторович.

Уважаемые коллеги! Большое спасибо Совету Федерации – вы поднимаете очень важную и нужную тему, которая требует постоянного внимания. Особенно сейчас это стало актуальным, потому что при развитии маркетплейсов (вот я лично и мы в Государственной Думе видим) в законодательном плане мы недостаточно отрегулировали это направление.

В свое время, вы знаете, мы с Ириной Анатольевной Яровой были авторами закона о регулировании торговой деятельности (в 2009 году он был принят). Нас все убеждали, что закон не нужен, что рынок и так все отрегулирует. Но сейчас никому и в голову не придет так сказать – все прекрасно понимают, что закон был своевременным. И, мне кажется, на сегодняшний день маркетплейсы находятся в той же ситуации, то есть они уже достигли достаточно серьезного развития и используют свою рыночную силу и определенную бесконтрольность, в общем, начинают активно влиять на экономику нашего государства и достаточно вольно трактовать свои обязанности перед потребителями.

Вы все знаете, что в свое время торговые сети говорили, что они предоставляют полку, они ни за что не отвечают, поэтому спрашивайте с производителей. Маркетплейсы ведут себя точно так

же — они говорят, что мы только связываем продавца и покупателя и ни за что не отвечаем.

Я был недавно в Узбекистане (у нас с парламентом Узбекистана несколько совместных законопроектов идет), и мне прямо... Я только хотел начать разговор, а мне говорят: "Слушайте, у вас же есть крупная российская сеть — маркетплейс, так вот мы не знаем, что с ней делать. У них промышленными партиями торгуют частные предприниматели, индивидуальные предприниматели и вообще физические лица. Вот у нас много жалоб: покупают большую партию (контейнер, два контейнера) продукции для промышленного производства, а потом оказывается, что она не совсем кондиционная или срок годности истек. А когда начинают обращаться, то маркетплейс говорит: "А мы здесь при чем? Вот ищите этого Иванова Ивана Ивановича". А где его искать — никто не знает".

Вот я читал рекомендации (кстати, очень серьезный и проработанный документ) и думаю, что надо совместно, и Госдуме, и Совету Федерации, либо в рамках закона о регулировании торговой деятельности, либо в каком-то отдельном законопроекте это прописывать, потому что мы можем прийти к очень опасной ситуации.

В частности, неделю назад на заседании аграрного комитета мы рассматривали постановление правительства о начале маркировки ветеринарных препаратов. И, по данным Россельхознадзора, очень много даже запрещенных ветеринарных препаратов и очень много непроверенных и не прошедших сертификацию в Российской Федерации присутствует на маркетплейсах. Причем любой из нас может туда зайти, набрать и получить... Более того, есть препараты, которые запрещаются Россельхознадзором, изымаются из ветеринарных аптек, лечебниц и

тут же появляются на маркетплейсе — пожалуйста, покупайте. Поэтому эта тема очень важная. Ну и, соответственно, это все влияет на нашего потребителя.

Также хочу сказать по пестицидам. Да, это очень важная и нужная тема, я уже много лет ею занимаюсь. Тоже просил бы Совет Федерации внимательно отнестись к ней. У нас надо усиливать ответственность за перемещение, использование пестицидов. У нас, к сожалению, этого нет.

Прослеживаемость у нас, к сожалению... После того как мы в середине 2000-х упростили перемещение и надзор за пестицидами, у нас до сих пор пестициды, которые идут в рамках Евразийского экономического союза, не контролируются Россельхознадзором. Практически больше половины пестицидов у нас изъято из официального оборота, мы не знаем, что происходит.

В прошлом году у нас был случай: остановили на границе с Казахстаном грузовик — 6 тонн пестицидов, крайне агрессивных, запрещенных к использованию в Российской Федерации, через казахстанскую границу из Китая привезли. В результате не нашли собственника, водитель получил штраф 1 тыс. рублей. И еще самое "смешное" (в кавычках) — никто не знает, что с этими пестицидами делать. То есть у нас нет прописанного регламента утилизации этих пестицидов, а также нет прописанного регламента утилизации пестицидов с истекшим сроком годности.

Поэтому я бы также просил Совет Федерации обратить на это внимание. И, возможно, с Государственной Думой совместно нам стоит проработать закон в отношении пестицидов.

В отношении красной икры. Вы знаете, правительство приняло решение о проведении эксперимента. Сейчас прошли заседания рабочих групп в Минэкономразвития и поддержали

группы по рыбе и по торговле начало маркировки с 1 декабря. Мы считаем, что это очень важный и нужный процесс, который надо продолжать, потому что на сегодняшний день у нас с учетом моратория на проверки, особенно в плане продуктов питания, очень сложно контролировать качество продуктов.

И вот сейчас состоится, надеюсь, интеграция, объединение "Меркурия" с государственной системой "Честный знак" – и тогда мы с вами будем иметь уже полную реализацию, а через "Меркурий" будем иметь сырье, для того чтобы произвести товар в таком объеме. Уже сейчас (пока в полуавтоматическом режиме) эти сверки дают нам возможность выявлять те компании, которые покупают всего лишь десятки килограммов какой-то продукции, а на выходе у них тонны этой продукции. Причем самое страшное – что эта продукция идет в социальные учреждения: детские сады, больницы, дома престарелых и так далее, потому что они закупают по закону № 44. У недобросовестных производителей себестоимость самая низкая, они могут дать самую низкую цену – и они выигрывают тендеры. То есть здесь есть еще вот эта опасность. Конечно, это надо пресекать.

В целом я согласен с проектом рекомендаций, который здесь приложен.

Кстати, тут написано, что Минпромторг должен сделать в отношении маркетплейсов, электронных площадок, но они одни не справятся, потому что здесь нужно именно принимать законы. А мы знаем, что в правительстве, к сожалению, согласование законов достаточно сложно идет. Поэтому, мне кажется, здесь надо инициативу парламенту проявить, выступить и уже тогда выносить какой-то готовый проект на обсуждение с правительством. Спасибо большое.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Сергей Федорович, большое спасибо. Я хочу сказать, что сегодня в процессе слушаний Вы коснулись практически всех сфер по маркетплейсам – и в части СЗР (Вы сегодня коснулись пестицидов). Это та сфера, в которой Вы работаете в Госдуме (это аграрный комитет, насколько я понимаю). Поэтому, может быть, у Вас есть предложения, которые мы могли бы отразить уже в рекомендациях? У нас опыт такой работы есть.

**С.Ф. ЛИСОВСКИЙ**

Да, хорошо.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Большое спасибо.

С нами тоже постоянный участник наших "круглых столов", парламентских слушаний – Склярова Яна Вячеславовна, заместитель начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции Федеральной антимонопольной службы.

Яна Вячеславовна, Вам слово. Пожалуйста. У меня просьба: придерживайтесь регламента.

**Я.В. СКЛЯРОВА**

Добрый день, коллеги! Я не буду долго говорить, потому что основное, за что я, собственно, благодарна комитету и всем коллегам, с которыми мы постоянно взаимодействуем, – это то, что мы в своей работе на таких совещаниях можем видеть, с каких сторон исходит опасность и для потребителей, и для бизнеса и те самые источники недобросовестных практик, которые мы наравне со многими ведомствами пытаемся выявлять и пресекать.

Честно говоря, в нашей сфере (я уже неоднократно говорила), в нашем надзоре мораторий местами не действует и вроде бы руки нам настолько не связывает. И наша деятельность, наша работа, показывает, что действительно нарушений меньше не стало.

Поэтому поведение бизнеса, скажем так, нуждается в корректировке, но в корректировке, безусловно, корректной и осторожной.

В том, что мы делаем, и в том, что мы видим, я бы обратила внимание на то, что, наверное, цифровые нарушения — это, может быть, не первое и, наверное, не самое критичное, хотя (Олег Владимирович привел цифру) значительная доля нарушений — при дистанционной торговле. Проблема же не в том, что потребитель еще в цифре не разобрался, — он на самом деле даже во вполне себе офлайн-отношениях очень падок на заблуждения. Мы в этом отношении работаем также с Банком России. Его представитель только что выступала и рассказывала о различных попытках кредитных организаций ввести в заблуждение при приобретении различных действительно сложных финансовых инструментов. Безусловно, искушение воспользоваться незнанием финансовых деталей очень велико. Но проблема в том, что основные-то нарушения с чем связаны? Потребитель договор недочитывает, он не вчитывается в него.

Те же самые нарушения связаны с практиками, которые выявляем мы, — это так называемые неизбежные ошибки потребителя, которые, да, связаны с недобросовестными практиками на рынке, но... Например, распространенное нарушение, которое мы выявляем, — смешение (абсолютно все вы видели), когда упаковка товара, который стоит на полке в супермаркете, внешне похожа на упаковку известного вам товара другого производителя и, ориентируясь по знакомой форме бутылки или сочетанию цветов, вы идете мимо полки, приобретаете товар — и дома выясняете, что на самом деле этот товар совсем другого производителя.

Да, здесь мы тоже ищем баланс. Мы не можем заставлять потребителя вчитываться в каждое слово и разглядывать каждую

баночку, потому что это маркетинговое явление (психология продаж уже это изучила): товары повседневного спроса приобретаются без большого внимания к таким покупкам. Но и те или другие решения о покупках часто принимаются потребителем без достаточного анализа информации о них. Поэтому я поддерживаю коллег, которые говорили о необходимости доводить до потребителей и на сайтах, и в базах решений по результатам таких наших мероприятий примеры недобросовестных практик. Потому что потребитель очень часто находится вроде бы во власти хороших идей, веры в высокие идеалы.

Опять-таки в продолжение рассказа представителя Банка России. Мы с ними рассматриваем ряд дел совместно. Дела эти касаются тоже нарушений на рынке кредитных организаций. И недавнее расследование связано, например, с наименованием одной организации. Там было еще одно нарушение, но, пока мы его расследовали, мы увидели, а как собственно называется наш ответчик. А он называется "Микрокредитная компания "Госзайм" – и на всех листовках, на всех рекламных бланках написано: МКК "Госзайм". Я не уверена, что хоть один человек в зале угадает, что на самом деле этот правообладатель имел в виду. Представитель компании, придя на заседание, объяснил (открыл выписку из реестра), что полное название компании – "Микрокредитная компания "Гостевой займ", коллеги. "Госзайм, – говорили они, – это сокращение от нашего полного фирменного наименования". Проблема в том, что, разумеется, все мы знаем (и даже есть у нас соответствующие стандарты), что сокращение "гос" никаким образом, кроме как "государственное", не воспринимается. И, разумеется, потребитель, воспринимая такую информацию, делает свой выбор, будучи введенным в заблуждение.

Мы надеемся, что подобные практики в том объеме, в котором мы их выявляем, мы выявим и пресечем, но я не могу не сказать без грусти, что практик этих на сегодняшний день много, встречаются эти ситуации достаточно часто. Мы свою работу продолжим.

Сергей Федорович тоже здесь представляет вопросы конкуренции, и я не буду вовлекаться сегодня с ним в дискуссию в части его предложений и воспоминаний по закону о торговле и будущего регулирования маркетплейсов. Но мы надеемся в эту дискуссию с ним вступить в рамках рабочей группы, возглавляемой депутатом Гутенёвым, которая как раз сейчас создана (по законопроектам), в которой такие предложения тоже будут разработаны. И мы с радостью в этой работе примем участие. Спасибо.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Яна Вячеславовна, большое спасибо. Вы как раз Владимира Владимировича упомянули – жаль, что сегодня его нет (было заявлено его выступление). Давайтеждемся следующего раза, он обязательно к нам придет. Еще раз, Яна Вячеславовна, большое спасибо.

Следующий выступающий – Минаев Алексей Владимирович, заместитель управляющего директора ООО "Интернет Решения".

Вам слово.

### **А.В. МИНАЕВ**

Добрый день, Виктор Викторович, уважаемые коллеги! Спасибо за возможность выступить в столь представительном собрании.



ООО "Интернет Решения" – это компания Ozon, всем известный маркетплейс. Сегодня больше 42,5 миллиона граждан России пользуются маркетплейсом.

И, безусловно, это огромная ответственность – обеспечить защиту прав потребителей для такого количества людей, и мы должны оправдать их доверие. Поэтому, безусловно, вся деятельность компании Ozon построена на строгом соблюдении законодательства о защите прав потребителей. А задача сама по себе нетривиальна: маркетплейс, как агрегатор, имеет дело с огромным количеством товаров.

Просто несколько цифр для понимания этих объемов. В день на маркетплейсе появляется примерно 2 миллиона новых уникальных товаров, новых карточек товаров, продажи в сутки могут составлять порядка 5 миллионов заказов. Примерно 180 миллионов уникальных категорий товаров одновременно представлены на маркетплейсе. И, безусловно, нужно сделать так, чтобы каждый из этих товаров оправдал те надежды, пожелания, которые потребитель высказывает, когда ищет и покупает этот товар на маркетплейсе.

Что мы для этого делаем?

Прежде всего, при самом создании карточек товаров, когда визуализируется предложение продавца, проводится целый набор мероприятий. Для доступа в целый ряд категорий товаров необходимо представить все разрешительные документы, все лицензии, документ о государственной регистрации – в зависимости от того, что требуется на данную категорию товаров. После того как доступ для продавца, который имеет соответствующие разрешительные документы, предоставлен по конкретному товару, проверяется, собственно, что за товар представлен, что за товар выкладывается на маркетплейсе. Делается это по 100 процентам,

всем товарам с помощью алгоритмов искусственного интеллекта. И выборочно специально обученные сотрудники по соответствующей категории товаров, которые знают, на какую конкретно категорию товаров какие документы должны быть представлены. Это тоже нетривиальная задача: когда продается все — от пищевых продуктов до одежды и электроники, безусловно, это не может делать один человек, это должны быть специально обученные люди.

После того как все эти товары проверены, не все они, естественно, после такой проверки допускаются на маркетплейс. После того как начинается продажа товаров, сама проверка не заканчивается, и помимо премодерации существует и постмодерация, опять же с помощью алгоритмов искусственного интеллекта, по всем тем карточкам товаров, которые существуют в этот момент времени на маркетплейсе. По нашей статистике, как правило, постмодерация носит уже последующий характер. Как правило, наша система справляется на стадии премодерации, а на стадии постмодерации выявляется примерно 0,2 процента уже тех товаров, которые случайно были пропущены.

Помимо этой работы в электронном, виртуальном ключе, когда проверяются документы дистанционно, естественно, существует проверка и на стадии отгрузки товара на склад. Я напомним, что маркетплейсы работают с продавцами (а сегодня на Ozon свыше 260 тыс. компаний продают свою продукцию) по нескольким схемам. Первая схема подразумевает, что продавец отгружает товар на склад маркетплейса и уже со склада маркетплейса осуществляется торговля. И две другие схемы подразумевают, что товар хранится на складе самого продавца, а маркетплейс либо доставляет этот товар от продавца к покупателю, либо даже сама доставка осуществляется силами продавца. И в тех случаях, когда

товар отгружается на склад маркетплейса, также мы осуществляем прием этого товара, проверяем маркировку, проверяем все разрешительные документы на данную партию товаров. Поэтому, что называется, в физическом мире также происходит проверка всех этих документов.

Большой и сложной задачей для нас является борьба с контрафактом. Действительно, здесь уже упоминалась неоднократно система маркировки, которая оказывает огромное положительное влияние и очень нам помогает в этом. Помимо этого, мы реализуем собственные цифровые инструменты борьбы с контрафактом. Опять же на стадии создания карточек товаров определяется по ряду признаков, что этот товар, скорее всего, не является оригинальным. Само слово "подделка" запрещено – или "реплика", или "дубликат". Товары с таким описанием не могут появляться в принципе на стадии автоматической проверки.

Ну и у нас есть свои уникальные инструменты – например, инструмент под названием "личный кабинет бренда", когда любой правообладатель может зарегистрироваться в этом сервисе – и мы предоставляем ему весь набор инструментов для автоматического поиска товаров, которые могут теоретически появляться под его брендом, для того чтобы правообладатель мог своевременно сигнализировать нам о том, что представлен такой-то товар, но никаких документов, никаких разрешений правообладатель на продажу данного товара таким продавцом не давал. Мы, соответственно, такой товар снимаем с продажи.

Помимо всех этих инструментов в конечном счете, на наш взгляд, важно обеспечить покупателю легкий и быстрый возврат товара. У нас это делается, во-первых, абсолютно бесплатно, во-вторых, быстро. В любой пункт выдачи заказов можно сдать товар,

проверка проходит (кто с этим сталкивался – наверняка знает) очень быстро, и деньги поступают в течение нескольких суток.

В целом мы видим, что с задачей мы справляемся, цель нами достигается. Потому что в конечном счете потребитель, покупатель, наши граждане голосуют рублем: если еще несколько лет назад на Ozon было 25 миллионов покупателей, то сегодня их, как я уже сказал, больше 42 миллионов. И если буквально несколько лет назад... Есть такой показатель в онлайн-торговле – частотность заказов, то есть как часто покупатель, сделав заказ однажды, возвращается снова к нам. Это очень важный показатель, по нему можно судить, доверяет ли нам покупатель, удовлетворен ли он качеством сервиса. И вот сегодня в среднем каждый покупатель на Ozon совершает 19 заказов в год – это очень высокий показатель (буквально несколько лет назад было 11 заказов). То есть сегодня мы имеем дело с тем, что эти 42 миллиона наших покупателей доверяют площадке, они считают, что мы правильно настроили эти инструменты проверки товаров, и готовы и дальше продолжать практически десятки раз покупать на площадке, будучи уверенными, что они получают товар надлежащего качества и сервис также будет качественным.

Но не только покупатели доверяют нам. Буквально недавно мы Роскачеством совместно с Росаккредитацией были удостоены повторно (уже второй год подряд) звания доверенной интернет-площадки.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Алексей Владимирович, я напоминаю о регламенте.

**А.В. МИНАЕВ**

Я завершаю. Большое спасибо за внимание.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Я хотел бы поблагодарить Алексея Владимировича за столь подробное выступление по принципам работы маркетплейсов.

Что хотелось бы сказать? Что достаточно быстрый, динамичный рынок. Поэтому, наверное, на вас будет лежать основная ответственность и вы являетесь моментом истины. То есть вы являетесь теми, кто передает покупателям ту продукцию, которую либо производите, либо предлагаете. Здесь надо сравняться с авиационной промышленностью: миллион поставщиков комплектующих, но самолет упасть не должен. Поэтому давайте, наверное, здесь придерживаться этих правил. О каких-либо конфликтных ситуациях с Ozon я не слышал, честно говоря, по другим маркетплейсам есть определенного рода вопросы.

Большое спасибо Вам за столь подробное выступление. И удачи на том рынке, которым Вы занимаетесь!

**А.В. МИНАЕВ**

Спасибо большое.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Уважаемые коллеги! Я напомню еще раз про регламент. У нас следующей выступает Соколова Наталья Романовна, руководитель Союза энерго-экологической безопасности.

Наталья Романовна, Вам слово. Пожалуйста.

Вы тоже у нас здесь часто бываете, поэтому очень приятно Вам предоставить слово.

**Н.Р. СОКОЛОВА**

Спасибо большое.

Здравствуйте, уважаемый Виктор Викторович, уважаемые участники парламентских слушаний! Постараюсь уложиться в регламент (моя презентация останется для участников, можно будет

подробнее посмотреть). Сегодня мы и про товары, и про услуги поговорили (спасибо).

Я бы хотела включить свою презентацию.

Сегодня я сделаю акцент на актуальных проблемах интернет-продаж туристского продукта. Это, казалось бы, локальная услуга, но в санкционный период очень актуальная для нашего потребительского рынка.

Не буду останавливаться подробнее на том, что уже сказал в самом начале Олег Владимирович, только хочу подчеркнуть, что по услугам жалоб со стороны потребителей несколько больше, чем по товарам.

Вот мы видим динамику. Если за прошедшие два года (2020 и 2021 годы и частично 2022-й) этих жалоб, с одной стороны, казалось бы, меньше почти на 4 процента, но в целом за 10-летний период их больше почти на 16 процентов. Если мы будем разбивать это по статьям, то здесь следует сказать о том, что качество товаров, работ и услуг и информация о товарах и услугах – это то, на что поступает наибольшее количество жалоб и привлекает внимание, но тем не менее мы видим устойчивую динамику все-таки на снижение таких жалоб от потребителей.

Что касается именно туристических услуг, то здесь чуть более 2 процентов составляет структура обращений, поступивших в Роспотребнадзор за 2022 год. Это, с одной стороны, не так много по сравнению с другими видами деятельности – ЖКХ и также в сфере розничной торговли, но тем не менее этот сегмент все-таки важный с учетом того, что этот вид услуг мы развиваем в нашей стране по-новому.

Понятие тура у нас содержится в действующем ГОСТ № 50690, который был принят 23 года назад (мы его можем видеть на

слайде), – это комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, экскурсионные услуги, а также услуги гидов-переводчиков и другие услуги в зависимости от цели путешествия.

Цели путешествия могут быть... Сейчас очень моден экологический туризм, есть отдельно туризм культурно-познавательный, паломническо-религиозный, спортивный турпродукт. Причем выделяются краткосрочный туризм – до трех дней (иногда кто-то берет один день к выходному и выезжает), среднесрочный – до 14 дней и долгосрочный – свыше 14 дней. Также в зависимости от масштабности субъекта и генерирования могут быть как брендовые турпродукты, так и национальные турпродукты либо результаты деятельности отдельно взятой турфирмы. Сейчас очень модно развивать отдельно туризм и вообще бренд отдельных субъектов Российской Федерации (и для Совета Федерации это особенно актуально). Мы часто можем видеть наружную рекламу, где рекламируется конкретный город или субъект России. То есть такой местный туризм, а где-то уже национальный, который позиционирует Россию как многонациональное государство, получает очень большой спрос.

При этом есть особенность и специфика туристических продуктов. Во-первых, он неосязаемый (в отличие от товара, мы действительно не можем это почувствовать) и несохраняемый, потому что после самой туристической поездки могут сохраниться только фотографии и видео, по-другому мы никак не можем это потрогать. Ну и временной разрыв достаточно большой. Многие потребители стараются заранее покупать туристические продукты. В этой связи есть непостоянство, изменчивость качества предоставляемых услуг, турпродукта.

Следует сказать, что действует кроме общих требований статьи 4 закона о защите прав потребителей пункт 17 Правил оказания услуг по реализации туристского продукта. Эти правила были утверждены постановлением правительства в 2007 году. Основные требования также указаны на слайде: полезность, обоснованность, безопасность, надежность, достоверность. Потому что, к сожалению, нечасто, а иногда даже очень часто не соответствует качество и то, что есть на самом деле в туре, тому рекламному проспекту, который видел потребитель при приобретении данного продукта.

Также хочу сказать, что в соответствии со статьей 4.1 закона об основах туристской деятельности должна быть обязательно застрахована гражданская ответственность туроператора. И если вдруг есть какие-то претензии, то в течение 20 дней с момента окончания договора потребитель может предъявить их туроператору и в течение 10 дней получить ответ на претензию. К сожалению, стоит сказать, что сейчас в рамках интернет-услуг договоры заключаются меньше чем в 50 процентах случаев, то есть это некая заявка, некий заказ-наряд, и, по сути, получается, что потребитель лишен права потом предъявлять претензию. И не так просто защищать свои права. То есть это тоже следует каким-то образом урегулировать. Тем более что ответственность туроператора совсем небольшая (вот мы видим на слайде) — максимум 20–30 тыс. рублей на юридическое лицо, если нарушаются права потребителя по информации об услуге или данная услуга, в том числе туристическая услуга, не соответствует требованиям нормативных актов.

Ну и в конце хотелось бы актуальные вопросы перечислить (они будут на слайде). Только хотела бы заострить внимание на недостаточной прозрачности бронирования. То есть требуется, на



мой взгляд, ужесточить требования к прозрачности цен, предоставлению детальной информации о дополнительных сборах перед завершением бронирования, потому что, как правило, потом оказываются какие-то дополнительные платежи, к которым потребитель не готов. Что касается отмены бронирования, тоже на сегодняшний момент недостаточно законодательного регулирования в части прав потребителей, обеспечивающих предупреждение о любых изменениях в условиях отмены бронирования. Ну и безопасность данных тоже сейчас на низком уровне, хотя многие, повторю, онлайн покупают туристические услуги.

Не буду заострять внимание вообще на ключевых проблемах в этой сфере, тоже все есть на слайде. Коллеги, спасибо большое за внимание.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Большое спасибо, Наталья Романовна. Тема животрепещущая для нас, потому что много информации проходит о не совсем качественных услугах, которые оказываются туроператорами. Поэтому для законотворцев, для отраслевиков это тема для продолжения дальнейшего обсуждения. Поэтому большое спасибо Вам.

**Н.Р. СОКОЛОВА**

Спасибо.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Я хотел бы предоставить слово, Ольга Олеговна, Вам.

Шанаева Ольга Олеговна, заместитель руководителя Роскачества.

**О.О. ШАНАЕВА**

Благодарю, Виктор Викторович.

Хотелось бы тоже отметить действительно эффективность данной площадки, нашей рабочей группы, потому что очень от радно слышать о многих наших идеях, которые мы обсуждали в рамках рабочей группы, сейчас мы слышим о них здесь в докладах, мы видим их отражение в законопроектах.

Прошное мое выступление на заседании рабочей группы касалось деятельности Роскачества, и доклад был достаточно подробным. Поэтому, следуя пожеланию Вячеслава Степановича, я останавлиюсь на конкретных предложениях, которые на текущий момент сформировались в Роскачестве.

Мы выделили из обсуждаемых и уже затронутых моментов, касающихся качества пищевой продукции и регулирования онлайн-торговли, несколько предложений. Когда мы, Роскачество, проводим свои веерные исследования, как вы знаете, мы проводим очень тщательную и прицельную работу с хозяйствующими субъектами, с производителями и, как правило, добиваемся от них... И, вообще, хотели бы отметить готовность к сотрудничеству добросовестных производителей, которые проводят самообследования, самостоятельно устраняют несоответствия, которые выявлены.

Но в то же время, когда дело касается качества пищевой продукции, все-таки можно отметить недостаточно эффективное использование производителями установленных инструментов, предназначенных для выявления, анализа, контроля и управления рисками при изготовлении пищевой продукции, в том числе в области внедрения и поддержания процедур, основанных на принципах ХАССП согласно статье 10 Технического регламента Таможенного союза 021 "О безопасности пищевой продукции".

Причиной, условием, способствующим данной ситуации, является внутреннее противоречие, связанное с отсутствием

требования о подтверждении соответствия данному положению ТР ТС. Так, в рамках установленных ТР ТС схем декларирования соответствия подтверждение внедрения принципов ХАССП не предусмотрено. И указанная несовершенная конструкция правовых требований привела к формальному подходу – когда при внедрении участниками рынка принципов ХАССП у них нет требований по документальному и фактическому подтверждению сертификатами внедрения и применения данных принципов. Поэтому нам представляется правильным и логичным, чтобы внедрение и поддержание на предприятии процедур, основанных на принципах ХАССП, подтверждались официальным документом, выданным компетентной организацией, аккредитованной Росаккредитацией.

И конкретное предложение. Мы полагаем, что можно было бы внести в абзац девятый пункта 2 статьи 10 закона дополнение, изложив в возможной редакции: "информацию об обязательном подтверждении соответствия товаров (работ, услуг), указанных в пункте 4 статьи 7 настоящего закона, в том числе сведения о прохождении изготовителем пищевой продукции процедуры соответствия производства, подтвержденной сертификатом аккредитованного органа по сертификации, внедренных на производстве, принципам ХАССП". То есть чтобы у нас потребители могли всегда потребовать документ о прохождении данных процедур, и предприятия также были обязаны предоставить соответствующий документ об их прохождении. И также необходимо это требование, наверное, учитывать в критериях оценки производителей.

Другой актуальный вопрос, который мы видим, касается уже затронутой сегодня темы возврата товаров, приобретенных дистанционным способом, особенно на маркетплейсах. Если с возвратом денежных средств за доставку товаров вроде как мы уже

разобрались и это решено, то с отказом от товаров надлежащего качества не все так однозначно, как мы видим, и об этом свидетельствуют многочисленные обращения потребителей.

Вот Ozon уже урегулировал у себя эту проблему, как мы сегодня слышали. Но не настолько все радужно на других маркетплейсах. Одной из проблем является отсутствие возможности отказаться от заказанного товара в любое время до его передачи. Данное право предоставлено потребителю законом о защите прав потребителей. На практике же, как вы знаете, складывается ситуация, когда зачастую некоторые агрегаторы и владельцы площадок, маркетплейсы не предоставляют просто технически такую возможность.

Учитывая, что в настоящее время мы говорим о дополнительной кодификации и об усовершенствовании закона о защите прав потребителей, мы предлагаем в пункте 4 статьи 26.1 закона о защите прав потребителей установить конкретный временной промежуток, в течение которого потребитель может отказаться от заказанного им товара, то есть дать потребителю время на раздумье. Нам кажется, что данная практика будет способствовать уменьшению затрат как торговых площадок, маркетплейсов, так и потребителей.

И, продолжая эту тему, хочу озвучить еще одно предложение – касательно возврата товара надлежащего качества тем же дистанционным способом. Согласно пункту 4 статьи 26.1 при отказе потребителя от товара продавец должен вернуть ему денежную сумму, уплаченную потребителем по договору, за исключением расходов продавца на доставку от потребителя возвращенного товара, не позднее чем через 10 дней со дня предъявления требования. В практике агрегаторов складывается

ситуация, когда устанавливается конкретная денежная сумма за возврат таких товаров – 100, 300 рублей. А иногда она не устанавливается – соответственно, потребители ставятся в неравное положение, причем за различные категории товаров опять же эта сумма может различаться. В то же время мы понимаем, что согласно механизму товар возвращается либо на склад, либо продавцу, то есть механизм один и тот же, а цены и условия за возврат этого товара для потребителей разные.

Поэтому, учитывая этот момент, мы предлагаем в статье 26.1 указать соответствующие сведения о владельцах агрегаторов, которые на практике принимают денежные средства потребителей, и предлагаем детализировать описание и размер данной компенсации, например, посредством доведения до сведения потребителей фактически понесенных расходов продавца на доставку товаров от потребителя.

Вот, пожалуй, и все. Благодарю за внимание.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Ольга Олеговна, большое спасибо за Вашу позицию и за Ваше выступление. Вы всегда принципиальны. Вы всегда стоите на защите. Как раз Роскачество для этого и существует. Хотя тоже должен быть диапазон в пределах качества, как в машиностроении поле допуска. Наверное, в этом поле и должна работать структура Роскачества, но за пределы поля уже выходить мы не должны. Поэтому большое спасибо.

Я хотел бы слово предоставить Александру Владимировичу Саверскому, президенту общероссийской общественной организации "Лига защитников пациентов". Пожалуйста.

**А.В. САВЕРСКИЙ**

Спасибо, Виктор Викторович. Спасибо за возможность выступить.

Уважаемые коллеги! Здравоохранение является, как вы понимаете, уникальной сферой с точки зрения, в частности, и правового, и экономического регулирования. И одним из концептуально важных факторов здесь является то, что у пациента ограничена автономия воли на совершение сделок, потому что это человек больной и он боится. Очень важно то, что он не обладает необходимой полнотой информации о том, что с ним происходит и какие способы диагностики и лечения вообще существуют. Поэтому говорить о том, что это полноценная сделка при купле-продаже услуг, очень сложно. И в этом смысле дело даже не в том, что статья 41 Конституции у нас очень плохо работает и оценка разных экспертов по расходам домохозяйств на охрану здоровья составляет от 35 до 49 процентов всех расходов в государстве. Проблема в том, что нет...

Сейчас роль государства возрастает, и в этом смысле основополагающим моментом является то, что государство занимается стандартизацией, то есть оно говорит, как оказывается помощь по стандартам, порядкам, клиническим рекомендациям. Совет Федерации и Госдума, в частности, в этом принимают колоссальное участие. Вдруг в этом году я стал, получается, от Минздрава... Ну, я и так знал эту устную позицию – что стандарты и клинические рекомендации необязательны. И в этом году я получил уже ряд писем о том, что это так, что стандарт необязателен, является необязательным алгоритмом действий, а клиническая рекомендация вообще не является нормативно-правовым актом, поэтому ожидать ее обязательного исполнения не надо.

На этом фоне Минздрав сейчас всерьез обсуждает вопрос об отнесении обязательного введения клинических рекомендаций еще на год, потому что мы не успеваем.

На этом фоне Верховный Суд принимает два решения. Одно из них – решение Пленума, состоявшегося в октябре 2022 года, о компенсации морального вреда, согласно которому стандарты, порядки и клинические рекомендации являются критериями качества медицинской помощи (ссылается непосредственно на это). А второе решение – уже коллегии Верховного Суда от 21 августа этого года по клиническим рекомендациям, где они прямо говорят, что трактовка клинических рекомендаций как необязательного документа не соответствует требованиям закона, то есть этот документ обязателен.

И у нас возник клинч буквально между пониманием статуса стандартов и клинических рекомендаций министерством и правоприменителями.

Ну и я уже не говорю о том, что вся система ОМС "сидит" на контроле качества медицинской помощи со стороны страховой компании на основании стандартов, естественно.

Фактически мы сейчас в точке, когда нужно перезагружать понятийный аппарат с самого начала – кто что имеет в виду под стандартизацией, клиническими рекомендациями, какими они должны быть. Потому что Минздрав говорит об экономике... Ну, подождите, а про науку мы уже забыли? В основе же наука, то есть обязательный алгоритм действий – и уже отсюда и правовые вещи. То есть я вправе ожидать того, что при диагнозе "сепсис" мне дадут антибиотик, при гипергликемической коме – инсулин. А тут говорят: "Ну, мы еще подумаем, надо ли тебе это, вообще, давать". И это, конечно, нехорошая ситуация.

Вторая проблема. Я решил обострить ситуацию с лекарственным обеспечением в амбулаторном звене, потому что оно, как известно, у нас по льготам. И я как раз решил спросить: а по стандартам-то вы помощь амбулаторную собираетесь нам оказывать (потому что диагностика – это одно, а практически вся помощь-то через лекарства идет)? И задал нескольким прокуратурам вопрос: почему в тарифные соглашения субъектов Российской Федерации по ОМС не включаются амбулаторные лекарства согласно тем же самым стандартам первичной медико-санитарной помощи? Этот процесс только начался, но уже я получил уникальные ответы. В частности, в одном из них (из Республики Алтай) прокурор, честный человек, пытаясь ответить мне на этот вопрос, вынужден был сказать: "А Вы знаете, что, вообще-то говоря, лекарственное обеспечение в конституционное право на бесплатную медицинскую помощь по статье 41 Конституции не входит?" Понимаете, да? Не входит лекарственное обеспечение в Конституцию, по мнению прокурора. Ну, ему деваться было некуда – либо признавать наше право на амбулаторные лекарства, либо говорить, что Конституция на это не распространяется.

В целом я считаю необходимым разрабатывать закон о лекарственном обеспечении в Российской Федерации, потому что у нас закон об обращении лекарственных средств есть, а закона о лекарственном обеспечении, к сожалению, нет. Между тем в странах СНГ началась разработка модельного закона о лекарственном обеспечении. И я призываю Российскую Федерацию в этом, естественно, поучаствовать.

Что необходимо? У нас неизвестны потребности вообще населения в лекарствах. Почему? Потому что нет форм статистической отчетности субъектов Российской Федерации о



состоянии лекарственного обеспечения в субъектах Российской Федерации. У нас медицинские изделия вообще выключены из процесса стандартизации и клинических рекомендаций, то есть не возникает права пациента на медицинское изделие. Если вы зададите себе вопрос: "А пломбу, например, поставить?" – да, у вас право есть, но без материала, то есть материал не входит никуда. И то же самое – вата, кресла ортопедические, сложные инструменты. Если вы спросите, чем это регулируется, вы не найдете сразу ответа. То есть права не возникает. Поэтому нужно фактически сейчас отвечать на вопрос, каким образом включить медицинские изделия в правовое поле нашей медицинской помощи.

У нас нет такого вида помощи, как стационар на дому. У нас появилась в последнее время паллиативная помощь, что сдвинуло ее с места, и прямо прорыв был, когда это сделали. А на дому как лечить людей, когда любой из нас может лежать несколько дней, – такого вида вообще нет в законе.

Нужно его туда, Виктор Викторович, вносить, для того чтобы как раз дать определение и включить весь механизм помощи.

И это, кстати, дешевле, чем держать человека в стационаре, потому что это очень дорого.

У нас нет погруженности бытовых вещей в тарифы ОМС. Каких? Человек упал с инфарктом на улице, его привезли – нет тапочек, в чем ходить, нет халатов, никаких бытовых вещей. И главные врачи говорят: "Куда я должен?.. Туалетную бумагу как я проведу? Во что включу?"

Я заканчиваю, у меня буквально тут пара пунктов осталась.

У Росздравнадзора к 2019 году был готов проект закона о внесении в КоАП изменений, связанных как раз с контролем качества медицинской помощи (стандарты... вся эта история была).

Но все это было прекращено в связи с разработкой закона об обязательных требованиях, процесс был остановлен. И сегодня у нас только страховые компании контролируют качество медицинской помощи, но, скажем, в своих интересах они о дефектах помощи пациентам не сообщают. Штрафуют – и на этом все заканчивается. Поэтому нам фактически нужно этим заниматься, то есть Росздравнадзору давать эти полномочия.

Очень важный вопрос – требования безопасности по статье 238 Уголовного кодекса. Вопрос: чем регулируются требования безопасности в системе здравоохранения (ну, по тому же закону о защите прав потребителей), где они описаны? И тоже ответа вы не найдете. Я сейчас задаю Минздраву этот вопрос: где требования безопасности? Роспотребнадзору сейчас задал вопрос, он говорит: "Это не наш вопрос". Тогда чей? Где написаны требования безопасности на медицинскую помощь? Фактически ничего такого я не вижу.

И последнее, что я хотел бы сказать. У нас по-прежнему почти в полном объеме в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге действует режим повышенной готовности. Мы с вами здесь сидим и нарушаем указ мэра № 12-УМ от 5 марта 2020 года в связи с COVID. Я серьезно: все действует по полной программе. Не понимаю зачем. Причем уже даже ВОЗ отменила свои режимы, а мы продолжаем находиться практически в состоянии полной отмены наших гражданских прав. На нас с вами должны быть надеты маски, соответствующее расстояние должно быть, и все, что мы с вами испытали, в полном объеме действует, ничего не отменено. Спасибо.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Александр Владимирович, большое спасибо за Ваше выступление.

Сфера здравоохранения вообще должна находиться под пристальным вниманием, как никакая другая, потому что это жизнь, — и детская медицина, и для взрослых, и паллиативная. То есть это все на сегодняшний день очень актуально. Поэтому еще раз большое спасибо.

В рекомендациях давайте мы все-таки отразим те предложения, которые у Вас есть.

**А.В. САВЕРСКИЙ**

Туда уже часть попала. Спасибо.

**В.В. ЗОБНЕВ**

И давайте, наверное, не останавливаться на достигнутом — и двери будут нам открываться.

Большое спасибо еще раз.

Коллеги, у нас еще два выступления.

Александра Григорьевна Андрунакиевич, пожалуйста. Только, пожалуйста, пять минут, потому что мы уже выходим за все регламенты.

**А.Г. АНДРУНАКИЕВИЧ**

Спасибо большое.

Я, по-моему, здесь единственный производитель — представляю производителей легкой промышленности, поэтому хочу вернуться к потребительскому рынку. Мы здесь все обсуждали товары, как защитить наших потребителей, товары, которые поступили уже сюда, на рынок. Мне кажется, надо ставить преграду, по крайней мере по товарам — одежде и обуви, на границе.

Цифры я уже тоже озвучивала, но, учитывая, что у нас представители регионов сегодня присутствуют, хочу сказать... Вот, допустим, обувной рынок — это где-то 550–600 миллионов пар обуви, из них только 120 — российского производства (это 20–

25 процентов), все остальное импорт. Из этого импорта, несмотря на большие усилия, на маркировку, мы оцениваем, 25 процентов — это контрабанда и контрафакт.

Большой проблемой прохождения является казахстанская граница. Хочу обратить внимание (в прошлый раз не было времени), что по договоренности таможенных служб Казахстана и России те машины, которые останавливают с контрабандой, контрафактом и маркированные, возвращаются в Казахстан. И, учитывая границу в 7 тыс. километров, все равно этот товар попадает в прибрежные области и заполнят новосибирский, екатеринбургский, челябинский, оренбургский (и далее по списку) рынки контрабандной продукцией, и здесь (я не говорю о маркировке) от качества можно иногда рыдать.

Поэтому я внимательно посмотрела рекомендации и попросила бы, прежде всего, в них все-таки устроить контроль, обратить внимание на контроль на таможенной границе с Казахстаном. И хочу предложить (мы уже не раз предлагали) пересмотреть эти договоренности, не возвращать контрабандные товары обратно, а конфисковывать, как мы это делаем с другими товарами. Иначе мы никогда вообще не остановимся на этой границе в 7 тыс. километров.

И сейчас прорабатывается постановление правительства о расширении перечня товаров, куда вошли одежда и обувь, согласно которому таможенная декларация должна сопровождаться еще документом соответствия техническому регламенту о безопасности продукции. Я думаю, главное — чтобы это не превратилось в покупку этих деклараций, потому что там весь перечень, весь абсолютно: по одежде, обуви, галантерее и так далее. Это первый вопрос.

И второй вопрос (я его тоже озвучивала уже) – это распространение с сумасшедшей скоростью вот этих "псевдо" – экокожи, экомеха. Это все, конечно, кажется сейчас простыми вопросами, но я бы хотела, чтобы в рекомендациях это тоже как-то отразилось. Мы в третий раз (вот я вижу представителя Минпромторга Сергея Вячеславовича) подали предложения (с пакетом документов) о постановлении о запрете, как во всех странах, в очень многих, где защищают своего потребителя и защищают уникальный товар – кожу натуральную и натуральный мех. Мы вышли снова с пакетом документов, с предложением (с обоснованиями, с расчетами) о запрете этой терминологии в части продажи и маркировки.

Хотела бы предложить для рассмотрения эти два вопроса.

И, Виктор Викторович, еще один момент касается медицины. У нас есть очень хорошая рабочая группа, все сейчас говорили об этом, – может быть, действительно организовать отдельное рассмотрение медицинских вопросов (они всех нас волнуют), а не в общем? Это обязательно надо отдельно рассматривать и приглашать представителей всех соответствующих органов – и Минздрава, и так далее. Спасибо большое.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Александра Григорьевна, большое спасибо и за предложения, и за Ваше выступление. На самом деле давайте мы подумаем совместно. И давайте иницируйте, я поддержу. Хорошо? Хорошо. Я свою поддержку тоже Вам пообещал, поэтому давайте совместно действовать.

И у нас осталось последнее выступление, потом мы подведем итоги, поблагодарим друг друга за сегодняшнюю теплую встречу.

Жигалов Вячеслав Александрович, исполнительный директор ассоциации "Российские автомобильные дилеры".

Вячеслав Александрович, Вам слово.

**В.А. ЖИГАЛОВ**

Спасибо большое, Виктор Викторович.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Вячеслав Александрович пять минут, если можно. Просто мы с вами всё это обсудили.

**В.А. ЖИГАЛОВ**

Я постараюсь по существу...

В завершение сегодняшнего дня мое выступление, в общем-то, перекликается в значительной степени с докладом Олега Владимировича Павлова и отчасти отвечает на просьбу Вячеслава Степановича о конкретных предложениях о способах реализации наших идей, инициатив.

Начну с того, что сошлюсь еще раз на статью 8 закона № 248 о государственном контроле (надзоре), который устанавливает приоритет именно профилактических мероприятий в борьбе с нарушениями прав потребителей. На наш взгляд, это единственно возможный и правильный путь, поскольку, если мы все-таки хотим бороться не с симптомами (уже после того, как нарушения состоялись), а бороться с их причинами, то другого способа, наверное, нет, кроме как разбираться с этими причинами и выработать эффективные профилактические меры.

Безусловно, привычно и просто воспользоваться старой схемой "пришел, проверил, наказал", можно на этой основе строить статистику нарушений и смотреть, как ведет себя дальше бизнес. Но, к сожалению, причины таким способом не устраняются, и мы будем бесконечно бороться с этими последствиями вместо того, чтобы

просто устранить причины нарушений и получить достаточно значимый эффект в оздоровлении всей отраслевой ситуации.

Это, конечно, путь очень трудный (мы, честно говоря, в самом начале этого пути находимся), потому что это требует огромных усилий: нужно вникать глубоко в процессы, которые в отрасли протекают, разбираться в них и очень часто даже выходить за рамки прямого ведомственного подчинения, поскольку у нас бизнес очень сильно связан с различными отраслями, с различными ведомствами, пересекает их границы. Поэтому работа здесь требуется гораздо в большей мере экспертная, и в подавляющем большинстве случаев она должна основываться на экспертном взаимодействии с самим бизнесом, отраслевыми регуляторами, надзорными органами и гражданским обществом.

Что мы предлагаем? Мы предлагаем обозначить целью достижение 100-процентного урегулирования в досудебном порядке всех споров с нашими потребителями. Безусловно, я убежден, что у нас это точно соответствует и государственной политике, и интересам общества, и интересам бизнеса, потому что бизнес зависит от наших потребителей: если они будут довольны, то и бизнес будет рентабельным и устойчивым. И, как следствие, мы преследуем цель — радикальное снижение количества жалоб.

В последнее время нас часто упрекают в том, что, во-первых, профилактические меры не стимулируют бизнес к добросовестности, а во-вторых — что бизнес не проявляет инициативу. Но это далеко не так, поскольку все-таки бизнес у нас очень разный: есть действительно тот бизнес, который производит все эти нарушения, но есть и добросовестная часть, которая стремится к улучшению качества обслуживания потребителей. В частности, Олег Владимирович Прусаков уже упоминал сегодня о

квалифицированном самообследовании, о том, что такая работа ведется.

Два года назад я направлял проект отраслевого чек-листа именно для автомобильного рынка – к сожалению, до сих пор мы результатов, каких-то подвижек в этом направлении не видим (два года прошло). 8 августа на заседании коллегии Роспотребнадзора Анна Юрьевна Попова предложила подписать соглашение о взаимодействии между Роспотребнадзором и нашей ассоциацией – тоже, к сожалению, пока это не реализовано. Но другой площадки, для того чтобы сесть в экспертном порядке, в рабочем порядке и начать прямой профессиональный диалог, мы не видим. Мы не можем, к сожалению, внедрить те меры, которые предлагаем, без помощи регулятора.

Что мы конкретно имеем в виду?

Во-первых, это то самое экспертное взаимодействие, которое мы должны непрерывно осуществлять. Роспотребнадзор говорит о большом количестве жалоб, которые поступают в том числе на наших коллег из автомобильного бизнеса. К сожалению, мы не видим этой статистики, мы не знаем, на что жалуются, какие именно случаи, и не имеем, естественно, возможности принять это к исполнению и как-то отрегулировать свою собственную деятельность на основе вот этой статистики и анализа. У нас есть такая статистика: мы удовлетворяем в досудебном порядке более 92 процентов претензий клиентов. У нас ведется большая, системная работа, поскольку это технически сложный товар, это не просто договоры купли-продажи, это еще и сервисное обслуживание, гарантийные обязательства и много-много всяких нюансов, с которыми нужно, безусловно, работать.



Следующая инициатива – это разработка и внедрение отраслевого соглашения о саморегулировании. Думаю, что здесь тоже не будет возражений, если я буду утверждать, что этот механизм гораздо более эффективный, гибкий и оперативный, чем принятие нормативных актов, а тем более законов. Мы знаем, какой трудный и долгий путь проходят эти документы, а отраслевое саморегулирование именно в том числе и предвосхищает какие-то будущие проблемы в нашей отрасли. Мы можем это быстро менять так, как мы это видим, совместно с регулятором. И здесь не требуется никаких сверхъестественных усилий, здесь нужно просто наладить вот этот механизм. А для этого нужно сделать первый шаг, а именно подписать соглашение о саморегулировании и начать работу, сделать уже практические шаги.

И последнее предложение – это введение в закон нормы об учете амортизации автомобилей в тех случаях, когда потребитель имеет на это право (допустим, неустранимый производственный дефект). Сейчас именно наличие нормы о том, что бизнес должен выплатить полную стоимость нового автомобиля (и разница в цене достигает нескольких миллионов рублей), и является камнем преткновения и ведет обе стороны в суд: бизнес – за защитой своих интересов (поскольку еще нет доказательств того, что бизнес должен нести такую ответственность), а потребитель очень часто идет в суд, для того чтобы получить очень большую выгоду. Если мы вспомним, что там еще есть и штрафные санкции, и пени – есть масса примеров, когда сумма иска в десятки раз превышает стоимость автомобиля. И, конечно, это неприемлемый ущерб для бизнеса, поскольку это никак не соразмерно с тем ущербом, который имеет потребитель. Так вот, введение такой нормы будет тем самым мотивирующим фактором, который абсолютно точно будет

стимулировать бизнес к добросовестному поведению, а именно к участию в таких соглашениях о саморегулировании, к проведению квалифицированного самообследования и так далее.

Мы не просим снизить меры ответственности – мы просим учесть вот этот фактор как достаточное и необходимое условие для оздоровления в целом ситуации на нашем рынке. И здесь я бы хотел предложить дополнить пункт 7 рекомендаций, который касается Роспотребнадзора (здесь говорится о развитии института медиации), именно ссылкой на развитие также института саморегулирования участников отрасли, а также поддержкой культуры публичной доказательной добросовестности, которая в том числе основана и на квалифицированном самообследовании, когда бизнес раскрывает свои внутренние процессы, показывает обществу, как он работает с претензиями, как он заботится о качестве обслуживания и что он готов воспринимать всю критику конструктивно и вносить соответствующие исправления.

И в заключение я хочу проиллюстрировать то, что я сказал, теми событиями, которые прямо сейчас у нас на рынке происходят. Мы все знаем (наверняка вы слышали), что у нас автомобильный рынок крайне тяжелый, он находится в сложной ситуации по-прежнему. Это одна из самых сложных отраслей в экономике: снижение курса рубля, плюс повышение утильсбора, плюс существенно подорожавшие кредиты, практически уже недоступные. И мы видим, что в ноябре клиентский трафик наших дилерских центров снизился до 30 процентов – это очень сильное снижение спроса.

В то же время у нас производители имеют абсолютно подавляющую, ничем не ограниченную власть над своей дилерской сетью, и они в настоящее время (в основном сейчас касается это

китайских товарищей) под угрозой расторжения дилерского контракта заставляют выкупать партии товара, которые рынку сейчас не нужны, то есть избыточные, избыточный товар. Запасы растут, повышаются расходы, рентабельность продаж, естественно, при этом падает – возникает проблема.

Вот именно сейчас мы находимся в процессе подписания планов продаж на следующий год. Так вот, если просуммировать все планы, которые нам предложены (и я подчеркну: мы не можем от них отказаться никак, ни уменьшить, ни как-то изменить), они составляют порядка 2 миллионов единиц, при этом рынок примет, скорее всего, порядка 1 миллиона. То есть у нас уже сейчас закладывается давление плана, двукратно превышающего спрос. Это неизбежно приведет к ценовой конкуренции. Дилеры под страхом опять же расторжения контракта и во избежание издержек будут вынуждены продавать автомобили в убыток и компенсировать эти убытки "предложением" (я в кавычки заключаю) клиентам дополнительных финансовых, товарных и иных услуг. То есть мы с вами вернемся в ситуацию 2019 года, откуда, в общем-то, и произошла вот эта вся волна борьбы с навязанными услугами, которой мы занимаемся уже четыре года, а рынок уже сделал такой полный круг, дважды радикально поменялся, и будет третья смена в следующем году.

Я уже сейчас могу сказать, что нас ждет весной всплеск жалоб о навязывании дополнительных услуг. А причина, которая к этому приводит, – та, что я сейчас назвал. И мы можем именно такую ситуацию включить в перечень факторов риска, поскольку понимаем, что произойдет. Когда поступят жалобы в Роспотребнадзор, пройдет уже полгода и больше и будет уже поздно, потому что проблема уже свершится.

Закljučая свое выступление, я предлагаю все-таки системно подходить, не ограничиваться ведомственными границами, поскольку Роспотребнадзор, конечно, не отвечает за развитие конкуренции, но также и ФАС не отвечает за потребительский рынок, к сожалению. Но проблема лежит в плоскости, которая пересекается со всеми этими ведомствами. Спасибо большое.

### **В.В. ЗОБНЕВ**

Вячеслав Александрович, большое спасибо.

На самом деле тему автомобильного рынка мы поднимаем уже не первый раз в рамках Совета Федерации, поэтому давайте подумаем, как все-таки на эту тему обратить более углубленное внимание. Но, мне кажется, если рынок способен "съесть" миллион, а вы берете 2 миллиона или вам навязывают 2 миллиона, здесь, естественно, конкуренция будет жесткой и прямо толкание плечами будет очень серьезное, поэтому надо повоевать, и вам в том числе.

Хотел еще Олег Владимирович сказать.

Пожалуйста, Вам слово.

### **О.В. ПАВЛОВ**

Виктор Викторович совершенно справедливо обратил внимание, предвосхитив то, что я хотел сказать. То есть действительно тут (то, о чем Вы говорите) большинство проблем завязано именно на пассивную позицию дилерского сообщества в отношениях с импортерами. И мы с вами в том числе неоднократно это обсуждали, и многие проблемы, на которые Вы обращаете внимание, в том числе связанные со стоимостью автомобиля, с возвратом полной стоимости, решаемы, но они решаемы не за счет потребителя, а они решаемы за счет импортеров.

Кстати, я помню, были совещания и в Роспотребнадзоре, и с Роспотребнадзором, и они подтверждали готовность поддерживать

вас в тех инициативах, когда не будет ущемляться потребитель, а, скажем так, бремя ответственности будет частично распределяться с импортером. Но тут обязательно нужна воля с вашей стороны, о чем совершенно справедливо сказал Виктор Викторович. Только так вы сможете, скажем так, скорректировать для себя и планы продаж, и размеры выплат потребителям при возврате денег. И здесь мы тоже готовы быть вашими союзниками.

А то, что Вы нам угрожаете повторением 2019 года, – это Вы зря. Тут, знаете, у нас уже тоже есть инструменты, чтобы с этими допущениями расправляться.

**В.А. ЖИГАЛОВ**

Это предсказание.

**В.В. ЗОБНЕВ**

Я, подводя итоги, хотел бы всех поблагодарить за сегодняшнюю работу, за те рекомендации, которые мы получили. Мы практически коснулись очень многих отраслей – и здравоохранения, и сельского хозяйства, и продуктов питания, и маркетплейсов, и так далее. Но есть самая животрепещущая тема (вот, честно говоря, это то, в чем я готов поддержать Александра Владимировича) – это здравоохранение. Эта тема – это и долголетие нации, и в принципе молодое поколение, и детство, и материнство, и все, что с этим связано.

Я хотел бы поблагодарить всех представителей министерств и ведомств за участие в сегодняшних слушаниях.

Сергей Федорович, отдельно – Вас. Вы у нас от Государственной Думы один (хотя Вам знакомы и эти стены, и те). Я знаю, что Вы очень хорошие предложения для включения в рекомендации даете.

Если нет каких-то принципиальных вопросов, еще раз большое спасибо. До новых встреч!

---