



**ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА ПО НАДЗОРУ
В СФЕРЕ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
И БЛАГОПОЛУЧИЯ ЧЕЛОВЕКА
(РОСПОТРЕБНАДЗОР)**

Вадковский пер., д. 18, стр. 5 и 7, г. Москва, 127994
Тел.: 8 (499) 973-26-90, Факс: 8 (499) 973-26-43
E-mail: info@rospotrebnadzor.ru
http://www.rospotrebnadzor.ru
ОКПО 00083339 ОГРН 1047796261512
ИНН 7707515984 КПП 770701001

Судье Конституционного Суда
Российской Федерации

08.11.2022 № 02/21878-2022-33

На № 852 от 06.10.2022

О предоставлении позиции по жалобе
гражданина [REDACTED]

Уважаемый [REDACTED]

Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, рассмотрев Ваше обращение, факт направления которого является для Роспотребнадзора знаком уважения со стороны Конституционного Суда Российской Федерации к той работе, которая проделана Службой в рамках выработки государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере защиты прав потребителей, по существу поставленных в нем вопросов сообщает следующее.

Начиная с 2019 года в адрес Роспотребнадзора (его территориальных органов) (например, в Оренбургской области за указанный период поступило более 200 обращений по таким фактам, в Свердловской области более 400 обращений) стали массово поступать обращения потребителей, содержащие жалобы на действия хозяйствующих субъектов, осуществляющих реализацию транспортных средств, выразившиеся в аннулировании скидки, полученной потребителем при заключении договора купли-продажи автомобиля.

Анализ поступающих обращений и сопутствующих к ним материалов позволяет констатировать, что применяемые в данном сегменте потребительского рынка практики так называемой «отмены скидок» зачастую становятся основным предметом обращений граждан в Роспотребнадзор и являются «обычными» для автодилеров.



Рассмотрение обращений граждан показало, что на потребительском рынке применяется большое количество разнообразных недобросовестных практик, направленных на завышение конечной стоимости сделки, при обращении покупателя к продавцу с намерением приобрести транспортное средство.

В связи с этим Роспотребнадзор неоднократно обращал внимание на проблему дискредитации базового права потребителя на получение достоверной информации о цене товара (в данном случае – автомобиля) при «пакетировании» товаров и услуг в одну взаимосвязанную сделку.

Более того, в связи с наличием у потребителя предусмотренной законом (статьи 16, 32 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», статьи 7 Федерального закона от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)») обеспечивающей право потребителя на отказ от приобретенных услуг без несения дополнительных расходов) возможности отказаться от дополнительных услуг (таких как страхование, услуги по предоставлению кредита и др.), проданных потребителю при заключении договора купли-продажи, получили распространение также практики, направленные на придание юридической легитимности схемам, связанным с лишением потребителя одного из фундаментальных прав на свободу договора.

Результаты контрольной (надзорной) деятельности Роспотребнадзора свидетельствуют о том, что в целях «лишения» потребителя права на отказ от дополнительных услуг в договоры с потребителями изначально включаются условия, ущемляющие их права, в частности такие, которые устанавливают зависимость цены автомобиля от приобретения дополнительных услуг и позволяют нивелировать хозяйствующему субъекту финансовые и юридические риски отказа потребителя от дополнительных услуг путем изменения ценовых условий договора купли-продажи в одностороннем порядке.

При этом публичное размещение продавцом информации о стоимости товара (автомобиля) без так называемой «скидки» (в случаях, когда она предусмотрена), а также без указания затрат на приобретение дополнительных услуг существенно



затрудняет выбор потребителя, поскольку делает невозможным сравнение с реальной ценой товара (автомобиля).

Как следствие продолжения практики сокрытия информации о конечной цене товара в ходе контрольных (надзорных) мероприятий, зачастую, устанавливаются факты, что в договорах с потребителями также отсутствуют полные сведения о стоимости дополнительных платных услуг, приобретением которых обусловлено предоставление продавцом скидки при покупке товара (см. дела № А07-5553/2022, № А65-22695/2021, № А65-21393/2021, № А60-35049/2021, № А56-189/2022, № А56-23236/2022 и др.).

Таким образом, материалами административных производств подтверждается, что при заключении с потребителем договора купли-продажи и иных договоров отсутствует прозрачность ценовых условий взаимосвязанных сделок. Указанное явление приобрело массовый характер.

Очевидно, что при однозначном законодательном запрете навязывать дополнительные товары и услуги при приобретении изначально интересующих потребителей товаров и услуг (статья 16 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон № 2300-1)), предложение любого хозяйствующего субъекта заключить несколько договоров на приобретение различных по своим потребительским свойствам товаров и услуг не должно сопровождаться их обязательным объединением в одну сделку. Такое «пакетирование» товаров и услуг возможно только при условии, что все входящие в соответствующую сделку товары и услуги сами по себе обладают полезными потребительскими свойствами и востребованы потребителем (то есть он выразил деятельное согласие на их приобретение). Кроме того, согласно выработанной позиции (информационное письмо Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 13.09.2011 № 146) связывание товаров и услуг в одну сделку должно сопровождаться обязанностью хозяйствующего субъекта предложить интересующую потребителя услугу к приобретению без дополнительных услуг (при этом стоимость такой отдельной услуги может быть выше, чем в «пакете» связанных



услуг, но ценообразование при этом не должно носить дискриминационный характер).

Указанное означает, что во всех случаях, когда потребителем при приобретении одного товара или услуги (в рассматриваемом случае – автомобиль) заключено в один день во взаимосвязи между собой несколько договоров, такая сложная сделка должна рассматриваться на предмет отсутствия порока воли, то есть наличия действительного согласия потребителя на приобретение дополнительных услуг (на заключение всех договоров).

В правоприменительной практике выработаны подходы к определению обстоятельств, которые указывают на сомнение в наличии свободной воли потребителя как слабой стороны договора. Это отказ потребителя от дополнительных услуг в короткий период, наличие прямых или косвенных доказательств того, что потребитель действовал под угрозой применения к нему негативных последствий (отказ в заключении договора, неприменение скидки на товар или услугу, взыскание с потребителя убытков или неустойки и т.п.), заблуждение потребителя относительно природы сделок, потребительских свойств или наличия у него права отказаться от их заключения.

В этой связи предоставление скидки на товар при условии заключения дополнительных договоров само по себе не рассматривается как нарушение права потребителя на свободу договора лишь при соблюдении следующих условий: у потребителя была заинтересованность в приобретении дополнительных услуг по причине их потребительской ценности (а не в связи с таким вынужденным обстоятельством как предоставление скидки на основной товар), а также возможность приобрести товар (автомобиль) на недискриминационных условиях, в том числе по такой цене, которая является справедливой (рыночная цена, цена, объявленная в рекламе, в публичной оферте или в информационных материалах на сайте продавца, изготовителя или уполномоченных на формирование цены лиц).

В противном случае сделка, связанная с предоставлением скидки, должна рассматриваться как обременительная, поскольку она будет направлена на создание



формальной видимости свободного приобретения потребителем дополнительных услуг.

Более того, еще одним критерием обременительности сделки, по мнению Роспотребнадзора, является тот факт, что договоры розничной купли-продажи являются публичными (статья 426 Гражданского кодекса Российской Федерации), соответственно, цена товаров по общему правилу должна быть одинаковой для всех потребителей (за исключением случаев, когда законом и иными правовыми актами допускается предоставление льгот для отдельных категорий потребителей).

Согласно положениям пункта 3 статьи 40 Налогового кодекса Российской Федерации при определении рыночной цены учитываются обычные при заключении сделок между независимыми лицами надбавки к цене или скидки. В частности, учитываются скидки, вызванные:

- сезонными и иными колебаниями потребительского спроса на товары (работы, услуги);
- потерей товарами качества или иных потребительских свойств;
- истечением (приближением даты истечения) сроков годности или реализации товаров;
- маркетинговой политикой, в том числе при продвижении на рынки новых товаров, не имеющих аналогов, а также при продвижении товаров (работ, услуг) на новые рынки;
- реализацией опытных моделей и образцов товаров в целях ознакомления с ними потребителей.

Следовательно, размер скидки в публичных договорах, зависящий от индивидуальных качеств покупателя, от наличия или отсутствия у него договорных отношений с третьими лицами, может носить дискриминационный характер.

Учитывая, что главной целью деятельности любой коммерческой организации является получение прибыли, соответственно наиболее вероятным и логичным объяснением таких действий является получение агентского вознаграждения за «посреднические услуги» по поиску клиентов для страховых и кредитных организаций, которое, как правило составляет примерно 2-10 % от суммы кредита,



45-85 % от страховой премии при оформлении страхования жизни и здоровья заемщика, 90-95 % от стоимости страховки GAP (Guaranteed Asset Protection – гарантированное сохранение стоимости) (данные с сайта <https://frankrg.com/43627>) и комиссии за другие услуги, входящие в «пакет».

Так, например, если предположить, что автосалон получает в качестве прибыли не только цену проданного товара со скидкой, но еще и агентское вознаграждение, то его выгода очевидна, учитывая, что предоставляемые в салонах автодилеров услуги по страхованию, как правило, завышены в цене по сравнению с существующим в данном регионе ценовым диапазоном тех же услуг.

Например, страхование КАСКО для одного и того же автомобиля в офисе дилера будет стоить около 70 000 рублей, а за пределами офиса автодилера тот же покупатель на тех же условиях сможет оформить подобный договор за 35 000 рублей или страхование жизни и здоровья в офисе дилера будет стоить около 60 000 рублей, а за пределами офиса автодилера 6 000 рублей – год (данные с сайтов: https://www.ingos.ru/health_life/ns/calc, banki.ru).

Такая цена посреднических услуг, связанная с основной потребительской сделкой, порождает для потребителя необоснованно высокие дополнительные расходы.

Для потребителя по договору, рассматриваемому в конкретном случае, расходы составили:

- договор добровольного страхования жизни и здоровья на 921 289,85 рублей (автосалон выступает посредником такой сделки и берет себе часть от уплаченной суммы) на 2 года – 59 884 рубля (при этом рыночная стоимость такой страховки составляет не более 6 000 рублей);

- договор имущественного страхования – КАСКО (автосалон – посредник) 62 634 рублей 85 копеек (при этом страховая умудрилась дополнительно навязать еще одно страхование от несчастных случаев за 515 рублей, хотя жизнь и здоровье клиента уже были застрахованы на 921 289,85 рублей);

- добровольное имущественное страхование – GAP (схема та же, автосалон – посредник) составляет 26 400 рублей (договор GAP – это покрытие убытков только в



случае угона или тотальной аварии. Поскольку КАСКО будет выплачиваться способом, при котором стоимость выплаты уменьшается с износом – каждый день или каждый месяц, то полная сумма по КАСКО (при угоне) не покроет покупку нового авто. GAP эту разницу частично восполняет. Но все эти услуги не работают, если автомобили дорожают на 50 или 100% за год. По мнению Роспотребнадзора, это слишком дорого, учитывая низкую вероятность срабатывания такой страховки и совсем небольшое (198 000 рублей) покрытие, которое она обеспечивает);

- заключение с автосалоном договора купли-продажи бывшего в употреблении автомобиля Renault Duster (год выпуска) 2014 – скидку по программе «Трейд ин» в размере 70 000 рублей;

- подключение услуг «СМС-информатор» составило 4 740 рублей;

- помощь на дорогах – 10 000 рублей.

Итого сумма расходов потребителя на дополнительные услуги, оформленные в офисе хозяйствующего субъекта, составила 234 173,85 рублей.

При этом, при самостоятельном выборе этих же или подобных им услуг, исходя из рыночной их стоимости, они обошлись бы потребителю не более 100 000 рублей (расчеты приведены на основе публичных сведений о цене указанных услуг, размещенных на сайте banki.ru, созданном для сравнения цены и иных условий финансовой сделки).

Указанное явно свидетельствует об отсутствии экономической выгоды для потребителя при приобретении дополнительных услуг при участии автосалона, а сама сделка на подобных условиях заключается, как правило, без предоставления необходимой информации о цене или под угрозой наступления негативных последствий в виде отказа от заключения реально интересующего потребителя договора на приемлемых для него условиях.

Кроме того, «размытие» цены товара между взаимосвязанными сделками, в каждой из которых продавец получает выгоду (вознаграждение) усложняет для потребителя процесс возврата всех своих расходов, связанных с приобретением основного товара (автомобиля) при выявлении в нем недостатков и заявлении требований о расторжении договора купли-продажи. Осложняя сделку

дополнительными затратами, продавец тем самым создает условия для снижения своих издержек, поскольку каждая дополнительная сделка оформляется, как правило, отдельным соглашением и суды могут рассматривать ее как расходы, не связанные с договором купли-продажи (например, страхование жизни, услуги телемедицины, помощь на дороге, юридические услуги и т.п.).

Учитывая, что многие сделки с участием потребителей заключаются на основе договоров, отнесенных Гражданским кодексом Российской Федерации (далее – ГК РФ) к публичным (статья 426 ГК РФ), то есть они совершаются априори на условиях, определенных экономически сильной стороной в обязательстве, при этом потребитель если и имеет возможность влиять на условия сделки, то только на ту их часть, которая объективно связана с выбором потребителя (ассортимент, количество, сроки, место доставки и т.п.), к потребительским правоотношениям (даже безотносительно к публичному/непубличному статусу фактического договора) в полной мере применимы положения о договоре присоединения, о котором говорится в пункте 1 статьи 428 ГК РФ.

При этом пункт 2 статьи 428 ГК РФ, формулируя правила о признании того или иного условия договора обременительным, исходит из наличия у присоединившейся стороны договора возможности участия в определении его условий. Данные общие правила сформулированы для равных участников гражданских правоотношений, не выделяя особенности для сделок с участием потребителя, который изначально является слабой стороной в обязательстве и нуждается в особой защите своих прав.

Неслучайно в практике Роспотребнадзора с 2005 года практически не встречались случаи, когда потребители реально имели бы возможность заключать с хозяйствующим субъектом договоры по совместно разработанной ими форме, не говоря уже о заключении сделки на условиях, определенных потребителем, к которой бы присоединился хозяйствующий субъект.

Роспотребнадзору также неизвестны случаи, когда потребители имели возможность вносить какие-либо принципиальные изменения в предложенную продавцом форму договора купли-продажи транспортного средства, поскольку самая мягкая реакция на них будет заключаться в утверждении сильной стороны о том, что



это договор публичный, а значит, он должен быть одинаков для всех и форму менять нельзя.

Тезис об отсутствии возможности для граждан влиять на содержание заключаемых ими договоров изложен также в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации (постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 23.02.1999 № 4-П «По делу о проверке конституционности положения части второй статьи 29 Федерального закона от 3 февраля 1996 года «О банках и банковской деятельности» в связи с жалобами граждан О.Ю. Веселяшкиной, А.Ю. Веселяшкина и Н.П. Лазаренко»), который закрепил, что гражданин как экономически слабая сторона в этих правоотношениях нуждается в особой защите своих прав, что влечет необходимость в соответствующем правовом ограничении свободы договора и для другой стороны.

Между тем, суды, ссылаясь на положения пункта 2 статьи 428 ГК РФ, при рассмотрении споров с потребителями о навязывании дополнительных услуг возлагают на слабую сторону правоотношений обязанность доказывания обстоятельств, свидетельствующих о невозможности отказаться от приобретения дополнительных услуг, что концептуально, по мнению Роспотребнадзора, является неверным, поскольку потребитель, обращаясь к хозяйствующему субъекту (экономически сильной стороне договора) за приобретением товаров (работ, услуг) исходит из добросовестности осуществления им предпринимательской деятельности (добросовестность участников гражданских правоотношений и разумность их действий предполагаются (пункт 5 статьи 10 ГК РФ); обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 3 (2020), утвержденный Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 25.11.2020; обзор судебной практики Верховного Суда Российской Федерации № 4 (2017), утвержденный Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 15.11.2017 (пункт 4)) и на стадии заключения договора не должен предполагать, что хозяйствующий субъект действует недобросовестно в ущерб интересам потребителя.

Поэтому потребитель, изначально вступая в правоотношения с продавцом (исполнителем), не обладая специальными познаниями (обзор судебной практики по



делам, связанным с защитой прав потребителей финансовых услуг, утвержденный Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 27.09.2017), выражает доверие к его профессиональной деятельности, не предполагает о возможном совершении в отношении него противоправных действий и в последующем лишен возможности доказать ущемление его прав.

Тем более, следует учитывать, что по данным опроса ВЦИОМ только 69 % граждан в общих чертах знают, что их потребительские права защищены законом (данные на 2019 год, более поздние данные социальных опросов в Российской Федерации отсутствуют, при этом Роспотребнадзор полагает, что указанные данные являются актуальными и на 2022 год).

С правилом о добросовестности осуществления гражданских прав, закрепленным в статье 10 ГК РФ, корреспондируются нормы Закона № 2300-1 (статьи 16, 19), освобождающие потребителя от доказывания отдельных фактов (пункт 28 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей») (например, от причины возникновения недостатков товара (работы, услуги) в период действия гарантийного срока и др.).

Таким образом, для потребительских сделок не должно применяться правило об обязанности доказывания обстоятельств (сбора доказательств) возможности участвовать в определении условий договора (пункт 2 статьи 428 ГК РФ) ввиду явных неравных переговорных возможностей участников такой сделки, а также ввиду того факта, что потребительские отношения изначально основываются на доверии сторон, в силу чего в обычной деловой практике потребитель, заключая договор, не прибегает к сбору каких-либо доказательств нарушения его прав.

Действующее правоприменение указанной нормы фактически приводит к отказу в судебной защите (часть 1 статья 46 Конституции Российской Федерации) и к нарушению принципа равенства перед законом и судом (часть 1 статьи 19 Конституции Российской Федерации), поскольку само содержание этой нормы позволяет ограничиваться формальным подтверждением наличия условий договора и, следовательно, не гарантирует должную защиту прав граждан в судах.



Отсутствие в Гражданском кодексе Российской Федерации дополнительной законодательной конкретизации, предусматривающей, что при участии в подобных сделках гражданина – потребителя, применяются положения специального закона, которым бремя доказывания возлагается на сильную сторону в обязательстве, закладывает предпосылки для произвольного истолкования правоприменителем пункта 2 статьи 428 ГК РФ, что приводит к нивелированию выводов Конституционного Суда Российской Федерации (постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 23.02.1999 № 4-П «По делу о проверке конституционности положения части второй статьи 29 Федерального закона от 3 февраля 1996 года «О банках и банковской деятельности» в связи с жалобами граждан О.Ю. Веселяшкиной, А.Ю. Веселяшкина и Н.П. Лазаренко») об отсутствии возможности для граждан влиять на содержание заключаемых ими договоров.

По мнению Роспотребнадзора, при толковании тех или иных норм гражданского законодательства, затрагивающих интересы потребителя, должен учитываться общий подход законодательства о защите прав потребителей, основанный в том числе на зарубежной практике, согласно которому договорное условие, которое не является согласованным в индивидуальном порядке, признается несправедливым, если вопреки требованиям доброй совести оно приводит к значительному дисбалансу в вытекающих из договора правах и обязанностях в ущерб потребителю, условие не признается согласованным в индивидуальном порядке во всех случаях, когда оно было подготовлено заблаговременно, и потребитель, таким образом, не имел возможности повлиять на его содержание, в частности, в контексте предварительно составленного типового договора (директива № 93/13/ЕЭС Совета Европейских сообществ «О несправедливых условиях в договорах с потребителями», принятая в г. Люксембурге 05.04.1993).

Такой подход к рассмотрению споров с участием потребителя позволит оценивать суду договорные условия не только с формальной, но и с содержательной точки зрения, а именно с точки зрения баланса прав и обязанностей потребителя (слабой стороны) и профессионала.



Пункт 3 статьи 428 ГК РФ, по мнению Роспотребнадзора, не может применяться к потребительским правоотношениям, поскольку переговорные возможности потребителя ограничены только теми условиями, которые заведомо связаны с выбором потребителя (ассортимент, количество, сроки, место доставки и т.п.).

Еще в 2013 году в средствах массовой информации широко освещался случай, когда потребитель получил от банка предложение заключить договор и, прочитав условия, клиент решил, что они его не устраивают, после чего предложил банку свои условия договора (<https://www.vedomosti.ru/finance/articles/2013/08/07/zaemshik-perepisal-usloviya-dogovora-banka-tinkova-i>), за что получил от банка обвинения в мошенничестве и угрозы привлечения к уголовной ответственности.

Именно невозможность со стороны потребителя влиять на содержание договора привела к тому, что на основании поручения Президента Российской Федерации от 25.05.2017 № Пр-1004ГС была подготовлена и принята новая редакция статьи 16 Закона № 2300-1, действующая с 1 сентября 2022 г. (Федеральный закон от 01.05.2022 № 135-ФЗ «О внесении изменения в статью 16 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»).

Положения пункта 1 статьи 16 Закона № 2300-1 предусматривают ничтожность недопустимых условий договора, поименованных в пункте 2 статьи 16 Закона № 2300-1, то есть не соответствующих актам, содержащим нормы гражданского права, обязательные для сторон при заключении и исполнении публичных договоров (статья 3, пункты 4 и 5 статьи 426 ГК РФ), а также условия сделки, при совершении которой был нарушен явно выраженный законодательный запрет ограничения прав потребителей (не требуют признания таковой судом).

Пункты 1 и 2 статьи 16 Закона № 2300-1 применяются в тех случаях, когда недопустимые условия договора явно прописаны в договоре с потребителем.

При этом пункт 2 статьи 428 ГК РФ, как и положения пункта 3 статьи 16 Закона № 2300-1 предполагают оспоримость сделок, то есть сделок, совершенных на условиях, которые хотя явно и не противоречат императивным требованиям



нормативных правовых актов, но являются обременительными для присоединившейся стороны (требуют признания таковой судом).

Таким образом, статья 16 Закона № 2300-1 закрепляет перечень ничтожных условий, а применение пункта 2 статьи 428 ГК РФ, по своей сути, должно быть дополнительным инструментом защиты интересов потребителя, зависящей от содержания договорных условий, расширяющим возможности оспаривания несправедливых условий договора без возложения на экономически слабую сторону обременений в виде обязанности доказывания юридически значимых обстоятельств.

По мнению Роспотребнадзора отказ потребителя от одной или нескольких дополнительных услуг в рамках обстоятельств, подобных рассматриваемому делу, не может формировать рисков возникновения убытков для хозяйствующего субъекта, если он действовал добросовестно и не допускал манипулирование информацией о цене товара.

При этом последствия (в том числе в виде дополнительных расходов и выплат), возникшие вследствие нарушения прав потребителей, не могут квалифицироваться как убытки, поскольку возможность возмещения которых, предусмотренная статьей 15 ГК РФ, подразумевает нарушение законного права стороны договора, которая в силу статьи 10 ГК РФ действовала добросовестно.

Дополнительно следует отметить, что в соответствии с пунктом 1 статьи 314 ГК РФ обязательство должно быть исполнено в определенный договором срок. Заключив договор, стороны приступают к его исполнению, которое включает в себя передачу покупателю проданного товара (обязанность продавца) и его оплату и принятие (обязанность покупателя). Других обязанностей сторон договор купли-продажи не предусматривает (пункт 1 статьи 454 ГК РФ).

Под исполнением обязательства понимается совершение должником действий, которые влекут удовлетворение потребностей кредитора посредством предоставления ему тех благ, в получении которых он заинтересован: передача вещи, выполнение работы, оказание услуги (постановление Президиума ВАС РФ от 25.07.2011 № 3108/11 по делу № А29-2949/2010).



Согласно пункта 1 статьи 408 ГК РФ надлежащее исполнение прекращает обязательство.

Момент окончания исполнения обязательств определяется существом самого обязательства. Например, исполнение обязательства покупателя по договору купли-продажи оканчивается с передачей продавцу денег (зачислением их на счет обслуживающего продавца банка) (определение Верховного Суда РФ от 06.09.2019 № 305-ЭС19-11113 по делу № А40-64793/2018).

Таким образом, после оплаты покупателем стоимости полученного автомобиля обязательство покупателя считается исполненным, а его обязанности по договору прекращаются исполнением. После исполнения договора обеими сторонами условия договора уже не могут быть нарушены, так как стороны свободны от требований по их соблюдению.

Пунктом 2 статьи 424 ГК РФ предусматривается возможность изменения цены товара и после заключения договора в случаях и на условиях, предусмотренных договором, законом либо в установленном законом порядке. Однако данная правовая норма предполагает возможность изменения цены после заключения договоры, а не ее изменение после исполнения обязанностей по договору, поскольку лишает сторону, уже исполнившую обязательство (покупателя), права на определенность и стабильность правоотношений.

Указанное толкование должно учитываться в предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта и быть направлено на исключение недобросовестных практик, связанных с навязыванием не востребованных (не нужных) потребителю дополнительных услуг и воспрепятствованием отказу от них.

Учитывая вышеизложенное, надеемся на то, что выраженная в настоящем письме позиция будет Вами востребована и послужит формированию прочного практического фундамента для стабильного развития законодательства о защите прав потребителей и его системного, справедливого толкования.

Руководитель

