

Безопасные товары, уверенные потребители: почему девиз 2026 года касается каждого.

15 марта - не просто дата в календаре. Это день, когда мировая общественность вспоминает о фундаментальных правах, которые есть у каждого из нас с момента совершения самой обычной покупки. Ежегодно Всемирный день прав потребителей проходит под определенным девизом, который задает тон глобальной дискуссии. В 2025 году мир размышлял о справедливом переходе к устойчивому образу жизни. В 2026 году фокус сместится на основу основ потребительских отношений - безопасность. Девиз, объявленный Всемирной организацией потребителей (Consumers International), звучит так: «Безопасные товары, уверенные потребители» (Safe Products, Confident Consumers).

Почему эта тема становится центральной именно сейчас? Ответ лежит на поверхности нашей повседневной жизни, в глобальном цифровом пространстве, где границы рынков стерты, а контроль за качеством усложнился.

Исторический контекст: от речи Кеннеди до глобальных стандартов.

Права потребителя - не абстрактная философская концепция. Их современное понимание берет начало 15 марта 1962 г., когда президент США Джон Ф. Кеннеди впервые сформулировал четыре базовых права: на безопасность, на информацию, на выбор и быть услышанным. Именно эта дата стала днем ежегодного международного праздника.

Позже Всемирная организация потребителей (Consumers International), основанная в 1960 г., дополнила этот список, включив право на возмещение ущерба, потребительское образование, удовлетворение базовых потребностей и, что крайне важно, право на здоровую окружающую среду. В 1985 г. Генеральная Ассамблея ООН приняла руководящие принципы защиты интересов потребителей, закрепив эти права на международном уровне. В России этот день широко отмечается с 1994 г., и каждый год Роспотребнадзор проводит масштабную информационную кампанию, соответствующую глобальной теме.

2026 год: Почему безопасность товаров — глобальный вызов?

Тема 2026 года выбрана не случайно. В эпоху онлайн-торговли и глобальных цепочек поставок проблема безопасности продукции достигла нового масштаба. По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), опешомляющие 87% отозванных или запрещенных товаров все еще доступны для покупки в интернете. Многие страны, особенно с низким уровнем доходов, не имеют надежных правовых рамок, защищающих граждан от некачественной и опасной продукции.

Последствия небезопасных товаров - это не просто испорченное настроение. Это:

- Угроза жизни и здоровью. От детских игрушек с токсичными красителями до электроники, вызывающей пожар.
- Подрыв экономического доверия. Когда потребитель теряет уверенность, страдает вся рыночная система.
- Глобальное неравенство. Бремя некачественных товаров непропорционально ложится на наиболее уязвимые слои населения по всему миру.

Кампания 2026 года ставит перед собой амбициозные цели: привлечь внимание к этой проблеме, поддержать развитие международных стандартов и усилить сотрудничество между потребителями, бизнесом и регуляторами.

Российская повестка: от экологии к безопасности в единой системе защиты.

Российская Федерация, как участник международного потребительского движения активно интегрирует глобальные темы в национальную повестку. Годом ранее, в 2025 году, акцент делался на устойчивом развитии и экологии. Роспотребнадзор, следуя девизу «Справедливый переход к устойчивому образу жизни», разъяснял гражданам принципы разумного потребления, энергосбережения и важность выбора экологичных товаров. Власти подчеркивали, что переход к «зеленой» экономике не должен ущемлять базовые права потребителей, а наоборот, расширять их возможности.

Эта работа ведется в рамках государственной стратегии. Например, Энергетическая стратегия Российской Федерации на период до 2035 г. предусматривает меры по переходу на экологичные виды топлива и повышению энергоэффективности, что напрямую влияет на потребительский рынок и качество жизни.

В 2026 году логично ожидать, что фокус Роспотребнадзора сместится на мониторинг рынка, контроль безопасности товаров (особенно распространяемых дистанционно) и просвещение граждан об их праве на безопасность. Практика проведения «горячих линий», тематических уроков в школах и вузах и консультаций для предпринимателей будет адаптирована под новую тему.

Что может сделать каждый? Практические шаги уверенного потребителя.

Право на безопасность - это не пассивная гарантия, а активная позиция. Вот несколько советов, основанных на принципах, продвигаемых потребительскими организациями по всему миру:

1. Требуйте информацию. Ваше право — знать все о товаре: состав, срок годности, условия безопасного использования, контакты производителя. Отсутствие маркировки на русском языке - уже тревожный сигнал.
2. Проверяйте перед покупкой. Изучайте отзывы, ищите результаты независимых испытаний (например, на сайте Роскачества), проверяйте наличие сертификатов соответствия.
3. Осторожность в онлайн-покупках. Скептически относитесь к подозрительно низким ценам на известные бренды. Проверяйте репутацию продавца, юридический адрес и условия возврата.
4. Реагируйте на нарушения. Обнаружили опасный товар? Не оставайтесь в стороне. Сообщите об этом в Роспотребнадзор через сайт или горячую линию. Ваша жалоба может предотвратить чью-то беду.
5. Поддерживайте легальный бизнес. Покупая контрафактную или несертифицированную продукцию, вы финансируете рынок, где правит бал безответственность и пренебрежение безопасностью.

Заключение: уверенность как основа рынка.

Девиз «Безопасные товары, уверенные потребители» — это не просто лозунг на один день. Это формула здоровой экономики. Уверенность потребителя - это топливо для честного бизнеса, стимул для инноваций и лучший контролер для недобросовестных производителей.

15 марта 2026 года - это повод задуматься не только о своих правах, но и о своей роли. В глобальном мире ответственность за безопасность рынка распределена между всеми: международными организациями, такими как Consumers International и ООН, национальными регуляторами, как Роспотребнадзор, бизнесом и, конечно, нами — потребителями. Только совместными усилиями можно построить мир, где покупка не будет связана с риском, а уверенность станет нормой.

О правах потребителей при возврате билетов на мероприятия.

Порядок возврата путевок и билетов регламентируется Постановлением Правительства Российской Федерации от 18.09.2020 г. № 1491 «Об утверждении Правил и условий возврата билетов, абонементов и экскурсионных путевок и пересформления на других лиц именных билетов, именных абонементов и именных экскурсионных путевок на проводимые организациями исполнительских искусств и музеями зрелищные мероприятия в случае отказа посетителя от их посещения».

Иногда, по тем или иным причинам, потребитель не может посетить запланированное мероприятие и желает (или вынужден) вернуть билет. В данном случае его права регламентируются в зависимости от причины возврата.

Если зритель не попал на мероприятие по причине собственной болезни, смерти члена семьи или близкого родственника, то он может вернуть полную стоимость билета даже при обращении в день проведения мероприятия. Не позднее этой даты необходимо подать заявление о возврате в организацию или билетному оператору. К заявлению нужно приложить билет, копию электронного чека (если билет электронный), копию паспорта и подтверждающие документы (копии больничного листа; копии свидетельства о смерти и документов, подтверждающих родство). Если у зрителя нет возможности предоставить копию больничного или свидетельства в срок, то на это отводится еще две недели. Все остальные документы должны быть направлены вовремя. Их можно подать лично, отправить почтой или через интернет.

При наличии других причин отказа зрителя от мероприятия заявление и комплект документов (билет, чек, копия паспорта) должны быть предоставлены не менее чем за 3 дня до его проведения.

В срок, не превышающий 10 дней со дня приема заявления о возврате и прилагаемых к нему документов, организация исполнительских искусств, музей либо уполномоченное лицо осуществляет их рассмотрение, принимает решение о возврате денежных средств за неиспользованный билет (электронный билет), абонемент (электронный абонемент) или экскурсионную путевку (электронную экскурсионную путевку) либо об отказе в возврате денежных средств - в случае несоблюдения посетителем условий, указанных в пункте 16 настоящих Правил, и сообщает об этом посетителю (его представителю).

Возврат денежных средств осуществляется в сроки и способом, предусмотренным Правилами (обычно тем же способом, которым был оплачен билет).

Процент возврата зависит от количества дней, оставшихся до мероприятия.

Так, зритель может получить обратно:

- 100% цены билета, сданного не позднее, чем за 10 дней,
- 50% - не позднее, чем за 5 дней,
- 30% - не позднее, чем за 3 дня.

При этом билеты, приобретенные в рамках акций и специальных программ, могут не принимать.

Именные билеты и абонементы можно переоформить на другого зрителя не позднее 10 дней до начала мероприятия на основании заявления. Льготные билеты могут быть переоформлены только на граждан, имеющих право на указанную льготу.

Знание этих правил поможет вам уверенно действовать в любой ситуации, связанной с возвратом билетов, и грамотно защитить свои потребительские права.

Об изменениях в Закон «О защите прав потребителей».

С 1 марта 2026 года вступают в силу изменения в Закон «О защите прав потребителей», внесённые Федеральным законом от 24 июня 2025 года № 168-ФЗ.

Закон «О защите прав потребителей» был дополнен новой статьей 10.1, согласно которой информация, предназначенная для публичного ознакомления потребителей, не являющаяся рекламой, должна быть выполнена на русском языке как государственном языке Российской Федерации. В регионах, где это предусмотрено законодательством, она может дополнительно размещаться на государственных языках республик и других языках народов России.

Роспотребнадзор информирует, что информация, предназначенная для публичного ознакомления потребителей, – это любая информация, расположенная в общедоступных местах и доводимая до сведения неопределённого круга потребителей при осуществлении торговли, бытового и иных видов обслуживания потребителей.

Такая информация, как правило, размещается изготовителем, исполнителем или продавцом с использованием вывесок либо таких средств размещения, как надписи, указатели, внешние поверхности, информационные таблички, информационные знаки, конструкции, сооружения, технические приспособления и другие носители, предназначенные для распространения информации, за исключением рекламных конструкций; а также посредством сайтов в интернете, которые тоже являются общедоступными местами.

Новые требования не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки и знаки обслуживания. Также действуют исключения, установленные техническими регламентами и иными нормативными актами.

Изменения направлены на обеспечение доступности и понятности информации для всех потребителей.

Также с 1 марта 2026 года вступают в силу изменения в статью 16.1 Закона «О защите прав потребителей», внесённые Федеральным законом от 15 октября 2025 года № 376-ФЗ. Вводится новый пункт 4.2, который прямо запрещает исполнителю (владельцу сайта, приложения, онлайн-кинотеатра и т.п.) использовать для списания периодических платежей старые платёжные данные потребителя в случае, если ранее им был заявлен отказ от их использования в расчётах. Исполнители обязаны организовать прием от потребителя такого отказа, в том числе в электронной форме.

Действие новых правил распространяется на услуги, которые осуществляются на основании абонентского договора, то есть регулярной подписки, в интернете. Речь идёт об онлайн-сервисах с платной подпиской: онлайн-кинотеатры, сервисы документооборота, подписки на программы, облачные хранилища и др.

Кроме того, потребитель имеет право отказаться от услуги в любой момент после её оформления, в том числе после получения уведомления сервиса о предстоящем списании денежных средств по подключенной услуге.

Если после соответствующего отказа сервис всё равно списывает денежные средства, то они подлежат возврату потребителю в полном объеме, за исключением суммы, оплаченной за период пользования подпиской до момента отказа от нее.

Право потребителя на отказ от цифрового продукта.

С 18.12.2024 г. на территории Российской Федерации действуют Единые правила в области защиты прав потребителей, утв. Декретом Высшего Государственного Совета Союзного государства № 6 от 06.12.2024 (далее - Единые правила), являющиеся ныне основополагающей частью законодательства о защите прав потребителей.

В силу ч. 1 ст. 60 Договора между Российской Федерацией и Республикой Беларусь от 08.12.1999 "О создании Союзного государства" и ч. 4 ст. 15 Конституции Российской Федерации Единые правила являются обязательными для применения на территории Российской Федерации, являются нормами прямого действия и обладают более высокой юридической силой по сравнению с национальным законодательством, за исключением норм конституционных актов.

Единые правила привнесли в законодательство о защите прав потребителей целый ряд новшеств, в частности, теперь помимо товаров, услуг и работ появился новый объект гражданских прав, на который распространяется законодательство о защите прав потребителей.

Согласно Прембуле Единых правил, цифровой продукт - объект гражданских прав, зафиксированный с помощью цифровых технологий (преобразованный в цифровой формат) посредством создания записи о нем в информационной системе (системах), в которой происходит взаимодействие с потребителем по поводу этого объекта, в том числе, программы и элементы программ для ЭВМ (включая порождаемые программой аудиовизуальные отображения), фонограммы, аудиовизуальные произведения, мультимедийные продукты и другие результаты интеллектуальной деятельности, преобразованные в цифровой формат и предназначенные для реализации потребителям (использования за плату);

То есть под цифровым продуктом законодатель понимает результаты интеллектуальной деятельности, закрепленные в цифровом формате и предназначенные для реализации потребителям. В качестве примеров таких цифровых продуктов могут выступать: Кинопоиск, Яндекс.Музыка, Okko, электронные книги, Литрес, иные программы для ЭВМ (например, Adobe Photoshop, Microsoft Office) и так далее.

При этом в силу ст. 45 Единых правил, на цифровой продукт устанавливается гарантийный срок. Если предприниматель не установил его самостоятельно, то действует двухлетний гарантийный срок с момента предоставления доступа к цифровому продукту.

При абонентской плате за цифровой продукт предприниматель обязан уведомить о предстоящем списании не менее чем за 3 дня до очередного списания абонентской платы. При этом уведомление должно содержать в себе информацию о порядке отказа от цифрового продукта.

Права потребителя при обнаружении недостатков в цифровом продукте закреплены в ст. 44 Единых правил и являются аналогичными, как при обнаружении недостатков в товаре. Сроки установлены аналогичные, за исключением срока возмещения убытков. Здесь он составляет 10 дней.

Согласно ст. 46 Единых правил, за нарушение срока передачи предварительно оплаченного цифрового продукта потребителю предприниматель несет ответственность в виде уплаты неустойки в размере 1% от суммы предварительной оплаты за каждый день просрочки до момента передачи цифрового продукта.

Помимо прочего при нарушении срока потребитель может либо назначить новый срок передачи, либо потребовать возврата денежных средств.

Также ст. 48 Единых правил установлено, что потребитель вправе отказаться от цифрового продукта надлежащего качества в течение 7 дней с момента приобретения и получить полный возврат денежных средств. Но если цифровой продукт предоставляется через периодическое списание абонентской платы, то возврату подлежит часть абонентской платы, пропорциональная оставшемуся периоду.

Роспотребнадзор осуществляет государственный надзор за соблюдением законодательства о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию.

Роспотребнадзор и его территориальные органы осуществляют государственный надзор за соблюдением законодательства о защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию. Это закреплено в ч. 1 ст. 20 Федерального закона от 29.12.2010 №436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Некоторые нормы закона, которые контролирует Роспотребнадзор:

- п. 2 ст. 12: производитель и распространитель информационной продукции размещают знак и (или) текстовое предупреждение об ограничении её распространения среди детей перед началом демонстрации фильма.

- п. 4 ст. 12: знак информационной продукции размещается в публикуемых программах теле- и радиопередач, перечнях и каталогах информационной продукции, а также в продукции, размещаемой в информационно-телекоммуникационных сетях.

- п. 6 ст. 11: до начала демонстрации посредством зрелищного мероприятия информационной продукции ей присваивается знак информационной продукции.

- п. 6 ст. 6: сведения, полученные в результате классификации информационной продукции, указываются её производителем или распространителем в сопроводительных документах на информационную продукцию и являются основанием для размещения на ней знака информационной продукции и для её оборота на территории Российской Федерации.

За нарушение установленных требований распространения среди детей информационной продукции, содержащей информацию, причиняющую вред их здоровью и (или) развитию, установлена административная ответственность частью 1 ст. 6.17 КоАП РФ.

