

## Потребительская ценность результата работ по договору подряда

Научный руководитель – Шерстобитов Андрей Евгеньевич

*Алехин Евгений Александрович*

*Аспирант*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Юридический факультет, Кафедра гражданского права, Москва, Россия

*E-mail: e.alechin@mail.ru*

Категория потребительской ценности результатов работ прочно вошла в практику арбитражных судов, несмотря на то, что в действующем законодательстве эта категория отсутствует. Суды используют категорию потребительской ценности при разрешении споров, возникших из договора подряда. В настоящем исследовании делается попытка определить категорию потребительской ценности результата работ.

В проанализированных судебных актах не дается определение потребительской ценности, не делается этого и в доктрине. Так, например, Р.В. Филиппов не определяет потребительскую ценность результата работ, но отмечает, что «по общему правилу потребительская ценность результата работ субъективна (проще говоря, это те требования к качеству объекта, о которых договорились стороны)» [1; 304]. Исследователь, комментируя решение суда, отмечает, что вывод суда о том, что потребительская ценность является объективной категорией – ошибочный. Потребительскую ценность Р.В. Филиппов связывает с п. 1 ст. 723 ГК РФ [1; 304].

По нашему мнению, требования по качеству к результату работ, установленные своими сторонам сложно выразить через категорию потребительской ценности. С нашей точки зрения, потребительская ценность результата работ – объективная категория. Наличие потребительской ценности работ в первую очередь выражает полноценное встречное предоставление по договору, то есть выполнение работ в надлежащем объеме и с надлежащим качеством.

Судебная практика также придерживается того мнения, что потребительская ценность является объективной категорией. Так, Восемнадцатый арбитражный апелляционный Суд в Постановлении № 18АП-7270/2023 по делу № А76-31948/2020 отметил, что «отсутствие потребительской ценности определяется не субъективным представлением заказчика о возможности использования ввиду получения нового результата, а на основании объективных данных, свидетельствующих о том, что при совокупности определенных условий (отсутствие недостатков либо их устранимость), результат работ может быть использован». Потребительская ценность при таком понимании связывается с надлежащим качеством выполненных работ. В этом же деле суд пришел к выводу, что отсутствие потребительской ценности работ может быть сделано только при условии, если недостатки работ являются неустранимыми, либо цена их устранения значительно превышает стоимость выполнения работ, сделав прямую ссылку на п. 6 ст. 753 ГК РФ. В другом деле Суд отметил, что «подрядчик представил доказательства выполнения работ, а также их принятия заказчиком и очевидна потребительская ценность выполненных работ для заказчика. ... Фактически ответчик принял работы и до настоящего времени каких-либо разногласий в отношении объема, качества работ не представил». В этом случае, по нашему мнению, потребительская ценность также связывается с качеством и с объемом выполненных работ.

Представляется, что невозможно считать потребительскую ценность субъективной категорией. Потребительская ценность результата работ может быть и тогда, когда результат работ заказчику не нужен или даже его использование невозможно. Например, в слу-

чае расторжения договора между заказчиком и генеральным подрядчиком, результат работ, выполненный субподрядчиком будет не нужен генеральному подрядчику, но будет обладать для него потребительской ценностью. В противном случае, возможно нарушение прав субподрядчика, который выполнил работы с надлежащим качеством и в полном объеме.

Более того, в таком случае можно было бы усмотреть нарушения принципа относительности обязательств, закрепленного в ст. 308 ГК РФ, поскольку обязательственные отношения между заказчиком и генеральным подрядчиком напрямую влияли бы на отношения между генеральным подрядчиком и субподрядчиком. Таким образом, субъективный момент в данном случае не должен учитываться. Иное также привело бы к тому, что суд, для признания наличия потребительской ценности результата работ, был бы вынужден подробно изучать деятельность заказчика, пытаясь установить, может ли он фактически использовать этот результат работ.

Сложно понимать потребительскую ценность и как требования по качеству, установленные самими Сторонами. В соответствии с ст. 721 ГК РФ, Стороны могут сами договориться о требованиях по качеству к выполненной работе. В таком случае, работа, выполненная в соответствии с этими требованиями будет обладать потребительской ценностью. Однако, при отсутствии или неполноте условий о качестве к качеству работ применяются требования, обычно предъявляемые к работам такого типа. По нашему мнению, в данном случае речь идет о способе определения качества работ, а не о создании в первом случае новой категории потребительской ценности.

Таким образом, потребительская ценность имеет объективное значение, а именно, означает соответствие результата выполненных работ требованиям по объему и по качеству. Следуют ли это требования из нормативных актов или из соглашения сторон в данном случае безразлично. Важно лишь то, что лишь тот результат работ имеет потребительскую ценность, который этим требованиям соответствует.

Такое понимание категории потребительской ценности приводит к выводу, что введение категории потребительской ценности в действующее законодательство представляется излишним. Этот термин используется в судебной практике скорее для удобства, для того, чтобы показать, что заказчиком получено встречное предоставление, в надлежащем объеме и с надлежащим качеством, либо наоборот, что работы выполнены некачественно и в не в полном объеме, а результат работ невозможно использовать по назначению.

С нашей точки зрения необоснованным представляется использование категории потребительская ценность в судебной практике, поскольку, ни законодательство, ни сама судебная практика этот термин не определяют. Никакого нового содержания этот термин не дает. Различные возможности толкования потребительской ценности, в том числе и в субъективном смысле, могут привести к неблагоприятным последствиям.

### **Источники и литература**

- 1) 1. Проблемы строительного права. Выпуск 1 : сборник статей / Сост. и отв. ред. Н. Б. Щербаков. – Москва : Статут : 2022. – 330 с.