

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра

«Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Гражданское право и международное частное право

(направленность (профиль))

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

на тему «Защита прав потребителей в Российской Федерации и в иностранных государствах: сравнительно-правовой анализ»

Обучающийся

Т.Н. Никитина

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный

руководитель

кандидат юридических наук, доцент А.В. Кирсанова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2024

Оглавление

Введение	3
Глава 1 Общая характеристика защиты прав потребителей в Российской Федерации	9
1.1 Понятие защиты прав потребителей	9
1.2 Законодательное регулирование защиты прав потребителей	17
Глава 2 Общая характеристика защиты прав потребителей в Российской Федерации	28
2.1 Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителей	28
2.2 Судебная защита прав потребителей	40
Глава 3 Отличительные особенности защиты прав потребителей в России и за рубежом.....	48
3.1 Процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах	48
3.2 Отличительные черты защиты прав потребителей в азиатских странах	58
3.3 Особенности ответственности за нарушения в сфере защиты прав потребителей в России и зарубежных странах	65
Заключение	73
Список используемой литературы и используемых источников	78

Введение

Актуальность работы. В современной России вопросы укрепления защиты прав потребителей привлекают всё больше внимания на фоне ускоренного развития рыночных отношений и появления новейших продуктов и услуг, которые требуют соответствующего нормативно–правового регулирования, что выдвигает на первый план необходимость обновления и дополнения действующего законодательства, учитывая успешные практики защиты потребителей из–за рубежа, для эффективной адаптации «сильных» и «слабых» моментов данных правил в российскую систему. Настоящее исследование актуально, поскольку демонстрирует, что, несмотря на наличие теоретических основ защиты прав потребителей в российском законодательстве, на практике многие механизмы работают не так эффективно, как хотелось бы. К примеру, процесс возврата товаров, угрожающих здоровью или жизни, зачастую протяжен и запутан, а выплаты компенсаций потребителям не всегда осуществляются в полном объеме. Российские потребители недостаточно осведомлены о своих правах, а бесплатная юридическая поддержка для них отсутствует.

В связи с развитием бизнеса и рыночной экономики в целом, возникают пробелы в законе. Необходимо отметить, что Закон «О защите прав потребителей» в действующей редакции не предусматривает такую категорию бизнесменов, вновь образованную в 2019 году, как самозанятые.

Также наблюдается несоответствие между законодательными предписаниями и их практическим применением, что подчеркивает значимость внедрения зарубежного опыта для усиления и оптимизации российского законодательства.

Степень разработанности темы исследования. В последнее время уделяли внимание актуальным вопросам в сфере защиты прав потребителей отечественные исследователи, такие как В.В. Богдан, К.С. Авакян, Д.И. Магомедов, Е.В. Братухина, А.А. Козырин. Кроме того, занимались изучением

прав потребителей в России в сравнении с правами потребителей в других странах следующие исследователи: М.В. Некотенева, В.Э. Корабельский, А.А. Чукреев.

При написании работы использовались труды, посвященные исследованию защиты прав потребителей отдельных зарубежных стран, таких авторов, как Багрянская П.Д., Дьяконова М.О., Кабытов П.П., Бунина С.Г., Гуфельд К.И., Зенин И.А. Тимошенко И.Б..

Нормативно-правовую базу исследования составили гражданское законодательство Российской Федерации о защите прав потребителей и защиты прав потребителей зарубежных стран.

Объектом исследования магистерской диссертации являются общественные отношения, возникающие в сфере гражданско–правового регулирования защиты прав потребителей в России и в иностранных государствах, обеспечивающие законные права и интересы всех ее участников.

Предметом данного исследования являются нормы права, регулирующие отношения в сфере защиты прав потребителей в России и зарубежных странах, научные исследования, правоприменительная практика.

Целью исследования является проведение комплексного сравнительно–правового исследования защиты прав потребителей в Российской Федерации и зарубежных странах, выявление проблем правового регулирования в Российской Федерации и разработке путей их решения с учетом опыта зарубежных стран.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- определить понятие защиты прав потребителей с проведением ретроспективного анализа;
- рассмотреть законодательное регулирование защиты прав потребителей;
- описать претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителей;

- проанализировать судебную защиту прав потребителей;
- указать процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах;
- исследовать отличительные черты защиты прав потребителей в азиатских странах;
- определить особенности ответственности за нарушение в сфере защиты прав потребителей в России и зарубежных странах.

Гипотеза исследования состоит в том, что на сегодняшний день в правовом регулировании защиты прав потребителей в Российской Федерации существуют актуальные проблемы, требующие решения. Данные проблемы могут быть решены с помощью проведения сравнительно–правового исследования нормативно–правового регулирования защиты прав потребителей в зарубежных странах, в том числе путем заимствования их опыта.

Методологическую основу исследования составили методы общенаучного характера: анализа, дедукции, абстрагирования, синтеза, диалектический, формально–логический, исторический и структурно–функциональный, а также специально–юридические методы: формально–юридический (догматический), сравнительно–правовой.

Сравнительно–правовой метод исследования позволил осуществить сопоставление российского и зарубежного законодательства в сфере защиты прав потребителей (законодательное правовое регулирование, способы защиты, нормы, разновидности ответственности за правонарушения в потребительских отношениях). На основании этого сопоставления в исследуемой области выявлены общие признаки и отличительные особенности правового регулирования общественных отношений в России, европейских и азиатских странах.

Теоретическая значимость исследования определяется комплексным обобщением существующего научно–академического материала, сопровождающимся актуальными примерами из судебной практики, по

проблемам правового регулирования и практики применения института защиты прав потребителей в Российской Федерации и зарубежных странах, выполненным с учетом положений действующего законодательства.

Практическая значимость исследования состоит в выработке рекомендаций по совершенствованию действующего российского законодательства и предложений о внесении изменений в отдельные нормативно–правовые акты относительно института защиты прав потребителей.

Апробация и внедрение результатов работы велись в течение всего исследования. Его результаты изложены в статьях:

- Сравнительно–правовой анализ защиты прав российских и иностранных потребителей (Международный научный журнал «Вестник науки» №4 (61) том 3 стр. 122–129, г. Тольятти, апрель 2023 г.);
- Аналог зарубежной онлайн–платформы в помощь российскому потребителю (СибАк, журнал «Студенческий» №14 (226) , г. Новосибирск, апрель 2023 г.).

Научная новизна заключается в новых подходах к исследованию:

- законодательства в сфере защиты потребительских прав в азиатских странах, таких как Китайская Народная Республика, Тайвань, Республика Корея, Объединенные Арабские Эмираты;
- онлайн–платформ зарубежных стран, обеспечивающих досудебный порядок урегулирования потребительских споров.

Положения, выносимые на защиту:

1. В России формирование системы защиты прав потребителей началось позже, чем во многих зарубежных странах, однако заимствование международного опыта позволило создать эффективную и адаптированную к национальным особенностям модель. Особенностью российской модели является тесная связь норм, регулирующих права потребителей, с положениями специальных федеральных законов, которые детализируют и

уточняют эти права в контексте конкретных видов товаров, работ или услуг. Несмотря на это, на практике встречаются проблемы с эффективностью применения данных норм.

2. Обоснована необходимость внесения в Закон от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» поправки в понятие «потребитель» - это гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с получением дохода от предпринимательской или иной профессиональной деятельности.

3. Предлагается внести конкретизированные дополнения в Закон от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей», включив в него четкие указания на расположение и форматирование информации о товаре. Закон от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» должен определять минимальный размер шрифта в зависимости от габаритов упаковки и устанавливать требования к цветовой палитре, чтобы обеспечить права потребителей на получение достоверной информации.

4. С целью совершенствования нормативно–правового регулирования претензионного порядка урегулирования споров с участием потребителей предлагается следующее:

- закрепить в Законе от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» следующее единое определение: «Претензия – это письменное или электронное обращение потребителя к продавцу (исполнителю, производителю) о нарушении его прав, связанных с качеством товара, работы или услуги, включая требования об устранении обнаруженных недостатков, замене товара, возврате денежных средств или снижении цены, поданные в соответствии с установленным порядком до обращения в суд»;
- закрепить в едином Законе от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» отдельную норму (статью 39.2), описывающую

досудебный порядок урегулирования споров и условия его применения;

– разработать отдельную платформу для рассмотрения онлайн потребительских споров и их досудебного урегулирования, а также закрепить в предлагаемой статье 39.2 Закона от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» условие об обязательном досудебном порядке урегулирования споров через онлайн–платформы для разрешения конфликтов.

5. Предлагается внести изменение в ч. 5 ст. 244.20 ГПК РФ с целью нахождения баланса доступа к коллективной судебной защите по потребительским спорам и изложить ее в следующей редакции: «Рассмотрение дела о защите прав и законных интересов группы лиц по правилам, установленным настоящей главой, допускается в случае, если ко дню обращения в суд лиц, указанных в частях третьей и четвертой настоящей статьи, к требованию о защите прав и законных интересов этой группы лиц присоединились не менее десяти лиц – членов группы лиц».

Структура работы. Работа состоит из введения, трех глав, семи параграфов, заключения и списка используемых источников.

Диссертация включает 84 страницы, 62 использованных источника.

Глава 1 Общая характеристика защиты прав потребителей в Российской Федерации

1.1 Понятие защиты прав потребителей

Защита прав покупателей и лиц, заказывающих выполнение работ, началась задолго до формирования современного понимания «потребителя». Официальное признание и закрепление потребительских прав на международном уровне произошло лишь во второй половине XX века. Современное законодательство в области защиты прав потребителей, как в России, так и за ее пределами, во многом основывается на принципах римского права. В данном разделе исследуется формирование и эволюция защиты прав потребителей, а также появление термина «потребитель» в двадцатом столетии и нормативное регулирование защиты их прав.

Термин «потребитель» описывает лиц, приобретающих товары и услуги для личного использования или для использования членами семьи, исключая цели коммерческой выгоды. Защита потребителей предполагает набор правовых механизмов, направленных на обеспечение безопасности, здоровья и финансовых интересов покупателей [4].

Данные понятия стали широко использоваться только в XX столетии. Их применение в контексте древних правовых традиций носит условный характер. С большой вероятностью можно утверждать, что нарушения прав потребителей существуют с момента зарождения первых товарных рынков. Что, в свою очередь, привело к появлению первых законодательных актов, направленных на их защиту [22].

На заре цивилизации, задолго до формирования современного понимания прав потребителей, уже существовали законы, направленные на регулирование справедливости торговых операций, точности измерений и обеспечение безопасности товаров. Примером таких древних законодательств являются законы Хаммурапи, царя Вавилона, датированные периодом с 1795

по 1750 годы до нашей эры. Данные законы включали в себя ряд положений, направленных на защиту интересов, как продавцов, так и покупателей.

Например, закон №104 регламентировал отношения между крупными торговцами и купцами, занимающимися реализацией товаров на комиссионной основе, требуя от купца точного учета проданных товаров и передачи вырученных средств торговцу, а также получения подтверждающей расписки [59].

Закон №108 касался владельцев таверн, которые не принимали зерно как оплату за напитки, предпочитая наличные деньги, при этом стоимость напитков была ниже стоимости зерна. В случае нарушения этого правила владелица таверны подвергалась строгому наказанию – бросанию в воду [59].

Закон №229 обращал внимание на качество выполненных строительных работ, устанавливая высокую степень ответственности за безопасность сооружений. В случае, если строительство было выполнено некачественно и привело к обрушению дома и гибели его владельца, строитель подвергался смертной казни [59].

Помимо вышеперечисленных положений, Законы Хаммурапи также содержали нормы, регулирующие отношения между арендаторами и арендодателями, должниками и кредиторами, а также правила семейного и уголовного права. Кодекс Хаммурапи является ценным историческим документом, который свидетельствует о высоком уровне развития правовой системы в Древнем Вавилоне [59].

Помимо законов Хаммурапи, потребительские права нашли отражение и в античной Греции, в частности, в одиннадцатой книге Законов Платона, датированной 354 годом до н.э. В ней были изложены правила, касающиеся крупных покупок. При покупке дорогостоящего товара, покупатель владел информацией о месте проживания продавца, который обязан был не покидать город в течение десяти дней после продажи. При таких обстоятельствах у покупателя была возможность вернуть товар при обнаружении дефектов [31].

В «Русской правде», ключевом историческом документе, отражающем законодательство Киевской Руси, были заложены основы для защиты прав потребителей. Этот сборник правовых норм включал в себя положения, касающиеся купли–продажи определенных товаров, а также предусматривал механизмы защиты, такие как возможность восстановления исходного положения дел: продавец обязан был вернуть деньги за товар ненадлежащего качества, а покупатель — возратить товар продавцу.

Однако значительный вклад в развитие защиты прав потребителей внесла Римская империя с ее разветвленной системой права, акцентировавшая на взаимоотношениях между продавцами и покупателями, заказчиками и исполнителями. Эти отношения стали предметом интереса не только для юристов, но и для философов той эпохи. Римское частное право, обогащенное и модифицированное на протяжении веков, легло в основу многих положений современных законодательств по всему миру, включая Россию [31].

В рамках римского права римского для покупателя предусматривались две стратегические линии поведения при обнаружении скрытых дефектов товара. Первая из них заключалась в возможности отказаться от сделки посредством *actio redhibetoria* (со дня заключения контракта). Вторая подразумевала требование уменьшения цены посредством *actio quanti minoris* (в течение года). Эффективность сделки зависела от одобрения приобретающим в собственность качеством товара, так называемое соглашение *actum displicentiae* [21].

Следует отметить, что римское право гарантировало защиту от эвикции, то есть обеспечение покупателя от посягательств извне, связанных с истребованием приобретенной вещи ее настоящим владельцем.

Кроме того, чтобы лучше учесть подлежащие интересы, договор купли-продажи обычно предполагал дополнительные соглашения, трансформирующие сделку [6].

В целом можно сказать, что Римская империя и ее система права внесли значительный вклад в развитие института защиты прав потребителей. Они

предложили правовые решения и принципы, которые до сих пор играют важную роль в современных правовых системах. В основе этих решений лежало понимание необходимости защиты прав и интересов потребителей, что позволяло достичь баланса и справедливости в коммерческих отношениях [21]. Такие термины, как «гарантия качества», «отмена договора», «Ответственность продавца» и другие, широко используются в юридической практике и основаны на опыте и традициях римского права [59].

Важным этапом в понимании потребления стало введение этого понятия Адамом Смитом в его фундаментальном труде «Исследование о природе и причинах богатства народов», опубликованном в 1776 году. А. Смит утверждал, что конечной целью любого производства является потребление, и интересы производителей должны учитываться только в той мере, в какой они способствуют продвижению интересов потребителей. Это утверждение заложило фундамент для современного понимания роли потребителя в экономике [60].

Важным событием в развитии потребительского движения, известного как консьюмеризм, было основание первого потребительского общества «Лига потребителей». Оно занималось разработкой методов аттестации продукции, предлагаемой на рынке. Организация стала выдавать специальные лейблы компаниям, производящим качественные товары, и создавала «белые списки» продуктов, подтверждающие их высокое потребительское качество.

В период после завершения Второй мировой войны экономического бума возникли новые вызовы, связанные с качеством и безопасностью товаров, а также с правами потребителей. Рынки были переполнены товарными новинками, среди которых встречались изделия с недостаточной маркировкой, потенциально опасные продукты, вводящая в заблуждение реклама и давление со стороны монополий, что выдвинуло на первый план вопрос о необходимости более строгого регулирования и создания специализированных организаций для защиты интересов потребителей [42].

Международная организация потребителей выделяет восемь ключевых прав потребителей:

- право на защиту от продуктов, услуг и производственных процессов, представляющих угрозу здоровью и жизни;
- право на участие в процессе формирования экономической политики и ее исполнения, чтобы потребительские интересы были учтены;
- право на доступ к широкому ассортименту товаров и услуг по конкурентоспособным ценам, что предоставляет возможность выбора;
- право на образование в области потребительских прав, что позволяет повышать уровень своей грамотности и влиять на процессы производства и распространения товаров и услуг;
- право на получение достоверной информации для избежания обмана через вводящую в заблуждение рекламу или надписи на товарах и для совершения обоснованного выбора на основе полных и точных фактов;
- право на доступ к основным жизненно важным товарам и услугам, обеспечивающим возможность выживания;
- право на компенсацию убытков, включая возможность обращения за юридической помощью для удовлетворения законных требований;
- право на жизнь в здоровой окружающей среде, что подразумевает защиту экологии как важного фактора качества жизни потребителей [7].

Начиная с 1983 года, ежегодно 15 марта отмечается Всемирный день защиты прав потребителей. Генеральная ассамблея ООН приняла резолюцию 39/248 от 9 апреля 1985 года. Данный документ установил основополагающие принципы защиты потребительских интересов, предписывая правительствам стран мира разрабатывать политику и законодательство, направленные на обеспечение этих интересов [38]. Особое внимание в резолюции уделяется защите здоровья потребителей, особенно в таких критически важных областях, как обеспечение продовольствием, водой и медикаментами, благодаря чему потребительские права приобрели международное признание [39].

Необходимо отметить, что в Европейском союзе у понятия «потребитель» три признака: это только физическое лицо, приобретает услуги или товары на основе договора с предпринимателем и цель этого приобретения не предпринимательская или профессиональная деятельность.

В отличие от зарубежных стран во времена СССР в русском законодательстве не было понятий «потребитель». В контексте Советского Союза и последующей Российской Федерации развитие этих понятий началось значительно позже, в 1990–х годах, в отличие от европейских стран, где такое законодательство разрабатывалось и совершенствовалось на протяжении многих лет. В России термин «потребитель» получил законодательное оформление в 1991 году с принятием Закона СССР «О защите прав потребителей», где потребитель описывался как гражданин, использующий, приобретающий, заказывающий либо имеющий намерение приобрести или заказать продукцию для личных бытовых нужд» [18].

В России научной разработкой понятия «потребитель», защиты интересов потребителей и их прав занимались и занимаются такие ученые, как В.В. Залеский, А.М. Бычко, О.Н. Зименкова, Н.А. Покровский, К.А. Неволин, Богдан В.В., Д.М. Сорк и др.. К примеру, Белых В.С. предлагалось определение потребителя – лицо, осуществляющее потребление продукции, произведенное пользователем. По мнению Шерстобитова А.Е.: «потребитель как правовая категория имеет ценность в паре с категорией «коммерсант», а значит, речь должна идти о личном (конечном) потребителе, имеющем целью выведение товара из сферы экономики в сферу личного потребления» [57, с.26]. Карапетов А.Г. предлагал понимать под потребителем – юридическое или физическое лицо, приобретающее товар не только для целей осуществления предпринимательской деятельности, но и для собственных бытовых нужд. По мнению Кузиной Н.Н. и Страунинга Э.Л. некоторые отношения, в частности рекламные, предполагают включение в состав потребителей юридических лиц.

В настоящем Законе Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 года № 2300-1 (далее-ЗоЗПП) под потребителем понимается «Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [17]. Понятие потребителя включает в себя всех граждан, независимо от возраста, пола, социального статуса или иных характеристик. В законе более подробно описывается само понятие и подчеркивается, что потребитель приобретает товар не с целью извлечения дохода [34].

Согласно ЗоЗПП, не является потребителем:

- гражданин, приобретающий товары и использующий их в своей деятельности с целью систематического извлечения прибыли;
- гражданин, приобретающий товары для организаций и за счет с целью использования этих товаров в производстве или заказывающий для этих организаций и за счет работы, услуги в этих же целях (приобретение фотокамеры для работы в редакции, химическая чистка штор и др.);
- гражданин, приобретающий товары (работы, услуги) у другого физического лица [17].

Закон «О защите прав потребителей» имеет целью обеспечить равные и справедливые условия обращения потребителей на рынке, защитить их права и интересы от недобросовестных действий продавцов или исполнителей, а также установить механизмы ответственности за нарушение прав потребителей. Помимо определения потребителя, закон также регулирует вопросы качества товаров и услуг, правил информирования потребителей, правил заключения договора купли-продажи или оказания услуги, гарантийные обязательства продавцов и исполнителей, возможности возврата или обмена товара, порядок разрешения споров между потребителем и продавцом и многое другое [7].

Но в связи с развитием бизнеса и рыночной экономики в целом, возникают пробелы в законе. Необходимо отметить, что Закон «О защите прав потребителей» в действующей редакции не предусматривает такую категорию бизнесменов, вновь образованную в 2019 году, как самозанятые. В качестве продавцов и исполнителей, на которых распространяется действие закона, значатся только организации и ИП. Деятельность, осуществляемая самозанятыми, не относится к предпринимательской, она является профессиональной. Самозанятый, приобретающий товары, услуги и делающий личные покупки, должен попадать под действие ЗоЗПП, и статус государственной регистрации плательщика единого налога не должен препятствовать защите его потребительских прав. В рамках действующего законодательства приобретение товаров самозанятыми, в том числе бизнес закупок, подпадает под определение «потребитель». Таким образом, самозанятые автоматически могут рассчитывать на защиту потребительских прав по этому закону, а требования, предусмотренные ЗоЗПП, как к исполнителям и продавцам, могут игнорировать. Следовательно, понятие «потребитель» нуждается в корректировке.

На основе проведенного анализа предлагается сформулировать понятие «потребитель» - это гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с получением дохода от предпринимательской или иной профессиональной деятельности.

Понятие защиты прав потребителя состоит из комплекса мер, который каждое государство в мире направляет на эффективное регулирование общественных отношений и обеспечение своим гражданам высокого уровня защиты прав потребителей. В каждой стране вышеуказанный комплекс мер состоит из определения тех или иных перечней прав потребителей, разработки инструмента защиты потребительских прав, всевозможных видов нарушения таких прав, установление ответственности виновных лиц за нарушения.

Предлагается под понятием «защиты прав потребителя» понимать ряд мероприятий и действий по осуществлению прав, определяемых законодательством о защите прав потребителей, гарантирующих удовлетворение потребностей человека в процессе приобретения безопасных для жизни и здоровья товаров, работ и услуг для личных нужд.

1.2 Законодательное регулирование защиты прав потребителей

К концу 1980–х годов в законодательствах многих развитых государств уже были четко определены и закреплены права потребителей, основываясь на «Руководящих принципах для защиты интересов потребителей», одобренных Генеральной Ассамблеей ООН, которые охватывали восемь основных прав потребителей. В СССР же, в то время, права потребителей определялись в рамках гражданского законодательства, не принимая во внимание особенности взаимодействия потребителей с сервисными организациями и факт того, что многие реальные договоренности не попадали под категорию гражданско–правовых отношений. Более того, существовал дефицит гарантий прав потребителей при совершении сделок, направленных на удовлетворение личных потребностей. Наряду с гражданским законодательством действовало также множество второстепенных актов, порой противоречивых по отношению к основному законодательству, ущемляющих права потребителей, что находилось в диссонансе с международными нормами, в том числе с упомянутыми руководящими принципами ООН [40].

По юридической силе следует расположить в иерархическом порядке существующие нормативные положения законодательного регулирования защиты прав потребителей. На первом месте - Гражданский кодекс РФ (далее- ГК РФ), на втором – Закон «О защите прав потребителей», затем иные законы и иные нормативные акты, в основе которых положения из ГК РФ.

Особым документом, обеспечивающим защиту прав и свобод гражданам, является Конституция России. Согласно статье 7 «Российская Федерация - социальное государство», политика которого нацелена на обеспечение повышения уровня благосостояния граждан и охране здоровья населения [25]. Следовательно, необходимо предусмотреть ответственность, к которой будут привлекаться нарушители прав потребителей [1].

Конституция Российской Федерации признает «общепризнанные принципы и нормы международного права, а также международные договоры, заключаемые Российской Федерацией».

При этом Конституция Российской Федерации также устанавливает, что если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора [25].

Гражданский кодекс РФ является основой правового регулирования отношений в области защиты прав потребителей согласно приказу МАП РФ от 20.05.1998 года № 160 [12].

В содержание ГК РФ включен перечень норм, регламентирующих заключения различных договоров с потребителями, и устанавливающих основания участия в процессе гражданского оборота. К примеру, статья 432 ГК РФ раскрывает основные положения при заключении договора, описывает существенные условия о предмете договора, а также все условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение. [1]. В части 2 ГК РФ – основные положения, касающиеся защиты прав потребителей. К их числу следует отнести гл. 30 «Купля -продажа», гл. 34 «Аренда», гл. 37 «Подряд», гл. 39 «Оказание услуг» и пр. [12].

Советские научные деятели, вдохновленные зарубежным опытом, в том числе Г.З. Анашкин и Я.М. Парций, предложили идеи по созданию собственного законодательства, направленного на защиту прав потребителей.

Из списка разработанных проектов следует выделить Закон «О качестве продукции и защите прав потребителей», целью которого было

усовершенствование правового поля в области защиты потребителей. Однако этот проект, разработанный в 1988 году, так и не был принят.

Основой экономических реформ в стране послужило решение Верховного Совета СССР в 1990 году о начале перехода к регулируемой рыночной экономике. В перспективе реформы должны были стимулировать свободную конкуренцию, развивать рыночные отношения и противодействовать монополизму в экономике. Но вместе с тем, Совет министров СССР признал укрепление монополий, как причину препятствий, на пути прогрессивных перемен в экономике.

В ответ на вызовы были предприняты шаги по демонополизации и стимулированию развития малого бизнеса через ряд постановлений Совета министров СССР, направленных на сокращение монопольного контроля и поддержку конкуренции. Следует отметить, что принятые постановления о развитии малых предприятий предусматривали меры по изменению монопольных структур и поощряли конкуренцию в сфере предпринимательской деятельности.

С целью успешности самого процесса реформ стало создание Антимонопольного комитета СССР. Было положено начало зарождению антимонопольной политики и разработке правил регулирования рынков в новых рыночных условиях. На сегодняшний день в России действует Федеральная антимонопольная служба.

Практические усилия Антимонопольного комитета СССР были подкреплены принятием в мае 1991 года Закона СССР «О защите прав потребителей», который стал первым законодательным актом, специально посвященным защите прав потребителей.

7 февраля 1992 года начал действовать Закон Российской Федерации № 2300–1 «О защите прав потребителей» (сокращенно – ЗОЗПП), представляющий собой ключевой документ в области защиты интересов потребителей в России. Одним из наиболее важных аспектов этого закона стало введение ограничений на издание любых нормативных актов, которые

могут ухудшить положение потребителей по сравнению с гарантиями, предусмотренными ЗОЗПП. Так, было установлено, что правительство РФ не имеет права делегировать полномочия по регулированию в этой сфере министерствам и ведомствам [2].

Рассматриваемый Закон заложил фундамент для признания и защиты прав потребителей, соответствующих международным стандартам, и ввел расширенные гарантии защиты в случаях ущерба жизни, здоровью или имуществу граждан. В частности, законом установлена десятилетняя ответственность за причиненный вред, распространяющаяся не только на потребителей, но и на третьих лиц, независимо от наличия договорных отношений.

Следует отметить, что ЗОЗПП охватывает широкий спектр общественных отношений, включая не только экономическую деятельность, но и области, такие как образование, здравоохранение, коммунальные услуги и другие. Таким образом, Закон стал важным шагом на пути к формированию правового поля, обеспечивающего надлежащую защиту потребителей в России [36].

Кроме ЗОЗПП, регулирование отношений между потребителями и предпринимателями также осуществляется с помощью норм ГК РФ и международных документов, включая руководящие принципы для защиты интересов потребителей, принятые Генеральной Ассамблеей ООН в 1985 году под номером 39/248. Эти документы создают комплексную систему правовых механизмов, направленных на обеспечение защиты прав потребителей на национальном и международном уровне.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации, международные договоры РФ и общепризнанные нормы международного права являются неотъемлемой частью ее правовой системы. Расширение рыночных отношений и внешнеэкономических связей России повысило вовлеченность российских потребителей в международные экономические отношения. Все это привело к увеличению количества международных

сделок, включая авиаперевозки и покупки через интернет из–за рубежа, что выдвинуло на первый план задачу создания условий для эффективной защиты прав российских граждан в этих отношениях [19].

Россия, участвуя в ряде международных конвенций, направленных на защиту прав потребителей, таких как Варшавская конвенция и Афинское соглашение, стремится создать механизмы защиты интересов своих граждан в международном масштабе. Дополнительно, ГК РФ и ряд федеральных законов включают специальные положения, направленные на учет интересов потребителей в различных сферах, в том числе в международных экономических отношениях.

Особое внимание в законодательстве уделяется защите прав потребителей как менее защищенной стороны договора. В этом контексте ГК РФ предусматривает особенности определения применимого права к договорам, где одна из сторон является потребителем. Статья 1212 посвящена правилам, применимым к договорам с участием потребителей, акцентируя на защите интересов потребителя как стороны, находящейся в более уязвимом положении. Закон выделяет различные подходы к защите прав потребителей в зависимости от характера договорных отношений.

Особое внимание уделяется ситуациям, когда профессиональная сторона, стремясь заключить договор, напрямую обращается к потребителю, например, по месту его проживания, инициируя подписание контракта через активные убеждающие действия. Такой подход подчеркивает, что заключение договора является результатом целенаправленных усилий со стороны продавца или услугодателя.

Кроме того, ГК РФ рассматривает условия для договоров с так называемыми пассивными потребителями. Это особенно актуально для международных потребительских договоров в области электронной коммерции, где взаимодействие между сторонами часто осуществляется на расстоянии, и ключевым аспектом является метод коммуникации.

Так, защита прав потребителей в международных отношениях регулируется как через прямое участие России в международных договорах, так и через национальное законодательство, обеспечивающее защиту интересов потребителей в контексте глобализации экономических процессов и развития электронной коммерции.

Когда профессиональная сторона активно использует современные каналы коммуникации, такие как электронная почта, мессенджеры типа ICQ, отправка текстовых сообщений или предлагает услуги с бесплатной доставкой в страну получателя и привлекает к участию в партнерских программах, находящихся в стране получателя, это указывает на то, что данные отношения тесно связаны со страной потребителя. В случае использования профессиональной стороной веб-сайтов или ftp-сайтов без активной направленности на потребителя, предполагается, что отношения связаны, прежде всего, со страной инициатора. Однако, если такие пассивные инструменты передачи информации нацелены на общение с потребителями конкретной страны, например, сайт адаптирован под язык и валюту страны потребителя и оптимизирован для местных поисковых систем, то отношения можно считать более связанными со страной адресата.

До изменений в ГК РФ особое внимание уделялось случаям, когда потребители выступали в роли активных участников сделок за рубежом. Важными критериями для определения применимости местного законодательства к отношениям с потребителем стали: страна, из которой потребитель отправил заказ, и место, где были выполнены действия, необходимые для заключения договора. Указанные факторы позволяют применять к таким отношениям обязательные нормы права страны проживания потребителя, обеспечивая тем самым дополнительную защиту его прав в контексте трансграничной торговли и электронной коммерции.

Сегодня акцент делается на определение, оказывает ли деятельность продавца влияние на страну пребывания покупателя. Это значит, что в ситуациях, когда выбор права для регулирования потребительского договора

установлен, он не должен приводить к утрате потребителем защиты, которую предоставляют ему императивные нормы законодательства страны его проживания.

Таким образом, потребители из других государств, приобретающие российские товары, имеют возможность предъявлять претензии к качеству продукции, выпущенной в России, согласно законодательству своих стран. В таких случаях российские судебные инстанции обязаны применять законы иностранных государств, что создает определенные трудности для российских экспортеров, поскольку законодательство других стран зачастую содержит более строгие требования к защите прав потребителей.

Статья 1212 ГК РФ вносит положения, схожие с Европейским регламентом о договорных обязательствах, известным как «Рим I». Его положения о договорах с участием потребителей предоставляют дополнительную защиту путем предоставления потребителю права выбора применимого законодательства, что демонстрирует стремление законодателя к созданию более адаптивной и гибкой правовой базы, которая учитывает активные усилия продавца, направленные на заключение договора с потребителем в его стране проживания.

Для потребительских контрактов, которые не подпадают под регулирование первого пункта статьи 1212 ГК РФ, применяется другой подход. Это касается договоров, указанных в третьем пункте той же статьи, включая транспортные сделки и соглашения, связанные с предоставлением услуг или выполнением работ в стране, отличной от страны проживания потребителя, а также соглашений, заключенных с активно участвующим потребителем. До внесения изменений в статью 1212 ГК РФ, такие потребители не имели дополнительных гарантий правовой защиты. Изменения были направлены на учет того факта, что деятельность профессиональной стороны ориентирована на локальный рынок, а применение иностранных обязательных норм могло негативно сказаться на этих взаимоотношениях. Примером может служить ситуация, когда

российский турист заключает сделку с итальянским магазином в Сан-Ремо, нацеленным исключительно на обслуживание местных жителей.

В результате, четвертый пункт статьи 1212 ГК РФ гарантирует, что выбор применимого права в потребительских договорах, где потребитель выступает в роли активной стороны, не должен приводить к утрате защиты его прав, закрепленных обязательными нормами права той страны, которое было бы применимо к договору в случае отсутствия соглашения о выборе права.

Дополнительный механизм определения права, применимого к договорам с участием потребителей, предлагается в пятом пункте статьи 1212 ГК РФ. Данный пункт устанавливает, что в случаях, не охваченных данным разделом кодекса, для определения применимого права следует обращаться к общим правилам ГК РФ о праве, которое регулирует договорные отношения. Указанное положение было введено Федеральным законом № 260-ФЗ от 30 сентября 2013 года и направлено на всестороннее регулирование потребительских отношений.

Таким образом, для договоров, не попадающих под специфические положения статьи 1212, применяются статьи 1210 и 1211 ГК РФ, касающиеся выбора права сторонами договора и определения применимого права в отсутствие такового выбора. Реформа Раздела VI Гражданского кодекса, включая изменения в статье 1212, предоставляет потребителям, участвующим в международных экономических отношениях через приобретение товаров и услуг, широкие возможности для защиты своих прав и интересов.

В ЕС действует своя система законодательных актов, направленных на регулирование отношений между потребителями и бизнесом. Важнейшим из них является Директива ЕС о правах потребителей, которая задает единые стандарты защиты потребительских прав во всех странах-членах ЕС [3].

В России система законодательного регулирования также направлена на защиту интересов потребителей от нечестных продавцов и производителей, а

также от товаров и услуг ненадлежащего качества, но, несмотря на значительные усилия в этом направлении, в России все еще существуют проблемы, связанные с защитой прав потребителей [3].

Одной из ключевых проблем является низкое качество продукции и услуг, что объясняется отсутствием жестких производственных норм и стандартов, неэффективностью систем контроля качества, нехваткой квалифицированных специалистов в области технического регулирования, а также слабой ответственностью поставщиков за поставку некачественных товаров.

Еще одна значительная проблема – это недостаточное осведомление российских потребителей о своих правах. Многие из них не знают, какие права у них есть, как эти права защищаются и к кому обратиться в случае их нарушения, что связано с недостаточной эффективностью информационных кампаний и отсутствием бесплатной юридической поддержки для потребителей.

В странах ЕС функционирует развитая система информирования потребителей о их правах [33]. Одним из ярких примеров такой системы является создание и распространение Руководства по правам потребителей. Указанный документ содержит исчерпывающую информацию о различных аспектах защиты прав потребителей, начиная от базовых прав, таких как право на информацию и безопасность продукции, и заканчивая процедурами обращения в случае нарушения этих прав.

Следует отметить, что руководство по правам потребителей подробно описывает пошаговые действия потребителя для защиты своих интересов. Также в нем представлен список контактов различных потребительских организаций и государственных учреждений, куда потребители могут обратиться за консультацией или помощью.

В России также существует ряд проблем, затрудняющих эффективную защиту прав потребителей. Одной из таких проблем является длительность

судебного процесса, что делает процедуру восстановления нарушенных прав трудоемкой и дорогостоящей.

Или, например, процедура возврата товаров, угрожающих жизни или здоровью, может затягиваться, а выплаты компенсаций потребителям зачастую не осуществляются в полном объеме. Так, хотя российское законодательство теоретически предусматривает защиту прав потребителей, в реальности система защиты может оказаться неэффективной.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы. Понятие защиты прав потребителей является фундаментальным элементом современных общественных отношений в любой стране, обозначая собой комплекс мер, направленных каждым государством на обеспечение безопасности, справедливости и информированности потребителей в процессе приобретения товаров и услуг. Данное понятие подразумевает не только предоставление гражданам защиты от недобросовестных производителей и продавцов, но и создание условий для осознанного выбора, доступ к полной и достоверной информации о товарах и услугах, а также возможность компенсации в случае нарушения их прав.

Следует признать, как в российском, так и зарубежном законодательстве существует возможность распространять правовой статус потребителя на юридических лиц. Российский законодатель может прямо называть их потребителями (например, согласно статье 539 ГК РФ), но при этом ЗОЗПП не распространяет на них своё действие.

Было выяснено, что законодательное регулирование защиты прав потребителей представляет собой наиболее важный элемент в системе обеспечения справедливых и безопасных условий для потребителей во всех странах. Следует отметить, что функционирует целый комплекс законов, включающий разнообразие подзаконных актов, направленных на защиту интересов потребителей от недобросовестных производителей и продавцов, а также на обеспечение высокого уровня качества товаров и услуг.

В России основные нормативно–правовые акты в сфере защиты прав

потребителей включают: Закон от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей», Конституцию РФ, ГК РФ, ряд технических регламентов Таможенного союза/Евразийского экономического союза, Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294–ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и др. Несмотря на это, на практике встречаются проблемы с эффективностью их применения.

По сравнению с зарубежными странами, зарождение системы защиты прав потребителей в России началось значительно позже. Однако заимствование международного опыта и послужило фактором развития, что позволило создать эффективную и адаптированную к национальным особенностям модель. Рассматриваемая система характеризуется наличием комплекса гарантий для защиты потребителей, которые представляют собой более уязвимую сторону в потребительских отношениях. Особенностью российской модели является тесная связь норм, регулирующих права потребителей, с положениями специальных федеральных законов, которые детализируют и уточняют эти права в контексте конкретных видов товаров, работ или услуг.

Глава 2 Способы защиты прав потребителей

2.1 Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителей

В первую очередь необходимо отметить, что согласно Закону от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей» споры между покупателями и продавцами (производителями, исполнителями) могут быть разрешены как через судебные инстанции, так и путем предварительного обращения к продавцу с претензией вне суда. Процесс предварительного обращения предполагает, что покупатель в случае выявления недостатков товара направляет продавцу письменное уведомление о выявленных проблемах. В случае отсутствия удовлетворительного ответа от продавца или его полного отсутствия, покупатель вправе инициировать судебное разбирательство для защиты своих интересов [7, с.32].

Претензионный метод подразумевает, что в ситуациях, когда права покупателя нарушены в процессе покупки, первым шагом является обращение к ответственному лицу или представителю организации с целью устного разрешения вопроса. К примеру, при обнаружении брака в приобретенном товаре, не соответствия его ожиданиям покупателя или использование товара оказывается невозможным, покупатель может требовать возврата товара, его замены, исправления недостатков или расторжения договора купли–продажи, предоставив при этом доказательства проведенной сделки. Для каждого товара или услуги устанавливается определенный гарантийный период, в течение которого потребитель имеет право на защиту своих интересов [8, с.56].

Гарантийный период представляет собой временной отрезок, в течение которого производитель обеспечивает исправную работу продукции и на протяжении, которого покупатель имеет право обратиться к продавцу с претензией в случае обнаружения скрытых дефектов, не указанных продавцом

при совершении покупки. В рамках статьи 503 ГК РФ и статьи 18 Закона от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей», потребитель вправе предъявить следующие требования:

- запросить немедленное бесплатное исправление выявленных дефектов или компенсацию затрат на их устранение самостоятельно или с помощью третьих лиц;
- запросить обмен на аналогичный товар другой марки (модели, артикула) с перерасчетом цены;
- запросить замену товара на аналогичный экземпляр той же марки (модели, артикула);
- требовать уменьшения стоимости товара пропорционально обнаруженным недостаткам;
- отказаться от договора купли–продажи и потребовать возврат денег, уплаченных за товар. В случае, если продавец настаивает, потребитель обязан вернуть товар с дефектами за счет продавца. [17].

Согласно Постановлению Правительства РФ от 10 ноября 2011 года № 924, технически сложные товары, такие как легковые автомобили, телевизоры, стиральные машины, холодильники и прочие, имеют особые условия для замены или возврата [46]. Потребители вправе требовать замену товара или возврат уплаченных денежных средств за эти товары только в случае, если претензия подана в течение 15 дней после получения товара, обнаружен существенный недостаток, превышены законодательно установленные сроки для устранения недостатков, или если товар невозможно использовать более 30 дней в течение года из–за его неоднократного ремонта.

Отсчёт гарантийного периода и срока службы товара начинается с момента его передачи покупателю, если в договоре не оговорено иное. В случае невозможности определения даты передачи, сроки исчисляются с даты изготовления товара. В течение гарантийного периода или срока службы потребитель имеет право выдвигать требования к продавцу по недостаткам товара. Отсутствие у покупателя документов, подтверждающих факт и

условия покупки, не может служить основанием для отказа в удовлетворении его требований.

В случае согласия продавца на возврат денег, покупателю следует подать соответствующее заявление. Если же продавец отказывается выполнить требования потребителя, «необходимо составить претензию в двух экземплярах, указав в ней данные организации или индивидуального предпринимателя, персональные данные потребителя, описание обнаруженных дефектов и сформулировать требования к продавцу, такие как устранение дефектов или расторжение договоров» [9, с.53].

Один из экземпляров поданной претензии направляется продавцу (производителю, исполнителю), в то время как на втором экземпляре представитель продавца (производителя, исполнителя) должен поставить отметку о приеме документа, указав дату получения, печать организации и личные данные лица, принимающего претензию, включая его подпись. После получения претензии, сторона, ответственная за продажу (исполнение, производство), обязана уведомить потребителя о своем решении в письменной форме в течение 10 дней. В случае, если ответ отсутствует или не удовлетворяет потребителя, он вправе подать иск в суд, переоценив правомерность своих требований.

В процессе споров по установлению причины дефекта товаров именно на продавце (производителе) лежит обязанность провести экспертизу за свой счет. В свою очередь, потребитель имеет право присутствовать при процессе экспертизы. В случае несогласия с выводами экспертизы, потребитель может оспорить их в суде. Если в ходе экспертизы выяснится, что причиной возникновения дефектов товара вины продавца (производителя) нет, то потребитель должен компенсировать затраты на проведение экспертизы, хранение и транспортировку товара. Однако, если экспертиза подтвердит наличие недостатков в товаре до момента его передачи покупателю, ответственность за устранение дефектов несет лицо, передавшее товар или производитель, независимо от наличия или отсутствия гарантийного срока на

товар.

Изучая действующее законодательство Российской Федерации, можно выделить следующие основные права потребителя:

1. Право на исправление дефектов товара (статья 20). Продавец (изготовитель) обязан устранить недостатки товара в пределах 45 дней с момента обращения потребителя. В случае, если становится очевидным, что устранение дефектов не осуществимо в установленный срок, стороны могут договориться о продлении срока исправления.

2. Сроки удовлетворения требований потребителя (статья 22 ЗоЗПП). «Продавец (изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный предприниматель, импортер) должен удовлетворить требования потребителя о снижении цены, возврате средств или компенсации убытков из-за продажи товара ненадлежащего качества или предоставления недостоверной информации о товаре в течение 10 дней с даты предъявления требования» [19, с.124].

Однако на сегодняшний день существует разнообразие методов предоставления информации потребителям, включая непосредственное указание на упаковке или размещение на информационных стендах. Проблема часто заключается в несоблюдении производителями и продавцами этой обязанности в добросовестной манере. Законодательство устанавливает только базовые требования к содержанию важной информации для потребителей, оставляя детали на усмотрение исполнителей, что создает простор для недобросовестных действий, особенно когда речь идет о размере шрифта и месте размещения информации, которые часто делаются изготовителями слишком мелкими для чтения.

В отличие от Российской Федерации, в зарубежных странах рассматриваемые требования, как правило, детально урегулированы.

Например, в ЕС действует Регламент ЕС № 1169/2011 о предоставлении пищевой информации потребителям, который устанавливает требования к четкости, видимости и читаемости обязательной информации на упаковке

продуктов. Так, размер шрифта для обязательной информации должен быть таким, чтобы высота строчных букв была не менее 1,2 мм [16, с.130].

Так, необходимо внести конкретизированные дополнения в Закон от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей», включив в него четкие указания на расположение и форматирование информации о товаре. Закон от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» должен определять минимальный размер шрифта в зависимости от габаритов упаковки и устанавливать требования к цветовой палитре, чтобы обеспечить права потребителей на получение достоверной информации.

3. Право на замену товара неудовлетворительного качества (статья 21). Потребитель вправе потребовать замену товара в семидневный срок с момента предъявления требования, а в случае необходимости проверки качества товара – в течение 20 дней.

4. Право на обмен товара хорошего качества (статья 24). В течение 14 дней, не считая дня покупки, потребитель имеет возможность обменять недовольственный товар хорошего качества на аналогичный, если приобретенный товар не подходит по ряду параметров (форма, размер, цвет и т.д.). Такой обмен возможен при условии, что товар не использовался, сохранены его товарный вид и потребительские свойства, наличие пломб, ярлыков, а также наличие документа, подтверждающего покупку. Отсутствие у потребителя подтверждающего документа не лишает его возможности обратиться к свидетельским показаниям.

Относительно исполнения работ или предоставления услуг, закон требует их своевременного выполнения. Согласно статье 28 Закона от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей», если возникает ситуация, при которой ясно, что услуга или работа не будут завершены в установленный срок, у потребителя есть несколько вариантов действий:

- установить новый срок для исполнителя;
- потребовать снижения стоимости услуги или работы;
- заказать выполнение работы или предоставление услуги у других лиц

по разумной цене или выполнить работу самостоятельно, требуя компенсации затрат от исполнителя;

– отказаться от договора на выполнение работы или оказание услуги [31, с.40].

Потребитель также имеет право на компенсацию убытков, вызванных задержкой выполнения работы или оказания услуги, в соответствии с установленными сроками для удовлетворения его требований.

В случае выявления недочетов в выполненной работе или оказанной услуге потребитель может выбрать одно из следующих действий:

– требовать бесплатное устранение недостатков;

– потребовать изготовление другого изделия из аналогичного материала того же качества или повторное выполнение работы с возвратом предыдущего продукта;

– запросить снижение стоимости выполненной работы;

– потребовать возмещение расходов, понесенных на самостоятельное устранение недостатков или их исправление третьими лицами [48].

Исполнитель обязан устранить недочеты в работе или услуге в срок, установленный потребителем, который должен быть разумным. В случае превышения установленного времени на устранение дефектов, исполнитель выплачивает потребителю пени за каждый день задержки. Размер этой неустойки и порядок ее начисления регламентируются статьей 28 Закона от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей».

Согласно п. 33 Постановления Пленума ВС РФ от 22.06.2021 № 18 прямая обязанность по досудебному урегулированию споров не везде предусмотрена, однако в ряде специальных законов такая процедура определена. Например, подача претензии является обязательной в случаях договоров о предоставлении услуг связи, а также при перевозке пассажиров и багажа внутренним водным транспортом, как указано в соответствующих статьях Закона о связи и Кодекса внутреннего водного транспорта РФ [45].

Кроме того, потребитель обязан соблюсти претензионный порядок, если намерен инициировать судебное разбирательство с целью изменения или расторжения договора, согласно положениям ГК РФ и постановлению Пленума ВС РФ от 22.06.2021 № 18. Однако, если у потребителя есть законные основания для одностороннего отказа от договора, предусмотренные Законом от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей», и он предпочитает сразу обратиться в суд, обязанность по предварительной подаче претензии отпадает [44].

Одной из наиболее актуальных проблем в рамках законодательного урегулирования претензионного порядка разрешения потребительских споров выступает отсутствие единого определения термина «претензия» [43]. На практике оценка данного термина зависит от суда и конкретного судебного случая. В этой связи следует обратиться к опыту зарубежных стран.

В рамках ЕС существует Директива 2013/11/ЕС об альтернативном урегулировании потребительских споров, которая обязывает страны–члены предусмотреть механизмы внесудебного урегулирования споров. Термин «претензия» используется для описания начального этапа процесса, когда потребитель обращается с жалобой к продавцу или услугодателю перед тем, как инициировать процедуру альтернативного урегулирования споров. Директива не предоставляет унифицированное определение «претензии», оставляя на усмотрение стран–членов детализацию данного понятия в национальном законодательстве [15].

В Великобритании термин «претензия» имеет конкретное определение в контексте потребительских споров, особенно в рамках регулирования финансовых услуг. Термин «претензии» рассматривается как жалобы, поданные потребителями против компаний, предоставляющих финансовые услуги, при условии, что жалоба была первоначально представлена компании, и было дано достаточно времени для ее рассмотрения [20, с.92].

В США универсального определения термина «претензия» на федеральном уровне нет, и его толкование может зависеть от конкретного законодательства штата.

Таким образом, термин «претензия» в рамках потребительских спорах не конкретизируется не только в российском законодательстве, но и отдельных зарубежных странах. Однако практика тех стран, в которых данный термин определен единым образом, свидетельствует о большей эффективности и однообразности правоприменения. В связи с этим, предлагаем закрепить в ЗоЗПП следующее единое определение: «Претензия – это письменное или электронное обращение потребителя к продавцу (исполнителю, производителю) о нарушении его прав, связанных с качеством товара, работы или услуги, включая требования об устранении обнаруженных недостатков, замене товара, возврате денежных средств или снижении цены, поданные в соответствии с установленным порядком до обращения в суд».

Не менее актуальной выступает важность объединения досудебного и судебного порядков урегулирования споров в рамках единого законодательного акта. Как отмечает судья Одинцовского районного суда Московской области Константин Москвин, большинство граждан, обращающихся в суд по потребительским вопросам, делают это без юридической поддержки, часто впервые сталкиваясь с необходимостью судебной защиты своих прав, что приводит к сложностям на всех этапах судебного процесса: от подачи иска до сбора и предоставления доказательств. Отсутствие юридических знаний затрудняет для них возможность эффективной защиты своих интересов и нахождение соответствующих законодательных норм.

В связи с этим, предлагаем закрепить в едином Законе от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» отдельную норму, описывающую досудебный порядок урегулирования споров и условия его применения.

Следует отметить, что с 2019 года в России усилены меры по защите прав потребителей, предоставив им больше вариантов для обращения за

помощью в случае нарушения их прав. Это стало возможным «благодаря активизации сотрудничества муниципальных органов с общественными объединениями потребителей, что способствовало росту и развитию потребительского движения на общественном уровне» [23, с.474].

Примером такой работы является деятельность Управления Федеральной службы по надзору за правами потребителей и благополучием населения в Республике Бурятия, где за первый квартал 2022 года было рассмотрено 1125 обращений граждан. Большая часть этих обращений касалась нарушений в сфере розничной торговли непродовольственными товарами (42,8%), услуг бытового обслуживания (17,2%), продажи продовольственных товаров (13,5%), а также в области ЖКХ (5,4%) и других услуг.

Во многих регионах Российской Федерации функционируют организации, занимающиеся защитой интересов потребителей. Например, в Республике Бурятия активно действует «Бурятская Ассоциация потребителей», предоставляющая гражданам бесплатные юридические консультации по широкому кругу вопросов. Это включает в себя помощь в защите прав потребителей при покупке товаров и оказании услуг, а также консультации по гражданскому, трудовому, семейному и жилищному праву. Ассоциация помогает в подготовке претензий, исков и других правовых документов, представляет интересы потребителей в суде, анализирует договоры на предмет недобросовестных условий, оказывает информационную поддержку и готовит проекты договоров и заявлений.

Кроме того, «Бурятская Ассоциация потребителей» выполняет независимую экспертизу товаров и услуг, включая товароведческую, компьютерно–техническую и строительно–техническую экспертизу, а также оценку. Экспертные заключения этой организации признаются в судебных органах и могут служить основанием для защиты прав потребителей.

Подобные организации, заботящиеся о правах потребителей, присутствуют практически в каждом регионе России, а также в других

странах. Региональные отделения Роспотребнадзора, разнообразные общественные ассоциации и Российский союз потребительских обществ играют ключевую роль в обеспечении прав потребителей и предоставлении им необходимой юридической поддержки.

Во многих странах Европы функционируют различные ассоциации, задачей которых являются поддержка потребителей, включая предоставление им безвозмездных юридических советов.

Также в ряде государств существует возможность для потребителей обратиться за поддержкой к организациям некоммерческого типа, активно защищающим их интересы. К примеру, в Великобритании действует Citizens Advice – организация, оказывающая помощь в урегулировании споров, связанных с качеством товаров и услуг.

Аналогичная ситуация наблюдается и в Соединенных Штатах, где действует множество некоммерческих ассоциаций, призванных защищать права покупателей. Среди них выделяется (Consumer Reports) – организация, занимающаяся испытанием продукции и услуг, а также защитой прав потребителей на юридическом уровне.

В Европейском союзе также работают организации, направленные на защиту прав покупателей. Одним из примеров является Европейский центр потребительских прав (BEUC), который выступает за интересы потребителей на уровне ЕС и в рамках национальных правительств. Более того, в каждой стране – члене ЕС функционируют национальные ассоциации, предоставляющие консультационные и правовые услуги в случае нарушения прав потребителей [61].

Можно сказать, что Европейский союз уделяет большое внимание защите прав потребителей, в том числе и в досудебном урегулировании потребительских споров, и механизмы защиты прав в ЕС являются одними из наиболее развитых в мире.

На основе зарубежного опыта в сфере альтернативного решения потребительских споров, в России был разработан законопроект № 1138398–

7, который предусматривает изменения в законодательстве, в частности в Закон от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)», с целью внедрения системы онлайн–механизмов для урегулирования споров. Основная идея законопроекта – обеспечить удобный и экономически выгодный досудебный порядок разрешения конфликтов через Интернет, что позволит сторонам сэкономить время и деньги, а также достичь взаимоприемлемого решения [47].

Исследование международного опыта показывает, что идея онлайн–урегулирования споров находит поддержку на уровне ООН и в ЕС, где уже существует регламент и работает онлайн–платформа, запущенная Европейской комиссией для урегулирования потребительских споров с помощью независимых посредников.

Примеры из зарубежной практики, как в Бразилии, где через онлайн–платформу было решено 500 тысяч жалоб с 80% успехом без привлечения посредников, демонстрируют эффективность и востребованность таких методов решения споров. Это подтверждает перспективность внедрения аналогичных онлайн–механизмов в России для улучшения потребительского рынка и укрепления защиты прав потребителей.

Или, например, в Канаде с 2017 года функционирует арбитражная платформа для решения гражданских споров на сумму до 5 тысяч долларов и конфликтов, связанных с совместным владением недвижимостью. То есть данная система позволяет сторонам достигать соглашения через онлайн–переговоры.

В Дубае, Департамент экономики и туризма в 2021 году внедрил инновационный сервис для защиты жителей от нежелательных рекламных звонков. С помощью этого сервиса потребители могут сообщать о назойливых звонках от компаний, причем жалобы можно подавать онлайн. Отдел по защите прав потребителей занимается удалением номеров жалобщиков из баз

данных компаний, напоминая бизнесу о важности уважения личного пространства клиентов.

Вышеуказанные примеры подчеркивают важность и эффективность онлайн-платформ для разрешения потребительских споров на международном уровне, обеспечивая быстрое и удобное решение конфликтов.

При этом, в рамках предложенного в России законопроекта № 1138398–7 подчеркивается, что такая услуга будет предоставляться потребителям бесплатно. Указанное предоставит потребителям возможность адаптировать свои требования в процессе урегулирования спора, например, выбирать между устранением недостатков товара, его заменой или возвратом средств, что сделает процедуру максимально гибкой и ориентированной на нужды потребителя.

Предложено использовать для ОУС существующую инфраструктуру портала Госуслуг. Однако, первоначальные требования к идентификации пользователя портала Госуслуг через электронные подписи столкнулись с критикой из-за сложности и обременительности получения электронной подписи для потребителя, что вызвало необходимость доработки проекта, учитывая, что сам портал Госуслуг достаточно часто испытывает технические сложности и неполадки. В рамках ОУС также предусмотрена возможность привлечения экспертов и медиаторов для помощи в разрешении споров [49, с.354].

Онлайн-урегулирование споров имеет ряд очевидных преимуществ перед традиционными способами. Оно позволяет обращаться с претензиями к участникам рынка, находящимся в различных юрисдикциях, и делает процесс более доступным и быстрым для потребителей. Простота подачи претензии через онлайн-форму и отсутствие необходимости в глубоких юридических знаниях снижают барьеры для активного отстаивания прав потребителей. Кроме того, отсутствие платы за участие в ОУС делает этот механизм еще более привлекательным [54, с.249].

В итоге, система ОУС способствует не только эффективному решению индивидуальных споров, но и укреплению общего доверия к онлайн–торговле, как внутри страны, так и на международном уровне, предотвращая нарушения, основанные на бездействии потребителей. Однако рассматриваемый законопроект 1138398–7 до сих пор не был принят, его рассмотрение перенесено. Данный законопроект включен в примерную программу решением Государственной Думы на июнь 2024 года. Можно предположить, что это связано с существенной критикой отдельных положений рассматриваемого законопроекта. Предлагаем продолжить рассмотрение законопроекта 1138398–7 о разработке онлайн–урегулирования потребительских споров, но с некоторыми изменениями. Считаем необходимым учесть опыт зарубежных стран, а именно Бразилии, и разработать отдельную платформу для рассмотрения онлайн потребительских споров и их досудебного урегулирования, так как в рамках портала Госуслуг их разрешение представляется невозможным (в связи с постоянными техническими неполадками, сложностью поиска, наличием большого количества иных функций, а также сложностью получения электронной подписи).

2.2 Судебная защита прав потребителей

На сегодняшний день в России гарантируется приобретение товаров, работ и услуг надлежащего качества, их безопасность, а также получение достоверной информации для выбора, просвещение в области защиты прав, государственная и общественная защита прав потребителей, в том числе возможность объединения потребителей в общественные организации.

Судебная защита прав потребителей в России осуществляется через государственные суды. Участвовать в судебном разбирательстве могут органы прокуратуры, Уполномоченный по правам человека и общественные организации. Мировым судьям подсудны имущественные споры с ценой иска

до 50 тысяч рублей, но для споров в сфере защиты прав потребителей этот лимит увеличен до 100 тысяч рублей. Потребители могут выбрать суд по месту своего пребывания, жительства или месту заключения договора. Кроме того, потребители освобождаются от уплаты государственной пошлины по искам, связанным с нарушением их прав. Потребители имеют право обратиться в суд не только к исполнителю услуг, но и к изготовителю товаров за возмещением вреда, включая компенсацию морального вреда и неустойку за неисполнение требований в добровольном порядке [30, с.120].

В связи с отсутствием альтернативного урегулирования спорных потребительских вопросов обращение в суд является очень востребованным способом защиты прав российского потребителя. В 2019 году судами РФ удовлетворены требования потребителей 85% из 428,8 тысяч дел о защите прав потребителей, присуждено свыше 53 млрд. рублей [35]. Ежегодно количество дел этой категории увеличивается в геометрической прогрессии.

Несмотря на широкий спектр инструментов для защиты своих интересов, включая различные способы обращения в компетентные органы, количество конфликтов в сфере защиты прав потребителей продолжает оставаться на высоком уровне, что подчеркивает важность судебного процесса как средства обеспечения их защиты. Обязанностью судебной системы является обеспечение высокого качества разбирательств, аккуратное толкование и применение законодательных норм. Важные направления и задачи в области обеспечения прав потребителей определены в Стратегии государственной политики РФ по защите прав потребителей до 2030 года [50]. Основания для осуществления прав и законных интересов граждан в качестве потребителей закреплены в ЗоЗПП.

При этом, во время пандемии стало заметно увеличение жалоб от потребителей, связанных с заказом и оплатой услуг через интернет, направляемых в Федеральную службу по надзору за защитой прав потребителей и благополучием человека. Часто сторонами в этих спорах выступают иностранные компании, не имеющие представительств в России.

В таких случаях к отношениям между российскими гражданами и зарубежными фирмами применяется российское законодательство о защите прав потребителей. В то же время информация на сайтах иностранных сервисов зачастую указывает на отсутствие нарушений в отношении потребителей, но это не означает лишение их возможности защитить свои основные права [28, с.369].

Даже в случае наличия договоренности о применении иностранного законодательства для разрешения споров, российские потребители имеют право обратиться в суд по своему месту жительства. Это возможно, когда компания–исполнитель ведет свою деятельность в России, активно рекламирует услуги для российского рынка или ее веб–сайт нацелен на российских пользователей. Необходимо отметить, что даже при согласии потребителя с условиями, предусматривающими применение иностранного права, его права на получение информации, безопасность и качество услуг, гарантированные российским законодательством, не могут быть ограничены. Потребителю также гарантирована возможность требовать компенсации за моральный вред и штраф за невыполнение условий договора, который может составить до 50% от суммы иска. Кроме того, потребители освобождаются от уплаты государственной пошлины при подаче иска на сумму до 1 млн рублей.

Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей рекомендует с осторожностью подходить к заключению договоров на оказание услуг за пределами России. Для обеспечения защиты своих прав на территории РФ, потребитель должен убедиться, что в договоре выбрано применение законодательства Российской Федерации.

Эффективность судебной защиты прав российских потребителей за границей в значительной степени зависит от наличия договоренностей между Россией и иностранными государствами о взаимной правовой помощи. Россия имеет такие соглашения с рядом стран, включая Китай, Кипр, Финляндию, Индию, Турцию и Польшу. Полный список договоров доступен на официальном сайте Министерства иностранных дел РФ.

Пример судебной практики против нидерландской компании Booking.com B.V. демонстрирует, как российский судебный орган может эффективно защитить интересы отечественного потребителя в споре с международной компанией. Верховный суд признал, что компания активно рекламировала свои услуги в России и предлагала онлайн–бронирование различных услуг, направленных на российских пользователей. Наличие офиса компании в России также сыграло свою роль в решении суда [37].

Или, например, решение Головинского районного суда № 2–902/21 стало одним из множества, рассмотренных в пользу российских потребителей против Booking.com [52]. В этом случае, гражданин С. оспаривал качество услуг по проживанию в отеле Zurich City Lakeside, забронированного и оплаченного через сайт компании. После приезда в Цюрих, он обнаружил, что реальное состояние отеля значительно отличается от описанного на сайте, из–за чего отказался от проживания, но не смог вернуть уплаченные средства. Российский суд, опираясь на статью 32 ЗоЗПП и статью 782 ГК РФ, подтвердил право потребителя на односторонний отказ от исполнения договора при несоответствии услуг заявленному качеству. В результате иск гражданина С. был признан обоснованным, и суд присудил ему компенсацию морального вреда и штраф в размере 50% от суммы неисполненных в добровольном порядке требований.

Положения ГПК РФ предоставляют российским потребителям значительные возможности для защиты своих прав в судебном порядке, даже если спор возникает с участием иностранных компаний. В частности, часть 7 статьи 29 ГПК РФ позволяет потребителям подавать иски по месту своего жительства, что значительно упрощает процесс обращения в суд [13].

Согласно части 1 статьи 402 ГПК РФ, подсудность дел, в которых участвуют иностранные лица, определяется по общим правилам, установленным в главе 3 ГПК РФ, если иное не предусмотрено специальными правилами главы 44. Это означает, что российские суды могут принимать к

рассмотрению дела против иностранных компаний, если соответствующие условия подсудности удовлетворены.

Часть 2 статьи 402 ГПК РФ конкретизирует, что российские суды могут рассматривать дела с участием иностранных лиц, если организация–ответчик имеет адрес в Российской Федерации. Кроме того, часть 3 той же статьи расширяет эту возможность, указывая на случаи, когда у иностранного лица есть управляющий орган, филиал или представительство на территории России, либо имущество, либо осуществляется деятельность, направленная на привлечение внимания российских потребителей через Интернет [29, с.161].

В различных юрисдикциях мира подходы к защите прав потребителей и бремени доказывания в случаях обнаружения дефектов товара различаются. Во многих странах ЕС, таких как Нидерланды, Англия, Франция, Бельгия, и Дания, обычно потерпевшее лицо несет бремя доказывания дефектов товара и наличие причинно–следственной связи, повлекшей ущерб. Однако, если недостаток товара обнаружен в течение гарантийного срока, обычно составляющего шесть месяцев, это бремя с потребителя снимается благодаря презумпции наличия дефекта товара на момент покупки. Этот принцип также поддерживается в Германском гражданском уложении, предусматривающем, что, если дефект обнаруживается в течение шести месяцев, предполагается, что он существовал на момент купли–продажи, хотя продавец может опровергнуть эту презумпцию [27, с.203].

В Российской Федерации бремя доказывания также зависит от того, был ли установлен гарантийный срок и когда были обнаружены недостатки. Если гарантийный срок отсутствует, бремя доказывания ложится на потребителя.

Мировая тенденция защиты прав потребителей включает в себя развитие и применение механизмов групповых исков, которые позволяют коллективно защищать интересы потребителей [24]. В ЕС многие страны успешно используют коллективные иски для защиты прав потребителей. Например, во Франции коллективный иск может быть инициирован только аккредитованной национальным уровнем ассоциацией потребителей, в то время

как в Италии групповой иск доступен шире, включая требования о возмещении ущерба, без необходимости минимального количества истцов. Довольно интересно, что во многих странах, например, Бразилии или США также не установлены требования к минимальному количеству истцов по коллективному иску.

В отличие от этого, в России для подачи группового иска требуется присоединение не менее 20 лиц. По нашему мнению, порог для формирования группы истцов может ограничивать доступность судебной защиты для отдельных потребителей, особенно в случаях, когда пострадавшие лица испытывают трудности с нахождением и убеждением достаточного количества единомышленников для совместного обращения в суд. Об этом также не раз указывали многие ученые–правоведы [27, с.99].

Несмотря на то, что установление порога для количества истцов в групповых исках может быть направлено на предотвращение злоупотреблений и обеспечение серьезности намерений группы, важно найти баланс, который бы не препятствовал доступу к судебной защите и эффективному разрешению споров.

В связи с этим, предлагается внести изменение в ч. 5 ст. 244.20 ГПК РФ и изложить ее в следующей редакции: «Рассмотрение дела о защите прав и законных интересов группы лиц по правилам, установленным настоящей главой, допускается в случае, если ко дню обращения в суд лиц, указанных в частях третьей и четвертой настоящей статьи, к требованию о защите прав и законных интересов этой группы лиц присоединились не менее десяти лиц – членов группы лиц».

Исходя из вышеизложенного, можно сделать следующие выводы. Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителей играет ключевую роль в механизме защиты прав потребителей как в России, так и за рубежом. Указанный порядок позволяет разрешать споры между потребителями и продавцами (исполнителями, производителями) вне судебной системы, что способствует экономии времени и средств обеих

сторон. Претензионный порядок предполагает подачу письменной претензии продавцу о недостатках товара или услуги с требованием их исправления или компенсации ущерба.

К актуальным проблемам претензионного порядка необходимо отнести следующее: отсутствие единого определения термина «претензия»; отсутствие отдельной нормы о досудебной урегулировании споров в ЗоЗПП; а также отсутствие онлайн–урегулирования споров.

С целью усовершенствования нормативно–правового регулирования претензионного порядка урегулирования споров с участием потребителей предлагается следующее:

- предлагается закрепить в ЗоЗПП следующее единое определение: «Претензия – это письменное или электронное обращение потребителя к продавцу (исполнителю, производителю) о нарушении его прав, связанных с качеством товара, работы или услуги, включая требования об устранении обнаруженных недостатков, замене товара, возврате денежных средств или снижении цены, поданные в соответствии с установленным порядком до обращения в суд»;
- предлагается закрепить в ЗоЗПП отдельную норму (статью 39.2), описывающую досудебный порядок урегулирования споров и условия его применения;
- учесть опыт зарубежных стран, а именно Бразилии, и разработать отдельную платформу для рассмотрения онлайн потребительских споров и их досудебного урегулирования, так как в рамках портала Госуслуг их разрешение представляется невозможным (в связи с постоянными техническими неполадками, сложностью поиска, наличием большого количества иных функций, а также сложностью получения электронной подписи). При этом, предлагаем закрепить в статье 39.2 ЗоЗПП условие об обязательном досудебном порядке урегулирования споров через онлайн–платформы для разрешения конфликтов.

Судебная защита прав потребителей представляет собой процесс, в рамках которого потребители могут обратиться в суд для восстановления своих нарушенных прав и интересов, возникших в результате покупки товаров или услуг, не соответствующих заявленному качеству, количеству, ассортименту, комплектности, а также в случаях нарушения их прав как потребителей. Рассмотренный механизм предоставляет возможность обращения за судебной защитой индивидуально или коллективно (групповые иски) в случае массовых нарушений прав потребителей.

С целью совершенствования нормативно–правового регулирования судебной защиты прав потребителей были предложены изменения в ч. 5 ст. 244.20 ГПК РФ (коллективный иск).

Судебная защита включает в себя не только восстановление нарушенных прав путем обяания продавца или производителя устранить дефекты товара, вернуть деньги за некачественный товар или услугу, но также компенсацию морального вреда и штрафы за нарушение потребительских прав.

Необходимо отметить, что основная часть споров потребителей по защите прав потребителей за рубежом решается альтернативными способами в досудебном порядке, тогда как в России показатель судебных исков остаётся стабильно высоким.

Глава 3 Отличительные особенности защиты прав потребителей в России и за рубежом

3.1 Процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах

В европейских странах, как и в России, для защиты своих прав потребители могут выбрать как защиту обращением в государственные органы, общественные объединения, так и в суды.

В разных европейских государствах успешно функционируют организации, занимающиеся защитой интересов покупателей. Например, в таких странах как Великобритания, Бельгия и Швейцария, функционирует обширная сеть ассоциаций по защите прав покупателей, чья деятельность направлена на представление и защиту интересов потребителей. Такие ассоциации предоставляют покупателям необходимую информацию. А также могут выступать в качестве медиаторов, предлагать медиационные услуги и подавать иски в судебные инстанции при нарушении прав потребителей. В Российской Федерации подобные организации начали появляться значительно позже.

Большинство конституций государств Европы закрепляет принципы судебной деятельности, гарантирующие гласность, публичность, официальность, состязательность судебного процесса, устный характер судопроизводства, принцип надлежащей судебной процедуры, мотивированность и обоснованность судебных решений, принцип недопустимости повторного привлечения к ответственности за одно и то же деяние, право граждан на судебную защиту с гарантией надлежащей подсудности (право на законный суд) [24]. Европейскому потребителю не допускается одновременное изменение предмета и основания иска. Также, как и российский потребитель согласно статье 39 ГПК РФ вправе изменять или основания иска или предмет иска, например требовать замену вещи,

уменьшение покупной цены, устранение недостатков. Особенностью европейского гражданского процесса является то, что нарушение правил подсудности не является основанием для отказа в возбуждении дела.

Во Франции, согласно декрету от 1 декабря 1986 года, был закреплён принцип свободы установления цен, однако, введены определённые ограничения для защиты прав покупателей. В частности, запрещены дискриминационные ценовые практики и методы лавинной продажи, когда покупателю предлагают скидку за привлечение других покупателей, что считается незаконным и подлежит наказанию. В России, в отличие от Франции, проведение распродаж не требует специального разрешения от местных властей [61].

Защита прав потребителей во многих странах осуществляется через специализированное законодательство, а в некоторых случаях – через статьи гражданского кодекса. Также созданы специальные государственные органы для защиты прав потребителей. Во Франции эту функцию выполняет Министерство по делам потребителей, в Великобритании – Агентство по защите прав потребителей в частной торговле, а в США – Федеральная торговая комиссия. В рамках Европейского Союза действуют различные ассоциации, такие как Европейское потребительское бюро и консультативный комитет потребителей при Европейской комиссии, которые занимаются защитой потребительских прав. Вопросы, связанные с нарушением этих прав, часто разрешаются через внесудебные и медиационные процедуры [58].

В странах ЕС правотворческая деятельность в области защиты прав потребителей включает разработку унифицированных норм и правил, которые либо применяются непосредственно, либо требуют от стран-членов приведение своего национального законодательства в соответствие с этими стандартами (гармонизация). Исследования показывают, что ЕС охватывает более широкий спектр вопросов в сфере прав потребителей, чем это делается в законодательстве России, включая не только защиту прав на качественные

товары и услуги, но и предоставление дополнительных гарантий в связи с трансграничным характером потребительских отношений [58].

В европейских государствах защита интересов покупателей осуществляется через разнообразные процедурные механизмы, специфика которых может варьироваться в зависимости от законодательства отдельной страны. Тем не менее, существуют общие принципы, характерные для многих стран:

- потребители в некоторых частях Европы имеют возможность объединяться в группы для подачи коллективных исков с целью защиты общих интересов. Параллельно, каждый потребитель вправе обращаться в суд индивидуально;
- в некоторых странах, например, Великобритании, применяются внесудебные методы разрешения конфликтов между продавцами и покупателями, включая медиацию и арбитраж;
- в ряде государств, таких как Германия, обязанность по доказыванию того, что права потребителя не были нарушены, лежит на продавце;
- в большинстве стран Европы установлены конкретные временные рамки, в течение которых потребитель может предъявить свои требования после покупки товара или услуги, например, в Великобритании этот срок составляет шесть лет;
- потребитель, чьи права были нарушены, может претендовать на возмещение убытков, включая возврат стоимости некачественного товара или услуги, а также компенсацию морального вреда;
- в некоторых государствах, включая страны ЕС, законодательство предусматривает приоритетную защиту прав потребителей над интересами производителей или продавцов. Таким образом обеспечивается например, обязательный отзыв товаров при обнаружении их потенциальной опасности для здоровья.

В Германии защита прав потребителей обеспечивается через множество правовых инструментов и регулируется разными государственными

учреждениями, в отличие от России, где правовая база может быть более централизованной. Федеральное министерство продовольствия, сельского хозяйства и защиты прав потребителей (BMELV) играет ключевую роль в политике защиты потребителей в Германии, фокусируясь на здоровье потребителей и предотвращении обмана, особенно в области табачных изделий и продовольствия [41].

Закон о информации для потребителей (VIG) предоставляет право на получение информации о продуктах и услугах. Однако обязательства по предоставлению этой информации и требования к маркировке продукции разбросаны по различным отраслевым законам и контролируются несколькими агентствами. Например, Федеральное министерство юстиции отвечает за законы об авторском праве и недобросовестной конкуренции. Вопросы, связанные с Законом о праве, находятся в компетенции Федерального министерства транспорта, строительства и городского развития. Защита потребителей в сфере социальных услуг возлагается на Федеральное министерство здравоохранения. Защиту прав потребителей на финансовых рынках осуществляет Федеральное министерство финансов.

Таким образом, в Германии нет единого законодательного акта, охватывающего все вопросы защиты прав потребителей, включая компенсацию за ущерб от некачественных услуг. Вместо этого, правовое регулирование в этой сфере осуществляется через множество специализированных законов и регуляций, управляемых различными государственными органами.

Система защиты прав потребителей в Германии в своём роде уникальна и является разнообразной в силу федеративного устройства страны. Основные полномочия в этой сфере децентрализованы и находятся в ведении 16 земель, что приводит к отсутствию единого федерального надзорного органа. Однако существующие специализированные организации с федеральным статусом играют ключевую роль в защите интересов потребителей [41].

Так деятельность в сфере кредитования, финансовых услуг и рынка ценных бумаг регулирует Федеральный финансовый надзорный орган (BaFin). Федеральное картельное ведомство занимается вопросами антимонопольного регулирования. В составе европейской сети по борьбе с трансграничными нарушениями потребительских прав ключевую роль исполняет Федеральное ведомство по защите прав потребителей и безопасности пищевых продуктов (BVL), основываясь на Регламенте ЕС №2006/2004 и обеспечивает безопасность в области питания, косметики и бытовой техники. Федеральное авиационное ведомство (LBA), действуя на основании Положения ЕС №261/2004, защищает права пассажиров при задержках, отменах рейсов или отказах в посадке.

Система альтернативного разрешения споров в Германии насчитывает около 200 способов досудебного урегулирования конфликтов, что делает процесс более доступным и экономически выгодным для потребителей. Несмотря на это, граждане имеют право обращаться в суд напрямую, минуя предварительные процедуры, за исключением случаев, когда земельное законодательство предписывает иное. Иски на сумму менее 600 евро рассматриваются в судебном порядке по упрощенной процедуре [41].

В США комплексная система защиты прав потребителей опирается как на федеральное, так и на законодательство штатов. Исторически значимым моментом стало обращение президента Джона Кеннеди в 1962 году, когда он определил четыре ключевых права потребителей: на безопасность продукции, на информированность, на свободу выбора и на возможность быть услышанным. Указанные права положили основу для дальнейшего развития законодательства в этой области. В 1972 году был принят Закон о безопасности потребительских товаров, устанавливающий базовые принципы защиты прав потребителей и предусматривающий ответственность за нарушение этих прав, включая санкции в виде штрафов и возмещения убытков через индивидуальные и коллективные иски.

В Великобритании правовым документом, регулирующим права потребителей, является Закон о правах потребителей 2015 года. Он предоставляет потребителям право на получение информации о товаре и право отказаться от некачественного товара в течение 30 дней с полным возмещением стоимости. Данный Закон также уточняет условия потребительских договоров и предусматривает меры правовой защиты для различных типов договоров. Законодательство Великобритании было гармонизировано с европейским, благодаря чему страна достигла высокого уровня защиты потребительских прав, сопоставимого с Нидерландами. Однако, после Brexit, британские потребители лишились доступа к европейской онлайн-платформе для альтернативного разрешения споров, а исполнение решений британских судов в ЕС стало менее предсказуемым [19, с.176].

В Бельгии Кодекс экономического права служит ключевым документом для регулирования защиты прав покупателей. Этот кодекс обязывает продавцов до момента совершения сделки предоставлять покупателям важную информацию о товаре или услуге, включая цену с учетом налогов и стоимости доставки, а также условия оплаты и исполнения договора. В области потребительского сервиса наиболее часты жалобы касаются транспортных услуг, за ними следуют услуги в сфере отдыха и туризма, что связано с повышенными требованиями к качеству обслуживания, и финансовые услуги, особенно актуальны, поскольку для осуществления повседневных платежей бельгийцам требуется иметь банковский счет. Проблемы также возникают, когда потребители обнаруживают неожиданные финансовые операции, например, инвестиции через кредитные средства, что неизменно вызывает высокий уровень недовольства.

Система защиты потребительских прав в Бельгии во многом основывается на платных услугах, даже если речь идет о поддержке со стороны общественных организаций. Государственное участие ограничивается преимущественно законодательной деятельностью, и не

существует единого закона, который бы регламентировал процедуру возврата товаров. Условия продаж и возврата в частных магазинах устанавливаются самостоятельно и обычно доступны для ознакомления на оборотной стороне чека или по запросу у менеджера [51, с.4].

В стране не принята единая система защиты прав покупателей; действия частных и государственных организаций часто пересекаются. Большинство споров решается без обращения в суд, благодаря досудебному урегулированию конфликтов. Финансовый омбудсмен, получая зарплату от банка, остается независимым и ведет свою деятельность в соответствии с законодательством, помогая в разрешении споров между потребителями и банками.

Информационная поддержка потребителей в Бельгии находится на высоком уровне. Например, веб-сайт государственной организации FSMA предлагает обширную независимую информацию о финансовых услугах, позволяя потребителям сравнивать различные банковские предложения, их преимущества и недостатки. Этот ресурс пользуется большой популярностью среди бельгийцев, стремящихся к обоснованному выбору финансовых услуг [51, с.8].

Страны ЕС накопили обширный опыт в области государственной и общественной защиты прав потребителей, оказав влияние не только на европейское, но и на латиноамериканское законодательство, в частности на Бразилию, укрепившую связи с ЕС как важного торгового партнера. В 2002 году была принята «Стратегия ответственности Европейского сообщества», подчеркивающая общие цели Бразилии и ЕС в области торговли, научного развития и экологии. На фоне европейского подхода, Бразильский Кодекс защиты прав потребителей наделён комплексным характером и включает элементы материального, гражданского, административного и уголовного права, а также процессуальные аспекты. В Бразилии предусмотрена строгая ответственность производителей за качество товаров и услуг, Закон устанавливает принцип солидарной ответственности всех участников

потребительского рынка за любые дефекты, без необходимости доказывания вины.

Бразильский потребитель имеет право требовать возмещения как морального, так и материального ущерба от любого звена в цепочке поставок, при этом ответственность за ущерб не делится между поставщиками, и потребителю гарантируется полное возмещение. Кодекс также устанавливает, что в случае нарушений правил могут быть применены различные административные санкции, включая штрафы, уничтожение продукции, временное приостановление деятельности и многие другие, действующие на стадии до или в процессе административного расследования [53, с.656].

Кодекс содержит требования к информации о товарах и услугах, ясно и доступно предоставляемой потребителям на португальском языке, включая данные о рисках для здоровья и безопасности. В отличие от многих стран, где бремя доказывания лежит на потребителе, в Бразилии обязанность доказать свою невиновность возлагается на производителя или поставщика.

В рамках Европейского Союза действует система административной защиты прав потребителей, включающая в себя специализированные государственные структуры, задачей которых является разработка и реализация потребительской политики. Например, во Франции специфическое агентство занимается административным решением большинства вопросов, связанных с правами потребителей, которые не требуют судебного рассмотрения. В Литве функции контроля за соблюдением прав потребителей выполняет Государственная служба по защите прав потребителей, подчиняющаяся Министерству юстиции. В Австралии защитой прав потребителей занимается Австралийская комиссия по конкуренции и потребителям или другие специализированные государственные органы.

В некоторых странах для рассмотрения споров, связанных с потребительскими правами, созданы специальные судебные органы. Так, в странах Скандинавии функционируют экономические суды, специализирующиеся на защите интересов потребителей на рынке, хотя эти

органы не занимаются формированием политики в сфере защиты прав потребителей в целом.

В Европе также применяется смешанная модель защиты прав потребителей. Например, в Польше за потребительскую политику отвечает государственный орган, а за восстановление нарушенных прав — омбудсмен.

В Германии защита прав потребителей строится на взаимодействии трех основных сторон: государство, рынки и потребители. Государство в роли регулятора, информатора, предупреждает потребителей, но не вмешивается в их решения напрямую. Рынки в роли заинтересованной стороны в транзакциях, предоставляют потребителям свободу выбора. Потребители играют ключевую роль в формировании и развитии рыночной среды благодаря своему влиянию и выбору.

В рамках Европейского Союза, ведомство, отвечающее за защиту прав потребителей, — это Европейская комиссия, которая разработала стратегический план с целью:

- обеспечить прозрачность потребительского рынка;
- повысить уровень доверия потребителей за счет предоставления точной информации о товарах и услугах;
- разработать эффективные инструменты юридической защиты для предотвращения нарушений прав потребителей;
- способствовать повышению благосостояния граждан ЕС через улучшение ценового предложения, качества, ассортимента и доступности товаров и услуг;
- обеспечивать защиту интересов потребителей, минимизировать риски и угрозы для их жизни и здоровья;
- совершенствовать нормативно-правовую базу;
- достигнуть гармонизации законодательства на территории всего Евросоюза.

Развитие электронной коммерции и унификация национального законодательства создают условия для глубокой гармонизации в области защиты прав потребителей в ЕС.

Изучение законодательства Европейского Союза в этой сфере позволяет увидеть, что изначально законодательство развивалось от конкретного к общему, начиная с формирования отдельных нормативных актов, регулирующих специфические вопросы в сфере защиты прав потребителей. Фундаментом выступает общее законодательство, специальное законодательство детализирует и дополняется всё судебной практикой.

На сегодняшний день ЕС активно работает над улучшением политики в области защиты прав потребителей, расширяя ее влияние на международный уровень. Основное внимание уделяется трем ключевым аспектам правового регулирования: обеспечение экономических интересов потребителей, развитие продовольственного законодательства и нормативы безопасности продукции. В рамках этих направлений ЕС разработал сложную систему кооперации между странами–членами для обеспечения продовольственной безопасности и контроля за безопасностью не только продовольственных, но и непродовольственных товаров через сети РАСФФ (Быстрое оповещение о пищевых продуктах и кормах) и РАПЕКС (Быстрое оповещение о небезопасных потребительских товарах).

Ключевым достижением в защите прав потребителей стало создание эффективной и экономически выгодной системы разрешения споров, доступной через интернет. Это позволяет потребителям решать возникающие вопросы с минимальными затратами времени и ресурсов.

При этом, защита прав потребителей в ЕС является неотъемлемой частью общей политики блока, взаимосвязанной с социальной защитой. Данное направление направлено на улучшение защиты интересов потребителей на всех уровнях, включая работу организаций по защите прав потребителей, что подчеркивает комплексный подход ЕС к обеспечению

высокого уровня защиты потребителей, сочетая правовое регулирование с практическими механизмами защиты и поддержки.

Следует отметить, что процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах отличаются значительным разнообразием и свидетельствуют о стремлении к созданию эффективной, доступной и унифицированной системы защиты на всем пространстве ЕС.

3.2 Отличительные черты защиты прав потребителей в азиатских странах

Среди азиатских стран в первую очередь следует рассмотреть отличительные черты защиты прав потребителей в Китае.

Защита прав потребителей в азиатских странах, особенно в Китае, характеризуется уникальной структурой законодательства. В Китайской Народной Республике ключевым документом, регламентирующим эту сферу, является Закон «О защите прав и интересов потребителей». Законодательная система Китая построена на трех уровнях: национальном законе о защите прав потребителей, подзаконных актах гражданского законодательства и нормативных актах, принятых на уровне провинций и муниципалитетов [61].

Первоначальным законом, заложившим основу для регулирования отношений в сфере потребления, стал Закон «О качестве продукции», принятый 22 февраля 1993 года, который устанавливает стандарты качества для производимых в Китае товаров и охватывает весь цикл производства и распространения товаров на территории страны. Органы Государственного совета КНР осуществляют контроль за соблюдением этих стандартов, целью которого является повышение качества продукции [58].

Продавцы несут ответственность за обмен, возврат или ремонт товаров, не соответствующих установленным требованиям, а также за компенсацию ущерба, причиненного потребителям. В случае возмещения ущерба продавцом, но при доказанной вине производителя, продавец имеет право

требовать с производителя возврат затраченных средств и наоборот. Защита прав потребителей предусматривает двухлетний срок для предъявления требований о компенсации после причинения ущерба.

31 октября 1993 года был принят упомянутый ЗоЗПП, который дополнил и усилил механизмы защиты. В рамках экономической программы развития страны на 1993–1998 годы были утверждены и другие важные законы, в том числе Закон «О рекламе», «О гигиене пищевых продуктов», а также законы, регулирующие рыночные отношения и борьбу с недобросовестной конкуренцией [56].

Закон поддерживает защиту интересов покупателей в их бытовом потреблении товаров и услуг, а также касается крестьян при торговле сельскохозяйственными продуктами. Во второй главе детально излагаются права, которыми обладают потребители:

- защита личной неприкосновенности и безопасности собственности;
- доступ к достоверной информации о продукции и услугах;
- свобода в выборе продукции и услуг, включая возможность сравнения и отбора;
- право на совершение справедливых покупок (соответствующая цена, гарантия качества, возможность отказа от части услуг);
- возможность требовать компенсации убытков;
- возможность создавать объединения для защиты своих прав;
- право на обучение в области потребления и защиты своих интересов;
- уважение к человеческому достоинству, культурным и национальным традициям;
- возможность контролировать качество товаров и услуг, а также деятельность организаций, занимающихся защитой прав потребителей;
- право на информирование о нарушениях потребительских прав и подачу жалоб на ненадлежащее выполнение должностных обязанностей работниками государственных органов [62].

В третьей главе закона определены обязательства продавца по компенсации. Таким образом обеспечивается честное отношение со стороны китайских бизнесменов.

В главе IV подчеркивается координирующая, административная и мотивирующая роль государства в процессе защиты интересов потребителей на всех уровнях власти, особенно в промышленном и коммерческом секторах.

Следует отметить, что судьи Народного суда КНР разрешают потребительские споры быстро и эффективно. Управление торговли и промышленности Китайской Народной Республики является ключевым органом, ответственным за контроль за деятельностью и соблюдением требований организаций, занимающихся защитой прав потребителей, с законом о рынке [3].

Последнее время наблюдается рост интереса к образованию общественных потребительских ассоциаций, деятельность которых детально регламентируется в пятой главе закона. Разработка проекта Закона велась при активном участии Китайской Ассоциации Потребителей (КАП). Общественные организации играют важную роль в контроле за качеством товаров и услуг.

Глава IV также акцентирует внимание на досудебном урегулировании споров через медиацию, что позволяет сократить расходы и экономить время. Этот метод позволяет разрешить около 30% всех потребительских споров в Китае, что свидетельствует о его популярности в сравнении с длительными и затратными судебными процессами. Медиация выступает как предпочтительный метод разрешения конфликтов, минимизируя задержки и нарушения сроков в процессе восстановления нарушенных прав потребителей.

Глава VII китайского закона описывает гражданскую, административную и уголовную ответственность. В Китае за производство и распространение поддельной или дефектной продукции устанавливается уголовное наказание. В соответствии со статьей 55, в случае обмана

потребителей при продаже товаров или предоставлении услуг, продавец обязан выплатить компенсацию в размере, превышающем убытки в три раза от стоимости купленного товара или услуги, но не менее 500 юаней. Торгово–промышленная администрация имеет полномочия наложить санкции за нарушения, включая выдачу приказа об их устранении, предупреждение, изъятие незаконного дохода и наложение штрафа до 500 000 юаней. В особо серьезных случаях может быть отозвана лицензия на ведение предпринимательской деятельности [20, с.104].

Статья 39 Закона предлагает несколько методов разрешения споров между потребителями и предпринимателями, а именно:

- достижение взаимного соглашения с бизнесом;
- обращение за медиацией к потребительской ассоциации;
- подачу обращения в государственные регуляторные органы;
- инициирование арбитражного разбирательства по предварительно заключенному арбитражному договору с бизнесом;
- подачу иска в народный суд.

Активное развитие электронной коммерции привело к внесению изменений в Закон КНР «О защите прав и интересов потребителей» в 2015 году. Возникла необходимость усилить защиту прав онлайн–покупателей. Изменения коснулись вопросов интернет–торговли, условий возврата товаров, предъявления претензий, а также включали положения по защите персональных данных покупателей и запрету их использования без согласия в коммерческих целях.

Расширение интернет–торговли стимулировало принятие серии законодательных актов в Китае, направленных на укрепление защиты прав потребителей в цифровой сфере. Среди ключевых законов можно выделить «Закон о праве собственности» (2007 г.), «Антимонопольный закон» (2007 г.), «Гражданский процессуальный кодекс» (2009 г.) и «Закон о безопасности пищевых продуктов» (2009 г.).

В 2010 году был установлен первый специфический регламент «Промежуточные правила торговли товарами и услугами через интернет», определяющий правила онлайн торговли и устанавливающий ответственность за их нарушение. В 2019 году начал действовать «Закон КНР об электронной коммерции», вводящий обязательную регистрацию для всех форм предпринимательской активности в интернете и требующий от электронных площадок контроля за соблюдением прав потребителей продавцами. В случае нарушения, ответственность несут как продавец, так и платформа [20, с.109].

Рассматривая законодательство Китая, нельзя не обратить внимание на близлежащий Тайвань.

Тайвань, испытывающий влияние европейских систем гражданского права, особенно швейцарского и немецкого, разработал свой собственный Закон о защите прав потребителей (CPL), который охватывает основные принципы, группы защиты, административный надзор, решение споров и наказания. Определение «потребителей» в тайваньском законодательстве включает лиц, совершающих покупки или использующих услуги для личного потребления. Закон CPL, вступивший в силу 13 января 1993 года, направлен на защиту интересов и безопасности клиентов. Комиссия по защите прав потребителей Исполнительного Юаня Тайваня выполняет роль омбудсмана, обеспечивая надзор и координацию в этой сфере, информируя о рисках, связанных с продуктами или услугами, и регулярно обновляя законодательство для учета современных вызовов.

Пятая глава CPL детализирует процесс разрешения потребительских споров. Потребители, столкнувшиеся с проблемами в отношениях с бизнесом, имеют право направить свои претензии непосредственно к компаниям, органам защиты прав потребителей или соответствующим потребительским сервисным центрам. Бизнес-операторы обязаны в течение 15 дней после получения жалобы предпринять меры для ее рассмотрения. В случае неудовлетворения жалобы потребителем, он может обратиться с

дополнительной жалобой к омбудсмену по защите прав потребителей на уровне муниципалитета или уезда.

Если проблема не решается, статья 44 устанавливает, что потребитель может запросить медиацию у комиссии по разрешению потребительских споров муниципалитета или уезда. Закон CPL предусматривает также систему штрафов для нарушителей:

- нарушители, игнорирующие предписания органов надзора, могут быть оштрафованы на сумму от 20 000 до 200 000 новозеландских долларов согласно статье 56;
- компании, мешающие проведению расследований, подлежат штрафу от 30 000 до 300 000 новозеландских долларов в соответствии со статьей 57;
- за игнорирование распоряжений надзорных органов предусмотрены штрафы от 60 000 до 1 500 000 новозеландских долларов по статье 58.

В крайних случаях власти могут приостановить или полностью прекратить деятельность бизнеса. Если действия бизнес-оператора квалифицируются как уголовное преступление или за них предусмотрено более строгое наказание в других законах, то дело перенаправляется на уголовное преследование.

В Республике Корея, стране с высоким уровнем экономического развития и соответственно широким спектром потребительских вопросов, также сформировалась эффективная система защиты прав потребителей, объединяющая усилия государственных и общественных структур. В качестве ключевых административных органов, отвечающих за эту сферу, выступают Корейское агентство потребителей (КСА) и Комиссия по справедливой торговле (KFTC), действующие в тесном взаимодействии для решения возникающих споров. Главная задача этих организаций заключается в обеспечении защиты прав потребителей и поддержании справедливой конкуренции на рынке.

В Республике Корея активно применяется внесудебное урегулирование споров, что позволяет потребителям экономить ресурсы и снижает нагрузку на судебную систему. Процесс начинается с подачи жалобы в Агентство по консультациям для потребителей, где специализированная команда анализирует ситуацию и предлагает рекомендации для урегулирования конфликта, включая возможное возмещение убытков согласно установленным критериям.

Если мирное разрешение конфликта не достигнуто, дело переходит в Комиссию по урегулированию потребительских споров. Этот квазисудебный орган проводит юридическую оценку, слушания и принимает решения о посредничестве, обеспечивая конфиденциальность информации. Комиссия использует доказательства от обеих сторон для объективного рассмотрения дела.

Существует также специализированный комитет внутри Комиссии, включающий пятьдесят экспертов из разных сфер, который анализирует случаи ущемления прав потребителей и предоставляет экспертные заключения. Эти эксперты выполняют функции судей, делая процесс похожим на судебное разбирательство. В состав Комиссии входит 150 членов, включая председателя и четырех постоянных комиссаров, рекомендуемых КСА и назначаемых KFTC, что подчеркивает масштабность и серьезность подхода к защите прав потребителей в стране.

Решение, принятое Комиссией по урегулированию потребительских споров в Южной Корее, обладает законной силой и приравнивается к судебному вердикту при условии взаимного согласия сторон конфликта. Это предоставляет возможность мирного разрешения спора без обращения в судебные инстанции. Однако, если одна из сторон остается недовольной и не принимает решение Комиссии, конфликт может быть эскалирован до Верховного суда Южной Кореи, включающего Главного судью и тринадцать судей, разделенных между тремя коллегиями. В случае разногласий внутри «мелких скамеек», дело переходит к «Большой скамейке» для окончательного

решения. Наличие такой комиссии по урегулированию потребительских споров, подчеркивает стремление к мирному разрешению конфликтов и обеспечению эффективной защиты прав потребителей.

Анализ защиты прав потребителей в азиатских странах выявляет ряд отличительных черт, отражающих как общие тенденции региона, так и уникальные подходы отдельных стран к регулированию этой важной сферы.

3.3 Особенности ответственности за нарушение в сфере защиты прав потребителей в России и зарубежных странах

В области защиты прав потребителей в России и за рубежом концепция ответственности означает наложение негативных последствий на лиц, совершивших действия, противоречащие закону, то есть предполагает применение определенных санкций к нарушителям. Законодательство РФ в сфере защиты прав потребителей, не включает явное определение ответственности, однако статья 43 ЗоЗПП указывает на возможность привлечения к административной, уголовной и гражданско-правовой ответственности за нарушение прав потребителей.

Уголовная ответственность за нарушение прав потребителей в России урегулирована Уголовным кодексом Российской Федерации (далее – УК РФ) [55]. Согласно статье 8 УК РФ, за основание привлечения к уголовной ответственности принимается совершение действия, включающего все признаки состава преступления, определенного в Особенной части Кодекса. Признание лица виновным в преступлении и его последующая уголовная ответственность возможны только в случае, если его действия соответствуют описанию преступления в соответствующих статьях УК РФ.

На потребительском рынке чаще всего встречаются преступления, регламентированные статьей 159 УК РФ, касающейся мошенничества; статьей 165 УК РФ, описывающей причинение имущественного ущерба путем обмана или злоупотребления доверием; и статьей 238 УК РФ, предусматривающей

наказание за производство, хранение, перевозку или сбыт товаров и услуг, не соответствующих требованиям безопасности. Ключевыми видами наказаний за такие преступления являются: наложение штрафа, ограничение или лишение свободы.

Законодательства Италии и Бразилии предусматривают строгие меры ответственности для производителей, вводящих в заблуждение потребителей. В Италии такие действия могут повлечь за собой наказание в виде лишения свободы до двух лет и взимания штрафа до 300 000 евро. Эти меры отражены в Потребительском кодексе страны, подчеркивая серьезность подхода к обеспечению долговечности товаров и честности производителей перед потребителями.

Бразилия, следуя аналогичным принципам, через свой Кодекс защиты прав потребителей также предусматривает штрафные санкции и лишение свободы до двух лет для должностных лиц или представителей производителей, совершивших преступления против потребителей. Бразильский кодекс олицетворяет смешанный характер правовой системы, включая элементы материального, гражданского, административного и уголовного права, что обеспечивает комплексный подход к защите прав потребителей и устанавливает более строгие рамки ответственности за нарушения.

В российском законе от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» также предусмотрена возможность привлечения к гражданско–правовой ответственности. Статья 7 гарантирует безопасность товаров, работ и услуг в процессе их использования, хранения и утилизации, оберегая жизнь, здоровье и имущество потребителя от возможного вреда. Гражданско–правовая ответственность в этом контексте предполагает наложение на нарушителя дополнительных обязательств в качестве санкций за совершенное правонарушение. Глава 14 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях устанавливает размер санкций за нарушение прав потребителей. К примеру, за отсутствие информации о

товаре (услуге) с организаций следует взыскать до десяти тысяч рублей (согласно статье 14.8), а за несоответствие качества от двадцати до тридцати тысяч рублей (статья 14.4) [26].

Потребители имеют право на компенсацию убытков, вызванных дефектами товара, работы или услуги, включая неустойку, при этом возмещение не освобождает исполнителя от обязанности выполнить свои договорные обязательства.

Компенсация убытков служит механизмом восстановления нарушенных прав потребителя, возвращая его в первоначальное имущественное положение. В российском и международном законодательстве предусмотрены аналогичные формы гражданско–правовой ответственности, включая:

- ответственность за включение в договор условий, ограничивающих права потребителей;
- ответственность за предоставление некорректной информации о товаре, работе или услуге;
- ответственность за вред, причиненный из–за дефектов товара, работы или услуги;
- ответственность за просрочку исполнения обязательств (неустойка);
- ответственность за причинение убытков потребителю;
- ответственность за отказ в добровольном удовлетворении законных требований потребителя (штрафы) [11, с.71].

Не так давно Федеральный закон № 135 от 1 мая 2022 года внес значимые изменения в Закон от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей», акцентируя внимание на статье 16, касающейся недопустимых условий в договорах, ограничивающих права потребителей. Указанные изменения были сделаны с учетом практик защиты потребителей в европейских странах, таких как Бельгия и Италия, где уже существует четкий перечень несправедливых условий договора, обеспечивающих высокий уровень защиты потребителей. Однако, в отличие от зарубежного опыта, внесенные в России поправки подчеркивают, что перечень договорных

условий не является исчерпывающим, и любые условия могут быть оценены судом на предмет их справедливости.

В зарубежной практике широко распространена защита потребителей от договорных условий, которые могут быть несправедливо обременительными и невыгодными для них. Согласно внесенным изменениям, условия договора не должны создавать чрезмерную нагрузку на потребителя. Ответственность за доказывание того, что условия договора соответствуют законодательству и являются справедливыми, возлагается на продавца или исполнителя услуги.

В.В. Богдан подчеркивает важность регулирования в договорах с потребителями процедур доставки юридически значимых сообщений. Отсутствие такого регулирования может привести к излишнему обереганию потребителя, что, в свою очередь, может вызвать недобросовестное поведение и негативные последствия [5, с.18].

Среди основных ограничений, введенных новыми поправками, следует выделить запрет на:

- то, что возможен односторонний отказ исполнителя от обязательств в случае изменения цен, сроков или других условий договора;
- штрафные санкции для потребителя за отказ от договора;
- навязывание потребителю территориальной подсудности, неудобной для него;
- требование от потребителя приобретения дополнительных товаров или услуг;
- ограничение или освобождение исполнителя от ответственности за ненадлежащее исполнение договорных обязательств;
- выполнение дополнительных платных услуг без согласия потребителя;
- ограничение выбора потребителем формы и способа оплаты;
- ограничение права потребителя на выбор вида требования при обнаружении недостатков или дефектов;
- установление завышенной или заниженной неустойки вопреки законодательству;

- обязанность покупателя доказывать определенные обстоятельства при обнаружении недостатков товара;
- зависимые условия, исключающие предъявление претензий по товару с недостатками [19, с.278].

Условия договора, ущемляющие права потребителей, признаются недействительными. В таком случае потребитель имеет право на возмещение убытков, понесенных в связи с этими условиями, в полном объеме. Если потребитель обращается с требованием исключить такие недопустимые условия из договора, его запрос должен быть рассмотрен в срок до десяти дней.

Примером использования недопустимых условий договоров являются некоторые практики банков при выдаче ипотечных кредитов, когда запрещается досрочное погашение кредита в течение первых пяти лет с накладыванием штрафных санкций за нарушение этого условия. Также при выдаче кредитов практикуется взимание платы за открытие счета несмотря на то, что сама услуга подразумевает наличие такого счета.

Так, например, в Российской Федерации статья 14.8 часть 2 КоАП РФ определяет ответственность за включение в договор недопустимых условий, предусматривая административные штрафы для должностных лиц от одной до двух тысяч рублей и для юридических лиц от десяти до двадцати тысяч рублей.

В Бельгии аналогичные требования к договорным условиям с потребителями регламентируются Кодексом экономического права. До заключения договора предприниматель обязан предоставить потребителю существенную информацию о товаре или услуге, включая цену, условия выполнения договора и гарантии. Такие требования детализированы в других статьях Кодекса и дополняются специфическими правилами для различных видов договоров.

В Бельгии, для предотвращения нарушений прав потребителей при заключении кредитных соглашений, установлено правило, запрещающее

производство любых платежей между кредитором и потребителем до момента оформления договора. В ситуации, когда кредитор или посредник передал деньги, товары или услуги, несмотря на существующий запрет, потребитель не обязан возвращать полученное или оплачивать его. Бельгийский потребитель имеет полное право требовать возмещения убытков, замены товара, его ремонта, адекватного снижения стоимости или расторжения договора при выявлении несоответствия товара условиям договора [32, с.55].

В Китае Закон о защите прав потребителей также акцентирует внимание на праве потребителя на получение достоверной информации о товарах и услугах и требовать сведений об изготовителе. За нарушения, связанные с защитой прав потребителей, предусмотрены штрафы, а в некоторых случаях может последовать приказ о приостановлении деятельности или о ее прекращении. При этом, если другие законы предусматривают более строгие меры наказания, применяются данные законы [11, с.72].

Административная ответственность за подобные нарушения в Кодексе РФ об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) не выделена в отдельную главу и распределена по различным статьям, связанным с предпринимательской деятельностью [27]. Однако отсутствие в КоАП РФ специальной главы, посвященной нарушениям в сфере защиты прав потребителей, компенсируется наличием множества различных статей, регулирующих этот вопрос и расположенных по всему КоАП РФ.

Так, например, правонарушения, затрагивающие интересы потребителей, описаны в главе 14 КоАП РФ и связаны с нарушениями в разных сферах, что делает сложным четкую регламентацию административной ответственности за конкретные виды нарушений. Отнесение действия к категории противоправных зависит от правильного применения законодательства, определения подсудности и исчисления сроков давности для привлечения к ответственности.

С внесением поправок в КоАП РФ посредством Федерального закона № 135 от 1 мая 2022 года, была усилена ответственность за нарушение прав

потребителей в контексте обработки их персональных данных. В частности, часть 7 статьи 14.8 КоАП РФ определяет штрафные санкции для предпринимателей за отказ в заключении, исполнении, изменении или расторжении договора с потребителем из-за отказа последнего предоставить свои персональные данные, кроме случаев, когда требование данных обусловлено действующими федеральными законами. Штрафы составляют от 5 до 10 тысяч рублей для должностных лиц и от 30 до 50 тысяч рублей для юридических лиц.

Во Франции акцент в защите прав потребителей сделан на прозрачность использования персональных данных в коммерческих целях. Французское законодательство требует от операторов предоставлять пользователям исчерпывающую информацию о товарах и услугах, доступных на цифровых платформах, включая детали обработки и использования персональных данных для маркетинговых целей. Несоблюдение этих требований может привести к значительным штрафам для компаний [10, с.8].

Бразильский кодекс о защите прав потребителей также содержит положения, регулирующие вопросы штрафов за невыполнение кредитных обязательств потребителями. Согласно статье 52 этого кодекса, размер штрафов не может превышать 10% от суммы задолженности, предусматривая также пропорциональное уменьшение процентов и других сборов в случае частичного или полного погашения долга.

Подводя итог, следует отметить, что в ходе сравнительно-правового анализа было выяснено, что процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах отличаются значительным разнообразием, обусловленными как общеевропейскими нормативными особенностями, так и национальным законодательством отдельных государств. При этом, процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах свидетельствуют о стремлении к созданию эффективной, доступной и унифицированной системы защиты на всем пространстве ЕС.

Анализ защиты прав потребителей в азиатских странах выявляет ряд отличительных черт, отражающих как общие тенденции региона, так и уникальные подходы отдельных стран к регулированию этой важной сферы. Во-первых, в азиатских странах наблюдается тенденция к усилению законодательной базы в ответ на развитие цифровой экономики и рост интернет-торговли, что привело к принятию ряда законов, направленных на улучшение защиты потребителей в онлайн-среде. Во-вторых, активно развиваются и применяются альтернативные методы разрешения споров, такие как медиация и арбитраж, что позволяет сокращать нагрузку на судебную систему и ускорять процесс урегулирования конфликтов.

Значительное внимание уделяется вопросам компенсации ущерба потребителям, включая возврат средств за некачественные товары и услуги, а также возмещение морального вреда.

Наличие квазисудебных органов, таких как, комиссии по урегулированию потребительских споров, подчеркивает стремление к мирному разрешению конфликтов и обеспечению эффективной защиты прав потребителей.

Было выяснено, во всех рассмотренных правовых системах, как российской, так и зарубежных, предусмотрены меры гражданско-правовой, административной и уголовной ответственности, направленные на защиту интересов потребителей. Однако специфика применения этих мер и их строгость значительно различаются.

В России законодательство в сфере защиты прав потребителей предусматривает комплексные меры ответственности за нарушения, включая административные штрафы, обязанность возмещения убытков и возможность применения уголовной ответственности за более серьезные нарушения.

Заключение

Проведенное исследование позволило сделать ряд следующих выводов и практических рекомендаций исходя из задач, сформулированных во введении.

1. Понятие защиты прав потребителей является фундаментальным элементом современных общественных отношений, обозначая собой комплекс мер, направленных на обеспечение безопасности, справедливости и информированности потребителей в процессе приобретения товаров и услуг. Данное понятие подразумевает не только предоставление гражданам защиты от недобросовестных производителей и продавцов, но и создание условий для осознанного выбора, доступ к полной и достоверной информации о товарах и услугах, а также возможность компенсации в случае нарушения их прав.

В России формирование системы защиты прав потребителей началось позже, чем во многих зарубежных странах, однако заимствование международного опыта позволило создать эффективную и адаптированную к национальным особенностям модель. Рассматриваемая система характеризуется наличием комплекса гарантий для защиты потребителей, которые представляют собой более уязвимую сторону в потребительских отношениях. Особенностью российской модели является тесная связь норм, регулирующих права потребителей, с положениями специальных федеральных законов, которые детализируют и уточняют эти права в контексте конкретных видов товаров, работ или услуг.

2. Было выяснено, что законодательное регулирование защиты прав потребителей представляет собой наиболее важный элемент в системе обеспечения справедливых и безопасных условий для потребителей во всех странах. Следует отметить, что функционирует целый комплекс законов, включающий разнообразие подзаконных актов, направленных на защиту интересов потребителей от недобросовестных производителей и продавцов, а также на обеспечение высокого уровня качества товаров и услуг.

В России основные нормативно–правовые акты в сфере защиты прав потребителей включают:

- Конституцию РФ,
- ГК РФ,
- Закон от 07 февраля 1992 г. № 2300–1 «О защите прав потребителей»,
- ряд технических регламентов Таможенного союза/Евразийского экономического союза,
- Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294–ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» и др.

Несмотря на это, на практике встречаются проблемы с эффективностью их применения.

3. Претензионный порядок урегулирования споров с участием потребителей играет ключевую роль в механизме защиты прав потребителей как в России, так и за рубежом. Указанный порядок позволяет разрешать споры между потребителями и продавцами (исполнителями, производителями) вне судебной системы, что способствует экономии времени и средств обеих сторон. Претензионный порядок предполагает подачу письменной претензии продавцу о недостатках товара или услуги с требованием их исправления или компенсации ущерба.

К актуальным проблемам претензионного порядка стоит отнести следующее:

- отсутствие единого определения термина «претензия»;
- отсутствие отдельной нормы о досудебной урегулировании споров в ЗоЗПП;
- а также отсутствие онлайн–урегулирования споров.

С целью совершенствования нормативно–правового регулирования претензионного порядка урегулирования споров с участием потребителей предлагается следующее:

- предлагается внести в Закон от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» поправки в понятие «потребитель» - это гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести, либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с получением дохода от предпринимательской или иной профессиональной деятельности;
- предлагается закрепить в Законе от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» следующее единое определение: «Претензия – это письменное или электронное обращение потребителя к продавцу (исполнителю, производителю) о нарушении его прав, связанных с качеством товара, работы или услуги, включая требования об устранении обнаруженных недостатков, замене товара, возврате денежных средств или снижении цены, поданные в соответствии с установленным порядком до обращения в суд»;
- предлагается закрепить в едином Законе от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» отдельную норму (статью 39.2), описывающую досудебный порядок урегулирования споров и условия его применения;
- учесть опыт зарубежных стран, а именно Бразилии, и разработать отдельную платформу для рассмотрения онлайн потребительских споров и их досудебного урегулирования, так как в рамках портала Госуслуг их разрешение представляется невозможным (в связи с постоянными техническими неполадками, сложностью поиска, наличием большого количества иных функций, а также сложностью получения электронной подписи). При этом, предлагаем закрепить в статье 39.2 Закона от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» условие об обязательном досудебном порядке урегулирования споров через онлайн–платформы для разрешения конфликтов.

4. Судебная защита прав потребителей представляет собой процесс, в рамках которого потребители могут обратиться в суд для восстановления своих нарушенных прав и интересов, возникших в результате покупки товаров или услуг, не соответствующих заявленному качеству, количеству, ассортименту, комплектности, а также в случаях нарушения их прав как потребителей. Рассмотренный механизм предоставляет возможность обращения за судебной защитой индивидуально или коллективно (групповые иски) в случае массовых нарушений прав потребителей.

Судебная защита включает в себя не только восстановление нарушенных прав путем обяания продавца или производителя устранить дефекты товара, вернуть деньги за некачественный товар или услугу, но также компенсацию морального вреда и штрафы за нарушение потребительских прав.

С целью совершенствования нормативно–правового регулирования судебной защиты прав потребителей были предложены изменения в ч. 5 ст. 244.20 ГПК РФ (коллективный иск).

5. Было выяснено, что процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах отличаются значительным разнообразием, обусловленными как общеевропейскими нормативными особенностями, так и национальным законодательством отдельных государств. При этом, процессуальные особенности защиты прав потребителей в европейских странах свидетельствуют о стремлении к созданию эффективной, доступной и унифицированной системы защиты на всем пространстве ЕС.

6. Анализ защиты прав потребителей в азиатских странах выявляет ряд отличительных черт, отражающих как общие тенденции региона, так и уникальные подходы отдельных стран к регулированию этой важной сферы. Во–первых, в азиатских странах наблюдается тенденция к усилению законодательной базы в ответ на развитие цифровой экономики и рост интернет–торговли, что привело к принятию ряда законов, направленных на

улучшение защиты потребителей в онлайн–среде. Во–вторых, активно развиваются и применяются альтернативные методы разрешения споров, такие как медиация и арбитраж, что позволяет сокращать нагрузку на судебную систему и ускорять процесс урегулирования конфликтов.

Значительное внимание уделяется вопросам компенсации ущерба потребителям, включая возврат средств за некачественные товары и услуги, а также возмещение морального вреда.

Наличие квазисудебных органов, таких как комиссии по урегулированию потребительских споров, подчеркивает стремление к мирному разрешению конфликтов и обеспечению эффективной защиты прав потребителей.

7. Было выяснено, во всех рассмотренных правовых системах предусмотрены меры гражданско–правовой, административной и уголовной ответственности, направленные на защиту интересов потребителей. Однако специфика применения этих мер и их строгость значительно различаются.

В России законодательство в сфере защиты прав потребителей предусматривает комплексные меры ответственности за нарушения, включая административные штрафы, обязанность возмещения убытков и возможность применения уголовной ответственности за более серьезные нарушения.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Авакян К.С., Чистова В.А. Совершенствование законодательства о защите прав потребителей: актуальные вопросы // Северо–Кавказский юридический вестник. 2019. № 4. С. 114–118.
2. Аветисян Н.А., Матевосян Р.И. Защита прав потребителей на муниципальном уровне // Вестник магистратуры. 2019. № 12–1 (99). С. 69–71.
3. Багрянская П.Д., Дьяконова М.О., Кабытов П.П. Защита прав потребителей: в поисках оптимальной модели / Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации. М.: Юридическая фирма контракт, 2021. 268 с.
4. Блэк Дж. Экономика. Толковый словарь / под общ. ред. д.э.н. И. М. Осадчей. М.: Весь Мир, 2000. URL: <http://economics.niv.ru/doc/dictionary/economics/index.htm> (дата обращения: 02.12.2022).
5. Богдан В.В. Юридически значимые сообщения в правоотношениях с участием потребителей // Advances in Law Studies. 2019. № 1. С. 16–20.
6. Братухина Е.В. Защита прав потребителей по договору розничной купли–продажи: современные проблемы и тенденции развития // Образование и право. 2021. № 8. С. 43–47.
7. Бычко М.А. Развитие законодательства о защите прав потребителей: Историко–правовой аспект: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.01. Ставрополь, 2000. 187 с.
8. Бунина С.Г. Юридическое обеспечение защиты прав потребителей в России: историко–правовое исследование: дисс. ... канд. юрид. наук: 12.00.01. Москва, 2009. 180 с.
9. Гаджиалиева Н.Ш., Османов Т. Р. К вопросу о формах защиты прав потребителей в России // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 3: Общественные науки. 2019. № 2. С. 61–68.

10. Галлямов Г.Р. Досудебное урегулирование потребительских споров в условиях развития цифровых технологий и электронной торговли // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2022. № 4–3 (67). С. 7–10.
11. Гамидова Н.З. О защите прав потребителей в сфере оказания услуг // Государственная служба и кадры. 2021. № 3. С. 70–72.
12. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51–ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1994. № 36. Ст.3241.
13. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14.11.2002 № 138–ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2002. № 46. Ст. 4532.
14. Гуфельд К.И. Защита прав потребителей в зарубежных странах // Перспективы развития институтов права и государства: Сборник научных статей 5–й Международной научной конференции. Курск: Юго–Западный государственный университет, 2022. С. 64–67.
15. Денисенко Е.И. Потребительское движение «консюмеризм»: понятие и динамика становления // Молодежь и XXI век – 2020 : материалы 10–й Международной молодежной научной конференции (19–20 февраля 2020 года) в 4–х томах. Том 2. Курск: Юго–Западный государственный университет, 2020. С. 27–31.
16. Жусупбекова М.К. Права потребителей на получение необходимой и достоверной информации // Вестник Института законодательства и правовой информации Республики Казахстан. 2019. № 1 (55). С. 128–134.
17. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1992. № 54. Ст.11.
18. Закон СССР от 22.05.1991 № 2184–1 «О защите прав потребителей». URL: <https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=ESU&n=5257&ysclid=ltbi5lyio4967223110#rptgx5Umi5KOJBdR> (дата обращения: 03.03.2023).

19. Зенин И.А. Гражданское право. Особенная часть: учебник для вузов. 20–е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2024. 300 с.
20. Зенин И.А. Гражданское и торговое право зарубежных стран: учебник и практикум для вузов. 15–е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2023. 227 с.
21. Иванова Т.М. Институт защиты прав потребителей в римском праве // Альманах мировой науки. 2019. № 6 (32). С. 74–77.
22. Изотов Ю.Г. Природа права потребителя товаров на защиту // Вопросы российской юстиции. 2019. № 4. С. 141–153.
23. Ишмухаметова А. Р., Ибрагимова Э. А. Прокурорский надзор в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека // Научно–образовательный журнал для студентов и преподавателей «StudNet». 2020. № 12. С. 471–476.
24. Как защищают права потребителей финансовых услуг в разных странах? URL: <https://vashifinancy.ru/for-smi/press/news/kak-zashchishchayut-prava-potrebiteley-finansovykh-uslug-v-raznykh-stranakh/> (дата обращения: 10.01.2023).
25. Конституция Российской Федерации принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 (в ред. от 14.03.2020) // Российская газета. № 144. 04.07.2020.
26. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195–ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2001. № 1 (часть I). Ст. 1.
27. Кусков А.С., Иванов И.С. Потребительское право. Практикум: учебное пособие для вузов. – М.: Издательство Юрайт, 2023. – 309 с.
28. Козырин А.А., Агалаков Д.В. Защита прав потребителей в интернете: обзор проблематики // Уральский журнал правовых исследований. 2019. № 3. С. 360–374.
29. Корабельский В.Э. Правовое регулирование гражданского оборота в информационно–коммуникационной сети «Интернет» в сравнении

России и США // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. № 3–1 (54). С. 159–163.

30. Липка Д.В. Становление и развитие института защиты прав потребителей // Гуманитарные, социально–экономические и общественные науки. 2021. № 9. С. 116–120.

31. Лутовинова Н.В., Ерохин С.Г., Ерпелев А.В., Чижикова В.В., Ильин В.А. Некоторые аспекты защиты прав потребителей в розничной торговле // Юридическая наука. 2021. № 9. С. 38–41.

32. Магомедов Д.И. Некоторые проблемные вопросы защиты прав потребителей в России // Образование и право. 2019. № 12. С. 55–58.

33. Некотенева М.В. Электронная коммерция и некоторые особенности защиты прав потребителей в соответствии с правом ЕС // Lex Russica. 2019. № 11 (156). С. 140–145.

34. Носкова Ю.А. История развития законодательства о защите прав потребителей в России // Инновационная наука. 2022. № 1–2. С. 79–80.

35. Обзор судебной практики по делам о защите прав потребителей (утв. Президиумом Верховного Суда РФ 14.10.2020) // Судебные и нормативные акты РФ.

36. О гарантийном сроке на товар. Информация для потребителей. URL: <http://46.rospotrebnadzor.ru/content/o-garantiynom-sroke-na-tovar-informaciya-dlya-potrebiteley> (дата обращения: 22.02.2023).

37. Определение Верховного Суда РФ № 18–КГ19–51 от 16.07.2019 // Судебные и нормативные акты РФ.

38. Организация Объединенных Наций: официальный сайт (на русском языке). URL: <https://www.un.org/ru> (дата обращения: 07.03.2023).

39. Организации ЕАЭС и СНГ по защите прав потребителей определили общие подходы в условиях пандемии. URL: <https://potrebitel.eaeunion.org/ru-ru/Pages/Organizacii-EAES-i-SNG-po-zaschite-prav-potrebitelej-opredelili-obshchie-podhodi-v-usloviyah-pandemii.aspx> (дата обращения: 10.12.2022).

40. Осипова Е.В. Система защиты прав потребителей в России: к 30-летию антимонопольных органов РФ. (Обзор) // Социальные новации и социальные науки. 2020. № 2. С. 127–139.

41. О системе защиты прав потребителей в Германии. Что отличает ее от российской системы? URL: <http://82.rospotrebnadzor.ru/documents/ros/other/8323/> (дата обращения: 12.01.2023).

42. Останина Е.А. Публичный договор, заключаемый онлайн, и защита прав потребителя // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2019. № 8 (215). С. 67–75.

43. Порядок урегулирования споров в сфере защиты прав потребителей. URL: <https://fbuz11.ru/poryadok-uregulirovaniya-sporov-v-s> (дата обращения: 20.02.2023).

44. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» // Судебные и нормативные акты РФ.

45. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 22.06.2021 № 18 «О некоторых вопросах досудебного урегулирования споров, рассматриваемых в порядке гражданского и арбитражного судопроизводства» // Судебные и нормативные акты РФ.

46. Постановление Правительства РФ от 10.11.2011 № 924 «Об утверждении перечня технически сложных товаров» // Собрание законодательства РФ. 2011. № 46. Ст. 6539.

47. Проект федерального закона № 1138398–7 «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей». URL: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/865095-7> (дата обращения 17.03.2023).

48. Пьянкова А.Ф. Защита прав потребителей при применении программ лояльности // Пермский юридический альманах. 2021. № 4. С. 352–365.

49. Пьянкова А.Ф. Особенности прав потребителей в эпоху цифровизации экономики // Пермский юридический альманах. 2019. № 2. С. 301–311.
50. Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2017 г. № 1837–р «О Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 г.» // Документ официально опубликован не был.
51. Райлян А.А. Теоретические основы потребительского права России: цивилистическое исследование: автореф. дис. ... докт. юрид. наук: 12.00.03. Казань, 2007. 45 с.
52. Решение Головинского районного суда от 13.07.2021 по делу № 2–902/21 // Судебные и нормативные акты РФ.
53. Серебрякова А.Ю. Претензионный порядок урегулирования гражданских споров: PRO ET CONTRA // Вопросы российской юстиции. 2021. № 15. С. 651–657.
54. Тимошенко И.Б. Защита прав потребителей в Европейских странах / Менеджмент и маркетинг: опыт и проблемы: сборник научных трудов. Минск: А. Н. Вараксин, 2019. С. 248–251.
55. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63–ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 25. Ст. 2954.
56. Чукреев А.А. Запрет недобросовестной конкуренции в Китае и России: сравнительно–правовое исследование // Правоведение. 2019. Т.63, № 2. С. 340–351.
57. Шерстобитов А.Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей. М., 1993 с.26
58. Consumers International: official website. URL: <https://www.consumersinternational.org/> (дата обращения: 28.02.2023).
59. John TD Wood Consumer protection: A case of successful regulation regulatory // Theory: Foundations and applications, edited by Peter Drahos. Canberra: The Australian National University. 2017. P. 633–651. URL: <http://doi.org/10.22459/RT.02.2017> (дата обращения: 28.02.2023).

60. Mehala D., Nedumaran G. Consumer rights and protection in cyber security. *Vidyabharati International Interdisciplinary Research Journal (Special Issue)*. 2021. № 14. P. 3165–3169. URL: <http://www.viirj.org/specialissues/2021/SP2110/Part%2014.pdf> (дата обращения: 28.02.2023).

61. Purba M.S., Sinaga F.R. The legal liability of online driver for passengers accident in consumer protection law. *International Journal of Law Recontruction*. 2021. № 5(2). P. 341–353. URL: <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/lawreconstruction/article/view/17945/> (дата обращения: 28.02.2023).

62. Wang Z. Research on internet financial consumer rights protection in China. *E3S Web of Conferences*. 2020. № 218. P. 214–219. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/abs/2020/78/e3sconf_iseese2020_01022/e3sconf_iseese2020_01022.html (дата обращения: 28.02.2023).