

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)

40.03.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Гражданско-правовой

(направленность (профиль)/специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

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

Обучающийся

К.Д. Тарасова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. пед. наук, доцент О.А. Воробьева

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

Тольятти 2024

Аннотация

В настоящее время часто случается, что производители товаров и услуг нарушают права потребителей, производя некачественную продукцию, оказывая некачественно услуги и вводя граждан в заблуждение. Именно для того, чтобы таких случаев становилось все меньше, государство принимает необходимые законы для регулирования деятельности производителей, такие как Закон «О защите прав потребителей». Актуальность исследования заключается в том, что перед достаточно большим количеством граждан стоит вопрос о том, как защитить свои права в случае их нарушения при потреблении товаров и услуг.

Объектом исследования являются общественные отношения, складывающиеся в процессе реализации прав потребителя.

Предметом исследования являются нормативно-правовые акты, регулирующие отношения в указанной сфере, а также материалы судебной практики по делам о защите прав потребителей.

Целью работы является анализ правовых основ защиты прав потребителей в Российской Федерации и в иностранных государствах: правах потребителей при оказании услуг и их защите в случае нарушения на основе действующего российского и иностранного законодательства.

Указанная цель предполагает выполнение следующих задач: рассмотреть правовое регулирование защиты прав потребителя в РФ; исследовать правовое регулирование защиты прав потребителей в зарубежных странах; выделить способы защиты прав потребителей в России; охарактеризовать способы защиты прав потребителя в зарубежных странах; обозначить проблемы защиты прав потребителей в сфере онлайн торговли в РФ; проанализировать актуальные проблемы защиты прав потребителя в зарубежных странах.

Структура. Работа состоит из введения, трех глав и шести параграфов, заключения, списка используемой литературы и используемых источников.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Общая характеристика защиты прав потребителя по законодательству РФ и иностранных государств	4
1.1 Правовое регулирование защиты прав потребителя в РФ.....	6
1.2 Правовое регулирование защиты прав потребителей в зарубежных странах	13
Глава 2 Сравнительно-правовой анализ способов защиты прав потребителей в России и в зарубежных странах.....	23
2.1 Способы защиты прав потребителей в России.....	23
2.2 Способы защиты прав потребителя в зарубежных странах	35
Глава 3 Проблемы осуществления защиты прав потребителя и пути их решения	38
3.1 Проблемы защиты прав потребителей в сфере онлайн торговли в РФ	38
3.2 Актуальные проблемы защиты прав потребителя в зарубежных странах	50
Заключение.....	53
Список используемой литературы и используемых источников.....	56

Введение

Актуальность темы исследования. На сегодня, в рыночной системе экономики главенствующая роль отдается торговле, а также сфере услуг. Покупатели каждый день приходят в магазины для удовлетворения своих потребностей и заключают с организациями договора купли-продажи. Любая вещь, проданная магазином, переходит из его собственности в собственность покупателя, и этот процесс регулируется законодательством, регулирующим правила и порядок заключения и исполнения таких сделок. Часто случается, что производители товаров и услуг нарушают права потребителей, производя некачественную продукцию, оказывая некачественно услуги и вводя граждан в заблуждение. Именно для того, чтобы таких случаев становилось все меньше, государство принимает необходимые законы для регулирования деятельности производителей, такие как Закон «О защите прав потребителей».

В настоящее время проводятся многочисленные семинары, по телевизионным и радиоканалам ведутся передачи, специальные проекты, касаемые именно защиты прав потребителей. Но все-таки важно отметить, что перед достаточно большим количеством граждан стоит вопрос о том, как защитить свои права в случае их нарушения при потреблении товаров и услуг. Связано это с тем, что потребитель не всегда обладает нужными знаниями в данной области, а исполнители услуг пользуются этой некомпетентностью. Актуальными проблемами в данной сфере являются с одной стороны обширная реклама, которая порой навязывает представляемые ею объекты, а с другой стороны – низкий уровень информационных систем для потребителей. Также актуальной проблемой в данной сфере является специфика предмета договора оказания услуг, поскольку в ситуации нарушения прав у потребителя не всегда есть возможность воспользоваться выбором действий, предоставленных законодателем, именно из-за особенностей предмета договора.

Объектом исследования являются общественные отношения, складывающиеся в процессе реализации прав потребителя.

Предметом исследования являются нормативно-правовые акты, регулирующие отношения в указанной сфере, а также материалы судебной практики по делам о защите прав потребителей.

Целью работы является анализ правовых основ защиты прав потребителей в Российской Федерации и в иностранных государствах: правах потребителей при оказании услуг и их защите в случае нарушения на основе действующего российского и иностранного законодательства.

Указанная цель предполагает выполнение следующих задач:

- рассмотреть правовое регулирование защиты прав потребителя в РФ;
- исследовать правовое регулирование защиты прав потребителей в зарубежных странах;
- выделить способы защиты прав потребителей в России;
- охарактеризовать способы защиты прав потребителя в зарубежных странах;
- обозначить проблемы защиты прав потребителей в сфере онлайн торговли в РФ;
- проанализировать актуальные проблемы защиты прав потребителя в зарубежных странах.

Методологическую основу исследования составили как общенаучные, так и специальные методы научного познания, методы эмпирического и теоретического исследования, позволяющие разносторонне изучить данную тему. В ходе работы применялись исторический, комплексный, системно-структурный анализ, а также способы толкования норм и категорий в праве посредством формальной логики и сравнительного правоведения с учетом практики судов общей юрисдикции.

Структура. Работа состоит из введения, трех глав и шести параграфов, заключения, списка используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Общая характеристика защиты прав потребителя по законодательству РФ и иностранных государств

1.1 Правовое регулирование защиты прав потребителя в РФ

В соответствии с ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей», регламентирующего защиту прав потребителей, «статусом потребителя обладает гражданин, который в целях, не относящихся к деятельности предпринимательского характера, для того, чтобы удовлетворять определенные нужды (домашние, семейные, личные) использует, приобретает, заказывает услуги, работы, товары (или собирается произвести данные операции)» [17]. Соответственно, указанным статусом обладает действующее на рынке работ, услуг, товаров физическое лицо. Указанный статус возникает у физического лица при приобретении работы, услуги, товара для удовлетворения нужд, указанных в законе (личных и иных).

Многие товары могут использоваться как для ведения бизнеса, так и для удовлетворения личных потребностей. Анализ содержания ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» позволяет отметить, что указанный статус не приобретает физическое лицо, которое приобретает товары:

- у иного физлица;
- использует приобретенное в собственной деятельности для того, чтобы получать прибыль на систематической основе;
- за счет средств организаций и для самих организаций для того, чтобы данные товары использовались в процессе производства (либо осуществляет заказ соответствующих товаров за счет и для организации с теми же целями).

Интересы, имеющиеся у организаций, в общем случае лучше защищены, поскольку в организациях имеются или могут быть привлечены специалисты в сфере экономики, права, товароведения. Тогда как у потребителя отсутствуют соответствующие профессиональные навыки,

знания, подобная поддержка специалистов. Потребитель самостоятельно защищает собственные права. Также организация при приобретении товара, не соответствующего требованиям по качеству, имеет возможность для того, чтобы возложить собственные потери на иных потребителей, к примеру, включив потери в цену. Тогда как потребитель подобной возможности не имеет [13, с.66].

Статус потребителя может возникать не только у физлица, которым товар уже приобретен. Из представленной в законе дефиниции следует – подобный статус может получить и физлицо, которое только планирует покупку. Соответственно, с момента, когда возникает заинтересованность в приобретении, необходимо, чтобы существовала возможность получения сведений в отношении товара, соответствующих критериям достоверности, полноты.

Нередко приобретение товаров осуществляется в подарок. В подобных ситуациях статус потребителя будет у физлица, совершившего приобретение товара, и у физлица, которое пользуется соответствующим товаром. В качестве примера можно привести ситуацию, когда организация приобретает для работников турпутевки. Все получившие путевки работники приобретают статус потребителей, несмотря на то, что самостоятельно их не оплачивали.

В основном потребители не являются профессионалами, не обладают детальными знаниями в отношении товаров, которые желают приобрести. Тогда как продавец является профессионалом, обладает необходимой информацией. Соблюдение интересов потребителей обеспечивается в случае, если имеется законодательство, обеспечивающее эффективную защиту присущих им интересов, прав. Законодательство подобного рода существует в значительном числе государств.

При этом оно действует лишь тогда, когда у самих потребителей имеется представление о предусмотренных для них нормативно правах и готовности к защите данных прав [14, с.223].

Потребитель вступает в отношения гражданско-правового характера с продавцом, исполнителем, изготовителем, в качестве которых выступают ИП или организации, осуществляющие предоставление услуг, реализацию товаров. «При приобретении услуги, товара физлицо вступает в отношения не с определенным человеком, предоставляющим услугу, реализующим товар, но в отношении со своей организацией» [13, с.66]. В качестве физлица, не обладающего специальной подготовкой и не имеющим в этой связи возможности заранее предусмотреть результаты покупки услуги, товара, испытывает потребность в защите возникающих между ним и продавцом, исполнителем отношений. Соответствующие отношения и их защита регламентированы Конституцией России, ГК РФ, ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей», Постановлениями Пленума Верховного Суда.

«В ГК РФ применительно ко всем разновидностям договоров гражданско-правового характера предусматривается, что если одна сторона обязательства представлена гражданином, который заказывает, приобретает или использует (или обладает соответствующим намерением) работы, услуги, товары для того, чтобы удовлетворять бытовые личные нужды, данное лицо приобретает права стороны в обязательстве, указанные данным Кодексом, и права, которые предусматривает ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» для потребителя» [6].

В числе нормативно правовых актов (далее – НПА), регулирующих возникающие при предоставлении услуг, осуществлении работ или продаже товаров отношения, следует выделить действующий с 1992 г. ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей». Данный акт позволил усилить защиту прав потребителей, составил основу последующего развития в соответствующей сфере. В ст. 9 ФЗ № 15-ФЗ, которым была введена в действие ч. 2 ГК РФ, особо отмечена роль ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» – если одна сторона обязательства представлена гражданином, который заказывает, приобретает или использует (или обладает соответствующим намерением) работы, услуги, товары для того, чтобы удовлетворять бытовые личные

нужды, данное лицо приобретает права стороны в обязательстве, указанные ГК РФ, и права, которые предусматривает для потребителя ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и прочие правовые акты, принятые согласно данному закону.

По обоснованному мнению Я.Е. Парция, «положения, содержащиеся в ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей», обладают приоритетом в сопоставлении с прочими актами (кроме ГК РФ), регламентирующим связанные с защитой прав потребителей отношения. Тот же вывод можно сделать и на основе изучения содержания вышеуказанного положения ФЗ № 15-ФЗ, содержания пункта первого ст. 1 ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей», предусматривающего, что регламентация отношений, связанных с защитой прав потребителей, обеспечивается положениями ГК РФ, ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и прочими правовыми актами РФ, которые приняты согласно ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» [15, с.32].

Генассамблеей Организации Объединенных Наций (далее – ООН) приняты в 1985 г. Руководящие принципы защиты интересов потребителей. В данном документе предусмотрены положения, которые отражены во внутригосударственном законодательстве РФ. Определяющее значение имеют положения, предусматривающие необходимость обеспечивать защиту присущих потребителям прав, в том числе защиту от товаров низкого качества, необходимость получения информации. Указанный документ представляет собой стандарт в области защиты прав потребителей. Положения данного стандарта адаптируются государствами и включаются в национальное законодательство.

В Основном законе России в части четвертой ст. 15 указано, что отечественная правовая система включает составляющие в виде международных договоров РФ, и международно-правовых норм, принципов общепризнанного характера.

Регламентация прав потребителей обеспечивается и положениями иных принятых согласно ГК РФ законов, к примеру, Федеральным законом, определяющим нормативные основы осуществления в РФ туристской деятельности. Данный Федеральный закон определяет, что основанием реализации турпродукта является договор, опосредующий розничную куплю-продажу.

Соответственно, защита прав потребителей обеспечивается положениями значительного числа нормативно-правовых актов. С учетом данного обстоятельства, а также учитывая то, что статус потребителя может быть у любого гражданина, применительно к подобным отношениям должно существовать особое правовое регулирование [18, с.23].

В гражданском праве существует такое понятие как «договорная ответственность» она представляет собой санкцию, которая возникает в связи с нарушением какого-то определенного договорного обязательства. Ответственность возникает в момент неисполнения или ненадлежащего исполнения условий договора. Субъектам договора постоянно рекомендуется чтобы они определили в договоре за какие нарушения и каких условий может наступить ответственность.

За нарушение прав потребителей российским законодательством предусмотрена не только гражданско-правовая, но также административно-правовая и уголовно-правовая ответственность. Составы административных правонарушений за нарушение прав потребителей установлены Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 98 года № 195-ФЗ. Уголовная ответственность предусмотрена статьями 237 и 238 УК РФ. Процессуальные вопросы защиты прав потребителей регулируются ГПК РФ.

Договор розничной купли-продажи имеет ряд особенностей, такими как: субъектный состав, публичность договора (он может быть заключен с помощью публичной оферты) предмет договора, ведь целью использования

считается личное потребление; форма заключения – с момента выдачи документа об оплате, если иное не предусмотрено законом или договором.

«Сторонами данного договора являются продавец и покупатель. В качестве продавца выступает «личность», которая осуществляет предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу» [19, с.32].

Предпринимательство - это когда человек, официально зарегистрированный по закону, создает бизнес с целью зарабатывать деньги. Он использует свои ресурсы, продает товары или услуги, работает самостоятельно и принимает на себя все риски, связанные с этим. Такую деятельность могут осуществлять как юридические лица (коммерческие организации), так и частные предприниматели. В договоре розничной торговли продавцом может выступать не только коммерческая организация, но и зарегистрированный в соответствии с законом индивидуальный предприниматель. Также в некоторых случаях некоммерческая организация может быть продавцом (согласно Гражданскому кодексу, статья 50, пункт 3, подпункт 2), например, религиозная организация может торговать религиозными товарами. Следовательно, возможны различные варианты продавцов в рамках договора розничной торговли.

Покупать товары могут разные люди: обычные граждане, предприниматели или компании. Даже дети могут совершать покупки. Ребята от 14 до 18 лет могут купить что угодно, если у них есть деньги (заработок, стипендия или другие доходы). А дети от 6 до 14 лет могут покупать только мелочи: например, сок, тетрадку или ручку. Из-за того, что покупателем часто выступает обычный гражданин, который вступает в правоотношения для удовлетворения своих личных и бытовых потребностей, к нему применяется также Закон РФ «О защите прав потребителей» и иные правовые акты, принятые в соответствии с ним [20, с.65].

Договор розничной купли-продажи является разновидностью договора купли-продажи. Это означает, что данный договор имеет родовые признаки

купли-продажи как типа договора, так и имеет отличительные качества, которые обусловили специфическое правовое регулирование. Однако, несмотря на детальную регламентацию и большой массив правовых актов различных уровней, регламентирующих правовое положение потребителей, проблема эффективной защиты прав последних остается до конца не решенной, что предопределяет интерес к дальнейшему реформированию законодательства в указанной сфере. «В настоящее время сформировался достаточно весомый пласт законодательных и иных актов различных уровней, регулирующих отношения в данной сфере. Сведение данных норм в один акт может послужить положительной динамике в практике разрешения и урегулирования споров в сфере защиты прав потребителей. Главным образом это обусловлено тем, что гражданин-потребитель является субъектом, не обладающим специальными знаниями в исследуемой области права и, как следствие, наименее защищенной стороной в отношениях такого рода» [21, с.89]. Разрозненность актов, регулирующих различные правовые аспекты защиты прав потребителей, закрепление их в виде многочисленных разъяснений компетентных органов отнюдь не могут служить задачам, поставленным российским государством, а именно – обеспечение эффективного механизма защиты потребительских прав граждан, повышение юридической грамотности населения в этой сфере, так как для грамотного применения законодательства и верного толкования и соотнесения актов государственных органов различных уровней, требуется юридическая подкованность лица, которой потребители априори не имеют. Разработка единого кодифицированного акта позволит потребителям наиболее эффективно и правильно применять правовые нормы, регулирующие защиту и охрану потребительских прав граждан. «Кодификация законодательства позволит не только предотвратить «размытие» базовых норм, формирующих надежную правовую защиту экономических интересов российского потребителя, но и актуализировать эту правовую среду с учетом новых отраслевых законодательных актов и норм международного права».

Таким образом, в числе нормативно-правовых актов, регулирующих возникающие при предоставлении услуг, осуществлении работ или продаже товаров отношения, следует выделить действующий с 1992 г. ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей». Данный акт позволил усилить защиту прав потребителей, составил основу последующего развития в соответствующей сфере. В ст. 9 ФЗ № 15-ФЗ, которым была введена в действие ч. 2 ГК РФ, особо отмечена роль ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» – если одна сторона обязательства представлена гражданином, который заказывает, приобретает или использует (или обладает соответствующим намерением) работы, услуги, товары для того, чтобы удовлетворять бытовые личные нужды, данное лицо приобретает права стороны в обязательстве, указанные ГК РФ, и права, которые предусматривает для потребителя ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и прочие правовые акты, принятые согласно данному закону. Мы приходим к выводу, что полагается целесообразным разработка и введение отдельного кодифицированного акта - Потребительского кодекса.

1.2 Правовое регулирование защиты прав потребителей в зарубежных странах

Защита потребительских прав в разных государствах может незначительно отличаться, но она призвана защищать одно и то же — потребительские права человека. У каждой страны существует своя система защиты прав потребителей [22, с.44].

В Японии в 1945 году, после Второй мировой войны, домохозяйки начали «Движение Шамодзи», и началось движение потребителей. В период бурного экономического роста после второй половины 1950-х годов возникли различные проблемы, связанные с потребителями, которые были закреплены в Основном законе о защите прав потребителей (1968), и в конечном итоге идея примата промышленности была заменена принципом примата

потребителей и защиты прав потребителей. Консьюмеризм - движение в защиту прав потребителей - наиболее развит в Японии. Еще в 1968 году закон гарантировал японским гражданам право на защиту от физического и материального ущерба, вызванного использованием приобретенных товаров, на полное и точное знание фактических характеристик товаров и услуг.

Потребители имеют различные права. Конституция (кэмпо) Японии (1947), основной закон страны, содержит тщательно разработанную систему прав и свобод. Следуя положениям Конституции, японское законодательство в целом делится на отрасли и подотрасли права, в рамках которых можно найти основные законы, такие как Закон о защите прав потребителей [17, с.89].

«В Японии Закон о безопасности потребительских товаров был принят в 1973 году, и в настоящее время существует более пятидесяти национальных законов и актов префектур в области защиты прав потребителей, включая Закон о весах и мерах (1985), Закон о промышленной стандартизации (1980) и законы об информировании потребителей [24, с.111].

С другой стороны, потребитель, как физическое или юридическое лицо, которое использует предлагаемые товары и услуги для удовлетворения своих потребностей, остается наименее защищенным звеном в цепи, хотя уровень защиты японского потребителя считается международными экспертами самым высоким» [5, с.82].

Тем не менее, «японский парламент принял закон о создании первого агентства по защите прав потребителей, основной задачей которого станет обеспечение продовольственной безопасности населения. Решение было вызвано серией недавних скандалов: прошлогодние массовые отравления китайскими пельменями «Гедза», в которых были обнаружены пестициды; аресты в этом году поставщиков риса, в котором также были обнаружены пестициды; выявление нарушений санитарных норм и фальсификация упаковки мяса. Все эти случаи привели к взрыву общественного недовольства в Японии, правительство обвинили в пренебрежении

безопасностью на потребительском рынке» [25, с.89]. Жертвами недобросовестных продавцов и адвокатов становятся граждане, независимо от их образования, дохода или страны.

«Защита прав потребителей связана с идеей прав потребителей и с формированием организаций потребителей, которые помогают потребителям делать лучший выбор на рынке и рассматривать жалобы на предприятия. К организациям, способствующим защите прав потребителей, относятся правительственные организации (такие как Федеральная торговая комиссия в Соединенных Штатах), саморегулируемые бизнес-организации. И неправительственные организации, которые отстаивают законы о защите прав потребителей и помогают обеспечить их соблюдение (такие как агентства по защите прав потребителей и надзорные группы)» [12, с. 34].

«Потребитель определяется как лицо, которое приобретает товары или услуги для прямого использования или владения, а не для перепродажи или использования в производстве. Интересы потребителей также могут служить интересам потребителей в соответствии с экономической эффективностью, но этот вопрос рассматривается в законодательстве о конкуренции. Защита прав потребителей также может осуществляться через неправительственные организации и отдельных лиц в форме потребительской активности» [11, с.33].

«Закон о защите прав потребителей рассматривается как область права, которая регулирует частноправовые отношения между отдельными потребителями и предприятиями, которые продают эти товары и услуги. Защита потребителей охватывает широкий круг тем, включая, но не обязательно ограничиваясь этим, ответственность за продукт, права на неприкосновенность частной жизни, недобросовестную деловую практику, мошенничество, введение в заблуждение и другие взаимодействия потребителя и бизнеса. Это способ предотвращения мошенничества при заключении контрактов на обслуживание и продажу, допустимого мошенничества, регулирования деятельности коллекторов, ценообразования,

отключения коммунальных услуг, консолидации, личных займов, которые могут привести к банкротству. Было несколько аргументов в пользу того, что закон о защите прав потребителей также является лучшим способом участия в крупномасштабном перераспределении, чем налоговое законодательство, потому что оно не требует законодательства и может быть более эффективным, учитывая сложности налогового законодательства» [1, с.5].

«В Австралии соответствующим органом является Австралийская комиссия по конкуренции и защите прав потребителей или отдельные государственные агентства по делам потребителей. Австралийская комиссия по ценным бумагам и инвестициям несет ответственность за регулирование финансовых услуг и продуктов в области защиты прав потребителей. Однако на практике это делается с помощью частных схем, таких как Австралийское управление по рассмотрению финансовых жалоб» [12, с.87].

«В Бразилии защита прав потребителей регулируется Кодексом защиты прав потребителей, в соответствии с Конституцией Бразилии 1988 года. Бразильский закон требует, чтобы «Предложение и презентация продуктов или услуг обеспечивали правильную, ясную, достоверную и наглядную информацию на португальском языке об их характеристиках, качестве, количестве, составе, цене, гарантии, действительности и происхождении, среди прочих данных, а также о рисках, которые они представляют для здоровья и безопасности потребителей» [3]. В Бразилии покупателю (потребителю) нет необходимости доказывать, что продавец что-то сделал не так. Вместо этого продавцу нужно доказать, что он не виноват. Бразильское законодательство очень строго определяет, кто считается покупателем, продавцом, товаром и услугой. Это делается для того, чтобы защитить бразильских покупателей от международных компаний, которые могут попытаться обойти законы или обмануть их. Таким образом, Бразилия хочет гарантировать, что ее граждане защищены от некачественных товаров и услуг, а также от обмана со стороны иностранных компаний. [26, с.43].

«Германия, как государство-член Европейского союза, связана директивами Европейского союза о защите прав потребителей; резиденты могут быть напрямую связаны правилами ЕС.

При выдаче публичных предупреждений о продуктах и услугах орган, выдавший предупреждение, должен учитывать, что это влияет на экономическую свободу поставщика, защищенную конституцией» [4].

В Индии защита прав потребителей закреплена в Законе о защите прав потребителей 2019 года. Согласно этому закону, по всей стране в каждом округе были созданы специальные органы, известные как Форумы по разрешению споров с потребителями. Любой потребитель, столкнувшийся с проблемой, может подать жалобу на простом бланке в этот форум, заплатив небольшой сбор. Жалоба будет рассмотрена должностным лицом районного уровня. Подать жалобу могут потребители товаров и услуг. Если потребитель не согласен с решением Форума, он может подать апелляцию в Государственную комиссию по разрешению споров с потребителями, а затем, если необходимо, в Национальную комиссию по разрешению споров с потребителями [5]. Процедуры в этих трибуналах относительно менее формальны и более удобны для людей, а также требуют меньше времени для принятия решения по потребительскому спору [6]. по сравнению с многолетними сроками, затрачиваемыми традиционной индийской судебной системой. За последние годы некоторыми государственными и национальными форумами потребителей было вынесено множество эффективных судебных решений.

«Закон о контрактах в Индии 1872 г. устанавливает условия, при которых обещания, данные сторонами контракта, будут юридически обязательными друг для друга. В нем также излагаются средства правовой защиты, доступные одной стороне, если другая сторона не выполнит свое обещание [29, с.165].

Закон о продаже товаров 1930 года предоставляет некоторые гарантии покупателям товаров, если приобретенные товары не соответствуют явным или подразумеваемым условиям и гарантиям.

Закон о сельскохозяйственной продукции от 1937 года устанавливает стандарты качества для сельскохозяйственных товаров и продукции животноводства. Он определяет условия, регулирующие использование стандартов, и устанавливает процедуру сортировки, маркировки и упаковки сельскохозяйственной продукции. Знак качества, предоставляемый в соответствии с законом, известен как «AGMARK» - Маркетинг в сельском хозяйстве» [12, с.65].

«Правительство Нигерии должно защищать свой народ от любой формы нанесения вреда здоровью человека путем использования и покупки предметов для удовлетворения повседневных потребностей. В свете этого Федеральная комиссия по конкуренции и защите прав потребителей (FCCPC), целью которой является защита и повышение интересов потребителей посредством информации, образования и обеспечения соблюдения прав потребителей, была учреждена Парламентским актом о поощрении и защите интересов потребителей в отношении всех продуктов и услуг. В двух словах, он уполномочен устранять с рынка опасные и некачественные товары. Обеспечивать быстрое рассмотрение жалоб и петиций потребителей, возникших в результате мошенничества, недобросовестной практики и эксплуатации потребителя. 5 февраля 2019 года президент Нигерии Мухаммаду Бухари одобрил новый законопроект Федеральной комиссии по конкуренции и защите прав потребителей от 2018 года» [30, с.54]. «Таким образом, законопроект стал законом Федеративной Республики Нигерия и имеет обязательную силу для юридических лиц и организаций, указанных таким образом в Законе. Длинное название Закона гласит: «Этот Закон учреждает Федеральную комиссию по конкуренции и защите прав потребителей и Трибунал по конкуренции и защите прав потребителей для поощрения конкуренции на рынке Нигерии на всех уровнях путем

ликвидации монополий, запрета злоупотребления доминирующим положением на рынке и наказания за другие ограничительные торговые и деловые методы». Закон далее отменил действовавший до сих пор Закон о Совете по защите прав потребителей Нигерии и передал его основной мандат новой Комиссии» [31, с.32].

«Современное тайваньское законодательство находится под сильным влиянием европейских систем гражданского права, особенно немецкого и швейцарского права. Гражданский кодекс Тайваня состоит из пяти книг: «Общие принципы», «Обязанности», «Права на вещи», «Семья» и «Наследование». Вторая книга Кодекса, Книга обязательств, послужила основой, на основании которой потребители могли подавать иски об ответственности за продукцию до вступления в силу CPL» [8].

«Закон о защите прав потребителей (CPL) в Тайване, обнародованный 11 января 1994 года и вступивший в силу 13 января 1993 года, конкретно защищает интересы и безопасность клиентов, пользующихся продуктами или услугами, предоставляемыми бизнес-операторами. Комиссия по защите прав потребителей Исполнительной власти Юаня выполняет функции омбудсмана, осуществляющего надзор, координацию, сообщающего о любых небезопасных продуктах / услугах и периодически пересматривающего законодательство» [18,с.89].

Согласно Ассоциации права и политики Тихоокеанского региона и Американской торговой палате, в критическом исследовании 1997 года закон подвергся критике, заявив, что «хотя многие согласны с тем, что цель CPL справедлива, различные проблемы CPL, такие как неоднозначная терминология, фаворитизм по отношению к группам защиты прав потребителей и защита компенсационной ответственности, должны быть решены до того, как CPL станет действительно эффективным законодательным актом, который защитит потребителей» [9].

«Защита Основными законами о защите прав потребителей в Великобритании являются Закон о защите прав потребителей 1987 г. и Закон

о правах потребителей 2015 г. Соединенное Королевство покинуло Европейский союз, но в течение переходного периода (до конца 2020 года) Великобритания по-прежнему была связана директивами Европейского союза. Особенности разделения ролей между ЕС и Великобританией подробно описаны здесь» [10]. Внутреннее право Великобритании, изначально сформированное в рамках договорного и деликтного права, под влиянием законодательства Европейского Союза постепенно обретает статус самостоятельной правовой области. В большинстве случаев, когда внутреннее право ставится под сомнение, споры решаются в судебном порядке как дела о нарушении контракта, деликтных правонарушениях, реституции или даже уголовном преступлении [32, с.65].

«Законы о защите прав потребителей часто требуют размещения уведомлений, подобных этому, которое появляется во всех авторемонтных мастерских Калифорнии. В Соединенных Штатах дела потребителей регулируются различными законами как на федеральном уровне, так и на уровне штатов. Среди них Федеральный закон о продуктах питания, лекарствах и косметике, Закон о добросовестной практике взыскания долгов, Закон о честной кредитной отчетности, Закон о правде в кредитовании, Закон о справедливых кредитных расчетах и Закон Грэмма-Лича-Блайли. Федеральные законы о защите прав потребителей в основном исполняются Федеральной торговой комиссией, Бюро финансовой защиты потребителей, Управлением по контролю за продуктами питания и лекарствами и Министерством юстиции США» [30, с.32].

«На государственном уровне многие штаты приняли Единый закон о недобросовестной торговой практике включая, но не ограничиваясь, Делавэр, Иллинойс, Мэн, и Небраску. Вводящая в заблуждение торговая практика, запрещенная Единообразным законом, может быть грубо разделена на поведение, включающее либо: недобросовестную или мошенническую деловую практику, либо недостоверную или вводящую в заблуждение рекламу. Единообразный закон содержит частное средство правовой защиты

с оплатой услуг адвокатов для сторон, выигравших дело, когда проигравшая сторона умышленно участвовала в торговой практике, зная, что она вводит в заблуждение. В штате Миссури действует аналогичный закон, называемый Законом о практике мерчандайзинга. Этот закон позволяет местным прокурорам или Генеральному прокурору выдвигать обвинения против людей, которые сознательно используют обманные методы ведения бизнеса в сделках с потребителями, и разрешает потребителям нанимать частного адвоката для подачи иска о взыскании их фактического ущерба, штрафных санкций и гонораров адвоката» [25, с.35].

Помимо федеральных законов, многие штаты имеют свои собственные органы по защите прав потребителей. Эти органы контролируют деятельность компаний в определенных сферах и защищают потребителей, которые пользуются их товарами и услугами. Например, в Калифорнии есть Департамент по делам потребителей, который регулирует работу около 2,3 миллионов специалистов в более чем 230 разных профессиях. Калифорния также предоставляет потребителям возможность самостоятельно подавать в суд на компании, нарушающие их права, что делает ее одним из самых защищенных штатов для потребителей в США.

«Законы штата и федеральные законы предусматривают периоды «охлаждения», дающие потребителям право расторгать контракты в течение определенного периода времени для нескольких определенных типов транзакций, потенциально включая транзакции, заключенные дома, а также контракты на гарантийные и ремонтные услуги. Другие штаты были лидерами в конкретных аспектах защиты прав потребителей. Например, Флорида, Делавэр и Миннесота законодательно закрепили требования о том, чтобы контракты были составлены на разумном уровне удобочитаемости, поскольку большая часть контрактов не может быть понятна большинству потребителей, которые их подписывают» [23, с.76].

Что касается штата Массачусетс, то Закон Массачусетса о защите прав потребителей MGL 93A четко подчеркивает права и нарушения закона о

защите прав потребителей в штате. В главе объясняется, какие действия считаются незаконными по закону, за которые сторона может потребовать возмещения денежной компенсации от другой виновной стороны.

Таким образом, подводя итоги первой главы, можно сказать, что защита прав потребителей является ключевой составляющей современного общества, и ее правовое регулирование в различных странах имеет ряд общих черт, но также и отличительных особенностей. Большинство стран присоединились к международным конвенциям и соглашениям, которые устанавливают минимальные стандарты для защиты прав потребителей. Например, Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров (КМКП), Директивы Европейского Союза о защите прав потребителей, Американская конвенция о защите прав человека. В большинстве стран существует специальное законодательство, регулирующее отношения между потребителями и продавцами товаров и услуг. Это могут быть отдельные законы, кодексы, а также статьи в гражданском законодательстве. Во многих странах созданы государственные органы, ответственные за надзор и контроль за соблюдением прав потребителей – такие как министерства, агентства или специальные службы.

Глава 2 Сравнительно-правовой анализ способов защиты прав потребителей в России и в зарубежных странах

2.1 Способы защиты прав потребителей в России

Защита прав потребителей представляет собой совокупность мер, которые реализуются государством и общественными движениями, направленных на регулирование общественных отношений, возникающих между потребителем, в качестве которого могут выступать индивидуальные предприниматели, юридические лица и граждане, и продавцом.

«К внесудебным (досудебные) формам урегулирования спорных вопросов относятся: претензионный порядок урегулирования спора, рассмотрение спора финансовым уполномоченным по правам потребителей финансовых услуг, медиация [33, с.53].

Проведя анализ норм Закона о защите прав потребителей (ст. 13 п. 6) позволяет сделать вывод, что досудебный претензионный порядок урегулирования споров, связанных с защитой прав потребителей, не является обязательным, за исключением случаев, предусмотренных законом. Так, например, обязательный претензионный порядок урегулирования споров предусмотрен в случае ненадлежащего исполнения оператором связи обязательств, выявленных из договора об оказании услуг связи (п. 4 ст. 55 Федерального закона от 7 июля 2003 года №о 126-ФЗ «О связи»), а также в связи с перевозкой багажа, пассажира, груза. На стадии возбуждения гражданского дела в суде, последствием несоблюдения обязательного претензионного порядка составляет возвращение искового заявления (ст. 136 ГПК), а в случае выявления обстоятельства после принятия заявления – оставление заявления без рассмотрения (ст. 222 ГПК)» [5, с.55].

«Процедура посредничества, регулируемая Федеральным законом №о 193-ФЗ «О процедурах альтернативного разрешения споров» от 27 июля 2010 года, представляет собой другой способ защиты прав потребителей, который

не включает судебные разбирательства. Посредничество является дополнительной деятельностью, не связанной с судебными процедурами, и используется для дополнения судебной системы. Его целью является достижение соглашения между сторонами спора и поиск компромисса» [34, с.15].

Досудебные способы защиты прав потребителей включают в себя следующие меры:

- обращение к продавцу или поставщику услуг с жалобой или претензией. Потребитель может попытаться решить спор с продавцом или поставщиком напрямую, обратившись с жалобой или претензией;
- обращение в органы государственного контроля и надзора. Потребитель может обратиться в Роспотребнадзор или другие органы контроля и надзора, чтобы защитить свои права;
- обращение в общественные организации и потребительские объединения. Потребитель может обратиться за помощью к общественным организациям и потребительским объединениям, которые могут оказать поддержку и консультацию.

Нередко при защите прав потребителей требуется вмешательство органов прокуратуры. В частности, в компетенции указанных органов находится надзор за соблюдением законодательства различными субъектами в области реализации и защиты прав потребителей. Органами прокуратуры осуществляются следующие полномочия в области защиты прав потребителей:

- проверка законности нормативно-правовых актов в сфере защиты прав потребителей;
- надзор за исполнением законодательства о защите прав потребителей субъектами правоотношений;
- надзор за исполнением законов о правах потребителя другой стороной правоотношений, возникающих по поводу приобретения

товара (например, индивидуальными предпринимателями, юридическими лицами и так далее).

Для защиты прав потребителей существуют определенные органы государственной власти, отдельными органами выступают органы прокуратуры, в компетенции которых находится защита прав потребителей. Покупатели должны быть в полной мере осведомлены о своих правах при покупке товаров дистанционным способом. Роль органов прокуратуры в данном случае сводится к тому, что они могут осуществлять надзор за исполнением законодательства в области защиты прав потребителя.

В статье 17 ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей», в части первой ст. 11 ГК РФ предусмотрен судебный порядок защиты прав потребителей. Соответствующие дела являются гражданскими. Регламентация порядка производства по данным делам определяется положениями, содержащимися в ГПК РФ, в ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей».

У госорганов, общественных объединений потребителей имеется право обращения в суд для защиты прав, как определенного потребителя, так и круга потребителей, являющегося неопределенным. Судом осуществляется возбуждение гражданских дел по заявлениям или искам организации, в которую потребитель обращается за защитой прав, подвергшихся нарушению [36, с.23].

Согласно части первой ст. 3 ГПК РФ, у любого гражданина имеется право на обращение в суд для того, чтобы защитить имеющиеся у него интересы, свободы, права, которые оспариваются либо подверглись нарушению, в предусмотренном ГПК РФ порядке.

При заказе, покупке или использовании товаров (работ, услуг), если права потребителя на свободу, личную жизнь, семью и другие требования, не связанные с деловой деятельностью, нарушаются, и эти права не могут быть восстановлены вне законных рамок, потребитель должен подать иск о защите прав потребителей. Это предусмотрено статьей 17, пунктом 3 закона № 2300-

1 «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 года. Судебная защита прав потребителей отличается рядом процессуальных особенностей.

Исковое заявление подается мировому судье, если размер исковых требований не превышает 100 000 руб. Если цена иска выше, обращаться следует в районный суд (п. 5 ч. 1 ст. 23, ст. 24 ГПК РФ). Согласно статье 23 Гражданского процессуального кодекса, мирный судья является первой инстанцией для рассмотрения дел о имущественных спорах в области защиты прав потребителей, если сумма иска не превышает 100 000 рублей. Если истец требует возмещения ущерба в психическом плане, то мирный судья будет продолжать рассмотрение дела, независимо от суммы иска. Споры, где требуется защита имущественных прав, передаются в районный суд для рассмотрения, если сумма не превышает 100 000 рублей. Согласно ч. 7 ст. 29 ГПК РФ, иски о защите прав потребителей могут быть предъявлены также в суд по месту жительства или месту пребывания истца либо по месту заключения или месту исполнения договора. Также ч. 4 ст. 30 ГПК РФ устанавливает, что иски о защите прав и законных интересов группы лиц, в том числе прав потребителей, подаются по адресу ответчика [38, с.32].

Доказать, что ответчик, занимающийся незарегистрированной коммерческой деятельностью, действительно является предпринимателем, представляется одной из проблем. Это усложняет сбор доказательств для истца, увеличивает время, затрачиваемое судом на оценку доказательств, и увеличивает вероятность апелляции со стороны граждан. В результате возникает дополнительная нагрузка на судебную систему.

Следует отметить, что по общему правилу обязательный досудебный порядок урегулирования спора по искам потребителя о взыскании неустойки законодательством не предусмотрен, кроме установленных случаев (например, по спорам в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением оператором связи обязательств, вытекающих из договора об оказании услуг связи) (ч. 4 ст. 3 ГПК РФ; п. 4 ст. 55 Закона от 07.07.2003 № 126-ФЗ; п.п. 3, 33 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 22.06.2021

№ 18; п. 23 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17).

«Если потребителю будет отказано в выплате неустойки, соответствующее требование подлежит рассмотрению в судебном порядке. По общему правилу исковое заявление подается мировому судье (по требованиям не более 100 000 руб.) или в районный суд по адресу (месту жительства).

В случае удовлетворения судом требований потребителя, которые не были выполнены продавцом (изготовителем, исполнителем) добровольно, суд взыскивает с последнего штраф в размере 50% присужденной потребителю суммы независимо от того, заявлялось ли такое требование суду (п. 6 ст. 13 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»; п. 46 Постановления Пленума Верховного Суда РФ № 17).

При удовлетворении иска суд может по ходатайству (заявлению) потребителя взыскать с ответчика в его пользу судебные расходы (полностью или частично), в том числе расходы на оплату услуг представителя (за исключением оплаты услуг представителя общества по защите прав потребителей), транспортные, почтовые расходы, связанные с производством по делу (ч. 1 ст. 88, ст. 94, ч. 1 ст. 98, ч. 1 ст. 100 ГПК РФ; п.п. 2, 4 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 21.01.2016 № 1; п. 1 Обзора, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 14.10.2020)» [14, с.76].

Если неисполнение обязательства имеет место и после вынесения решения суда, потребитель вправе взыскать неустойку также за период с момента вынесения решения суда до дня его фактического исполнения (п. 6 Обзора, утв. Президиумом Верховного Суда РФ 14.10.2020).

Дело о защите прав и законных интересов группы лиц рассматривается судом в срок, не превышающий восьми месяцев со дня вынесения определения о принятии искового заявления к производству, включая срок на подготовку дела к судебному разбирательству и принятие решения по делу (ч. 1, 2 ст. 244.25 ГПК РФ).

Возможно причинение гражданину страданий нравственного, физического характера, морального вреда вследствие совершения действий, которые посягают на имеющиеся у гражданина нематериальные блага, ведут к нарушению его личных неимущественных прав. Суд учитывает страдания нравственного, физического характера, обусловленные присущими потребителю особенностями, при определении величины компенсации за моральный вред. Также учитывается степень вины совершившего нарушение лица. Соответствующие положения содержит ст. 151 ГК РФ.

Таким образом, указанный вред может возмещаться лишь в ситуациях, при которых гражданину были причинены страдания нравственного, физического характера. Необходимо представлять доказательства в суде в отношении наличия страданий подобного рода и действий, которые посягали в отношении нематериальных благ гражданина, либо нарушили его права, являющиеся личными неимущественными.

Речь идет о выписках из истории болезни, результатах медобследований, показаниях свидетелей. Согласно пункту третьему ст. 17 ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей», истцы по связанным с нарушением прав потребителей искам не платят госпошлину. Право обращения в суд в защиту интересов, свобод, прав потребителей в отношении круга потребителей, являющегося неопределённым, или по просьбе конкретных потребителей может осуществляться специалистами Управления Роспотребнадзора, исходя из ст. 46 ГПК РФ, статей 40, 46 ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей».

Согласно пункту шестому ст. 13 ФЗ № 2300-1 «О защите прав потребителей», если суд удовлетворяет требования потребителя, с нарушителя производится взыскание штрафа в связи с тем, что не был соблюден добровольный порядок удовлетворения заявленных потребителем требований. Размер штрафа – половина суммы, которая присуждается в пользу потребителя. При этом половина суммы направляется общественному

объединению потребителей, когда таковое выступало с требованиями в защиту соответствующего потребителя.

Таким образом, проведенный в рамках данного раздела исследования анализ позволяет отметить следующее. Грамотная защита собственных потребительских прав предполагает необходимость понимания последовательности действий, которые следует осуществлять для их защиты. В случае отсутствия у потребителя уверенности в способности результативно защищать нарушенные права, наиболее обоснованным является обращение для их защиты в общественные объединения потребителей, ОМСУ, ФОИВ, Роспотребнадзор. В этом случае потребителю будут предоставлены необходимые консультации. В случае необходимости будут предоставлены также помощь с составлением искового заявления, юридическое сопровождение до момента, когда права потребителя будут восстановлены в досудебном порядке, или вынесено решение суда.

Вне зависимости от способа, избираемого потребителем для защиты собственных прав, имеется порядок, согласно которому должны выполняться процедуры при защите прав потребителя. Потребитель должен обладать сведениями в отношении осуществления данных процедур.

В качестве сферы, где наиболее часто происходит навязывание услуг потребителям дополнительных услуг, следует выделить сферу потребительского кредитования. Подобные займы не во всех случаях сопровождаются получением залога. В этой связи банковские учреждения стремятся к тому, чтобы гарантировать исполнение обязательств заемщиком всеми возможными способами, в числе которых следует выделить страхование.

Необходимо обратить внимание, что полис страхования при оформлении потребительских кредитов преимущественно приобретается на добровольной основе. Вероятно, что для заемщика его приобретение будет целесообразным. В то же время, то или иное давление в отношении заемщика при принятии решения о приобретении полиса оказываться не должно.

Судебная практика в отношении возврата уплаченных заемщиками при получении потребительских кредитов страховых премий свидетельствует, что решения зависят от срока, когда заемщиком был заявлен отказ от подобной услуги. В случае если с момента заключения договора прошло более 14 дней, в основном выносится отказ в удовлетворении заявленных заемщиком требований.

В качестве примера следует привести Определение, которое вынесла Судебная коллегия ВС РФ по делу № 44-КГ17-22 13.02.2018. Описательная часть решения содержит указание на то, что отказ от договора в одностороннем порядке невозможен, если это не предусматривает текст документа, который подписан сторонами [27].

В числе относящихся к анализируемой сфере дел, являющихся наиболее сложными, следует выделить дела, в которых участвует оформившая ипотеку сторона. Оформление договора согласно закону предусматривает необходимость страховать имущество в обязательном порядке. Однако в ряде случаев суды выносят решения в пользу потребителей. К примеру, Судебная коллегия ВС РФ вынесла Определение по делу № 44-КГ15-20 от 01.03.2016. В данном случае было принято решение в пользу истца, отменены принятые нижестоящими судами постановления и дело возвращено на новое рассмотрение [28].

Анализ практики правоприменения в вопросах, связанных с навязыванием страховых полисов при предоставлении услуг финансового характера позволяет отметить следующее. Зачастую постановления, выносимые при наличии идентичных обстоятельств, существенно отличаются друг от друга. Тогда как в других случаях имеется единый подход к рассмотрению дел, судебная практика характеризуется однородностью. Применительно к вопросам, связанным с защитой прав потребителей услуг финансового характера, требуется обратить внимание, что в 2017 г. ЦБ РФ стал членом Международной организации по защите прав потребителей соответствующих услуг.

Центральный банк (далее – ЦБ) РФ вступил в указанную организацию в стремлении добиться более эффективной защиты имеющих у инвесторов, миноритариев и потребителей прав. В Банке России в этой связи состоялось создание центрального подразделения и территориальных отделений для того, чтобы обеспечивать прозрачность осуществляемой кредитными организациями деятельности, добиваться продуктивного взаимодействия между указанными организациями и потребителями услуг финансового характера. В ЦБ РФ сегодня функционируют ориентированные на защиту прав потребителей подразделения в виде: информационно-аналитического управления, формирующего нормативные основы деятельности финансового уполномоченного, разрабатывающего стандарты предоставления клиентам услуг, совершенствующего НПА, анализирующего и обобщающего практику.

Управления поведенческого надзора на фондовом рынке. Управление осуществляет мероприятия, ориентированные на то, чтобы повысить доверие к соответствующему рынку.

Управления поведенческого надзора в отношении деятельности кредиторов. Данное управление осуществляет применительно к кредитным организациям надзор для того, чтобы исключить некорректное поведение указанных организаций в отношении к клиентам, в том числе в виде манипулирования поведением потребителя в связи с отсутствием у него достаточных сведений, предоставления в отношении банковских продуктов сведений, являющихся неполными.

Также управление осуществляет мероприятия, ориентированные на то, чтобы увеличить финансовую доступность.

Управление поведенческого надзора в области услуг финансового характера, проводящее профилактические мероприятия применительно к организациям, которые предоставляют услуги финансового характера, если таковые нарушают обязательства, поддерживающее обратную связь с гражданами на основе приема жалоб, обращений, оценивающее состояние контроля в отношении финансовой сферы в аспекте прав потребителей [2,

с.32].

Необходимо обратить внимание, что с принятием в 2018 г. ФЗ № 123-ФЗ, регламентирующего статус уполномоченного по правам потребителей финансовых услуг [23, с.11], состоялось создание в стране института финансового омбудсмена. Компетенция указанного уполномоченного включает рассмотрение требований в отношении потребителей, имеющих применительно к финансовым организациям, при размере требований до полумиллиона рублей. Рассмотрение требований потребителей, которые обуславливаются нарушением страховщиком порядка страхового возмещения, осуществляется независимо от того, какова величина соответствующих требований. Компетенция финансового уполномоченного также охватывает требования. Заявляемые потребителями, по поводу организации страховщиком ремонта поврежденного имущества, в том числе по договорам КАСКО, ДСАГО, ОСАГО – поврежденных автомашин.

В то же время подобные требования омбудсмен рассматривает лишь тогда, когда со дня получения потребителем информации в отношении того, что его право нарушено, прошел срок меньше 3 лет.

В вышеуказанном Федеральном законе предусмотрен порядок, согласно которому урегулируются в досудебном порядке споры потребителей финансовых услуг и финансовых организаций.

Нормы вышеуказанного Федерального закона не действуют применительно к требованиям, которые заявляются в предусмотренных нормативно ситуациях в отношении профессионального объединения страховщиков. В случае если рассмотрение обращения потребителя к омбудсмену прекращается, или последний отказывается принимать подобное обращение, потребитель имеет право обратиться в суд. При этом реализация данного права определяется основаниями отказа или прекращения рассмотрения обращения.

Потребитель может обратиться к судебному органу, указав мотивы, в силу которых он не согласен с вынесенным омбудсменом решением [35,

с.22]. Если суд, разрешая вопрос по поводу принятия иска либо при рассмотрении дела, поддержит принятое омбудсменом решение в отношении обращения заявителя, досудебный порядок разрешения спора соблюден не будет. С учетом данного обстоятельства судья вернет иск, или оставит его без рассмотрения.

Если же суд не поддержит решение омбудсмена, досудебный порядок будет рассматриваться в качестве соблюденного, и суд перейдет к рассмотрению спора потребителя и финансовой организации, по существу.

У потребителя есть право заявления в суд требования в отношении финансовой организации лишь по предмету, который содержится в обращении к омбудсмену. При этом возможно соединение указанных требований с иными, применительно к которым нормативно не определена обязательность обращаться к омбудсмену [16, с.2].

Нормативно зафиксировано право потребителя, который не соглашается с решением омбудсмена, заявлять иск в райсуд или к мировому судье исходя из суммы иска. Согласно разъяснению Президиума ВС, споры подобного рода должны рассматриваться в рамках требований, которые потребитель заявил в суд. Соответствующая норма содержится в части третьей ст. 196 ГПК РФ. Рассматривая относящиеся к соответствующей категории дела, суд имеет право на назначение экспертизы [37, с.22].

В случае, когда суд взыскивает наряду с взысканными по решению омбудсмена дополнительные суммы, оба решения подлежат самостоятельному исполнению. Суд также вправе менять решение, вынесенное омбудсменом. Поскольку вышеуказанный Федеральный закон предусматривает порядок введение в действие на основе распространения, содержащихся в данном Федеральном законе норм в отношении различных разновидностей финансовых организаций, включающий 2 этапа, полное вступление в силу положений данного НПА состоялось с начала 2021 г. При этом на практике возникли вопросы о применении соответствующего НПА для осуществления права на судебную защиту. Данный Федеральный закон

предусматривает, что процедура разрешения относящихся к компетенции финансового омбудсмента споров является многоэтапной. Ряд специальных законов, относящихся к страхованию, предусматривает, что при обращении к страховщику следует обязательно соблюдать претензионный порядок. Затем происходит передача спора финансовому омбудсмену, и далее – в суд.

Подобный подход связан в том числе с предоставлением доказательств. К примеру, в случае споров, связанных со страховыми отношениями, разрешение данных споров в девяноста процентах случаях сопряжено с экспертизами.

Судами расходуется значительное время на то, чтобы выяснять поставленные перед экспертами вопросы. Тогда как вышеуказанный порядок позволяет сократить затраты времени. Таким образом, создание указанного института было ориентировано на то, чтобы оперативно реагировать и решать споры с участием потребителей, представляющих собой непрофессиональных участников рынка услуг финансового характера.

Таким образом, к способам защиты прав потребителей относят внесудебные и судебную формы. Внесудебным (досудебные) формам урегулирования спорных вопросов относятся: претензионный порядок урегулирования спора, рассмотрение спора финансовым уполномоченным по правам потребителей финансовых услуг, медиация. С введением в РФ в 2018 г. института финансового омбудсмента было обеспечено снижение нагрузки на СОЮ, поскольку некоторые однотипные споры стали решаться в досудебном порядке. При неисполнении вынесенного омбудсменом решения добровольно потребителю выдается исполнительный документ, по которому реализуется принудительный порядок исполнения. Если потребитель не соглашается с вынесенным омбудсменом решением, или принятия решения не происходит, или обращение перестает рассматриваться, у гражданина есть право защищать собственные интересы в суде.

2.2 Способы защиты прав потребителя в зарубежных странах

Защита прав потребителей в разных странах осуществляется с помощью различных механизмов, которые можно условно разделить на правовые, институциональные и общественные.

Правовые механизмы: законодательство. Зарубежные страны имеют комплексное законодательство о защите прав потребителей, включающее в себя:

- законы о защите потребителей. Они определяют основные права потребителей, ответственность производителей и продавцов за качество товаров и услуг, процедуры возврата и компенсации;
- законы о безопасности продукции. Они устанавливают стандарты безопасности для разных категорий товаров, регламентируют процедуры сертификации и маркировки;
- законы о рекламе. Регулируют содержание и форму рекламы, защищая потребителей от обмана и манипуляций;
- законы о конкуренции. Предотвращают недобросовестную конкуренцию и защиту потребителей от искусственного завышения цен.

Судебные механизмы. Потребители могут обратиться в суд для защиты своих прав, если производитель или продавец нарушил законодательство. Суды могут вынести решения о возмещении ущерба, возврате товара, выплате компенсаций.

Внесудебные механизмы. В некоторых странах существуют специализированные органы, которые помогают разрешать споры между потребителями и производителями без обращения в суд.

Институциональные механизмы. Государственные органы: в большинстве стран существуют государственные органы, отвечающие за защиту прав потребителей. Они проводят мониторинг рынка, контролируют соблюдение законодательства, проводят расследования нарушений,

предоставляют консультации потребителям.

Общественные организации: во многих странах работают независимые общественные организации, защищающие права потребителей. Они проводят исследования, публикуют отчеты, оказывают юридическую помощь, организуют кампании по повышению осведомленности потребителей.

Общественные механизмы:

- образование и информирование: важным фактором защиты прав потребителей является повышение их осведомленности о своих правах и обязанностях. Для этого проводятся информационные кампании, публикуются брошюры, создаются интернет-ресурсы;
- саморегулирование: в некоторых сферах бизнеса действуют механизмы саморегулирования, когда производители и продавцы сами устанавливают правила и стандарты, направленные на защиту потребителей;
- общественное давление: общественное мнение может оказывать значительное влияние на производителей и продавцов, побуждая их к более ответственному поведению.

Примеры зарубежных стран с развитой системой защиты прав потребителей. Европейский Союз имеет единое законодательство о защите прав потребителей, которое распространяется на все страны-члены.

В США существует мощная система защиты прав потребителей, основанная на законах, судебных механизмах и активной роли общественных организаций.

Канада имеет комплексное законодательство о защите прав потребителей, которое обеспечивает потребителям широкий спектр гарантий.

В Японии система защиты прав потребителей отличается высоким уровнем качества и ответственности производителей.

В разных странах существуют различные правовые системы, которые влияют на механизмы защиты прав потребителей. Культурные различия также могут влиять на то, как защищаются права потребителей в разных

странах. В развитых странах, как правило, более развита система защиты прав потребителей, чем в развивающихся.

Важно отметить, что зарубежные страны продолжают совершенствовать свою законодательную базу и механизмы защиты прав потребителей, чтобы обеспечить более высокий уровень защиты потребителей и улучшить качество жизни граждан.

Таким образом, подводя итоги главы, отметим, что «защита прав потребителей - это комплексный процесс, который включает в себя различные механизмы и инструменты. В России существуют внесудебные и судебные формы защиты прав потребителей» [2]. Посредничество является дополнительной деятельностью, не связанной с судебными процедурами, и используется для дополнения судебной системы. Его целью является достижение соглашения между сторонами спора и поиск компромисса. В зарубежных странах подход к этой проблеме отличается, но в целом можно выделить аналогично российскому законодательству формы: внесудебные и судебную защиту прав потребителей. Потребители могут обратиться в суд для защиты своих прав, если производитель или продавец нарушил законодательство. Суды могут вынести решения о возмещении ущерба, возврате товара, выплате компенсаций.

Глава 3 Проблемы осуществления защиты прав потребителя и пути их решения

3.1 Проблемы защиты прав потребителей в сфере онлайн торговли в РФ

При дистанционной продаже товаров договор купли-продажи заключается способами, исключающими возможность покупателя непосредственно ознакомиться с товаром (его образцом), например через Интернет. До заключения договора продавец должен предоставить покупателю информацию, в частности, об основных потребительских свойствах товара, о его цене, порядке оплаты и доставки.

При дистанционном способе продажи товаров договор розничной купли-продажи заключается на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара, размещенным в сети Интернет, в программе для электронных вычислительных машин, в средствах связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи), в каталогах, проспектах, буклетах, на фотоснимках, или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления покупателя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (п. 2 ст. 497 ГК РФ; п. 1 ст. 26.1 Закона от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей»; п. п. 12, 17, 18 Правил, утв. Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463).

Дистанционным способом продажи товаров является в том числе продажа товаров в онлайн-магазинах и с помощью владельцев агрегаторов информации о товарах (абз. 13 преамбулы Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

«На иностранные интернет-магазины, ориентированные на российского потребителя, распространяются нормы российского законодательства о защите прав потребителей (п. 45 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 09.07.2019 № 24; Информация Роспотребнадзора).

При этом не допускается продажа дистанционным способом отдельных видов товаров. К таким товарам относятся, например, алкогольная, табачная или никотинсодержащая продукция, кальяны (пп. 14 п. 2 ст. 16 Закона от 22.11.1995 № 171-ФЗ; ч. 3 ст. 19 Закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ) [16, с.2]».

Кроме того, в отношении некоторых категорий товаров установлены особенности их продажи дистанционным способом, например лекарственных препаратов для медицинского применения (за исключением лекарственных препаратов, дистанционная торговля которыми запрещена) (п. 26 Правил № 2463; Правила, утв. Постановлением Правительства РФ от 16.05.2020 № 697).

Рассмотрим общие правила продажи товаров дистанционным способом.

Продавец обязан заключить договор с любым лицом, выразившим намерение приобрести товар на предложенных условиях (п. 1 ст. 435 ГК РФ; п. 12 Правил № 2463).

До заключения договора продавец должен предоставить покупателю информацию об основных потребительских свойствах товара, адресе (месте нахождения) и полном фирменном наименовании (наименовании) продавца (изготовителя), о месте изготовления, цене, порядке оплаты товара, условиях его приобретения, доставке, сроках службы, годности и гарантийном сроке, а также о сроке действия предложения о заключении договора (п. 2 ст. 26.1 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

Зарегистрированные на территории РФ юридические лица обязаны указывать полное фирменное наименование (наименование), основной государственный регистрационный номер, адрес и место нахождения, адрес электронной почты и (или) номер телефона, а ИП - фамилию, имя, отчество (при наличии), основной государственный регистрационный номер, адрес электронной почты и (или) номер телефона. Указанная информация может размещаться на сайте (странице сайта) в сети Интернет, а также в программе для электронных вычислительных машин (при наличии) (п. 19 Правил № 2463).

Владелец агрегатора также обязан довести до сведения потребителей информацию о себе и продавце (фирменное наименование (наименование), место нахождения (адрес), режим работы, государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица, фамилия, имя, отчество (если имеется), государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве ИП), а также об имеющихся изменениях в указанной информации. Владелец агрегатора доводит до сведения потребителей информацию о себе и продавце посредством ее размещения на своем сайте и (или) странице сайта в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Информацию о продавце владелец агрегатора вправе довести до сведения потребителей посредством размещения на своем сайте и (или) странице сайта в информационно-телекоммуникационной сети интернет-ссылки на сайт продавца (исполнителя) в информационно-телекоммуникационной сети Интернет (п. 1.2 ст. 9 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

Владелец агрегатора, предоставивший потребителю недостоверную или неполную информацию о товаре или продавце, на основании которой потребителем был заключен договор купли-продажи с продавцом, несет ответственность за убытки, причиненные потребителю вследствие предоставления ему такой информации, за исключением случая, когда владелец агрегатора не изменяет информацию о товаре, предоставленную продавцом и содержащуюся в предложении о заключении договора купли-продажи (п. 2.1 ст. 12 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

При дистанционной продаже товара продавец предоставляет покупателю полную и достоверную информацию о товаре посредством ее размещения на сайте или странице сайта в сети Интернет, в программе для электронных вычислительных машин, в средствах связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи), в каталогах, буклетах, проспектах, на фотографиях или в других информационных материалах (п. 18 Правил № 2463).

При дистанционной продаже товара через Интернет продавец обязан обеспечить возможность ознакомления покупателя с офертой путем ее размещения на соответствующем сайте (странице сайта) и (или) в программе для электронных вычислительных машин, если соглашением между продавцом и владельцем агрегатора не предусмотрен иной порядок исполнения такой обязанности (п. 17 Правил № 2463).

Также продавец должен довести до покупателя информацию о форме и способах направления претензий. Если такая информация не представлена на соответствующем сайте (странице сайта) или в программе для электронных вычислительных машин, покупатель вправе направить претензию в любой форме и любым способом (п. 21 Правил № 2463).

Договор розничной купли-продажи товара дистанционным способом считается заключенным с момента выдачи (передачи) продавцом покупателю документа, подтверждающего оплату товара (например, кассового чека), или с момента получения продавцом сообщения о намерении покупателя заключить договор розничной купли-продажи (п. 5 ст. 1.2 Закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ; п. 13 Правил № 2463; Письмо Минфина России от 09.06.2022 № 30-01-15/54926).

При дистанционной продаже товара с использованием сети Интернет или программы для электронных вычислительных машин после получения продавцом сообщения покупателя о намерении заключить договор купли-продажи продавец предоставляет покупателю подтверждение заключения договора, которое должно содержать номер заказа или иной способ его идентификации, позволяющий покупателю получить информацию о заключенном договоре и его условиях (п. 14 Правил № 2463).

Доставленный товар передается покупателю по указанному им адресу, а при отсутствии покупателя - любому лицу, предъявившему информацию и номере заказа или иное (в том числе электронное) подтверждение заключения договора или оформления заказа, если иное не предусмотрено законодательством или договором купли-продажи.

Если доставка товара была произведена в установленные договором сроки, но товар не был передан покупателю по его вине, последующая доставка производится в новые сроки, согласованные с продавцом, на условиях, предусмотренных договором (п. 20 Правил № 2463).

«За нарушение срока передачи товара покупатель может предъявить продавцу требование о возмещении убытков, причиненных вследствие нарушения срока доставки товара (ст. 15 ГК РФ; п. п. 1, 2 ст. 13 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

Кроме того, если товар был предварительно оплачен покупателем полностью или частично, то в случае нарушения срока доставки с продавца может быть взыскана неустойка (пени) в размере 0,5% суммы предварительной оплаты каждого дня просрочки, но не более суммы предварительной оплаты (п. 3 ст. 23.1 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»» [27, с.76].

«При заключении договора купли-продажи через агрегатора в случае, если товар, в отношении которого потребителем внесена предварительная оплата на банковский счет владельца агрегатора, не передан потребителю в срок, потребитель вправе предъявить требование к владельцу агрегатора о возврате суммы произведенной им предварительной оплаты товара (п. 2.2 ст. 12 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

В момент доставки товара покупателю в письменной форме (в том числе с помощью электронных и иных технических средств) должна быть предоставлена информация о товаре, а также о порядке и сроках его возврата (п. 3 ст. 26.1 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»; п. 18 Правил № 2463)» [30, с. 422].

Продавец в момент доставки товара обязан довести до сведения покупателя в письменной форме, в частности, следующую информацию (п. 2 ст. 10, п. 3 ст. 26.1 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»):

- наименование технического регламента или иное обозначение, установленное законодательством РФ о техническом регулировании,

- свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара;
- об обязательном подтверждении соответствия товара обязательным требованиям, обеспечивающим его безопасность в соответствии с законодательством РФ;
 - об основных потребительских свойствах товара, а в отношении продуктов питания - их составе (в том числе наименование пищевых и биологически активных добавок, информацию о наличии в продукте компонентов, полученных с применением ГМО), пищевой ценности, назначении, условиях их применения и хранения, способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки), противопоказаниях;
 - о цене в рублях и условиях приобретения товара, в том числе при оплате товара через определенное время после его передачи, полную сумму, подлежащую выплате покупателем, и график погашения этой суммы;
 - о гарантийном сроке, если он установлен;
 - о правилах и условиях эффективного и безопасного использования товаров;
 - о сроке службы (годности) товара, а также сведения о необходимых действиях покупателя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товар по истечении указанных сроков представляет опасность для жизни, здоровья и имущества покупателя или становится непригодным для использования по назначению;
 - о месте нахождения (адресе), фирменном наименовании (наименовании) изготовителя (продавца), месте нахождения (адресе) уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера;

- о правилах продажи товаров;
- об энергетической эффективности товара, если в отношении товара требование о наличии такой информации определено законодательством РФ;
- о порядке и сроках возврата товара;
- о том, что товар был в употреблении или в нем устранялся недостаток (недостатки).

Если иное не предусмотрено договором, одновременно с передачей товара продавец обязан передать покупателю принадлежности товара и относящиеся к нему документы (технический паспорт, сертификат качества, инструкцию по эксплуатации), предусмотренные законодательством РФ или договором (п. 2 ст. 456 ГК РФ).

Покупатель вправе отказаться от товара в любое время до его получения. При этом отказаться от товара надлежащего качества после его получения можно в следующие сроки (п. 4 ст. 26.1 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»):

- в течение семи дней после передачи товара;
- в течение трех месяцев с момента передачи товара, если в момент его доставки потребителю не была предоставлена письменная информация о порядке и сроках возврата товара.

По общему правилу возврат товара надлежащего качества (за исключением лекарственных препаратов для медицинского применения) возможен в вышеуказанные сроки при соблюдении следующих условий (ст. 493 ГК РФ; абз. 3, 4 п. 4 ст. 26.1 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»; п. п. 13, 24, 26, 41, 45, 51 Правил № 2463; п. 43 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17; Информация Роспотребнадзора): сохранены товарный вид, потребительские свойства товара, а также имеется документ, подтверждающий факт и условия его покупки.

При отсутствии такого документа можно ссылаться на другие доказательства приобретения товара у данного продавца, например, на выписку с банковского счета, содержащую сведения, позволяющие идентифицировать покупку. При этом оплата товара путем перевода покупателем средств на счет третьего лица, указанного продавцом, не освобождает продавца от обязанности осуществить возврат уплаченной за товар суммы при его возврате; товар не имеет индивидуально-определенных свойств, в силу которых они могут быть использованы исключительно вами.

Так, при обнаружении в товаре недостатков, которые не были оговорены продавцом, покупатель вправе по своему выбору (п. 1 ст. 18 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»):

- потребовать безвозмездного устранения недостатков товара или возмещения расходов на их исправление покупателем или третьим лицом;
- потребовать соразмерного уменьшения покупной цены;
- потребовать замены на товар аналогичной марки (модели, артикула) или на такой же товар другой марки (модели, артикула) с соответствующим перерасчетом цены товара (в отношении технически сложных и дорогостоящих товаров эти требования подлежат удовлетворению в случае обнаружения существенных недостатков);
- отказаться от исполнения договора и потребовать возврата уплаченной за товар суммы. По требованию продавца и за его счет покупатель должен вернуть товар с недостатками.

Покупатель вправе также потребовать полного возмещения убытков, причиненных ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества (п. 1 ст. 18 Закона № 2300-1 «О защите прав потребителей»).

Когда покупатель приобретает что-то в интернет-магазине, в магазинах есть правила о том, как вернуть товар если он не подошел. Эти правила называются «Политика возврата» и они рассказывают, сколько времени есть

на возврат, как должен выглядеть товар, когда его возвращает покупатель. Когда покупатель приобретает вещь в магазине, он автоматически соглашается с их политикой возврата. Поэтому важно изучить политику возврата перед покупкой. Например, примечательно Апелляционное определение Санкт-Петербургского городского суда от 14.01.2020 года № 33-1247/2020, где основным тезисом служило следующее утверждение: купленный смартфон посредством сети «Интернет» можно вернуть в течение семи дней с даты получения товара. Основными доводами служило то, что смартфон относится к категории технически сложных товаров, однако указанные доводы были отклонены судебной коллегией.

Действительно, в соответствии с положениями Постановления Правительства Российской Федерации «Об утверждении перечня технически сложных товаров» смартфон относится к категории технически сложных товаров [2, с.165].

Для решения проблем предлагается: осуществить детальный анализ и систематизацию нормативно-правовых актов в сфере онлайн покупок с целью объединения общих правил электронного товарооборота. Кроме того, необходимо реализовать на практике установление гарантий для потребителей, которые совершают покупки с помощью дистанционных технологий, закрепить за продавцами более конкретную гражданско-правовую ответственность в случае нарушения прав потребителей.

Также необходимо в законодательстве закрепить перечень информации, которую должен предоставлять продавец в обязательном порядке покупателю, а за ложное предоставление установить ответственность.

Многие онлайн-площадки утверждают, что они работают исключительно по своим правилам, игнорируя законы о защите прав потребителей, особенно в части обмена товара. Они аргументируют это тем, что онлайн-торговля отличается от традиционной и к ней не должны применяться обычные правила.

В последнее время все чаще в судах обнаруживается, что условия пользовательских соглашений, которые мы подписываем в интернете, противоречат действующим законам. Например, недавно суд признал незаконным то, как Wildberries списывает деньги с удаленных карт клиентов. Это значит, что такие компании, как Wildberries, могут нарушать наши права, используя «хитрости» в своих пользовательских соглашениях. Поэтому важно изучить эти соглашения: сравнить их с основами права, чтобы понять, где именно они противоречат законам. Это поможет защитить наши права и сделать интернет-мир более справедливым. В 2023 году в госорган стали поступать обращения граждан, у которых компания перечислила со счетов денежные средства в счет оплаты товара. Кроме того, правила пользования торговой площадкой Wildberries содержали условие о том, что компания оставляет за собой право на списание денег по имеющимся платежным данным. Ведомство посчитало, что ООО «Вайлдберриз» не является кредитной организацией и следовательно, не имеет право списывать средства без согласия потребителей. Условия, которые позволяют компании в одностороннем порядке изменять условия договора, являются недопустимыми. Госорган обратился в суд, и первая инстанция поддержала требования Роспотребнадзора.

Мы согласны, что в законы, касающиеся цифрового пространства, нужно внести изменения и дополнения. Однако, пока нет достаточных оснований считать, что отношения в этом пространстве принципиально отличаются от обычных правоотношений. Поэтому, по нашему мнению, действующие принципы гражданского права по-прежнему применимы. Если появится новый «цифровой кодекс» или подобный документ, он не должен нарушать принципы гражданского права и основы частного права. В частности, он должен быть согласован с базовыми принципами договорного права.

«Вместе с тем нерешенной остается проблема защиты прав и охраны законных интересов потребителей в цифровой среде. Так, в этой сфере

нередко возникают ситуации, которые связаны с использованием новых технологий для навязывания товаров, работ или услуг, незаконным сбором информации и персональных данных, неправомерным распространением контента и пр. В большинстве случаев такие действия совершаются на тех или иных платформах (информационных системах, социальных сетях), функционирующих в силу особых правил и положений, юридически являющихся совокупностью условий договора между пользователями и самой платформой. Таким образом, формальным основанием для признания незаконными действий в цифровой среде являются правила информационных систем. В случаях неэффективности последних выходом из этой ситуации видится применение традиционной доктрины принципа свободы договора, которая предполагает возможность ее ограничения в определенных случаях» [9, с.78]. В наиболее сжатом, но при этом системном для практики виде эта доктрина представлена в Постановлении Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 14 марта 2014 г. N 16 «О свободе договора и ее пределах».

В статье говорится о том, что многие проблемы защиты прав потребителей в онлайн-мире можно решить, применяя к ним принципы ограничения свободы договора. Это означает, что в некоторых случаях государство может вмешиваться в договорные отношения, чтобы защитить интересы потребителей, третьих лиц или общественных интересов. Проблема в том, что в цифровой среде сложно определить, когда необходимо ограничивать свободу договора. Нужно разработать четкие критерии, которые будут учитывать специфику онлайн-отношений. Статья посвящена именно этому - поиску этих критериев и определению случаев, когда ограничение свободы договора в интернет-среде является необходимым.

Отметим, что «многие методологические вопросы принципиально разрешены еще классиками частного права. Общеизвестно, что свобода договора не может быть безграничной» [16, с. 243] и что любые «субъективные права, предоставляемые частным лицам, строятся не только с

точки зрения нужд самого субъекта права, но и нужд всего гражданского оборота, потребностей того общества, в котором будет действовать субъект. Всякая власть, доставляемая субъективным гражданским правом, допускает в принципе ограничения, если таковые необходимы в интересах других участников гражданского оборота. Если будет принято, что правила любых пользовательских соглашений, связанных, к примеру, с компьютерными играми или приложением к смартфону, ограничены действием принципов гражданского права, а также иными общепризнанными основаниями, то можно будет решить сразу несколько указанных выше теоретических и практических проблем» [22, с. 232].

«Актуальность вопросов защиты конкуренции в цифровой среде не вызывает сомнений. Можно говорить о конкуренции непосредственно в онлайн-пространстве, а также о соперничестве хозяйствующих субъектов «онлайн» и «офлайн». Так, справедливо утверждение о том, что «в настоящее время цифровые платформы являются полноправными хозяйствующими субъектами и уверенно конкурируют с более традиционными моделями осуществления предпринимательской деятельности» [24, с. 191]. В контексте рассматриваемых отношений, правила о защите конкуренции очень важны. Компании не только соревнуются ценами, но и используют другие методы, например, собирая персональные данные. В случае цифровых платформ есть риск сбора слишком большого количества данных. Эти данные могут быть использованы в конкурентной борьбе, например, для быстрого поиска новых клиентов.

Таким образом, онлайн покупка товаров – это один из наиболее популярных способов приобретения товаров. Однако минусом является то, что при дистанционной продаже товаров потребитель не имеет возможности ознакомиться с товаром, его свойствами и характеристиками, что порождает споры. С точки зрения законодательства правовое регулирование онлайн покупок находится на первоначальном этапе, соответственно, многие вопросы остаются неурегулированными. Для защиты прав потребителей

существуют определенные органы государственной власти, отдельными органами выступают органы прокуратуры, в компетенции которых находится защита прав потребителей. Покупатели должны быть в полной мере осведомлены о своих правах при покупке товаров дистанционным способом. Роль органов прокуратуры в данном случае сводится к тому, что они могут осуществлять надзор за исполнением законодательства в области защиты прав потребителя.

Таким образом, основная проблема для России на данном этапе - несмотря на то, что в законодательстве нашего государства уже имеются определенные положения, касающиеся дистанционной продажи товаров, на практике существует множество проблем в данной области. Подводя итог, отметим, что совершенствование механизма защиты прав и интересов потребителей требует комплексного подхода и принятия норм, детализирующих правила определения подсудности по делам о защите прав потребителей.

3.2 Актуальные проблемы защиты прав потребителя в зарубежных странах

Законодательство в сфере защиты прав потребителей в зарубежных странах тоже имеет свои недостатки. Так аналогично российскому законодательству недостаточная защита прав потребителей в сфере онлайн-торговли, которая заключается в слабом регулировании деятельности онлайн-платформ. И эти факты позволяют мошенникам и продавцам с сомнительной репутацией нарушать права законопослушных граждан. Также присутствует неясность ответственности за товары, проданные через онлайн-платформы, и трудности с возвратом средств. Отсутствие единого федерального закона или кодекса о защите прав потребителей во многих странах в сфере онлайн-торговли. Недостаточная доступность правосудия тоже можно обозначить в

качестве недостатка. Высокие судебные издержки и сложность судебных процедур затрудняют доступ потребителей к правосудию.

В США, например, отсутствие единого федерального законодательства о защите прав потребителей приводит к различиям в законодательстве штатов, что затрудняет соблюдение единых стандартов. Также в США проблема с коллективными исками. Ограничение доступа к коллективным искам затрудняет защиту прав потребителей в случае массовых нарушений.

Если рассматривать страны Европы, то здесь можно отметить сложную и противоречивую законодательную среду. Наличие множества директив и регламентов ЕС, а также национальных законов, что затрудняет понимание потребительских прав. Различия в интерпретации и применении европейских норм в разных странах. Присутствует также проблема, связанная с транснациональными мошенничествами. Отмечаются трудности с координацией действий между правоохранительными органами разных стран для борьбы с транснациональными мошенниками. Как и в России, «в США в Европе недостаточная защита прав потребителей в сфере цифровых услуг. Сложности с защитой прав потребителей в сфере онлайн-платформ, интернет-платежей и онлайн-банкинга» [14].

Теперь рассмотрим существующие проблемы в Японии. Это слабая защита прав потребителей в сфере финансовых услуг, недостаточные меры защиты от недобросовестных практик в сфере кредитования и инвестирования, трудности с доступом к информации о финансовых продуктах.

Несмотря на различия, в США, Европе и Японии присутствует общая тенденция: защита прав потребителей в сфере онлайн-торговли, цифровых услуг и финансовых услуг нуждается в укреплении. Потребители нуждаются в большей защите от мошенничества, недобросовестной практики и некачественных товаров и услуг. Возможные меры, которые следовало бы предпринять в рассмотренных странах – это усилить законодательство о защите прав потребителей, адаптировав его к реалиям digital-эпохи, создать

единые стандарты для онлайн-платформ и финансовых учреждений, улучшить доступ к правосудию для потребителей.

Таким образом, законодательство в сфере защиты прав потребителей в зарубежных странах тоже имеет свои недостатки. Так аналогично российскому законодательству недостаточная защита прав потребителей в сфере онлайн-торговли, которое заключается в слабом регулировании деятельности онлайн-платформ. В США, например, отсутствие единого федерального законодательства о защите прав потребителей приводит к различиям в законодательстве штатов, что затрудняет соблюдение единых стандартов. Для Европейских стран характерна следующая проблема - наличие множества директив и регламентов ЕС, а также национальных законов, что затрудняет понимание потребительских прав. Различия в интерпретации и применении европейских норм в разных странах.

Подводя итоги главы и сравнивая проблемы защиты прав потребителей в зарубежных странах и в России, отметим, что несмотря на то, что в законодательстве нашего государства уже имеются определенные положения, касающиеся дистанционной продажи товаров, на практике существует множество проблем в данной области. Подводя итог, отметим, что совершенствование механизма защиты прав и интересов потребителей требует комплексного подхода и принятия норм, детализирующих правила определения подсудности по делам о защите прав потребителей. В зарубежных странах - это сложная и противоречивая законодательная среда. Наличие множества директив и регламентов ЕС, а также национальных законов, что затрудняет понимание потребительских прав. Чтобы интернет-услуги были честными и понятными, важно, чтобы все условия пользования были ясными и четкими. Например, если на сайте полно всплывающих окон, мешающих понять, что означает кнопка «Согласен», или текст договора написан мелким шрифтом, или есть несколько разных вариантов договора, то это должно считаться нарушением. Даже если информация доступна, запутанность делает её бесполезной.

Заключение

Защита прав потребителей представляет собой сферу имущественного оборота, которая обладает большим значением для страны, характеризующейся формированием цивилизованных рыночных отношений. В связи с этим наблюдается активно проводимая государством политика, направленная на защиту прав потребителей, которая соединена со сложившейся в стране экономической ситуацией. Ежедневно потребители сталкиваются с нарушением данных прав или же их злоупотреблением со стороны других субъектов рассматриваемых правоотношений, в частности, со стороны юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Однако с каждым годом можно заметить, что законодателем делается все больше усилий для устранения таких ситуаций и уменьшения количества судебных дел, касающихся защиты прав потребителей. Одним из наиболее эффективных действий является внедрение различных новелл в законодательство.

Нормативно-правовые акты гражданского законодательства закрепляют основные характеристики и аспекты отношений, связанные с потребительскими правами и обязанностями. Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» гарантирует ряд преференций для потребителей как более незащищенной стороны [7, с.90].

Совершенствование способов защиты прав потребителей реализуется посредством утвержденного в России общего курса реформирования законодательной базы различных значимых отраслей. На современном этапе была утверждена и разработана Стратегия государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации. Все вышеизложенное указывает на несомненную актуальность проблемы гражданско-правовых средств защиты прав потребителей. Эти обстоятельства и предопределили предметное направление исследования.

Приоритеты и правила современного состояния рыночных отношений определяют взаимоотношений сторон именно в нормативно-правовом аспекте регулирования. В источниках определено понятие потребителя как субъекта, где подразумевается деятельность человека, который находится во взаимодействии с поставщиком товаров и услуг.

Закон «О защите прав потребителей» закрепляет, что потребителем является гражданин, который намеревается заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью.

Проанализировав законодательство, регулирующее защиту прав потребителей, можно резюмировать, что в нормативно-правовых актах четко закреплено понятие «потребитель», а также обозначен круг лиц, у которых может возникнуть статус потребителя. Также важно отметить, что на законодательном уровне закреплены положения о том, кто не может приобрести статус потребителя. Исходя из этого, можно сказать, что законодательство достаточно хорошо регулирует вопрос о потребителях как об объекте защиты. Понятие защиты прав потребителей заключается в том, что существуют и применяются предусмотренные нормативно меры охраны гражданских прав на случай их нарушения или угрозы подобного нарушения.

Совершенствование способов защиты прав потребителей реализуется посредством утвержденного в России общего курса реформирования законодательной базы различных значимых отраслей. На современном этапе была утверждена и разработана Стратегия государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года, утвержденная постановлением Правительства Российской Федерации. Все вышеизложенное указывает на несомненную актуальность проблемы гражданско-правовых средств защиты прав потребителей. Эти обстоятельства и предопределили предметное направление исследования. Приоритеты и правила современного состояния рыночных отношений

предопределяют взаимоотношений сторон именно в нормативно-правовом аспекте регулирования. В источниках определено понятие потребителя как субъекта, где подразумевается деятельность человека, который находится во взаимодействии с поставщиком товаров и услуг.

Повышение уровня правовых знаний потребителей считается одним из важных направлений развития закона о защите их прав. Граждане редко обращаются в суд за защитой своих прав потребителей из-за незнания их прав. Это связано с тем, что они практически ничего не знают о своих правах. Кроме того, потребители часто вынуждены предоставлять дополнительные документы для получения компенсации за моральный ущерб из-за недостаточного понимания своих прав.

Одной из важных составляющих защиты прав потребителей является улучшение качества потребления, поскольку с экономической точки зрения товары, продукция, продукция труда и услуги объединяются в одну интегрированную категорию. Потребители имеют право на получение достоверной и подробной информации о продуктах и услугах, которые они приобретают. Для повышения осведомленности о правах потребителей предлагается включить органы местного правительства в сферу потребительских отношений, чтобы они могли принимать соответствующие меры на местном уровне. Также предлагается дополнить положения закона о защите прав потребителей, объединив определения «труда» и «услуг» в категорию «товаров».

Несмотря на различия, в США, Европе и Японии присутствует общая тенденция: защита прав потребителей в сфере онлайн-торговли, цифровых услуг и финансовых услуг нуждается в укреплении. Потребители нуждаются в большей защите от мошенничества, недобросовестной практики и некачественных товаров и услуг.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Абралава Н.Т. Актуальные вопросы защиты прав потребителей в гражданских правоотношениях // Сборник научных работ серии «Право». 2020. №о 1 (17). С. 5-13.
2. Берзина А. И. Вопросы охраны прав потребителей в ретроспективе // Молодой ученый. 2020. №о 48 (338). С. 184-187.
3. Белов В.А. Правовая сущность понятий «потребитель» и «слабая сторона» в гражданских правоотношениях // Lex Russica. 2022. №о6 (139). С.26-43.
4. Батршина А.А. Основные способы защиты прав потребителей // Молодой ученый. 2022. №о 50 (445). С. 190-192.
5. Бортников С.П., Киселева Н.С. Особенности досудебного (претензионного) порядка урегулирования споров // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: Право. 2020. №о 1 (24). С. 73-79.
6. Богдан В.В. Модернизация Закона РФ «О защите прав потребителей» должна быть сбалансированной: к вопросу о необходимости внесения изменений и дополнений // Актуальные проблемы российского права. 2020. №о 2. С. 136-139.
7. Внуков Н.А. Специальные (потребительские) права гражданина-потребителя, свойственные любому виду потребительского договора // Среднерусский вестник общественных наук. 2021. №о2. С.117 - 124.
8. Вильгоненко И.М., Слепенко Ю.Н., Станкевич Г.В. Государственное регулирование оборота лекарственных средств на потребительском рынке РФ // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: юриспруденция. 2022. №о 4. С.85-89.
9. Воронкевич А.Б. Изменение особенностей потребительского поведения на рынке товаров массового потребления под влиянием цифровизации в России // Практический маркетинг №о07 (281) 2020. С. 10-18.

10. Васильева А. В. Определение границ интересов государства в правовом регулировании деятельности маркетплейсов в РФ: постановка проблемы // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. 2023. Т. 12. № 3. С. 144–150.
11. Василенко А. С. Проблемы покупателей маркетплейсов // Современная экономика. 2023. № 7. С. 55–59.
12. Головина Л. А. Формирование института защиты прав потребителей в России // Молодой ученый. 2020. № 51 (341). С. 196-197.
13. Гражданско-правовые договоры с участием потребителей: диссертация кандидата юридических наук: 12.00.03 / Образцова Валентина Игоревна; [Место защиты: ФГБОУ ВО «Московский государственный юридический университет имени О.Е. Кутафина (МГЮА)»]. Москва, 2021. 229 с.
14. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 11.03.2024)// «Российская газета». № 238-239. 08.12.1994
15. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации» от 14.11.2002 № 138-ФЗ (ред. от 06.04.2024)// «Российская газета». № 220. 20.11.2002
16. Давыдова Е. Ю. Проблематика судебной защиты в эпоху цифровизации // Глобальный мир. 2023. № 1. С. 27–29.
17. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 04.08.2023) «О защите прав потребителей»// «Российская газета». № 8. 16.01.1996.
18. Илюшина М. Н. Новые позиции законодательства и правоприменительной практики о деятельности маркетплейсов // Законы России: опыт, анализ, практика. 2023. № 9. С. 78–82.
19. Климов В. В. Становление системы защиты прав потребителей: историко- правовой ракурс // Актуальные проблемы российского права. 2023. Т. 18. № 12. С. 24– 32.
20. Казакова Е.Б. Структура и особенности законодательства о

защите прав потребителей на современном этапе развития рыночных отношений // Наука. Общество. Государство. 2021. № 4. 29 с.

21. Кремлёва О.В. Актуальные проблемы в сфере защиты прав потребителей // Вестник науки. 2022. №10 (55). С. 114-119.

22. Костоусова А.Е. Особенности защиты прав потребителей // Молодой ученый. 2020. №о 5 (295). 205-208 с.

23. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 06.04.2024) // «Российская газета». № 256. 31.12.2001.

24. Латыпов Д.Н. Эволюция взглядов на способы защиты гражданских прав // Закон и право. 2022. №о1. 112 с.

25. Ненахов И. Г. Аспекты защиты прав потребителей и минимизация правовых рисков при приобретении товаров и услуг в сети «интернет» // Правопорядок: история, теория, практика. 2020. №о4 (27).

26. Незнамова А.А. История становления и развития института защиты прав потребителей в России // Молодой ученый. 2019. №о 48 (338). С. 83-86.

27. Определение Судебной коллегии ВС РФ по делу №о44-КГ17-22 13.02.2018 // СудАкт

28. Павленко В.В. Защита прав потребителей в сфере торговли и услуг. Практическое пособие [Электронный ресурс] / В.В. Павленко. Москва: КноРус, 2022. 379 с.

29. Плаксин Д. А. Сравнение подходов к понятию защиты прав потребителей // Отходы и ресурсы. 2023. Т. 10. № 1. С.90-96.

30. Распоряжение Правительства РФ от 28.08.2017 № 1837-р <Об утверждении Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 года> // «Российская газета». № 208. 15.09.2017

31. Распоряжение Правительства РФ от 25.09.2017 № 2039-р <Об утверждении Стратегии повышения финансовой грамотности в Российской

Федерации на 2017 - 2023 годы> // «Собрание законодательства РФ», 02.10.2017. № 40. ст. 5894

32. Савинкова А.С. К вопросу о самозащите прав потребителей // Наукосфера. 2022. №о 10- 1. С. 320-324.

33. Серова Е.Н. Прокурорский надзор за законодательством по защите прав потребителей: направления и проблемы // Вопросы российской юстиции. 2022. №о21.

34. Спиридонова А. В. Динамическое ценообразование на цифровых платформах в аспекте прав потребителей // Право цифровой среды: моногр. / под ред. Т. П. Подшивалова, Е. В. Титовой, Е. А. Громовой. М.: Проспект, 2022. С. 309–317.

35. Сеницын С.А. Защита прав потребителей: в поисках оптимальной модели [Электронный ресурс]: монография / С.А. Сеницын, Л.М. Шелютто, П.Д. Багрянская, М.О. Дьяконова, П.П. Кабытов. Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации. 2021. 268 с

36. Ткачев В.Н. Защита прав потребителей в РФ / В.Н. Ткачев. Москва: Городец, 2022. 207 с.

37. Халяутдинова А.М., Смакуев А.Д., Мишаков В.Ю. Организационно-экономические аспекты процесса продажи товаров. В сборнике: Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития. Сб. материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. Москва, 2022. С. 93-99.

38. Чичиренков А. И. О современных задачах прокурорского надзора по защите прав потребителей // Молодой ученый. 2020. №о 44 (334). С. 303-305.