

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 сравнительно-правовой анализ российского и
иностранного законодательства»

Обучающийся

К.С. Сидорова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. юрид. наук, доцент А.В. Кирсанова

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

Аннотация

Тема исследования: «Защита прав потребителей сравнительно-правовой анализ российского и иностранного законодательства».

Актуальность темы исследования защиты прав потребителей в контексте сравнительно-правового анализа законодательства России и других стран обусловлена рядом важных социально-экономических процессов и глобальных тенденций. В условиях глобализации экономики, усиления трансграничной торговли и расширения онлайн-рынков, проблемы защиты прав потребителей становятся все более острыми и требуют комплексного подхода к регулированию.

Объектом исследования являются общественные отношения, регулирующие вопросы защиты прав потребителей.

Предметом исследования выступают нормы права, образующие институт защиты прав потребителей.

Цель исследования заключается в выявление сущностных признаков и назначения института защиты прав потребителей, как в российском праве, так и в праве зарубежных стран.

Для достижения данной цели, определены следующие задачи: охарактеризовать историю становления и развития института защиты прав потребителей в России; представить исторические парадигмы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах; представить общую характеристику защиты прав потребителей в Российской Федерации; проанализировать мировой опыт правового регулирования потребительских отношений; обозначить проблемы защиты прав потребителей в России; проанализировать мировые тенденции и перспективы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах.

Структура исследования представлена введением, тремя главами, заключением, списком используемой литературы и используемых источников.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Исторический аспект защиты прав потребителей в России и зарубежных странах.....	7
1.1 История становления и развития института защиты прав потребителей в России	7
1.2 Исторические парадигмы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах.....	11
Глава 2 Система защиты прав потребителей в России и зарубежных странах	20
2.1 Общая характеристика защиты прав потребителей в Российской Федерации.....	20
2.2 Мировой опыт правового регулирования потребительских отношений.....	29
Глава 3 Проблемы и перспективы развития защиты прав потребителей	36
3.1 Проблемы защиты прав потребителей в России	36
3.2 Мировые тенденции и перспективы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах	40
Заключение	48
Список используемой литературы и используемых источников.....	51

Введение

Актуальность темы исследования защиты прав потребителей в контексте сравнительно-правового анализа законодательства России и других стран обусловлена рядом важных социально-экономических процессов и глобальных тенденций. В условиях глобализации экономики, усиления трансграничной торговли и расширения онлайн-рынков, проблемы защиты прав потребителей становятся все более острыми и требуют комплексного подхода к регулированию.

Первостепенной задачей является создание эффективного механизма защиты, способного адекватно реагировать на новые вызовы и угрозы. Изучение иностранных практик позволяет обогатить внутреннюю правовую систему опытом, который был накоплен в различных юрисдикциях, а также способствует формированию международных стандартов в данной области. Сравнительный анализ подчеркивает, как различные страны адаптируют свои законы к меняющимся условиям рынка, учитывая интересы как потребителей, так и производителей. Например, в Европейском Союзе большое внимание уделяется прозрачности сделок и защите данных потребителей, что обеспечивает высокий уровень доверия к рынку. В США акцент сделан на строгом контроле качества продукции и услуг, что минимизирует риски для здоровья и благополучия потребителей.

Российское законодательство также претерпевает изменения, направленные на усиление защиты прав потребителей, включая обновление норм о защите прав в сфере электронной коммерции и ужесточение ответственности за недобросовестную рекламу. Однако, несмотря на достижения в этом направлении, существует потребность в дальнейшей модернизации и адаптации законодательства к современным реалиям.

Основным регулятором общественных отношений в этой области выступает Закон Российской Федерации от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон РФ «О защите прав

потребителей»)), в котором закреплены основные права потребителей, способы и формы их защиты. Помимо этого, отдельные аспекты защиты прав потребителей содержатся и в иных нормативно-правовых актах.

Степень теоретической разработанности. Исследованию вопросов защиты прав потребителей посвящен огромный массив научной, учебной и справочной литературы, в том числе иностранных научных деятелей. В работе использовались результаты научных изысканий следующих авторов: Антонова В. В., Антоновой Н. А., Белова В. А., Брагинского М.И., Валеева Д. Х., Васькевича В. П., Веблена Т. Б., Витрянского В.В., Гришаева С. П., Герасимовой Н.П., Горбашко Е. А., Дворецкого В. Р., Зарубиной Н. П., Зенина И. А., Зуйковой Н. В., Кокорева Р.А., Кузнецовой С.С., Плотниковой Т. А., Омельченко О. А., Райляна А.А., Ростовцевой Л. И., Савченко Е.Я., Садикова В.И., Садикова И. Н., Селянина А. В., Ситдиковой Л. Б., Ситкаевой Е.В., Солодухиной А.В., Сурковой И.Б., Толпыгина Г. А. и других.

Объектом исследования являются общественные отношения, регулирующие вопросы защиты прав потребителей.

Предметом исследования выступают нормы права, образующие институт защиты прав потребителей.

Цель исследования заключается в выявление сущностных признаков и назначения института защиты прав потребителей, как в российском праве, так и в праве зарубежных стран.

Для достижения данной цели, определены следующие задачи:

- охарактеризовать историю становления и развития института защиты прав потребителей в России;
- представить исторические парадигмы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах;
- представить общую характеристику защиты прав потребителей в Российской Федерации;
- проанализировать мировой опыт правового регулирования потребительских отношений;

- обозначить проблемы защиты прав потребителей в России;
- проанализировать мировые тенденции и перспективы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах.

Теоретической основой исследования послужили труды зарубежных и отечественных авторов, связанные с общими положениями о защите прав потребителей, их основными правами, а также затрагивающие вопросы защиты персональных данных, информатизации, рекламы, потребительского просвещения и иные аспекты, имеющие значение для данной работы.

Методологическая основа: в процессе исследования использовались такие общенаучные методы, как анализ, синтез, дедукция и индукция. Помимо этого, применялись сравнительно-правовой и формально-юридический методы, метод системного анализа, статистический, и исторический.

Структура исследования представлена введением, тремя главами, заключением, списком используемой литературы и используемых источников.

Глава 1 Исторический аспект защиты прав потребителей в России и зарубежных странах

1.1 История становления и развития института защиты прав потребителей в России

Институт защиты прав потребителей в России представляет собой значимую часть правовой системы, формирующуюся и развивающуюся на основе национального законодательства, ориентированного на защиту интересов граждан в сфере потребления товаров и услуг. Этот институт возник в ответ на необходимость правового регулирования отношений между потребителями и производителями, продавцами, и поставщиками услуг, особенно в условиях рыночной экономики.

История становления и развития института защиты прав потребителей в России тесно связана с процессами модернизации законодательства и укрепления правовой системы в целом. Этот процесс берет своё начало ещё в дореволюционной России, когда первые попытки регулирования отношений между продавцом и покупателем стали приобретать правовые формы. Однако настоящий прорыв в этой сфере произошёл уже в советский период и продолжился в постсоветское время, когда институт защиты прав потребителей начал формироваться в рамках самостоятельного правового направления.

В дореволюционной России потребительское право не существовало как самостоятельная отрасль. Однако определенные нормы, касающиеся защиты интересов покупателей, можно было найти в рамках торгового и гражданского права. Эти нормы в основном защищали права состоятельных слоёв общества, поскольку правовая система того времени была ориентирована на защиту имущественных интересов. Основной акцент был сделан на контрактах и обязательствах, что, в свою очередь, обеспечивало защиту прав в ограниченных рамках договорных отношений. Это такие

нормативно-правовые документы как "Устав торговый" (1832 год) – один из первых нормативных актов, который регулировал отношения в торговле, включая правила качества товаров. Этот документ, хотя и не содержал специфических норм о правах потребителей, косвенно затрагивал защиту интересов покупателей в торговых операциях, а также Гражданское уложение Российской империи (1905 год) – проект этого документа содержал положения о защите прав покупателей, однако так и не был окончательно принят из-за политической нестабильности [40].

Советский период характеризуется постепенным расширением правовых норм, регулирующих отношения между государством, производителями товаров и услуг, а также потребителями. «В условиях плановой экономики государство играло ключевую роль в регулировании рынка, что отразилось на первых законодательных актах, направленных на защиту прав потребителей. В это время права граждан, хотя и признавались, но всё же в значительной степени ограничивались в рамках общегосударственной системы планирования и распределения ресурсов» [45].

Современные принципы и нормы, регулирующие защиту прав потребителей, являются результатом длительного развития правовых идей, происходящего на протяжении веков и в различных юридических традициях. Это подчеркивает универсальный характер стремления обеспечить справедливые условия для всех участников рынка.

С момента распада Советского Союза, когда начался переход к рыночной экономике, возникла насущная потребность в правовом регулировании отношений между продавцами и потребителями [39, с. 43].

В начале 1990-х годов, с переходом к рыночной экономике, возникла острая необходимость в регулировании отношений между продавцами и покупателями. Это было вызвано увеличением количества товаров и услуг, а также появлением новых форм торговли и сервиса. С появлением частной предпринимательской деятельности и иностранных инвестиций, в России

начали активно формироваться рыночные отношения. Этот период характеризовался отсутствием строгих нормативных рамок, что часто приводило к злоупотреблениям со стороны продавцов и производителей. В 1992 году был принят Закон РФ «О защите прав потребителей», который стал основополагающим документом в этой области и ознаменовал собой начало системной работы по защите интересов потребителей в России. Этот закон стал основой для формирования современной системы защиты прав потребителей в России, установив основные права потребителей, такие как право на качество товаров и услуг, право на информацию и право на безопасность. Важным аспектом закона стало закрепление права потребителей на возмещение убытков, причиненных некачественными товарами или услугами, что стало одним из ключевых моментов в развитии этого института. С принятием этого закона начался процесс формирования специализированных органов и организаций, ответственных за защиту прав потребителей.

Существенное значение для становления правовой системы защиты потребителей имело также принятие Гражданского кодекса Российской Федерации [10]. Гражданское законодательство закрепило основные принципы регулирования договорных отношений, а также определило механизмы, с помощью которых потребители могли защищать свои права в случае нарушения условий договора.

Кроме того, следует отметить, что Россия, будучи членом Всемирной торговой организации (ВТО) и Евразийского экономического союза (ЕАЭС), вынуждена адаптировать национальное законодательство к международным стандартам. Это способствует постоянной эволюции нормативно-правовой базы в области защиты потребителей, внедрению новых механизмов и практик, соответствующих международным нормам.

Существенное значение для реализации защиты прав потребителей в России имеют органы государственной власти, такие как Роспотребнадзор, который осуществляет контроль за соблюдением законодательства в этой

области. Эти органы играют ключевую роль в практической реализации правовых норм, обеспечивая возможность потребителям защищать свои интересы на практике. Деятельность государственных органов дополняется работой общественных организаций и ассоциаций, которые оказывают юридическую поддержку потребителям и содействуют повышению правовой грамотности населения.

Важнейшим аспектом функционирования института защиты прав потребителей является судебная практика, которая играет решающую роль в толковании и применении законодательства. Судебные решения, особенно те, которые касаются спорных вопросов, таких как компенсация морального вреда или защита прав в области цифровых услуг, оказывают значительное влияние на развитие и уточнение правовых норм.

С течением времени, по мере развития российской экономики и интеграции страны в мировое экономическое сообщество, законодательство о защите прав потребителей претерпевало изменения и дополнения. Особое внимание стало уделяться усилению контроля качества товаров и услуг, а также расширению прав потребителей на информацию о продукции. Российские власти также начали активнее взаимодействовать с общественными организациями и ассоциациями потребителей, что способствовало более эффективной защите интересов граждан.

В новом тысячелетии в связи с распространением интернет-технологий и электронной коммерции перед законодателями встали новые вызовы, связанные с защитой прав потребителей в цифровой среде. Это потребовало дополнительных регулятивных мер, направленных на защиту данных и обеспечение безопасности онлайн-покупок.

Со временем важность и актуальность защиты прав потребителей только возрастала, что выражалось в усилении информационной поддержки, образовательных программ и общественной осведомленности о правах потребителей. Это привело к укреплению правовых и социальных

механизмов, что сделало процесс защиты прав потребителей более доступным и эффективным.

В сравнении с дореволюционным и советским периодами, современное потребительское право в России представляет собой гораздо более развитую и комплексную правовую отрасль. Если ранее защита прав потребителей носила фрагментарный или административный характер, то в современных условиях она базируется на систематизированных правовых нормах, которые охватывают широкий спектр отношений в сфере потребления. Появились специализированные государственные и общественные институты, обеспечивающие защиту прав граждан, что свидетельствует о значительном прогрессе в этой области.

Таким образом, за последние десятилетия институт защиты прав потребителей в России прошел значительный путь развития, став неотъемлемой частью правовой системы страны и играя ключевую роль в укреплении прав и интересов граждан в сфере потребления.

Закон «О защите прав потребителей» не только ввел в правовое поле базовые понятия и принципы, но и установил правовые средства защиты, такие как возможность обращения в суд, право на досудебное урегулирование споров и доступ к административным процедурам защиты прав. Существенным элементом института защиты прав потребителей является установление ответственности за нарушение прав потребителей, включая возможность возмещения морального ущерба, что укрепило позиции потребителей в правовых отношениях с бизнесом.

1.2 Исторические парадигмы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах

Историческое развитие защиты прав потребителей в зарубежных странах носит многоаспектный характер и тесно связано с социальными, экономическими и политическими изменениями в мировом сообществе. Этот

процесс был обусловлен рядом глобальных тенденций, включая индустриализацию, урбанизацию и глобализацию, которые в корне изменили отношения между производителями и потребителями.

Идеи защиты прав потребителей, которые активно развиваются в XX веке, на самом деле имеют глубокие исторические корни. Изучение древних и средневековых юридических систем показывает, что уже тогда существовали правовые нормы, направленные на защиту покупателей. Например, в законах Хаммурапи, которые являются одними из самых ранних примеров писаного права, содержались положения, требующие от продавцов быть честными относительно качества товаров, а за обман предусматривались штрафы [14].

Римское право внесло значительный вклад в формирование основ защиты потребителей через аедилитские эдикты, которые требовали от продавцов предоставлять покупателям точную информацию о товарах. В средневековой Англии Магна Карта заложила основы для стандартов товаров, регулируя их качество и измерения. Наконец, в Наполеоновском кодексе были подробно изложены обязательства продавцов перед покупателями, устанавливая требования к качеству продаваемых товаров [6, с. 145].

В западноевропейских странах, таких как Великобритания и Франция, первые зачатки защиты прав потребителей можно найти ещё в средневековый период, когда городские гильдии и цехи начали устанавливать стандарты качества для продукции и услуг. Однако систематическая правовая защита потребителей стала формироваться лишь в XVIII-XIX веках, в ходе промышленной революции. В этот период на фоне роста производства и торговли возникла необходимость в регулировании новых видов отношений между производителями и покупателями. Принятие первых законов, направленных на защиту потребителей от мошенничества и недобросовестной практики, стало реакцией на негативные последствия быстрого экономического роста и урбанизации [15].

Великобритания, например, ввела «Закон о пище и лекарствах» 1875 года, который стал одним из первых примеров правового регулирования в сфере защиты потребителей. Этот акт установил базовые требования к качеству и безопасности продуктов, став основой для последующего развития законодательства [15].

Следует отметить, что «значимая роль в формировании и развитии института защиты прав потребителей отведена Римской империи. Римское частное право одно из первых детально освещало права покупателей и обязанности продавцов, в случае обнаружения недостатков в проданном товаре. На данном этапе развития возникают нормы, которые присущи действующему законодательству» [35, с. 90]. Так появляется гарантия от эвикции, то есть от истребования у покупателя приобретённого им имущества по основаниям, возникшим до продажи, сохраняется обязанность продавца предупреждать о неочевидных, скрытых недостатках товара.

Во Франции значительную роль сыграло законодательство, направленное на защиту прав покупателей в контексте заключения договоров, что стало важным шагом в эволюции гражданского права. Французский гражданский кодекс 1804 г. пристальное внимание уделял вопросу об эвикции вещи. «Явные недостатки вещи, в наличии которых покупатель мог убедиться сам, не влекли ответственность продавца, а за скрытые недостатки проданной вещи продавец обязан был дать гарантию» [33, с. 20].

В начале XX века защита прав потребителей поднимается на качественно новый уровень. Именно в это время появляется понятие «потребитель», что ознаменовывает начало нового этапа развития потребительского права.

В Европе и Северной Америке осознание необходимости защиты прав потребителей начало формироваться в начале XX века, однако значительного развития достигло только после Второй мировой войны, когда рост производственных мощностей и массового потребления вызвал потребность

в регулировании качества товаров и услуг. Соединённые Штаты Америки в начале XX века стали примером другой важной парадигмы, связанной с развитием массового потребления и необходимости защиты прав граждан в условиях бурного экономического роста. В 1906 году был принят «Закон о чистых продуктах и лекарствах», который положил начало систематическому регулированию качества товаров. В середине XX века, на фоне роста потребительского движения, в США начали формироваться институты, такие как Федеральная комиссия по торговле, которая до сих пор играет ключевую роль в защите прав потребителей.

«Первым официальным заявлением, подтверждающим необходимость государственного вмешательства во взаимоотношения по защите прав граждан потребителей, считается выступление Президента США Джона Кеннеди в Конгрессе США в начале 60-х. Цель данного обращения заключалась в облачении в нормативную форму прямого вторжения в договорные отношения сторон для защиты потребителей, как одной из сторон подобных сделок» [33, с. 21].

Также в 1960-е годы президент Линдон Джонсон активно продвигал программу защиты потребителей, которая стала известна как «Потребительская Билль о правах». Этот документ закрепил основные права потребителей, такие как право на безопасность, информацию, выбор и право быть услышанным [5].

Это стало отправной точкой формирования основных четырех принципов, ставших в последующем постулатами современного законодательства о защите прав потребителей:

- «право на безопасность, что подразумевает гарантию безопасности для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также то, что товар не причинит вред имуществу потребителя при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки и утилизации;

- право на информацию, что гарантирует потребителю достоверную и полную информации о любом приобретаемом товаре. Безусловно, с правом на потребительскую информацию связано право на выбор, поскольку информация - критерий правильного выбора;
- право быть услышанным, что означает, гарантию каждого потребителя право на свободу слова, убеждения и выражение их. Это право включает свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми законными средствами. В широком смысле данное право подразумевает возможность потребителя влиять на предложение. Государство должно формировать свою политику с учетом интересов потребителей;
- право на выбор – иными словами право на гарантированность выбора (если такое возможно). Это право подразумевает под собой возможность доступа к ряду товаров и услуг по конкурентоспособной цене. Несомненно, данное право ограничивается в условиях, когда конкурентная борьба заменена государственным регулированием (естественные, государственные монополии (Акционерное общество Российские железные дороги)). В рассматриваемом случае право на гарантированность выбора заменяется правом на гарантированность удовлетворительного обслуживания по справедливой цене» [15, с. 56].

«Все это легло в основу общественного движения, ставящего своей целью расширение и защиту прав потребителей (Консьюмеризм). Движение зародилось на родине идеологии потребления – США, однако свое наибольшее развитие получило в Японии. Уже в 1968 году Япония гарантировала своим гражданам право на защиту от физического и материального ущерба, полученного в ходе эксплуатации приобретенного товара, а также право на всестороннее и точное знание действительных свойств товаров и услуг» [15, с. 56].

В Европейском Союзе защита прав потребителей также начала активно развиваться с 1970-х годов. Создание единого рынка потребовало унификации стандартов безопасности и качества товаров и услуг. В результате были разработаны директивы и регуляции, направленные на усиление защиты потребителей и обеспечение их прав на честную торговлю и защиту от недобросовестных практик [12].

В континентальной Европе, особенно в Германии и скандинавских странах, сложилась другая важная парадигма, основанная на правовом подходе, который акцентирует внимание на защите прав потребителей через гражданско-правовые нормы и обеспечение компенсации за причинённый ущерб. В этих странах значительное внимание уделялось развитию механизмов коллективной защиты прав, что позволило потребителям эффективно защищать свои интересы даже в конфликтах с крупными корпорациями.

В Азии развитие защиты прав потребителей началось позже, но происходило быстрыми темпами. Япония и Южная Корея, например, в ответ на быстрый экономический рост и увеличение потребления во второй половине XX века, приняли комплексные законы, которые регулируют отношения между продавцами и покупателями, устанавливают обязательные стандарты качества и предусматривают защиту прав потребителей.

«Повышению уровня потребления в настоящий момент уделено особое внимание. Всемирная организация потребителей (Consumers International) обращает внимание на проблемы перепроизводства и нерационального потребления, что в последующем может привести к глобальному изменению климата, ухудшению состояния окружающей среды и к утрате уникальных природных объектов. Также Всемирный день прав потребителей в 2020 году проводился под девизом «Рациональный потребитель» («The Sustainable Consumer»))» [20, с. 107].

Интересным представляется и то, что обеспечение перехода к рациональному потреблению и производству уже выступает одной из Целей

устойчивого развития (ЦУР), принятых государствами – членами Организации Объединенных Наций (далее – ООН) в 2015 году в рамках «Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года» [6, с. 36].

«Одними из направлений рационального потребления является повышение эффективности использования ресурсов, а также развитие справедливой торговли. Факторами, сопутствующими этому являются снижение уровня бедности и предоставление каждому возможности иметь хорошее качество жизни, доступ благам. Идея базируется на том, что выбор потребителей способен повлиять на повсеместное внедрение рационального подхода к производству товаров и услуг. На основе такого подхода была разработано специальное мобильное приложение «ЦУР в Действии», которое способствует привлечению потребителей к участию в мероприятиях, целью которых является развитие навыков бережливого потребления» [7, с. 109].

Законы некоторых государств имеют комплексный характер и регулируют все аспекты защиты прав потребителей. Ярким примером такого регулирования выступает закон о защите прав потребителей Мексики 1975 года. В нем представлены многочисленные положения, связанные с рекламой, гарантиями, информационными обязанностями и ответственностью предприятий и т.д. Конечно же, «вопросы защиты прав потребитель уже давно были вынесены за национальные рамки, так ими занимаются Европейское Экономическое Сообщество (далее – ЕЭС), МЕРКОСУР и другие. Все это свидетельствует о том, что комплекс мер по защите потребителей отчасти сводится к идее его охраны от конкурентной борьбы за прибыль.

На данном этапе развития общественных отношений есть от чего защищаться, но было бы легкомысленно искать корни системы защиты потребителя в альтруистических устремлениях крупных компаний. Специалисты этой отрасли вынуждены признать, что «перед лицом одностороннего формирования Общих условий сделок потребитель

беспомощен», что попытки борьбы «конечных потребителей» с монополиями вряд ли способны принести пользу» [5, с. 390].

«Рассматривая ситуацию в целом, нельзя сказать, что действующие государственное регулирование не преследует цель искоренения изготовления недоброкачественных, а порой и опасных для жизни и здоровья населения продуктов, обманной рекламы обсчета, и иного недобросовестного поведения участников рынка.

Однако истинные причины такого регулирования кроются в стремлении государства вкупе с крупным бизнесом обеспечить высокие показатели производства, и, кроме того, подавить конкурентов. Производство последними некачественной продукции приводит к наложению санкций, связанных, в том числе, с защитой прав потребителей. Таким образом, действующее законодательство по итогу служит наиболее сильным и крупным предприятиям» [5, с. 296].

Итак, в XXI веке вопросы защиты прав потребителей начали рассматриваться в контексте глобализации. Расширение трансграничной торговли и развитие электронной коммерции потребовали от стран скоординированных усилий в разработке международных стандартов и законодательства.

История развития защиты прав потребителей в зарубежных странах демонстрирует постепенный переход от реактивных мер, направленных на решение возникающих проблем, к проактивному формированию комплексной системы правовой защиты. Это развитие иллюстрирует рост осведомлённости и активности потребителей, а также укрепление роли государства и международных организаций в обеспечении соблюдения их прав.

Сравнивая различные парадигмы, можно увидеть, что развитие защиты прав потребителей в зарубежных странах происходило под влиянием как экономических факторов, так и культурных особенностей. В то время как англосаксонская правовая традиция фокусируется на регулировании и

контроле, континентальная европейская модель акцентирует внимание на защите прав через судебные механизмы и компенсации. В целом, исторический опыт зарубежных стран демонстрирует, что эффективная защита прав потребителей требует сбалансированного подхода, включающего как законодательные меры, так и институты, обеспечивающие их практическую реализацию.

С развитием глобализации и интернет-торговли защита прав потребителей стала важной частью международного права. Организации, такие как Всемирная организация торговли (ВТО) и Международная торговая палата, начали уделять больше внимания стандартам защиты потребителей, что способствует улучшению правовых рамок в разных странах.

Глава 2 Система защиты прав потребителей в России и зарубежных странах

2.1 Общая характеристика защиты прав потребителей в Российской Федерации

Защита прав потребителей в Российской Федерации оформилась как важный элемент правовой системы, обусловленный потребностью обеспечивать справедливые и безопасные условия для потребителей в условиях рыночной экономики. В контексте постсоветского развития страны, где предыдущая модель не предусматривала активной защиты потребительских прав, этот институт приобрел особое значение.

Защита прав потребителей в Российской Федерации оформлена в виде комплексного подхода, который опирается на законодательную базу, включающую ряд нормативных актов, наиболее значимым из которых является Федеральный закон "О защите прав потребителей". Законодательство России в области защиты прав потребителей призвано обеспечить справедливое и эффективное взаимодействие между потребителями и производителями товаров или услуг.

«Основой защиты прав потребителей является принцип добросовестности и информационной прозрачности в отношениях между продавцами и покупателями. Законодательство России устанавливает обязанности продавцов предоставлять полную и достоверную информацию о товаре или услуге, что позволяет потребителю сделать осознанный выбор» [32, с. 26].

«Защита прав потребителей имеет международное значение. Так, в рамках ООН были приняты «Руководящие принципы для защиты прав потребителей», которые закрепляют такие права потребителей как:

- право на просвещение в области защиты прав потребителей;
- право на удовлетворение своих потребностей;

- право на качественный товар, работу или услугу;
- право на безопасность;
- право потребителя на информацию о товаре, работе или услуге, об изготовителе (продавце, исполнителе);
- право на выбор;
- право быть услышанным;
- право на возмещение ущерба» [41, с. 108].

Действующее законодательство Российской Федерации закрепляет весь комплекс прав, характеризующий статус потребителей.

Подробнее ознакомимся с каждым из них.

Право на просвещение. По мнению С.И. Пироженко, потребительское образование представляет собой «процесс целенаправленного и систематического воздействия общества на потребителя с целью формирования у него социально одобряемых ценностей, знаний, норм и образцов поведения. Это не только процесс приобретения потребителем знаний, выработки навыков, формирования умений, необходимых для осуществления разумного поведения, но и воспитание чувств» [32, с. 26].

Согласно статье 3 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «Право потребителей на просвещение в области защиты прав потребителей обеспечивается посредством включения соответствующих требований в федеральные государственные образовательные стандарты и образовательные программы, а также посредством организации системы информации потребителей об их правах и о необходимых действиях по защите этих прав» [13].

Иными словами, право на просвещение представляет собой целую систему мер, реализующихся в обществе между физическими лицами и организациями, занимающимися предпринимательской и иной коммерческой деятельностью, а также индивидуальными предпринимателями в процессе товарно-денежного оборота, направленного на удовлетворение насущных потребностей населения.

Для повешения эффективности такого оборота, потребителям необходимы знания об осуществлении предоставленных им субъективных прав. Каждый человек, приобретая товар, заказывая работу или услугу, ежедневно сталкивается с защитой прав потребителей. Именно по этой причине он должен обладать определенными знаниями. Отсутствие этих знаний создает некий режим ограниченного использования прав, что не может положительно сказываться на состоянии прав потребителей в целом.

Для решения поставленной задачи на территории Российской Федерации действуют специальные телепередачи, о которых говорилось ранее, реализуется система мероприятий учебного характера, которая создает объективные предпосылки для фактической реализации, приемов и способов защиты прав. В процессе обучения, начиная со средней школы, некоторые ученики знакомятся с общими положениями Закона РФ «О защите прав потребителей» [13].

Вопросы, внедрения общих положений защиты прав потребителей в школьную программу, нередко поднимались перед законодателем. Нередко различного рода инициатива исходит от школьных учителей.

Просвещение молодежи играет не менее важную роль. Правительство РФ отмечает, что молодежь является самым активным пользователем интернет-торговли и поэтому в программах среднего специального и высшего образования необходимо изучать специальные дисциплины, раскрывающие вопросы правового регулирования отношений с потребителями.

Особая роль просвещения, как одного из условий «рационального потребления» отмечается и в Стратегии государственной политики Российской Федерации в области защиты прав потребителей на период до 2030 года (далее – Стратегия). В Стратегии отмечаются высокие темпы развития и распространения электронной коммерции, которые оказывают негативное влияние на область защиты прав потребителей, ввиду использования недобросовестными участниками рынка неграмотности

потребителей. В целях разрешения указанной проблемы предлагается уделить особое внимание цифровой грамотности населения, которая позволит потребителям использовать весь спектр интернет-технологий, находить необходимую информацию о товаре и, соответственно, делать осознанный выбор.

В процессе достижения поставленной цели просвещение реализует следующие функции:

- способствует приспособлению людей к новым и изменчивым условиям;
- обладая систематическим характером, вырабатывает привычки рационального потребления;
- способствует осуществлению качественного и безопасного выбора товаров, услуг и работ;
- помогает эффективно противостоять негативным проявлениям рынка;
- способствует формированию слоя цивилизованных, образованных потребителей, которые способны предъявлять рынку обоснованные потребительские требования и добиваться от его участников добросовестного поведения.

Право на удовлетворение своих потребностей. В данном случае речь идет не о любых потребностях, а о базовых. Иными словами, на уровне закона должны быть закреплены базовые необходимые товары, гарантии, некие принципы государственной политики, направленные на то, чтобы потребитель мог удовлетворить потребности необходимые для выживания. Набор предоставляемых благ может меняться в зависимости от климатических, географических и иных условий, но обычно к нему относят: пищу, воду, одежду, образование, медицину и жилье.

Отчасти право на удовлетворение базовых потребностей выражается посредством установление исполнительского иммунитета. Так в статье 446 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации (далее – ГПК

РФ) закреплён перечень имущества, на которое не может быть обращено взыскание, то есть тот минимум, который необходим для полноценного существования человека [11].

«Регулирование защиты прав потребителей на международном уровне призвано привлечь внимание к неравномерному, несправедливому распределению ресурсов, к тому, что нередко бедные имеют доступ к товарам и услугам более низкого качества, в отличие от тех, кто богаче. Именно защита прав потребителей способна показать, что бедные слои населения зачастую не обладают возможностью повысить свой доход, и вынуждены претерпевать большие издержки и дефицит по сравнению с состоятельным населением» [36, с. 145]. К примеру, гражданам с небольшим доходом, скорее всего, откажут в представлении крупного кредита, и они вынуждены обращаться в микрофинансовые организации [2].

Право на качество закреплено в статье 4 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «требования к качеству товара (работы, услуги) определяются договором, в случае, когда в договоре условие о качестве не оговорено оно определяется исходя из обычно предъявляемых требований и возможности использования товара по его назначению» [13].

Статья 7 Закона РФ «О защите прав потребителей» закрепляет: «Потребитель имеет право на то, чтобы товар (работа, услуга) при обычных условиях их использования, хранения, транспортировки и утилизации были безопасны для жизни, здоровья потребителя, окружающей среды, а также не причиняли вред имуществу потребителя» [13].

Требования о безопасности товара, работы или услуги являются обязательными, в том числе для технически сложного товара. Что касается пищевой продукции, то специальными государственными органами утверждаются предельно допустимые нормы содержания в них вредных для здоровья веществ и, кроме того, информация о содержании таких веществ и их влиянии должна быть доведена до потребителя [9, с. 34].

«Каждая категория товара обладает определенными свойствами и, несомненно, некоторые из них требуют особых условий хранения, утилизации, транспортировки. В связи с этим на изготовителя (продавца) возлагается обязанность по соблюдению специальных правил, а также по их указанию в сопроводительной документации, этикетке или любым иным способом» [3, с. 127].

Товары, обеспечивающие безопасность жизни и здоровья потребителя, подлежат обязательной сертификации в специальном порядке, а их перечни утверждаются Правительством РФ. К примеру, на данный момент в нашем государстве действует «Единый перечень продукции, подлежащей обязательной сертификации» [27].

Согласно статье 8 Закона РФ «О защите прав потребителей»: «Потребитель вправе потребовать предоставления необходимой и достоверной информации об изготовителе (исполнителе, продавце), режиме его работы и реализуемых им товарах (работах, услугах)» [13].

Возможность доступа к информации, т.е. публичное право на нее означает возможность ознакомления с полными, актуальными и точными сведениями о продукции, выполненных работах или предоставляемых услугах, представленных в удобной и понятной форме. Также необходимо обеспечить предоставление полных и верных данных о производителе (исполнителе, продавце, владельце платформы).

В качестве еще одной сферы нарушения прав потребителя можно выделить сферу рекламы. Основной целью рекламы является продажа продукта, а не донесение достоверной информации, то есть реклама способна вводить в заблуждение относительно тех или иных свойств товара.

Законодательно установлено, что реклама должна быть честной и не вводить потребителя в заблуждение. В примерах из судебной практики обращается внимание на случаи, когда компании включают в договоры условия о согласии на рекламные рассылки, что может быть признано ненадлежащим, если потребитель фактически лишается возможности

отказаться от таких услуг и получить основные услуги или товары без этого согласия [25].

Особенно важным становится вопрос о читаемости условий рекламы. Суды учитывают, что информация, представленная мелким шрифтом или таким образом, что ее трудно воспринять, может считаться недостаточно доведенной до потребителя, что делает рекламу ненадлежащей [22]. Кроме того, суды акцентируют внимание на автоматическом продлении согласия на рекламные рассылки, которое не может считаться действительным без явного подтверждения потребителем [21]. В случаях нарушения закона о рекламе нарушители могут быть привлечены к ответственности, которая включает значительные штрафы. Эти примеры показывают, что судебная практика призвана защитить потребителей от недобросовестной рекламы и поддерживать принципы прозрачности и честности в рекламных сообщениях [23], [24].

В некоторых сферах право потребителя на информацию защищено настолько, что стоит вопрос о необходимости защиты самих производителей от потребительского экстремизма. Однако остаются и такие сферы, где потребитель защищен слабо. Например, «в сфере финансовых услуг потребитель часто знает о существенных условиях своего договора, но как показывают мониторинговые исследования российского рынка финансовых услуг, финансовые организации нередко умалчивают о размере всех связанных с кредитным продуктом сборов, платежей, последствиях их пропуска, штрафах, пенях, а также о периоде охлаждения и условиях дополнительно навязываемых услуг.

Не менее остро ситуация обстоит на стадии выбора финансового продукта. По данным указанного отчета зачастую банки на своих сайтах размещают не совсем точную процентную ставку по кредиту» [31].

В настоящее время информация, предоставляемая потребителю о финансовых услугах, больше походит на айсберг, где потребитель видит

только небольшую часть необходимой информации, а зачастую не в состоянии с ней разобраться.

«Право на выбор. По своей сути данное право закрепляет возможность свободного выбора товара, работы или услуги из ряда предлагаемых аналогичных товаров. В сфере товарооборота должна отсутствовать ситуация, когда товар, работа или услуга, предлагаются исключительно одной компанией. Монополии препятствуют не только возможности выбора товара с иными характеристиками, но и в силу уникальности своего предложения завышают цены на товар. Государство стремится минимизировать влияние монополий и всячески способствует укреплению конкуренции. В этих целях принимаются специальные законы, такие как Федеральный закон № 135-ФЗ «О защите конкуренции» однако подобного рода законодательство действует не во всех странах» [35, с. 86].

Помимо этого, свободный выбор включает в себя право приобретения товара по отдельности, без всяких «обязательных» дополнительных услуг (статья 16 Закона РФ «О защите прав потребителей») и возможность потребителя отказаться от использования услуги, если он в ней больше не нуждается (статья 32 Закона РФ «О защите прав потребителей»).

Право быть услышанным. Это право вызывает массу споров, так некоторые полагают, что оно заключается в возможности потребителя высказывать свою позицию относительно товара, свободу слова, убеждения и выражение их. Другие же полагают, что оно выражается в возможности вступления потребителей в объединения (статья 45 Закона РФ «О защите прав потребителей»). Третьи, определяя данное право, указывают на возможность быть услышанными тем судом, который потребители выберут (статья 17 Закона РФ «О защите прав потребителей») [13].

Право на возмещение ущерба. Данное право, как правило, возникает, когда права потребителя нарушены. Например, в случае, когда приобретаемый товар оказался технически неисправен. Законодательство Российской Федерации содержит ряд статей, направленных на разрешение

вопросов, связанных с причинением убытков потребителю. Предусмотрены различные способы возмещения убытков, такие как: неустойка (пеня, штраф) – денежная компенсация, взыскиваемая с продавца (изготовителя, импортера, исполнителя) одновременно или за определенный период в случае неисполнения или некачественного исполнения обязанностей по договору (например, статьи 13 и 23.1 Закона РФ «О защите прав потребителей»). Помимо выплаты неустойки потребитель вправе требовать возмещения причиненных ему убытков (статья 14 Закона РФ «О защите прав потребителей»).

Также статья 15 Закона РФ «О защите прав потребителей» предусматривает возможность компенсации морального вреда, при наличии вины изготовителя (исполнителя, продавца, уполномоченной организации или уполномоченного индивидуальным предпринимателем, импортером) [13].

Потребитель вправе требовать исполнения обязательства в натуре, то есть потребовать предоставления самой вещи (статья 23.1 Закона РФ «О защите прав потребителей»), аналогичной поврежденной (статья 21 Закона РФ «О защите прав потребителей») или произведения ремонта повреждения (Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55) [28].

Когда возникают ситуации, связанные с нарушением интересов покупателей, они обладают возможностью защитить свои права, включая обращение в юридические инстанции. Законы РФ устанавливают для покупателей возможность получения компенсации за моральный ущерб и покрытия финансовых потерь, спровоцированных приобретением товаров или услуг ненадлежащего качества. Важную роль в поддержке потребительских прав играют государственные структуры. Основная задача Роспотребнадзора - осуществлять контроль за соблюдением правил рынка, включая проверку жалоб от покупателей и принятие мер против компаний, нарушающих права потребителей. Вмешательство данной организации

может стать ключевым фактором в обеспечении справедливости для покупателей.

Итак, защита прав потребителей в России постоянно совершенствуется, отражая изменения в экономической жизни страны и потребностях граждан. Она остается важным элементом правовой системы, направленным на поддержание баланса интересов всех участников рыночных отношений и создание условий для справедливой торговли.

В последние годы особое внимание уделяется развитию информационных технологий, которые позволяют улучшить механизмы защиты прав потребителей. Электронные сервисы, такие как интернет-платформы для подачи жалоб, и развитие онлайн-консультаций облегчают процесс обращения за защитой прав.

В целом, система защиты прав потребителей в России ориентирована на укрепление правовых основ защиты интересов потребителей и повышение их осведомленности о своих правах и возможностях их реализации.

2.2 Мировой опыт правового регулирования потребительских отношений

Мировой опыт правового регулирования потребительских отношений отличается значительным разнообразием подходов и моделей, но объединяется общей тенденцией к усилению защиты прав потребителей. Рассмотрение этой сферы позволяет увидеть, как различные государства адаптируют свои законодательные рамки к меняющимся условиям глобализированного мира и технологическому прогрессу.

Во многих странах основой защиты прав потребителей служит признание их права на безопасные, качественные товары и услуги, а также право на информацию о товарах и услугах. Развитие законодательства в этой области сопровождалось усилением мер по надзору и контролю за рынком. Важной составляющей международного опыта является и разработка

механизмов защиты потребителей в сфере электронной коммерции, что стало ответом на бурное развитие интернет-торговли [44].

Система защиты прав потребителей состоит из целого ряда институциональных механизмов. Каждое государство обязано обеспечить такой механизм, который позволит сохранить баланс интересов предпринимателей и потребителей.

В качестве основы государственной защиты прав потребителей можно выделить соответствующую национальную политику. Именно национальная политика наглядно демонстрирует отношение государства к потребителям, определяет их основные права и распределяет полномочия по защите этих прав между государственными органами.

Следующим структурным элементом системы выступает Специализированное агентство по защите прав потребителей. Данное специализированное агентство представляет собой особый государственный орган, в деятельность которого входят отдельные вопросы защиты прав потребителей. В рамках реализации своих полномочий государственный орган проводит консультации, взаимодействует с другими органами, например, с министерствами, объединениями потребителей, предпринимателей, а также осуществляет иные функции, возложенные на него государством. На территории Российской Федерации таким специализированным агентством является – Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (далее – Роспотребнадзор), подчиненная Правительству Российской Федерации.

«На территории Индии существует Департамент по делам потребителей, который был основан в 1997 году и подчинен Министерству по делам потребителей, продовольствия и общественного распределения. Департамент отвечает за развитие политической деятельности по защите интересов потребителей. В его полномочия входит контроль доступности товаров первой необходимости, поддержка движения потребителей, надзор за официальными органами (например, за Бюро индийских стандартов) и

обеспечение защиты прав потребителей посредством предотвращения недобросовестной торговли. В Республике Индия действует целый спектр активных и инициативных ассоциаций по защите интересов потребителей, которым подотчетен Департамент» [19, с. 99].

В некоторых государствах, ранее входивших в состав Союза ССР, таких как Узбекистан, Молдова, Беларусь и Туркменистан, вопросами защиты прав потребителей занимаются специализированные органы или агентства, которые учреждаются при министерствах, отвечающих за экономику или коммерцию. Важно отметить, что независимо от наименования и специфики учреждения, ответственного за защиту интересов потребителей, ключевым аспектом для потребителей является создание и функционирование межведомственных структур, которые способствуют консультациям и взаимодействию на правительственном уровне с целью учитывания потребительских интересов при формировании соответствующей политики.

«В качестве следующего структурного элемента системы защиты потребителей можно выделить Законы о потребителях. Законы о потребителях направлены на обеспечение защиты и реализацию установленных в них прав. Некоторые государства, признавая важность исследуемого института, закрепили нормы о защите прав и интересов потребителей в Основных законах» [37].

«По данным Конференции ООН по торговле и развитию на 2008 конституции 24 стран содержали положения о защите интересов потребителей. Часто такие положения связываются с политикой государства в области конкуренции, к примеру статья 28 Конституции Мексики предусматривает защиту прав потребителей, при применении содержащихся в ней мер антимонопольного регулирования. В 2013 году в докладе Конференцией ООН по торговле и развитию отмечалось, что «во многих случаях проблема защита интересов потребителей отражается в конституциях, и некоторые страны признали права потребителей в качестве

прав человека» [38]. Другие государства наоборот разработали специализированное законодательство, связанное с защитой прав потребителей, периодически дополняемое правовыми актами по определенным вопросам (Япония, Австралия, Испания).

«За последнее время средства, посредством которых потребители вправе добиться возмещения убытков, претерпевали существенные изменения, кроме того увеличился их выбор. Так, к примеру, в мировой практике допустимо индивидуальное разрешение споров и возмещение, коллективное разрешение споров, а также принудительное взыскание от имени потребителей.

Согласно докладу Всемирного банка «Мышление общества и поведение», описывающему некоторые социальные эксперименты, нередко потребители, обладая полным объемом информации, не в состоянии сделать правильный выбор» [41, с. 82].

К примеру: «Малоимущим жителям Мехико предложили выбрать самый дешевый годовой кредит в размере 800 долларов США (10 000 песо) из пяти предложений в списке. За правильный ответ они могли получить вознаграждение. На основе описаний, предлагаемых банками, правильный ответ выбрало менее половины (39 %) респондентов. Пользуясь же написанной более простым языком памяткой, самый дешевый кредит выбрало уже 68 %. В процессе опроса каждому участнику предлагался список пяти разных кредитных продуктов из числа реально предлагаемых банками Мехико» [40, с. 322]. Этот эксперимент демонстрирует ограничение способности людей к восприятию и обработке финансовой информации. Людям недостаточно просто представить информацию, ее необходимо изложить в доступной для них форме.

Для решения данной проблемы в США в 1968 году был разработан закон о достоверности информации при кредитовании (Truth in Lending Act)». Начиная с 1988 года, законодательство США в сфере защиты прав потребителей дополнилось «Коробкой Шумера» ((Schumer box), закон

получил название от имени предложившего его конгрессмена – Чарльза Шумера). «Коробка Шумера» представляет собой перечень необходимой информации и требования к ее оформлению и предоставлению. Все компании, предоставляющие финансовые услуги, раскрывают информацию о своем продукте в одинаковом формате, что дает возможность потребителю сравнивать между собой предложения банков в целях поиска оптимального для себя варианта.

«Аналогичное законодательство было принято в Великобритании – в 2004 году, в Германии – в 2011 году (PIB, Product Information Sheet), в Испании – в 2011 году (предконтрактный информационный лист), в Австралии – в 2012 году (Home Loan Fact Sheet). В 2011 году в рамках Европейского союза была принята Директива, устанавливающая стандартную форму для разных видов кредитов (Standard European Consumer Credit Information, SECCI)» [44, с. 17].

Немаловажной частью системы защиты являются мониторинг и контроль. «Необходимость внедрения системы мониторинга и контроля обусловлена характером взаимоотношений между потребителями и продавцом (изготовителем) и направлена на прогнозирование и разрешение проблем, возникающих на рынке. В процессе контроля и мониторинга проводится обследование рынка, анализ существующих цен, обращений. Все это позволяет государству принимать превентивные меры, препятствующие повсеместному распространению проблем.

Следующим элементом системы выступают механизмы соблюдения и правоприменения. Данный механизм должен быть экономичным и полезным для потребителя. Механизм соблюдения и правоприменения включает в себя: сертификацию, лицензирование, отзывы продукции, создание правоприменительных органов, введение тарифов на регистрацию, регулирование цен, возможность обращения за защитой своих прав в судебные органы и т.д.» [45, с. 70].

Одной из последних частей системы защиты является сфера просвещения. Для реализации своих прав и свобод потребителям как минимум необходимо знать о них.

Разрешение этой задачи происходит при помощи различного рода программ и информирования потребителей. Информация, поступающая к потребителю, должна быть донесена в максимально доступной и приемлемой форме, только такой подход позволит потребителю защищать себя и ответственно относиться к вопросам потребления.

Согласно Руководству по защите прав потребителей, разработанному Конференцией ООН по торговле и развитию потребительское просвещение может быть включено в образовательные программы, в том числе школьные. Поддержка программ информирования населения может осуществляться в рамках национальных программ, направленных на защиту интересов потребителей, а также посредством независимых СМИ и в рамках других общественных мероприятий.

Несмотря на то, что информирование и просвещение зачастую воспринимаются как идентичные явления, они имеют разное значение. Так, информирование относится к определенным сведениям о товаре, работе, услуге, их производителе, поставщике и т.д., а просвещение связано с навыками по восприятию сведений, получаемых в процессе информирования.

Основным элементом системы является международное сотрудничество и сетевое взаимодействие. «Резолюция 70/186 Генеральной Ассамблеи о защите интересов потребителей от 22 декабря 2015» года признает ценность «координации и партнерского взаимодействия с существующими многосторонними организациями».

Сложность и особенности правового регулирования потребительских отношений в разных странах также проявляются в механизмах разрешения споров.

Многие государства ввели специализированные органы или процедуры для рассмотрения жалоб потребителей, что делает процесс более доступным и менее затратным для граждан. Кроме того, активно используются системы внесудебного урегулирования споров, которые позволяют урегулировать конфликты быстро и эффективно.

Регулирование в этой сфере в европейских странах часто отражает более глубокий интеграционный подход, характерный для политик Европейского Союза. Примером может служить введение общих правил для всех стран-членов, что облегчает трансграничные покупки и повышает уровень защиты потребителей в ЕС.

«В большинстве государств международное сотрудничество и сетевое взаимодействие между ведомствами и организациями по защите прав потребителей имеет огромное значение, так как в их процессе проводится обмен актуальной информацией, необходимой для обеспечения технической подготовки и наращивания внутреннего потенциала. Не менее важной задачей международного и регионального сотрудничества является выявление точек соприкосновения при разработке стандартов и иных мер защиты прав потребителей» [45, с. 70].

Таким образом, мировой опыт демонстрирует стремление к созданию эффективных и сбалансированных систем защиты прав потребителей, которые способны адаптироваться к постоянно меняющемуся экономическому и технологическому ландшафту. Это развитие подчеркивает значимость сотрудничества между государствами и различными регуляторными органами в процессе формирования таких правовых рамок, что является ключом к обеспечению надежной защиты потребителей на глобальном уровне.

Глава 3 Проблемы и перспективы развития защиты прав потребителей

3.1 Проблемы защиты прав потребителей в России

В процессе развития потребления был сформирован новый тип человека – человек-потребитель, которому в юридической и экономической литературе нередко даётся отрицательная оценка. По всему миру сложилась огромная правовая база, связанная с защитой прав потребителей. Например, в европейских странах общие положения о защите прав потребителей закреплены в специальных Директивах Европейского Союза.

Приобретая международное значение, проблемы защиты прав потребителей нашли отражение в Резолюции Генеральной Ассамблеей ООН от 09.04.1985 № 39/248. В связи с этим были приняты «Руководящие принципы для защиты прав потребителей», направленные на: «содействие странам в установлении и обеспечении защиты потребителей; способствование созданию независимых групп потребителей; расширение международного сотрудничества в области защиты прав потребителей и другие (статья 1 Принципов)» [37].

Бурный рост экономической активности порождает сложности в обеспечении защиты интересов покупателей. С каждым днем появляются новые методы торговли, ассортимент товаров, предложения работ и услуг, что вызывает недостаточность существующих законов для регулирования всех возникающих вопросов, требуя их обновления. Законодательство, регулирующее защиту интересов покупателей, не успевает за динамикой изменений в обществе, что демонстрируется регулярными изменениями в Федеральный закон «О защите прав потребителей». Аналогично, недостаточно оперативно обновляется и вспомогательное законодательство.

Нормативный акт, защищающий интересы покупателей, включает в себя множество ссылок на другие документы. Например, во втором пункте

101-й статьи упоминается решение российского правительства, датированное 23 апреля 1997 года под номером 481, которое касается утверждения списка изделий, для которых обязательно указание ограничений использования при определенных болезнях (в дальнейшем - Список). Важно подчеркнуть, что этот список не обновлялся более двух десятилетий, что свидетельствует о его неактуальности на сегодняшний день. Дополнительно, согласно 25-й статье упомянутого закона, существует специфическая группа товаров не пищевого назначения хорошего качества, которые не подлежат возврату или замене на товары аналогичного рода. Перечень этих товаров также определяется правительством Российской Федерации.

За последние несколько лет в данной области произошла масса изменений. Некоторые авторы говорят, что «информатизации потребителей может способствовать создание бесплатных торговых реестров Интернет-магазинов, которые содержали бы сведения о наименовании, адресе, ОГРН, контактных телефонах» [30]. Данное предложение отдаленно напоминает формирование лигами покупателей списков добросовестных и недобросовестных продавцов. Проводимые исследования показывают, что «зачастую необходимая информация доводится до потребителя в такой форме, в которой он не может ее воспринять (мелкий шрифт, указание информации на сгибе этикетки)» [17, с. 18].

В России важность защиты прав потребителей обусловлена сложностью товаров и услуг на рынке, которую трудно полностью оценить без специальных знаний. Такая ситуация ставит потребителей в невыгодное положение, требующее корректировки через законодательные меры. В ответ на эту проблему эффективным решением становится повышение уровня правовой осведомленности среди населения. Кроме того, распространение печатных и электронных материалов, а также освещение этой темы в средствах массовой информации способствуют укреплению правовой грамотности. Это не только помогает потребителям делать осознанный

выбор, но и стимулирует продавцов и производителей соблюдать высокие стандарты качества и обслуживания.

В дополнение к вышеизложенному, отмечается мнение некоторых исследователей о том, что слабый контроль со стороны государственных органов за выполнением законов, касающихся защиты интересов потребителей, вносит свой вклад в ухудшение ситуации в данной области.

По мнению А.М. Галимова, система обеспечения прав потребителей является многоаспектной и не ограничивается только мерами гражданско-правовой защиты. В ее состав должны входить также элементы публичного права, направленные на достижение определенного уровня эффективности в защите прав потребителей [8].

Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля», в котором закреплен порядок проверок, в том числе и сфере защиты прав потребителей, устанавливает, что периодичность таких проверок составляет не более одного раза в три года [46].

Данный срок демонстрирует снижение государственного вмешательства в области надзора за потребительскими отношениями и, следовательно, об увеличении роли и нагрузки судебной системы.

Акцентирование внимания на роли ассоциаций защиты интересов потребителей в России обусловлено их значительной ролью в поддержании и защите прав потребителей.

В текущей юридической среде эти организации действительно играют важную роль, предоставляя необходимую поддержку и защиту потребителей, особенно в контексте сложившихся проблем с соблюдением их прав производителями и продавцами.

Эффективность ассоциаций защиты интересов потребителей во многом зависит от их способности влиять на законодательство, взаимодействовать с государственными структурами и обеспечивать судебную защиту своих

членов. Они могут инициировать изменения в законодательстве, представлять интересы потребителей в судах и образовательных проектах, а также проводить кампании по повышению общественного осознания вопросов защиты прав потребителей.

На практике, ассоциации, такие как Общероссийская общественная организация защиты прав потребителей "Общество защиты прав потребителей" и другие региональные организации, активно работают над тем, чтобы повышать стандарты обслуживания и качества товаров, а также помогать потребителям в решении споров с продавцами и производителями [42, с. 21].

Эффективность этих механизмов может варьироваться в зависимости от ресурсов ассоциации, её юридической подкованности, а также от общего правового климата в стране.

В некоторых случаях, ассоциации могут сталкиваться с ограничениями в действиях из-за нехватки финансов, ограниченного доступа к медиа или слабой правовой поддержки. Однако, в целом, они остаются важным элементом системы защиты прав потребителей в России [17, с. 35].

При оценке значимости деятельности таких ассоциаций необходимо учитывать, что иногда они могут использовать свои полномочия не по назначению, стремясь извлечь финансовую выгоду от бизнеса. Неправомерные действия подрывают основы контроля общественности над качеством товаров, работ и предоставляемых услуг [43, с. 57].

Таким образом, следует сказать, что существующая система защиты прав потребителей обладает определенными недостатками, что в свою очередь обусловлено как объективными, так и субъективными факторами.

Законодательство не успевает за темпами развития общественных отношений, отсутствует единая система норм обеспечения контроля и надзора в данной области, информированность граждан, а также защита персональных данных находятся на низком уровне.

3.2 Мировые тенденции и перспективы развития защиты прав потребителей в зарубежных странах

В мире наблюдается усиление тенденций к защите прав потребителей, что обусловлено расширением рынков, увеличением потребления и активизацией общественного диалога о потребительских правах. Современные тенденции в развитии защиты прав потребителей в зарубежных странах можно рассматривать через призму нескольких ключевых аспектов.

Первым аспектом является глобализация и увеличение трансграничной торговли, которые ставят перед законодателями задачу гармонизации правил защиты потребителей. Это приводит к необходимости создания международных стандартов и соглашений, направленных на обеспечение прав потребителей вне зависимости от границ. Примером такой гармонизации может служить работа Европейского Союза, который активно разрабатывает и внедряет директивы и регламенты, регулирующие вопросы качества продукции, прав потребителей на возврат товаров и услуг, а также защиту данных. Вторым значимым направлением является усиление контроля за цифровыми рынками и защита потребителей в интернете. Возросшая популярность онлайн-покупок поднимает вопросы кибербезопасности, прозрачности условий сделок и защиты личных данных потребителей. Во многих странах принимаются законы, регулирующие деятельность интернет-платформ, требования к информированию пользователей и обеспечению их прав на удаление персональных данных.

Основополагающим фактором для модернизации защиты интересов потребителей и обеспечения их прав стало законодательное утверждение общественно-законодательного аспекта регулирования этих вопросов. Этот аспект получил официальное признание в процессе внесения и реализации изменений в Конституцию РФ в 2020 году. Впрочем, основные принципы для создания обновленной стратегической основы были определены уже в 2017 году с принятием «Стратегии государственной политики Российской

Федерации по защите интересов покупателей до 2030 года» [34].

В представленном анализе произведена оценка различных аспектов, связанных с защитой интересов покупателей, включая правовые и организационные аспекты, а также механизмы обеспечения и защиты. В документе выделены как положительные стороны существующей системы, так и ее недочеты; определены стратегические направления и конкретные шаги для улучшения ситуации в области защиты прав потребителей, в том числе инициативы, упомянутые ранее и новые предложения, разработанные для последующего внедрения. Также указаны ожидаемые результаты, которых можно достичь в результате реализации предложенных мер.

Не менее важным является упоминание о руководящих принципах, разработанных Организацией Объединенных Наций в целях защиты прав потребителей, которые были одобрены на заседании Генеральной Ассамблеи 22 декабря 2015 года, под резолюцией номер 70/186 [38].

В течение последующих пяти-шести лет, ранее представленный список критериев оказался недостаточным и должен рассматриваться только как начальный этап для разработки новой стратегии юридического управления в области защиты интересов покупателей. Прежде всего, стоит отметить, что в официальных бумагах, датированных 2017-2018 годами, отсутствует упоминание о «публично-правовом регулировании», что является ключевым отличием от документации, созданной в 2020-х годах. В связи с этим, ранее упомянутый список был пересмотрен с учетом последних законодательных изменений и дополнен новыми положениями. Мы предлагаем рассматривать эти изменения как основу для будущего юридического обеспечения в области защиты прав потребителей, включая новые подходы к правовому регулированию, которое ныне определяется как публично-правовое управление [26, с. 358].

Основополагающую функцию в будущем прогрессе ситуации предполагалось, что возьмет на себя комплекс действий для воплощения в жизнь "Стратегии национальной политики РФ по защите интересов потребителей до 2030 года", который был одобрен постановлением Кабинета

Министров России под номером 481-р от двадцать третьего марта 2018 года. Данный юридический акт в основном включает в себя советуемые нормы, и его значение в создании новой модели государственно-правового управления в сфере обеспечения прав потребителей не следует оценивать, как первостепенное.

Например, существует положение, которое ориентировано на концептуальные подходы. В документе №3 предложено, чтобы региональные и муниципальные власти использовали указанный план как основу для создания и выполнения местных программ и различных стратегических инициатив. Этот план отличается общим подходом, как видно из статьи 4 Постановления Правительства № 481-р [29]. Однако, если взглянуть на детали данного плана, становится очевидным, что его основная идея, направленная на улучшение управления и законодательства, не находит явного отражения в содержании каждого отдельного раздела.

Так, в п. 1 предписана разработка концепции кодификации законодательства в сфере защиты прав потребителей. Термин «концепция» воспроизводится в нем как обязывающее предписание, но публично-правовой характер такой кодификации не обозначен и не просматривается ни в каком варианте. «Для пунктов 2, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13, 15, 16 плана выполнение концептуальной функции вытекает из предполагаемого содержания отношений, регулирование которых планируется принятием соответствующих нормативных правовых актов. Однако предлагаемые в них общественные отношения преимущественно ориентированы на частноправовое (гражданско-правовое) регулирование. Публично-правовой аспект можно усматривать только в отдельных пунктах» [4].

По нашему мнению, лишь в отдельных пунктах с известной долей условности просматривается их публично-правовая направленность. К ним можно отнести:

- «п. 2 – установление особых мер защиты прав социально уязвимых групп и административной ответственности за их нарушение;

- п.3. – нормы, закрепляющие полномочия органов местного самоуправления в области защиты прав потребителей, могут быть представлены в концептуальном обновлении;
- п.4 – введение запрета на понуждение потребителей под угрозой отказа в совершении сделки к предоставлению персональных данных в случаях, когда предоставление таких данных не предусмотрено законодательством Российской Федерации и не связано с совершением сделки по реализации товаров (работ, услуг), а также через установление административной ответственности за нарушение такого запрета;
- п.п. 7, 9, 10 – создание качественных механизмов, направленных на обеспечение полноты и достоверности информации по проблемам защиты прав потребителей, размещаемой в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"» [30].

В общей сложности планом предусмотрено принятие 12-ти новых федеральных законов, одного Постановления Правительства РФ, двух Приказов Роспотребнадзора. Завершается выполнение этого Плана мероприятий принятием в ноябре 2023 г. нового Федерального закона «О защите прав потребителей в Российской Федерации». Его концепция пока еще находится в разработке законодателей.

«Подведение промежуточных итогов выполнения «Плана мероприятий по реализации Стратегии государственной политики в сфере защиты прав потребителей» представлено Законом о защите прав потребителей от 07.02 1992 года № 2300-1 478-ФЗ. Анализ этой редакции показал, что в ходе выполнения намеченных планом мероприятий были приняты 15 федеральных законов, которыми внесены изменения в различные федеральные законы, включая и Закон о защите прав потребителей 1992 года. Но только 6 из них непосредственно посвящены именно последнему» [4].

В ряде законодательных актов произошли изменения, которые коснулись различных аспектов правовой сферы, но вопросы, связанные с

защитой интересов покупателей, рассматривались только мимоходом и в контексте других тем. В частности, Федеральный закон № 478, принятый 5 декабря 2022 года, внес в список менее значимых законодательных документов Закон о защите прав потребителей, фактически опустив его в иерархии важности на 2023 год. Это произошло не столько из-за самого названия ФЗ № 478, который заявлен как закон, направленный на модификацию Федерального закона о информационной безопасности и других документов, сколько из-за того, что в нем было предложено лишь одно незначительное изменение для Закона о защите прав потребителей, не оказывающее существенного влияния на его содержание и применение.

Анализируя последние поправки, внесенные в российское законодательство между 2017 и 2022 годами, особенно в закон № 2300-1 от 7 февраля 1992 года, можно выделить несколько ключевых моментов. Разрастание и увеличение количества законодательных и нормативных документов, направленных на урегулирование отношений в области защиты прав потребителей, требует более тщательного порядка их классификации и анализа. Эта потребность обусловлена уникальным характером этих отношений, которые традиционно принадлежат как к области государственного, так и к сфере частного права, согласно их историческому развитию. Однако во внесенных дополнениях четкой систематизации и последовательности в применении этого принципа заметно не хватает.

Необходимо также высоко оценить процесс обновления подходов к юридическому управлению в этой важной области социальных взаимодействий, которая пока не была полностью изучена на фоне постоянно меняющейся экономической ситуации и динамических процессов. Ключевым моментом в обновлении основ исследуемой области и способов ее юридического управления, по нашему мнению, является необходимость отказаться от разделения на публичные и частные аспекты при их определении.

В контексте разработки новых законодательных инициатив, направленных на выполнение Стратегии государственной политики РФ в

сфере защиты прав потребителей, стоит выделить несколько ключевых принципов, которые будут способствовать их улучшению. В их числе:

- «создание и развитие организационной инфраструктуры государственных органов по защите прав потребителей, разработка механизма координации взаимодействия различных государственных и общественных структур по вопросам практики защиты прав потребителей;
- формирование системы социально-экономической статистики по вопросам защиты прав потребителей и постоянное пополнение единого государственного банка данных по этим вопросам;
- создание системы информирования и просвещения населения по вопросам защиты прав потребителей;
- систематическое изучение, обобщение и внедрение в практику лучшего собственного и зарубежного опыта по защите прав потребителей;
- создание условий и предпосылок для развития самодеятельности населения по вопросам защиты прав потребителей» [1, с. 19].

Изложенные аргументы подводят к выводу, что обновление законодательных актов в сфере защиты прав потребителей за последние пять лет значительно изменилось в направлении выполнения установленных целей и заданий, оговоренных в стратегическом документе. Эти изменения в первую очередь касаются улучшения условий в области пищевой промышленности, повышения стандартов качества и развития отечественного производства лекарственных средств, а также улучшения предоставления услуг в таких важных секторах, как здравоохранение, газо- и электроснабжение.

Кроме того, в документе упоминаются меры по предоставлению особых льгот для тех групп потребителей, которые идентифицированы как наиболее уязвимые и, следовательно, требующие усиленной защиты своих прав и интересов.

В обновленной версии законодательства, конкретно в изменениях, внесенных Федеральными законами от 21 декабря 2004 года №171, от 25 октября 2007 года №234 и от 29 июля 2018 года №250, были детализированы основные аспекты, которыми руководствуется данный закон. Это внесло ясность в вопросы, касающиеся международных соглашений России, особенно в части защиты прав потребителей. В соответствии со статьей 2, если международные договоры устанавливают отличные от закона правила, то приоритет отдается международным нормам. Кроме того, Федеральным законом №429 от 8 декабря 2020 года было закреплено, что исполнение решений межгосударственных органов, которые базируются на трактовках международных договоров, противоречащих Конституции РФ [18], является недопустимым.

Изменения были внесены в законодательство, касающееся прав потребителей на получение качественной информации о защите их интересов, согласно Федеральному закону № 170, принятому 11 июня 2021 года, и уточнения в статье 3 Закона о защите прав потребителей. Также, согласно Федеральному закону № 250 от 29 июля 2018 года, были внесены поправки, ужесточающие обязательства лиц, участвующих в защите прав потребителей, в части предоставления точной информации о продукции, услугах и выполненных работах, особенно в статьях 9 и 12.

Существенные усиления в области публично-правового регулирования затрагивают изменения в четвертой главе Закона от 1992 года № 2300-1, акцентируя внимание на улучшении функций и полномочий государственных органов, задействованных в управлении и контроле сектора обслуживания потребителей. Эти изменения направлены на повышение эффективности защиты прав потребителей и обеспечение их доступа к полной и достоверной информации о товарах и услугах.

Нововведения затронули работу всех участвующих сторон в изучаемых юридических отношениях. Прогресс наблюдается в уточнении функций и задач муниципальных органов в области обеспечения защиты прав покупателей. В этой связи, правительству страны предоставлена

возможность создавать нормативные акты, которые являются обязательными к применению при формировании и реализации договоров общественного характера, включая сделки купли-продажи в розницу, соглашения по поставке энергии, а также контракты на выполнение работ и предоставление услуг, согласно Федеральному закону № 144, принятому 24 апреля 2020 года.

Однако, в законодательстве о защите прав потребителей остались не решенными определенные значимые недочеты и противоречия. В качестве иллюстрации, можно отметить, что вопросы влияния и функций гражданских ассоциаций в области защиты прав потребителей остаются невыясненными. Также стоит указать на явные противоречия в некоторых аспектах обновленной версии законодательства. В частности, обсуждение во втором пункте первой статьи закона о защите, утверждающее, что «Правительство РФ не имеет полномочий делегировать федеральным исполнительным органам право на издание документов с правилами в сфере защиты прав потребителей», кажется, противоречит основным принципам Конституции, Федерального закона о структуре правительства России и других законов, определяющих полномочия Правительства РФ в его взаимодействии с различными исполнительными структурами.

Подводя итог, считаем возможным подчеркнуть, что анализ состоявшихся новелл не дает полных оснований спешить с констатацией положения о «своевременной актуализации законодательства Российской Федерации о защите прав потребителей, его гармонизации и последующей самостоятельной кодификации», отмеченного в Стратегии в качестве одного из ключевых результатов ее реализации. Перспективы развития защиты прав потребителей включают дальнейшее расширение международного сотрудничества, разработку технологических решений для борьбы с нарушениями в сфере потребительских прав и углубление образовательных программ, направленных на повышение осведомленности потребителей о своих правах. Таким образом, защита прав потребителей становится все более комплексной и многоуровневой задачей, требующей скоординированных усилий на национальном и международном уровнях.

Заключение

Правоприменительная деятельность обнаруживает все новые и новые пробелы и коллизии в действующем нормативном регулировании, вызывая тем самым необходимость его совершенствования. Несомненно, совершенствование законодательства нельзя представить без изучения его исторических корней, а также процесса его становления.

С развитием товарно-денежных отношений все больше обострялось внимание на неравном положении участников рынка. В целях уравнивания положения, государствами предпринимались попытки по регулированию указанных отношений посредством создания правовых норм. Также этому способствовали обычаи и традиции, действующие в обществе.

Еще с давних времен общество предпринимало попытки регулирования потребительских отношений. Правовая регламентация в защиты прав потребителей, в том виде, в котором она существует сейчас, возникла сравнительно недавно (в XX веке). Тем не менее, отдельные ее элементы можно встретить и в основных исторических памятниках права.

Российское законодательство в области защиты прав потребителей опирается на Закон «О защите прав потребителей», который является основополагающим документом и охватывает широкий спектр отношений между продавцами и покупателями. С его помощью устанавливаются общие правила продажи товаров и услуг, предусматривающие права потребителей на получение полной и достоверной информации о товаре, а также на приобретение качественного и безопасного продукта.

Ключевым аспектом защиты прав потребителей в России является признание их права на обращение в суд или иные органы для защиты своих интересов в случае нарушения их прав. Это может включать в себя как возврат некачественного товара и получение компенсации за причиненный ущерб, так и восстановление прав потребителей в случае обмана или недобросовестной конкуренции со стороны продавцов или производителей.

Для более оперативного разрешения споров и претензий потребителей в стране функционируют различные организации и службы, такие как общественные объединения защиты прав потребителей и Роспотребнадзор, которые помогают решать возникающие вопросы, не прибегая к судебному разбирательству.

В мировом сообществе наблюдается тенденция, когда потребителем признается лицо не только использующее товар исключительно в предпринимательских целях, но и лицо, использующее товар в смешанных целях. Единственным условием выступает то, что использование в личных, бытовых и иных целях не связанных с предпринимательской деятельностью должно превалировать.

Сейчас наиболее остро стоит проблема доступности информации для восприятия потенциальным потребителем. Для решения данной задачи начиная с 1988 года, законодательство США в сфере защиты прав потребителей дополнилось «Коробкой Шумера», которая представляет собой перечень необходимой информации и требования к ее оформлению и предоставлению. Все компании, предоставляющие финансовые услуги, раскрывают информацию о своем продукте в одинаковом формате, что дает возможность потребителю сравнивать между собой предложения банков в целях поиска оптимального для себя варианта.

Система защиты прав потребителей включает в себя следующие элементы: национальная политика, специализированное агентство по защите прав потребителей, Законы и кодексы [16], механизм правовой защиты потребителя, мониторинг и контроль, механизмы соблюдения и правоприменения, сфера просвещения, повышение уровня информированности. Высокие темпы развития экономической жизни обуславливают некоторые проблемы защиты прав потребителей. Появление новых способов продаж, товаров, работ и услуг приводят к тому, что действующее законодательство не в состоянии урегулировать весь спектр отношений и нуждается в реформировании.

В целях разрешения проблем предлагается уделить особое внимание цифровой грамотности населения, которая позволит потребителям использовать весь спектр интернет-технологий, находить необходимую информацию о товаре и, соответственно, делать осознанный выбор.

В процессе достижения поставленной цели просвещение реализует следующие функции: способствует приспособлению людей к новым и изменчивым условиям; обладая систематическим характером, вырабатывает привычки рационального потребления; способствует осуществлению качественного и безопасного выбора товаров, услуг и работ; помогает эффективно противостоять негативным проявлениям рынка; способствует формированию слоя цивилизованных, образованных потребителей, которые способны предъявлять рынку обоснованные потребительские требования и добиваться от его участников добросовестного поведения.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Амировна О.С., Воронин С.Э. Защита прав потребителей при продаже товаров дистанционным способом //Студенческий форум. 2024. С. 19-21.
2. Апелляционное определение Брянского областного суда от 09 декабря 2014 г. по делу № 33-4091/2014 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).
3. Байшева Э. М. Внедоговорная ответственность за нарушение прав потребителей //Актуальные проблемы научных исследований. 2024. С. 126-130.
4. Белов В. А. Статус лица: юридический аспект // Актуальные проблемы российского права. 2017. № 10. С. 72–78.
5. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право: В 4 кн. 3-е изд., стер. Кн. 1: Общие положения. М.: Статут, 2021. 850 с.
6. Веблен Т. Б. Теория праздного класса: The theory of the leisure class. An economic study of institutions / Т. Веблен; пер. с англ., вступ. ст. и примеч. С. Г. Сорокиной; общ. ред. В. В. Мотылева. Изд. 4-е. М. : ЛИБРОКОМ, 2021. 365 с.
7. Величко А.С., Шамаров В.М. Защита прав потребителей: некоторые проблемы теории и практики // Вестник Екатеринбургского института. 2017. № 1 (37). С. 108-112.
8. Галимов А. М. Особенности определения подсудности дел о защите прав потребителей //Государственная служба и кадры. 2024. №. 1. С. 152-157.
9. Горбашко Е. А. Управление качеством: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Горбашко. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 352 с.

10. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410; 2019. № 12. Ст. 1224.

11. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 14 ноября 2002 г. № 138-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2002. № 46. Ст. 4532; Российская газета 2020. № 92. 28 апр.

12. Директива Европейского парламента и Совета Европейского Союза 2013/11/ЕС от 21 мая 2013 г. об альтернативном рассмотрении споров потребителей и об изменении Регламента (ЕС) 2006/2004 и Директивы 2009/22/ ЕС (Директива об ADR потребителей) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).

13. Закон РФ от 07 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» // Собрание законодательства РФ. 1996. № 3. Ст. 140; Российская газета 2020. № 93. 29 апр.

14. Зарубина Н. П. Частное право Японии: учеб. пособие / Н. П. Зарубина. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2016. 115 с.

15. Зенин И. А. Гражданское и торговое право зарубежных стран: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И. А. Зенин. 15-е изд., перераб. И доп. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 227 с.

16. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2002. № 1 (ч. 1). Ст. 1; 2019. № 42 (часть II). Ст. 5803.

17. Кокорев Р.А., Плотникова Т.А., Солодухина А.В., Суркова И.Б., Трухачев С. А. Информационная асимметрия на финансовом рынке и защита прав потребителей кредитных услуг в Российской Федерации // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. 2015. № 6. С. 17-39.

18. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.) // Российская газета. 1993. 25 дек.; Собрание законодательства РФ. 2014. №31. Ст. 4398.

19. Кузнецова С.С. Особенности конституционно-правового статуса комиссии по защите прав человека в Индии // Антиномии. 2019. №2 С. 87-103.
20. Котовой А.С. Защита прав потребителей государственными органами в эпоху цифровизации гражданского оборота // Вопросы российской юстиции. 2024. №. 30. С. 107-113.
21. Определение Верховного Суда РФ от 01 августа 2017 г. № 24-КГ17-17 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).
22. Определение Высшего Арбитражного Суда РФ от 04 марта 2011 г. № ВАС-17649/10 по делу № А26-11228/2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).
23. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданки Соловьяновой Натальи Алексеевны на нарушение ее конституционных прав положениями статей 421 и 422 Гражданского кодекса Российской Федерации: Определение Конституционного Суда РФ от 26.03.2020 № 597-О [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).
24. Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Коколева Георгия Вениаминовича на нарушение его конституционных прав положениями пункта 3 статьи 44 Федерального закона "О связи" и пункта 1 статьи 16 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей: Определение Конституционного Суда РФ от 29.05.2019 № 1377-О [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).
25. Определение Верховного Суда РФ от 28.09.2020 N 301-ЭС20-13351 по делу № А79-8624/2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).

26. Параткина К.Г., Панкратова М.Е. Гражданско-правовая самозащита как форма защиты прав потребителей: проблемы и перспективы //Вестник науки. 2024. Т. 2. №. 1 (70). С. 357-369.

27. Постановление Правительства РФ от 01 декабря 2009 г. № 982 «Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии» // Собрание законодательства РФ. 2009. № 50. Ст. 6096; 2020. № 7. Ст. 843.

28. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. № 55 «Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации» // Собрание законодательства РФ. 1998. № 4. Ст. 482.

29. Постановление Правительства РФ от 23 апреля 1997 г. № 481 «Об утверждении Перечня товаров, информация о которых должна содержать противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний» // Собрание законодательства РФ. 1997. № 17. Ст. 2020.

30. Постановление Правительства РФ от 27 сентября 2007 г. № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» // Собрание законодательства РФ. 2007. № 41. Ст. 4894

31. Постановление ФАС Московского округа от 11 февраля 2014 г. № Ф05- 17175/2013 по делу № А40-34239/13 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).

32. Пироженко С.И. Анализ нормативного регулирования отношений в области защиты прав потребителей //Научный редактор. 2024. С. 26-32.

33. Родионова А.А. Международное частное право и защита прав потребителей в международной торговле //Океанский менеджмент. 2024. №. 1 (24). С. 19-22.
34. Распоряжение Правительства РФ от 28 августа 2017 г. № 1837-р «О Стратегии государственной политики РФ в области защиты прав потребителей на период до 2030 г» // Собрание законодательства РФ. 2017. № 37. Ст. 5543.
35. Регулирование, контроль и надзор на финансовом рынке Российской Федерации: учебное пособие для СПО / А.Г. Гузнов, Т.Э. Рождественская. М.: Юрайт, 2019. 438 с.
36. Ростовцева Л. И. О концепции потребительского образования в России // Высшее образование в России. 2004. № 4. С. 144-150.
37. Руководящие принципы для защиты интересов потребителей (Приняты 09 апреля 1985 г. Резолюцией 39/248 на 106-ом пленарном заседании Генеральной Ассамблеи ООН) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).
38. Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей (Приняты Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций 22 декабря 2015 г. резолюцией № 70/186) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.consultant.ru/> (Дата обращения 19.09.2024).
39. Савченко Е.Я., Герасимова Н.П. Защита прав потребителей в Российской Федерации. Часть 1 Права потребителей и последствия их нарушения. Учебное пособие. // Челябинск: ЮУрГУ. 2013. 219 с.
40. Садиков В.И. Саксонское зеркало. Хрестоматия по всеобщей истории государства и права: учебное пособие / под ред. проф. З. М. Черниловского. М.: Гардарика, 1996. 633 с.
41. Селянин А. В. Защита прав потребителей: учеб. пособие для вузов. М.: Юстицинформ, 2006. 248 с.

42. Сидорова Е. А. Актуальные проблемы защиты прав потребителей. // Гражданин и право 2010. № 4. С. 20-23.

43. Ситдикова Л. Б. Гражданско-правовой статус потребителя в сфере оказания информационных услуг // Юридический мир. 2010. № 9. С. 56-58.

44. Ситкаева Е.В. Правовое регулирование финансовой системы Новой Зеландии // Социально-политические науки. 2018. №4. С. 16-19.

45. Тужилова-Орданская Е. М. Защита прав потребителя: проблемы и тенденции развития // Региональные аспекты защиты прав потребителей: сборник материалов международной научно-практической конференции. Белгород, 2013. С. 69-75.

46. Федеральный закон от 26 декабря 2008 г. № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» // Собрание законодательства РФ 2008. № 52 (ч. 1). Ст. 6249. № 14 (часть I). Ст. 2028.