

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

Институт права

(наименование института полностью)

Кафедра «Гражданское право и процесс»

(наименование)

40.04.01 Юриспруденция

(код и наименование направления подготовки)

Юриспруденция

(направленность (профиль))

## ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

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

Обучающийся

Д.А. Белозерцева

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Научный  
руководитель

кандидат юридических наук, доцент А.В. Сергеев

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

Тольятти 2024

## Оглавление

|                                                                                                                                           |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение .....                                                                                                                            | 4  |
| Глава 1 Общая характеристика правового регулирования защиты прав потребителей в Российской Федерации.....                                 | 9  |
| 1.1 Исторический аспект становления законодательства о защите прав потребителей.....                                                      | 9  |
| 1.2 Источники правового регулирования защиты прав потребителей .....                                                                      | 16 |
| Глава 2 Общая характеристика правового регулирования защиты прав потребителей за рубежом.....                                             | 29 |
| 2.1 Становление законодательства о защите прав потребителей за рубежом.....                                                               | 29 |
| 2.2 Современное положение законодательства о защите прав потребителей в иностранных государствах.....                                     | 38 |
| Глава 3 Проблемы защиты прав потребителей в Российской Федерации и в иностранных государствах.....                                        | 43 |
| 3.1 Современные проблемы защиты прав потребителей в Российской Федерации и за рубежом: сравнительный анализ.....                          | 43 |
| 3.2 Отдельные проблемные аспекты в области защиты прав потребителей в России и за рубежом при продаже товаров дистанционным способом..... | 52 |
| Заключение .....                                                                                                                          | 63 |
| Список используемой литературы и используемых источников.....                                                                             | 67 |

## **Введение**

Актуальность работы определяется развитием рыночной экономики, информационно-коммуникационной системы, техники, технологии и социально-политического сектора развития общества и государства. Развитие института защиты прав потребителей в Российской Федерации относительно новый, но зарекомендовал себя, как основу развития гражданско-правовых отношений и гражданского оборота и правоотношений, влияющий на рыночные отношения.

В настоящее время защита прав потребителей оказывает влияние на формирование и развитие товарного рынка как в России, так и за рубежом. Защита прав потребителей реализуется путем применения мер государственного принуждения по восстановлению нарушенных прав и свобод потребителя.

В мире, защита прав потребителей является основным инструментом регулирования правоотношений возникающих при совершении различных сделок или оказания услуг. Каждое государство стремится защитить права потребителей, на том основании, что они являются двигателем развития рынка товаров и услуг, а следовательно, и рыночных отношений. Однако, степень защищенности в различных странах различна, такое положение вещей объясняется тем, что развитие правовых систем и экономики имеют различный уровень.

Следует отметить, что качество предоставляемых товаров и услуг часто не отвечает заявляемым, ценовая политика отличается в зависимости от географического положения, государства и нормативной базы.

В настоящее время отсутствует единая нормативная база, регламентирующая требования к качеству товаров и услуг на мировом уровне. В период кризисов и переустройства мирового порядка, построить новую стройную систему, отвечающую требованиям потребителей, единого

стандарта производства, контроля качества, является задачей крайне сложной. Кроме того, в мировой торговле важным аспектом является ответственность поставщиков товаров и услуг ненадлежащего качества. Необходимо дополнительное регулирование международных поставок и договорных отношений.

Степень разработанности темы исследования. В современной научной литературе и других источниках тема «Защита прав потребителей в Российской Федерации и в иностранных государствах: сравнительно-правовой анализ» исследована достаточно глубоко, при этом, некоторые аспекты защиты прав потребителей привлекают особое внимание ученых-юристов. Изменения, происходящие в настоящее время стимулируют законодателя постоянно совершенствовать нормы, регулирующие защиту прав потребителей.

Проблемы и сравнительный анализ защиты прав потребителей в России и в иностранных государствах, освещаются в различных источниках, но наиболее широко и подробно исследовались следующими авторами: Ю.С. Жуковой, О.В. Лежниной, А.Ю. Марининой, Э.Г. Гаджиевой, Д.С. Литвиновым, Д.Е. Матыциным, И.В. Морозовой. В монографиях раскрыты особенности регулирования защиты прав потребителей в иностранных государствах и в России. В научных статьях раскрываются проблемы защиты прав потребителей в России и за рубежом, при реализации прав потребителей посредством интернет-магазинов, маркетплейсов и иных дистанционных продавцов. Исследование защиты прав потребителей, проведение сравнительного анализа законодательства Российской Федерации и иностранных государств важно для теоретического аспекта темы, а также для отраслевого развития национального законодательства с учетом мирового опыта.

Объектом исследования являются общественные отношения, возникающие по поводу защиты и восстановления прав потребителей в

Российской Федерации и в иностранных государствах, их общие черты и различия.

Предмет исследования заключается в изучении законодательства Российской Федерации, регулирующее вопросы защиты прав потребителей, такие как Закон «О защите прав потребителей», Гражданский кодекс Российской Федерации, а также законодательства зарубежных стран в сфере защиты прав потребителей и международные нормы, призванные регулировать данный круг вопросов.

Цель исследования заключается в исследовании законодательства Российской Федерации о защите прав потребителей и законодательства зарубежных стран в области защиты прав потребителей. Проведении сравнительного анализа законодательств различных стран и правовых систем, кроме того, целесообразным будет исследование международного законодательства в области защиты прав потребителей.

Задачи исследования включают в себя исследование законодательства Российской Федерации в области защиты прав потребителей и законодательства зарубежных стран, произвести сравнительный анализ и выявить наиболее актуальные аспекты реализации законодательства в области защиты прав потребителей. В ходе исследования законодательства о защите прав потребителей выявить наиболее проблемные аспекты применения законодательства, касающиеся современных способов оказания услуг и товаров.

Поставленная цель достигалась путем решения следующих задач:

- изучение исторического аспекта становления законодательства о защите прав потребителей в России и в иностранных государствах;
- проведение сравнительного анализа современного анализа законодательства России и иностранных государств;
- выявление проблемных аспектов в современном применении законодательства о защите прав потребителей в Российской Федерации и в иностранных государствах;

- проблематика защиты прав потребителей в условиях цифровизации в России и в иностранных государствах.

Решение поставленных задач позволяет определить гипотезу, которая заключается в том, настоящее исследование определяется решением поставленных задач, касающегося сравнительного анализа законодательства о защите прав потребителей в России и в иностранных государствах.

Для подтверждения указанной гипотезы проводится анализ исторического становления законодательства о защите прав потребителей, действующего законодательства в Российской Федерации и за рубежом, а также исследование правоприменительной практики в России и в иностранных государствах на современном этапе развития.

Методологическая основа исследования составила общенаучные и специально-юридические методы: системный анализ, сравнительно-правовой, формально-юридический и прочие. Особое место в данной работе занимает сравнительно правовой метод, поскольку сам предмет исследования заключается в сравнении законодательства Российской Федерации и иностранных государств в сфере защиты прав потребителей.

Нормативно-правовая основа исследования состоит из: норм Гражданского кодекса РФ, Закона «О защите прав потребителей», Постановления Пленума Верховного суда РФ от 28.06.2012г. № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей», Обзор судебной практики, законодательство иностранных государств в области защиты прав потребителей, а также международные договоры, относящиеся к защите прав потребителей.

Теоретическую основу исследования составляют монографии, научные статьи, исследовательские работы ученых по вопросам, относящиеся к исследованию законодательства о защите прав потребителей в Российской Федерации и других государствах.

Научная новизна исследования состоит в том, что проведенный анализ исторического становления законодательства о защите прав потребителей,

современное состояние законодательства в России и за рубежом, с учетом современных тенденций развития торговли, техники и технологий, развития законодательства в России и в мире. Также научная новизна выражается в следующих положениях, выносимых на защиту.

На защиту выносятся следующие положения:

Во – первых, историческое развитие законодательство в области защиты прав потребителей относят к девятнадцатому – двадцатому векам, на том основании, что понятия «потребитель» ранее не применялось. При этом, следует учесть, что с древних времен права покупателя и продавца отражались в различных исторических источниках, следовательно, не используя современный термин, существующие отношения, все таки подвергались регулированию.

Во – вторых, развитие законодательства о защите прав потребителя в различных странах развивалось по-разному. В силу индивидуальных особенностей развития культуры, политики, экономики, географического положения. При этом, право покупателя на восстановление законных интересов учитывается во всех странах. Кроме того, существуют особенности регулирования которые проявляются в том, что Европа и США весьма строго относятся к производителям и продавцам и распространяют защиту более широко (защита от недобросовестной рекламы и предоставление недостоверной информации). Япония отличается строгим отношением к безопасности производимого товара. Во многих странах существуют как государственные, так и частные институты защиты прав потребителей и разрешения спорных ситуаций.

В – третьих, современное законодательство в области защиты прав потребителей трансформируется в соответствии с инновациями в экономике, техники и технологии. Возникают новые форматы торговли и соответственно – новые нормы законодательства, которые призваны регулировать новые правоотношения покупателя и продавца. Проблемным аспектом является то, что интернет-торговля приобрела мировой масштаб, однако

законодательство стран отличается. Страны со слабой экономикой и цифровой инфраструктурой недостаточно четко регулируют данный вид правоотношений, в связи с этим возникают спорные ситуации. Кроме того, развитие цифровых торговых площадок способствует тому, происходит развитие мошеннических действий, тем самым интернет-покупки не отличаются высокой степенью защищенности. Вместе с тем, необходимо упомянуть о возможных утечках личных данных при осуществлении таких покупок, что также создает благоприятную почву для мошенников и недобросовестных продавцов, с целью незаконного обогащения.

Таким образом, новизна исследования заключается в том, что оно охватывает как юридическую, так цифровую сторону защиты прав потребителей, что в свою очередь стимулирует законодателя изменять законодательство.

Структура работы. Структуру работы определяют цели и задачи исследования. Работа состоит из введения, трех глав и шести параграфов, заключения, списка использованной литературы.

# **Глава 1 Общая характеристика правового регулирования защиты прав потребителей в Российской Федерации**

## **1.1 Исторический аспект становления законодательства о защите прав потребителей**

Развитие законодательства о защите прав потребителей насчитывает многовековую историю. С момента появления товара и потребителей в обществе возникла необходимость регулирования взаимоотношений между потребителем и продавцом.

Предпосылкой возникновения торговых отношений является появление на территории Руси крупных городов и торговых путей, связывающих их с другими государствами, развитие экономики и хозяйствующих субъектов. Исторические источники девятого века, указывают, что города должны были самостоятельно защищать торговые пути и торговлю.

«Основным источником правил защиты торговли и защиты интересов сторон торговли отражены в Русской Правде так, например, разрешалось вернуть продавцу купленное животное и получить денежные средства на законных основаниях, если у животного обнаруживались скрытые недостатки (статья «О коне»))» [6].

Профессор В.О. Ключевский, в своих работах отмечал, что «в 16-18 веках государство осуществляло контроль за правильность пользования весами в торговле. Таким образом, мы можем с уверенностью утверждать, что появление правил торговли и защиты сторон от недобросовестных действий друг друга подвергалось регулированию со стороны государства» [4].

«В труде «Русский рубль 16-18 вв. и его отношение к нынешнему» он упоминал об Орешковской таможенной грамоте, введенной Иваном

Грозным, установившей конкретный вес хлеба, контролируемый государством» [5].

«Соборное уложение 1649 года, являющееся важнейшим законодательным актом России в XVII веке, включало ряд норм, направленных на защиту потребителей от обмана и мошенничества в торговле. Этот документ, принятый при царе Алексее Михайловиче, стал первым сводом законов, который систематизировал существующие на тот момент правовые нормы и ввел новые. В отношении защиты прав потребителей в Соборном уложении содержались следующие положения» [4]:

Защита от обмана в торговле также находило свое отражение «в Артикуле 24 главы XI «О крестьянах беглых» устанавливал ответственность за продажу некачественных товаров. Например, продавцы, которые продавали испорченные или поддельные товары, подлежали наказанию, включая штрафы и конфискацию товаров. Глава XIX «О мерах и весах» регулировала использование правильных мер и весов. Уложение предусматривало строгий контроль за соблюдением точности мер и весов в торговле. Нарушители, которые использовали неправильные меры и веса, подлежали наказанию, включая штрафы и телесные наказания» [1].

Предусматривались также нормы о ценообразовании, например, в документе были указаны нормы, касающиеся установления справедливых цен на товары. Продавцы, уличенные в завышении цен или других махинациях с ценами, могли быть наказаны.

Законодательство той эпохи предусматривало ответственность за мошенничество, «так глава XXII «О тажбах, разбоях и о разбойных людях, о служилых татях и разбойниках» предусматривала наказания за мошенничество и обман в торговых сделках. В случае обнаружения факта мошенничества виновные подлежали суровым наказаниям, включая телесные наказания и тюремное заключение» [5].

Также присматривалась ответственность за обман в торговле. «Глава XXI «О разбойных людях» включала нормы, направленные на борьбу с обманом при продаже товаров. «Лица, уличенные в продаже поддельных или ненадлежащего качества товаров, могли быть подвергнуты штрафам, телесным наказаниям и конфискации имущества. В Уложении предусматривались права покупателей на возврат денег или обмен товара в случае обнаружения обмана или ненадлежащего качества продукции. Продавцы обязаны были возмещать убытки покупателям, если те доказывали факт обмана» [1].

«Регулирование торговой деятельности касалась главы «О крестьянах беглых» и другие главы Соборного уложения включали нормы, регулирующие различные аспекты торговой деятельности. Были установлены правила для купцов, включая порядок ведения торговли, обязательства по предоставлению достоверной информации о товарах и др.» [13].

Государство обеспечивало контроль за соблюдением законодательства, например, Соборное уложение предусматривало создание специальных органов, отвечающих за контроль за соблюдением торговых правил и норм. Эти органы имели полномочия проводить проверки, выявлять нарушения и применять санкции к нарушителям.

Наказания за нарушение норм существовали в виде штрафов и телесных наказаний и конфискации имущества, так, нарушение установленных норм могло повлечь за собой наложение штрафов. Размер штрафов зависел от тяжести нарушения и мог существенно варьироваться. За серьезные нарушения, такие как мошенничество или продажа опасных товаров, могли применяться телесные наказания, включая битье плетью и другие виды телесных наказаний.

В случае серьезных нарушений, связанных с обманом и мошенничеством, предусматривалась конфискация имущества нарушителя.

«Соборное уложение 1649 года включало детализированные нормы, направленные на защиту потребителей от обмана и мошенничества в торговле. Эти нормы предусматривали строгий контроль за качеством товаров, правильностью мер и весов, справедливостью цен, а также устанавливали суровые наказания за нарушение этих правил. Эти меры способствовали созданию более справедливых и безопасных условий для торговли в России в XVII веке» [2].

В имперской России основным источником регулирования защиты прав потребителей являлся «Новый торговый устав, датируемый 1667 годом и Устав воинских артикулов гарантировали защиту потребителей от поддельных товаров, ввозимых товаров из других стран, кроме того, отражались нормы регулирующих обвес или обмер потребителя. Также были прописаны меры наказания в зависимости от степени вины: битье кнутом, каторга, смертная казнь» [3].

Свод законов Российской империи содержал в себе положения, защищающие покупателей от некачественных товаров.

Следует отметить, что законодательное регулирование осуществлялось различными источниками, точечным способом, единого правового документа не существовало, и как следствие, можно говорить об отсутствии системы защиты прав потребителей и единого правового документа, регулирующего данный вид правоотношений.

Развитие общества, государства, экономики и производств требовало новых подходов к регулированию хозяйственной деятельности, отношений, связанных с торговлей. Логичным является и регулирование, предоставление дополнительных защитных гарантий наиболее слабой стороны договорных отношений.

Эпоха Петра I характеризуется активным внедрением правовых и административных реформ, направленных на упорядочивание производственной и торговой деятельности. Введение нормативных актов, регламентирующих качество товаров и услуг, обеспечивало защиту

интересов потребителей и формировало предпосылки для развития современных стандартов потребительского права. Например, создавались системы сертификации и контроля, устанавливались единые критерии оценки качества продукции, а также предусматривались меры ответственности за их несоблюдение.

Таким образом, можно утверждать, что именно в этот период начали закладываться основы современной концепции права потребителей на качественные товары и услуги. Это право со временем стало ключевым элементом правовой системы, способствующим не только защите интересов потребителей, но и стимулированию производителей к улучшению качества своей продукции и соблюдению конкурентных стандартов.

Исторический опыт, накопленный в период петровских реформ, оказался значимым для последующего формирования правового регулирования в данной сфере. Он определил вектор развития законодательства о защите прав потребителей и стал основой для выработки современных правовых норм, обеспечивающих баланс интересов всех участников экономических отношений. «Им было создано большое количество норм, посвященных защите прав покупателей, например, Сенатский указ от 18 сентября 1713 г., предписывающий продавать в мясных рядах здоровую скотину» [2]. «Устав воинских артикулов 1716 г. предусматривал наказание за обмер и обвес» [1].

Историческое развитие законодательства о защите прав потребителей в России после правления Петра I прошло через несколько ключевых этапов, каждый из которых отражает изменения в экономической, социальной и политической сферах страны. Ниже приведем обзор основных этапов и изменений:

Так на рубеже XVIII - XIX века, после правления Петра I был ознаменован некоторым упадком в законодательной деятельности по защите прав потребителей. Однако основные положения, касающиеся честности в

торговле и производства качественных товаров, продолжали действовать, часто опираясь на традиционные нормы и обычаи.

Конец XVIII - начало XIX века ознаменовался следующими этапами, в 1762 году, после вступления на престол Екатерины II, началась эпоха законодательных реформ. Екатерина II издала множество указов и манифестов, направленных на улучшение правового регулирования торговли и производства. В начале XIX века при Александре I были проведены реформы, направленные на модернизацию экономики, что включало и вопросы регулирования качества продукции.

Во второй половине XIX века великие реформы Александра II (1860-е годы) привели к значительным изменениям в экономике и правовой системе России. Это включало освобождение крестьян, что увеличило число свободных работников и потребителей. Были предприняты шаги к регулированию торговли и промышленности, что косвенно затрагивало вопросы защиты прав потребителей.

В конце XIX века началось формирование систематизированного торгового законодательства, которое включало положения, направленные на защиту потребителей от недобросовестной торговли и производства некачественных товаров.

«XX век и Советский период правления, изменил ход развития законодательства. Например, после Октябрьской революции 1917 года и установления советской власти законодательство о защите прав потребителей претерпело значительные изменения. В условиях плановой экономики советская система регулировала производство и распределение товаров, акцентируя внимание на обеспечении базовых потребностей граждан. Государственный контроль над качеством продукции был строгим, хотя реальные механизмы защиты прав потребителей были ограничены» [22].

1980-е годы, в период перестройки (1985-1991) под руководством Михаила Горбачева начались значительные экономические и политические

реформы, которые включали повышение внимания к правам потребителей. В 1990 году был принят Закон СССР «О защите прав потребителей», что стало значительным шагом к формированию современной системы защиты прав потребителей.

В рамках настоящего исследования следует отметить постсоветский период, так, в 1992 году, после распада Советского Союза, был принят Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей», который установил основы современной системы защиты прав потребителей в России. Закон 1992 года включал основные права потребителей, такие как право на безопасность товара, право на информацию, право на возмещение ущерба и другие.

Новый век привнёс свои изменения в законодательство о защите прав потребителей, например, в двухтысячных годах и последующие годы закон неоднократно дополнялся и изменялся в ответ на развитие рыночных отношений и потребностей общества. Внесены изменения, касающиеся электронной торговли, финансовых услуг и защиты персональных данных.

«В 2016 году была усилена ответственность продавцов за нарушение прав потребителей, увеличены штрафы и введены новые меры по защите прав потребителей. Законодательство продолжает развиваться, адаптируясь к изменениям в экономике и технологиях, обеспечивая высокий уровень защиты прав потребителей» [23].

Историческое развитие законодательства о защите прав потребителей в России прошло длинный путь от отдельных указов и традиционных норм в XVIII веке до комплексного и детализированного правового регулирования в XXI веке. Каждый этап развития отражает изменения в экономических и социальных условиях страны, а также стремление государства обеспечить справедливость и безопасность на потребительском рынке.

В XXI веке российское законодательство о защите прав потребителей претерпело значительные изменения, направленные на обеспечение

совершенно другого уровня защиты прав в условиях развития рыночной экономики, цифровизации и глобализации.

В 2002 году была принята новая редакция Федерального закона «О защите прав потребителей», которая включила в себя новые определения и формулировки о правах потребителей, их защите и обязанностях продавцов (производителей). Это было вызвано необходимостью адаптации законодательства к современным изменениям в экономике, росту конкуренции и увеличению потребления.

После 2010 года, регулирование сместилось в сторону регулирования в сфере электронной коммерции. Законодатели включили положения, обязывающие интернет-магазины предоставлять полную и достоверную информацию о товарах, а также обеспечивать потребителям возможность возврата товаров, приобретенных через интернет.

Развитие законодательства о защите прав потребителей в XXI веке в России отражает стремление государства адаптироваться к изменениям в экономике, технологиях и мировых стандартах. Это позволяет обеспечивать высокий уровень защиты прав потребителей и формировать доверие к рынку товаров и услуг.

## **1.2 Источники правового регулирования защиты прав потребителей**

Источники правового регулирования защиты прав потребителей базируется на международном законодательстве. Например, статья 2 Закона «О защите прав потребителей» прямо указывает, что «если международным договором Российской Федерации установлены иные правила о защите прав потребителей, чем те, которые предусмотрены настоящим Законом, применяются правила международного договора», однако, если решения международных органов противоречат Конституции РФ, то такие решения не подлежат исполнению.

Кроме того, ст. 1 Закона «О защите прав потребителей» «запрещает принимать министерствам и ведомствам акты, касающиеся защиты потребителей. Только Правительство Российской Федерации вправе устанавливать для потребителя и продавца (изготовителя, исполнителя) правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров» [4].

Резолюция Генеральной ассамблеи ООН №39/248 от 9 апреля 1985 г. Закрепила основные восемь прав потребителей:

- «право на безопасность товара;
- право на информацию;
- право на выбор товара;
- право на выражение своих интересов;
- право на удовлетворение основных потребностей;
- право на возмещение ущерба;
- право на потребительское образование;
- право на здоровую окружающую среду» [11].

Каждое указанное право закрепляется не только в Законе «О защите прав потребителей», отражение основных прав происходит в Гражданском Кодексе Российской Федерации.

Характерная черта развития Закона «О защите прав потребителей» находит свою опору в Резолюции Генеральной ассамблеи ООН.

Закон Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 года № 2300-І устанавливает основные права потребителей и обязанности продавцов (поставщиков услуг) с целью обеспечения справедливой и безопасной торговли.

В данный ретроспективный период характерными чертами законодательства являлись:

- потребитель имеет право на достоверную и полную информацию о товаре (услуге), включая сведения о производителе, основных

потребительских свойствах, цене, условиях приобретения и гарантии. Данная информация должны быть предоставлена потребителю на русском языке.

- товары и услуги должны соответствовать требованиям безопасности, то есть безопасны для здоровья потребителей и окружающей среды при обычных условиях их использования, хранения, транспортировки и утилизации.
- потребители также имеют право на товары или услуги надлежащего качества, обусловленные договором и установленным стандартам.
- потребители, приобретшие некачественный товар, имеют право на возмещение вреда, причиненного вследствие недостатков товара (услуги).
- потребитель, вправе вернуть вещь или обменять ее на товар надлежащего качества.
- потребитель имеет право поменять товар или вернуть его если он не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке, размеру или комплектации.
- потребители могут обращаться в суд для защиты своих прав и интересов, а также в иные общественные и государственные организации.

Указанный закон также предусматривает конкретные сроки для удовлетворения различных требований потребителей, таких как замена товара, устранение недостатков или возврат денег.

Установлена ответственность продавца, например, он несет ответственность за ненадлежащее выполнение своих обязанностей перед потребителем, включая предоставление недостоверной информации или продажу товаров заведомо ненадлежащего качества.

Вышеуказанные положения направлены, прежде всего на обеспечение правовой защиты потребителей и создание справедливых условий для взаимодействия между потребителями и продавцами.

Принципиальные отличия между Законом Российской Федерации «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 года и его редакцией от 25 октября 2007 года включают изменения, направленные на улучшение защиты прав потребителей, адаптацию к новым условиям рыночной экономики и соответствия с международными стандартами.

Изменения закона 2007 года заключаются в следующем:

- в данной редакции был уточнен и расширен перечень прав потребителей за предоставление не качественные и безопасные товары (работы, услуги), а также ужесточена ответственность продавцов и производителей за нарушение требуемых критериев.
- были внесены изменения и уточнения в определение терминов, используемых в законе, что повысило его правовую определенность и устранение противоречий и неточностей.
- в новой редакции уточнены требования к предоставлению информации о товарах и услугах. В частности, более подробно описаны обязательные сведения, которые необходимо предоставить потребителю. Теперь информация должна включать детальные данные о производителе, а также правила и условия, обеспечивающие эффективное и безопасное использование товаров.
- Были упорядочены положения, касающиеся защиты прав потребителей при выполнении работ и оказании услуг. В частности, установлены четкие сроки для устранения выявленных недостатков.
- закон также предусматривает санкции за нарушения прав потребителей, включая повышение штрафов и введение дополнительных мер ответственности для продавцов и производителей.

- введены новые инструменты для государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства в области защиты прав потребителей.
- закон о защите прав потребителей 2007 года был разработан с учётом международных норм и мирового опыта.

Эти изменения направлены на всестороннее укрепление защиты прав потребителей, включая улучшение качества товаров и услуг, доступных на рынке. Они способствуют созданию более строгих стандартов, которые обязывают производителей и продавцов предоставлять потребителям полную, достоверную информацию и соблюдать заявленные характеристики продукции. Также внедрение новых норм усиливает контроль над соблюдением прав потребителей со стороны государственных органов, а также предполагает более серьёзные меры ответственности для нарушителей. В результате такие меры помогают создать более безопасную и честную рыночную среду, где потребители могут рассчитывать на высокое качество продукции и уверенность в защите своих прав.

Редакция закона «О защите прав потребителей» 2011 года претерпела изменения, обусловленные изменениями в экономике и потребностями адаптации законодательства к новым экономическим условиям. В обновлённой версии закона уточнены ключевые положения, что позволило сделать его более актуальным и применимым в новых рыночных реалиях. Изменения были направлены на устранение правовых пробелов, чтобы защитить потребителей от недобросовестных практик, таких как скрытые условия, ложная реклама и несоответствие товаров заявленным характеристикам.

Кроме того, нововведения в законодательстве призваны учитывать рост интернет-торговли и появление новых типов услуг и товаров, а также усилить права потребителей при заключении дистанционных сделок. Эти меры способствовали большей прозрачности на потребительском рынке и повысили ответственность производителей и продавцов за качество и

безопасность продукции. В результате, адаптация закона к современным экономическим условиям укрепила правовую основу защиты прав потребителей, обеспечив более действенные механизмы контроля и защиты в условиях рыночной экономики.

Изменения в данный период заключались в следующем:

- В редакции 2011 года были уточнены и расширены обязанности продавцов и исполнителей по предоставлению полной и достоверной информации о товарах (услугах). Это включало более строгие требования к содержанию и форме информации, предоставляемой потребителям.
- Были введены дополнительные меры по обеспечению безопасности товаров, включая обязательные требования к сертификации и декларированию соответствия продукции. Это направлено на повышение уровня безопасности потребителей и снижение риска приобретения некачественной продукции.
- Изменения в порядке рассмотрения жалоб и претензий: Редакция 2011 года внесла изменения в порядок рассмотрения жалоб и претензий потребителей, упростив процедуру их подачи и ускорив сроки рассмотрения.
- Были внесены изменения, касающиеся защиты прав потребителей в сфере финансовых услуг, включая банковские, страховые и другие финансовые услуги. Это включало введение дополнительных гарантий и механизмов защиты прав потребителей при взаимодействии с финансовыми организациями, банками.
- Были внесены уточнения в положения, касающиеся защиты прав потребителей при покупке товаров и услуг через интернет. Законодательство внедрило дополнительные гарантии и механизмы защиты прав потребителей в области электронной торговли.
- Упрощение процедур возврата и обмена товаров: Закон 2011 года упростил процедуры возврата и обмена товаров, что позволило

потребителям быстрее и проще реализовывать свои права на возврат или обмен некачественной продукции.

- Были уточнены полномочия и компетенции государственных органов по контролю и надзору за соблюдением законодательства о защите прав потребителей, что повысило эффективность государственного контроля, регулирования и улучшило защиту прав потребителей.

Эти изменения в законодательстве были направлены на комплексное улучшение защиты прав потребителей в условиях динамично развивающегося рынка.

Во-первых, они обеспечивают более эффективную адаптацию законодательства к современным условиям, таким как рост электронной торговли, развитие онлайн-платформ и новые формы взаимоотношений между потребителями и продавцами. Для этого были введены дополнительные гарантии, которые защищают потребителей при дистанционных покупках, регулируются сроки возврата товаров, условия отмены сделок и защиты персональных данных.

Во-вторых, изменения нацелены на повышение ответственности продавцов и исполнителей за соблюдение прав потребителей. В частности, увеличены штрафы и предусмотрены дополнительные санкции за нарушение условий договоров, поставку товаров ненадлежащего качества или не информированность потребителей о товарах и услугах.

Закон о защите прав потребителей в редакции от 2016 года действительно усилил ответственность продавцов за нарушение прав потребителей. Вот основные проявления усиления ответственности:

- Были увеличены размеры штрафов за нарушение прав потребителей, что должно было стимулировать продавцов более ответственно подходить к выполнению своих обязательств.
- Введены новые виды административной ответственности, которые включают более высокие штрафы и дополнительные санкции.

- В редакции 2016 года уточнены и усилены положения о возмещении морального вреда, причиненного потребителю. Продавцы обязаны компенсировать моральный вред, независимо от возмещения имущественного ущерба.
- Усилена ответственность за предоставление недостоверной или неполной информации о товарах (услугах). Продавцы обязаны предоставлять полную и достоверную информацию, и за её нарушение предусмотрены строгие санкции.
- Закон 2016 года усилил ответственность продавцов за несоблюдение установленных сроков обмена и возврата товаров. Продавцы обязаны соблюдать сроки, установленные законом, и несут ответственность за их нарушение.
- Были введены дополнительные меры ответственности за продажу товаров ненадлежащего качества или оказание услуг, не соответствующих заявленным требованиям. Это включало обязательство по замене товара, возврату денежных средств или возмещению затрат на устранение недостатков.
- За несоблюдение условий гарантии предусмотрены повышенные штрафы и другие меры ответственности. Таким образом, продавцы обязаны строго соблюдать гарантийные обязательства.
- Удовлетворения требований потребителей, таких как возврат денег, обмен товара или устранение недостатков. Закон ввел более строгие санкции за нарушение сроков.

Эти изменения в законодательстве значительно усилили меры ответственности производителей и продавцов за недобросовестную деятельность, связанную с предоставлением товаров и услуг. Законодатели стремились создать более строгие механизмы наказания за нарушение прав потребителей, что включает как финансовые санкции, так и другие меры воздействия. Повышение штрафов и введение новых санкций делают экономически невыгодным нарушение обязательств перед потребителями,

таких как предоставление товара ненадлежащего качества, сокрытие информации о товарах или услугах, или несоответствие заявленных характеристик фактическим.

Кроме того, эти изменения создают стимул для продавцов и производителей вести свою деятельность более добросовестно, соблюдая права потребителей и отвечая за качество своей продукции. Такая мера способствует улучшению качества товаров и услуг, так как компании, сталкиваясь с риском финансовых потерь и репутационными издержками, будут стремиться к лучшему контролю на всех этапах — от производства до продажи. Это, в свою очередь, приводит к формированию более честных и прозрачных отношений на рынке, что укрепляет доверие потребителей и способствует здоровой конкуренции.

Таким образом, эти изменения не только усиливают ответственность, но и стимулируют бизнес к более строгому соблюдению стандартов качества, безопасности и информационной прозрачности, что в конечном итоге способствует созданию более справедливого и безопасного потребительского рынка.

На сегодняшний день в российском законе «О защите прав потребителей» акцент сделан на нескольких ключевых аспектах, направленных на усиление защиты прав потребителей и адаптацию законодательства к современным условиям. Ключевые аспекты касались следующих изменений:

- Уделяется значительное внимание защите прав потребителей в сфере электронной торговли. Включены положения, регулирующие дистанционную продажу товаров и оказание услуг через интернет.
- Обеспечиваются права потребителей на возврат товаров, приобретенных онлайн, и возврат денежных средств.
- Продавцы и поставщики услуг обязаны соблюдать законодательство о защите персональных данных, обеспечивать их конфиденциальность и не использовать без согласия потребителя.

- Законодательство ужесточает ответственность продавцов и производителей за нарушение прав потребителей, включая несоответствие товаров заявленным характеристикам, нарушение сроков выполнения гарантийных обязательств и предоставление недостоверной информации.
- Уделяется внимание усилению ответственности за продажу товаров ненадлежащего качества и несоблюдение установленных сроков возврата денег.
- Установлены требования к маркировке товаров и предоставлению инструкций на русском языке.
- Закон включает положения, направленные на обеспечение безопасности товаров и услуг, предотвращение продажи опасных товаров и соблюдение санитарных и гигиенических норм.
- Установлены обязательные процедуры сертификации и декларирования соответствия для определенных категорий товаров.
- Усилены меры по защите прав потребителей в сфере финансовых услуг, включая банковские услуги, страхование и микрофинансовые организации.
- Установлены строгие требования к раскрытию информации о финансовых продуктах и услугах, а также меры по предотвращению обмана и злоупотреблений.
- Ужесточение мер государственного контроля и надзора за соблюдением законодательства о защите прав потребителей включает расширение полномочий государственных органов, что позволяет более эффективно выявлять и пресекать нарушения. В частности, государственные органы получили право проводить более частые и детализированные проверки как физическими, так и юридическими лицами, занимающимися производством и продажей товаров и услуг. Это включает как плановые, так и внеплановые инспекции, которые могут проводиться без предварительного

уведомления. Кроме того, расширение полномочий включает возможность применения более жестких санкций, включая крупные штрафы, временные или постоянные приостановки деятельности, а также требования к компенсации ущерба, причиненного потребителям. Такие меры стимулируют продавцов и производителей соблюдать требования законодательства, так как риски, связанные с нарушениями, становятся значительно выше. Государственные органы теперь могут более оперативно реагировать на выявленные нарушения и эффективно защищать права потребителей. Это также включает работу с интернет-ресурсами, торговыми площадками и онлайн-магазинами, что особенно важно в условиях роста электронной торговли.

- Определены процедуры взаимодействия государственных органов с общественными организациями потребителей для повышения эффективности контроля за соблюдением прав потребителей.
- Законодательство направлено на приведение российских норм защиты прав потребителей в соответствие с международными стандартами, что способствует улучшению качества товаров и услуг, а также увеличивает доверие к российским производителям и продавцам на мировом рынке.

Данные изменения коснулись прежде всего защите данных о покупателе, полученных при новых способах приобретения товара и расчета за него. Цифровой формат на рынке подтолкнул законодателя провести данные изменения.

Стоит также уделить внимание на Федеральный закон РФ от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», Федеральный закон РФ от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», Федеральный закон РФ от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения», Федеральный закон РФ от 22 июня 1998 г. № 86-ФЗ «О лекарственных средствах»,

Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»<sup>1</sup> и ряд других федеральных законов.

Закон «О защите прав потребителей» приобретает особую значимость в условиях стремительного развития цифровой экономики, расширения маркетплейсов и интернет-магазинов, предлагающих широкий спектр товаров и услуг. Современная торговля активно перемещается в виртуальное пространство, создавая новые вызовы для правового регулирования, что обуславливает необходимость разработки и адаптации законодательства для обеспечения защиты интересов потребителей.

В эпоху цифровизации потребители сталкиваются с рядом специфических проблем. Например, покупатели часто не имеют прямого доступа к полным данным о поставщике, особенно если он расположен за рубежом, не всегда обеспечивается право в полной мере на возврат или обмен продукции в соответствии с установленными сроками и условиями, обработка персональных данных, собираемых для оформления заказа, может сопровождаться утечками или неправомерным использованием информации.

На основании вышесказанного можно сделать следующие выводы:

Адаптация к современным условиям заключается в следующем: Законодательство активно адаптируется к изменяющимся условиям рынка, включая рост электронной торговли и цифровых услуг. Это позволяет поддерживать актуальность и эффективность правовых норм в быстро меняющемся мире.

В настоящее время происходит усиление защиты прав потребителей, и выражается это в усилении мер ответственности и контрольных функций демонстрирует приверженность государства к защите интересов потребителей. Закон направлен на обеспечение высокого уровня безопасности и качества товаров и услуг, а также на предотвращение мошенничества и недобросовестной практики.

Повышение прозрачности и информированности выражается в обязательном предоставлении полной и достоверной информации о товарах и услугах способствует повышению информированности потребителей, что позволяет им принимать более обоснованные решения. Это также создает условия для честной конкуренции среди продавцов и производителей.

Интеграция с международными стандартами происходит посредством сопоставления российских норм с международными стандартами улучшает конкурентоспособность российских товаров и услуг на мировом рынке.

Эффективный государственный контроль и надзор предполагает расширенные полномочия государственных органов и взаимодействие с общественными организациями повышают эффективность контроля за соблюдением законодательства. Это снижает вероятность нарушений и обеспечивает оперативное реагирование на проблемы потребителей.

Защита прав потребителей в эпоху цифровизации требует гибкого и оперативного подхода, направленного на создание справедливой, прозрачной и безопасной среды для участников рынка. Это не только повышает уровень доверия потребителей, но и способствует развитию экономики, стимулируя устойчивую конкуренцию и укрепляя позиции добросовестных продавцов.

Таким образом можно сделать вывод, что современная редакция закона направлена на создание более безопасной, прозрачной и справедливой потребительской среды, адаптированной к современным рыночным условиям и цифровизации. Законодательство стремится обеспечить высокий уровень защиты прав потребителей, поддерживая доверие и стабильность на рынке товаров и услуг.

## **Глава 2 Общая характеристика правового регулирования защиты прав потребителей за рубежом**

### **2.1 Становление законодательства о защите прав потребителей за рубежом**

Права человека и гражданина — это комплекс правовых норм, гарантирующих каждому свободу, равенство и защиту в различных сферах жизнедеятельности. Они охватывают не только политические, гражданские и экономические права, но и социальные и культурные права, обеспечивающие достойное существование и развитие личности. Среди этих прав существует особая категория, связанная с потребительскими правами, которая в последние десятилетия стала получать все большее внимание.

Защита прав потребителей является важным элементом правовой системы, это касается не только защиты от некачественных товаров и услуг, но и от недобросовестной рекламы, обмана со стороны продавцов и производителей, а также от других нарушений, которые могут ущемить интересы потребителей.

Это связано с постоянно меняющимся рынком, развитием новых технологий и форм торговли, что предъявляет новые требования к законодательству и правоприменительной практике.

«Защита прав потребителей включает меры, направленные на предотвращение нарушений прав граждан как потребителей товаров и услуг. Эти права регулируются, например, международными документами, такими как Всеобщая декларация прав человека, а также национальным законодательством, включая законы о защите прав потребителей» [37].

«Потребитель должен получать полную и достоверную информацию о товаре или услуге, чтобы сделать обоснованный выбор. Продукты и услуги должны быть безопасными для жизни и здоровья человека. В случае нарушения прав потребителя, он имеет право на компенсацию убытков» [9].

Потребители могут защищать свои права через обращения в суд, специальные государственные органы, а также с помощью общественных организаций.

Однако, несмотря на широкое правовое регулирование, на практике многие потребители сталкиваются с трудностями в защите своих прав. Например, отсутствие необходимой информации или сложность доказательства нарушений. В этой области недостаточно исследованы вопросы эффективности действующих механизмов защиты, взаимодействия государственных и общественных структур, а также проблемы правовой культуры потребителей.

«Становление законодательства о защите прав потребителей за рубежом можно разделить на несколько ключевых этапов, которые характеризуются развитием международных правовых норм, национального законодательства и формированием институтов защиты прав потребителей» [12].

«Права потребителей нарушались весьма давно, однако, следует учесть, что термин «потребитель», стал появляться в двадцатом столетии. На этом основании, мы считаем, что зарождение потребительского движения возникло в XIX–начале XX века» [5].

«Возникновение норм, защищающих права потребителей, связано с ростом производства товаров, работ и услуг. В результате появления большого числа хозяйствующих субъектов (на защите интересов, которых стоят, как правило, опытные юристы) потребитель оказался в невыгодном для него положении, поскольку практически не имел реальной возможности защитить свои нарушенные права. Это и дало толчок к принятию мер с целью защиты прав потребителей» [15].

Первые законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей, начали формироваться в конце XIX века в странах с развитой рыночной экономикой. Эти нормативные акты стали реакцией на необходимость урегулирования новых экономических отношений,

вызванных стремительным ростом промышленного производства, расширением торговли и усложнением товарно-денежного обмена. Основное внимание уделялось обеспечению добросовестности в торговых операциях, предотвращению мошеннических действий и защите потребителей от недобросовестных практик.

Особенность данного этапа заключалась в том, что правовое регулирование было сосредоточено преимущественно на установлении минимальных стандартов качества продукции, обеспечении прозрачности коммерческих сделок и создании механизмов защиты интересов потребителей. Законодательные меры предусматривали ответственность за обман, недостоверную информацию о товарах и несоответствие заявленных характеристик реальным свойствам продукции. Это стало важным шагом в направлении формирования системы правовой защиты потребителей, которая впоследствии была значительно расширена и усовершенствована.

Интерес к проблематике защиты потребителей восходит к античным временам и затрагивал не только юристов, но и философов. Одним из ранних примеров осмысления этих вопросов можно считать одиннадцатую книгу «Законов» Платона, где философ рассуждал о принципах справедливой торговли. В данном труде уделяется внимание вопросам установления справедливой цены, предотвращения обмана покупателей и обеспечения честности в торговых отношениях. Эти идеи, выдвинутые в античности, в значительной степени предвосхищали современные подходы к защите прав потребителей, подчеркивая их фундаментальное значение для общества.

Например, «раба чахоточного, страдающего каменной болезнью... или каким-то другим... тяжким и трудноизлечимым телесным либо душевным недугом» [26, с. 378] «Законах» регулируются следующим образом: ремесленникам «не пристало допускать обман в своем труде... Если же кто из ремесленников злостно не выполнит в указанный срок своего заказа,... стоимость изделий он должен заплатить обманутому им заказчику и снова выполнить в указанный срок заказ, но даром» [26, с. 383–384].

«Правовое регулирование договора купли-продажи существует уже около четырёх тысяч лет. В законодательных памятниках зарубежных стран, помимо условий о купле-продаже, также уделяется внимание вопросам, связанным с ответственностью за ненадлежащее исполнение работ» [28].

Законы царя Хаммурапи (1792–1750 гг. до н. э.), «согласно § 108 которых запрещалось обвешивать покупателей. Так, «если корчемница (женщина, профессионально содержащая питейное заведение)... принимает серебро по слишком большой гире... то эту корчемницу должно избить и бросить ее в воду» [14, с. 258]; «Если человек купит раба или рабыню и до прошествия месяца его постигнет падучая, то покупатель может вернуть его своему продавцу, и этот покупатель получает серебро, которое он отвесил» [14, с. 258].

Вместе с тем, следует отметить, что колоссальное влияние на развитие института защиты прав потребителя оказало Римское право, являющееся основой права и правовой культуры всего мира. Договор купли-продажи, который мы взяли за основу изучения становления защиты прав потребителей, весьма хорошо регулировался Римским правом.

В римском праве: «что её невозможно использовать по назначению, или она обесценена вследствие имеющихся в ней недостатков, в этой передаче нельзя было видеть исполнение продавцом принятой на себя по договору обязанности» [23, с. 176].

«Нормы римского права об ответственности за надлежащее качество проданной вещи развивались постепенно и в течение ряда столетий характеризовались принципом ответственности лишь за то, что было прямо обещано. Это означало, что продавец несёт ответственность перед покупателем только в том случае, если он прямо обещал, что вещь имеет какие-либо положительные качества (а их на самом деле нет) или что вещь не страдает определёнными недостатками (а между тем они имелись в вещи)» [15]

В ст. 1 и 16 титула VI книги VIII Дигест Юстиниана можно усмотреть подобие установления срока годности. Так, «если проданное вино скисло..., то ущерб ложится на покупателя... Но если продавец взял на себя риск, то он несет риск в течение того времени, на которое он принял риск. Если же он не указал времени, то риск должен быть возложен на него до тех пор, пока вино не опробовано» [6]; «Если ...вина, прежде чем их взял покупатель, испортились в силу их естественных свойств, то продавец отвечает перед покупателем, если продавец дал поручительство за их доброкачественность; если же он не дал никакого ручательства, то риск лежит на покупателе... (Конечно, если продавец понимал, что вина не сохраняют своей доброкачественности до того срока, когда они должны быть взяты, и не предупредил об этом покупателя, то он должен отвечать за убытки, обусловленные отсутствием предупреждения)» [5, с. 302].

«Иными словами, продавец нес ответственность только за те обещания и заявления, которые он делал с серьезным намерением установить обязательства. Если же его слова представляли собой простое восхваление товара, не подразумевающее принятие юридических обязательств, это не могло рассматриваться как основание для ответственности» [25].

«В период империи дело дошло до того, что продавец стал отвечать за те недостатки проданной им вещи, о которых не знал и заведомо не мог знать. Для заявления иска по причине обнаруженных покупателем недостатков вещи были установлены особые сроки исковой давности: полугодовой для иска о расторжении договора и годичный ради уменьшения покупной цены и возвращения переплаченного» [2].

Таким образом, развитие законодательства о защите прав потребителей прошло долгий исторический путь от философских размышлений до систематизированного регулирования в рамках государств с рыночной экономикой. Этот процесс отражает стремление обеспечить справедливость и баланс интересов всех участников рынка, что остается актуальной задачей современного права.

Например, в римском праве были распространены такие институты, как *actio redhibitoria* (иск о расторжении договора из-за дефекта товара) и *actio quanti minoris* (иск о снижении цены, если товар оказался дефектным). Эти механизмы предоставляли покупателю возможность либо вернуть товар и получить обратно уплаченные деньги, либо потребовать уменьшения стоимости товара в зависимости от размера обнаруженного дефекта.

Эти правила и процедуры были важными не только для защиты интересов потребителя, но и для стимулирования добросовестности продавцов, поскольку они обязывали их продавать товар, соответствующий заявленным характеристикам.

Сегодня такие нормы нашли свое отражение в современных системах потребительского законодательства, которые обеспечивают правовую защиту покупателя, гарантируя ему право на возврат товара ненадлежащего качества и установление ответственности продавца за такие дефекты. Таким образом, римское частное право стало важной основой для формирования современных норм защиты прав потребителей. Например, «продавец несет ответственность за продажу товара ненадлежащего качества, за скрытые дефекты, а также за предоставление неправильной или недостаточной информации о товаре» [30].

В феодальной Европе защита прав потребителей в современном понимании практически не существовала, поскольку экономика того времени была аграрной, с доминированием натурального хозяйства, а права потребителей как отдельной категории не рассматривались. Торговые отношения были менее развиты, и большая часть населения производила и потребляла товары внутри своего хозяйства или в рамках мелких общин.

Однако в городах и торговых центрах с развитием ремесленного производства начали формироваться зачатки регулирования качества товаров и услуг. Цеховые объединения (гильдии) начали играть важную роль в установлении стандартов качества для продукции, производимой ремесленниками, и обеспечении контроля над их соблюдением. Например,

гильдии могли штрафовать своих членов за предоставление некачественных товаров или услуг, что представляло собой одну из ранних форм защиты прав покупателей.

Также существовали торговые суды, которые рассматривали споры между покупателями и продавцами, особенно в отношении качества товаров. В некоторых городах были введены законы о весах и мерах, направленные на предотвращение обмана потребителей в вопросах количества и качества продаваемой продукции.

С развитием рыночной торговли в конце Средневековья (особенно с ростом городов и торговых ярмарок) стали появляться более четкие требования к торговцам, направленные на защиту покупателей от мошенничества и обмана. Например, можно отметить практику использования печатей и марок на товарах для подтверждения их качества и происхождения.

В германском феодальном праве: «сельский староста в тот же день может подвергнуть телесному наказанию (побоям выстриганию волос) или (дать) откупиться тремя шиллингами. Затем тот считается обещанным и лишенным прав» [33].

Французский гражданский кодекс 1804 года уделял особое внимание вопросам эвикции (утраты права собственности на вещь в пользу третьего лица). Продавец освобождался от ответственности за очевидные недостатки товара, которые покупатель имел возможность обнаружить самостоятельно в процессе осмотра. Однако в отношении скрытых дефектов проданного товара продавец был обязан предоставить гарантийные обязательства. Это означало, что покупатель имел законное право требовать устранения обнаруженных дефектов либо возмещения причиненного ущерба.

«В соответствии с уголовным кодексом Франции 1810 г. Нарушение мер и весов (наряду с нарушением дорожной езды, почтовых правил) считалось нарушением полицейских правил. Ответственность за содеянное

заклучалась в конфискации предметов незаконной деятельности, а также наложении штрафа (от 1 до 15 франков)» [24].

Таким образом, в феодальной Европе зарождались основы будущей системы защиты прав потребителей, хотя они были далеки от современных механизмов и регулировались преимущественно через корпоративные нормы и традиции гильдий.

В XIX веке в Великобритании начали появляться законы, регулирующие честную торговлю, например, Закон о весах и мерах (Weights and Measures Act, 1878), который устанавливал стандарты для измерения и маркировки товаров.

В XX веке защита прав потребителей вышла на качественно новый уровень. Индустриализация во всем мире подтолкнула законодателей наиболее четко сформулировать потребительские правоотношения. Именно в этот период возникло само понятие «потребитель». Права потребителей начали рассматриваться как отдельная категория прав человека, что привело к развитию законодательных и правовых механизмов, направленных на защиту их интересов. Появились законы, регулирующие качество товаров, обязательства продавцов, а также права потребителей на информацию и компенсацию за ущерб.

В 1906 году в США был принят один из первых актов о защите потребителей – Закон о чистых продуктах и лекарствах (Pure Food and Drug Act), который регулировал производство и продажу пищевых продуктов и лекарств, запрещая продажу фальсифицированных товаров.

Период после Второй мировой войны ознаменовался активным развитием законодательства о защите прав потребителей. Проблемы массового производства, увеличивающееся количество товаров на рынке и активизация торговли стали требовать новых подходов к регулированию.

Поворотным моментом стало выступление президента Джона Ф. Кеннеди (США) в 1962 году, когда он провозгласил Четыре права потребителей: право на безопасность, право на информацию, право на выбор

и право быть услышанным. Это привело к созданию Закон о безопасности потребительских товаров (Consumer Product Safety Act) в 1972 году и Закон о праве на честную информацию (Fair Credit Reporting Act).

В странах Западной Европы в 1960–1970-е годы стали появляться первые общие законы о защите прав потребителей.

Например, в Франции был принят Закон о защите потребителей в 1978 году, регулирующий права потребителей в области торговых операций и рекламы. В Германии аналогичные законодательные акты стали приниматься в 1970-х годах. «Законы об охране прав потребителей появились во многих западноевропейских странах еще в 70-е гг. Консьюмеризм – движение в защиту прав потребителей – наиболее развито в Японии.

Уже в 1968 г. закон гарантировал японским гражданам права<sup>4</sup> на защиту от физического и материального ущерба, полученного в ходе использования приобретенного товара; на всестороннее и точное знание действительных свойств товаров и услуг и др. В Швеции с 1970 г. применяются законы «О торговой практике», «О договорных условиях». Законодательство о торговой практике, аналогичное шведскому, было принято в Норвегии (1972 г.), Дании (1975 г.), Финляндии (1975 г.)» [15].

С начала 1980-х годов международные организации начали активно акцентировать внимание на проблемах защиты прав потребителей, что обусловило необходимость разработки унифицированных стандартов, направленных на гармонизацию законодательства в этой сфере. Эти стандарты послужили основой для формирования национальных правовых систем, учитывающих специфику международных требований и принципов.

ЕС стал одним из первых регионов мира, где была создана всеобъемлющая система защиты прав потребителей. Европейская Комиссия разработала несколько директив, регулирующих общие условия продажи, дистанционную торговлю и права на возврат товаров. Например, Директива ЕС о защите прав потребителей (Consumer Rights Directive, 2011/83/EU)

объединила основные права потребителей, такие как право на информацию, возврат товара и отмену покупки.

С развитием технологий и электронной коммерции, защита прав потребителей в цифровой среде стала одной из ключевых тем.

Современные законы начали учитывать особенности электронной торговли и защиты данных. В ЕС был принят Общий регламент о защите данных (GDPR), который регулирует обработку и защиту персональных данных потребителей.

Введение регулирования онлайн-платформ и электронной торговли стало важной частью законодательства. В 2019 году в ЕС была принята Директива о защите прав потребителей в цифровую эпоху.

Законодательство о защите прав потребителей за рубежом прошло долгий путь развития: от отдельных законов, защищающих от мошенничества и опасных продуктов, до комплексных правовых систем, регулирующих широкий спектр вопросов, включая электронную торговлю и защиту данных. В каждой стране законодательство отличается своими особенностями, однако большинство из них основываются на международных стандартах и лучших практиках, выработанных за десятилетия.

## **2.2 Современное положение законодательства о защите прав потребителей за рубежом**

Современное положение законодательства о защите прав потребителей за рубежом характеризуется высоким уровнем регулирования и широким спектром правовых норм, направленных на защиту интересов граждан в условиях активного развития цифровых технологий и глобализации торговли. Законодательные акты в области защиты прав потребителей адаптируются к современным вызовам, включая электронную коммерцию, защиту персональных данных, трансграничные сделки и устойчивое

потребление. Рассмотрим основные направления и особенности современного законодательства о защите прав потребителей в разных регионах нашего мира.

Европейский Союз является лидером в области защиты прав потребителей, устанавливая строгие требования к бизнесу и предлагая единые стандарты для всех стран-членов ЕС.

Современное европейское законодательство о защите прав потребителей основывается на ряде директив и регламентов, целью которых является гармонизация правил на территории ЕС. Основными законодательными актами в Европе являются:

- директива 2011/83/EU о правах потребителей, регулирует дистанционные продажи, предоставление информации потребителям, право на возврат товара в течение 14 дней без объяснения причин;
- директива 2005/29/ЕС о недобросовестной торговой практике, запрещает вводящую в заблуждение рекламу, агрессивные методы продаж и другие нечестные коммерческие практики;
- директива о защите прав потребителей в цифровую эпоху (2020), направлена на регулирование цифровых товаров и услуг, защиты данных, в том числе право на исправление и удаление данных.

В связи с бурным развитием цифровых технологий, стало возможно производить торговлю путем создания интернет – магазинов. Регулирование данного сегмента экономики очень важно, как и защита прав потребителей, на том основании, что популярность маркетплейсов возрастает с каждым годом. Например, Общий регламент по защите данных (GDPR), принятый в 2018 году, установил строгие правила обработки и защиты персональных данных, касающихся всех граждан ЕС. Компании обязаны обеспечить прозрачность и безопасность использования данных потребителей.

Вместе с тем, развиваются и цифровые механизмы разрешения споров. Так, в ЕС активно продвигаются системы разрешения споров, такие как

Онлайн-платформа разрешения споров (ODR), которая позволяет потребителям и предпринимателям решать споры по вопросам онлайн-торговли в досудебном порядке.

В США потребительское законодательство отличается от европейского своим федеральным устройством. Каждой штат имеет право на принятие своих законов, хотя на федеральном уровне существуют важные нормативные акты, касающиеся защиты потребителей.

FTC является главным федеральным органом, ответственным за защиту прав потребителей. Она регулирует такие вопросы, как реклама, защита данных, конкуренция и обман потребителей. Основные функции FTC включают:

- защиту от недобросовестной рекламы и мошеннических практик;
- борьбу с незаконным сбором и использованием персональных данных.

В США также существует Закон о защите онлайн-потребителей (COPPA). Данный закон регулирует использование данных детей в возрасте до 13 лет в интернете, обязывая онлайн-сервисы и приложения получать согласие родителей перед сбором информации о несовершеннолетних пользователях.

В Канаде законодательство о защите прав потребителей также строится на основе федеральных и провинциальных законов. Некоторые основные акты включают:

Закон о конкуренции: регулирует вопросы рекламы, запрета на ложные сведения и обман потребителей. Таким образом, можно сказать, что защита прав потребителей осуществляется в различных направлениях и закрепляется в различных законодательных актах.

Кроме того, Канада также уделяет важное значение защите персональных данных потребителей. В настоящее время это весьма актуально, по той причине, что информационная система не совершенна и данные могут использоваться в корыстных целях, с целью завладения

денежными средствами или некорректными денежными переводами без ведома владельца. Закон о защите персональных данных и электронных документов (PIPEDA): обеспечивает защиту данных потребителей, требуя от компаний получения согласия на сбор и использование персональных данных.

Кроме того, канадская система активно защищает права потребителей в сфере электронной торговли и предоставляет механизмы для разрешения споров через арбитраж и медиацию.

Азиатский регион также разрабатывает правовое регулирование в области защиты прав потребителей

Однако защита прав потребителей в азиатских странах развивается неоднородно, но в последние десятилетия многие страны приняли значительные меры по улучшению правовой базы.

Японское законодательство в области защиты прав потребителей включает несколько ключевых нормативных актов, которые направлены на обеспечение прав и безопасности граждан в их взаимодействии с рынком товаров и услуг. Например, Закон о защите потребителей (Consumer Protection Law), Закон о защите персональной информации (Personal Information Protection Law). В Японии действует разветвленная система защиты прав потребителей, основанная на сочетании судебных и внесудебных механизмов разрешения споров, что обеспечивает высокий уровень правовой защиты и доступность механизмов восстановления нарушенных прав.

Одним из способов защиты прав потребителей является обращение в судебные инстанции. Судебное разбирательство предоставляет потребителям возможность добиваться восстановления своих прав в случае нарушения обязательств со стороны продавцов или поставщиков услуг. Судебный процесс регламентирован Гражданским процессуальным кодексом Японии и другими нормативными актами, которые обеспечивают надлежащую защиту интересов потребителей.

Помимо судебной защиты, широко применяются альтернативные способы разрешения споров, такие как медиация и арбитраж. Эти методы отличаются оперативностью и меньшими финансовыми затратами для сторон, что делает их привлекательными для потребителей. Медиация позволяет достичь урегулирования конфликта посредством переговоров при участии нейтрального посредника, что способствует добровольному выполнению соглашений.

Кроме того, потребители могут обращаться в региональные центры защиты прав потребителей, которые предоставляют консультации, проводят расследования жалоб и содействуют разрешению споров на досудебной стадии. Это интегрированная система позволяет минимизировать судебные издержки и упрощает доступ к правосудию, способствуя более полному соблюдению прав и интересов потребителей.

Таким образом, в Японии сформирована многоуровневая система защиты прав потребителей, основанная на гармоничном сочетании судебных и альтернативных методов урегулирования споров, а также на участии специализированных органов, что обеспечивает всестороннюю защиту интересов граждан.

В Китае важнейший закон — Закон о защите прав потребителей КНР (2014). Он гарантирует потребителям право на безопасность, информацию и выбор. Закон также регулирует онлайн-торговлю и вводит механизмы разрешения споров.

Международные организации играют важную роль в развитии глобальных стандартов защиты потребителей.

ООН: Руководящие принципы ООН для защиты интересов потребителей (1985) определяют основные права потребителей: право на безопасность, на информацию, на выбор и на справедливую торговлю.

Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) играет важную роль в разработке и продвижении стандартов защиты прав потребителей, адаптированных к вызовам цифровой эпохи. Основной целью

ее деятельности в данной области является создание рекомендаций, которые способствуют повышению уровня доверия потребителей к цифровым рынкам, обеспечивают справедливость коммерческих практик и защищают интересы пользователей в условиях глобализации торговли.

Одним из направлений работы ОЭСР является регулирование электронной коммерции. Организация уделяет особое внимание обеспечению прозрачности и безопасности сделок в цифровой среде, разработке стандартов для защиты персональных данных и внедрению механизмов контроля над деятельностью цифровых платформ. В своих рекомендациях ОЭСР акцентирует необходимость предоставления потребителям полной и достоверной информации о товарах и услугах, включая условия покупки, гарантии, а также порядок возврата и обмена товаров.

Особое значение имеют рекомендации ОЭСР по трансграничной электронной коммерции. В условиях роста числа международных сделок потребители сталкиваются с рисками, связанными с правовой неопределенностью, сложностью разрешения споров и отсутствием эффективных механизмов компенсации. Для устранения этих проблем ОЭСР разрабатывает принципы, направленные на гармонизацию национального законодательства, укрепление сотрудничества между государствами-членами и обеспечение потребителям доступа к средствам правовой защиты, независимо от юрисдикции.

ОЭСР также делает акцент на создании эффективных механизмов разрешения споров и восстановления нарушенных прав потребителей. В своих рекомендациях организация поддерживает внедрение онлайн-систем для рассмотрения претензий и споров, таких как альтернативное разрешение споров (ADR) и онлайн-разрешение споров (ODR), которые значительно ускоряют процесс рассмотрения жалоб и снижают его стоимость для потребителей.

Таким образом, деятельность ОЭСР в области защиты прав потребителей в цифровую эпоху способствует формированию глобальных стандартов и практик, направленных на развитие безопасной и прозрачной электронной коммерции, повышение уровня доверия потребителей и эффективное разрешение трансграничных споров. Эти шаги играют важную роль в адаптации правовой системы к изменениям, вызванным цифровыми технологиями, и укрепляют основы международной торговли.

Современное международное законодательство о защите прав потребителей представляет собой комплексную систему, обеспечивающую широкий спектр прав, включая защиту от недобросовестной рекламы, мошенничества, использование данных и обеспечение безопасных условий торговли. Основное внимание уделяется адаптации к современным вызовам, связанным с цифровыми технологиями, глобальной торговлей и устойчивым развитием, обеспечивая высокие стандарты защиты для всех категорий потребителей.

## **Глава 3 Проблемы защиты прав потребителей в Российской Федерации и в иностранных государствах**

### **3.1 Современные проблемы защиты прав потребителей в Российской Федерации и за рубежом: сравнительный анализ**

«Защита прав потребителей действительно является одной из важнейших составляющих правовой системы каждого государства, направленной на обеспечение справедливых и безопасных условий для граждан при покупке товаров и услуг. Различия в уровне и механизмах защиты прав потребителей между странами и даже регионами обусловлены историческими, экономическими и культурными факторами, а также особенностями законодательных систем» [4].

В некоторых странах, таких как США и государства ЕС, законодательно установлены строгие меры, направленные на обеспечение потребительской безопасности. В ЕС действует директива о правах потребителей, которая обязывает продавцов предоставлять четкую информацию о товарах и услугах, и дает покупателю право на возврат товара в течение определенного срока. В США значительное внимание уделяется защите личных данных и предотвращению недобросовестных и мошеннических действий.

В России, как и в других странах, действует законодательство, защищающее права потребителей, которое предоставляет определенные права на возврат товаров, гарантийное обслуживание и защиту от недобросовестной рекламы.

Однако в зависимости от географического положения уровень реализации этих прав может варьироваться. В отдаленных регионах доступ к некоторым защитным механизмам может быть ограничен из-за удаленности государственных органов и сложности обращения в суды.

Такие различия подчеркивают важность гибкости и адаптации законодательства для различных условий, а также необходимость повышения правовой грамотности потребителей.

«Одной из важных проблем остается недостаточное качество товаров и услуг, что объясняется отсутствием жестких требований и стандартов для их производства и оказания, а также слабой системой контроля качества. Эта ситуация усугубляется нехваткой профессиональных экспертов в сфере технического регулирования и недостаточной ответственностью производителей и поставщиков за товары и услуги ненадлежащего качества» [26].

Одной из существенных проблем в сфере защиты прав потребителей в Российской Федерации является недостаточный уровень информированности граждан о предоставленных им правах. Многие потребители не обладают необходимыми знаниями о «содержании своих прав, механизмах их защиты и порядке обращения в соответствующие инстанции при их нарушении. Такая ситуация во многом обусловлена ограниченной доступностью информации: образовательные и информационные кампании, направленные на повышение правовой грамотности граждан в области защиты прав потребителей, не охватывают широкие слои населения, а бесплатные юридические консультации для потребителей не всегда находятся в открытом доступе» [17].

Этот пробел сказывается на способности граждан защищать свои интересы и способствует недостаточной активности в случае нарушения их прав. Отсутствие должного уровня правовой осведомленности ограничивает эффективность существующих механизмов защиты, что, в свою очередь, снижает общий уровень доверия потребителей к системе правового регулирования.

«В Европейском Союзе создана комплексная и эффективная система защиты прав потребителей, в основе которой лежит доступное информирование граждан. Руководство по правам потребителей ЕС —

важный документ, предоставляющий информацию о правах граждан в различных ситуациях, включая приобретение товаров, возвраты и гарантии. Данный документ также содержит инструкции по защите прав потребителей и помогает сориентироваться, куда можно обратиться за поддержкой в случае нарушения» [4].

В Европейском союзе функционирует разветвленная сеть организаций, направленных на защиту прав потребителей, включая Европейский центр потребителей (ECC-Net) и Европейское бюро потребительских союзов (BEUC). Эти структуры предоставляют гражданам бесплатные консультации и оказывают правовую поддержку. Основной их компетенцией является информирование населения о правах потребителей, а также содействие в разрешении споров, возникающих в связи с приобретением некачественных товаров или оказанием услуг ненадлежащего качества. Благодаря деятельности данных организаций потребители могут оперативно и эффективно защищать свои интересы, сводя к минимуму временные и финансовые затраты.

В России функционирует система защиты прав потребителей, представленная как государственными, так и общественными организациями. Важнейшую роль в защите потребительских интересов играет Роспотребнадзор и его региональные представительства, которые не только регулируют деятельность на рынке товаров и услуг, но и ведут мониторинг качества продукции, рассматривают жалобы граждан и обеспечивают соблюдение законодательства. Роспотребнадзор также проводит проверки на предприятиях, чтобы выявить возможные нарушения прав потребителей.

Правовую основу всей системы защиты прав потребителей составляет Федеральный закон «О защите прав потребителей», который «определяет не только права и обязанности потребителей и продавцов, но и детально регулирует порядок урегулирования споров и ответственности продавцов за предоставление некачественных товаров или услуг. Современное

законодательство устанавливает основные права потребителей на безопасные, качественные товары и услуги, а также определяет порядок возврата и обмена продукции, что обеспечивает основу для разрешения потребительских споров» [4].

Проводя сравнительный анализ систем защиты прав потребителей в России и за рубежом, следует отметить, что большинство государств на высоком уровне защищает права и интересы потребителей, выстраивает эффективные механизмы регулирования в данной области.

Важно отметить, что Европейский союз и США делают акцент на информированности потребителей о защите своих прав и обязанностях.

«В Европейском союзе существует ряд законодательных актов, направленных на защиту прав потребителей, таких как Директива ЕС о правах потребителей и Закон о защите прав потребителей. В США есть Федеральная комиссия по торговле (FTC), которая регулирует рынок и защищает интересы потребителей. В Европейском союзе и США действует принцип «нулевой дефектности», который подразумевает, что товары должны соответствовать высоким стандартам качества и безопасности, и, если это не так, потребитель имеет право на замену товара или возврат денег» [32].

В Европейском Союзе система единого рынка предоставляет потребителям возможность свободно покупать товары и услуги во всех странах-членах, благодаря чему они могут выбирать выгодные предложения по цене и качеству. Такой рынок основан на четырех основных принципах:

- свободе передвижения людей;
- свободе передвижения товаров;
- свободе передвижения услуг;
- свободе передвижения капитала.

Реализация данных принципов позволяет устранить многие барьеры между странами ЕС. Например, граждане могут легко покупать товары онлайн в других странах, не сталкиваясь с таможенными пошлинами и

другими ограничениями, которые обычно применяются при трансграничной торговле.

Система единого рынка также усиливает конкуренцию среди производителей и поставщиков услуг, поскольку компании должны предлагать конкурентоспособные цены и качество продукции, чтобы выдержать борьбу на едином рынке. Это стимулирует компании к улучшению стандартов качества и внедрению инноваций, что выгодно влияет на потребителей и экономику в целом. Качество товаров и услуг повышается, так как европейские компании стремятся соответствовать высоким стандартам, установленным в ЕС, что также помогает защищать потребителей от небезопасной или некачественной продукции.

Кроме того, функционирование единого рынка поддерживается рядом нормативных документов и организаций ЕС, таких как Европейская комиссия и Европейский комитет по стандартизации, которые обеспечивают единые стандарты и права для всех потребителей на территории Союза, создавая дополнительный уровень защиты и комфорта для них.

«Российские законы не всегда эффективно реализуются на практике. Например, процесс возврата товара, представляющего угрозу для жизни или здоровья, зачастую затягивается на неопределенный срок, а компенсации потребителям нередко выплачиваются частично или с задержками» [34].

Например, Роспотребнадзор, главный государственный орган по защите потребительских прав, осуществляет контроль за качеством продуктов питания, товаров бытовой химии и других категорий продукции, обеспечивая соблюдение санитарных и гигиенических норм. Он может вмешиваться в случае выявления угрозы здоровью потребителей, налагая санкции на нарушителей и организуя кампании по информированию потребителей.

Роскачество, другая значимая организация, фокусируется на аккредитации и сертификации продукции, проводит независимые исследования качества товаров и услуг и публикует свои результаты. Его

деятельность направлена на помощь потребителям в выборе безопасной и качественной продукции, а также на повышение стандартов среди производителей.

Несмотря на эти усилия, проблемы в сфере защиты прав потребителей все же остаются актуальными. Часто это связано с недостаточно эффективным исполнением законов на практике: задержки в рассмотрении жалоб, затрудненный доступ к процедурам возврата товаров и недостаточные выплаты компенсаций за нанесенный ущерб являются распространенными проблемами. Потребители также сталкиваются с ограниченным доступом к бесплатной юридической поддержке, что может затруднять защиту их прав, особенно в случаях с крупными нарушениями со стороны продавцов или производителей.

Быстрое развитие информационных систем и появление в сети «Интернет» массы торговых площадок, возникает проблема регулирования такого рода торговли, что в свою очередь порождает все новые и новые мошеннические схемы обмана потребителя, использование в недобросовестных целях личных и персональных данных.

«В ряде зарубежных стран, защита прав потребителей имеет более развитую структуру. Например, в Европейском Союзе существует механизм коллективных исков, который дает возможность группам потребителей совместно отстаивать свои права в случае массовых нарушений, таких как некачественные товары или услуги» [36]. Эта система позволяет добиваться справедливой компенсации и повышает ответственность производителей.

В Соединенных Штатах широко применяется механизм коллективных исков, который дополняет федеральное законодательство в сфере защиты прав потребителей. Нормативные акты охватывают такие направления, как обеспечение безопасности товаров, регулирование добросовестной рекламы и защита персональных данных. Этот подход позволяет эффективно рассматривать массовые претензии, предоставляя гражданам дополнительные инструменты для защиты своих прав и содействуя

оперативному урегулированию споров в интересах широкого круга потребителей.

Кроме того, в некоторых странах «потребители имеют возможность обращаться за помощью к специальным некоммерческим организациям, которые защищают права потребителей» [17]. Например, в Великобритании существует организация Citizens Advice, которая предоставляет консультации и помощь потребителям в решении проблем с продукцией и услугами.

«Несмотря на существующие сложности в защите прав потребителей в России, государство предпринимает меры по улучшению этой сферы. Например, был разработан законопроект № 1138398-7, который вносит изменения в Закон РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей» и Федеральный закон «Об альтернативной процедуре урегулирования споров с участием посредника (процедуре медиации)». Основной целью законопроекта является создание правовой базы для использования онлайн-платформ для досудебного урегулирования потребительских споров» [17].

В США, права потребителей закреплены в ряде законов, включая Федеральный закон о защите прав потребителей (Consumer Protection Act) [44], «Закон об упаковке и маркировке товаров (Packaging and Labeling Act) и Закон о безопасности продукции (Product Safety Act). Особенностью законодательства США является то, что оно регулирует не только отношения между продавцами и потребителями, но и между производителями и потребителями. Например, Закон о безопасности продукции устанавливает требования к безопасности товаров и обязывает производителей информировать потребителей о возможных опасностях, связанных с использованием товаров» [44].

Кроме того, «в США существует механизм классовых исков, позволяющий нескольким потребителям объединиться и подать иск против компании, которая нарушает их права. В США также существует множество некоммерческих организаций, которые занимаются защитой прав

потребителей. Одна из самых известных организаций – это Американская ассоциация защиты прав потребителей (Consumer Reports), которая проводит тестирование товаров и услуг и выступает в защиту прав потребителей в суде» [24].

«Европейский союз также активно занимается защитой прав потребителей. В ЕС существует ряд законодательных актов, которые регулируют отношения между потребителями и предпринимателями. Например, Директива ЕС о правах потребителей устанавливает минимальный набор прав потребителей, которые должны быть обеспечены во всех странах ЕС. Кроме того, в ЕС существует механизм рассмотрения жалоб потребителей на предприятия, осуществляющие деятельность в рамках европейского рынка» [31].

Например, «Европейский центр потребительских прав (BEUC) представляет интересы потребителей на уровне ЕС и национальных правительств. Кроме того, в каждой стране ЕС существуют национальные организации защиты прав потребителей, которые предоставляют консультации и помощь потребителям в случае нарушения их прав. Можно сказать, что Европейский союз уделяет большое внимание защите прав потребителей, и механизмы защиты прав в ЕС являются одними из наиболее развитых в мире» [19].

Таким образом, следует отметить, что защита прав потребителей представляет собой важную проблему, как в России, так и за рубежом. Каждое государство имеет свои уникальные аспекты в этой сфере, но все они нацелены на создание условий, обеспечивающих высокий уровень защиты прав граждан и комфортные, безопасные условия жизни.

В зарубежных странах защита прав потребителей осуществляется через комплексное законодательство, а также при поддержке некоммерческих организаций, которые занимаются просвещением и защитой интересов граждан. Государственные органы контроля и надзора играют активную роль в обеспечении соблюдения законов и стандартов, направленных на защиту

потребителей. Таким образом, защита прав потребителей является важным элементом социально-экономической политики в большинстве стран и требует постоянного внимания и совершенствования со стороны как государственных, так и частных структур.

### **3.2 Отдельные проблемные аспекты в области защиты прав потребителей в России и за рубежом при продаже товаров дистанционным способом**

Как уже отмечалось выше, система защиты прав потребителей в Российской Федерации заключается в первую очередь в Конституции, нормы которой являются основополагающими для отраслевых норм и действуют на всей территории РФ. В частности, в Конституции закреплено «человек имеет право на жизнь, на образование, медицинскую помощь, охрану здоровья, все это подразумевает, что все товары и услуги, представляемые населению, не должны вредить жизни и здоровью» [15]. Таким образом, гражданин, имеет право на получение качественных услуг и товаров, а также на получение достоверной информации о таких товарах и услугах. При этом приобретаемые товары и услуги должны соответствовать нормам безопасности.

«Необходимо отметить, что потребитель – это любой человек, приобретающий какой-либо товар, заказывающий работу ли получающий услугу для личного пользования, то есть не с целью получения прибыли или в рамках осуществления предпринимательской деятельности» [16].

Более конкретное регулирование между потребителем продавцом, а также иными участниками правоотношений, осуществляется в соответствии с Федеральным Законом «О защите прав потребителей».

«Отношения между продавцом или лицом, оказывающим услуги и покупателем – это отношения договорного характера, то есть что право потребителя порождает обязанность продавца. Именно поэтому структура

анализируемого нами закона выстроена так, что обязанности продавца или производителя услуг вытекают из прав потребителя, то есть нормами закона устанавливаются определенные стандарты продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, основное назначение которых заключается в обеспечение приправ потребителя» [16].

Другим кодифицированным источником регулирования правоотношений продавца и покупателя регулируются Гражданским кодексом РФ.

Отдельные виды товаров и услуг подчиняются требованиям Правительства РФ.

Так, к примеру, «нормы ГК РФ содержит наиболее общие нормы, регулирующие общественные отношения, а также содержит правила, обращенные к ключевым видам общественных отношений» [10].

Следует обратить внимание на дистанционные продажи товаров, которые осуществляются через интернет-магазины или маркетплейсы. «Дистанционные продажи регулируются так же еще нормами Постановления Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463» [3], где установлены общие правила продажи по договору розничной купли-продажи товаров при дистанционном способе продажи.

Так же «правила дистанционной торговли через сеть интернет установлены в ГОСТе Р 57489-2017 Руководство по добросовестной практике продажи товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет» [14]. Необходимо отметить, что положения данного ГОСТа имеют рекомендательный характер

В настоящее время Российское национальное законодательство весьма тщательно регулирует правоотношения, возникающие в рамках потребительства.

«Способы защиты нарушенных прав представляют собой совокупность мер, направленных на эффективное обеспечение прав участников правоотношений и их восстановление в случае нарушения. Эти меры

включают в себя различные правовые механизмы, направленные на восстановление законных интересов, пресечение неправомерных действий и возмещение убытков, возникших вследствие нарушения прав»[18].

Защита прав потребителей при данном виде торговли предусмотрена в ст. 26.1 ФЗ «О защите прав потребителей». В данной статье «под дистанционным способом купли-продажи понимается заключение договора купли-продажи на основании ознакомления покупателя с товаром по образцам в буклетах, каталогах, средств связи и т.д.» [10].

Дистанционная продажа подразумевает любую форму реализации товара, при которой покупатель лишен возможности лично осмотреть и оценить его перед покупкой. Все взаимодействие происходит удаленно, через электронные платформы, каталоги или иные средства связи, без физического контакта с товаром.

В последнее время масштабы онлайн-торговли значительно увеличились, особенно в условиях пандемии. Несмотря на последующее снятие ограничений для розничных магазинов, этот рост продолжает набирать обороты, подтверждая устойчивую тенденцию к активному использованию дистанционных покупок.

Только в 2021 году «объём рынка Интернет-торговли в нашей стране составил 1700 млн. заказов на общую сумму 4,1 трлн. рублей. Прирост заказов составил рекордные 104%, а объем продаж в рублях вырос на 52%» [14]. Основной канал дистанционных продаж в 2021 году – это интернет-магазины, осуществляющие «B2C-торговлю, на долю которых пришлось более 60% продаж на рынке онлайн-торговли, но при этом необходимо отметить стремительный рост продаж в сегменте специализированных маркетплейсов, таких как Ozon, WB, AliExpress, «Яндекс.Маркет» и др., а так же необходимо отметить рост продаж через сервисы экспресс-доставки («Самокат», «Сбермаркет», сервисы «Яндекс», iGoods)» [29].

«Постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 были введены новые правила продажи товаров в розницу, отличие из от старых,

регулируемых нормами Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 № 612, том, что они учитывают особенности интернет-торговли» [19].

Новые правила дистанционной торговли отражают сложившуюся практику взаимодействия между продавцами и покупателями, закрепляя правовые аспекты, которые ранее регулировались на уровне отдельных договоров или прецедентов. Эти изменения охватывают не только права потребителей, но и расширяют защиту прав продавцов, обеспечивая справедливые условия для обеих сторон.

Для потребителей новые правила усиливают защиту при дистанционной покупке, уточняя требования к предоставлению информации о товаре, срокам возврата, гарантиям и механизмам компенсации в случае нарушения прав. Продавцы же получают четкие инструкции по оформлению договоров, срокам доставки и возврата товаров, что снижает риски правовых споров и повышает прозрачность сделок.

«Особенность же дистанционной торговли заключается в том, что покупатель оплачивает товар не видя его, а лишь ознакомившись с ним по описанию продавца. Конечно же, это порождает большее количество спорных моментов, чем при прямых продажах» [18].

Правоприменительная практика свидетельствует о том, что «в первую очередь учитываются интересы потребителей. Если покупатель докажет обоснованность оснований для возврата товара, приобретённого дистанционно, а продавец отказывается вернуть деньги и принять товар обратно, то покупать может обратиться с претензией к продавцу в суд. Но для этого необходимо наличие документальных доказательств факта купли-продажи, а также отказа продавца выполнить условия покупателя» [18].

Как показывает практика, «продавцы, осуществляющие торговлю дистанционно, зачастую с целью оптимизации своих торговых процессов вводят необычные условия торговли, нарушающие при этом права покупателей. Одним из таких нарушений является установление минимальной суммы покупки. в качестве примера можно привести

Постановление Седьмого арбитражного апелляционного суда от 15.07.2020 № 07АП-3308/2020 по делу № А45-42605/2019» [27].

«Суть дела заключалась в том, что интернет аптека установила минимальный порог для покупки в 500 рублей. а покупателю был необходим товар на меньшую сумму. Потребитель подал жалобу в суд на ущемление его прав, обосновав это тем, что на навязывание дополнительных товаров привело к «подорожанию» одних товаров за счет других. Суд исковое заявление истца удовлетворил, но продавец обошелся предупреждением, хотя нарушение правил продажи и товаров может быть наказано и штрафом от 10 до 30 тыс. рублей. В качестве другого примера можно привести пример, когда продавец на своем сайте указал, что при отмене заказа с платной доставкой ее стоимость удержат с покупателя, при этом статус заказа роли не играет. истица оформила заказ, но через 1 минуту отменила его, но при этом задолженность по доставке у нее осталась. Суд отменил задолженность истицы и назначил продавцу штраф в размере 40 тыс. рублей» [35].

Современное законодательство стремится к улучшению правового регулирования в сфере электронной торговли, создавая сбалансированные условия для взаимодействия сторон и минимизируя возможности для злоупотреблений.

В условиях стремительного развития технологий и цифровизации экономики меняются не только способы предоставления услуг и продажи товаров, но и способы взаимодействия с потребителями. Это ведет к появлению новых вызовов в защите прав потребителей.

Расширение способов продажи и оказания услуг происходит посредством онлайн-торговли: Быстрый рост электронной коммерции значительно изменил рынок. Сегодня потребители покупают товары через различные платформы, мобильные приложения и социальные сети. С развитием таких способов продажи возникли новые виды нарушений, включая недостаточное информирование покупателей, проблемы с возвратом

товаров и злоупотребления со стороны продавцов, работающих без юридических гарантий.

Также набирают популярность услуги через цифровые платформы. Сервисы, такие как аренда жилья, такси и доставка еды, которые предоставляются через онлайн-платформы, добавили новые сложности.

Например, трудности с возвратом средств или компенсацией при недобросовестном оказании услуги, проблема с ложными отзывами или некорректной информацией о качестве услуги.

Кроме того, потребитель весьма часто, перед покупкой товара через интернет-магазин пользуется информацией, размещенной другими покупателями – отзывы о товаре. Однако, следует указать на острую проблему в данном аспекте. Так как модераторы в таких интернет-магазинах размещают лишь положительные отзывы, исключая негативные, с целью повысить уровень продаж того или иного товара. Кроме того, продавцы маркетплейсов поощряют различным способом (начисление баллов, кэшбэк, дополнительные товары) покупателей, которые оставляют положительные отзывы. Данную проблему необходимо решать комплексно, то есть не только совершенствовать законодательство в этой области, но и разрабатывать информационные технологии, которые бы блокировали информацию, предоставленную некорректным образом или с одного и того же аккаунта.

Использование искусственного интеллекта и автоматизации также играет роль на формирование рынка товаров и услуг на интернет платформах. Автоматизированные системы и чат-боты, используемые для взаимодействия с клиентами, иногда приводят к недостаточной защите прав потребителей, особенно в вопросах быстрого решения споров и возврата средств.

Вместе с тем, возрастает риск воспользоваться сайтами – клонами, которые создаются мошенниками. Появились фальшивые интернет-магазины, схемы поддельных акций и другие формы обмана, которые затрудняют защиту прав потребителей, особенно при международных

покупках. Кроме того, в связи с необходимостью предоставлять личные данные при онлайн-покупках и использовании услуг, потребители сталкиваются с угрозой утечки данных и мошеннического использования их личной информации.

В связи с глобализацией торговли и услуг, возникает проблема с возвратом товаров из-за рубежа, а также с разрешением споров, связанных с международными продавцами, которые могут не подчиняться законодательству страны потребителя.

Таким образом, технический прогресс, расширяя возможности предоставления услуг и торговли, приводит к появлению новых форм нарушений прав потребителей, которые требуют адаптации существующего законодательства и механизмов защиты.

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что, несмотря на достаточно высокий уровень правового регулирования розничной торговли в России, в области дистанционной торговли остаются значительные пробелы. Эти пробелы связаны с тем, что за последние годы возникло множество новых видов дистанционных торговых платформ и моделей продаж, которые законодательство просто не успевает оперативно охватывать и регулировать. Быстрое развитие технологий и способов предоставления товаров и услуг требует гибкого и более оперативного подхода к обновлению правовых норм, чтобы обеспечивать адекватную защиту интересов всех участников дистанционной торговли.

Сравнительный анализ, проводимый в рамках настоящей работы позволяет нам обратиться к исследованию проблем, связанных с дистанционной торговлей товаров и предоставлением услуг через информационно-коммуникационные сети интернет за рубежом.

Проблемы защиты прав потребителей за рубежом также являются актуальными, в том числе интернет торговли. Следует отметить, что особый акцент в правилах, регулирующие данные отношения касаются предоставления информации покупателю о товаре или услуге. Таким

образом, предоставление достоверной информации является ключевым аспектом при заключении сделок. «В соответствии со специальным правилом, в случае невыполнения информационных обязательств, которые касаются дополнительных оплат, стоимость расходов может быть возложена на продавца» [20], [38].

Потребитель, согласно праву Европейского Союза, — «это физическое лицо, которое при заключении контракта действует в интересах удовлетворения его личных, бытовых нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности» [21].

«Праву потребителей получать интересующую их информацию, в том числе и до момента заключения договора, посвящаются положения как потребительских программ Союза, актов вторичного права, так и учредительных договоров» [8], [40].

В Европе действует «Директива 2011/83/ЕС от 25.10.2011 о правах потребителей имеет целью обобщить и согласовать требования в сфере предоставления информации. И Директива 97/66/ЕС от 15.12.1997, регламентирующая ряд вопросов, связанных с использованием персональных данных и защитой неприкосновенности частной жизни в области телекоммуникаций» [41] [42].

В соответствии со ст. 5 и 6 Директивы о правах потребителей, «вся информация должна предоставляться в ясном и доступном для восприятия виде, причем данное требование относится и к условиям договора, и к любым другим сведениям, имеющим значение для покупателя» [39], [7].

«Статьи данной Директивы содержат, например, требования о том, что коммерческая коммуникация должна быть четко определяема как таковая; рекламные предложения такие как, например, скидки, премии и подарки должны быть четко идентифицируемы как таковые, а условия, которым необходимо удовлетворять в рекламном предложении, должны быть легко достижимы и быть представлены ясно и однозначно; конкурсы или игры

должны быть четко идентифицируемы как таковые, а условия участия должны быть легко достижимы и представлены четко и однозначно» [43].

Директива ЕС о защите прав потребителей, которая устанавливает 14-дневный период для возврата товаров, купленных дистанционно. Однако между странами существуют различия в стандартах защиты прав потребителей, что вызывает сложности в международной торговле. Покупатели из стран с менее жесткими законами могут сталкиваться с проблемами при возврате товаров или подаче жалоб. На этом основании необходима интеграция законодательства на всей территории Европы.

В условиях растущей международной торговли, потребители часто сталкиваются с контрафактной продукцией. Онлайн-платформы борются с этим явлением, однако борьба с фальшивками часто остается неэффективной, и многие потребители за рубежом сталкиваются с проблемой возврата таких товаров или компенсации ущерба.

В ряде стран, таких как США и Канада, существует проблема с прозрачностью условий доставки и возврата. Потребители часто жалуются на недостоверную информацию о сроках доставки и стоимости возврата, что приводит к финансовым потерям.

На территории Китая, в настоящее время интернет покупки сопровождаются подарками, таким образом, продавцы привлекают внимание к новым товарам. Такая политика оказывает лучший экономический эффект чем классическая реклама. Отмечается, что товары, которые передавались потребителям, как подарки, возрастают в продажах, чем вызывают экономический эффект.

Различные подходы в регулировании интернет торговли развивается весьма интенсивно, законодательство реагирует на новые способы торговли, а опыт зарубежных стран перенимается быстро и также быстро адаптируется к современным реалиям.

Следует отметить, что основными проблемами за рубежом является информация, предоставляемая потребителям, которая, в соответствии с

директивами должна предоставляться в полном объеме, предоставляться характеристика товара или услуги. Кроме того, при приобретении товара дистанционным способом, потребитель предоставляет о себе персональные данные, которые подлежат обработке. Опасность заключается в том, что персональные данные потребителя могут быть использованы ненадлежащим образом. В процессе дистанционной покупки информация, такая как имя, адрес, контактные данные и платежные реквизиты, предоставляется продавцу и может попасть в руки третьих лиц. Это может привести к рискам утечки информации, мошенничеству и злоупотреблению данными.

Кроме того, несмотря на существующие законы, не все компании обеспечивают должную защиту данных, а некоторые могут использовать собранные сведения в коммерческих целях без согласия потребителя. Недобросовестные продавцы могут передавать данные рекламным агентствам, что приводит к спаму или, в худшем случае, к кражам персональных данных для финансовых махинаций.

Как в России, так и за рубежом, основными проблемами остаются недостаточный контроль за информацией о товарах, сложность в возврате и обмене, а также неравномерная защита прав при международных покупках. Улучшение правоприменительных механизмов и гармонизация законодательства в сфере дистанционной торговли остаются важными направлениями для обеспечения защиты прав потребителей.

## **Заключение**

Подводя итог проведенной работе, следует отметить важные аспекты развития, становления и опыт различных стран защиты прав потребителей.

Права человека и гражданина представляют собой сложное и многогранное явление, которое охватывает широкий спектр прав и свобод, обеспечивающих достоинство, безопасность и свободу каждого человека. Одним из аспектов, остающихся недостаточно исследованным, является защита прав потребителей

Становление законодательства в области защиты прав потребителей прошло сложный и вместе с тем интересный путь развития.

В целом, законодательство о защите прав потребителей в мировом масштабе прошло долгий путь развития: от отдельных законов, защищающих от мошенничества и опасных продуктов, до комплексных правовых систем, регулирующих широкий спектр вопросов, включая электронную торговлю и защиту данных. В каждой стране законодательство отличается своими особенностями, однако большинство из них основываются на международных стандартах и лучших практиках, выработанных за десятилетия.

Россия также является важным субъектом в современном мире, которая выступает в защиту прав потребителей в различных сегментах регулирования данного вопроса.

Глобализация, развитие информационно-коммуникационных систем, интернета, создает почву для развития торговых и экономических площадок. Современный мир не возможно представить без интернет – магазинов, онлайн банков, приложений с экономическими и биржевыми продуктами, но все это необходимо регулировать на законодательном уровне. В связи с этим, разрабатываются и принимаются все новые и новые законодательные акты, призванные регулировать данный вид правоотношений.

Возникают различные направления торговой и предпринимательской деятельности в цифровом формате, вместе с тем, возрастают и риски недобросовестных предпринимателей, пользующиеся техническим прогрессом создают магазины – клоны, с целью получения прибыли незаконным путем, путем обмана и мошеннических действий. Потребителю, в данной ситуации следует относиться к покупкам товаров или услуг весьма внимательно, что бы не быть участником недобросовестных действий, в противном случае, восстановление прав и интересов будет сложен или невозможен.

Деятельность многих государств, в настоящее время, направлено на адаптацию к современным вызовам, связанным с цифровыми технологиями, глобальной торговлей и устойчивым развитием, обеспечивая высокие стандарты защиты для всех категорий потребителей.

В России защита прав потребителей поддерживается несколькими государственными и общественными организациями, каждая из которых играет важную роль в различных аспектах этой защиты.

Например, Роспотребнадзор, главный государственный орган по защите потребительских прав, осуществляет контроль за качеством продуктов питания, товаров бытовой химии и других категорий продукции, обеспечивая соблюдение санитарных и гигиенических норм. Он может вмешиваться в случае выявления угрозы здоровью потребителей, налагая санкции на нарушителей и организуя кампании по информированию потребителей.

Роскачество, другая значимая организация, фокусируется на аккредитации и сертификации продукции, проводит независимые исследования качества товаров и услуг и публикует свои результаты. Его деятельность направлена на помощь потребителям в выборе безопасной и качественной продукции, а также на повышение стандартов среди производителей.

В зарубежных странах защита прав потребителей осуществляется через комплексное законодательство, а также при поддержке некоммерческих организаций, которые занимаются просвещением и защитой интересов граждан. Государственные органы контроля и надзора играют активную роль в обеспечении соблюдения законов и стандартов, направленных на защиту потребителей. Таким образом, защита прав потребителей является важным элементом социально-экономической политики в большинстве стран и требует постоянного внимания и совершенствования со стороны как государственных, так и частных структур.

Следует отметить, что основными проблемами за рубежом является информация, предоставляемая потребителям, которая, в соответствии с директивами должна предоставляться в полном объеме, предоставляться характеристика товара или услуги.

Кроме того, при приобретении товара дистанционным способом, потребитель предоставляет о себе персональные данные, которые подлежат обработке. Опасность заключается в том, что персональные данные потребителя могут быть использованы ненадлежащим образом.

В процессе дистанционной покупки информация, такая как имя, адрес, контактные данные и платежные реквизиты, предоставляется продавцу и может попасть в руки третьих лиц. Это может привести к рискам утечки информации, мошенничеству и злоупотреблению данными.

Создание клонов — сайтов, внешне напоминающих настоящие торговые или сервисные площадки, представляет серьезную опасность для потребителей. Эти фальшивые сайты, также называемые фишинговыми, используются злоумышленниками для получения персональных данных, включая финансовую информацию, и часто трудно отличимые от подлинных ресурсов. Клонирование сайтов — серьезная угроза, и потребителям следует подходить с осторожностью к онлайн-покупкам, чтобы защитить свои финансовые и личные данные.

Например, получив доступ к финансовым данным, злоумышленники могут использовать их для несанкционированных транзакций и других преступных действий в отношении потребителя. Кроме того, личные данные могут быть использованы для составления «профилей-клонов» потребителей, которые затем могут быть проданы рекламодателям или другим компаниям для целевого маркетинга без разрешения.

Таким образом, необходимость защиты персональных данных при дистанционных покупках особенно важна, и требует от продавцов применения надежных мер защиты информации, а от законодателя — чётких норм, регулирующих права потребителей и обязанности продавцов. В тоже время необходимо гарантировать защиту информации, которая осуществляться при помощи технических и цифровых средств.

Как в России, так и за рубежом, основными проблемами остаются недостаточный контроль за информацией о товарах, сложность в возврате и обмене, а также неравномерная защита прав при международных покупках. Улучшение правоприменительных механизмов и гармонизация законодательства в сфере дистанционной торговли остаются важными направлениями для обеспечения защиты прав потребителей.

## Список используемой литературы и используемых источников

1. Артикул воинский // Российское законодательство X-XX веков. Т.4 / отв. ред. А.Г. Маньков. – М.: Юрид. лит., 1986., с. 364 1
2. Всеобщая история государства и права / Под ред. К. И. Батыра. – М.: Былина, 1995. – С. 98–99.
3. ГОСТ Р 57489-2017 Руководство по добросовестной практике продажи товаров дистанционным способом с использованием сети Интернет // Справочная правовая система «Консультант плюс»
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 5. – Ст. 410. 9
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 25.02.2022) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301. 8
6. Дигесты Юстиниана. Избранные фрагменты в переводе и с примечаниями И. С. Перетерского. – М.: Наука, 1984. – С. 293, 300, 302., с. 300
7. Директива 2000/31/ЕС о некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности об электронной коммерции (Директива об электронной коммерции). Ст. 7 // ОJ L 178. 17.07.2000. Р. 1
8. Договор о функционировании Европейского Союза. Ст. 169, § 1
9. Закон Европейского Союза от 22.05.2019 № 2019/881 «Об интернетторговле и изменении директив Европейского Союза о защите потребителей и о некоторых других законах» [Электронный ресурс]. URL: <https://eurlex.europa.eu/legal-content/>
10. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-I (ред. от 11.06.2021) «О защите прав потребителей» // Российская газета, 7 апреля 1992 г. 7
11. Законодательство Петра I. – М.: Юрид. лит, 1997., с. 364, с. 364 2

12. Законы Вавилонии, Ассирии и Хеттского царства. Перевод и комментарий под ред. И. М. Дьякова // Вестн. Древней истории. – 1952. – № 3. – С. 254, 258
13. Иванова Т.М. История становления и развития института защиты прав потребителей за рубежом // Юридические науки <https://cyberleninka.ru/article/n/istoriya-stanovleniya-i-razvitiya-instituta-zaschity-prav-potrebiteley-za-rubezhom>
14. Интернет-торговля в России 2021 [Электронный ресурс] – URL: [https://datainsight.ru/eCommerce\\_2021](https://datainsight.ru/eCommerce_2021)
15. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // СПС Консультант плюс 10
16. Липка Д.В. Проблемы защиты прав потребителей при дистанционной покупке // Закон и Власть №2. 2022.
17. Марченко Л.Н. Защита прав потребителей в России и Европейском Союзе / Л.Н. Марченко // Журнал международного права и международных отношений. – 2018. – Т. 8. – № 1. – С. 119-127
18. Мухаметгалиева М.Н. Источники правового регулирования защиты прав потребителей на территории Российской Федерации // Вестник науки. – 2020. – Т. 4. – № 3 (24). – С. 17. 4
19. Науджина Е.В. Исторический аспект становления защиты прав потребителей в России: Режим доступа: <https://www.sovremennoepravo.ru/> 5
20. Некотенева М. В Электронная коммерция и некоторые особенности защиты прав потребителей в соответствии с правом ЕС // Сравнительно-правовые исследования COMPARATIVE STUDIES № 11 (156)2019 г.
21. Некотенева М. В. Гл. 19 // Право Европейского Союза. Особенная часть : учебник для бакалавров / С. Ю. Кашкин ; отв. ред. С. Ю. Кашкин. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2019. Т. 2. С. 472.

22. Новицкий И. Б. Основы римского гражданского права. – М., 1960. – С. 176
23. Омельченко О. А. Всеобщая история государства и права: Учеб.: В 2 т. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Т. 2. – М.: ТОН-ПРИОР, 1999. – С. 192–195.
24. Отчет Международной ассоциации защиты прав потребителей (ICRT) «Защита прав потребителей в мире» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consumersinternational.org/>
25. Платон. Законы / Пер. с древнегреч.; общ. ред. А. Ф. Loseva, В. Ф. Асмуса, А. А. Тахо-Годи. – М.: Мысль, 1999. – С. 378, 383–384
26. Постановление Арбитражного суда Московского округа от 08.12.2020 № Ф05-16466/2020 по делу № А41-69947/2019 // Справочная правовая система «Консультант плюс»
27. Постановление Седьмого арбитражного апелляционного суда от 15.07.2020 № 07АП3308/2020 по делу N А45-42605/2019 // Справочная правовая система «Консультант плюс»
28. Резолюция Генеральной ассамблеи ООН №39/248 от 9 апреля 1985 г. // СПС Консультант плюс 11
29. Российский рынок e-commerce вырос на 34% в 2021 году [Электронный ресурс] – URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/rossiyskiyrynok-e-commerce-vyros-na-34-v-2021-godu/>
30. Рузанова В.Д. Гражданский кодекс РСФСР 1922 года: предпосылки принятия и преемственность правового регулирования. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/grazhdanskiy-kodeks-rsfsr-1922-goda-predposylki-prinyatiya-i-preemstvennost-pravovogo-regulirovaniya> 3
31. Руководство Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) «Защита прав потребителей в эпоху цифровой экономики» [Электронный ресурс]. URL: [http:// https://www.oecd.org/](http://https://www.oecd.org/)

32. Руководство Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) «Защита прав потребителей в эпоху цифровой экономики» [Электронный ресурс]. URL: [http://](http://www.oecd.org/) <https://www.oecd.org/>
33. Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
34. Федеральный закон РФ от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»
35. Федеральный закон РФ от 22 июня 1998 г. № 86-ФЗ «О лекарственных средствах»
36. Федеральный закон РФ от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании»
37. Федеральный закон РФ от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения»
38. Хрестоматия по всеобщей истории государства и права «Саксонское зеркало». / Сост. В. И. Садиков; Под ред. проф. З. М. Черниловского. – М.: Гардарики, 1996. – С.101
39. Чурочкина, О. С. Эволюция развития института защиты прав потребителей в России (исторический и нормативно-правовой аспекты) [Текст] / О. С. Чурочкина // Гражданское общество в России и за рубежом. 2013. № 4. С. 22-26 6
40. Consumer Protection Laws and Regulations USA 2024
41. DIRECTIVE (EU) 2019/1937 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 23 October 2019 on the protection of persons who report breaches of Union law
42. Electronic Commerce Law of the People's Republic of China
43. Smits J. Full Harmonization of Consumer Law? A Critique of the Draft Directive on Consumer Rights // European Review of Private Law. — 2010. — № 9. — Pp. 5—14

44. Under the FCRA, which restricts the use of information held by consumer reporting agencies, the term simply “means an individual”. 15 U.S.C. § 1681(a)–(c). The TCPA protects businesses as well as natural persons against telephone solicitation. 47 U.S.C. § 227.