**Опорный конспект лекций «Защита прав потребителя»**

**Лекция 1. История возникновения и развития института защиты прав потребителей**

Законодательство в области защиты прав потребителей возникло достаточно недавно (в ХХ в.), однако его отдельные элементы можно обнаружить в основных памятниках истории права. За основу была взята проблема взаимоотношений, возникающих между покупателем и продавцом, заказчиком и исполнителем.

Как известно, одним из древних способов торговли является публичный рынок (базар). Известны рынки в древних государствах — Китае, Вавилоне, Греции, Египте, Римской империи. Интересы потребителей на таких рынках отстаивались в свободном торге между покупателем и продавцом, но были защищены определенными обычаями.

Практически во всех сводах законов древних государств были определены нормы, защищающие интересы граждан как потребителей. Законы Хаммурапи, царя, правившего в Вавилонии в ХVIII в. до н. э., можно считать первым цельным изложением хозяйственного права, а несколько статей имели прямое отношение к интересам граждан Вавилонии как потребителей. Так, законы Хаммурапи регулировали кредитные отношения, качество товаров и услуг, ценообразование, а также устанавливали ответственность за продажу некачественных товаров.

Согласно римскому праву, продавец обязан был передать покупателю вещь в надлежащем состоянии по качеству. В случае, если вещь была передана в таком виде, «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».

Дхармашастра Ману («Законы Ману») (предположительное время их появления в Древней Индии – период между II в. до н. э. и II в. н. э.) также устанавливала, что продаваемый товар должен быть качественным, кроме того, предусматривалась возможность в течение десяти дней вернуть товар, в приобретении которого покупатель раскаивается.

Германское феодальное право также устанавливало ответственность за обман покупателей. Так, «Земское право» (первая из двух книг Саксонского зерцала (начало ХIII в.) в параграфе третьем статьи тринадцатой книги второй указывает, что за неверные меры и неверные весы, за обман в торговле (если это раскрывается) преступника следует повесить.

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 заключалась в конфискации предметов незаконной деятельности, а также наложении штрафа.

В Древнерусском государстве великий князь Владимир Святославич пожаловал церкви десятину с торгов. В уставных грамотах, особенно новгородских, встречаются указания о пошлинах за взвешивание товаров и другие услуги, шедших преимущественно в пользу церкви. Именно церковь, как наиболее уважаемое учреждение в то время, выступала в качестве хранителя эталонов меры и веса и вообще обеспечивала порядочность и добросовестность в метрологической службе, а следовательно, и в торговле.

Особый интерес представляет в Московском государстве середины ХVII в. царский Указ о корчмах, который посвящен борьбе с незаконным производством и торговлей спиртными напитками и табаком. В ст. З Указа говорится, что купцы, купившие вино в целях перепродажи, платят штрафы: впервые — по 2 руб., вторично — по 4 руб. купно с телесным наказанием (битьем кнутом на козле) и заключением в тюрьму на две недели.

Перемены в экономической жизни России во времена Петра I, и прежде всего развитие рыночных связей как внутри страны, так и с зарубежными государствами, отразились на правовом регулировании имущественных отношений. Договоры купли-продажи движимости в петровские времена «записывались», заключались если не при свидетелях, то с поручителями, которые удостоверяли, что вещь не краденая.

Впервые упоминание товарного знака в законодательстве России появилось в 1744 г., когда по предложению Мануфактур-коллегии был издан правительственный Указ об обязательном клеймении всех русских товаров особыми фабричными знаками, чтобы можно было их отличить друг от друга . Позднее, в 1830 г., в России был принят Закон «О товарных клеймах», которым предписывалось владельцам фабрик иметь прочные клейма для обозначения товаров. Он устанавливал уголовную ответственность за подделку чужого товарного клейма .

В 60—80 гг. ХIХ в. в США прошли первые кампании в целях защиты интересов потребителей от железнодорожных компаний, завышавших цены на перевозку пассажиров и грузов. В результате государство поставило под свой контроль железнодорожные тарифы и создало специальный орган — сенатскую Комиссию по торговле между штатами, В 1899 г. появилась Национальная лига потребителей, принимавшая активное участие в кампании по разгребанию грязи, в установлении общественного контроля за качеством пищевых продуктов и медикаментов.

В 1927 г. вышла в свет книга С. Чейза и Ф. Дж. Шлинка «Что стоят ваши деньги», ставшая бестселлером. В 1928 г. один из авторов стал создателем первой экспертной организации «Исследования для потребителей», из которой в 1936 г. выделился Союз потребителей США, являвшийся самой крупной организацией так называемого старого консьюмеризма. Эта экспертная организация в независимых лабораториях проверяла качество потребительских товаров, сообщал о результатах широкой общественности. Их главное внимание было сосредоточено на экспертной и просветительской деятельности потребителей.

В 30-х гг. ХХ в. для защиты потребительских прав в Америке, Англии, а позднее и в других странах стали создаваться лиги покупателей (прообраз нынешнего общества потребителей). Основной целью этих организаций было формирование потребительской культуры, оказание воздействия, как на изготовителей, так и на продавцов товаров. Для этого правление лиги составляло «белые списки» предпринимателей, соблюдающих определенные принципы во взаимоотношениях с потребителями. Это было стимулом для других торговцев.

После принятия в 1948 г. Генеральной Ассамблеей ООН Всеобщей декларации прав человека национальные ассоциации потребителей стали создаваться в других странах Европы. В 1960 г. пять национальных организаций потребителей из США, Англии, Бельгии, Нидерландов и Австрии создали Международную организацию союзов потребителей в целях объединения союзов потребителей всего мира.

**Лекция 2 Консюмеризм**

Говоря об истории возникновения защиты прав потребителей необходимо упомянуть о консюмеризме - общественном движении, направленном на обеспечение прав потребителей, одной из целей которого является регулирование деятельности производителей и продавцов товаров, а также других участников рынка.

В ХХ в. защита прав потребителей поднимается на качественно новый уровень. Консьюмеризм (консумеризм, консюмеризм) — это организованное общественное движение, ставящее своей целью расширение и защиту прав потребителей (покупателей). Термин происходит от consumer — потребитель.

Современное понятие «консьюмеризм» означает всемирное движение общественности и государственных органов в поддержку прав и возможностей потребителей в их отношениях с производителями и поставщиками товаров, работ, услуг. Защита потребительских прав – это составная часть защиты прав человека.

Консьюмеризм — деятельность конечных потребителей, направленная на защиту своих прав. Это понятие появилось в середине 60-х годов, придя на смену другому – «суверенитету потребителя». Консьюмеризм можно назвать своеобразным переходом от экономики производителей к экономике потребителей.

Как массовое явление движение потребителей получило свое распространение в 20 веке. В 1936 году был создан Союз потребителей, независимый от государства и бизнеса. Впервые в мировой истории в защиту прав потребителей выступил глава государства - президент США Дж.Ф. Кенеди, который заявил: "Потребители, по определению, это мы все. Потребители - это крупнейший экономический слой, который воздействует почти на любое частное или государственное экономическое решение… Но это единственный голос, который зачастую не слышен".

15 марта 1962 года он представил конгрессу послание "Специальное сообщение по защите прав потребителя", в котором были провозглашены права потребителей, такие как право на безопасность, право быть информированным, право выбирать и право быть услышанным.

Президент Дж.Ф. Кенеди впервые сформулировал пять основных прав потребителей:

— на безопасность товаров и их функционирование в точном соответствии с предложением продавца (производителя);

— на информацию о наиболее важных свойствах товаров, способах продажи, гарантиях и т. п., помогающую потребителю сделать разумный выбор или принять решение;

— на возмещение причиненного ущерба;

— на получение поддержки при защите своих интересов от государственных и общественных органов;

— на здоровую окружающую среду, не представляющую угрозы достойной и здоровой жизни нынешнего и грядущего поколений.

Летом 1962 г. по указанию Дж. Кеннеди был учрежден Консультативный совет по делам потребителей, преобразованный в 1971 г. в Управление по делам потребителей.

В 60—80-е гг. ХХ столетия во многих западных странах появились законы об охране прав потребителей.

Провозглашенные Дж.Ф. Кеннеди права потребителей являются фундаментальными, на их реализацию и защиту ориентированы правительства государств мирового сообщества. Начиная с 1983 года 15 марта отмечается как всемирный день защиты прав потребителей.

**Лекция 3. Защита прав потребителя в РФ**

Защита прав потребителей как самостоятельная отрасль законодательства возникла в России сравнительно недавно - в начале 90-х годов. До этого регулирование отношений по удовлетворению потребностей граждан как потребителей в основном осуществлялось нормами кодифицированного гражданского законодательства, предназначенными для установления общих норм и призванными служить базой для специального законодательства.

В 80-х годах ХХ века в бывшем СССР стали зарождаться общества, клубы, ассоциации по защите прав потребителей. В 1987-1988 годы эти общественные организации объединились в Федерацию обществ потребителей, президентом которой был Анатолий Собчак. К началу 1992 года Федерация преобразуется в Международную конфедерацию обществ потребителей (КонфОП). В ее состав вошли общества потребителей бывших союзных республик СССР - России, Беларуси, Украины, Казахстана, Туркменистана, Таджикистана и др.

Действующее законодательство не вполне соответствовало нормам международного права, в частности, единогласно принятым 9 апреля 1985 года "Руководящим принципом для защиты интересов потребителей" (Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН 30/248).

Первой попыткой создания потребительского законодательства стала разработка осенью 1988 года проекта закона СССР "О качестве продукции и защите прав потребителей". Большая часть этого законопроекта была посвящена проблемам обеспечения качества товаров и услуг, и лишь один раздел содержал нормы, направленные на защиту интересов потребителей. Переворотом в создании потребительского законодательства стало принятие 22 мая 1991 года в СССР закона «Защите прав потребителей», который так и не вступил в силу, в связи с распадом СССР.

7 апреля 1992 г. в России вступил в силу Федеральный закон «О защите прав потребителей». В настоящее время действует Федеральный закон «О защите прав потребителей» в редакции от 9 января 1996 года с изменениями и дополнениями.

Закон РФ «О защите прав потребителей» направлен на регулирование отношений, возникающих между потребителем, изготовителем, исполнителем и продавцом; устанавливает права потребителя на информацию о товарах, работах, услугах и об их исполнителе, изготовителе, продавце; защищает права потребителя при продаже ему товаров, выполнении работ и оказании услуг; информирует потребителя о государственных органах и общественных организациях, осуществляющих защиту его прав и т.д.

**Лекция 4. Основные права потребителей**

Основные права, в основном, регулируются главой I Закона. Законодательство Российской Федерации предусматривает целый комплекс основных прав потребителей.

Основные права:

* на качество;
* на безопасность;
* на информацию;
* на возмещение ущерба;
* на судебную защиту.

1. Одним из важнейших прав потребителя, провозглашенных Законом «О защите прав потребителей» является ПРАВО НА ПОЛУЧЕНИЕ ТОВАРОВ, РЕЗУЛЬТАТОВ РАБОТ И УСЛУГ НАДЛЕЖАЩЕГО КАЧЕСТВА, под которыми понимается продукция, соответствующая либо условиям договора, либо обычно предъявляемым требованиям и пригодная для целей, для которых товар (работа, услуга) такого рода обычно используется. Если продавец (исполнитель) при заключении договора был поставлен потребителем в известность о конкретных целях приобретения товара (выполнения работы, оказания услуги), продавец (исполнитель) обязан передать потребителю товар (выполнить работу, оказать услугу), пригодный для использования в соответствии с этими целями.

2. Право на безопасность означает, что потребитель имеете право на то, чтобы товар (работа, услуга) были безопасны для жизни, здоровья, имущества и окружающей среды. Требования, которые должны это обеспечивать, являются обязательными и устанавливаются законом.

Изготовитель (исполнитель) обязан обеспечивать безопасность товара (работы) в течение установленного срока службы или срока годности товара (работы). Срок службы товара (работы) - период, в течение которого изготовитель обязуется обеспечить потребителю возможность использования товара по назначению и нести ответственность за существенные недостатки. Срок годности товара (работы) - период, по истечении которого товар (работа) считается непригодным для использования по назначению.

3. Право на информацию обозначает, что потребителю своевременно должна быть предоставлена необходимая и достоверная информация о том, что продается, кто продает и кем это изготовлено, как и когда это можно приобрести. Указанная информация должна быть доведена до сведения потребителя на русском языке в наглядной и доступной форме. Статья 10 Закона «О защите прав потребителей» содержит перечень обязательной информации для товаров (работ, услуг).

4. Право на возмещение ущерба означает, что за нарушение прав потребителей продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность, предусмотренную законом или договором (ст.13 Закона РФ «О защите прав потребителей»). Если в договоре предусматривается ответственность в большем объеме или неустойка в большем размере, чем это предусмотрено законом, то применяются условия договора.

5. Закон «О защите прав потребителей» (ст.17) закрепляет право на судебную защиту прав потребителей. Защита прав потребителей осуществляется судом.

**Лекция 5. Государственная и общественная защита прав потребителей**

Законодательство в сфере защиты прав потребителей имеет следующую иерархию:

1.общепризнанные принципы и нормы международного права, а также международные договоры РФ, являющиеся в соответствии с Конституцией РФ составной частью правовой системы РФ и применяющиеся непосредственно или после издания национального акта;

2.Гражданский кодекс РФ;

3.Закон РФ «О защите прав потребителей»;

4.правовые акты РФ, содержащие нормы, регулирующие отношения в сфере защиты прав потребителей. В основном это Постановления Правительства РФ, которые устанавливают специальные Правила оказания отдельных видов услуг, выполнения отдельных видов работ в сфере потребительских правоотношений.

В соответствии с законодательством защиту прав потребителей осуществляют уполномоченный федеральный орган исполнительной власти по контролю (надзору) в области защиты прав потребителей (Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека), его территориальные органы, иные федеральные органы исполнительной власти (их территориальные органы), осуществляющие функции по контролю и надзору в области защиты прав потребителей и безопасности товаров (работ, услуг), органы местного самоуправления и общественные объединения потребителей.

Федеральный государственный надзор в области защиты прав потребителей включает в себя:

1) организацию и проведение проверок соблюдения изготовителями (исполнителями, продавцами, уполномоченными организациями или уполномоченными индивидуальными предпринимателями, импортерами) требований, установленных международными договорами Российской Федерации, настоящим Законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей (далее - обязательные требования), предписаний должностных лиц органа государственного надзора;

2) организацию и проведение проверок соответствия товаров (работ, услуг) обязательным требованиям, обеспечивающим безопасность товаров (работ, услуг) для жизни и здоровья потребителей, окружающей среды, предупреждение действий, вводящих потребителей в заблуждение, и предотвращение причинения вреда имуществу потребителей, установленным в соответствии с международными договорами Российской Федерации, федеральными законами и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

3) применение в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, мер пресечения нарушений обязательных требований, выдачу предписаний о прекращении нарушений прав потребителей, о прекращении нарушений обязательных требований, об устранении выявленных нарушений обязательных требований, привлечение к ответственности лиц, совершивших такие нарушения;

4) систематическое наблюдение за исполнением обязательных требований, анализ и прогнозирование состояния исполнения обязательных требований при осуществлении изготовителями (исполнителями, продавцами, уполномоченными организациями или уполномоченными индивидуальными предпринимателями, импортерами) своей деятельности;

5) статистическое наблюдение в области обеспечения защиты прав потребителей, учет и анализ случаев причинения вреда жизни и здоровью потребителей, окружающей среде и имуществу потребителей, связанного с приобретением и использованием товаров (работ, услуг) с недостатками, опасных товаров (работ, услуг) либо с предоставлением потребителям несвоевременной, неполной, недостоверной и вводящей в заблуждение информации о товарах (работах, услугах), формирование открытых и общедоступных государственных информационных ресурсов в области защиты прав потребителей, качества и безопасности товаров (работ, услуг);

6) ежегодное проведение анализа и оценки эффективности федерального государственного надзора в области защиты прав потребителей;

7) ежегодную подготовку на основании результатов деятельности, предусмотренной подпунктами 1 - 6 настоящего пункта, государственных докладов о защите прав потребителей в Российской Федерации в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Общественная защита прав потребителей осуществляется общественными объединениями потребителей, которые создаются по территориальному признаку (районные, городские, областные и т. д.), а также с учетом конкретного интереса группы потребителей.

Общественные объединения потребителей осуществляют свою деятельность в соответствии с Федеральным законом «Об общественных объединениях» и их уставами. Общественное объединение — это добровольное, самоуправляемое, некоммерческое формирование, созданное по инициативе граждан, объединившихся на основе общности интересов для реализации общих целей, указанных в уставе общественного объединения. Деятельность общественных объединений потребителей основывается на принципах добровольности, равноправия, самоуправления и законности, они свободны в определении своей внутренней структуры, целей, форм и методов деятельности. Деятельность общественных объединений потребителей гласная, а информация об их учредительных и программных документах – общедоступна.

**Лекция 6. Юридическая ответственность за нарушение прав потребителей**

Законодательство о защите прав потребителей - это целая система и группа нормативных актов, законов, постановлений правительства, регулирующие отдельные сферы потребительского законодательства.

Анализ действующего законодательства позволяет отметить, что за нарушение прав потребителей, установленных законами и иными нормативными правовыми актами РФ, продавец (исполнитель, изготовитель, уполномоченная организация или уполномоченный индивидуальный предприниматель, импортер) несет административную, уголовную или гражданско-правовую ответственность в соответствии с законодательством РФ.

Следовательно, по отраслевой принадлежности следует выделять следующие виды ответственности:

1) гражданско-правовую;

2) административную;

3) уголовную.

Закон «О защите прав потребителей» на первое место выдвигает гражданско-правовую ответственность. Для самого потребителя основной ответственностью является гражданско-правовая ответственность, так как среди перечисленных видов юридической ответственности только гражданско-правовая имеет компенсационную функцию. Ее задача состоит в том, чтобы восстановить нарушенные имущественные права потребителя.

Основанием гражданско-правовой ответственности является наличие состава гражданского правонарушения в действиях контрагента потребителя. Состав гражданского правонарушения образуют совокупность условий, необходимых для привлечения к гражданско-правовой ответственности. К таким условиям относятся:

1) нанесение вреда. Данное условие может выражаться в факте нарушения того или иного права потребителя, причинившего имущественный или моральный вред. Например, для привлечения к ответственности в форме возмещения убытков необходимо наличие самих убытков;

2) противоправное поведение правонарушителя. Противоправным поведением признается такое поведение, в рамках которого нарушаются норма законодательства о защите прав потребителей и (или) положения заключенного с потребителем договора независимо от того, знал или не знал правонарушитель о неправомерности своего поведения. Противоправное поведение может выражаться как в действии, так и в бездействии. Например, в качестве противоправного действия можно представить предоставление потребителю контрагентом товара ненадлежащего качества. В качестве противоправного бездействия можно указать непредоставление потребителю информации в полном объеме;

3) причинная связь между противоправным поведением и возникшими последствиями, т.е. вредом. Причинная связь между противоправным действием или бездействием контрагента и причиненным вредом потребителю должна носить прямой характер. Прямая причинная связь имеет место тогда, когда в пределах между моментом совершения противоправного действия или бездействия контрагента и возникших негативных последствий для потребителя не существует каких-либо обстоятельств, имеющих значение для гражданско-правовой ответственности. Например, непредоставление полной и достоверной информации о потребительских свойствах товара стало причиной нанесения вреда здоровью потребителя;

4) вина правонарушителя. Согласно п. 1 ст. 401 ГК РФ лицо, не исполнившее обязательства либо исполнившее его ненадлежащим образом, несет ответственность при наличии вины (умысла или неосторожности), кроме случаев, когда законом или договором предусмотрены иные основания ответственности. Лицо признается невиновным, если при той степени заботливости и осмотрительности, какая от него требовалась по характеру обязательства и условиям оборота, оно приняло все меры для надлежащего исполнения обязательства. Таким образом, вина контрагента потребителя в форме умысла или неосторожности имеет значение в случаях неисполнения им обязательства или исполнения им обязательства ненадлежащим образом.

Статья 15 Закона о «Защите прав потребителя» - «Компенсация морального вреда».

Моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения изготовителем (исполнителем, продавцом, уполномоченной организацией или уполномоченным индивидуальным предпринимателем, импортером) прав потребителя, предусмотренных законами и правовыми актами РФ, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей, подлежит компенсации причинителем вреда при наличии его вины. Размер компенсации морального вреда определяется судом и не зависит от размера возмещения имущественного вреда.

Компенсация морального вреда осуществляется независимо от возмещения имущественного вреда и понесенных потребителем убытков.

Административная ответственность согласно ст. 2.1 КоАП РФ наступает при совершении административного правонарушения. Административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов РФ об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Положения об административной ответственности за нарушения прав потребителей определены в гл. 14 Кодекса об административных правонарушениях.

Уголовная ответственность наступает за совершение деяния, содержащего все признаки состава преступления, предусмотренного Уголовным кодексом РФ. Нормы об уголовной ответственности за нарушения прав потребителей в основном отражены в его гл. 25.