

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования
«Брестский государственный университет им. А.С. Пушкина»

Т.А. Горупа

Правовое регулирование защиты прав потребителей

Учебно-методический комплекс

Брест -2005

УДК 347+366
ББК 67.404 + 67.401

Рецензенты:

Кандидат юридических наук
Шалаева Т.З.

Кандидат юридических наук
Лосев В.В.

Печатается по решению редакционно-издательского совета УО «БрГУ им. А.С. Пушкина»

Горупа Т.А.

Правовое регулирование защиты прав потребителей: учебно-метод. комплекс для студ. юрид. фак./ Т.А. Горупа; Брест. Гос. ун-т, юрид. фак., каф. гражданско-правовых дисциплин.- Брест: Изд-во Академия, 2005.- с.- 50 экз.

Учебно-методический комплекс предназначен для студентов дневной и заочной форм обучения юридического факультета Брестского государственного университета им. А. С. Пушкина

УДК 347+366
ББК 67.401

Учебное издание

Горупа Татьяна Александровна
Правовое регулирование защиты прав потребителей
Учебно-методический комплекс

Ответственный за выпуск
Редактор Т.З. Шалаева

Подписано в печать формат

Бумага

Издатель:

ВВЕДЕНИЕ

Формирование и развитие рыночной экономики неизбежно привело к возникновению в обществе новых социально-экономических явлений. Одним из таких явлений, с развитием и становлением которого связано, несомненно, будущее Беларуси, можно назвать защиту прав потребителей. На рынке товаров и услуг потребителю принадлежит ведущая роль, так как он выводит товар из сферы экономических отношений в сферу личного потребления. В поисках рынка сбыта товаров предприниматели порой используют противозаконные методы, поэтому мировым сообществом признается необходимость защиты субъекта личного потребления – человека, потребляющего продукцию предпринимателя. Провозглашение Конституцией государства Республики Беларусь демократическим социальным правовым настоятельно требует не только совершенствования действующего законодательства, но и создания нового, отвечающего мировым стандартам, обеспечивающего подлинную защиту прав человека и гражданина.

Законодательство о защите прав потребителей — новый институт отечественного законодательства, который носит межотраслевой характер. Он включает нормативные правовые акты различной отраслевой принадлежности и юридической силы, знание которых, несомненно, будет способствовать формированию высокого уровня правосознания у студентов и учащихся средне-специальных и высших учебных заведений.

Предопределяет изучение вопросов защиты прав потребителей наличие обширной правоприменительной практики, осуществляемой судами, органами государственного управления, изучение и анализ которой поможет ориентироваться в выборе формы защиты, нарушенных субъективных прав потребителей, выработать определенные навыки практического применения теоретических знаний.

Программа специального курса состоит из двух частей – Общей и Особенной и включает изучение 17 тем. Так, в Общей части рассматриваются наиболее общие вопросы защиты прав потребителей, такие как защита прав потребителей как комплексный межотраслевой институт законодательства, права потребителей и формы их защиты, правовое регулирование защиты прав потребителей на информацию, на безопасность и качество товаров (работ, услуг), защита прав потребителей рекламы, юридическая ответственность за нарушения прав потребителей. В Особенной части для изучения предлагается рассмотреть вопросы правового регулирования защиты прав потребителей в отдельных сферах потребления, таких как розничная купля-продажа, бытовое обслуживание, туризм, здравоохранение, связь, юридические услуги, перевозка.

Учебно-методический комплекс включает программу курса, конспект лекций, контрольные вопросы и задачи к практическим занятиям, темы рефератов для

самостоятельной подготовки студентов, вопросы к экзамену (зачету), список рекомендуемой литературы .

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА И ЕГО МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

1.1. ЦЕЛИ ПРЕПОДАВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА

Целью преподавания специального курса является формирование у студентов системы знаний о специфике правового регулирования защиты прав потребителей, деятельности правоприменительных органов в сфере защиты прав потребителей, приобретение студентами практических навыков по консультированию потребителей, представлению их интересов в суде, составлению процессуальных документов.

1.2. ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА

Изучение данной дисциплины должно:

- формировать у студентов представление о защите прав потребителей как комплексном межотраслевом институте законодательства;
- развивать у студентов умение и навыки работы с нормативными правовыми актами;
- вырабатывать у студентов определенные навыки практического применения теоретических знаний к конкретным правовым ситуациям;
- овладевать навыками составления основных процессуальных документов, применяемых при защите прав потребителей.

1.3. ПЕРЕЧЕНЬ ДИСЦИПЛИН, УСВОЕНИЕ КОТОРЫХ СТУДЕНТАМИ НЕОБХОДИМО ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА

Изучение специального курса «Правовое регулирование защиты прав потребителей» основано на использовании базовых понятий, полученных в курсах «Гражданское право», «Административное право», «Гражданский процесс», «Хозяйственное право».

Знания, приобретенные в процессе изучения дисциплины, будут способствовать успешному написанию и защите дипломных работ, прохождению производственной практики, также будут помогать в дальнейшей практической работе.

ПРОГРАММА СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА

ТЕМА 1. Защита прав потребителей – комплексный межотраслевой институт законодательства.

Потребность, потребление, потребитель как экономические категории. Производительное и личное потребление.

Понятие и содержание потребителя как субъекта права. Потребитель как физическое лицо. Понятие и признаки продавца, изготовителя и исполнителя.

Причины появления законодательства о защите прав потребителей. Исторические, социальные, правовые, психологические предпосылки появления законодательства о защите прав потребителей.

Понятие защиты прав потребителей как комплексного межотраслевого института законодательства. Нормы конституционного, административного, хозяйственного права о защите прав потребителей. Нормы гражданского права как сердцевина законодательства о защите прав потребителей.

Общая характеристика международного, зарубежного и национального законодательства о защите прав потребителей.

[1, 3, 11, 15, 17, 21, 25, 29, 31, 45, 49, 62, 69, 84, 106, 107, 115]

ТЕМА 2. Права потребителей и формы их защиты.

Понятие системы основных прав потребителей, закрепленных ст. 3 Закона РБ «О защите прав потребителей». Понятие дополнительных прав потребителей, установленных вышеназванным Законом. Юридическое содержание основных субъективных прав потребителей.

«Защита права» как правовая категория. Широкое и узкое понятие защиты прав потребителей. Объекты защиты прав потребителей – субъективные права потребителей и публично-правовые интересы неопределенного круга потребителей.

Формы защиты прав потребителей. Государственная защита прав потребителей. Судебная защита прав потребителей. Прокурорская защита прав потребителей. Защита прав потребителей органами государственного управления. Министерство торговли как ведущий государственный орган по защите прав потребителей. Система органов государственного управления, осуществляющих контроль в сфере защиты прав потребителей. Местные органы управления и защита прав потребителей.

Общественная защита прав потребителей. Полномочия общественных организаций в сфере защиты прав потребителей. Конфедерация потребителей стран СНГ. Консюмеризм. Белорусское общество защиты прав потребителей.

[1, 3, 11, 14, 15, 19, 39, 40, 62, 76-78, 106, 107, 115]

ТЕМА 3. Судебная защита прав потребителей.

Процессуально-правовые способы защиты прав потребителей как средства обращения в юрисдикционные органы за защитой нарушенных прав и интересов потребителей. Виды процессуально-правовых способов: иск в суд, заявление или жалоба в уполномоченные органы. Виды исков, которые могут быть поданы в суды в связи с нарушениями прав и интересов потребителей в зависимости от характера правоотношений, возникающих между потребителем и продавцом (изготовителем, исполнителем), в зависимости от объекта, подлежащего защите. Административно-процессуальный порядок рассмотрения жалоб и заявлений потребителей.

Гарантии реализации судебной защиты прав потребителей. Альтернативная подсудность споров о защите прав потребителей. Освобождение от уплаты государственной пошлины. Применение дополнительных средств судебного принуждения к ответчику при удовлетворении иска, связанного с нарушением прав потребителей. Предоставление потребителю дополнительных гарантий в процессе доказывания фактов, имеющих значение.

Процессуальные особенности рассмотрения дел по поводу нарушений прав и интересов потребителей. Стадия предварительного слушания дела. Рассмотрение дела. Доказательства и их виды по делам о защите прав потребителей.

[3, 4, 11, 22, 23, 64, 112, 116]

ТЕМА 4. Правовое регулирование защиты прав потребителей на информацию о товарах (работах, услугах).

Понятие субъективного права потребителей на информацию. Доступ к необходимой и достоверной информации о товарах (работах, услугах), изготовителях (исполнителях, продавцах). Ознакомление потребителей с информацией и ее разъяснение.

Существенные признаки, предъявляемые к информации о товарах (работах, услугах). Своевременная, необходимая, достоверная информация.

Юридическое содержание права потребителей на информацию о товарах (работах, услугах), об изготовителях (исполнителях, продавцах).

[3, 11, 17, 19, 22, 25, 62, 66, 69, 87, 102, 115]

ТЕМА 5. Правовое регулирование защиты прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг).

Содержание права потребителей на безопасность товара (работы, услуги). Понятие безопасности товаров (работ, услуг), закрепленное в международных и национальных нормативных правовых актах.

Механизм обеспечения прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг). Обязанности изготовителя (исполнителя, продавца), обуславливающие требуемую степень безопасности. Меры ответственности изготовителя (исполнителя, продавца) за ненадлежащее исполнение установленных законом обязанностей. Полномочия органов государственного управления по контролю за исполнением изготовителями (исполнителями, продавцами) обязанностей.

Срок службы и срок годности как средства защиты прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг). Правила пользования товарами (работами, услугами) как средства защиты прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг). Сертификация товаров, работ, услуг, гигиеническая регистрация, регламентация в Республике Беларусь.

[1, 3, , 11, 13, 14, 16, 17, 26, 29, 34, 38, 39, 76, 79, 88, 89, 111, 114]

ТЕМА 6. Правовое регулирование защиты прав потребителей на качество товаров (работ, услуг).

Экономическое понятие качества товаров. Понятие качества с правовой точки зрения. Понятие права потребителей на надлежащее качество товаров (работ, услуг).

Технические нормативные правовые акты, устанавливающие требования к качеству товаров (работ, услуг). Гражданско-правовой договор как средство определения требований к качеству товаров (работ, услуг).

Иные гарантии прав потребителей на приобретение и использование качественных товаров (работ, услуг). Предоставление информации продавцом (исполнителем) о качестве товара (работы, услуги) при заключении договора.

Понятие ненадлежащего качества товара (работ, услуг). Понятие недостатков товара, существенные и обычные недостатки.

[3, 11, 13, 16, 17, 34, 62, 87, 88, 89, 115]

ТЕМА 7. Правовые последствия продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) ненадлежащего качества.

Гарантийный срок, срок службы как сроки обнаружения недостатков товара (работы, услуги). Последствия обнаружения недостатков в товаре в пределах гарантийного срока, в пределах срока службы.

Классификация правовых последствий продажи товаров (оказания услуг, выполнения работ) ненадлежащего качества. Последствия, направленные на исполнение должником (продавцом, исполнителем) обязательства в натуре. Последствия, направленные на изменение либо расторжение договора потребителя с продавцом (исполнителем, изготовителем). Последствия, предусматривающие появление у кредитора-потребителя дополнительных прав-требований, не предусмотренных обязательством.

Правовое регулирование вопросов замены товара ненадлежащего качества.

Правовое регулирование вопросов устранения недостатков товара изготовителем (продавцом).

Иные права потребителей в случае продажи товаров ненадлежащего качества.

[3, 11, 17, 19, 22, 70, 80, 87, 102, 108, 109, 115, 116]

ТЕМА 8. Содержание прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка.

Понятие прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка. Право потребителей на защиту своих прав, на просвещение, на

свободный выбор товаров, на признание судом недействительными условий договора, ущемляющих права потребителей, на обмен товара надлежащего качества.

Правое регулирование антимонопольной деятельности, развития конкуренции и защита прав потребителей.

[1, 3, 10, 11, 17, 19, 22, 24, 62, 65, 69]

ТЕМА 9. Правовое регулирование защиты прав потребителей рекламы.

Правовое регулирование рекламы и защита прав потребителей. Реклама как разновидность информации для потребителей.

Виды рекламы, ненадлежащая реклама.

Недобросовестная конкуренция в рекламе.

Порядок проведения рекламных игр на территории Республики Беларусь

[1, 3, 8,9, 11, 20, 25, 28, 42, 82, 113]

ТЕМА 10. Юридическая ответственность за нарушения прав потребителей.

Общие положения о гражданско-правовой ответственности. Договорная и внедоговорная ответственность в сфере защиты прав потребителей. Формы гражданско-правовой ответственности за нарушения прав потребителей: возмещение убытков, взыскание неустойки и процентов за пользование чужими денежными средствами.

Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение права потребителей на информацию о товарах (работах, услугах) и рекламодателей (рекламораспространителей, рекламоизготовителей) за нарушения прав потребителей рекламы.

Гражданско-правовая ответственность изготовителя, исполнителя, продавца за вред, причиненный вследствие недостатков товаров (работ, услуг). Противоправные действия продавца (изготовителя, исполнителя), правила возмещения вреда, причиненного потребителю.

Компенсация морального вреда, причиненного потребителю. Физические и нравственные страдания.

Административная ответственность и средства административного принуждения, применяемые за нарушения прав потребителей. Средства административного предупреждения и пресечения, применяемые за нарушения прав потребителей на информацию, качество и безопасность товаров, содействие экономическим интересам. Составы правонарушений, установленные Кодексом об административных правонарушениях, направленные на защиту прав потребителей.

Уголовная ответственность за нарушения прав потребителей. Составы преступлений, установленные Уголовным Кодексом, направленные на защиту прав потребителей.

[3, 6, 7, 11, 22, 25, 69, 70, 76, 80, 87]

ТЕМА 11. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере розничной купли-продажи.

Понятие и формы розничной торговли и общественного питания. Признаки розничной торговли, формы.

Особенности договоров с участием потребителей в сфере торговли.

Понятие, стороны, предмет договора розничной купли – продажи. Порядок заключения договора. Права и обязанности сторон. Правовое регулирование отдельных видов договора розничной купли-продажи.

Договор комиссии в сфере торговли.

[3, 11, 17, 18, 30, 37, 45, 52 - 58, 60, 67, 69, 71, 75, 83, 86, 87, 95, 97, 101, 103, 105, 108, 109, 116]

ТЕМА 12. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере бытового обслуживания.

Понятие бытового обслуживания и содержание его правового регулирования. Виды бытовых услуг. Общие положения оказания бытовых услуг.

Особенности договоров с участием потребителей в сфере бытового обслуживания. Понятие и особенности договоров бытового подряда, проката, аренды транспортных средств без экипажа как договоров с участием потребителей. Заключение договора. Права и обязанности сторон. Ответственность за нарушение договорных обязательств.

[3, 11, 22, 35, 49, 69, 72, 87, 93, 98, 100 – 103, 105]

ТЕМА 13. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере туризма.

Понятие туризма, туристских правоотношений и их правовое регулирование.

Особенности гражданско-правового договора об оказании туристских услуг. Существенные условия договора о туристском обслуживании. Стороны и предмет договора. Туристские услуги как объект гражданских прав.

Порядок изменения и расторжения договора об оказании туристских услуг, гражданско-правовая ответственность за нарушение прав туристов.

Гражданско-правовая ответственность за нарушения прав туристов-потребителей.

[3, 11, 31, 32, 47, 63, 72, 74, 87, 92, 103, 105, 110]

ТЕМА 14. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере здравоохранения.

Медицинские услуги как объект гражданских прав. Правовое регулирование сферы платного медицинского обслуживания.

Гражданско-правовой договор возмездного оказания медицинского обслуживания. Порядок заключения договора, форма договора. Права и обязанности сторон договора. Права пациента – потребителя, медицинского учреждения.

Гражданско-правовая ответственность за нарушения прав потребителей медицинских услуг.

[1, 3, 11, 12, 22, 23, 41, 54, 72, 80, 87, 92, 101, 103, 105]

ТЕМА 15. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере связи.

Правовое регулирование сферы связи.

Защита прав потребителей почтовых услуг.

Защита прав потребителей услуг электросвязи.

[3, 11, 21, 27, 44, 46, 50, 59, 61, 69, 72, 87, 92]

ТЕМА 16. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере оказания юридических услуг.

Понятие сферы юридических услуг, правоотношений с участием потребителей и их правовое регулирование.

Договор на оказание риэлтерских услуг. Стороны, предмет, содержание. Порядок заключения и изменения.

[3, 11, 16, 51, 72, 85, 87, 90, 101, 105]

Тема 17. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере перевозок.

Понятие и правовое регулирование сферы перевозок. Правоотношения с участием пассажиров-потребителей. Правовое регулирование защиты прав потребителей сферы автомобильных перевозок, железнодорожных перевозок, воздушных перевозок.

Особенности правового регулирования перевозки багажа.

Ответственность за нарушение условий договора перевозок пассажира и багажа.

[2, 3, 5, 11, 33, 36, 43, 73, 87, 94]

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование тем занятий	лекции	семинары	лекции
	ОБЩАЯ ЧАСТЬ	Д\о	Д\о	ОЗО
1.	Защита прав потребителей – комплексный межотраслевой институт законодательства	2	2	1
2.	Права потребителей и формы их защиты	2	1	1
3.	Судебная защита прав потребителей	2	1	1
4.	Правовое регулирование защиты прав потребителей на информацию о товарах (работах, услугах)	2	2	1
5.	Правовое регулирование защиты прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг)	2	2	1
6.	Правовое регулирование защиты прав потребителей на качество товаров (работ, услуг)	2	1	1
7.	Правовые последствия продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) ненадлежащего качества	2	1	
8.	Содержание прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка	2	2	
9.	Правовое регулирование защиты прав потребителей рекламы	2		
10	Юридическая ответственность за нарушения прав потребителей	4	2	2
	ОСОБЕННАЯ ЧАСТЬ			
11.	Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере торговли	1	1	
12.	Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере бытового обслуживания	1	1	1
13.	Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере туризма	2	1	1
14.	Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере здравоохранения	1	1	
15.	Особенности правового регулирования в сфере связи	1	1	
16.	Особенности правового регулирования в сфере оказания юридических услуг	1		
17.	Правовое регулирование защиты прав	1	1	

	потребителей в сфере перевозок			
	Всего	30	20	10

КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

ТЕМА 1.

Защита прав потребителей – комплексный межотраслевой институт законодательства

1. Потребность, потребление, потребитель как экономические категории.
2. Понятие и сущность потребителя как субъекта права.
3. Причины появления законодательства о защите прав потребителей.
4. Понятие защиты прав потребителей как комплексного межотраслевого института законодательства.
5. Общая характеристика международного, зарубежного и национального законодательства о защите прав потребителей.

1. Понятия «потребность», «потребление» в первую очередь имеют экономическое содержание. Так, современные экономисты определяют «потребность» как всякое состояние неудовлетворенности, испытываемое человеком, из которого он стремится выйти, или состояние удовлетворенности, которое он желает продлить.

Потребность в свою очередь порождает потребление. В процессе воспроизводства потребление занимает последнее, но исключительно важное место (производство, распределение, обращение и потребление), т.е. потребление завершает этап воспроизводства и открывает путь к новому этапу, поэтому потребление – важное звено экономического процесса. Экономическая наука рассматривает категорию «потребление» как использование материальных благ, созданных в процессе производства. Различают производительное и личное потребление. Субъектом производительного потребления выступают юридические и физические лица, преследующие цель извлечения прибыли в дальнейшем из потребляемых вещей, а субъектом личного потребления – юридические и физические лица, приобретающие товары сугубо с целью удовлетворения своих собственных потребностей. Таким образом, «потребитель» с экономической точки зрения – это юридические либо физические лица, потребляющие продукцию, как для личных, так и для производственных нужд.

2. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей» устанавливает в статье 1, что **потребитель** – это гражданин (гр-не), имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, бытовых, семейных или иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Соответственно потребитель должен обладать следующими признаками:

1. это исключительно физическое лицо, а не юридическое лицо, либо индивидуальный предприниматель;
2. это физическое лицо, которое приобретает, заказывает товары (работы, услуги) или имеет намерение их приобрести у продавца, изготовителя, исполнителя, имеющих статус юридического лица либо индивидуального предпринимателя;
3. это гражданин, который вступает в правоотношения сугубо с целью удовлетворения личных, бытовых, семейных и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности;
4. это гражданин, который не только заказывает, приобретает, но и имеет намерение заказать, приобрести товар (работу, услугу). Нормы Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» регулируют как существующие правоотношения, так преддоговорные контакты. Так, физическое лицо, зашедшее на территорию магазина, предприятия бытового обслуживания, уже обладает правами потребителя;
5. это гражданин, который не только приобретает товар (работы, услуги) для собственных нужд, но и гражданин, использующий их непосредственно. Например, если гражданину подарили товар, он все равно имеет права потребителей, то есть обязательства между сторонами в потребительских правоотношениях не являются обязательствами личного характера.

3. Тематика защиты прав потребителей стала объектом пристального внимания законодателей в середине XX века. Однако до этого момента в законодательствах всех стран присутствовали нормы, направленные на защиту прав потребителей.

Так, еще в Своде Законов Российской империи присутствовали нормы об установлении ответственности, вплоть до смертной казни, за использование неправильных мер и весов, за обмер и обвес покупателей.

Правовое положение советских потребителей неоднократно изменялось. В 20-е годы оно значительно улучшилось по сравнению с дореволюционными. Гражданский кодекс закрепил право покупателя на надлежащее качество товара и возможность его замены, уменьшение покупной цены, обращение в суд.

В 60-е годы с принятием Основ гражданского законодательства СССР изменился и правовой статус потребителей. Так, в случае продажи товара ненадлежащего качества можно было требовать безвозмездного устранения недостатков, расторжения договора и возмещения убытков. Однако практика правового регулирования сферы обслуживания шла по пути принятия огромного числа подзаконных нормативных актов, очень часто ставящих потребителя в невыгодное положение.

Причинами появления законодательства о защите прав потребителей в 90-х годах прошлого века в Республике Беларусь являются:

1. экономические – в республике разразился экономический кризис и потребитель, как более слабая сторона на рынке товаров и услуг, нуждался в защите;
2. социальные причины – необходимость более справедливого распределения материальных благ, а также создание общественных организаций по защите прав

потребителей диктовали проведение определенной социальной политики на потребительском рынке;

3. психологические причины – на смену установки «греховности» потребления, принципа «самоограничения потребления» в конце XX века пришел принцип размежевания личных и государственных интересов.

Первый проект закона «О защите прав потребителей» в СССР был разработан в 1989 году, а принят в 1991 году, но в силу так и не вступил в связи с распадом Союза. Однако законодательство о защите прав потребителей стало активно развиваться во всех странах СНГ. В Республике Беларусь 19 ноября 1993 года был принят Закон «О защите прав потребителей».

4. Законодательство о защите прав потребителей – это совокупность нормативных правовых актов, нормы которых, направленных на обеспечение защиты потребителей на рынке товаров и услуг. В отечественной науке часто употребляется понятие «потребительское законодательство», «законодательство о защите прав потребителей», что идентично.

Защита прав потребителей не новый институт законодательства, это комплексное образование, содержащее нормативные правовые акты конституционного, гражданского, административного, уголовного законодательства.

Нормы конституционного законодательства, закрепляя основные права личности, её взаимоотношения с государством, являются базой для возникновения прав потребителей. Конституционные права на обслуживание (ст.21 ч.2), на свободу объединений (ст.31), на обращение в государственные органы (ст.40) порождают иные производные права, коими и являются права потребителей.

Нормы гражданского законодательства являются сердцевиной законодательства о защите прав потребителей. Они устанавливают механизм реализации многих прав потребителей. Положения Гражданского кодекса о договоре, об имущественной ответственности за причинённый вред является базовым для данного законодательства.

Нормы административного законодательства, во-первых, регулируют организацию управленческого процесса в области защиты прав потребителей, во-вторых, определяют условия применения мер административного принуждения (мер предупреждения, пресечения, ответственности).

Нормы уголовного законодательства направлены на защиту от наиболее серьёзных нарушений прав потребителей: обман потребителей, причинение вреда здоровью опасными товарами и так далее.

Таким образом, законодательство о защите прав потребителей – это комплексный институт законодательства, представляющий собой вторичное структурное образование, который в перспективе может вырасти в новую отрасль законодательства «Потребительское право».

5. *Международное законодательство* в области защиты прав потребителей представлено резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН «Руководящие принципы для защиты интересов потребителей», принятой 9 апреля 1985 года.

Европейское законодательство включает:

1) Хартию Защиты потребителей 1973 года, принятую Евросоюзом на 25-й сессии консультативной Ассамблеи;

2) Директивы ЕЭС, направленные на гармонизацию европейского законодательства (например, о низковольтном оборудовании (1973 г); о маркировке продовольствия (1979 год); о вводящей в заблуждение рекламе (1984 г.); об унификации правовой ответственности за выпуск дефектной продукции (1985 г.));

3) законы о защите прав потребителей, принятые в отдельных странах ЕЭС. Например, во Франции закон «О защите и информации потребителей товаров и услуг», Австрии «О защите прав потребителей».

В Республике Беларусь согласно ст.2 Закона «О защите прав потребителей» отношения в области защиты прав потребителей регулируются, во-первых, Гражданским кодексом, во-вторых, данным Законом, в-третьих, иным законодательством, в-четвертых, нормами международных договоров, действующих для Республики Беларусь. Структура национального законодательства о защите прав потребителей состоит из следующих элементов:

1. Гражданский кодекс имеет приоритет над другими нормативными актами, регулирующими сферу защиты прав потребителей. В новом Гражданском кодексе, в отличие от прежнего, сделано ряд крупных шагов по пути усиления гарантий защиты прав потребителей. Во-первых, специально урегулированы особенности публичного договора и договора присоединения (ст. 396; 398), предусмотрена ничтожность соглашения об ограничении должника по договору, в котором кредитором является потребитель (ст.371 п.2). Во-вторых, в IV Разделе Гражданского кодекса выделены либо специальные параграфы, либо главы, посвященные особенностям договорных отношений предпринимателей с потребителями (например, § 2 гл.30 розничная купля-продажа; § 2 гл.37 бытовая подряд; гл.39 возмездное оказание услуг; гл.44 банковский вклад; § 3 гл.58 возмещение вреда, причиненного, вследствие недостатков товара, работы, услуги), либо отдельные нормы (ст.740 договор перевозки пассажиров; ст.743 договор перевозки транспортом общего пользования и т.д.). В- третьих, появились новые договорные виды, в том числе специально рассчитанные на регулирование взаимоотношений между исполнителями и потребителями. Так появление гл. 39 позволило урегулировать многочисленные договоры в области туристской деятельности, медицинском обслуживании;

2. Закон Республики Беларусь «О защите прав потребителей», который состоит из 51 статьи, объединенных в семь глав;

3. специальные законодательные акты в сфере защиты прав потребителей, регулирующие защиту прав потребителей в отдельных сферах потребления. Например, Законы «О туризме», «Об основах транспортной деятельности», «О здравоохранении» и другие, Указ Президента «О порядке проведения рекламных игр на территории Республики Беларусь»;

4. нормативные правовые акты Правительства, республиканских органов государственного управления, местных органов власти. Например, в сфере туризма приняты Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 мая 2000 года, №668 «Об утверждении типового договора на оказание туристских услуг»,

Постановление Министерства спорта и туризма от 26 августа 2005 года, №23 «О туристском ваучере».

ТЕМА 2.

Права потребителей и формы их защиты

1. Понятие системы основных субъективных прав потребителей.
2. Понятие, объекты и формы защиты прав потребителей.
3. Государственная и общественная защита прав потребителей.

1. Права потребителей представляют собой особый вид субъективных прав человека, гарантии реализации которых закреплены в различных отраслях права, и которые выступают как гарантированные государством возможности для каждого человека пользоваться определенными социальными благами в целях удовлетворения собственных потребностей и законных интересов, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

Все субъективные права потребителей можно разделить на основные и дополнительные. Основные – это права, закрепленные в ст.3 Закона «О защите прав потребителей». Дополнительные – это права, которые содержатся в иных статьях Закона «О защите прав потребителей» и в других нормативных правовых актах, регулирующих правоотношения с участием потребителей. Например, согласно ст.26 Закона «О защите прав потребителей» потребитель имеет право на обмен товаров надлежащего качества либо, согласно п.2 ст.12 - право на проверку веса, меры, комплектности товаров.

Все вышеперечисленные основные права обладают предметным единством – они направлены на обеспечение удовлетворения человеческих потребностей. Поэтому основные права потребителей образуют целостную систему, элементы которой имеют внутреннюю структуру, складывающуюся объективно как отражение реально существующих потребностей человека.

В зависимости от степени значимости тех либо иных потребностей человека их можно дифференцировать на потребности первичные и вторичные. Первичные – это потребности человека в пищевых продуктах, одежде, обуви и прочих товарах (работах, услугах), необходимых для жизнедеятельности человека. Вторичные – это прочие потребности современного человека, в том числе и потребности в развлечениях, спортивных мероприятиях, т.е. способствующие развитию, существованию человека в современном обществе.

Разделяя мнение Абрамовой М.А., основные права потребителей можно разделить на две группы - права, обеспечивающие физическое существование потребителей, и права, гарантирующие защиту от негативного воздействия рынка [62, с. 15].

В группу прав, обеспечивающих физическое существование потребителей, являющихся в свою очередь гарантией реализации конституционного права человека на жизнь, входят:

- право на безопасность товаров (работ, услуг);
- право на надлежащее качество товаров (работ, услуг);

- право на информацию о товарах (работах, услугах) и продавцах (исполнителях, изготовителях);
- право на возмещение убытков, причиненных товарами (работами, услугами).

Правами потребителей, гарантирующими защиту от негативного воздействия рынка являются:

- право на просвещение в области защиты прав потребителей;
- право свободный выбор товаров (работ, услуг);
- право на государственную защиту;
- право на общественную защиту;
- право на обращение в суд и другие уполномоченные государственные органы;
- право на создание общественных объединений потребителей.

2. Ценность субъективного права заключается в том, что оно может быть реализовано. Реализация прав потребителей – это установленная законом последовательность действий управомоченного субъекта (потребителя) и обязанного субъекта (продавца, изготовителя, исполнителя), направленная на приобретение потребителем каких-либо благ, социальных ценностей.

При невозможности реализации субъективного права у потребителя возникает право на его защиту.

Понятие «защита прав потребителей» рассматривается как деятельность уполномоченных субъектов, направленная:

- 1) на устранение уже совершенных нарушений прав потребителей;
- 2) на предупреждение нарушений прав потребителей.

Объектами защиты являются:

1. субъективные права потребителей;
2. охраняемые законом интересы неопределенного круга потребителей.

Причисление к объектам интересов неопределенного круга потребителей объясняется тем, что под защитой прав потребителей понимают деятельность, направленную не только на пресечение уже нарушенных прав, но и на предупреждение нарушений, когда права еще не нарушены, но возникает реальная угроза их нарушения. Это означает, что вне конкретных правоотношений с участием потребителей существуют юридические интересы, которые в случае несоблюдения предписаний правовой нормы нуждаются в защите, хотя это и не влечет нарушений конкретных субъективных прав потребителей. Соответственно защите подлежат не только частные интересы потребителей, но и публично-правовые интересы, т.е. интересы неопределенного круга потребителей.

Формы защиты прав потребителей

Под формами защиты субъективного права в теории права понимается порядок его защиты уполномоченными субъектами.

Формы защиты прав потребителей, закрепленные в законе Республики Беларусь «О защите прав потребителей», можно классифицировать:

1. государственная защита прав потребителей, которая в свою очередь подразделяется административно-правовую и судебную защиту;
2. общественная защита.

3. Государственная и общественная защита прав потребителей - это защита нарушенных субъективных прав потребителей и охраняемых законом интересов неопределенного круга потребителей государственными органами власти.

Глава 5 Закона посвящена государственной защите прав потребителей, ст.40 определяет, что государственную защиту осуществляют государственные органы в пределах предоставленной компетенции.

Административно-правовая защита прав потребителей осуществляется уполномоченными органами государственного управления. В Республике Беларусь закреплена трехуровневая система органов государственного управления, осуществляющих защиту прав потребителей:

1. основной орган государственного управления – Министерство торговли;
2. органы государственного управления, осуществляющие контроль за безопасностью товаров (работ, услуг) – Комитет государственного контроля, Комитет по стандартизации, метрологии и сертификации, Министерство здравоохранения, Министерство сельского хозяйства и продовольствия;
3. местные исполнительные комитеты

Министерство торговли направляет:

предложения в органы государственного управления об отмене или изменении принятых ими нормативных правовых актов, противоречащих законодательству о защите прав потребителей;

предписания изготовителям (исполнителям, продавцам) о прекращении нарушений прав потребителя, в том числе о прекращении продажи товаров с истекшим сроком годности или сроком службы, а также о прекращении реализации товаров, на которые должны быть установлены сроки годности, но не установлены, либо о прекращении выполнения работ (оказания услуг), на результаты которых должны быть установлены сроки годности, но не установлены, и о приостановлении реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) при отсутствии необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге);

материалы в правоохранительные органы для решения вопросов о возбуждении уголовных дел по признакам преступлений, связанных с нарушением, предусмотренных настоящим Законом прав потребителя.

Министерство торговли Республики Беларусь имеет право:

обращаться в суд с иском о защите прав неопределенного круга потребителей в случаях нарушения прав потребителей;

направлять материалы о нарушении прав потребителя в органы, выдавшие специальные разрешения (лицензии) на осуществление соответствующего вида деятельности, для решения вопроса о приостановлении действия специального разрешения (лицензии) до устранения допущенных нарушений либо об аннулировании соответствующего специального разрешения (лицензии).

В целях защиты прав потребителей *местные исполнительные и распорядительные органы обязаны:*

рассматривать заявления, обращения и жалобы потребителей в соответствии с законодательством;

организовывать разъяснение законодательства и оказывать юридическую помощь населению по вопросам защиты прав потребителя;

при выявлении товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, а также опасных для жизни, здоровья, имущества потребителя и окружающей среды незамедлительно извещать об этом республиканские органы государственного управления (их территориальные органы), осуществляющие контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг);

в случаях выявления продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) без предоставления необходимой и достоверной информации, или с просроченным сроком годности, или без срока годности, если установление этого срока обязательно, направлять предписания изготовителям (исполнителям, продавцам) о приостановлении производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) до устранения допущенных нарушений либо о прекращении реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг).

Общественная защита прав потребителей в Республике Беларусь осуществляется общественными потребительскими объединениями такими, как Белорусское общество защиты прав потребителей, имеющее подразделения во всех областных центрах, Минское общество потребителей.

Основными функциями общественных потребительских объединений являются: во-первых, осуществление информационно-просветительской деятельности в области защиты прав потребителей, во-вторых, обращение в суд с иском о защите прав потребителя (неопределенного круга потребителей); предъявление исков в суд о признании действий изготовителя (исполнителя, продавца) противоправными, условий договора недействительными в отношении неопределенного круга потребителей и прекращении этих действий. Кроме того, объединения потребителей вправе проводить и досудебную защиту, так они могут обращаться по поручению потребителя с претензией к изготовителю (исполнителю, продавцу) об устранении нарушений и о возмещении потребителю причиненного этими нарушениями ущерба.

Полномочия общественных потребительских объединений закреплены в ст.46 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей».

ТЕМА 3.

Судебная защита прав потребителей

1. Процессуально-правовые способы защиты прав потребителей.
2. Гарантии реализации судебной защиты прав потребителей.
3. Процессуальные особенности рассмотрения дел по поводу нарушений прав и интересов потребителей.

1. Процессуально-правовые способы защиты прав потребителей представляют собой средства обращения в юрисдикционные органы за защитой нарушенных прав и интересов потребителей. При обращении в суд процессуально-правовым способом

защиты прав потребителей является иск, который подразумевает под собой требование к суду о защите нарушенного или оспоренного права, законного интереса. Иск – это способ защиты в гражданско-процессуальном порядке. При обращении в иные органы таким способом является заявление или жалоба, которые также представляют собой требования, обращенные к государственным органам о защите нарушенных прав или законных интересов. Заявление, жалоба – это способ защиты в административно-процессуальном порядке.

Иски по вопросам защиты прав потребителей в зависимости *от объекта*, подлежащего защите, подразделяются:

1. иски о защите нарушенных субъективных прав потребителей. Предметом такого иска является нарушенное продавцом (изготовителем, исполнителем) субъективное право потребителя, выразившееся в неисполнении либо ненадлежащем исполнении последним своих обязанностей. Основание такого иска состоит из двух групп юридических фактов: обосновывающих возникновение у истца прав, предусмотренных законом (заключение договора либо намерение его заключить, указание на то, что сделка совершена с целью удовлетворения собственных потребностей, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности); факты, с которыми истец связывает нарушение своих прав как потребителя, например, продажа некачественных товаров, причинение морального вреда и т.д.

2. иски о защите неопределенного круга потребителей содержат требования о признании действий продавцов (изготовителей, исполнителей) противоправными в отношении неопределенного круга потребителей и прекращении этих действий. Предметом такого иска являются интересы неопределенного круга потребителей и права потребителей, которые уже нарушены в результате противоправных действий продавцов (изготовителей, исполнителей). Содержанием иска, согласно п.6 Постановления Пленума Верховного Суда от 26.09.2003 г. №10 “О практике рассмотрения судами дел о защите прав потребителей”, являются требования к суду исключительно неимущественного характера о признании каких-либо действий продавца (изготовителя, исполнителя) противоправными и их прекращение, также возложение дополнительных обязанностей на нарушителя. В данном иске нельзя предъявлять требования имущественного характера (взыскание убытков, неустойки и т.д.), так как они обеспечивают защиту прав конкретных потребителей, а не неопределенного круга потребителей. Основанием иска могут признаваться факты совершения ответчиком противоправных действий, которые должны быть прекращены в отношении неопределенного круга потребителей. Данные иски следует применять, когда невозможно установить конкретных потребителей, чьи права нарушены, либо когда их очень большое количество. Решение, вынесенное по такому иску, является обязательным для суда, рассматривающего иск конкретного потребителя о гражданско-правовых последствиях действий продавца (изготовителя, исполнителя), признанных противоправными в отношении неопределенного круга потребителей.

3. иски о признании недействительными полностью или частично предписаний и решений уполномоченных государственных органов по защите прав потребителя. Предметом иска является нарушенное Министерством торговли,

местным исполкомом и другими уполномоченными органами по защите прав потребителей прав продавцов (изготовителей, исполнителей) и возложение на них каких-либо обязанностей. Основанием иска выступает: факт принятия обжалуемого ненормативного акта; факт ненадлежащего выполнения спорной обязанности; факт вынесения предписания с нарушением процедуры, предусмотренной соответствующими положениями.

В административно-процессуальном порядке рассматриваются жалобы и заявления потребителей, требования к содержанию которых в законодательстве отсутствуют. Однако в нем также должны излагаться факты нарушений прав (предмет), указание на оспариваемое право (основание) и формулировка просьбы на устранение нарушений (содержание). Дела в административном порядке возбуждаются не только по заявлению потерпевших потребителей, но и по результатам проверок государственных органов, по информации средств массовой информации.

При выборе судебного либо административного органа для защиты прав потребителей следует учитывать компетенцию этих органов и важность оперативного принятия мер. Так, только суд вправе взыскать причиненный ущерб потребителю, возместить имущественный и моральный вред. В свою очередь, если важна оперативность принятия мер для пресечения нарушений прав потребителей, то эффективным является административный порядок защиты.

2. Гарантии реализации судебной защиты прав потребителей – это особые процессуальные средства, направленные на реализацию и защиту прав потребителей в судебном порядке. Можно выделить следующие гарантии:

1. альтернативная (по выбору истца) подсудность споров о защите прав потребителей, установлена п.1 ст.43 Закона. Так, иски, основанные на нормах Закона, могут предъявляться в суд по выбору потребителя-истца по месту жительства или нахождения истца; жительства или нахождения ответчика; исполнения договора; причинения вреда;

2. освобождение от уплаты государственной пошлины предусмотрено п.2 ст.43 Закона для следующих лиц: потребителей по искам, связанным с нарушением их прав; уполномоченных государственных органов по защите прав потребителей; органов прокуратуры по искам, связанным с нарушением прав и законных интересов потребителей или законодательства о защите прав потребителей; местных исполнительных и распорядительных органов, общественных объединений потребителей по искам, предъявляемым от своего имени, о защите прав и законных интересов потребителя (неопределенного круга потребителей);

3. применение дополнительных средств судебного принуждения к ответчику при удовлетворении иска, связанного с нарушением прав потребителей. Так, суд, согласно п.3 ст.43 Закона, обязывает правонарушителя довести в установленный срок через средства массовой информации или иным способом до сведения потребителей решение суда о защите неопределенного круга потребителей. Если с исковым заявлением о защите прав потребителя выступают местные исполнительные и распорядительные органы или общественное объединение потребителей, суд выносит решение о наложении на продавца (изготовителя,

исполнителя), нарушившего права потребителя, штрафа в размере взыскиваемой суммы за несоблюдение добровольного порядка удовлетворения требований потребителя;

4.предоставление потребителю права выбора предъявления требований к продавцу либо изготовителю товара в случае причинения вреда недостатками товаров, согласно п.4 ст.16 Закона;

5.предоставление потребителю дополнительных гарантий в процессе доказывания фактов. Так, по общему правилу ст.179 ГПК каждая сторона доказывает факты, на которые ссылается как на основание своих требований или возражений. Однако Закон включает нормы, согласно которым бремя доказывания перераспределяется между истцом и ответчиком. Так, например, п.4 ст.8 Закона предусматривает следующее: при рассмотрении требований потребителя о возмещении убытков, причиненных непредоставлением необходимой и достоверной информации о товаре (работе, услуге), следует исходить из предположения об отсутствии у потребителя специальных знаний о свойствах и характеристиках товара (работы, услуги). Таким образом, закон исходит из презумпции отсутствия у потребителей специальных знаний о товарах, что представляет собой особую процессуальную гарантию для потребителей.

3. Возбуждение гражданского дела зависит от соблюдения порядка обращения в суд. Субъектами, по заявлению которых возбуждается дело, выступают: 1) потребители, которые имеют материально-правовой интерес в деле; 2) Министерство торговли, предъявляющее иски в защиту неопределенного круга потребителей в суды общей юрисдикции; 3) местные органы исполнительной власти, предъявляющие иски в защиту прав конкретного потребителя; 4) общественные объединения, которые могут предъявлять иски как в интересах неопределенного круга потребителей, так и конкретного потребителя; 5) прокуратуры.

Судья возбуждает дело при наличии у лица права на предъявление иска и соблюдение процедуры. Так, проверяются правила подведомственности и подсудности, процессуальной правоспособности сторон, соблюдение требований формы и содержания иска, надлежащее оформление полномочий представителя, соблюдение предварительного внесудебного порядка разрешения спора. Полежит проверке вопрос, обладает ли заявитель статусом потребителя по искам о защите нарушенных прав.

Рассмотрение дела осуществляется по принципам гражданского судопроизводства. Потребитель должен проанализировать ситуацию и выяснить, располагает ли он достаточными доказательствами своей правоты, а также, есть ли реальная возможность для сбора недостающих фактов. В делах о защите прав потребителей используются все виды доказательств: письменные, вещественные, свидетельские показания, заключения экспертов и специалистов, объяснения сторон и другие.

Заключение экспертизы – одно из самых важных доказательств. Весьма важно установить причину недостатка товара (работ, услуги), время его появления. Чаше назначают товароведческую экспертизу, строительно-техническую, медицинскую и другие виды.

Согласно Закону, потребитель может требовать проведения *экспертизы до суда у продавца за его счет*, согласно п.6 ст.19 Закона, однако, если в результате экспертизы товара установлено, что недостатки возникли после продажи товара потребителю вследствие нарушения им установленных правил использования, хранения или транспортировки товара, потребитель обязан возместить продавцу (изготовителю) расходы на проведение экспертизы, а также связанные с ее проведением расходы на транспортировку товара. В случае спора он может требовать проведения судебной экспертизы, однако она назначается и проводится по общим правилам ГПК.

ТЕМА 4.

Правовое регулирование защиты прав потребителей на информацию о товарах (работах, услугах), изготовителях (исполнителях, продавцах)

1. Понятие и сущность права потребителей на информацию.
2. Существенные признаки информации о товарах (работах, услугах), изготовителях (исполнителях, продавцах).
3. Содержание права потребителей на информацию о товарах (работах, услугах).
4. Содержание права потребителей на информацию о продавцах (изготовителях, исполнителях).

1. Понятие «информация» многозначно. Применительно к области защиты прав потребителей под информацией понимают сведения, сообщения, доступные для восприятия потребителем и необходимые для него в целях осуществления правильного выбора товаров (работ, услуг), их продавцов (изготовителей, исполнителей), также в целях реализации и защиты своих прав.

Информация, предоставляемая потребителям, может быть выражена как в письменной, так и устной формах. Информация, соответствующая требованиям рекламы, закрепленным в Законе Республики Беларусь «О рекламе», имеет особый правовой режим, установленный этим законом.

Право потребителей на информацию основывается на конституционном праве человека на получение, хранение и распространение полной, достоверной и своевременной информации (ст.34 Конституции РБ). Право потребителей на информацию включает два отдельных права: право потребителей на информацию о товарах (работах, услугах), закрепленное ст.5 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей»; право потребителей на информацию об изготовителях (исполнителях, продавцах), закрепленное ст.6,7 вышеназванного Закона.

Субъективное право потребителей на информацию включает в себя следующие правомочия: доступ к своевременной, необходимой и достоверной информации о товарах (работах, услугах) и их продавцах (изготовителях, исполнителях); ознакомление с информацией и ее разъяснение.

Доступность информации обеспечивается следующими мерами:

во-первых, изложением информации на русском либо белорусском языках. Специально п.3 ст.5, п.4 ст.6 Закона устанавливаются обязанности продавцов

(изготовителей, исполнителей) передавать информацию на одном из государственных языков. Однако из этого правила есть исключения, касающиеся фирменных наименований, товарных знаков и знаков обслуживания, зарегистрированных за границей и составленных из иностранных слов, букв, буквосочетаний;

во-вторых, доступность обеспечивается способами доведения информации до потребителя, понятными для него, обычно – это вывески, ценники, ярлыки и т.д.;

в-третьих, доступность обеспечивается наглядностью информации, которая облегчает восприятие;

в-четвертых, способы и содержание информации должны соответствовать не только требованиям законодательства, но и обычно предъявляемым требованиям в розничной торговле, бытовом и иных видах обслуживания потребителей;

в-пятых, перечень и способы доведения информации по отдельным видам товаров (работ, услуг) до потребителей устанавливаются Правительством Республики Беларусь.

2. Существенными признаками информации о товарах (работах, услугах), изготовителях (исполнителях, продавцах) являются: своевременность информации; необходимость информации; достоверность информации.

Своевременная – это информация, переданная потребителю до заключения либо во время заключения договора. Согласно п.1 ст.8 Закона «О защите прав потребителей», в случае невозможности незамедлительно получить в месте продажи товара необходимую и достоверную информации потребитель имеет право требовать возмещения убытков.

Необходимая – это полные и исчерпывающие сведения о товаре (работе, услуге), исполнителе (изготовителе, продавце), позволяющие потребителю составить о них точное представление, чтобы сделать правильный потребительский выбор, также в случае необходимости обратиться к продавцу (изготовителю, исполнителю) с требованиями.

Законодательство о защите прав потребителей, в частности п.4 ст.8 Закона «О защите прав потребителей», исходит из принципа отсутствия у потребителя специальных знаний о свойствах и характеристиках товаров (работ, услуг). Продавец (исполнитель, изготовитель) наоборот является профессионалом на потребительском рынке, он обладает исчерпывающей информацией, поэтому может злоупотреблять своими правами в целях получения большей прибыли.

Достоверная информация – это соответствие сведений о товаре (работе, услуге), об изготовителе (продавце, исполнителе) реальной действительности.

Установление вышеназванных требований к информации преследует цель защиты потребительского рынка от недобросовестной конкуренции, от злоупотреблений со стороны продавцов (изготовителей, исполнителей), которые путем сокрытия информации могут ввести потребителя в заблуждение, т. е. повлиять на потребительский выбор нечестным способом.

3. Любая информация о товарах (работах, услугах) в обязательном порядке должна отвечать определенным требованиям, которые можно разделить на две

группы – общие и специальные. *Общие требования* – это требования, предъявляемые к содержанию информации всех видов товаров (работ, услуг). К ним относятся следующие:

1) наименование товаров (работ, услуг);

2) обозначение нормативного документа, устанавливающего требования к качеству (обычно это номер государственного стандарта, технических условий, номер санитарных или строительных норм и т.д.);

3) цена товара (работы, услуги). Действующее гражданское законодательство устанавливает требования к цене для отдельных гражданско-правовых договоров. Так, Гражданский кодекс закрепляет в п.1 ст.470, что покупатель обязан оплатить товар по цене, объявленной продавцом в момент заключения договора купли-продажи, если иное не предусмотрено законодательством либо обязательством;

4) условия приобретения товаров (работ, услуг) регламентируются действующим законодательством. Продавец обязан всегда сообщать условия приобретения товаров. Например, заключая договор с условием доставки, продавец обязан проинформировать потребителя об особенностях такого договора, в частности, о том, что доставка товаров осуществляется в установленный в договоре срок и в место, указанное покупателем либо по месту жительства покупателя, если место жительства не указано;

5) наименование (фирменное наименование), место нахождения (юридический адрес) изготовителя (продавца, исполнителя) и место нахождения организации, уполномоченной рассматривать претензии потребителей, производить ремонт и техническое обслуживание товара;

6) величину массы (нетто), объем, количество или комплектность товара (работы, услуги) и специальный знак, если это предусмотрено нормативным документом, устанавливающим требования к качеству товара (работы, услуги);

7) сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг) – это перечень характеристик товара (работы, услуги), способных при заключении договора удовлетворить запросы потребителя. Эти требования предъявляются как к продовольственным, так и непродовольственным товарам;

8) необходимые сведения о правилах и условиях эффективного и безопасного использования товаров (работ, услуг) и иные сведения, которые в соответствии с законодательством или договором обязательны для предоставления потребителю. Такого рода информация обычно содержится в эксплуатационной документации на товар (работу, услугу) – это технический паспорт, инструкция по эксплуатации, знаки на упаковке, самом изделии и т.д.

Специальные требования предъявляются к информации об отдельных товарах (работах, услугах):

1) виды и особенности предлагаемых работ (услуг). Например, при заключении договора о химической чистке вещи могут предупредить об особенностях вещи и возможном ее видоизменении в процессе чистки, предложить дополнительную услугу по пришиванию пуговиц;

2) сведения об основных потребительских свойствах товаров (результатов работ, услуг), а в отношении продуктов питания - о составе, пищевой ценности (для продуктов, предназначенных для детского, лечебного и диетического питания, -

калорийность, наличие витаминов и иные показатели, о которых в соответствии с законодательством необходимо информировать потребителя), указание на то, что продукт питания является генетически модифицированным или в нем использованы генетически модифицированные составляющие (компоненты), а также в случае и порядке, определяемых Правительством Республики Беларусь, сведения о наличии вредных для здоровья потребителя веществ, сравнение (соотнесение) этой информации с обязательными требованиями нормативного документа, устанавливающего требования к качеству товара (работы, услуги), о показаниях к применению отдельным возрастным группам, а также о противопоказаниях и показаниях к применению при отдельных видах заболеваний, перечень которых утверждается Правительством Республики Беларусь;

3) гарантийный срок, если он установлен;

4) рекомендации по приготовлению пищевых продуктов;

5) дату изготовления и сроки – службы, годности, хранения и действиях потребителя по их истечению;

6) сведения о сертификации товаров (работ, услуг);

7) указание на конкретное лицо, которое будет выполнять работу;

8) указание на использование фонограмм при оказании развлекательных услуг исполнителями музыкальных произведений;

9) информация о товаре, который был в употреблении или в нем устранялся недостаток;

10) продукты питания и другие товары, фасованные и упакованные в потребительскую тару не в месте их изготовления, должны содержать информацию о фасовщике и упаковщике.

4. Для индивидуализации изготовителя (исполнителя, продавца) и в целях защиты прав потребителей ст.6 Закона «О защите прав потребителей» предусматривает необходимый перечень сведений об изготовителе (исполнителе, продавце). Если изготовитель (исполнитель, продавец) является юридическим лицом, то потребителю сообщается: 1) фирменное наименование (для коммерческих организаций) либо наименование (для некоммерческих организаций); 2) место нахождения своей организации (ее юридический адрес). Согласно ст.50 ГК место нахождения юридического лица определяется местом его государственной регистрации; 3) режим работы, который устанавливается по согласованию с местными исполнительными органами власти и должен соответствовать объявленному.

Если изготовитель индивидуальный предприниматель, то потребителю сообщается: 1) фамилия, имя, отчество; 2) информация о государственной регистрации; 3) наименование органа, осуществляющего его государственную регистрацию; 4) режим работы, который устанавливается по согласованию с местными исполнительными органами власти и должен соответствовать объявленному.

Если вид (виды) деятельности, осуществляемой изготовителем (исполнителем, продавцом), подлежит лицензированию, потребителю должна быть предоставлена информация о номере лицензии, сроке ее действия, органе, выдавшем эту лицензию,

а также по требованию потребителя предоставлена возможность ознакомления с подлинником или копией лицензии, оформленной в установленном порядке. Все вышеперечисленные сведения сообщаются на вывеске продавца (изготовителя, исполнителя), на ней также можно указывать и иную информацию: рисунки, символы и т.д., индивидуализирующие изготовителя (исполнителя, продавца). Общепринято, что вывеска помещается на видном месте, доступном для обозрения потребителями.

ТЕМА 5.

Правовое регулирование защиты прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг)

1. Понятие права потребителей на безопасность товаров (работ, услуг).
2. Правовой механизм обеспечения права потребителей на безопасность товаров (работ, услуг).

1. О безопасности продукции, товаров, работ, услуг законодатель упоминает в трех законах Республики Беларусь: «О защите прав потребителей», «О техническом нормировании и стандартизации», «О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека». В соответствии со ст.1 Закона «О защите прав потребителей» под безопасностью товара (работы, услуги) подразумевается его безопасность для жизни, здоровья, имущества потребителей, окружающей среды при обычных условиях его использования, хранения, транспортировки, утилизации, а также процесс выполнения работы (услуги).

Закон «О техническом нормировании и стандартизации» под безопасностью продукции или услуг подразумевает соответствие продукции, процессов ее разработки, производства, эксплуатации (использования), хранения, перевозки, реализации и утилизации или оказания услуг техническим требованиям, предусматривающим отсутствие недопустимого риска причинения вреда жизни, здоровью и наследственности человека, имуществу и окружающей среде.

В свою очередь Закон «О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека» понимает под безопасностью продовольственного сырья и пищевых продуктов совокупность свойств продовольственного сырья и пищевых продуктов, при которых они не являются вредными и не представляют опасности для жизни и здоровья нынешнего и будущих поколений при обычных условиях их использования.

Таким образом, содержание безопасности товаров (работ, услуг) включает:

- 1) безопасность со стороны предмета договора – товара, работы, услуги;
- 2) безопасность процесса использования, хранения, транспортировки и утилизации;
- 3) безопасность процесса выполнения работы, оказания услуги, что предполагает безопасность технологии их проведения, также применяемых при этом материалов и оборудования.

Безопасность товара (работы, услуги) нельзя абсолютизировать, речь идет не о полном отсутствии у товаров (работ, услуг) каких-либо опасных свойств при их использовании, а лишь о приемлемой степени риска. Поэтому товар считается

безопасным, если риск причинения вреда потребителю, его наследственности, окружающей среде ниже некоторого уровня, определяемого государством. Данный уровень определяется в технических нормативных правовых актах – технических регламентах, которые устанавливают непосредственно либо со ссылкой на технические кодексы установившейся практики, стандарты, обязательные требования по безопасности товаров (работ, услуг).

Поэтому можно констатировать, что безопасность товаров (работ, услуг) - это их соответствие техническим требованиям, предусматривающим отсутствие недопустимого риска причинения вреда жизни, здоровью, наследственности человека, имуществу и окружающей среде.

Субъективное право потребителей на безопасность товаров (работ, услуг) состоит из следующих правомочий:

- 1) приобретать товар (работу, услугу) безопасный в течение установленного срока службы или годности товара;
- 2) получать информацию о правилах безопасного хранения, использования, транспортировки, утилизации товара;
- 3) приобретать товар (работу, услугу), прошедший обязательное подтверждение соответствия требованиям, обеспечивающим его безопасность, т.е. сертификацию либо гигиеническую регистрацию, регламентацию.

2. Правовой механизм обеспечения права потребителей на безопасность товаров (работ, услуг) – это совокупность правовых средств, закрепленных в законодательстве и используемых уполномоченными субъектами (потребителями, их общественными объединениями, государственными органами, продавцами (исполнителями, изготовителями) в целях защиты прав граждан от поступления на рынок опасных товаров (работ, услуг).

В данном механизме можно выделить три группы относительно самостоятельных правовых средств: 1) по осуществлению государственного регулирования в области безопасности товаров (работ, услуг); 2) по закреплению определенных обязанностей за продавцами (изготовителями, исполнителями; 3) по применению мер государственного принуждения к продавцам (изготовителям, исполнителям) в случае нарушения либо возникновения реальной угрозы нарушения требований законодательства.

Можно выделить следующие правовые средства *государственного регулирования* в области безопасности товаров (работ, услуг):

А) техническое нормирование и стандартизация, где первое – это деятельность уполномоченных субъектов по установлению обязательных для соблюдения технических требований, связанных с безопасностью продукции, ее производства, эксплуатации и т.д., а второе – деятельность по установлению технических требований в целях упорядочения производства, использования и т.д. продукции;

Б) осуществление государственной гигиенической регистрации и регламентации продовольственного сырья и пищевых продуктов, лекарственных средств и других товаров;

В) сертификация – деятельность по подтверждению соответствия товаров (работ, услуг) требованиям нормативных документов. Некоторые товары (работы, услуги), представляющие определенную опасность для человека, подлежат обязательной сертификации. Перечень таких товаров утверждается постановлением Правительства;

Г) лицензирование - комплекс реализуемых государством мер, связанных с выдачей лицензий, их дубликатов, внесением изменений и (или) дополнений в лицензии, приостановлением, возобновлением, продлением срока действия лицензий, прекращением их действия, контролем за соблюдением лицензиатами при осуществлении лицензируемых видов деятельности соответствующих лицензионных требований и условий.

Правовые средства, направленные на *закрепление определенных обязанностей за продавцами (изготовителями, исполнителями)*:

А) определение срока службы, годности, хранения товара (работы, услуги) и обеспечение его безопасности в течение этого срока.

Согласно ст.1 Закона, *срок службы* – это период, в течение которого изготовитель либо исполнитель (но не продавец) обязуется обеспечивать потребителю возможность использования товара (работы) по назначению и нести ответственность за недостатки, возникшие по его вине.

В случае неустановления изготовителем срока службы, согласно п.1 ст.10 Закона, он обязан обеспечить безопасность товара (работы, услуги) в течение 10 лет со дня продажи товара, выполнения работы, оказания услуги потребителю. Обычно срок службы бытовой техники 10 лет, некоторых моделей холодильников 15 лет. Продолжительность срока определяется как коммерческими соображениями производителя, так и технологическими, производственными возможностями изготовителя, исполнителя. *Срок начинает течь*, согласно п.9 ст.20, с момента изготовления товара. Если момент изготовления и готовности не совпадают, тогда срок исчисляется с момента готовности товара к использованию.

Срок годности – период, в течение которого товар (работа) считается пригодным для использования по назначению. Согласно п.2 ст.13 Закона, он устанавливается на продукты питания, парфюмерно-косметические товары, медикаменты и другие товары, которые полностью потребляются в процессе их использования и свойства которых со временем могут ухудшаться. Срок годности, согласно ст.443 ГК, п.9 ст.20 Закона, *исчисляется* со дня изготовления товара, либо датой, до наступления которой товар пригоден к использованию.

Срок хранения – период, в течение которого товар (работа, услуга) при соблюдении условий хранения сохраняет свои свойства. Эти сроки устанавливаются на продовольственные скоропортящиеся товары (например, срок хранения торта - 36 часов). Эти сроки устанавливаются в обязательном порядке и, согласно п.3 ст.13 Закона, запрещается реализация товаров по их истечении;

Б) обязанность довести до сведения потребителей информацию о возможном риске и об условиях безопасного использования товара (работы, услуги) с помощью

соответствующих обозначений, принятых в Республике Беларусь и международной практике;

В) приостановить производство либо реализацию товаров (работ, услуг) до устранения причин вреда, если при соблюдении потребителем установленных правил использования, хранения, транспортировки или утилизации товара (результата работы, услуги) он причиняет или может причинить вред жизни, здоровью и (или) имуществу потребителя, окружающей среде;

Г) снять товар (работу, услугу) с производства (реализации), информировать об этом соответствующие государственные органы, потребителя, изъять товары (работы, услуги) из оборота и отозвать от потребителя, если причины вреда устранить невозможно.

Средства государственного принуждения, применяемые к продавцам (изготовителям, исполнителям) в случае нарушения либо возникновения реальной угрозы нарушения требований законодательства о безопасности товаров (работ, услуг).

А) применение средств административного предупреждения уполномоченными государственными органами к продавцам, изготовителям, исполнителям, посягающим на право потребителей на безопасность товаров (работ, услуг). Например, Закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» предусматривает применение таких административно-предупредительных мер, как обязательные медицинские осмотры работников, обслуживающих потребителей, запрещение поставки, реализации товаров (работ, услуг) без соответствующих документов, подтверждающих их безопасность и другие;

Б) применение средств административного пресечения в целях прекращения нарушений прав потребителей, также создание условий их восстановления, устранения вредных последствий, привлечения виновных к ответственности. Так, Законы Республики Беларусь «О техническом нормировании и стандартизации», «О защите прав потребителей», «О Комитете государственного контроля» закрепляют возможность выдачи уполномоченными должностными лицами предписаний об устранении выявленных нарушений нормативных требований, приостановлении производства товаров и их реализации до устранения допущенных нарушений, прекращении реализации товаров, запрещении производства и снятии с производства, изъятии из оборота и отзыв от потребителей. Аналогичные средства закреплены в Законах «О ветеринарном деле», «О санитарно-эпидемиологическом благополучии» и других;

В) средствами юридической ответственности являются неблагоприятные последствия, применяемые к нарушителям прав потребителей на безопасность товаров. Это меры гражданско-правовой ответственности, административно-правовой ответственности и уголовной ответственности.

ТЕМА 6.

Правовое регулирование защиты права потребителей на надлежащее качество товаров (работ, услуг)

1. Понятие права потребителей на надлежащее качество товаров (работ, услуг).
2. Правовой механизм обеспечения права потребителей на надлежащее качество товаров (работ, услуг).
3. Понятие товара (работы, услуги) ненадлежащего качества. Алгоритм действий потребителя при обнаружении недостатков товара (работы, услуги).

1. Согласно ст.1 Закона, качество товара (работы, услуги) – это совокупность характеристик товара (работы, услуги), относящихся к его способности удовлетворять установленные либо предполагаемые потребности потребителя (надежность, безопасность и т.д.). Исходя из определения, можно сказать, что законодатель дает понятие качества с точки зрения экономической.

С правовой же точки зрения понятие качества товаров (работ, услуг) заключается в том, что требования к качеству товаров (работ, услуг) подлежат соблюдению в силу требований законодательства. Статья 12 Закона устанавливает требования законодательства по обеспечению права потребителей на надлежащее качество товаров. Согласно данной статье, качество товара (работы, услуги) должно соответствовать одному из условий:

1) обязательным требованиям, предусмотренным законодательством. Это значит, когда на товар (работу, услугу) установлены обязательные требования законодательства к качеству в технических нормативных актах (чаще в государственных стандартах), то продавец обязан передать товар, соответствующий этим требованиям. В остальных же случаях требования к качеству могут быть определены и другими документами по стандартизации – стандартами организаций, техническими условиями;

2) условиям договора;

3) обычно предъявляемым требованиям и пригодный для целей, для которых товар (работ, услуга) такого рода обычно используется. В соответствии с принятым мировым сообществом определением под «обычно предъявляемыми требованиями» понимают средний для данной страны уровень требований, которым должен соответствовать товар (работа, услуга) для того, чтобы его можно было использовать по обычному назначению, принятому в конкретной стране;

4) быть пригодным для использования с конкретной целью. Но обязанность на продавца в этом случае ложиться лишь тогда, когда потребитель ставит в известность продавца о конкретной цели приобретения товара (например, телефон приобретается для ванной комнаты, где высокая влажность). В данном случае потребитель полностью полагается на компетентность продавца, который должен поставить потребителя в известность о всех проблемах, которые могут возникнуть при его эксплуатации;

5) качество товара при продаже по образцу или описанию должно соответствовать качеству образца или описания. Под образцом имеется в виду изделие, потребительские (эксплуатационные) характеристики которого определяют требования, предъявляемые к качеству передаваемого товара. Под описанием товара понимается перечень потребительских характеристик, которыми должен обладать товар.

2. Правовой механизм обеспечения права потребителей на надлежащее качество товаров (работ, услуг) – это совокупность правовых средств, закрепленных в законодательстве и используемых уполномоченными субъектами (потребителями, общественными объединениями потребителей, уполномоченными государственными органами, продавцами (изготовителями, исполнителями) товаров (работ, услуг)) в целях защиты прав потребителей-граждан от поступления на потребительский рынок некачественных товаров (работ, услуг).

Необходимость наличия такого механизма объясняется тем, что, во-первых, большинство договоров с участием потребителей являются договорами присоединения, где условия договора формулируются продавцами (изготовителями, исполнителями), в том числе и условия о качестве, во-вторых, потребитель – это субъект, который не профессионально оценивает рынок товаров и услуги, поэтому нуждается в защите своих прав.

Это следующие правовые средства:

1) гражданско-правовой договор. Согласно ст.402 Гражданского кодекса, договор считается заключенным, если между сторонами в требуемой форме достигнуто соглашение по всем существенным условиям договора. Исходя из смысла п.3 ст.12 Закона, «при отсутствии в договоре условий о качестве» можно предположить, что качество, как правило, не является существенным условием договора. Однако в договоре могут быть установлены повышенные требования к качеству товара (работы, услуги) по требованию потребителя, тогда данное условие будет являться существенным, по данному условию стороны должны достигнуть соглашения.

Качество товара с течением времени может изменяться. Для потребителя важно, чтобы качество сохранялось в течение срока его эксплуатации. Поэтому п.1 ст.440 ГК предусматривает, что товар должен соответствовать требованиям качества в момент передачи покупателю и в пределах разумного срока должен быть пригодным для целей, для которых товар используется.

Условия о качестве содержатся в техническом паспорте на товар либо иной технической документации, прилагаемой к товару, где обязательно есть указание на технические нормативные правовые акты, которым соответствует товар; на этикетке либо ярлыке одежды; на товаре либо его упаковке; условия договора о качестве могут доводиться до сведения потребителя и другими способами, принятыми в различных отраслях.

В договоре на выполнение работ потребитель обладает большей свободой в определении качества предмета договора (например, в договоре подряда на пошив изделия определяет фасон, отделку), однако исполнитель обязан выполнить определенные операции (например, раскрой, пошив и т.д.). Таким образом, заказывая выполнение работы, потребитель, с одной стороны, соглашается с требованиями качества, установленными нормативными техническими актами, с другой, может определять свои. Все эти требования становятся условиями договора о качестве;

2) гарантийный срок, срок годности и срок службы - пресекательные сроки в гражданском праве, в течение которых потребитель при обнаружении недостатков товаров (работ, услуг) может предъявить требования к продавцу (изготовителю, исполнителю) по поводу качества товара (работы, услуги). Сущность данных сроков будет рассмотрена в следующей теме;

3) обязанности продавца, изготовителя, исполнителя по обеспечению качества товаров (работ, услуг):

А) осуществлять предпродажную подготовку товаров. В соответствии с Правилами осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания, принятыми Правительством Республики Беларусь 7 апреля 2004 года, продавец обязан проверить качество товара до его отправки в торговый зал. Например, продовольственные товары продавец должен освободить от тары, яйца проверить на овоскопе, колбасу протереть и т.д. В свою очередь непродовольственные товары, например, бытовая техника, должны распаковываться, удаляться смазка, необходимо проверить наличие инструкции по эксплуатации и т.д.; для автомобиля необходимо пройти определенный объем пробега с отметкой в сервисной книжке о проведении предпродажной подготовки;

Б) продемонстрировать работоспособность товара, предоставить потребителю необходимые средства измерения, документы, подтверждающие качество, согласно п.2 ст.12 Закона;

В) обеспечить возможность использования товара по назначению в течение его срока службы, согласно ч.1 ст.14 Закона. Качество потребительских товаров характеризуется их долговечностью и эффективностью, которые должны сохраняться не только при передаче товара, но и после, поэтому на изготовителя (исполнителя) и возлагается обязанность: обеспечивать ремонт и техническое обслуживание товара; осуществлять выпуск и поставку запасных частей в торговую сеть и ремонтные организации в необходимых для ремонта и технического обслуживания объемах и ассортименте. Данные обязанности ложатся на плечи изготовителя (продавца) в течение срока производства товара и после снятия его с производства в течение срока службы либо 10 лет, если таковой не установлен.

3. Закон не дает понятия товара (работы, услуги) «ненадлежащего качества». Однако анализ норм закона дает основание понимать под «товаром ненадлежащего качества» товар, имеющий «недостаток» или «существенный недостаток».

Статья 1 Закона определяет, что *недостаток* – это несоответствие товара (работы, услуги) нормативному документу, устанавливающему требование к качеству товара (работы, услуги), условиям договора или иным требованиям, предъявляемым к качеству товара (работы, услуги), т.е. целям, для которых товар обычно используется, целям, о которых потребитель поставил в известность продавца, либо несоответствие образцу или описанию.

Несоответствие товара, результата работы, услуги обязательным требованиям, целевому назначению, условиям договора может быть установлено с помощью экспертного заключения, а если несоответствие очевидно, то в проведении экспертизы нет необходимости. Однако в случае возникновения проблем в части

установления условий заключения договора потребитель вправе ссылаться и на свидетельские показания, приводить другие доказательства.

Существенный недостаток – это недостаток, который, во-первых, является неустранимым, во-вторых, не может быть устранен без несоразмерных расходов либо затрат времени, в-третьих, выявляется неоднократно, т.е. 2 и более раз, в-четвертых, появляется вновь после его устранения, в-пятых, другие подобные недостатки (например, недостатки выявлены сразу в трех элементах).

Таким образом, если товар, результат работы, услуги имеет один из недостатков, он ненадлежащего качества.

Факт невозможности устранения недостатков может быть установлен только специалистом, в случае судебного спора – только экспертом, назначенным судом. Для подтверждения факта неоднократности и повторного появления недостатков достаточно справки, квитанции об устранении этого недостатка ранее, также отметки в гарантийных документах характера и количества ремонтов.

Воспользоваться правами, предусмотренными ст.19 Закона, потребитель может только в случае, если ненадлежащее качество товара (работы, услуги) не было оговорено продавцом при покупке. Если же недостатки при покупке были оговорены продавцом, то потребитель может лишь предъявить требования по поводу только тех недостатков, которые не были оговорены при покупке.

ТЕМА 7.

Правовые последствия продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) ненадлежащего качества

1. Гарантийный срок, срок годности и срок службы как сроки обнаружения недостатков в товарах (работах, услугах).
2. Классификация правовых последствий продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) ненадлежащего качества.
3. Особенности предъявления требований кредитором-потребителем об исполнении должником-продавцом (изготовителем, исполнителем) обязательства в натуре.
4. Особенности предъявления требований кредитором-потребителем об изменении или расторжении договора с должником-продавцом (исполнителем, изготовителем) и требований, не предусмотренных обязательством.

1. В ст.1 Закона определяется, что *гарантийный срок* - календарный срок (в месяцах) или наработка (в часах, циклах срабатываний, километрах пробега и т.д.), в течение которых товар (результат работы, услуга) должен соответствовать всем требованиям к его качеству, определенным в порядке, установленном законодательством. *Срок годности* - период, по истечении которого товар (результат работы) считается непригодным для использования по назначению. Соответственно, товар (работа, услуга) в течение гарантийного срока, срока годности должен отвечать требованиям качества, содержащимся в стандартах, договоре, быть пригодным целям, для которых товар обычно используется либо

целям, о которых продавец был поставлен в известность, соответствовать образцу, описанию.

П.1 ст.20 Закона определяет гарантийный срок и срок годности как период времени, в течение которого потребитель может предъявить требования к продавцу (изготовителю, исполнителю) по поводу качества товара. Это несколько не соответствует п.1 ст.447 ГК РБ, в котором определяется, что это не срок предъявления требований, а срок обнаружения недостатков товара.

Гарантийный срок устанавливается на основании норм закона либо договора, поэтому различают договорную и законную гарантии.

Договорная – устанавливается согласно п.4 ст.13 Закона по желанию изготовителем (исполнителем) на основании нормативно-технической документации на товары (результаты работ, услуг), в течение которой в случае обнаружения недостатка товара (результата работы, услуги) изготовитель (исполнитель) обязан удовлетворить требования потребителя, установленные статьями 19 и 30 Закона. Кроме того, продавец, согласно п.5 ст.13 Закона, вправе установить на товар дополнительный гарантийный срок сверх гарантийного срока, установленного изготовителем (исполнителем), а также гарантийный срок на товар, на который гарантийный срок изготовителем (исполнителем) не установлен. В таком случае продавец обязан удовлетворить требования потребителя в случае обнаружения недостатков.

Законная – устанавливается, согласно п.1 ст.20 Закона, в отношении товаров, на которые гарантийные сроки или сроки годности не установлены договором либо гарантийные сроки составляют менее двух лет. Потребитель вправе предъявить требования, если недостатки обнаружены в течение двух лет со дня передачи их потребителю, а в отношении недвижимого имущества - в течение трех лет со дня передачи его потребителю, если более длительные сроки не установлены законодательством и (или) договором. Аналогично и п.6 ст.30 устанавливает правило в отношении результата работы (услуги) - потребитель вправе предъявить требования, связанные с недостатками выполненной работы (оказанной услуги), если они обнаружены в течение гарантийного срока, а если он не установлен, - в пределах двух лет со дня принятия выполненной работы (оказанной услуги) или трех лет в отношении недостатков в строении или в ином недвижимом имуществе.

Правовое положение продавца (изготовителя, исполнителя) в случае обнаружения недостатков товара в пределах либо законной, либо договорной гарантии, отличается в зависимости от: 1) распределения бремени доказывания причин возникновения недостатков; 2) времени возникновения недостатков (до или после передачи товаров, работ, услуг); 3) обстоятельств, освобождающих его от ответственности.

При договорной гарантии, согласно ч.2 п.7 ст.19, ч.2 п.8 ст.30 Закона, продавец (изготовитель, исполнитель) отвечает за недостатки товара, если не докажет, что они возникли после передачи товара (результата работы, услуги) потребителю вследствие нарушения им правил пользования товаром (результатом работы, услуги) или его хранения, либо действий третьих лиц, либо непреодолимой силы.

Следовательно *продавец (исполнитель)* здесь обязан доказать, что потребитель виновен в недостатках товара.

При законной гарантии (2 года с момента передачи товара, работы, услуги потребителю и 3 года в отношении недвижимости) в соответствии с ч.3 п.7 ст.19, п.9 ст.30 Закона продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность, если потребитель докажет, что недостатки товара (результата работы, услуги) возникли до передачи товара потребителю или по причинам, возникшим до этого момента. Следовательно *потребитель* здесь обязан доказать, что недостатки допущены по вине продавца (изготовителя, исполнителя).

Пункт 2 ст.20 Закона устанавливает порядок исчисления гарантийных сроков. По общему правилу гарантийный срок товара начинает течь с *момента передачи товара потребителю*, если иное не предусмотрено договором. Однако из этого правила есть ряд исключений: если момент передачи товара установить невозможно, этот срок исчисляется со дня изготовления товара; для сезонных товаров (одежды, меховых изделий и др.) гарантийные сроки исчисляются с момента наступления соответствующего сезона. Течение гарантийного срока прерывается с наступлением другого сезона; при продаже товаров по образцам, по почте, а также в случаях, если момент заключения договора розничной купли-продажи и момент передачи товара потребителю не совпадают, гарантийный срок исчисляется со дня доставки товара потребителю, а если товар нуждается в специальной установке (подключении) или в сборке, - со дня его установки (подключения) или сборки; если потребитель лишен возможности использовать товар по обстоятельствам, зависящим от продавца (если товар нуждается в специальной установке (подключении) или сборке, которые обязаны осуществить продавец или уполномоченная им в соответствии с договором организация (индивидуальный предприниматель), либо в нем имеются недостатки, либо он не может использоваться потребителем по иным причинам), гарантийный срок не исчисляется до устранения продавцом таких обстоятельств.

Срок службы имеет два целевых назначения. Во-первых, это срок, в течение которого изготовитель гарантирует безопасность товара (работы, услуги), а, во-вторых, это еще и срок, в течение которого изготовитель гарантирует обеспечение возможности использования товара по назначению, то есть является гарантией качества товара.

П.6 ст.20 и п.10 ст.30 Закона предоставляет потребителю право в случае выявления существенных недостатков в товаре (работе, услуге) даже по истечении гарантийного срока, но в пределах срока службы либо 10 лет, если такой не установлен, предъявить требования по качеству.

При этом необходимо учитывать следующее:

требования могут быть предъявлены только изготовителю либо исполнителю;

можно предъявить лишь требования о замене недоброкачественного товара либо безвозмездного изготовления другой вещи, о безвозмездном устранении недостатков, о возмещении расходов по самостоятельному устранению недостатков, уменьшении цены только выполненной работы, но не товара, а так же на основании п.4 ст.19 Закона предъявить требование о возврате товара и получении уплаченной за товар суммы;

недостатки должны быть существенными, в том числе производственными, конструктивными и другими, не связанными с износом, старением и другими физическими процессами в товаре, которые необходимо подтверждать, как правило, заключением экспертизы;

потребитель должен доказать, что недостатки возникли до продажи или по причинам, возникшим до этого момента.

Соответственно существуют некоторые особенности при обнаружении недостатков в течение гарантийного срока и срока службы товаров (работ, услуг). В течение гарантийного срока изготовитель (исполнитель) и продавец несут ответственность и за существенные и за обычные недостатки. В течение же срока службы, 10 лет, если он не установлен, изготовитель (исполнитель) несет ответственность исключительно за существенные недостатки.

2. Всякое неисполнение либо ненадлежащее исполнение должником обязательства должно негативным образом отражаться на его имуществе, в этом сущность последствий нарушения договорных обязательств. Правовые последствия продажи товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества, закреплены в ст.19, 30 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей», которые можно разделить на три группы:

I. требования потребителя-кредитора об исполнении должником (продавцом, изготовителем, исполнителем) обязательства в натуре:

- незамедлительно безвозмездно устранить недостатки в товаре (работе, услуги), согласно п.1.3 ст.19, п.1.1 ст.30;
- возместить расходы по устранению недостатков товара (работы, услуги), согласно п.1.4 ст.19, п.1.4 ст.30;
- заменить товар ненадлежащего качества, согласно п.1.1 ст.19;
- безвозмездно изготовить другую вещь из однородного материала такого же качества или повторно выполнить работу, если это возможно, согласно п.1.3 ст.30;

II. требования кредитора-потребителя об изменении либо расторжении договора и возмещении убытков, согласно п.2 ст.19, п.3 ст.30. Общее правило применения данных последствий сформулировано в п.2 ст.420 ГК РБ, согласно которому по требованию одной из сторон договор может быть изменен либо расторгнут в случае существенных нарушений условий договора другой стороной. Признаками существенного нарушения условий договора является причинение нарушением такого ущерба, который лишает сторону возможности получить то, на что она рассчитывала при заключении договора.

III. требования кредитора-потребителя, не предусмотренные обязательством, в частности, исключительно только от продавца товара либо исполнителя услуги, работы потребитель может требовать соразмерного уменьшения покупной цены товара (работы, услуги), согласно п.1.2 ст.19, п.1.2 ст.30.

Потребитель-кредитор наделен дополнительными правами-требованиями, не предусмотренными обязательством, применяемыми при ненадлежащем исполнении отдельных условий договора и преследующими цель не понудить

должника (продавца, исполнителя, изготовителя) к исполнению договора, а сократить потери потребителя-кредитора.

3. Устранение недостатков в товаре (работе, услуги) регламентировано ст. 21 и 31 Закона. Особенности реализации данного права потребителей:

требование может быть предъявлено как продавцу, так и изготовителю товара, исполнителю работы (услуги);

доставка крупногабаритных товаров или товаров весом более пяти килограммов для ремонта осуществляется силами и за счет продавца (изготовителя). В случае неисполнения данной обязанности, а также при отсутствии продавца (изготовителя) в месте нахождения потребителя доставка и возврат указанных товаров могут осуществляться потребителем. При этом продавец (изготовитель) обязан возместить потребителю расходы, связанные с доставкой и возвратом указанных товаров;

недостатки устраняются безвозмездно;

недостатки должны быть устранены незамедлительно. Максимальный срок их устранения не может превышать четырнадцати дней со дня предъявления потребителем требования, однако по соглашению сторон этот срок может быть увеличен, но только для устранения недостатков в работе (услуге), но не в товаре;

на период ремонта товара в трехдневный срок предоставить потребителю безвозмездно аналогичный товар, обеспечив его доставку за свой счет. Порядок предоставления таких товаров, а также перечень товаров длительного пользования, на которые указанное требование не распространяется, устанавливаются Правительством Республики Беларусь;

в случае устранения недостатков товара гарантийный срок на него продлевается на период, в течение которого товар не использовался. Указанный период исчисляется со дня предъявления потребителем требования об устранении недостатков товара до дня выдачи его по окончании ремонта.

Замена товара ненадлежащего качества. При реализации данного права следует учитывать следующие особенности, установленные ст. 22 Закона «О защите прав потребителей»:

данное требование может быть предъявлено как к продавцу, так и изготовителю товара;

замена должна производиться на новый, не бывший в употреблении аналогичный товар, а не другой, т.е. некачественный холодильник нельзя заменить на телевизор. Если аналогичный товар отсутствует в продаже в течение 1 месяца, то потребитель может предъявить требование о замене товара на аналогичный другой модели (марки, типа и т.д.);

требования о замене распространяются на все виды товаров, в том числе продовольственные, лекарственные средства. Исключение составляют лишь технически-сложные товары и дорогостоящие товары, стоимость которых превышает 400 базовых величин, их замена может быть произведена лишь в случае обнаружения существенных недостатков;

требование должно быть удовлетворено незамедлительно, а при необходимости проверки качества товара в течение 14 дней со дня предъявления

требований. В случае просрочки, потребитель, согласно п.3 ст.24, вправе предъявить иные требования, установленные ст.19 Закона;

в случае удовлетворения требования о замене, она должна быть произведена в течение 1 месяца. В противном случае потребитель, как и в предыдущем случае, вправе предъявить иные требования, установленные ст.19, вплоть до расторжения договора;

доставка крупногабаритных товаров и товаров весом более 5 килограмм осуществляется продавцом (изготовителем);

параллельно предъявлению требования о замене товара, потребитель также может предъявить требование о предоставлении в трехдневный срок безвозмездно на период замены во временное пользование аналогичный товар длительного пользования.

Безвозмездное изготовление другой вещи из однородного материала такого же качества или повторное выполнение работы, если это возможно, согласно п.1.3 ст.30. Реализация данного права каких-либо особенностей не имеет.

Возмещение расходов по устранению недостатков товара (работы, услуги) регламентируется общими нормами Гражданского кодекса и ст.23 Закона, широкого распространения на практике не получило.

Особенности реализации данного права:

может быть предъявлено и продавцу и изготовителю (исполнителю);

подлежит удовлетворению незамедлительно. Максимальный срок для удовлетворения требований потребителя не может превышать семи дней со дня предъявления соответствующего требования, а при необходимости проведения экспертизы - четырнадцати дней;

в случае спора обосновать необходимость устранения недостатков и подтвердить три факта: в товаре действительно имелся недостаток (свидетельские показания, заключения эксперта и др.); в связи с устранением этого недостатка возникли расходы (письменные доказательства – расписки о получении денег за ремонт третьим лицом, чеками на приобретение запчастей и др.); целесообразность и необходимость понесенных расходов, их соответствие действующим ценам на ремонтные работы.

4. Особенности расторжения договора купли-продажи и возмещения убытков:

требование предъявляется как продавцу, так и изготовителю товаров. Только к продавцу можно предъявить требование и о расторжении договора, и о возмещении всех убытков, связанных с приобретением некачественной вещи, а к изготовителю предъявляется требование только о возмещении стоимости вещи;

доставка крупногабаритных товаров и весом более 5 кг осуществляется силами продавца (изготовителя);

требовать возмещения разницы между ценой товара в момент покупки и ценой в момент расторжения, согласно п.4 ст.25 Закона;

требовать возвращения суммы погашенного кредита ко дню возврата товара и платы за предоставление кредита, согласно п.5 ст.25 Закона.

Особенности расторжения договора об оказании услуг:

предъявляется исполнителю с правом требования всех убытков в следующих случаях:

если в согласованный сторонами срок недостатки не были устранены исполнителем;

если потребителем обнаружены существенные недостатки в работе либо отступления от условий договора, ухудшившие результат работы.

Особенности требований о соразмерном уменьшении покупной цены:

предъявляется исключительно к продавцу;

избирается вариант определения суммы, на который товар уменьшился:

выплачивается среднерыночная стоимость устранения недостатков, определяемая экспертами либо сторонами путем исследования цен ремонтных работ в населенном пункте; сумма, соответствующая проценту потери товарного вида, свойств товара. В основу расчета берется цена товара на момент предъявления требований либо любая сумма, которую продавец и потребитель считают соответствующей компенсацией.

ТЕМА 8.

Содержание прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка

1. Общая характеристика прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка.
2. Правовое регулирование отношений по противодействию монополистической деятельности, развитию конкуренции как гарантии реализации права потребителей на содействие экономическим интересам.

1. Право на просвещение (ст.4 Закона) в области защиты прав потребителей подразумевает наличие возможности у потребителя приобретать определенную информацию о своих правах и необходимых действиях по их защите.

Структурно субъективное право потребителей на просвещение состоит из следующих правомочий:

приобретать информацию о правах потребителей и необходимых действиях по их защите в системе школьного образования;

приобретать информацию о правах потребителей и необходимых действиях по их защите через систему информирования.

Особенность данного права потребителя проявляется также в абсолютном характере соответствующих правоотношений, так как управомоченному лицу – потребителю противостоит неопределенное число обязанных лиц, которые должны воздержаться от нарушения данного субъективного права.

Право на защиту (Главы 5, 6 Закона) является одним из видов субъективного права потребителя. Данное субъективное право состоит из следующих правомочий:

обращаться за защитой своих прав в уполномоченные органы государственного управления – Министерство торговли, органы, обеспечивающие безопасность товаров (работ, услуг)- Комитет по стандартизации, метрологии и сертификации, Комитет государственного контроля, Министерство здравоохранения, Министерство спорта и туризма, местные исполнительные органы;

обращаться за защитой своих прав в суд;

обращаться за защитой своих прав в общественные объединения потребителей.

Право на свободный выбор товаров (работ, услуг) (ст.11 Закона) – означает, что потребитель имеет право свободно выбрать из предложенного ассортимента перечень необходимый ему товар (работу, услугу). Субъективное право потребителей на свободный выбор состоит из следующих правомочий:

требовать предоставления реализации права в удобное для него время с учетом режима работы продавца (изготовителя, исполнителя);

требовать от продавца (изготовителя, исполнителя) оказывать содействие потребителю в свободном выборе товара (работы, услуги);

требовать отдельным категориям потребителей предоставления льгот и преимуществ в торговом, бытовом и иных видах обслуживания в порядке, установленном законодательством;

требовать снятия преимуществ, прямых или косвенных ограничений при выборе товара (работы, услуги), за исключением преимуществ или ограничений, предусмотренных законодательством.

Данное право также обеспечивается: п.2 ст.18 Закона, согласно которому запрещается обуславливать приобретение товара (работы, услуги) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг); п.3 ст.18 устанавливает, что продавец (исполнитель) не вправе без согласия потребителя предоставлять дополнительные услуги, оказываемые за плату. Потребитель вправе отказаться от оплаты таких работ (услуг), а если они уже оплачены, - потребовать от продавца (исполнителя) возврата уплаченной суммы.

Право на создание общественных потребительских объединений (Гл 6 Закона). Данное субъективное право подразумевает возможность потребителю:

быть учредителем создающегося объединения потребителей;

вступить в действующие потребительские объединения;

участвовать в мероприятиях по защите прав потребителей, проводимых общественными объединениями.

Право на признание судом недействительными условий договора, ущемляющими права потребителей (ст.18 Закона). Подразумевается, что условия договора с участием потребителя не должны противоречить законодательству о защите прав потребителей, создавать существенный дисбаланс между правами и обязанностями сторон, в ущерб потребителю, в противном случае такие условия признаются недействительными. Огромную роль в наличии данного права сыграла Директива ЕС о недобросовестных условиях договоров с потребителями 1994 года. П.1 ст.3 Директивы под недобросовестностью договорных условий понимает такие, которые создают существенный дисбаланс между правами и обязанностями сторон в ущерб потребителю. Критерий недобросовестности не применяется к предмету и цене договора, если они сформулированы понятным для потребителя языком. Имеется также 17 договорных условий, признаваемых недобросовестными. Например, исключаящие либо ограничивающие ответственность продавца, в случае смерти или причинения вреда здоровью потребителя и другие.

Право на обмен товара надлежащего качества (ст.26 Закона).

Ст.472 ГК и ст.26 Закона закрепляют одно из важнейших прав потребителей - возможность обменять товар надлежащего качества на аналогичный. Однако его реализация возможна при соблюдении следующих условий:

- предметом обмена может быть только непродовольственный товар;
- товар не входит в перечень товаров, не подлежащих обмену, утвержденный Правительством 16 июня 2002 года «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» (нижнее белье, метражные товары, чулочно-носочные изделия и т.д.);
- товар не был в употреблении, и сохранены все его потребительские свойства;
- имеются доказательства приобретения его у данного продавца. В соответствии со ст.463 ГК, доказательством могут служить кассовые либо товарные чеки, иные документы об оплате, свидетельские показания;
- товар можно обменять в течение 14 дней с момента передачи товара, если более длительный срок не установлен продавцом;
- обмену подлежит только тот товар, который не подошел по форме, габаритам, фасону, расцветке или комплектации (перечисленный перечень оснований является исчерпывающим);
- обменять товар можно только на аналогичный другого размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации. Например, платье на платье из того же материала, модели, но другого размера.

В случае возникновения спора о возможном употреблении товара потребителем, последнему необходимо требовать проведения экспертизы либо провести ее самостоятельно до обращения в суд, либо подать исковое заявление и требовать назначения судебной экспертизы.

Если в результате обмена у потребителя возникли какие-либо расходы, например по доставке товара, эти убытки продавец не возмещает, так как они не связаны с нарушением договора.

2. Правовое регулирование данных отношений осуществляется Гражданским кодексом, Законами Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», «О естественных монополиях», «О рекламе».

Монополистическая деятельность - действия (бездействия) хозяйствующих субъектов, государственных органов, направленные на недопущение, ограничение или устранение конкуренции, а также причиняющие вред правам, свободам и законным интересам потребителей.

Конкуренция - состязательность хозяйствующих субъектов, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Однако понятие конкуренции более широкое, и под этим также понимается:

разновидность социальных регуляторов, так как право не может заменить конкуренцию; предпосылка реализации прав потребителей (в особенности права на информацию и на выбор товаров (работ, услуг); деятельность субъектов

хозяйствования с целью более выгодного производства и сбыта товаров (работ, услуг).

Обычно считается, что выгода, полученная потребителями от политики конкуренции, косвенная, так как она более относится к хозяйственным субъектам, желающим играть «на ровном поле». Однако в конечном итоге она защищает и потребителей.

Целью такого законодательства является создание равных возможностей для предпринимателей и защита прав потребителей. Данные цели реализуются через осуществление антимонопольного контроля; ограничение недобросовестной конкуренции; поддержку и содействие конкуренции.

Антимонопольный контроль осуществляется через применение определенных предупредительных, ограничительных, пресекающих мер, установленных законодательством (например, осуществление реорганизации хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарном рынке).

Недобросовестная конкуренция – действия хозяйственных субъектов, направленные на приобретение преимуществ, и они противоречат положениям законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости субъектов гражданских правоотношений, могут причинить вред другим субъектам хозяйствования либо потребителям.

Глава 68 ГК в ст.1029 содержит примерный перечень недобросовестных конкурентных действий (форм), и эти положения детализируются в действующем законодательстве.

Поддержка конкуренции – это обязательная деятельность государства в лице его органов и должностных лиц по созданию условий для появления, развития и существования добросовестной конкуренции, а также по пресечению монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. Таковую деятельность осуществляет Министерство экономики РБ, определенные функции имеют Общественные организации (объединения) потребителей, которые могут осуществлять общественный контроль за соблюдением антимонопольного законодательства. Они вправе, согласно ст. 14 Закона «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции»:

подавать в антимонопольный орган заявления о фактах нарушения антимонопольного законодательства и вносить предложения по их устранению;

обращаться в суд с исками в защиту прав, свобод и законных интересов своих членов и других лиц от деяний, нарушающих антимонопольное законодательство;

проводить собственную экспертизу принятия и осуществления решений о создании, реорганизации и ликвидации хозяйствующих субъектов на соответствие этих действий требованиям антимонопольного законодательства и информировать общественность о результатах экспертизы;

осуществлять иные действия, не противоречащие законодательству.

ТЕМА 9.

Правовое регулирование защиты прав потребителей рекламы

1. Понятие рекламы и ее существенные признаки. Содержание законодательства в области рекламы.
2. Виды рекламы

1. Реклама – это всегда информация, которая, в свою очередь, является объектом гражданских правоотношений, согласно ст.128 ГК Республики Беларусь. Кроме того, реклама может быть объектом контроля со стороны уполномоченных государственных органов, поэтому она также является объектом и административных правоотношений.

Реклама, согласно ст.2 Закона «О рекламе», – это распространяемая в любой форме с помощью любых средств информация о юридическом или физическом лице, товарах (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим юридическому или физическому лицу, товарам и способствовать реализации товаров.

Существенные признаки рекламы как особой информации:

1. это исключительно информация о юридическом или физическом лице, товаре, работе, услуге. Причем, данная информация распространяется не об абстрактном, а всегда о конкретном лице, конкретном товаре;
2. это не простая информация для потребителей, она должна вызывать отклики клиентов, стимулировать потребительский спрос. Поэтому реклама отграничивается от других видов информации целью создания: реклама призвана побудить субъекта к вступлению в правоотношения и способствовать реализации товаров, услуг;
3. данная информация предназначена для неопределенного круга потребителей;
4. данная информация должна передаваться в объеме, предписываемом законодательством. Рекламная деятельность – это разновидность коммерческой деятельности, поэтому ее участники связаны объемом сведений, представляемых в рекламном продукте.

Закон «О рекламе» по существу дает определение коммерческой рекламы, то есть рекламы в ее гражданско-правовом смысле, что, бесспорно, сужает ее смысл, в ст.1 прямо предусматривается, что нормы закона не распространяется на политическую рекламу.

Реклама – это разновидность информации для потребителей, поэтому к ней предъявляются все требования, предъявляющиеся к информации о товарах (работах, услугах) и их изготовителях (исполнителях, продавцах). Таким образом, реклама должна быть достоверной, необходимой, своевременной и доступной.

Однако в рекламе иногда неразумно требовать сообщения всех сведений о товарах (работах, услугах), изготовителях (исполнителях, продавцах), поэтому Законом «О рекламе» установлены общие требования к рекламе всех и отдельных товаров, работ, услуг.

Общие требования к рекламе закреплены в ст.4 Закона Республики Беларусь «О рекламе»:

реклама должна быть распознаваема без специальных знаний и специальных средств, то есть она должна быть доступной, как и другая информация, для потребителей;

реклама на территории РБ распространяется на белорусском и русском языках;
реклама товаров, запрещенных к производству или реализации, реклама изготовителя (исполнителя, продавца) без лицензии, если таковая требуется, не допускается;

если деятельность рекламодателя подлежит лицензированию, в рекламе должны быть указаны номер лицензии, дата ее выдачи, срок действия и наименование органа, выдавшего эту лицензию;

реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться пометкой "подлежит обязательной сертификации";

реклама не должна призывать граждан к действиям, нарушающим законодательство.

Специальные требования к рекламе связаны с рекламой отдельных товаров, работ, услуг. Например, Законом «О рекламе» регулируется реклама финансовых, банковских, страховых, инвестиционных услуг и ценных бумаг. Кроме того, требования к рекламе алкогольных напитков, табачных изделий, трудоустройству и учебе за границей содержатся в Декретах Президента от 17 декабря 2002 г. № 28 и №29 «О государственном регулировании производства, оборота, рекламы и потребления табачного сырья и табачных изделий», «О государственном регулировании производства, оборота и рекламы алкогольной, непищевой спиртосодержащей продукции и этилового спирта», в Декрете от 9 марта 2005 г. №3 «О некоторых мерах по противодействию торговле людьми», в Указе Президента от 30 января 2003 г. №51 «О порядке проведения рекламных игр на территории Республики Беларусь».

Правоотношения в области рекламы урегулированы также нормами Указа Президента от 3 июня 1996 года №210 «О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности», Постановления Кабинета Министров Республики Беларусь от 12 июля 1996 г. №458 «Об утверждении временного положения о порядке осуществления рекламной деятельности на территории Республики Беларусь».

Закон Республики Беларусь «О рекламе» с точки зрения отраслевой принадлежности носит комплексный характер и объединяет нормы и публичного и частного права, он также является стержневым в законодательстве в области рекламы и в настоящее время.

2. Рекламу можно классифицировать по различным основаниям.

По целям (назначению) реклама бывает:

1) социальная – это информация государственных органов по вопросам здорового образа жизни, охраны здоровья, сохранения природы, сбережения энергосырьевых ресурсов, профилактики правонарушений, социальной защиты и безопасности населения, которая не носит коммерческого характера (ст. 2 Закона Республики Беларусь «О рекламе»);

2) коммерческая, т.е. реклама, направленная на извлечение прибыли путем воздействия на потребителя с целью принятия им решения приобрести рекламируемый товар.

По способу (месту) размещения рекламной информации:

1) внутренняя - это любая реклама, размещенная внутри зданий, помещений, сооружений. Однако здесь действует установленный ст.12 Закона Республики Беларусь «О рекламе» запрет на размещение рекламы в помещениях органов власти, дошкольных и специализированных детских учреждений и школах;

2) наружная – это, соответственно, реклама, расположенная вне зданий, помещений, сооружений. В отношении наружной рекламы ст.11 Закона Республики Беларусь «О рекламе» содержит ряд правил:

- наружная реклама не должна иметь сходства с дорожными знаками и указателями, ухудшать их видимость, а также снижать безопасность движения;

- распространение наружной рекламы допускается при наличии разрешения соответствующего органа местного управления;

3) реклама в средствах массовой информации. В соответствии с Законом Республики Беларусь «О печати и других средствах массовой информации» под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, телерадиоорганизация, радио-, теле-, видео-, кинохроникальная программа, другая форма (способ) периодического распространения массовой информации. Ст. 9 Закона Республики Беларусь «О рекламе» устанавливает лимиты на рекламу в средствах массовой информации, не зарегистрированных в качестве специализированных для сообщений и материалов рекламного характера;

4) реклама в справочном обслуживании. Ст. 10 Закона Республики Беларусь «О рекламе» регулирует некоторые вопросы размещения рекламы при платном справочном телефонном, компьютерном и ином обслуживании и устанавливает запрет на использование бесплатных номеров телефона милиции, скорой медицинской помощи, пожарной охраны и других аналогичных служб в целях размещения рекламы;

5) реклама на транспортных средствах. Реклама может размещаться на транспортных средствах, автомобильных и железнодорожных путях общего пользования (включая полосу отведения), в метрополитене только по согласованию с их собственниками либо лицом, уполномоченным на то собственником, в соответствии с требованиями безопасности правил дорожного движения (ст. 13 Закона Республики Беларусь «О рекламе»);

6) реклама на почтовых отправлениях. В соответствии со ст.13 Закона Республики Беларусь «О рекламе» распространение рекламы на маркированных почтовых отправлениях осуществляется только с разрешения республиканского органа управления Республики Беларусь, в компетенцию которого входят вопросы почтовой связи.

С точки зрения соблюдения норм закона:

1) законная (надлежащая), т.е. отвечающая всем требованиям и не нарушающая запреты законодательства реклама;

2) ненадлежащая реклама - это недобросовестная, недостоверная, неэтичная, скрытая и иная реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Республики Беларусь. Таким образом, ненадлежащую (запрещенную) рекламу можно, в свою очередь, разделить на подвиды:

- недобросовестная реклама. Закон Республики Беларусь «О рекламе» лишь закрепляет, но не детализирует положение о недобросовестной рекламе. Закон не воспринял понятие, данное ранее в Указе Президента Республики Беларусь № 210, в соответствии с которым недобросовестной считается реклама, содержащая ложные и иные недостоверные сведения о продукции (работах, услугах), виде деятельности рекламодателя (лица, деятельность или продукция (работы, услуги) которого рекламируются), распространение которых может привести к нарушению либо нарушает права и охраняемые законом интересы юридических и физических лиц;
- недостоверная реклама. Согласно статье 6 Закона Республики Беларусь «О рекламе», недостоверной является реклама, не соответствующая действительности в отношении таких характеристик товара, как состав, способ и дата изготовления, назначение, потребительские свойства, условия применения, количество и др.; наличие товара на рынке, возможности его приобретения в указанном объеме, времени и месте; условия оплаты товара на момент распространения рекламы (далее подробно определен момент распространения рекламы для различных форм ее распространения); официального признания товара, присвоения ему медалей, призов, дипломов и иных наград (требование не случайно, т.к. это говорит о качестве товара и является существенным условием будущего правоотношения. Здесь классическим примером может служить распространенный в недалеком прошлом государственный «Знак качества», одной из функций которого являлась рекламная, т.е. налицо требование соблюдения точности в существенных условиях договоров;
- неэтичная реклама. В соответствии со ст.7 Закона Республики Беларусь «О рекламе» неэтичной является реклама, которая содержит текстовую, зрительную и звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы морали и нравственности; порочит объекты, являющиеся историко-культурными ценностями и т.д.;
- скрытая реклама – это реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие, в том числе и путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами;
- заведомо ложная реклама – это реклама, с помощью которой рекламодатель (рекламопроизводитель, рекламораспространитель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы. Запрет на этот вид рекламы содержится в ст. 250 Уголовного Кодекса Республики Беларусь.

ТЕМА 10.

Юридическая ответственность продавцов (изготовителей, исполнителей) за нарушения прав потребителей

1. Понятие и виды гражданско-правовой ответственности за нарушения прав потребителей.
2. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушения прав потребителей на информацию и рекламодателей

- (рекламораспространителей, рекламоизготовителей) за нарушения прав потребителей рекламы.
3. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за вред, причиненный вследствие недостатков товаров (работ, услуг).
 4. Компенсация морального вреда за нарушения прав потребителей.
 5. Административная и уголовная ответственность за нарушения прав потребителей.

1. Гражданско-правовая ответственность применяется к нарушителям прав потребителей – продавцам, изготовителям и исполнителям. В зависимости от основания возникновения гражданско-правовой ответственности различают договорную и внедоговорную (деликтную) ответственность. Согласно Закону РБ «О защите прав потребителей», *договорная ответственность* выражается в форме обязанности продавца (изготовителя, исполнителя) возместить потребителю, во-первых, убытки, причиненные неисполнением либо ненадлежащим исполнением обязательств, во-вторых, уплаты по требованию потребителя неустойки, в-третьих, взимание по требованию потребителя процентов годовых за пользование чужими денежными средствами, согласно ст.366 ГК, в-четвертых, возмещении морального вреда. Основанием *внедоговорной* ответственности является не договор, а причинение вреда личности или его имуществу. Она выражается в форме возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги), непредоставления информации либо предоставления ненадлежащей информации, также потребитель может потребовать возмещения морального вреда.

Убытки, причиненные потребителю в связи с нарушением продавцом (изготовителем, исполнителем) его прав, согласно п.п.2 ст.15 Закона, *подлежат возмещению в полном объеме, сверх неустойки*, кроме случаев, когда Гражданский кодекс устанавливает ограниченный размер ответственности. Размер убытков определяется по правилам ст.14 ГК и включает реальный ущерб – произведенные потребителем расходы, стоимость утраченного имущества, суммы, на которые уменьшилась стоимость имущества, и упущенную выгоду, которую потребитель получил бы при обычных условиях гражданского оборота, если бы его право не было бы нарушено. В ряде случаев убытки возмещаются потребителю не полностью, а лишь в части реального ущерба. Возмещение упущенной выгоды исключается. Например, по договору энергоснабжения п.1 ст.518 ГК, по договору перевозки граждан. Так, ст.749 устанавливает штраф за задержку и опоздание прибытия транспортных средств по договору перевозки пассажира.

Неустойка - следующая форма гражданско-правовой ответственности, применяемая за нарушения прав потребителей. По общему правилу неустойка является зачетной, то есть убытки возмещаются в части не покрытой неустойкой, согласно п.1 ст.365 ГК. Однако во всех случаях ее применения по делам о защите прав потребителей она является штрафной, т.е. уплачивается независимо от возмещения потребителю причиненных убытков. Закон предусматривает следующие случаи взыскания неустойки за нарушения прав потребителей товаров:

1. нарушение 14 дневного срока устранения недостатков в товаре по требованию потребителя, согласно п.1 ст.21 Закона;

2. неудовлетворение требований кредитора-потребителя о незамедлительной замене товара ненадлежащего качества, если товар не требует проверки качества и 14 дневного срока, если товар требует проверки качества, согласно п.1 ст.22;

3. непредоставление в течение 3-х дней безвозмездно во временное пользование на период замены либо ремонта аналогичного товара, согласно п.2 ст.21 и п.2 ст.22 Закона. Перечень товаров, не подлежащих предоставлению в пользование, определяется Постановлением Правительства от 14 июня 2002 года №778;

4. нарушение 7-ми дневного либо 14 дневного срока (в случае проведения экспертизы) удовлетворения требований потребителя о соразмерном уменьшении покупной цены товара ненадлежащего качества, возмещении расходов на устранение недостатков потребителем, а также возмещении убытков, причиненных расторжением договора купли-продажи, согласно ст.23 Закона.

Размер неустойки – 1% в день цены товара за каждый день просрочки.

Случаи взыскания неустойки за нарушения прав потребителей работ, услуг:

1. нарушение установленных сроков выполнения работы, услуги (абз.1 п.6 ст.29 Закона);

2. нарушение сроков начала выполнения работы, ее этапа. Неустойка взыскивается за каждый день (час) просрочки вплоть до начала выполнения работы или предъявления иных требований потребителем (абз.2 п.6 ст.29 Закона);

3. нарушение сроков окончания работы, ее этапа. Неустойка взыскивается за каждый день (час) просрочки вплоть до выполнения работы или предъявления иных требований потребителем (абз.2 п.6 ст.29 Закона);

4. за нарушение 14-дневного срока устранения недостатков в выполненной работе (ст.31 Закона);

5. за нарушение 7-ми дневного срока удовлетворения требований потребителя о соразмерном уменьшении цены за выполненную работу, возмещении расходов по устранению недостатков выполненной работы (оказанной услуги) своими силами или третьими лицами, а также о возмещении убытков, причиненных расторжением договора о выполнении работы (оказании услуги) (п.1 ст.31 Закона);

6. за нарушение сроков изготовления другой вещи из однородного материала такого же качества или повторного выполнения работы (оказании услуги) (п.2 ст.31 Закона).

Исполнитель уплачивает неустойку в размере 1% цены выполненной работы, если цена не определена, то 1% цены всего заказа за каждый день, час просрочки.

Размер неустойки установлен законом, уменьшить который нельзя по соглашению сторон, в противном случае условия договора будут признаны недействительными.

Взысканию также подлежат *и проценты за пользование чужими денежными средствами потребителя.*

Однако уплата неустойки и возмещение убытков не освобождает продавца от исполнения возложенных на него обязательств в натуре перед потребителем. Принцип реального исполнения обязательства, характерный для континентальных

систем, нашел свое отражение в ст.367 ГК и ст.15 Закона. От исполнения обязательства должника освобождает отказ потребителя принять исполнение вследствие его просрочки, так как оно потеряло интерес для потребителя. Вообще принцип реального исполнения обязательства обусловлен в данных правоотношениях спецификой – потребитель выводит товар из сферы обращения в сферу потребления, поэтому ему нужен товар.

П.4 ст.15 Закона закрепляет, что продавец (изготовитель, исполнитель) освобождается от ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств, если докажет, что неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств произошло вследствие непреодолимой силы, а также по иным основаниям, исключающим ответственность и предусмотренным законодательными актами.

ГК предусматривает в качестве общего условия гражданско-правовой ответственности вину. Ее отсутствие служит основанием для освобождения лица от ответственности. Вместе с тем законом или договором может быть предусмотрено, что лицо несет ответственность и без вины. Особенность ответственности продавца, изготовителя, исполнителя, как лиц, не исполнивших или исполнивших ненадлежащим образом обязательства при осуществлении предпринимательской деятельности, состоит в привлечении их к ответственности, как при наличии вины, так и при ее отсутствии. Основанием освобождения от ответственности может быть только *непреодолимая сила – чрезвычайное и непредотвратимое при данных условиях обстоятельство*. Таким образом, обстоятельства, которые могут быть квалифицированы как простой «случай», не служат основанием для освобождения ответственности. Например, если подрядчик не выполнил в срок строительство дома из-за частых дождей, это не освободит его от ответственности.

В качестве иных оснований освобождения можно привести в пример ст.749: перевозчик освобождается от ответственности за задержку транспортного средства, если докажет, что это произошло вследствие устранения неисправности транспортного средства, угрожающей жизни пассажиров. При этом необходимо иметь в виду, что, согласно п.8 Постановления Верховного Суда от 25.09.2003 №10, обязанность предоставить доказательства, на основании которых суд может освободить продавца (изготовителя, исполнителя) от ответственности, по общему правилу возлагается на ответчика.

2. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушения прав потребителей на информацию, согласно ст.16 Закона «О защите прав потребителей», наступает в форме возмещения убытков. Они взыскиваются:

1) если потребителю не предоставлена возможность незамедлительно получить в месте продажи необходимую и достоверную информацию о товаре (работе, услуге) и он не смог заключить договор в результате этого нарушения, или как говорит Закон, «если они вызваны необоснованным уклонением от заключения договора». Например, гражданин желает купить стиральную машину, для этого он вызвал такси, оплатил машину для перевозки и явился в магазин. Некомпетентные продавцы не смогли предоставить необходимую и полную информацию о товаре, в

результате гражданин не смог купить машину. Поэтому гражданин может взыскать убытки;

2) если потребителю не предоставлена возможность незамедлительно получить в месте продажи необходимую и достоверную информацию о товаре (работе, услуге) и он приобрел в результате этого ненужный ему товар (работу, услугу). В таком случае потребитель, кроме требования о возмещении убытков, может также отказаться от исполнения договора в разумный срок, если он еще его не исполнил. Например, в вышеназванном примере, если потребитель все же приобрел стиральную машину и лишь дома обнаружил, что необходимая информация о машине все же представлена не была, тогда он может требовать расторжения договора, возврата покупной цены товара и возмещения других убытков при условии, что возвратит стиральную машину продавцу. В отношении же договора бытового подряда п.2 ст.687 ГК вводит иное правило: заказчик вправе требовать расторжения договора без оплаты выполненной работы, а также вправе требовать возмещения причиненных ему убытков в случае, когда вследствие неполноты или недостоверности информации был заключен договор, не обладающий необходимыми свойствами для потребителя-заказчика;

3) если в товаре (работе, услуге) появились недостатки, вследствие предоставления ненадлежащей информации, Закон «О защите прав потребителей» устанавливает, что в таких случаях продавец (изготовитель, исполнитель) несет ответственность, равную ответственности, установленной за продажу товаров (работ, услуг) ненадлежащего качества в ст.19 и 30 Закона. Однако, согласно п.4 ст.465 ГК, на потребителя возлагается бремя доказывания, что недостатки возникли в связи с отсутствием у него необходимой информации, например, отсутствие необходимых указаний в инструкции по эксплуатации;

4) если причинен вред жизни, здоровью, имуществу потребителя вследствие недостоверной или недостаточной информации о товаре (работе, услуге), он подлежит возмещению в полном объеме продавцом (изготовителем, исполнителем) независимо от его вины и от того, состоял потребитель с ним в договорных отношениях или нет, согласно п.1 ст.16 Закона.

Потребители, интересы которых нарушены в результате ненадлежащей рекламы, вправе в установленном порядке требовать возмещения как имущественного, так и морального вреда, согласно ст.23 Закона «О рекламе». Однако субъекты рекламного бизнеса несут ответственность за различные действия. Так, *Рекламодатель* несет ответственность за нарушение законодательства Республики Беларусь о рекламе в отношении ее содержания, если не доказано, что это произошло по вине рекламопроизводителя или рекламораспространителя. *Рекламопроизводитель* несет ответственность за нарушение законодательства Республики Беларусь о рекламе в отношении оформления, производства и подготовки. *Рекламораспространитель* несет ответственность за нарушение законодательства Республики Беларусь о рекламе в отношении времени, места и способа ее размещения.

3. На отношения по возмещению вреда, причиненного жизни, здоровью, имуществу потребителя вследствие недостатков товаров (работ, услуг),

распространяют свое действие нормы параграфа 3 Главы 58 Гражданского кодекса и ст.16 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей».

Особенность правил о возмещении вреда заключается в том, что для возложения ответственности достаточно трех условий: 1) противоправность действий продавца (изготовителя, исполнителя); 2) причинение вреда жизни, здоровью, имуществу потребителя; 3) наличие причинной связи между противоправным поведением и наступлением вреда.

Действия продавца (изготовителя, исполнителя) должны быть противоправными, то есть такие действия способны причинить вред жизни, здоровью, имуществу потребителя. Анализ Закона позволяет назвать следующие противоправные действия, которые могут совершить продавцы (изготовители, исполнители):

- продажа товаров (работ, услуг) с конструктивными, рецептурными и иными недостатками;
 - предоставление недостоверной и недостаточной информации о товаре (работе, услуге);
 - реализация товаров с просроченными сроками годности, хранения;
 - реализация товаров (работ, услуг) в нарушение требований акта законодательства без установленного срока годности или срок службы;
 - не предоставление информации потребителю о необходимых действиях по истечении срока годности или срока службы товара (работы, услуги) и возможных последствиях при невыполнении указанных действий;
- наступление вреда.

Вред, причиненный *здоровью* потребителя, выражается в потере (ухудшении) здоровья, утрате заработка, несение дополнительных расходов, в физических и нравственных страданиях, вызванных повреждением здоровья. Вред, причиненный *смертью* потребителя, состоит в утрате доли дохода умершего лицами, которые получали содержание или имели на него право, в физических и нравственных страданиях, в расходах на погребение. Вред, причиненный *имуществу* потребителя, выражается в повреждении либо утрате вещи, неполучении доходов, которые мог бы получить потребитель, физических и нравственных страданиях.

Вред подлежит возмещению при условии, что он причинен в пределах:

сроков службы либо годности товара (работы, услуги), установленных в соответствии с требованиями законодательства;

в течение 10 лет, если сроки службы, годности не установлены, так как их установление не предусмотрено законодательством.

Вред подлежит возмещению независимо от времени его причинения, если в нарушение требований законодательства сроки службы, годности не установлены и если потребитель не был проинформирован о необходимых действиях по их истечении и возможных последствиях при невыполнении указанных действий.

Таким образом, продавец (изготовитель, исполнитель) отвечает и при отсутствии вины, в том числе и за случайное причинение вреда, то есть несет повышенную ответственность.

В качестве оснований освобождения изготовителя (исполнителя, продавца) от ответственности п.7 ст.16 Закона устанавливает: 1) наличие непреодолимой силы; 2) нарушение потребителем установленных правил пользования товаром (результатом работы, услугой) или его хранения. Причем, нарушение потребителем указанных правил должно быть виновным. Подразумевается, что изготовитель (исполнитель) несет ответственность за вред независимо от того, позволял уровень научных и технических знаний изготовителя (исполнителя) выявить их особые свойства или нет. Таким образом, устанавливается презумпция добросовестности потребителя, и на изготовителя (продавца, исполнителя), согласно п.7 ст.15 Закона, возлагается бремя доказывания наличия случаев освобождения его от ответственности.

Круг лиц, ответственных за причинение вреда, строго очерчен п.5 и 6 ст.16 Закона. За вред, причиненный недостатками товаров, ответственность несут по выбору потребителя продавец либо изготовитель. За вред, причиненный результатами работ (услуг), ответственность несут исполнители.

Потерпевшими, которым причинен вред недостатками товаров (работ, услуг) признаются: 1) потребители – покупатели и заказчики, заключившие договор с причинителем вреда; 2) лица, которые непосредственно использовали товар (работу, услугу); 3) иные лица, которым причинен вред товарами (работами, услугами).

4. Согласно ст.152 ГК, гражданин, которому причинен моральный вред действиями, нарушающими его личные неимущественные блага, а также в иных случаях, предусмотренных законодательством, вправе требовать от нарушителя денежную компенсацию указанного вреда. Ст.17 Закона «О защите прав потребителей», согласно которой потребитель может взыскать моральный вред, причиненный нарушением его имущественных прав, как раз и представляет иные случаи, предусмотренные законодательством.

Моральный вред в ст.152 ГК определен как физические либо нравственные страдания. В Постановлении Пленума Верховного Суда «О практике применения судами законодательства, регулирующего компенсацию морального вреда» №7 от 28 сентября 2000 года, определяется:

- физические страдания – это боль, функциональные расстройства организма, изменения в эмоционально-волевой сфере;
- нравственные страдания – это ощущения страха, унижения, переживания, связанные с ограничением каких-то прав.

Следовательно, физические страдания могут быть во всех случаях причинения вреда здоровью потребителя. Нравственные страдания могут быть в любых случаях нарушений прав потребителей.

Основные моменты компенсации морального вреда:

- 1) компенсация осуществляется в денежной форме;
- 2) размер определяет суд в зависимости, во-первых, от характера причиненных потребителю физических и нравственных страданий, во-вторых, от степени вины причинителя вреда, когда вина является основанием для возмещения вреда. Суд при назначении размера должен исходить из принципа разумности и справедливости;

- 3) моральный вред возмещается продавцом, изготовителем, исполнителем, рекламодателем, рекламораспространителем и рекламоизготовителем;
- 4) обязанность доказать факт причинения морального вреда лежит на потребителе, в исковом заявлении он должен указать кто, при каких обстоятельствах, каким действием (бездействием) и когда причинен ему моральный вред, какие страдания он испытывал и какую конкретную сумму он просит, какие доказательства приводит.

5. Под мерами административной ответственности, применяемыми за нарушения прав потребителей, понимаются административные взыскания, налагаемые должностными лицами органов государственной власти на граждан, должностных лиц за правонарушения, ущемляющие права потребителей и дезорганизующие положение на потребительском рынке.

Ввиду множества сфер потребления, а также по причине исключительной важности прав потребителей на безопасность и качество товаров (работ, услуг), они защищаются рядом следующих составов административных правонарушений, содержащихся в КоАП Республики Беларусь: ст.42 (Нарушение санитарных норм, правил и гигиенических нормативов), 43 (Нарушение санитарных норм, правил и гигиенических нормативов на транспорте), 46² (выпуск либо реализация недоброкачественной продукции), 104 (Нарушение правил, обеспечивающих безопасность движения на железнодорожном транспорте и в метрополитене), 106 (Нарушение правил безопасности движения на речном транспорте), 171 (Нарушение правил по стандартизации и качеству продукции, выпуска в обращение и содержание средств измерений и пользования ими). Непосредственным объектом вышеназванных правонарушений являются жизнь и здоровье потребителей, их имущество.

Ответственность за нарушение прав потребителей на информацию о товарах (работах, услугах), на надлежащую рекламу устанавливается ст.144(нарушение правил торговли и оказания услуг населению, 155(9) (Нарушение законодательства о рекламной деятельности) КоАП Республики Беларусь.

Законодательство об административных правонарушениях предоставляет дополнительные гарантии потребителям по защите своих прав в торговой и других сферах обслуживания. Это ст. 126² (Нарушение правил перевозки водителями такси), 144 (нарушение правил торговли и оказания услуг населению), 144² (нарушение правил розничной реализации лекарственных средств), 144 (3) (Обман потребителей), 145 (Нарушение правил торговли спиртными напитками), 147 (Нарушение правил торговли на рынках), 148 (Торговля в неустановленных местах) и другие.

Основным административным взысканием, применяемым за нарушения прав потребителей, является штраф, кроме того, на виновных накладываются и другие взыскания, например, предупреждение, конфискация предмета, явившегося орудием совершения или непосредственным объектом административного правонарушения.

Уголовный кодекс Республики Беларусь устанавливает уголовную ответственность за обман потребителей в ст.257. К ответственности привлекаются

лица, совершившие в течение года после административного взыскания такое же правонарушение либо в значительном размере.

ТЕМА 11.

Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере торговли

1. Понятие и формы розничной торговли и общественного питания, содержание правового регулирования данной сферы.
2. Особенности договоров с участием потребителей в сфере торговли.

1. Торговля определяется Законом «О торговле» от 28 июля 2003 года как предпринимательская деятельность торговых организаций и индивидуальных предпринимателей, в основе которой лежат отношения по продаже произведённых, переработанных или приобретённых товаров, а также по выполнению работ, оказанию услуг, связанных с продажей товаров.

Основными видами торговли являются оптовая, розничная и общественное питание. Потребитель-гражданин может вступать в правоотношения с продавцами только в сфере розничной торговли и общественного питания. *Розничная торговля* представляет собой конечное звено в продаже товаров - это вид торговли товарами, предназначенными для личного, семейного, домашнего и иного подобного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Общественное питание (торгово-производственная деятельность) - вид торговли, включающей производство, переработку, реализацию, организацию потребления продуктов питания с оказанием либо без оказания сопутствующих услуг населению.

Общественное питание осуществляется через объекты общественного питания: рестораны, кафе, бары, столовые, закусочные, буфеты, кафетерии, кулинарии, заготовочные цеха. Остальные признаки аналогичны признаками розничной торговли.

Основными Законами, регулирующими розничную торговлю и общественное питание, являются «О торговле», «О защите прав потребителей». Основным подзаконным актом является Постановление Правительства от 7 апреля 2004 года №384 «Об утверждении правил осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания». Данные правила устанавливают особенности общественного питания, розничной торговли продовольственными товарами, тканями, швейными, трикотажными меховыми товарами и обувью, технически сложными товарами бытового назначения, парфюмерно-косметическими товарами, мебелью, экземплярами аудиовизуальных произведений, компьютерных программ и фонограмм.

Формами осуществления торговли, в которых участвуют потребители, являются:

1. комиссионная – это розничная торговля непродовольственными товарами, принимаемыми по договорам комиссии от юридических и физических лиц в целях, не связанных с предпринимательской деятельностью этих лиц. Она осуществляется

на основании Приказа Министерства торговли Республики Беларусь от 30 мая 1997 г. № 73 «Об утверждении Временных Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами»;

2. торговля по образцам – это оптовая, розничная торговля с выбором товаров покупателем по образцам, описаниям товаров, содержащимся в каталогах, проспектах, рекламе, буклетах или представленным в фотографиях и иных информационных источниках. Она осуществляется на основании Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 16 июня 1998 г. № 83 «Об утверждении Правил продажи товаров по образцам»;

3. торговля на рынках – это такая форма торговли, где рынок представляет собой имущественный комплекс, включающий специально отведенный участок с расположенными на нем зданиями, оборудованием, предназначенный для осуществления торговли сельскохозяйственной продукцией, плодами, ягодами и иными продовольственными и непродовольственными товарами. Она осуществляется на основании Постановления Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2003 года №1623 «О некоторых вопросах деятельности рынков»;

4. разносная торговля и продажа товаров по заказам – форма розничной торговли, характеризующаяся продажей товаров с переносных приспособлений, коммивояжерами либо продажей товаров, основанной на предварительном заказе покупателем необходимых товаров и получении их в определенном месте и в обусловленное время (РД РБ 8218.01-95). Она осуществляется на основании приказов Министерства торговли Республики Беларусь от 04 апреля 1997 г. № 44 «Об утверждении Правил разносной торговли и продажи товаров по заказам», от 24 марта 1993 №19 «Об утверждении правил работы мелкорозничной торговой сети на территории Республики Беларусь»;

5. Электронная торговля – форма торговли, характеризующаяся заказом, покупкой, продажей товаров с использованием информационных систем и сетей. Договоры купли-продажи заключаются путем оформления электронного документа. В соответствии с Законом Республики Беларусь от 10.01.2000 года «Об электронном документе».

6. Торговля с аукциона – форма торговли, характеризующаяся реализацией товаров на торгах в заранее установленное время и в назначенном месте тому из присутствующих, кто предложил за них высшую цену.

2. В сфере розничной купли-продажи с потребителями могут быть заключены договоры розничной купли-продажи либо комиссии. Отношения, возникающие из данных договоров, согласно п.4 Постановления Пленума Верховного Суда от 25 сентября 2003 года №10, регулируются законодательством о защите прав потребителей.

По договору розничной купли-продажи продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность при продаже товаров в розницу, обязуется передать покупателю товар, предназначенный для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью,

согласно п.1 ст.462 ГК. Это публичный, консенсуальный, возмездный, взаимный договор и принадлежит к договорам присоединения.

Договор розничной купли-продажи выделяют в самостоятельный договор купли-продажи по двум признакам:

- 1) специфика продавца как стороны договора – это торговая организация либо индивидуальный предприниматель, которые осуществляют предпринимательскую деятельность по продаже товаров в розницу на основании выданной лицензии;
- 2) специфика предмета купли-продажи – товар, продаваемый по договору, предназначен для личного, семейного, домашнего и иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью.

Договор розничной купли-продажи может быть заключен в письменной форме и как исключение среди других договоров присоединения – в устной форме. Письменная форма обязательна для продажи товаров по образцам и продажи товаров в кредит, так как момент заключения и момент исполнения в них не совпадают.

Договор считается заключенным с момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара, согласно ст. 463 ГК. Однако, согласно п.5 ст.19 Закона «О защите прав потребителей», отсутствие у потребителя документа, подтверждающего факт покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований. Для подтверждения факта покупки товара могут использоваться свидетельские показания, элементы упаковочного материала (тары), на которых имеются отметки, подтверждающие, что покупка товара осуществлялась у данного продавца, а также документы и другие средства доказывания, указывающие на осуществление покупки товара у данного продавца.

Так, при использовании продавцом кассовых аппаратов и специальных компьютерных систем, документом, подтверждающим покупку, является кассовый чек. При продаже мебели, технически сложных товаров, мехов и др. вместе с кассовым чеком покупателю выдаются и товарный чек, выписываемый в произвольной форме. Для остальных товаров могут выдаваться квитанции и иные документы, например, оформленная надлежащим образом инструкция по эксплуатации.

Потребитель имеет все права, предусмотренные Законом «О защите прав потребителей» как при заключении обычного договора розничной купли-продажи, так и его видов.

Договор комиссии – договор, согласно которому одна сторона (комиссионер торговая организация) обязуется по поручению другой стороны (комитента, являющегося потребителем) за вознаграждение совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет комитента. Договор комиссии – это обязательство по оказанию услуг, регулируется нормами Гражданского кодекса, Временными правилами комиссионной торговли непродовольственными товарами, утвержденными приказом Министерства торговли от 30 мая 1997 года. Для осуществления комиссионной торговли создаются специализированные магазины либо отделы, секции, оказывающие услуги на основании специальной лицензии. Особенности договора:

- 1) комиссионером принимаются непродовольственные товары, которые являются новыми и бывшими в употреблении, однако годными для использования и не требующими ремонта, безопасными для жизни и здоровья. Перечень товаров, не пригодных для приемки, устанавливаются п.24 Временных Правил. Особенности установлены для предметов антиквариата (созданные более 50 лет назад произведения живописи, графики, мебель и др.). Они предварительно проверяются по учетным материалам ОВД, и при необходимости проводится их экспертиза с органами культуры;
- 2) комиссионер и комитент согласовывают продажную цену товара, размер комиссионного вознаграждения и порядок, размер уценки товаров (первая уценка через 20 дней, производится не более 3-х раз и с вызовом в третий раз комитента);
- 3) стороны имеют права и обязанности, вытекающие из договора и законодательства: комиссионер вправе требовать вознаграждения, удерживать вещи в целях обеспечения обязательства, требовать возмещения убытков, а комитент – отказаться от исполнения договора, возместив убытки, требовать отчета об исполнении и др.;
- 4) комиссионер несет ответственность перед комитентом-потребителем за утрату, недостачу или повреждение его имущества – он возмещает реальный ущерб, упущенную выгоду, уплачивает неустойку при задержке выплаты денег комитенту. Согласно Правил, комиссионер обязан выплатить комитенту деньги за проданный товар не позднее, чем на третий день после его продажи по предъявлении договора, паспорта.

ТЕМА 12.

Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере бытового обслуживания

1. Понятие бытового обслуживания и содержание его правового регулирования.
2. Особенности договоров с участием потребителей в сфере бытового обслуживания.

Бытовое обслуживание определяется Постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 14 декабря 2004 года №1590 «Об утверждении Правил бытового обслуживания потребителей» как деятельность исполнителя по оказанию бытовых услуг. В свою очередь бытовая услуга - это действия исполнителя по удовлетворению потребностей потребителя.

Правила закрепляют следующие виды бытовых услуг, оказываемых потребителю:

ремонт, окраска и пошив обуви; ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий; ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, ремонт и изготовление металлических изделий; изготовление и ремонт мебели; химическая чистка и крашение, услуги прачечных; техническое обслуживание и ремонт транспортных

средств, машин и оборудования; услуги бань и душевых, парикмахерских, услуги по прокату, аренде транспортных средств, ритуальные и обрядовые услуги; услуги фотоателье и фото- и кинолабораторий, прочие услуги производственного характера.

Данная сфера регулируется нормами Гражданского кодекса, Закона «О защите прав потребителей», вышеназванными Правилами, Приказом Белорусского государственного объединения организаций бытового обслуживания населения от 10 декабря 2004 года №418 «Об установлении сроков выполнения бытовых услуг, оказываемых населению, и предельных надбавок к ценам на бытовые услуги в зависимости от видов обслуживания».

Правила бытового обслуживания потребителей устанавливаются как общие требования к оказанию бытовых услуг и выполнению работ, так и частные, касающиеся их отдельных видов – парикмахерские, прачечные, ремонтные и иные.

Общие положения оказания бытовых услуг для потребителей:

1) Потребители этих услуг обладают всеми правами, установленными Законом. В дополнение его исполнитель обязан предоставить информацию в приемном пункте, например, о перечне оказываемых услуг, цены на услуги, перечень потребителей, имеющих право на льготное обслуживание, иметь Книгу отзывов и предложений.

2) Заключение договора оформляется письменно в виде документа, который должен содержать информацию, закрепленную в п.11 Правил.

Заказ на оказание бытовых услуг по методу самообслуживания, услуг парикмахерских, бань и душевых может исполняться *без оформления документа, подтверждающего заказ.*

Заказ на оказание бытовых услуг, исполняемых в присутствии потребителя или в соответствии с условиями и требованиями, размещенными исполнителем в удобном для обозрения потребителем месте, и не требующих индивидуального подхода, срочных услуг, услуг фотоателье, фото- и кинолабораторий, ремонт обуви может исполняться без оформления документа, подтверждающего заказ, *путем выдачи потребителю жетона, талона или иного документа (знака), позволяющего идентифицировать заказ.*

3) Согласно п.10 Правил, исполнитель вправе отказать потребителю в оформлении заказа по ряду оснований. Например, если по техническим или технологическим причинам оказание бытовой услуги не представляется возможным либо запасные части, фурнитура, сырье или иной материал, переданные потребителем для оказания бытовой услуги, недостаточны по количеству, непригодны или недоброкачественны.

В отношении парикмахерских услуг п.76. Правил устанавливает, что исполнитель парикмахерской услуги вправе отказать потребителю в оказании бытовой услуги, если у потребителя открытые раны микротравмы, изменения кожного покрова (сыпь, пятна, шелушение), ногтей, волос, и потребитель не может предоставить исполнителю справку об отсутствии заразных заболеваний и другие.

4) По общему правилу потребитель обязан оплатить оказанную исполнителем в полном объеме бытовую услугу после ее приемки потребителем. С согласия

потребителя оказываемая бытовая услуга может быть оплачена им при оформлении заказа полностью или путем внесения аванса.

5) Срок оказания бытовой услуги определяется, согласно п.20 Правил, датой (периодом), с которой исполнитель должен приступить к оказанию бытовой услуги, и (или) датой (периодом), к которой исполнитель должен закончить оказание бытовой услуги.

6) Потребитель обязан с участием исполнителя осуществить приемку оказанной бытовой услуги, согласно п.30 Правил. Потребитель, обнаруживший при приемке недостатки оказанной бытовой услуги, обязан незамедлительно заявить об этом исполнителю. Исполнитель обязан отразить заявленные потребителем недостатки оказанной бытовой услуги в документе, подтверждающем заказ, или ином документе, удостоверяющем приемку, с указанием даты приемки. Потребитель, обнаруживший после приемки недостатки оказанной бытовой услуги, которые не могли быть установлены при обычном способе ее приемки, вправе предъявлять исполнителю требования, связанные с этими недостатками, в течение сроков, установленных в статье 30 Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей».

7) Ответственность исполнителя за нарушение прав потребителей на качество заказа и срок исполнения, определяется главой 5 Правил, устанавливающей:

в случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (изделия), переданного потребителем для оказания бытовой услуги, исполнитель обязан в трехдневный срок заменить его однородным материалом (изделием) аналогичного качества и по желанию потребителя оказать бытовую услугу с использованием этого материала (изделия), а при невозможности - возместить потребителю двукратную цену утраченного (поврежденного) материала (изделия), а также иные расходы, понесенные потребителем;

если исполнитель своевременно не приступает к оказанию бытовой услуги, что делает явно невозможным окончание ее к сроку, потребитель вправе отказаться от оказания бытовой услуги и потребовать возврата уплаченной за оказание бытовой услуги суммы и возмещения убытков, связанных с отказом от оказания бытовой услуги. Исполнитель обязан удовлетворить требование потребителя о возврате уплаченной за оказание бытовой услуги суммы в течение суток со дня предъявления требования и возмещении убытков в течение семи дней со дня предъявления соответствующего требования.

Исполнитель освобождается от ответственности за полную или частичную утрату (повреждение) материала (изделия) потребителя, если докажет, что потребитель был предупрежден им об особых свойствах материала (изделия), которые могут повлечь за собой его полную или частичную утрату (повреждение).

2. В бытовой сфере наиболее распространенными договорами с участием потребителей являются прокат и аренда транспортных средств без экипажа, бытовой подряд.

По договору проката, согласно п.1 ст.597 ГК, арендодатель, осуществляющий сдачу имущества в аренду в качестве постоянной предпринимательской

деятельности, обязуется предоставить арендатору движимое имущество за плату во временное владение и пользование.

Заключается в письменной форме на срок до 1 года. Согласно п. 38. Правил бытового обслуживания потребителей, при оформлении заказа на оказание бытовой услуги по прокату исполнитель вправе потребовать от потребителя предъявления паспорта со сведениями о прописке (от потребителя в возрасте от четырнадцати до восемнадцати лет - свидетельства о рождении, если паспорт не выдан) или удостоверения личности (для военнослужащих), справки о зарплате, стипендии или иных доходах этого потребителя.

Арендная плата по договору проката в силу предписаний п. 1 ст. 601 ГК может вноситься только в твердой сумме платежей периодически или единовременно, то есть норма носит императивный характер. Взыскание с арендатора задолженности по арендной плате производится согласно п. 3 ст. 601 ГК в бесспорном порядке на основании исполнительной надписи нотариуса.

Потребитель обязан пользоваться предметом проката в соответствии с правилами эксплуатации и содержания предмета проката. Потребителю запрещается самостоятельно производить ремонт предмета проката, передавать предмет проката в пользование другим лицам.

Согласно п.48. Правил, при обнаружении не оговоренных исполнителем недостатков предмета проката потребитель обязан незамедлительно проинформировать об этом исполнителя. Исполнитель обязан в течение десяти дней со дня обращения потребителя, если более короткий срок не установлен исполнителем, безвозмездно устранить недостатки либо заменить предмет проката на аналогичный без недостатков. Доставка предмета проката для ремонта или замены и возврат его потребителю производится за счет исполнителя.

Если повреждение предмета проката произошло вследствие нарушения потребителем правил эксплуатации и содержания предмета проката, ремонт и доставка предмета проката к месту проведения ремонта и обратно производятся за счет потребителя.

Если по окончании срока оказания бытовой услуги по прокату потребитель отказывается вернуть предмет проката и не сообщает о причинах невозврата исполнителю, с потребителя, согласно п.54 Правил, взыскивается:

стоимость предмета проката по цене, существующей на момент взыскания на аналогичные товары в розничной торговле, с учетом установленного исполнителем износа предмета проката;

плата за прокат за просроченное время пользования предметом проката по цене, существующей на момент взыскания;

неустойка в размере 50 процентов оценочной стоимости предмета проката.

В случае полной утраты предмета проката либо приведения его в полную непригодность потребитель несет ответственность как за невозврат его. В случае частичной утраты (повреждения) предмета проката потребитель должен доукомплектовать (восстановить) предмет проката. Если доукомплектование (восстановление) предмета проката невозможно, потребитель несет ответственность за частичную утрату (повреждение) предмета проката как за невозврат его.

По договору аренды транспортного средства без предоставления услуг по управлению и технической эксплуатации (аренда транспортного средства без экипажа), согласно п.1 ст.613 ГК, арендодатель предоставляет арендатору транспортное средство за плату во временное владение и пользование без оказания услуг по управлению им и его технической эксплуатации.

Таким образом, исполнитель и потребитель могут в установленном порядке заключить между собой договор аренды транспортного средства, согласно которому исполнитель предоставляет потребителю транспортное средство за плату во временное владение и пользование без оказания услуг по управлению им и его технической эксплуатации, а потребитель в течение всего срока указанного договора обязан поддерживать надлежащее состояние арендованного транспортного средства.

Механическое транспортное средство, на управление которым требуется подтверждение права управления, предоставляется потребителю в качестве предмета договора аренды только при наличии у потребителя водительского удостоверения и талона к нему.

Техническое состояние предоставляемого механического транспортного средства должно соответствовать требованиям безопасности дорожного движения и экологической безопасности. Исполнитель также обязан передать потребителю вместе с механическим транспортным средством документы, которые в соответствии с законодательством должен иметь при себе водитель.

Правила бытового обслуживания потребителей посвящают данному договору лишь один пункт 60.

По договору бытового подряда подрядчик, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется выполнить по заданию гражданина определенную работу, предназначенную для удовлетворения личных, семейных потребностей заказчика, а заказчик обязуется принять и оплатить работу, согласно п.1 ст.683 ГК.

Требования к форме договора установлены ст. 685 ГК, согласно которой, если иное не предусмотрено законодательством или договором бытового подряда, в том числе условиями формуляров и иных стандартных форм, к которым присоединяется заказчик, договор бытового подряда считается заключенным в надлежащей форме с момента выдачи подрядчиком заказчику квитанции или другого документа, подтверждающего заключение договора.

Правила бытового обслуживания определяют особенности оформления заказа на оказание отдельных бытовых услуг, например, по химической чистке и (или) крашению изделия в документе, подтверждающем заказ, помимо общих сведений, указанных в пункте 11 Правил, должны быть указаны комплектность, цвет, фурнитура, имеющиеся недостатки изделия, неудаляемые при химической чистке и (или) крашении, дополнительные платные услуги, оказываемые с согласия потребителя. В свою очередь, при оформлении заказа на оказание бытовой услуги по ремонту или пошиву меховых, кожаных изделий полуфабрикаты и шкурки, предоставляемые потребителем, должны быть помечены им в присутствии исполнителя.

Существенными условиями договора подряда являются его предмет и срок выполнения работы. Предметом договора подряда является возмездное выполнение определенной работы и передача ее результата.

Правила бытового обслуживания потребителей устанавливают особенности оказания бытовых услуг по химической чистке и крашению изделий, по ремонту и пошиву меховых, кожаных изделий и выделке пушного и мехового сырья, по ремонту и изготовлению ювелирных изделий, по ремонту бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов, по техническому обслуживанию и ремонту механических транспортных средств, оказания услуг парикмахерских, прачечных, фотоателье.

ТЕМА 13.

Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере туризма

1. Понятие туризма, туристских правоотношений и их правовое регулирование.
2. Особенности гражданско-правового договора об оказании туристских услуг.
3. Порядок изменения и расторжения договора об оказании туристских услуг, гражданско-правовая ответственность за нарушение прав туристов.

1. Согласно ст.1 Закона «О туризме» от 25 ноября 1999 года туризм – временный выезд (путешествие) граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее - граждане) в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях, не противоречащих законодательству, в страну (место) временного пребывания без занятия оплачиваемой деятельностью в ней (нем).

Правовое регулирование защиты прав потребителей-туристов осуществляется целым рядом нормативных правовых актов: Гражданский кодекс; Законы «О туризме» и «О защите прав потребителей»; Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 мая 2000 года №668 «Об утверждении Типового договора на оказание туристских услуг»; Постановление Министерства спорта и туризма от 26 августа 2005 года №23 «О туристском ваучере».

Содержание гражданских правоотношений с участием потребителей-туристов составляют субъекты, объекты, содержание и юридические факты.

Субъектами данных правоотношений являются туристы-потребители, с одной стороны, исполнители услуг – туроператоры, турагенты, с другой.

Турист - гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания на срок от 24 часов до 6 месяцев или осуществляющий не менее одной ночевки в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью.

Туроператор - субъект предпринимательской деятельности, осуществляющий на основании лицензии разработку и продвижение туристского продукта, рассчитанного на массовый и индивидуальный потребительский спрос, а также его реализацию турагентам и туристам.

Турагент - субъект предпринимательской деятельности, осуществляющий на основании лицензии продвижение и реализацию туристского продукта и сопутствующих туристских услуг.

Таким образом, туроператор – это предприятие-производитель туров, он закупает в больших объемах услуги гостиниц, транспорта, экскурсий и комбинирует из них собственный стандартный пакет услуг по единой цене, именуемый тур. Турагент же – это посредническая организация между туроператором и потребителем, то есть он реализует туры туристам, согласно заключенному договору с туроператором за определенное вознаграждение. Объектом правоотношений между туристом и исполнителем услуги является туристская услуга как разновидность возмездной услуги.

Туристская услуга - результат деятельности туроператора, турагента, общественных туристских объединений, детско-юношеских туристских учреждений, учебных заведений и предприятий по удовлетворению соответствующей потребности туриста в путешествии. Этими результатами деятельности являются размещение, питание, перевозка, экскурсии и т.д. Туриста, как правило, интересует комплекс услуг, поэтому Закон «О туризме» определяет и туристский продукт.

Туристский продукт - комплекс услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста, предоставляемых в период его туристского путешествия и в связи с этим путешествием.

Особенности туристской услуги:

- 1) в процессе ее осуществления не создается вещь, ее ценность в полезном эффекте, который получает турист;
- 2) процесс производства туристских услуг отделен от их сбыта, поэтому услуга оказывается не организаторами тура, а исполнителями тура.

Права и обязанности туроператора, турагента и туриста закреплены ст.10,11 Закона «О туризме».

Юридическим фактом, на основании которого возникают туристские правоотношения, будет являться гражданско-правовой договор об оказании туристских услуг.

2. Гражданско-правовой договор об оказании туристских услуг – это соглашение, в силу которого одна сторона (туроператор или турагент) обязуется передать другой стороне (туристу) комплексную туристскую услугу в соответствии с целями путешествия своими средствами или средствами третьих лиц, а другая сторона обязуется оплатить эти услуги.

Это консенсуальный, возмездный, двусторонний договор, который направлен на принятие обязательств в целях получения встречного исполнения от контрагента. Это публичный договор, по способу заключения – договор присоединения.

Стороны договора – туристская организация, являющаяся исполнителем услуг, другая – турист, являющийся потребителем услуг, для которого характерны все признаки потребителя, установленные Законом «О защите прав потребителей».

Если турист несовершеннолетний до 14 лет, то договор заключает законный представитель, от 14 до 18 – сам несовершеннолетний с согласия родителей.

Особенность этой группы туристов – усложненный порядок оформления документов для выезда за границу.

В одних случаях турист сам заключает договор, в других – он может вступать в договор как третье лицо, в пользу которого он заключен. Не будучи стороной в договоре, третье лицо может активно воздействовать на правоотношения по сделке, заключенной без него в его интересах. В таких случаях у третьего лица возникают самостоятельные права по отношению к туристской организации как должнику по сделке (например, право на предоставление информации и др.).

Порядок заключения договора, который заключается обязательно в письменной форме, происходит в несколько этапов: обращение туриста с конкретной заявкой; подписание договора; выдача туристической путевки и ваучера; выдача информационного листка.

Статья 7 Закона «О туризме» определяет существенные условия договора:

1. информация о туроператоре и (или) турагенте, включая данные о наличии лицензии на осуществление туристской деятельности, их юридический адрес и банковские реквизиты;

2. сведения о туристе в объеме, необходимом для реализации туристского продукта;

3. достоверная информация о потребительских свойствах туристского продукта, включая информацию о программе пребывания и маршруте путешествия, об условиях безопасности туристов и результатах сертификации туристского продукта;

4. розничная цена туристского продукта и порядок его оплаты;

5. порядок встречи, сопровождения и проводов туристов;

6. права, обязанности и ответственность сторон;

7. условия медицинского страхования и обеспечения;

8. минимальное число туристов в группе, необходимое для совершения путешествия, указание сроков и порядка информирования туриста о том, что путешествие не состоится по причине недобора группы;

9. условия изменения и расторжения договора, порядок урегулирования возникших споров и возмещения убытков сторон;

10. порядок и сроки предъявления претензий туриста к туроператору или турагенту, сроки и порядок расчетов;

11. иные условия договора определяются по соглашению сторон.

Постановлением Правительства от 12 мая 2000 года утверждена Типовая форма договора, которая устанавливает обязательные для сторон правила. Туристский ваучер является неотъемлемой частью договора и согласно п.4 Инструкции о порядке заполнения ваучеров, утвержденной Постановлением Министерства спорта и туризма от 26 августа 2005 года №23, является бланком строгой отчетности, отражающим перечень сведений о стоимости, количестве и качестве предоставляемых услуг. Ваучер выписывается на каждого туриста индивидуально.

3. Исполнитель и заказчик в договоре возмездного оказания услуг, в отличие от других обязательств, *вправе*, согласно ст.736 ГК, *отказаться от оказания услуги в любое время* до ее окончания. Правила статьи 736 ГК применяются, когда отказ от исполнения не связан с нарушением сторонами

условий договора. Статья закрепляет следующие условия отказа, в том числе и в договоре о туристическом обслуживании:

- 1) турист только при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов, т.е. только реальный ущерб, а не убытки. Та часть услуг, которой турист воспользовался, должна им оплачиваться по правилам п.2 ст.684, согласно которому заказчик вправе в любое время до сдачи ему результата работы отказаться от договора бытового подряда, уплатив подрядчику часть установленной цены пропорционально части работы, выполненной до уведомления об отказе заказчика от договора, и возместив подрядчику расходы, произведенные до этого момента с целью исполнения договора, если они не входят в указанную часть цены работы;
- 2) исполнитель только при условии полного возмещения заказчику убытков.

Общие положения об изменении и расторжении договора по требованию одной из сторон в связи с существенным изменением обстоятельств установлены ст.421 Гражданского кодекса. Закон «О туризме», в свою очередь, закрепляет в статье 9 частный случай порядка изменения и расторжения договора в связи с существенными изменениями обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении договора.

К существенным изменениям обстоятельств закон относит: изменение сроков совершения путешествия; недобор указанного в договоре минимального числа туристов в группе, необходимого для совершения путешествия; непредвиденный рост транспортных тарифов; введение новых или повышение действующих ставок налогов и сборов.

Согласно ст.8 Закона «О туризме», в случае, если туроператор или турагент менее чем за двадцать дней до начала путешествия вынуждены изменить одно из существенных условий договора, им необходимо сообщить об этом туристам для того, чтобы они могли принять решение о расторжении договора без штрафа либо о согласии с дополнением к договору, учитывающим изменения стоимости туристского продукта.

Гражданско-правовая ответственность за нарушения прав туристов возлагается на туристскую организацию. Турист может требовать возмещения всех убытков, причиненных ненадлежащим выполнением условий договора, компенсации морального вреда, выплаты неустойки за невыполнение требований туриста. Кроме того, турист вправе требовать выполнения обязательства в натуре, то есть реального его исполнения.

Исполнитель освобождается от ответственности в следующих случаях:

- 1) отказа в выезде туристу пограничными или таможенными органами по причинам, не относящимся к компетенции исполнителя;
- 2) если это оказалось невозможным вследствие обстоятельств непреодолимой силы. Исполнитель возвращает стоимость (часть) туристского продукта за вычетом фактически понесенных расходов, подтвержденных документально.

ТЕМА 14.

Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере здравоохранения

1. Понятие здравоохранения, правоотношений с участием пациента-потребителя и их правовое регулирование.
2. Гражданско-правовой договор возмездного оказания медицинских услуг.

1. Здравоохранение - система государственных, общественных и медицинских мероприятий, направленных на сохранение и укрепление здоровья людей, профилактику и лечение заболеваний. Деятельность данной сферы направлена на удовлетворение человеческих потребностей в медицинской помощи.

Правовое регулирование отношений в сфере здравоохранения осуществляется на основе административно-правового, гражданско-правового методов и смешанного социально-правового. Оказание бесплатной гарантированной государством медицинской помощи осуществляется на основе норм права социального обеспечения, применение же гражданско-правовых норм возможно лишь при предъявлении требований о возмещении причиненного медицинским учреждением вреда жизни, здоровью, имуществу пациента, морального вреда. Кроме того, нормы гражданского права регулируют отношения между пациентом и медицинским учреждением в связи с оказанием последним возмездных услуг.

Правовое регулирование отношений по оказанию возмездных медицинских услуг пациентам-потребителям осуществляется: Главой 39 Гражданского кодекса; Законами Республики Беларусь «О защите прав потребителей», «О здравоохранении»; Постановлением Правительства от 25 апреля 2003 года «Об утверждении Положения о порядке оказания платных медицинских услуг в государственных организациях здравоохранения и Перечне платных медицинских услуг, оказываемых в государственных организациях здравоохранения».

Субъектами правоотношений по оказанию возмездных медицинских услуг являются пациент-заказчик и исполнители услуги – юридические лица, индивидуальные предприниматели, оказывающие возмездные медицинские услуги.

Пациент, согласно Закону «О здравоохранении», – лицо, обратившееся за медицинской помощью, либо получающее медицинскую помощь, либо находящееся под медицинским наблюдением. Однако пациент одновременно должен и отвечать всем признакам и потребителя, закрепленным Законом «О защите прав потребителей».

Исполнитель услуги – любое юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, формы собственности и вида (коммерческая или некоммерческая организация), также индивидуальные предприниматели, производящие и оказывающие услуги в области здравоохранения.

В правоотношениях по оказанию медицинских услуг законодательством допускается участие заинтересованных лиц, не являющихся ни пациентами, ни исполнителями. Их заинтересованность определяется наличием между ними и пациентами правоотношений и тем, что результат услуги может оказать влияние на соответствующие права и обязанности этого лица. Например, согласно ст.33 Закона «О здравоохранении», необходимо получить согласие супруга на искусственное оплодотворение жены.

Объектом правоотношений является возмездная медицинская услуга. В ст.1 Закона «О здравоохранении» дается понятие медицинской помощи - комплекс

медицинских мероприятий по сохранению и укреплению здоровья людей, включающий профилактику, диагностику, лечение, реабилитацию, протезирование. Медицинская помощь, оказываемая возмездно на основании договора, и есть медицинская услуга.

Содержание правоотношений составляют права и обязанности сторон, закрепленные ст.29 Закона РБ «О здравоохранении», Главой 3 Положения о порядке оказания платных медицинских услуг в государственных организациях здравоохранения.

Основанием возникновения правоотношений по оказанию возмездных медицинских услуг является гражданско-правовой договор.

2. Гражданско-правовой договор возмездного оказания услуг – это соглашение, в силу которого одна сторона – юридическое лицо либо индивидуальный предприниматель – обязуется совершить определенную деятельность медицинского характера, а вторая сторона – заказчик-пациент обязуется оплатить ее.

Это консенсуальный, возмездный, двусторонний, публичный договор. Конструкция договора присоединения в данной сфере в перспективе возможна, однако для этого необходимо принятие соответствующих законодательных рамок.

Стороны – заказчик, который отвечает признакам как пациента, согласно Закону «О здравоохранении», так и потребителя, согласно Закону «О защите прав потребителей». Исполнитель – юридические лица либо индивидуальные предприниматели, имеющие лицензию на осуществление деятельности по оказанию медуслуг. Пациенты могут самостоятельно заключать договор на оказание медуслуг, либо договор может быть заключен в их пользу (так называемые третьи лица). Особый статус имеют дети-пациенты, также пациенты, не способные по состоянию здоровья принимать осознанные решения (например, согласно ст.27 Закона «О здравоохранении» необходимо согласие родителей несовершеннолетнего, супруга либо близких родственников на сложное медицинское вмешательство).

Форма договора – устная и письменная. Например, лечение зубов, обычная консультация письменной формы не требует, так как это сделки, исполняемые при их заключении и ст.160 ГК допускает их заключение в устной форме. Факт договорных отношений подтверждается чеками, талонами, свидетельскими показаниями и т.д. Однако Закон «О здравоохранении» имеет несколько императивных норм в отношении письменной формы некоторых сделок. Например, согласно ст.27, согласие либо отказ от сложного медицинского вмешательства.

Порядок заключения договора на оказание услуг государственными учреждениями определяется Главой 2 Положения о порядке оказания платных услуг в государственных организациях здравоохранения.

Существенным условием договора является только предмет, обычными – сроки, порядок расчетов, условия получения услуги, могут быть и случайные условия, например, условие о конкретном реципиенте в договоре о донорстве, условие о выборе лечащего врача и др. Однако случайные условия могут становятся существенными, если одна из сторон предложила включить их в договор. Основными характеристиками предмета договора, т.е.услуги, является их объем. Предмет договора включает существенные риски, связанные с медицинским

вмешательством. Под риском следует понимать создание или допущение опасности жизни и здоровья пациента в целях достижения результата медицинской услуги, который не может быть получен обычным нерискованным путем. Однако у пациента есть право на безопасность процесса оказания услуги и безопасность результата услуги.

Условия расторжения договора в одностороннем порядке не имеют особенностей и определяются ст.736 ГК и абз.4 п.7 Правил – заказчик вправе отказаться от договора при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов.

В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения договора пациент-заказчик, согласно общих положений п.4 ст.30 Закона «О защите прав потребителей», имеет право требовать полного возмещения убытков, причиненных ему в связи с недостатками выполненной работы (оказанной услуги), если отступления в работе от условий договора или иные недостатки результата работы в установленный договором срок не были устранены либо являются существенными.

ТЕМА 15.

Особенности правового регулирования защиты прав потребителей услуг связи

1. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей услуг почтовой связи.

2. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей услуг электросвязи.

1. Связь, согласно ст.1 Закона «О связи» от 5 октября 1994 года, является одной из основных частей хозяйственной и социальной инфраструктуры Республики Беларусь и предназначена для удовлетворения нужд государственных органов, юридических и физических лиц в услугах электрической и почтовой связи.

Закон «О связи» выделяет два вида связи, которые могут использоваться потребителями – почтовая и электрическая.

Услуги почтовой связи оказываются на основе норм Главы 39 Гражданского кодекса; Закона «О почтовой связи» от 15 декабря 2003 года; Постановления Правительства от 7 сентября 2004 года №111 «Об утверждении Правил оказания услуг почтовой связи».

Потребители пользуются почтовой связью общего пользования – вид почтовой связи, согласно ст.1 Закона «О связи», обеспечивающий прием, обработку, хранение, перевозку, доставку (вручение) почтовых отправлений, пенсий и пособий, а также распространение печатных средств массовой информации и оказание иных услуг почтовой связи на основании публичного договора.

Договор на оказание услуг почтовой связи является разновидностью договора возмездного оказания услуг. Это консенсуальный, возмездный, публичный, двусторонний договор.

Стороны договора – оператор почтовой связи и пользователь услуг почтовой связи. *Оператор* – юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие специальное право (лицензию) на оказание услуг почтовой связи. В Республике Беларусь есть Национальный оператор почтовой связи – Белпочта, которая оказывает универсальные почтовые услуги на всей территории Республики Беларусь. Национальный оператор почтовой связи имеет исключительное право на пересылку простых писем весом до двух килограммов и простых почтовых карточек; осуществление международной почтовой связи; обеспечение единого технологического процесса почтовой связи на всей территории Республики Беларусь; организацию изготовления и распространения почтовых марок и знаков почтовой оплаты; официальное издание каталогов почтовых марок и др. права, закрепленные в ст.17 Закона «О почтовой связи». *Пользователь услуг* – физические лица, являющиеся отправителями и (или) получателями почтовых отправлений.

Предметом договора является услуга почтовой связи общего пользования: прием, обработка, хранение, перевозка, доставка (вручение) почтовых отправлений;

досылка и возвращение почтовых отправлений;

ускоренная почта;

прием подписки на печатные средства массовой информации и доставка печатных средств массовой информации;

переадресование выписанных подписчиками печатных средств массовой информации;

выплата пенсий, пособий, компенсаций и осуществление других выплат;

упаковка письменной корреспонденции и посылок;

заполнение бланков сопроводительных адресов к почтовым отправлениям, описей вложения;

написание адресов и письменных сообщений;

предоставление в пользование абонентных почтовых ящиков;

оказание услуг почтовой связи на дому;

иные услуги, не запрещенные законодательством.

Особые требования предъявляются к предметам и веществам, которые пересылает потребитель. Вышеназванные Правила устанавливают перечень таких предметов и веществ, которые запрещены к пересылке во внутренних почтовых отправлениях и международных почтовых отправлениях (скоропортящиеся продукты питания, биологические и радиоактивные вещества и др.).

Плата за услуги почтовой связи взимается при приеме почтовых отправлений по тарифам, действующим на дату приема. Особенностью Услуги почтовой связи является то, что она может оплачиваться почтовыми марками Республики Беларусь, иными знаками почтовой оплаты, наличными деньгами или путем безналичных расчетов, а также международными ответными купонами.

Права потребителей почтовых услуг закреплены в ст.21 Закона «О почтовой связи» и Главе 19 Правил оказания услуг почтовой связи. Статья 15 Закона особо закрепляет, что почтовые отправления и денежные средства, принятые от пользователей услуг почтовой связи, принадлежат отправителю до момента их доставки (вручения) адресату.

Операторы почтовой связи *обязаны* обеспечить сохранность принятых от пользователей услуг почтовой связи почтовых отправлений и денежных средств, согласно ст.22 Закона.

Гражданско-правовую ответственность несут операторы перед отправителем, а перед адресатом в том случае, если отправитель откажется от своих прав в пользу адресата или почтовое отправление выдано адресату.

Операторы почтовой связи несут имущественную ответственность за:

утрату, порчу, повреждение, недостачу вложений посылок, отправлений письменной корреспонденции с объявленной ценностью, отправлений ускоренной почты;

утрату заказных почтовых отправлений;

невыплату или неполную выплату денежных средств адресату по денежному переводу;

недоставку или нарушение сроков пересылки и доставки внутренних почтовых отправлений и иные нарушения.

Пункт 170 Правил определяет случаи *освобождения Оператора почтовой связи от имущественной ответственности*: 1) обстоятельства непреодолимой силы; 2) свойства вложения почтового отправления; 3) нарушения отправителем требований настоящих Правил; 4) почтовое отправление выдано под расписку адресату с соблюдением всех требований, установленных настоящими Правилами; 5) почтовое отправление или часть его вложения задержаны, изъяты или уничтожены в порядке, установленном законодательством и настоящими Правилами; 5) за задержку доставки международных отправлений.

Глава 24 Правил *устанавливает ограниченную ответственность оператора за ненадлежащее выполнение обязательств по внутренним почтовым отправлениям*. Например, за утрату заказной корреспонденции оператором уплачивается 0.1 базовой величины, а в случае невыплаты перевода – выплачивается сумма перевода. Кроме того, оператор по требованию потребителя уплачивает неустойку в размере 1% за каждый день просрочки и компенсирует моральный вред.

По международным отправлениям ответственность оператор несет в соответствии с международными договорами, неустойка и моральный вред не взыскиваются.

Порядок предъявления претензий и исков. Претензии, согласно ст.38 Закона, в связи с недоставкой, несвоевременной доставкой, повреждением или утратой почтового отправления или денежных средств предъявляются в течение шести месяцев со дня, следующего за днем подачи почтового отправления. Претензии предъявляются в письменном виде и подлежат обязательной регистрации оператором почтовой связи в установленном порядке.

При неисполнении или ненадлежащем исполнении обязательств по оказанию услуг почтовой связи, в результате чего был причинен вред пользователю услуг почтовой связи, последний вправе, согласно ст.39, в течение шести месяцев со дня, следующего за днем подачи регистрируемого почтового отправления (внутреннего или международного), обратиться в суд с иском о возмещении причиненного вреда.

2. Услуги электросвязи оказываются операторами электросвязи в соответствии с Законом «Об электросвязи» от 19 июля 2005 года, Постановлением Минсвязи от 6 сентября 2002 года «Об утверждении правил оказания услуг радиофикации» и Приказами Минсвязи от 19 июня 1995 года №66 «Об утверждении правил предоставления услуг местными телефонными сетями», апреля 1998 года № 61 «Телеграфные правила».

Права и обязанности пользователей этого вида связи закреплены в ст.46 Закона «Об электросвязи». Так, потребители услуг имеют право: доступа к информации о тарифах, видах услуг электросвязи, сроках их оказания, режиме работы операторов электросвязи, а также к иной информации, необходимой для пользования услугами электросвязи; доступа к услугам сети электросвязи общего пользования; подключения к оконечной точке сети электросвязи общего пользования своего оконечного абонентского устройства (терминала) на условиях и в порядке, установленных Министерством связи и информатизации Республики Беларусь; на своевременное и качественное оказание услуг электросвязи операторами электросвязи; на возмещение ущерба, компенсацию морального вреда в соответствии с законодательством; обращаться в суд в случае нарушения их прав; иные права, предусмотренные законодательством.

Статья 57 Закона определяет претензионный *порядок рассмотрения споров*. Так, в случае невыполнения или ненадлежащего выполнения обязательств, вытекающих из договора оказания услуг электросвязи, пользователь услуг электросвязи вправе обратиться с претензией к оператору электросвязи.

Претензии предъявляются в следующие сроки:

в течение трех месяцев со дня оказания услуги электросвязи или отказа в ее оказании - по вопросам, связанным с отказом в оказании услуг электросвязи, несвоевременным или недоброкачественным оказанием услуг электросвязи либо невыполнением или ненадлежащим выполнением работ (оказанием услуг) в области электросвязи;

в течение месяца со дня подачи телеграммы - по вопросам, связанным с недоставкой, несвоевременной доставкой телеграммы или искажением текста телеграммы, изменяющим ее смысл.

К претензии прилагаются необходимые для рассмотрения ее по существу документы, в которых должны быть приведены сведения о невыполнении либо ненадлежащем выполнении обязательств, факте и размере причиненного ущерба (в случае претензии о возмещении ущерба).

Оператор электросвязи обязан рассмотреть предъявленную претензию и о результатах ее рассмотрения уведомить в письменной форме заявителя в течение 30 календарных дней со дня предъявления претензии.

Для претензий, требующих специальной проверки или запроса дополнительных материалов, срок рассмотрения может быть продлен, но не более чем на два месяца.

Пользователь услуг электросвязи вправе обжаловать решение, принятое по претензии, в суд в порядке, установленном законодательством.

ТЕМА 16.

Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере оказания юридических услуг

1. Понятие сферы юридических услуг, правоотношений с участием потребителей и их правовое регулирование.
2. Договор на оказание риэлтерских услуг.

1. Юридические услуги – это деятельность по возмездному оказанию, во-первых, услуг правового характера, во-вторых, услуг судебно-экспертных учреждений, в-третьих, риэлтерских услуг.

Однако потребителям могут оказываться только риэлтерские услуги, включающие содействие при заключении, исполнении, прекращении договоров строительства (в том числе долевого), в совершении гражданско-правовых сделок с недвижимым имуществом (купля-продажа, мена, аренда, иные сделки с объектами недвижимости), правами на него, за исключением организации и проведения аукционов и конкурсов; консультирование по вопросам ситуации на рынке недвижимости; предоставление справочной информации о спросе и предложении на рынке недвижимости; подбор вариантов сделки с объектом недвижимости, участия в строительстве объекта недвижимости; организация и проведение согласования условий предстоящей сделки; помощь в подготовке (оформлении) документов, связанных с осуществлением сделки с объектом недвижимости, сделки с участием в строительстве объекта, регистрации объекта недвижимости и (или) сделки с ним.

Правовое регулирование риэлтерских услуг осуществляется Гражданским кодексом, Постановлением Правительства от 20 октября 2003 года №1363 «О лицензировании видов деятельности, выдачу специальных разрешений (лицензий) на которые осуществляет Министерство юстиции», Постановлением Министерства юстиции Республики Беларусь от 28 марта 2005 года №13 «Об утверждении правил осуществления деятельности по оказанию риэлтерских услуг».

Субъектами правоотношений по оказанию риэлтерских услуг выступают:

потребитель услуг - юридическое или физическое лицо, которое имеет намерение обратиться за оказанием риэлтерских услуг, либо юридическое или физическое лицо, которому лицензиат оказывает риэлтерские услуги (далее - потребитель).

Исполнитель услуг - коммерческая организация, оказывающая риэлтерские услуги на основании специального разрешения (лицензии).

Постановление Правительства от 20 октября 2003 года предусматривает особые требования к исполнителям данных услуг. Во-первых, исполнитель должен иметь лицензию с указанием составляющей лицензируемый вид деятельности услуги – риэлтерские услуги. Во-вторых, это может быть только коммерческая организация – резидент Республики Беларусь, а не индивидуальный предприниматель. В-третьих, данная организация должна иметь сертификат соответствия Национальной системы подтверждения соответствия Республики Беларусь, подтверждающий соответствие оказываемых услуг требованиям технических нормативных правовых актов. В-четвертых, штат организации, за исключением технического и вспомогательного персонала, должен состоять из

специалистов по риэлтерской деятельности, минимум половина из которых, но не менее чем три, имеют свидетельство об аттестации риэлтера и не работают на основе гражданско-правовых (возмездное оказание услуг, поручение, простое товарищество) и (или) трудовых договоров в других организациях, оказывающих риэлтерские услуги.

Объектом правоотношений являются юридические услуги, а конкретнее риэлтерские, содержание которых раскрыто выше. *Содержание правоотношений* представляют собой права и обязанности сторон. *Основанием возникновения правоотношений* является договор об оказании риэлтерских услуг.

2. Это соглашение, в силу которого одна сторона - исполнитель (коммерческая организация, имеющая специальное разрешение) обязуется оказать юридическую услугу, а заказчик (потребитель) оплатить ее.

Таким образом, это двусторонний, консенсуальный, возмездный, публичный договор. До заключения договора, согласно п.15 Правил лицензиат обязан ознакомить потребителя с прейскурантом на оказание риэлтерских услуг, текстом договора на оказание риэлтерских услуг и разъяснить все его условия.

Форма – простая письменная, с составлением договора в двух экземплярах.

Устная форма допускается, если лицензиат только в устной форме консультирует потребителя в сфере недвижимости. В случае консультирования в книге регистрации договоров делается соответствующая запись с указанием фамилии, имени, отчества, места жительства и контактного телефона обратившегося, вопроса, по которому давалась консультация, и стоимости консультации.

По требованию потребителя при заключении договора ему даются необходимые консультации по вопросам законодательства в сфере недвижимости, а также предоставляется информация о состоянии рынка недвижимости и уровне цен на момент заключения договора.

Согласно п. 29. Правил, в договоре на оказание риэлтерских услуг указываются: предмет договора; номер лицензии лицензиата, дата ее выдачи, срок действия и наименование органа, выдавшего эту лицензию; указание о том, что потребитель ознакомлен с прейскурантом на оказываемые услуги; обязанности лицензиата; обязанности потребителя; порядок оплаты услуг и форма расчетов; срок действия договора; условия расторжения договора; ответственность сторон, порядок и сроки возмещения расходов сторонами; порядок разрешения споров; адреса и реквизиты сторон; перечень переданных лицензиату документов на момент подписания договора; иные условия по соглашению сторон.

П.30 определяет требования к предмету услуг, в частности, должен быть указан конечный результат (заключение потребителем сделки с объектом недвижимости; подбор объекта недвижимости, определенного в договоре, и т.п.). Договор должен включать обязательство лицензиата установить перечень лиц, имеющих права в отношении объекта недвижимости, и информировать потребителя о наличии таких лиц и их правах.

Заключение договора влечет установление особых прав и обязанностей. Так, лицензиат после заключения договора на оказание риэлтерских услуг с

потребителем, который является приобретателем прав на объект недвижимости, обязан на срок, указанный в договоре на оказание риэлтерских услуг:

снять объект недвижимости с продажи и прекратить его рекламу, после совершения потребителем юридически значимых действий, свидетельствующих о его намерении заключить сделку с данным объектом (например, подписание предварительного договора о совершении сделки с объектом недвижимости);

не предпринимать действий, направленных на приобретение данного объекта другими потребителями.

Расторжение договора осуществляется на основании общих норм ГК. Особые требования устанавливают Правила, например, в случае *расторжения (истечения срока действия)* договора на оказание риэлтерских услуг потребителю в течение одного дня с момента предъявления соответствующего требования должны быть возвращены все представленные им лицензиату документы. Документы, собранные или подготовленные лицензиатом, в данном случае должны быть переданы в течение одного дня после произведения оплаты за их сбор и подготовку.

Ответственность сторон наступает на основании общих норм ГК. Освобождаются от ответственности стороны в случае наступления обстоятельств непреодолимой силы.

ТЕМА 17.

Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере перевозок

1. Особенности правового регулирования перевозки пассажира.
2. Особенности правового регулирования перевозки багажа.

1. Согласно ст.740 ГК по договору перевозки пассажира перевозчик обязуется перевезти пассажира в пункт назначения, а пассажир обязуется уплатить установленную плату за проезд.

Признаками данного договора, позволяющими выделить его в отдельный договор перевозки, являются его предмет и стороны.

Предмет – действия перевозчика по доставке пассажира в пункт назначения. Стороны – пассажир-потребитель и перевозчик – транспортная организация, относящаяся к транспорту общего пользования, оказывающая услуги на основании публичного договора. Поэтому на транспортные организации общего пользования возлагается целый ряд публично-правовых обязанностей, направленных на создание условий для надлежащего обслуживания граждан, имеющих намерение воспользоваться услугами транспортных организаций. Таким образом, еще до заключения договора с гражданином транспортная организация уже несет определенные обязанности перед потребителем, т.н. *преддоговорные обязанности*. Так, согласно п.9,17 Устава Железнодорожного транспорта общего пользования на железнодорожных станциях организуются кассы, багажные и билетные кассы, другие подразделения по обслуживанию пассажиров, в которых должен быть обеспечен доступ к информации об основных правилах приема и выдачи грузов, багажа, а также продажи проездных документов (билетов). При необходимости на

железнодорожных станциях организуются справочные бюро; сооружаются платформы с навесами или павильонами, пешеходные переходы или мосты (тоннели).

Договор перевозки пассажира является двусторонним, возмездным, консенсуальным, публичным и договором присоединения. Виды:

- 1) перевозка железнодорожным транспортом осуществляется на основании Устава железнодорожного транспорта общего пользования (УЖДОП), утвержденного Постановлением Правительства от 2 августа 1999 года №1196;
- 2) перевозка автомобильным транспортом осуществляется на основании Закона «Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках», Постановления Минтранспорта и коммуникаций от 22 июля 2002 года №23 «Об утверждении Правил автомобильных перевозок пассажиров в Республике Беларусь»;
- 3) перевозка воздушным транспортом осуществляется на основании норм Воздушного кодекса, Постановления Государственного комитета по авиации Республики Беларусь от 27 ноября 2000 года № 13 «Об утверждении авиационных правил перевозки пассажиров и багажа авиапредприятиями Республики Беларусь»;
- 4) перевозка внутренним водным транспортом осуществляется на основании норм Кодекса Внутреннего водного транспорта, Постановления Министерства транспорта и коммуникаций Республики Беларусь от 29 ноября 2004 года №42 «Об утверждении Правил перевозок пассажиров внутренним водным транспортом».

Это договор консенсуальный, поэтому он считается заключенным с момента достижения его сторонами соглашения по всем существенным условиям. Однако его особенность в том, что, с одной стороны, заключение договора перевозки с любым обратившимся пассажиром для перевозчика обязательно, т.к. это публичный договор, с другой стороны, транспортное законодательство допускает возможность отказа перевозчика от заключения договора. Так, согласно главе 6 вышеназванного Постановления Госкомавиации №13 перевозчик имеет право отказать в перевозке пассажиру или прекратить ее продолжение, а также аннулировать бронирование для любого пассажира, если такие действия необходимы для обеспечения безопасности и здоровья пассажиров; соблюдения паспортных, таможенных, санитарных и иных установленных законодательством Республики Беларусь требований, а также правил, установленных соответствующими органами государства, вылета, назначения или транзита; нарушения пассажиром правил поведения на борту воздушного судна, создающего угрозу безопасности полета воздушного судна либо угрозу жизни или здоровью других лиц, а также невыполнение пассажиром распоряжений командира воздушного судна, предусмотренных статьей 44 Воздушного кодекса Республики Беларусь и других случаях.

Условия договора о перевозке могут быть приняты пассажиром не иначе, как путем присоединения ко всем его условиям. Как правило, условия договора содержатся в тексте проездного билета. Однако эти условия могут содержаться в правилах пользования соответствующим видом транспорта, которые вывешиваются в местах приобретения билетов либо заменяющих их жетонов, абонементов и иных аналогов.

Договор заключается путем совершения конклюдентных действий. Так, пассажир акцептирует оферту при уплате стоимости билета либо посадке пассажира в такси, проходе через турник в метро.

Пассажир в любое время может отказаться от договора. Правовые последствия регламентированы законодательством.

Отказ пассажира от перевозки надо отличать от утраты им билета – это приравнивается к отказу пассажира от договора без надлежащего оформления, что лишает пассажира возможности получить стоимость билета.

Гражданско-правовая ответственность за нарушение условий договора, ненадлежащего их выполнения наступает в форме возмещения убытков и взыскания неустойки и имеет ограниченный характер.

Перевозчик несет ответственность: 1) за причинение вреда жизни и здоровью пассажира; 2) за задержку отправления транспортного средства, перевозящего пассажира, согласно ст.749 ГК; 3) за опоздание прибытия в место назначения, за исключением перевозок в транспорте городского и пригородного сообщения, согласно ст.749 ГК. Например, п. 231 Правил автомобильных перевозок устанавливает ответственность перевозчика за неподачу или несвоевременную подачу пассажирского автомобильного транспортного средства в соответствии с договором автомобильной перевозки пассажира или договором фрахтования автомобильного транспортного средства в размере 20% от стоимости перевозки, если иное не предусмотрено соглашением сторон.

Потребитель вправе также предъявлять требование о возмещении морального вреда.

Перевозчик *освобождается от ответственности* в случае возникновения обстоятельств непреодолимой силы, кроме того, транспортное законодательство устанавливает отдельные основания, например, прекращение или ограничение уполномоченными государственными организациями автомобильных перевозок пассажиров в определенном направлении, задержка или опоздание поезда имели место вследствие, устранения неисправности транспортных средств, угрожающей жизни и здоровью пассажира, или иных обстоятельств, не зависящих от Белорусской железной дороги и другие.

2. Договор перевозки багажа, согласно ст.740 ГК, - это соглашение, в силу которого перевозчик обязуется доставить багаж пассажира в пункт назначения и выдать его уполномоченному лицу, а пассажир обязуется уплатить за перевозку установленную плату.

Багажом являются вещи, иные материальные ценности, сдаваемые пассажиром за установленную плату для доставки различными видами транспорта общего пользования в пункт назначения.

К перевозке в качестве багажа от пассажира принимаются вещи и предметы, которые по размерам, упаковке и свойствам могут быть без затруднений размещены в багажном вагоне железнодорожного транспорта, в багажном отсеке пассажирского автомобильного, воздушного транспортного средства и не могут причинить вреда багажу других пассажиров.

Транспортное законодательство устанавливает запреты на перевозку багажа некоторых вещей. Так, п.99 УЖДОП закрепляет, что перевозить багажом запрещается огнестрельное оружие, взрывчатые, ядовитые, зловонные, инфекционные, огнеопасные, легковоспламеняющиеся, самовозгорающиеся и другие предметы и вещества, которые могут причинить вред багажу других пассажиров или имуществу предприятий Белорусской железной дороги (варенье, соки, лаки, масло, олифа и т.п.).

Данный договор может заключить лишь пассажир. Это двусторонний, возмездный, но уже реальный договор, т.к. заключен с момента сдачи багажа перевозчику, также публичный при перевозке транспортом общего пользования.

Предметом договора является деятельность перевозчика по доставке багажа в место назначения, т.е. оказывается услуга фактического характера. Срок доставки багажа определяется временем следования транспортного средства, которым отправлен багаж, до пункта назначения. Дата отправления багажа указывается в перевозочных документах.

Заключается договор в конклюдентной форме и удостоверяется багажной квитанцией. Багаж выдается в пункте назначения предъявителю багажной квитанции, при железнодорожной перевозке багажа при предъявлении также проездного документа (билета).

Основными обязанностями пассажира являются необходимость уплаты перевозки багажа, сохранение квитанции до конца поездки и предъявление его для проверки. Основными обязанностями перевозчика являются доставка багажа в полной сохранности в пункт назначения и в срок; выдача багажа предъявителю багажной квитанции.

Статья 750 Гражданского кодекса устанавливает *ответственность перевозчика* за утрату, недостачу и повреждение (порчу) багажа в следующих случаях: 1) в случае утраты или недостачи багажа - в размере стоимости утраченного или недостающего груза или багажа; 2) в случае повреждения (порчи) багажа - в размере суммы, на которую понизилась его стоимость, а при невозможности восстановления поврежденного груза или багажа - в размере его стоимости; 3) в случае утраты багажа, сданного к перевозке с объявлением его ценности, - в размере объявленной стоимости груза или багажа.

По общему правилу, установленному п3. ст.750 ГК, перевозчик наряду с возмещением установленного ущерба, вызванного утратой, недостачей или повреждением (порчей) багажа, возвращает отправителю (получателю) провозную плату, взысканную за перевозку утраченного, недостающего, испорченного или поврежденного багажа, если эта плата не входит в стоимость багажа.

Документы о причинах несохранности груза или багажа (акт общей формы и т.п.), составленные перевозчиком в одностороннем порядке, в случае спора подлежат оценке судом наряду с другими документами, удостоверяющими обстоятельства, которые могут служить основанием для ответственности перевозчика, отправителя либо получателя груза или багажа.

Перевозчик *освобождается от ответственности* за несохранность багажа только в случае возникновения обстоятельств непреодолимой силы.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

ТЕМА №1

Контрольные вопросы:

1. Понятия: «потребность», «потребление», «потребитель» как экономические категории.
2. Понятие категории «потребитель» как субъекта права и его основные признаки.
3. Защита прав потребителей - межотраслевой комплексный институт законодательства.
4. Причины появления законодательства о защите прав потребителей.
5. Общая характеристика международного, зарубежного и национального законодательства о защите прав потребителей.

Задачи:

№ 1. Предприятие «Б» заключало со своими работниками договоры, согласно которым работники обязывались построить на выделенных им земельных участках жилые дома, а предприятие «Б» должно было возвести инфраструктуру. Для выполнения этой обязанности предприятие «Б» открывало на имя каждого работника ссудный счёт, на который перечисляло часть прибыли, а потом с этого ссудного счёта деньги должны были направляться подрядчикам для возведения инфраструктуры. В связи с ухудшением финансового положения предприятие «Б» не смогло выполнить свои обязанности по договору. Один из работников – гр-н Т. – подал иск в суд с требованием о понуждении предприятия «Б» к исполнению договора, уплате неустойки и возмещению морального вреда. Свои требования он обосновал на основе норм Закона «О защите прав потребителей». *Какое решение должен принять суд?*

№2. А. с друзьями пришла в ресторан и сдала в гардероб шубу, которую купила накануне за 2 млн. руб. Пробыв в заведении около 2-х часов, А. решила вернуться домой. Придя в гардероб и предъявив жетон, выяснилось, что шубы на соответствующем жетону номере нет. А. предъявила иск в суд к ресторану с требованиями о возмещении двукратной стоимости шубы (4 млн. руб) на основании п.3 ст.35 Закона «О защите прав потребителей». *Какое решение должен вынести суд?*

Темы рефератов:

1. Директивы ЕЭС в области защиты прав потребителей и их реализация.
2. Законодательство о защите прав покупателей в СССР.
3. Элементы защиты прав потребителей в законодательстве Российской империи.

ТЕМА №2

Контрольные вопросы:

1. Понятие субъективных прав потребителей.
2. Классификация прав потребителей.
3. Понятие, объекты и формы защиты прав потребителей.
4. Государственная защита прав потребителей в Республике Беларусь.
5. Общественная защита прав потребителей в Республике Беларусь.

Задачи:

№1. Гр-н К. приехал на своём личном автомобиле на рынок и оставил свою машину на платной стоянке. Вернувшись через два часа, он обнаружил, что его машина угнана. К. обратился в суд с иском к администрации рынка, в чьём ведении находится автостоянка, с требованием о возмещении убытков в размере стоимости автомобиля и взыскании морального вреда на основании Закона «О защите прав потребителей». Судом было установлено, что перед въездом на стоянку имеется щит с надписью «Неохраняемая стоянка», аналогичное определение содержится в положении об этой стоянке, утверждённом администрацией рынка. Кроме того, плата за услуги по предоставлению места для стоянки взимается при выезде, и при этом выдаётся квитанция. *Какое решение должен принять суд?*

№2. Б. приобрела в магазине «Стандарт» утюг. Через 2 месяца эксплуатации произошло возгорание утюга. Пожар удалось быстро устранить собственными силами, и большого вреда имуществу Б. не было причинено. Однако Б. перенесла сильный стресс, обращалась к невропатологу, который назначил курс лечения. Б. подала заявление в местный исполнительный комитет с требованием о взыскании причиненного морального вреда в результате продажи товара, не отвечающего требованиям безопасности. *Какой ответ должен дать местный исполнительный комитет? Какие полномочия есть у местного исполнительного комитета по защите прав Б.?*

Темы рефератов:

1. Проблемы государственной защиты прав потребителей в Республике Беларусь и за рубежом.
2. Общественная защита прав потребителей за рубежом.
3. Проблемы общественной защиты прав потребителей в г. Бресте.

ТЕМА №3

Контрольные вопросы:

1. Процессуально-правовые способы защиты прав потребителей
2. Гарантии реализации судебной защиты прав потребителей
3. Процессуальные особенности рассмотрения дел по поводу нарушений прав и интересов потребителей

Задачи:

№1. В городе Б. систематически отключалось электричество, поэтому местное общество по защите прав потребителей подало иск в суд в защиту неопределенного круга потребителей. Ответчиком выступило ЗАО «Х», поставляющее электричество ЗАО «Городские электросети», которому горожане платят за энергию. Общество просило признать действия ответчика незаконными и обязать предоставлять энергию всем категориям граждан в необходимом количестве, а так же опубликовать решение в местной печати. В судебном заседании ответчик иск не признал и объяснил, что отключает энергию за долги, а жителям, так как нельзя выделить плательщиков и неплательщиков. Кроме того, ответчик считает, что Закон здесь не применим, так как у ответчиков нет договорных отношений с каждым из потребителей электроэнергии. *Решите спор? Кто должен выступить в качестве ответчика? Применим ли в данном случае Закон «О защите прав потребителей»?*

№2. А., проживающая в городе Бресте, 20.11.2005 приобрела в г. Минске в магазине «ЦУМ» сапоги женские по цене 200 тыс руб. Через две недели в сапогах лопнул каблук. Брестское отделение Торгово-промышленной палаты, куда обратилась А., дало заключение о производственных недостатках в паре сапог. А. подала исковое заявление в один из районных судов города Бреста с требованием о расторжении договора купли-продажи с магазином «ЦУМ» г. Минска, возмещении убытков (стоимость заключения ТПП), компенсации морального вреда. Суд отказал в рассмотрении заявления, мотивируя, что иск на основании ст.46 ГПК, согласно которой иск подается по месту нахождения юридического лица. *Куда должен был подать иск потребитель?*

Темы рефератов

1. Судебная защита прав потребителей в г. Бресте.
2. Иски в защиту неопределенного круга потребителей.

ТЕМА №4

Контрольные вопросы:

1. Понятие субъективного права потребителей на информацию.
2. Существенные признаки, предъявляемые к информации о товарах (работах, услугах), изготовителях (исполнителях, продавцах).
3. Содержание права потребителей на информацию:
 - а) о товарах (работах, услугах);
 - б) об изготовителях (исполнителях, продавцах).

Задачи:

№ 1. Иванов купил корейский телевизор, к которому приложена инструкция только на корейском, английском, японском языках. Продавец предложил Иванову сделать перевод за 50\$ США.

Какие нарушения допустил продавец? Какие права имеет потребитель в данной ситуации?

№ 2. Начиная с сентября 2002 года в г.А ООО «Прогресс» осуществляло продажу сахара по цене за 1 мешок ниже рыночной на следующих условиях:

покупатель вносит деньги, а товар получает только после того, как окажет содействие фирме в заключении трех аналогичных договоров и приведет в магазин ещё трёх покупателей, в противном случае, товар потребитель получал через 1 год. В сентябре – октябре ООО «Прогресс» заключало около 100 договоров ежедневно. В декабре число обращающихся стало резко снижаться, и к концу года около 1000 договоров остались «открытыми» (деньги сданы, сахар не получен).

Составьте исковое заявление в суд в защиту прав потребителя Иванова И.И., который заключил договор с ООО «Прогресс», но не нашел ещё трёх покупателей

Темы рефератов:

1. Генетически модифицированные продукты питания.
2. Товарные знаки, знаки обслуживания и защита прав потребителей.
3. Маркировка товаров: европейское и национальное законодательство (сравнительно-правовой аспект).

ТЕМА №5

Контрольные вопросы:

1. Понятие права потребителей на безопасность товаров (работ, услуг).
2. Содержание правового регулирования защиты права потребителя на безопасность товаров.
3. Понятие правового механизма обеспечения права потребителей на безопасность товаров (работ, услуг).
4. Правовые средства по осуществлению государственного регулирования в области безопасности товаров (работ, услуг).
5. Срок службы, годности, хранения товара как средства обеспечения его безопасности.

Задачи:

№ 1. Гражданин Иванов И.И. накануне дня рождения приобрёл в магазине «Крышталъ» 2 бутылки коньяка «Белый аист» по цене 20000 рублей за 1 бутылку. За праздничным обедом, на котором присутствовали родственники Иванова, гости, выпив одну бутылку коньяка, засомневались в его доброкачественности и не откупоривали 2 бутылку. Через пару часов Иванов И.И., его супруга, а также присутствовавшая гостя Петрова А.А., почувствовала недомогание. Пришлось вызвать врача на дом и приобрести в аптеке лекарство на сумму 10000 рублей. На следующий день Иванов И.И. подал исковое заявление в суд о возмещении вреда здоровью, произведенных расходов по его восстановлению и возмещении морального вреда.

Напишите исковое заявление в суд от имени гр. Иванова И.И.

Напишите определение суда о назначении экспертизы коньяка санитарно-эпидемиологической службой Брестской области.

№2. Гражданка А. 21.09.1991г. купила телевизор «Горизонт», на который был установлен срок службы – 10 лет. 10 ноября 2001 г. произошло возгорание телевизора, в результате чего имуществу гражданки А. был нанесён значительный ущерб. Гражданка А. обратилась в общество защиты прав потребителей за консультацией.

Дайте консультацию гражданке А.

Темы рефератов:

1. Правовое регулирование защиты прав потребителей пищевых продуктов в Республике Беларусь.

2. Осуществление государственного контроля и надзора в сфере обеспечения безопасности товаров (работ, услуг) в Республике Беларусь.

3. Техническое нормирование как средство обеспечения безопасности товаров (работ, услуг).

ТЕМА №6

Контрольные вопросы:

1. Понятие права потребителей на надлежащее качество товаров (работ, услуг).

2. Понятие правового механизма обеспечения права потребителей на качество товаров (работ, услуг).

3. Гражданско-правовой договор как средство определения требований к качеству товаров (работ, услуг).

4. Понятие ненадлежащего качества товаров (работ, услуг)

Темы рефератов:

1. Штриховой код товаров: понятие, правила расшифровки.

2. Стандартизация и нормирование как средства обеспечения качества товаров (работ, услуг).

3. Сертификация как средства обеспечения качества товаров (работ, услуг).

Задачи:

№ 1. 15 сентября 2003 года гр-н А. приобрел у индивидуального предпринимателя Б. ботинки зимние мужские по цене 130 тыс руб. Продавец предупредил гражданина о гарантии на обувь 1 мес со дня приобретения товара, а также о том, что с поставщиком они работают на основании договора, согласно которому обувь индивидуальный предприниматель вернуть не может. Поэтому обувь возврату и обмену не подлежит. Потребитель согласился с такими условиями, приобрел ботинки. Однако 20 ноября, после недели эксплуатации обуви, в них лопнул каблук. Потребитель обратился к продавцу с просьбой заменить товар либо вернуть деньги, последний отказался, ссылаясь на предоставление полной информации о товаре, условиях договора с поставщиком.

Какие права есть в данной ситуации у потребителя?

№2. Гражданкой А. был заключен договор с предприятием «Л» на изготовление оконных рам, гарантийный срок на которые был установлен 1 год. 28 марта 2000 г. К. получила рамы со склада. Рамы были с явными дефектами – сколами деревянных частей, которые можно было устранить при подготовке рам к покраске, но К. предупредили о том, что предприятие «Л» не готовит окна к покраске. Через месяц К. обратилась к предприятию «Л» с просьбой заменить форточку, что и было сделано. 5 мая 2002 г. К. обратилась в суд с требованием о расторжении договора, взыскании с «Л» стоимости окон и морального вреда. В судебном заседании потребитель ссылался на отсутствие достаточных знаний о предмете договора, чтобы оценить имеющиеся нарушения для предъявления претензий в течение гарантийного срока.

Какое решение должен вынести суд?

ТЕМА №7

Контрольные вопросы:

1. Гарантийный срок, срок годности и срок службы как сроки обнаружения недостатков в товарах (работах, услугах)
2. Классификация правовых последствий продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) ненадлежащего качества.
3. Особенности предъявления требований кредитором-потребителем об исполнении должником-продавцом (изготовителем, исполнителем) обязательства в натуре.
4. Особенности предъявления требований кредитором-потребителем об изменении или расторжении договора с должником-продавцом (исполнителем, изготовителем) и требований, не предусмотренных обязательством.

Задачи:

№1. Гр. А. купил в магазине «Паркинг» напольное покрытие весом 300 кг. А. решил вывезти его по договору с транспортной организацией, которая обязалась за 80 тыс руб. произвести погрузку, разгрузку и доставку товара к дому потребителя. Дома потребитель обнаружил, что цвета покрытия ни одного как он заказывал, а трех цветов.

Какие права имеет потребитель?

№2. Гр. А. в магазине «Мир» 5 января 2001 года приобрел телевизор «Горизонт» по цене 400 тыс руб. 15 февраля 2001 года он вышел из строя и был доставлен в ремонт. Потребитель 15 февраля предъявил магазину «Мир» требование предъявить на время ремонта аналогичный товар для пользования. Ему отказали, сославшись на отсутствие подменного фонда. Телевизор был отремонтирован лишь 7 марта.

Какие требования и к кому может предъявить потребитель?

№3. Петров, проживающий в городе Бресте, купил в 2000 году стиральную машину «Белая Русь» в магазине «ЦУМ» производства одного из Брестских

заводов. В течение гарантийного срока (1 год) она неоднократно выходила из строя и ремонтировалась. В 2002 году, потом в 2004 году сгорел мотор. Когда в 2005 году он опять сгорел, Петров обратился в суд с исковым заявлением, где соответчиками выступили магазин и завод, и просил провести экспертизу на предмет выявления в машине производственных и иных недостатков и расторгнуть договор купли-продажи. *Может ли потребитель предъявлять требования по качеству товара, если истек гарантийный срок? Кто может выступать в качестве ответчика по таким искам? Какие требования может предъявить потребитель? Кто доказывает факт наличия производственных недостатков в товаре?*

Темы рефератов:

1. Гражданско-правовые последствия оказания услуг потребителям ненадлежащего качества.
2. Гражданско-правовые последствия продажи товаров потребителям ненадлежащего качества.

ТЕМЫ №8-9

Контрольные вопросы:

1. Общая характеристика прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка.
2. Правовое регулирование отношений по противодействию монополистической деятельности, развитию конкуренции как гарантии реализации права потребителей на содействие экономическим интересам.
3. Понятие рекламы и содержание ее правового регулирования.
4. Виды рекламы.
5. Права и обязанности субъектов рекламного рынка

Задачи:

№ 1. На первом национальном канале был показан рекламный ролик компании Филипп Морис, заключающийся в демонстрации процесса курения сигарет «Camel». Министерство торговли приняло решение о приостановлении рекламы, считая, что такой ролик нарушает законодательство о рекламе. Данное решение было оспорено рекламодателем в суде.

Какое решение должен принять суд? Было ли нарушено законодательство о рекламе?

№2. А. приобрел 1.09.2004 г. в магазине «ЦУМ» туфли мужские по цене 120 тыс руб. Примерев основательно их дома, походив по ковру, гр- н А. решил, что туфли малы. 7.09.2003 г. гр- н А. обратился к продавцу с просьбой обменять товар на больший по размеру. Последний отказался, ссылаясь на то, что данный товар обмену и возврату не подлежит, а также продавец утверждает, что обувь потребитель эксплуатировал. *Дайте консультацию потребителю.*

Темы рефератов:

1. Европейское законодательство о рекламе.
2. Сравнительная характеристика законов «О рекламе» Республики Беларусь и Российской Федерации.
3. Саморегулирование в области рекламы.
4. Правовое регулирование порядка проведения рекламных игр на территории РБ.

ТЕМА №10***Контрольные вопросы:***

1. Понятие и виды гражданско-правовой ответственности за нарушения прав потребителей.
2. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушения прав потребителей на информацию и рекламодателей (рекламораспространителей, рекламоизготовителей) за нарушения прав потребителей рекламы.
3. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за вред, причиненный вследствие недостатков товаров (работ, услуг).
4. Компенсация морального вреда за нарушения прав потребителей.
5. Административная и уголовная ответственность за нарушения прав потребителей.

Задачи:

№1. Гр- н А. сдал в мастерскую телевизор «Рекорд», которым пользовался уже в течении 9 лет. Однако мастерскую затопило, в результате телевизор, который сдавался для устранения мелких недостатков, отсырел и не подлежал ремонту. Гр- ну А. предложили денежную компенсацию за испорченную вещь с учетом процента износа. Однако потребитель потребовал возмещения стоимости нового телевизора, так как старым он мог бы еще долго пользоваться, а теперь вынужден покупать новый. Получив отказ, гр-н А. обратился в суд. *Какое решение должен вынести суд?*

№2. ООО «Аура» изготовила под заказ мебель кухонную потребителю Ивановой. Срок гарантии на мебель был установлен 1 год. Через 2 года после изготовления мебели потребитель (вес 60 кг) стала на табуретку, чтобы вымыть окно, ножка табуретки отломилась, и потребитель упала со стула и сломала руку. При более детальном осмотре Иванова увидела плохое крепление ножки табуретки. Потребитель обратилась к ООО «Аура» с требованием безвозмездно устранить недостатки в мебели и возместить ущерб здоровью. Ей отказали, сославшись на пропуск гарантийного срока. *Какие требования может предъявить потребитель? Напишите исковое заявление в суд от имени потребителя.*

№3. Один из молочных комбинатов Брестской области начал производство детского питания «Мишутка». Иванова, приобретая питание, попросила продавца представить сертификат соответствия на товар либо другие документы, удостоверяющие качество товара. Продавец отказал в предоставлении документов,

аналогично и производитель, к которому обратился потребитель. *Куда может обратиться потребитель за защитой своих прав? Какие органы и какие меры можно применить к продавцу и производителю детского питания?*

Темы рефератов:

- 1.Административно-пресекаательные меры в сфере защиты прав потребителей.
2. Обман потребителей как административное правонарушение и уголовное преступление.
- 3.Судебная практика по делам о компенсации морального вреда, причиненного потребителям (по материалам судов г. Бреста и Брестской области).

ТЕМА №11-12

Контрольные вопросы:

1. Понятие и формы розничной торговли и общественного питания, содержание правового регулирования данной сферы.
2. Особенности договора розничной купли-продажи.
3. Особенности договора комиссии в сфере торговли
4. Понятие бытового обслуживания и содержание его правового регулирования.
5. Особенности договора проката в сфере бытового обслуживания.
6. Особенности договора бытового подряда с участием потребителей.

Задачи:

№1. Гражданин А. приобрел в магазине «Хозтовары» холодильник-морозильник стоимостью 1 млн руб. Через 2 недели в холодильнике потребитель обнаружил трещину корпуса. После неоднократного ремонта товара в «Рембыттехнике» потребитель посчитал, что он все равно не соответствует предъявляемым к нему требованиям. Поэтому гражданин А. предъявил исковое заявление в суд с требованием обязать магазин заменить товар на новый и взыскать моральный вред в размере 400. 000 руб. В судебном заседании ответчик утверждал, что трещина образовалась в результате неправильной эксплуатации либо перевозки товара, либо ненадлежащего ремонта. Свидетель ответчика подтвердил, что во время покупки холодильника никаких претензий со стороны истца по поводу корпуса не поступало. Суд удовлетворил требования истца, мотивируя, что спорный товар по своему качеству имеет существенные недостатки, так как после неоднократного ремонта в холодильнике имеются повреждения.

Дайте оценку решению суда?

№2. Гр. А. заказал надгробный памятник в ООО «Ангел» по цене 1 млн. руб. По условиям договора потребитель 1.09.2002 оплатил половину стоимости работы и памятник должен быть готов к 20.10.2002 года. Однако в обусловленный срок договор не был выполнен. Потребитель неоднократно обращался с требованием выполнения условий договора, вместе с тем памятник изготовили только 15.11.2003 г, когда на улице стоял мороз, и установить его было невозможно. *Какие*

требования может предъявить потребитель к ООО «Ангел»? Какие права потребителя нарушены?

Темы рефератов:

1. Торговля через Интернет: проблемы правового регулирования.
2. Продажа товаров в кредит.
3. Особенности договора продажи недвижимости с участием потребителей.
4. Особенности договора энергоснабжения с участием потребителей.
5. Договоры долевого строительства жилья с участием потребителей.

ТЕМА №13-14

Контрольные вопросы:

1. Понятие туризма, туристских правоотношений и их правовое регулирование
2. Гражданско-правовой договор на оказание туристских услуг. Порядок изменения и расторжения договора.
3. Гражданско-правовая ответственность за нарушение прав туриста
4. Медицинские услуги как объект гражданских прав. Правовое регулирование сферы платных медицинских услуг
5. Гражданско-правовой договор по оказанию медицинских услуг и гражданско-правовая ответственность за нарушение прав пациентов потребителей

Задачи:

№1. Группа туристов совершила автобусную экскурсию по Европе. Туристы остались очень недовольны поездкой: в машине отсутствовал кондиционер, было очень душно, автобус шел без остановок для короткого отдыха. Вместе с тем все намеченные мероприятия во время отдыха состоялись, во все пункты назначения туристов доставили вовремя. Однако по возвращению туристы обратились в суд с требованием возмещения морального вреда, причиненного неудобствами в поездке.

Какие доказательства должен истребовать суд для выяснения обстоятельств дела?

№2. Гражданин А. 20 сент. 2003 года приобрел путевку в турагентстве «Бресттурист» по цене 500 тыс руб. Поездка в Испанию должна была состояться с 15 по 30 окт. 2 окт. Турагентство, ссылаясь на изменение тарифов на перевозку, предложило доплатить за путевку еще 60 тыс руб. Но гр. А. не согласился. Турагент расторгнул договор на оказание услуг. *Вправе ли так было поступить турагентство, обоснуйте ответ.*

№3. Потребители А. и Б., проживающие в г. Бресте, купили путевки в Швецию в турагентстве «Минсктурист» за 10 дней до отправления. И до отъезда решили остаться в столице, отдохнуть. Накануне отправки, А. и Б. зашли в турагентство для уточнения места отъезда, им сообщили, что поездка отменяется из-за недобора группы и вернули деньги. Несостоявшиеся туристы решили подать исковое заявление в суд с требованием возмещения материального (стоимость билетов с Бреста до Минска, стоимость снятой квартиры за 10 дней) и морального

вреда, причиненного отказом в предоставлении путешествия. *Какое решение должен вынести суд?*

№4. 18 ноября 2003 г. в лечебно-профилактическое учреждение обратилась гражданка А., где ей была оказана платная стоматологическая помощь - пломбирование зуба. После лечения здоровье А. ухудшилось, начались сильные боли в области десны. Она находилась на амбулаторном лечении и утратила заработок в размере 11.600 руб. Однако состояние не улучшалось – поднялась температура, мучили сильные боли. При последующем обращении к врачу, он ей вернула деньги за лечение. Потребителю пришлось обратиться за консультацией в частный центр и уплатить за консультации 50 тыс руб, однако из-за острого воспалительного процесса зуб разрушился. Не доверяя ЛПУ, потребитель отказалась от их услуг по бесплатному протезированию зуба и выразила желание протезировать его в частной клинике, стоимость услуг в которых составляет 150 тыс руб.

Напишите исковое заявление в суд от имени потребителя. Подготовьте мотивировочную часть судебного решения по данному заявлению

Темы рефератов:

1. Правовое положение субъектов рынка туризма.
2. Сравнительный анализ правового положения туристов стран СНГ.
3. Обзор договоров на туристическое обслуживание (на примере туристических агентств г. Бреста).
4. Правовой механизм обеспечения безопасности туриста.

ТЕМА №15-17

Контрольные вопросы:

1. Правовое регулирование защиты прав потребителей услуг почтовой связи
2. Правовое регулирование защиты прав потребителей услуг электросвязи
3. Правовое регулирование защиты прав потребителей юридических услуг
4. Особенности договора перевозки пассажира.
5. Особенности договора перевозки багажа.

Задачи:

№1. В квартире гр-на Г. была постоянная влажность, обои покрывались плесенью, зимой промерзала смежная с подъездом стена. По названным причинам дети гр-на Г. постоянно болели. Г. потребовал от УП ЖКХ привести жилье в пригодное состояние, ему отказали сославшись на то, что гр-н Г. ни разу за 10 лет не производил ремонт в доме и к тому же у него есть задолженность по оплате жилищно-коммунальных услуг. Гр-н Г. пригласил специалиста санэпиднадзора, который дал заключение, что причиной дефектов в квартире являются отсутствие отопления в подъезде и неправильная стыковка стеновых панелей. *Может ли потребитель предъявить требования к УП ЖКХ об устранении причин нарушения санитарных норм в жилом помещении, какие доказательства он должен представить в суд?*

№2. При покупке ж.д билета стоимостью 70 тыс руб. до С-Петербурга, гр- н А. рассчитал время своего прибытия таким образом, чтобы успеть присоединиться к группе туристов, отбывающих в Финляндию. Но поезд № 0-24 Минск-С-Петербург прибыл на конечную станцию с опозданием на 4 часа, из-за чего гр-ну А. пришлось самостоятельно принимать меры для присоединения к группе (нанял такси - 100 тыс руб).

Вернувшись из отпуска, потребитель подал иск к управлению Белорусской железной дороги о возмещении убытков. *Какого рода исковые требования может предъявить потребитель? Какое решение должен вынести суд?*

№3. гр- н А. опоздал на самолет. Ему вернули лишь семь процентов стоимости билета, так как он отказался от полета меньше чем за сутки. Потребитель подал иск в суд, так как по его мнению вычеты из стоимости билета должны быть только в случае добровольного отказа от полета, а не опоздания в силу определенных причин. *Какое решение должен вынести суд?*

Темы рефератов:

1. Защита прав потребителей гостиничных услуг
2. Защита прав потребителей жилищно-коммунальных услуг
3. Договор транспортной экспедиции с участием потребителя.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)

1. Потребность, потребление, потребитель как экономические категории.
2. Понятие и сущность потребителя как субъекта права.
3. Причины появления законодательства о защите прав потребителей.
4. Понятие защиты прав потребителей как комплексного межотраслевого института законодательства.
5. Общая характеристика международного, зарубежного и национального законодательства о защите прав потребителей.
6. Понятие системы основных субъективных прав потребителей.
7. Понятие, объекты и формы защиты прав потребителей.
8. Государственная защита прав потребителей.
9. Общественная защита прав потребителей.
10. Процессуально-правовые способы защиты прав потребителей.
11. Гарантии реализации судебной защиты прав потребителей.
12. Процессуальные особенности рассмотрения дел по поводу нарушений прав и интересов потребителей.
13. Понятие и сущность права потребителей на информацию.
14. Существенные признаки информации о товарах (работах, услугах), изготовителях (исполнителях, продавцах).
15. Содержание права потребителей на информацию о товарах (работах, услугах).
16. Содержание права потребителей на информацию о продавцах (изготовителях, исполнителях).
17. Понятие права потребителей на безопасность товаров (работ, услуг). Содержание правового регулирования защиты прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг).
18. Правовой механизм обеспечения права потребителей на безопасность товаров (работ, услуг).
19. Понятие права потребителей на надлежащее качество товаров (работ, услуг).
20. Правовой механизм обеспечения качества товаров (работ, услуг).
21. Понятие товара (работы, услуги) ненадлежащего качества. Алгоритм действий потребителя при обнаружении недостатков товара (работы, услуги).
22. Гарантийный срок, срок годности и срок службы как сроки обнаружения недостатков в товарах (работах, услугах).
23. Классификация правовых последствий продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) ненадлежащего качества.
24. Особенности предъявления требований кредитором-потребителем об исполнении должником-продавцом (изготовителем, исполнителем) обязательства в натуре.
25. Особенности предъявления требований кредитором-потребителем об изменении или расторжении договора с должником-продавцом (исполнителем, изготовителем) и возмещении убытков, также предъявление требований, не предусмотренных обязательством.
26. Общая характеристика прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка.

27. Правовое регулирование отношений по противодействию монополистической деятельности, развитию конкуренции как гарантии реализации права потребителей на содействие экономическим интересам.
28. Понятие рекламы и ее существенные признаки. Содержание законодательства в области рекламы.
29. Виды рекламы.
30. Правовое положение участников рекламной деятельности.
31. Понятие и виды гражданско-правовой ответственности за нарушения прав потребителей.
32. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушения прав потребителей на информацию и рекламодателей (рекламораспространителей, рекламоизготовителей) за нарушения прав потребителей рекламы.
33. Гражданско-правовая ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за вред, причиненный вследствие недостатков товаров (работ, услуг).
34. Компенсация морального вреда за нарушения прав потребителей.
35. Административная и уголовная ответственность за нарушения прав потребителей.
36. Понятие и формы розничной торговли и общественного питания и содержание его правового регулирования.
37. Особенности договоров с участием потребителей в сфере торговли.
38. Понятие бытового обслуживания и содержание его правового регулирования.
39. Особенности договоров с участием потребителей в сфере бытового обслуживания.
40. Понятие туризма, туристских правоотношений и их правовое регулирование.
41. Особенности гражданско-правового договора об оказании туристских услуг.
42. Порядок изменения и расторжения договора об оказании туристских услуг, гражданско-правовая ответственность за нарушение прав туристов.
43. Понятие здравоохранения, правоотношений с участием пациента-потребителя и их правовое регулирование.
44. Гражданско-правовой договор возмездного оказания медицинских услуг.
45. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей услуг почтовой связи.
46. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей услуг электросвязи.
47. Понятие сферы юридических услуг, правоотношений с участием потребителей и их правовое регулирование.
48. Договор на оказание риэлтерских услуг.
49. Особенности правового регулирования перевозки пассажира.
50. Особенности правового регулирования перевозки багажа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

НОРМАТИВНЫЕ ПРАВОВЫЕ АКТЫ

- 1 Конституция Республики Беларусь, 15 марта 1994 года с изм. и доп. // НРПА Респ. Беларусь. – 1999. – № 1, 1/0
- 2 Воздушный кодекс Республики Беларусь, 11 янв. 1999 года, № 240-3, в ред. 4 янв. 2003 года // НРПА Респ. Беларусь. – 1999. – № 5, 2/15
- 3 Гражданский кодекс Республики Беларусь, 07 декабря 1998г., № 218-3, в ред. 04 мая 2005года //Ведомости Национального Собрания Респ. Беларусь. – 1999. – № 5-7, ст. 101
- 4 Гражданский процессуальный кодекс Республики Беларусь, 11 янв. 1999 года, № 238-3, в ред. 19 июля 2005 года // НРПА Респ. Беларусь. – 1999. – № 18-19, 2/13
- 5 Кодекс внутреннего водного транспорта Респ. Беларусь, 24 июня 2002 года, № 118-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 76, 2/867
- 6 Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях, 6 дек. 1984 года, № 4048-Х, в ред. 19 июля 2005 года // Собрание законов БССР, указов Президиума Верховного Совета БССР, постановлений Совета Министров БССР", 1984, N 35, ст. 505
- 7 Уголовный кодекс Республики Беларусь, 9 июля 1999 года, № 275-3, в ред. 19 июля 2005 года // НРПА Респ. Беларусь. – 1999. – № 76, 2/50
- 8 О государственном регулировании производства, оборота, рекламы алкогольной, непищевой спиртосодержащей продукции и этилового спирта: Декрет Респ. Беларусь, 18 дек. 2002 г., № 30 с изм. и доп. // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 143, 1/4242
- 9 О государственном регулировании производства, оборота, рекламы и потребления табачного сырья и табачных изделий: Декрет Респ. Беларусь, 17 дек. 2002 г., № 28 с изм. и доп. // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 143, 1/4234
- 10 О естественных монополиях: Закон Респ. Беларусь, 16 дек. 2002 г., № 162-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2003. – № 1, 2/911
- 11 О защите прав потребителей: Закон Респ. Беларусь, 19 нояб. 1993 г., № 2573- X-11: В ред. Законов Респ. Беларусь, 9 фев. 2002 г., № 90-3 с изм. и доп. // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 10, 2/83
- 12 О здравоохранении: Закон Респ. Беларусь, 11 фев. 2002 г., № 91-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 10, 2/840
- 13 О качестве и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов для жизни и здоровья человека: Закон Респ. Беларусь, 29 июня 2003 г., № 217-3: В ред. Закона Респ. Беларусь 5 июля 2004 г., № 302-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2003. – № 79, 2/966
- 14 О Комитете Государственного контроля: Закон Респ. Беларусь, 9 фев. 2000 г., № 369 – 3: В ред. Законов Респ. Беларусь 1 нояб. 2004 г., № 340-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2000. – № 18, 2/144
- 15 О Концепции государственной политики по защите прав потребителей в Респ. Беларусь: Постановление Кааб. Министров Респ. Беларусь, 1 июля 1996 г., №

430: С изм. и доп. по сост. на 20 нояб. 1996 г., № 736 // Собр. Указов Президента и пост. Каб. Министров Респ. Беларусь. – 1996. – № 19, ст. 472

16 О лицензировании отдельных видов деятельности: Декрет Президента Респ. Беларусь, 14 июля 2003 года, № 17 с изм. и доп. // НРПА Респ. Беларусь. – 2003. – № 79, 1/4779

17 О мерах по реализации Закона Респ. Беларусь «О защите прав потребителей»: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 14 июня 2002 г., № 778 // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 71, 5/10637

18 О некоторых вопросах деятельности рынков: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 12 дек. 2003 года, № 1623 // НРПА Респ. Беларусь. – 2003. – № 142, 5/13529

19 О некоторых вопросах защиты прав потребителей: Постановление Министерства торговли, 23 дек. 2004 г., № 54 // НРПА Респ. Беларусь. – 2005. – № 10, 8/11977

20 О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности: Указ Президента Респ. Беларусь, 3 июня 1996 года, № 210 // Собр. Указов Президента и пост. Каб. Министров Респ. Беларусь. – 1996. – N 16, ст. 392

21 О почтовой связи: Закон Респ. Беларусь, 15 дек. 2003 г. // НРПА Респ. Беларусь. – 2004. – № 2, 2/1007

22 О практике рассмотрения судами дел о защите прав потребителей: Постановление Пленума Верховного Суда Респ. Беларусь, 25 сент. 2003 г. // НРПА Респ. Беларусь. – 2003. – № 112, 6/374.

23 О практике применения судами законодательства, регулирующего компенсацию морального вреда: Постановление Пленума Верховного Суда Респ. Беларусь, 28 сентября 2000, № 7 // НРПА Респ. Беларусь. – 2000. – № 100, 6/258

24 О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Респ. Беларусь, 10 дек. 1992 г., № 2034-X11: В ред. 10 янв. 2000 г. № 364-3 с изм и доп. // НРПА Респ. Беларусь. – 2000 г. – № 8, 2/139

25 О рекламе: Закон Респ. Беларусь, 18 фев. 1997 г., № 19-3: В ред. Закона Респ. Беларусь, 28 нояб. 2003 N 249-3 // Ведомости Национального собрания Респ. Беларусь. – 1997. – № 8, ст. 189

26 О санитарно-эпидемическом благополучии населения: Закон Респ. Беларусь 23 нояб 1993 г. № 2583-XII: В ред. Законов Республики Беларусь 23 мая 2000 года № 397-3, 29 июня 2003 года, № 217-3 // НРПА Респ. Беларусь, 2000 г., N 52, 2/172

27 О связи: Закон Респ. Беларусь, 5 окт. 1994г. //Ведомости Верховного Совета Респ. Беларусь. – 1994. – № 29, ст. 505

28 О согласовании содержания рекламы лекарственных средств, методов профилактики, диагностики и лечения болезней (включая нетрадиционные), изделий медицинского назначения, медицинской техники и специальных продуктов питания: Приказ Министерства здравоохранения Республики Беларусь, 29 марта 1999 г., № 91 // НРПА Респ. Беларусь. – 1999. – № 33, 8/224

29 О техническом нормировании и стандартизации: Закон Респ. Беларусь, 5 янв. 2004 г., № 262-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2004. – № 4, 2/1011

30 О торговле: Закон Республики Беларусь, 28 июля 2003 г. № 231-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2003. – № 87, 2/981

31 О туризме: Закон Республики Беларусь, 25 ноября 1999 г., № 326-3 в ред. от 15 дек. 2003 г. // НРПА Респ. Беларусь. – 1999 г. – № 95, 2/101

32 О туристском ваучере: Постановление Министерства спорта и туризма, 26 авг. 2005 года, № 23 // НРПА Респ. Беларусь. – 2005 г. – № 142, 8/13095

33 Об автомобильном транспорте и автомобильных перевозках: Закон Респ. Беларусь, 24 июля 2002 г., № 134-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2001. – № 71, 2/793

34 Об оценке соответствия требованиям технических нормативно-правовых актов в области технического нормирования и стандартизации: Закон Респ. Беларусь, 5 января 2004г., № 269-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2004. – № 5, 2/1018

35 Об установлении сроков выполнения бытовых услуг, оказываемых населению, и предельных надбавок к ценам (предельным ценам) на бытовые услуги в зависимости от видов обслуживания: Приказ Белорусского государственного объединения организаций бытового обслуживания населения от 10. 12. 2004 года № 418 // НРПА Респ. Беларусь. – 2005. – № 4, 8/11891

36 Об утверждении Авиационных правил перевозки пассажиров и багажа авиапредприятиями Республики Беларусь: Постановление Госкомавиации, 27 ноября 2000г., № 13 // НРПА Респ. Беларусь. – 2000. – № 8, 8/4542

37 Об утверждении Временных Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами: Приказ Министерства торговли Республики Беларусь от 30.05. 1997 г. № 73 // Бюллетень нормативно - правовой информации. – 1997. – № 18.

38 Об утверждении Основных направлений обеспечения населения качественными и безопасными продовольственным сырьём и пищевыми продуктами: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 мая 2004 г. № 573 // НРПА. – 2004. – № 77, 5/14251

39 Об утверждении Положения о Министерстве сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 31 янв. 2001 г., № 1590, с. изм и доп. по сост. на 26 авг. 2004 г. // НРПА Респ. Беларусь. – 2001. – № 106, 5/9344

40 Об утверждении Положения о Министерстве торговли Респ. Беларусь: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 31 окт. 2001 г., № 1594: в ред. Постановления Совета Министров Респ. Беларусь, 14 марта 2004 г., № 393 // НРПА Респ. Беларусь. – 2001 . – № 105, 5/9330.

41 Об утверждении Положения о порядке оказания платных медицинских услуг в государственных организациях здравоохранения и перечня платных медицинских услуг, оказываемых в государственных организациях здравоохранения: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 25 апреля 2003 г. № 556 // НРПА Респ. Беларусь. – 2003 . – № 50, 5/12380

42 Об утверждении Положения о проведении рекламных игр на территории Республики Беларусь: Указ Президента Респ. Беларусь, 30 янв. 2003 г. N 51 // НРПА Респ. Беларусь. – 2003 г. – N 15, 1/4370

43 Об утверждении Правил автомобильных перевозок пассажиров в Респ. Беларусь: Постановление Министерства транспорта и коммуникаций в Республике Беларусь, 22 июля 2002 г., № 23 // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 109, 8/8557

44 Об утверждении Правил оказания услуг почтовой связи: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 7 сент. 2004 г., № 1111 // НРПА Респ. Беларусь. – 2004. – № 145, 5/14830

45 Об утверждении Правил осуществления розничной торговли отдельными видами товаров и общественного питания: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 7 апр. 2004 г. № 384 // НРПА. – 2004. – № 58, 5/14061

46 Об утверждении Правил предоставления услуг местными телефонными сетями: Приказ Министерства связи и информатизации, 19 июня 1995 г, № 66 с изм. и доп., 3 июня 2004 г, № 12 // Бюллетень нормативно - правовой информации. – 1996. – № 7

47 Об утверждении типового договора на оказание туристских услуг: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 12 мая 2000 г., № 668 // НРПА Респ. Беларусь. – 2000 г. – № 49, 5/3172

48 Об утверждении Устава железнодорожного транспорта общего пользования: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 2 августа 1999 г., № 1196 // НРПА Респ. Беларусь. – 1999. – № 67, 5/1506

49 Об утверждении Правил бытового обслуживания потребителей: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 14 дек. 2004 года, № 1590 // НРПА Респ. Беларусь. – 2005. – № 1, 5/15304

50 Об утверждении Правил оказания услуг радиофикации: Постановление Минсвязи Респ. Беларусь, 6 сент. 2002 г., № 19 // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 110, 8/8575

51 Об утверждении Правил осуществления деятельности по оказанию риэлтерских услуг: Постановление Министерства юстиции Респ. Беларусь, 28 марта 2005 года, № 13 // НРПА Респ. Беларусь. – 2005 г. – № 53, 8/12326

52 Об утверждении Правил продажи товаров по образцам: Приказ Министерства торговли Республики Беларусь, 16 июня 1998 г. № 83 // Бюллетень нормативно - правовой информации. – 1998. – № 15

53 Об утверждении Перечня основных нормативных и технологических документов, которые должны находиться в объектах розничной торговли и общественного питания: Постановление Министерства торговли Республики Беларусь, 27 марта 2002 г. № 10 // НРПА Респ. Беларусь. – 2002. – № 118, 8/8664.

54 Об утверждении положения о порядке формирования и применения цен и тарифов: Постановление Министерства экономики Республики Беларусь, 22 апр. 1999, № 43 // НРПА Респ. Беларусь. – 1999. – № 39, 8/316

55 Об утверждении Правил разносной торговли и продажи товаров по заказам: Приказ Министерства торговли Республики Беларусь, 04 апр. 1997 г., № 44 // БНПИ. – 1997. – № 11.

56 Об утверждении Правил продажи товаров по образцам: Приказ Министерства торговли Республики Беларусь, 16 июня 1998 г., № 83 // БНПИ. – 1998. – № 15.

- 57 Об утверждении Инструкции о порядке продажи товаров в кредит: Приказ Министерства торговли Республики Беларусь, 29 апр. 1996 г., № 36 // Бюллетень нормативно - правовой информации. – 1996. – № 7
- 58 Об электронном документе: Закон Респ. Беларусь, 10 янв. 2000 г, № 357-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2000. – № 7, 2/132
- 59 Об электросвязи: Закон Респ. Беларусь, 19 июля 2005 г., № 45-3 // НРПА Респ. Беларусь. – 2005. – № 122, 2/1142
- 60 Правила торговли на рынках Республики Беларусь: Постановление Совета Министров Республики Беларусь, 12 дек. 2003 г. № 1623 // НРПА Респ. Беларусь. – 2003. – № 142, 5/13529
- 61 Телеграфные правила: Приказ Министерства связи, 8 апр. 1998 года, № 61 // Бюллетень нормативно - правовой информации. – 1998. – № 10

СПЕЦИАЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

- 62 Абрамова М.А. Теоретико-правовой анализ прав потребителей как межотраслевого института в российском праве: Автореф. канд. Дис.:12.00.01, М. 2001 г.
- 63 Андреев А.Е. Огнев А.С. Защита прав потребителей в сфере оказания туристических услуг // Право Беларуси. – № 27
- 64 Аргунов В.Н. Красков С.В. Особенности рассмотрения судами дел о защите прав потребителей // Вест. МГУ, Сер. 11 Право. – 1996. – № 4
- 65 Бадмаев Б. Понятие и виды (формы) недобросовестной конкуренции на рынке банковских услуг // Юрист. – 2004. – № 6
- 66 Барков А.В. Правовой режим товарного знака: вопросы методологии // Юрист. – 2004. – № 10
- 67 Блинкова Е.В. Гражданско-правовое регулирование снабжения товарами через присоединенную сеть – от дифференциации к единству // Юрист. – 2004. – № 12
- 68 Блинкова Е.В. Коммунальные услуги: новый порядок и условия оплаты // Юрист. – 2004. – № 11
- 69 Богдан В.В. Гражданско-правовые способы защиты прав потребителей в сфере торговли и услуг // Юрист, 2003 – № 7
- 70 Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Книга первая: Общие положения. – М.: Статут, 2002. – 848 с.
- 71 Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Книга вторая: Договоры о передаче имущества. – М.: Статут, 2005. – 797 с.
- 72 Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Книга третья: Договоры о выполнении работ и оказании услуг. – М.: Статут, 2004. – 1055 с.
- 73 Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Книга четвертая: Договоры о перевозке, буксировке, транспортной экспедиции и иных услугах в сфере транспорта. – М.: Статут, 2004. – 910 с.
- 74 Бурлакова Е.В. Договор о туристском обслуживании // Юрист. – 2004. – № 11
- 75 Великоселец А.Н. Электронная торговля и её перспективы // НЭГ, – 2002. – 13 декабря

- 76 Горупа Т. А. Административно-правовая защита прав потребителей в Республике Беларусь: автореф. канд. дис.: 12.00.02, Мн., 2002 г.
- 77 Горупа Т. А. Развитие законодательства о защите прав потребителей в Республике Беларусь (административно-правовой аспект) // Весн. Брэсц. ун-та. – 2002. – № 3 – 4
- 78 Горупа Т.А. Государственная защита прав потребителей в Республике Беларусь: проблемы и перспективы // Весн. Брэсц. Ун-та. – 2005. – № 1
- 79 Горупа Т.А. Правовой механизм обеспечения безопасности пищевых продуктов // Эффективность осуществления и защиты права как гарантия создания правового государства. Материалы международной научно-практ. конф. 23 дек 2004 года, Мн. «Логвинов», 2005
- 80 Гражданское право: В 2 ч. Ч. 2: Учебник/ Под общ. ред. проф. В.Ф. Чигира. – Мн.: Амалфея, 2002. – 1008 с.
- 81 Залесский В. Ответственность транспортной организации за просрочку доставки пассажира // Хозяйство и право. – 2004. – № 3
- 82 Закрицкий С.С. Согласованность рекламных объявлений с государственными органами // БНПА. – 2005. – № 2
- 83 Зикрачик С. Розничная торговля. Новые правила – новое содержание // Бюллетень нормативно-правовой информации. Юридический мир. – 2004. – N 13
- 84 Кейта-Станкевич Т.Г. Эволюция защиты прав потребителей: мировой и отечественный опыт // Международное право и международные отношения. – 2000. – № 2
- 85 Кисель М. Проблемы правового регулирования деятельности агентств недвижимости // Юрист. – 2004. – № 10
- 86 Коваленко Е.И. Общие аспекты договора купли-продажи // Право Беларуси. – 2003. – № 28
- 87 Комментарий к Гражданскому кодексу Республики Беларусь в трех томах (постатейный). Отв. ред. В.Ф. Чигир; коллектив авторов: В 3 т. – Минск, 2003. Т. 2. – 874 с.
- 88 Кумейша А. Сертификация товаров, работ, услуг в национальной системе сертификации Республики Беларусь // Бюллетень нормативно-правовой информации. Юридический мир. – 2004. – № 13 – 14
- 89 Кумейша А. Государственная гигиеническая регламентация и регистрация: попытка систематизации // Юридический мир. – 2004. – № 9 – 10
- 90 Латышев И., Папакуль В. Основные аспекты отношений по оказанию юридических услуг в Республике Беларусь // БНПА. – 2004, № 11
- 91 Мисник Г.А. О совершенствовании правовых основ обеспечения безопасности пищевых продуктов, производимых с использованием генетически модифицированных компонентов // Юрист. – 2004. – № 9
- 92 Мищенко Е.А. Особенности некоторых видов договоров возмездного оказания услуг // Юрист. – 2003. – № 9
- 93 Мищенко Е.А. Публичный договор бытового подряда // Юрист. – 2003. – № 7, с. 26-30
- 94 Морозова Н.В. Правовое положение клиента по договору транспортной экспедиции // Юрист. – 2005. – № 1

- 95 Мохов А.А. Лекарственные средства как объекты гражданских прав // Юрист. – 2004. – № 12
- 96 Нельговский И.Е. Содержание административного режима естественной монополии в сфере почтовой связи // Юрист. – 2003. – № 9
- 97 Онуфриевич Э. Договор купли-продажи // Юрист. – 2003. – № 9
- 98 Панова О. Цель договора инвестирования строительства жилья физическими лицами и Закон «О защите прав потребителей» // Юрист. – 2005. – № 1
- 99 Петрукевич В. Признание договора незаключённым: [Об указании цели приобретения товара в договоре купли-продажи] // Юрист. – 2002. – № 1
- 100 Подгруша В. Договор проката: общая характеристика и особенности правового регулирования // БНПА. – 2004. – № 22
- 101 Подгруша В. Форма договора – вещь немаловажная // БНПИ. – 2002. – № 22
- 102 Позднякова Е. Правила защищают потребителей // Гермес. – 2005. – № 1
- 103 Половинко М. Согласование существенных условий договора // Юрист. – 2004. – № 6
- 104 Прокопова М.А. Определены правовые основы торговли на территории Республики Беларусь // Право Беларуси. – 2003. – № 32
- 105 Рабец Н.А. Изменение и расторжение договоров // Право Беларуси. – 2003. – № 33
- 106 Рамзес В.Б. Личное потребление в Японии. – М.: Наука, 1985. – 289 с.
- 107 Руженцев Н.В. Защита интересов и прав потребителей за рубежом. – М.: Изд-во стандартов, 1989. – 80 с.
- 108 Ставский В. Договор купли-продажи в новом Гражданском кодексе // Консультант. – 1999. – № 3
- 109 Станкевич Н.Г. Коммерческое право: Тексты лекций. – Гродно: ГрГУ, 2002. – 147 с.
- 110 Тозик Е.В. О предмете договора возмездного оказания услуг по туристическому обслуживанию // Эффективность осуществления и защиты права как гарантия создания правового государства. Материалы международной научно-практ. конф. 23 дек. 2004 года, Мн. «Логвинов», 2005
- 111 Трофимов С. Правовые аспекты обеспечения безопасности использования автомобильного транспорта // Юрист. – 2005. – № 8
- 112 Филатова М. В. Защита прав потребителей в Российской Федерации (гражданско-процессуальные и административно-правовые аспекты): Автореф. канд. дис.: 12.00.15, М. 2001 г.
- 113 Фокова Е.А. Правовое регулирование ответственности в рекламной сфере // Юрист. – 2004
- 114 Фурс И.Н. Хурс М.Н. Продовольственная безопасность Беларуси. – Минск: Ин-т социально-полит. исслед. при Администрации Президента Респ. Беларусь, «ФУ Аинформ», 2000. – 168 с.
- 115 Шерстобитов А.Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей. – М.: Изд-во МГУ, 1993. – 144 с.
- 116 Шумова О.В. Судебная защита прав потребителей в сфере торговли: Автореф. канд. дис.: 12.00.03, М. 1998 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА И ЕГО МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ	4
2. ПРОГРАММА СПЕЦИАЛЬНОГО КУРСА	5
3. ПРИБЛИЖИТЕЛЬНЫЙ УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛИНЫ	11
4. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ	12
ТЕМА 1. Защита прав потребителей – комплексный межотраслевой институт законодательства	12
ТЕМА 2. Права потребителей и формы их защиты	15
ТЕМА 3. Судебная защита прав потребителей	19
ТЕМА 4. Правовое регулирование защиты прав потребителей на информацию о товарах (работах, услугах)	23
ТЕМА 5. Правовое регулирование защиты прав потребителей на безопасность товаров (работ, услуг)	27
ТЕМА 6. Правовое регулирование защиты прав потребителей на качество товаров (работ, услуг)	30
ТЕМА 7. Правовые последствия продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг) ненадлежащего качества	34
ТЕМА 8. Правовое регулирование защиты прав потребителей, гарантирующих защиту от негативного воздействия рынка	40
ТЕМА 9. Правовое регулирование защиты прав потребителей рекламы	43
ТЕМА 10. Юридическая ответственность за нарушения прав потребителей	47
ТЕМА 11. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере торговли	54
ТЕМА 12. Особенности правового регулирования в сфере бытового обслуживания	57
ТЕМА 13. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере туризма	62
ТЕМА 14. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере здравоохранения.	65
ТЕМА 15. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере связи	68
ТЕМА 16. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере оказания юридических услуг	72
ТЕМА 17. Особенности правового регулирования защиты прав потребителей в сфере перевозок	74
5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	78
6. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ (ЗАЧЕТУ)	90
7. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	91
8. ОБРАЗЦЫ ПРОЦЕССУАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ	99