*Проект*

**Концепция**

**проекта Закона Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав потребителей»**

1. **Название проекта закона**

Проект закона Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам защиты прав потребителей».

1. **Обоснование необходимости разработки проекта закона**

В Казахстане со дня обретения независимости и по настоящее время уделяется особое внимание развитию предпринимательства, за последние десять лет проведены масштабные реформы в государственном регулировании предпринимательской деятельности.

На сегодняшний день государство старается либерализовать бизнес, запрещает проверки, снижает налоги, отменяет лицензирование и инициирует другие различные меры по стимулированию развития предпринимательства.

Сформировалась законодательная и институциональная система, представляющая совокупность государственных и негосударственных институциональных структур, ответственных за развитие предпринимательства, обеспечивающих реализацию государственной политики.

Вместе с тем, развитие рыночной экономики актуализирует проблемы защиты прав потребителей на рынке товаров и услуг.

Практически каждый человек в течение своей жизни выступает в роли потребителя товаров, работ и услуг, участника правоотношений, складывающихся на потребительском рынке.

При этом права потребителя нередко нарушаются и многие годы потребитель является самым незащищенным субъектом на потребительском рынке.

Потребитель нуждается в особом внимании государства в силу того, что он, в отличии от предпринимателя, не является профессиональным участником рынка и без социальной и правовой поддержки не может в полной мере обеспечить защиту своих прав и интересов.

Несмотря на всеобщее развитие сферы услуг и потребления мы не можем избавиться от пренебрежительного отношения к потребителю, так распространенного в советскую эпоху, когда продавцы магазинов славились своим хамством, равнодушием и грубостью.

Зачастую недобросовестные предприниматели своим неправомерным действием или поведением нарушают права большинства потребителей. Вследствие чего из общего количества потребителей, права которых нарушены при приобретении товаров, услуг ненадлежащего качества, только единицы обращаются с претензией. Как правило, потребителем самозащита применяется редко, так как обусловлена наличием высокого уровня знаний о своих правах потребителем. Более того, доказывание фактов нарушений лежит на потребителе как равноправной стороне гражданских правоотношений, что приводит к пассивному отношению потребителя при защите своих прав и интересов. Так потребитель должен за свой счет проводить экспертизу, оплачивать судебные расходы и услуги юристов, адвокатов.

Согласно проведенных социологических исследований в 2019 году в Казахстане по заказу Комитета по защите прав потребителей Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан, распределение мнений опрошенных на вопрос о том, как бы они оценили текущую ситуацию с соблюдением и защитой прав потребителей в Республике Казахстан, 59,9% оценивают ее как неудовлетворительную, 34,5% как средне-удовлетворительную и только 5,6% считают ее отличной.

Распределение мнений на вопрос о том, куда обращались респонденты в ситуации, когда их права потребителя были нарушены, показал, что 53,3% никуда не обращались, 16,9% обратились в уполномоченный государственный орган по защите прав потребителей, 15,9% обратились за помощью к юристам и только 14% - в общественную организацию по защите прав потребителей.

Рассматривая ответы опрошенных на вопрос о том, почему при нарушении прав потребителя они не обращались в общественные объединения за помощью, большинство ответили, что не знают о существовании общественных объединений по защите прав потребителей.

Отмечается стабильная позиция в оценке роли общественных организаций в деле эффективного обеспечения потребительских прав граждан. На самом деле способность неправительственных организаций самостоятельно и эффективно решать проблемы потребителей все еще недооценена. Сотрудничество общественных объединений потребителей с государственными структурами способствуют разрешению общественными объединениями потребителей многих проблем в сфере защиты прав потребителей.

На сегодняшний день, общественная система защиты прав потребителей включает в себя общества по защите прав потребителей и иные неправительственные организации. На сегодняшний день в Казахстане зарегистрировано 172 общественных объединений потребителей, из них по данным налоговых органов действуют только 55.

Проведенный анализ показывает, что проблема финансирования деятельности общественных организаций так и не нашла своего разрешения, что не позволяет данным структурам в должной мере реализовывать общественную защиту прав потребителей. Это выражается в отсутствии квалифицированных кадров, технического и материального оснащения, а также в отсутствии возможности оказания объединениями безвозмездной помощи потребителям.

Механизмы защиты прав потребителей, касающиеся деятельности общественных объединений подлежат концептуальной переоценке при существенной поддержке со стороны государства. В условиях сокращения контрольных функций государства, повышение уровня защиты прав потребителей должно быть обеспечено путем создания эффективного механизма общественной защиты потребителей, реализуемого общественными объединениями потребителей.

В Послании Первого Президента Республики Казахстан Нурсултана Абишевича Назарбаева народу Казахстана от 5 октября 2018 года «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» поставлена задача о необходимости институционального усиления и активного использования потенциала общественных организаций по защите прав потребителей.

Кроме того, в соответствии с Посланием Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана от 2 сентября 2019 «Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана» при выстраивании эффективной системы защиты прав потребителей необходимо активизировать инструменты саморегулирования и общественного контроля.

Повышение качества жизни казахстанцев неразрывно связано с повышением уровня защиты прав потребителей. От защищенности потребителей зависит и развитие предпринимательства. Только уверенные в своих правах потребители обеспечат повышенный спрос на товары, работы и услуги.

В этой связи, на заседании Правительства Республики Казахстан от 22 сентября 2020 года № 33 Министерству торговли и интеграции РК совместно с заинтересованными государственными органами было поручено утвердить План мероприятий для построения целостной системы защиты прав потребителей *(утвержден 10 декабря 2020 года № 20-3/06-316 п. 2.2 Первым Заместителем Премьер-Министра РК А. Смаиловым)*, предусматривающий совершенствование законодательства в сфере защиты прав потребителей, в части:

- создания объединения общественных объединений потребителей и их ассоциаций (союзы) в сфере защиты прав потребителей;

- проработка вопроса введения института омбудсмена по защите прав потребителей на базе общественных объединений потребителей и их ассоциаций (союзов).

Выполнение вышеуказанных задач в полной мере возможно путем введения следующих системных подходов:

I. Институциональное усиление системы защиты прав потребителей за счет деятельности единой организации по защите прав потребителей и введения института омбудсмена по защите прав потребителей.

II. Актуализация законодательства в сфере защиты прав потребителей.

**I. Институциональное усиление системы защиты прав потребителей за счет деятельности Единой организации по защите прав потребителей и введения института омбудсмена по защите прав потребителей**

**1. Создание Единой ассоциации по защите прав потребителей.**

Международные стандарты, как и международные договоры с участием Республики Казахстан не предписывают создания единой национальной организации по защите прав потребителей, но предполагают, допускают или даже поощряют создание на национальном и региональном уровнях единых организаций по защите прав потребителей, для их участия в разработке и реализации согласованной политики в сфере защиты прав потребителей посредством их взаимодействия с государственными и наднациональными органами регулирования, с одной стороны, и объединениями потребителей, с другой стороны.

Общемировая и региональная практика защиты прав потребителей, как и опыт зарубежных государств свидетельствуют о многообразии моделей правового регулирования вопросов, связанных с организациями по защите прав потребителей и их участием в разработке и реализации политики в сфере защиты прав потребителей. При этом любое регулирование статуса такой единой организации основано на понимании того, что защита прав потребителей является сферой влияния государства, в связи с чем финансирование таких организаций осуществляется (помимо иных источников финансирования) со стороны государственных институтов власти.

Не вызывает сомнений целесообразность, и даже необходимость (с учетом не только международной практики, но и обязательств Республики Казахстан по Договору о Евразийском Экономическом Союзе), законодательного обеспечения условий и оснований для учреждения и деятельности единой организации в Казахстане.

В этой связи, предлагается создать Единую организацию по защите прав потребителей в виде Ассоциации юридических лиц (объединений потребителей) в организационно-правовой форме некоммерческой организации, основанной на началах членства.

**Целями и задачами единой организации по защите прав потребителей**должны стать:

1) содействие продвижению и защите прав потребителей посредством взаимодействия с государством и объединениями потребителей при разработке, принятии и реализации государственной политики в сфере защиты прав потребителей;

2) пропаганда и разъяснение прав потребителей, а также участие в создании и функционировании систем обмена информацией в сфере защиты прав потребителей.

**Принципами деятельности единой организации** должны стать:

1)независимость от государства и бизнеса в осуществлении своей деятельности, даже с учетом обязательности государственного финансирования ее деятельности;

2) законность деятельности и компетентность в вопросах продвижения и защиты прав потребителей;

3) некоммерческий характер деятельности, в том числе отсутствие цели получения прибыли;

4) обязательность ее участия в разработке и реализации государственной политики в сфере защиты прав потребителей;

5) представительность во всех регионах страны, обеспечивающая членства в единой организации широкого круга объединений потребителей и выражение ею мнения максимально широкого круга групп потребителей;

6) прозрачность и публичность деятельности единой организации и использования ее финансов;

7) обязательное членство в единой организации всех зарегистрированных в государстве объединений потребителей.

**Основными функциями единой организации** будут являться:

1) предоставление независимой информации относительно продуктов и услуг, а также образовательной деятельности с тем, чтобы позволить потребителям принимать решения на основе надлежащей информированности и потреблять ответственно;

2) организация коллективных и иных публичных мероприятий по отдельным вопросам защиты прав потребителей, чтобы потребители могли коллективно выразить свои взгляды и продемонстрировать свою силу;

3) предоставление советов и действие по отдельным потребительским жалобам, консультирование и получение возмещения ущерба;

4) участие в диалоге с правительством и бизнесом с целью доведения до сведения, убеждения иди ведения переговоров от имени потребителей;

5) представление позиции потребителей в уполномоченных органах и официальных комиссиях;

6) осуществление обзоров и исследований проблем, с которыми сталкиваются потребители, включая влияние государственной политики на потребителей, и доведение их результатов до сведения потребителей, разработчиков государственной политики и средств массовой информации.

**Формами и условиями финансирование единой организации**могут быть:

1) государственное финансирование в форме целевых грантов и/или членских взносов;

2) благотворительные взносы на условиях и в размерах, предусмотренных законом в целях обеспечения независимости единой организации и недопущения ее вовлечения в неправомерную деятельность;

3) гранты для осуществления, например, представительства потребителей по групповым искам;

4) финансирование донорскими организациями проектов по вопросам защиты прав потребителей;

5) иные предусмотренные законом источники.

Также предлагается ввести возможность взыскания в пользу Единой организации дополнительных вознаграждений в размере 50% от суммы неустойки взысканной с продавца за несвоевременное выполнение требований потребителя.

**2. Введение института омбудсмена по защите прав потребителей.**

Институт омбудсмена уже стал неотъемлемой частью современной модели эффективного государственного управления, создание которого должно быть коллективным процессом, учитывающим интересы всех сторон.

В этом контексте, государство должно обеспечить прочную правовую основу для института омбудсмена, определив основные задачи, гарантируя его независимость для эффективного выполнения им своих функций, как на национальном, так и на международном уровнях, с учетом существующих международных стандартов и рекомендаций в отношении института омбудсмена.

Опыт зарубежных стран свидетельствует, что потребность в таком органе возникает прежде всего тогда, когда существующие институты не позволяют в полной мере осуществлять государственные функции в различных сферах и возникает необходимость дополнительной защиты прав граждан.

Этой тенденции способствует большое количество правовых норм и предписаний, перегруженность административных судов. В таких условиях гражданин ежедневно подвергается воздействию административных и других бюрократических органов, что очень часто приводит к недовольству граждан, вызывает недоверие к государству. Таким образом, распространение института омбудсмена и включение его в политическую систему ряда стран объясняется прежде всего постоянно растущим проникновением государства во все области жизни общества.

В целом, институты омбудсменов могут иметь узкую специализацию – от банков до прав человека или других вопросов. Если говорить о сфере защиты прав потребителей, то институты омбудсменов занимаются преимущественно вопросами, связанными с защитой прав и законных интересов потребителей.

На основании изложенного, предлагается создать институт омбудсмена по защите прав потребителей из числа общественных активистов.

**Задачой омбудсмена** будет являться защита потребителей от нарушения прав, злоупотреблений, системных ошибок, несправедливых решений. Данная деятельность Омбудсмена поможет улучшить государственное управление и сделает государственную власть более прозрачной и подотчетной.

**Основными функциями омбудсмена** будут являться:

1) прием и рассмотрение жалоб от отдельных граждан, юридических лиц и организаций;

2) мониторинг общей ситуации с правами потребителей в стране;

3) информирование общественности и населения о правах потребителей;

4) подготовка рекомендаций о совершенствовании законодательных актов, затрагивающих права потребителей;

5) предоставление соответствующих отчетов и рекомендаций;

6) сотрудничество в рамках своих полномочий с местными, региональными, национальными и международными заинтересованными сторонами.

7) выявление существующих системных проблем, которые нуждаются в принятии соответствующих решений для недопущения их повторения;

8) участие в урегулировании спорных (конфликтных) ситуаций между потребителями и бизнесом, предложение сторонам взаимно удовлетворяющих правовых способов разрешения проблем;

9) представление интересов от имени общественных объединений потребителей на всех площадках;

В связи с чем, предлагается внесение изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей».

**II. Актуализация законодательства в сфере защиты прав потребителей.**

**1. Пересмотреть механизм последовательности мероприятий в системе защиты прав потребителей**

Поправками в Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» *(далее - Закон)* от 25 июня 2020 года уполномоченным органом в сфере защиты прав потребителей внедрена трехступенчатая система рассмотрения и разрешения жалоб потребителей *(1 этап – продавец и субъекты досудебного урегулирования споров, 2 этап – государственные органы, 3 - суд).*

Однако, в настоящее время сложилась ситуация недостаточного понимания потребителями алгоритма защиты своих прав ввиду сложившейся практики возврата исков потребителей судами *(по позиции Верховного Суда, потребители обязаны пройти 2 этапа трехступенчатого механизма, при этом государственный орган должен вовлекаться исключительно исходя из желания потребителя наказать недобросовестного предпринимателя, поскольку зачастую потребитель хочет лишь восстановить свои права без карательных мер).*

Так, согласно пункту 1 статьи 42-5 Закона: «1. Потребители вправе обратиться с заявлением либо жалобой в государственные органы, осуществляющие функции в сфере защиты прав потребителей, путем подачи обращения в письменной форме либо посредством Единой информационной системы защиты прав потребителей.».

Данная норма предусматривает «право потребителей» обратиться в государственные органы, осуществляющие функции в сфере защиты прав потребителей.

В свою очередь, пункт 2 статьи 42-1 Закона определяет комплекс последовательных мероприятий, обеспечивающих эффективную защиту прав потребителей и включающих в себя поэтапное прохождение потребителей продавца, субъектов досудебного урегулирования споров, государственных органов, а также суда.

В этой связи, предлагается пересмотреть механизм по последовательности мероприятий, усовершенствовав действующий механизм с учетом соблюдения конституционных прав гражданина.

**2. Установить в Законе понятие «технически сложный товар».**

В Законе не предусмотрено **понятие «технически сложный товар»**, позволяющее классифицировать товары и определить условия их реализации, сроки обмена и возврата, учитывая их характеристики и сложности внутреннего устройства *(к примеру, автомобили).*

Действующим Законом установлены единые сроки при возврате и обмене товара. Однако, соблюдение этих сроков для определенных товаров является невозможным по объективным причинам.

Отсутствие данного понятия в Казахстане приводит к удорожанию технически сложной продукции для казахстанских потребителей, нарушению прав добросовестных *(официальных)* производителей и продавцов подобной продукции. Более того, указанная ситуация порождает манипуляцию пробелами в законодательстве со стороны недобросовестных потребителей так называемый «потребительский экстремизм». Классический случай, когда недобросовестные потребители, используя в течение года дорогостоящие модели сложной электронной техники на основании незначительных дефектов требуют замены их, на новые образцы, отказываясь от квалифицированного ремонта.

В связи с этим, для решения данной проблемы предлагается внести в законодательство термин «технически сложный товар», что позволит классифицировать товары и определить условия их реализации, сроки обмена и возврата, учитывая их характеристики и сложности внутреннего устройства, а также наличие сложной системы управления и повышенный риск получения травм потребителем.

Следует отметить, что данный термин определен в законодательствах всех стран-участников Евразийского экономического союза, следовательно, необходимо гармонизировать законодательство с законодательствами соседних стран в части классификации товаров.

Кроме этого, статьей 1 Закона Республики Казахстан «О техническом регулировании» от 30 декабря 2020 года закреплен термин «технически сложное изделие» и определен как «промышленное изделие с технически сложным внутренним устройством, которое включает в себя множество конструктивных либо разнородных элементов, образующее одно целое, позволяющее использовать его по назначению». Так как указанный законодательный акт тесно связан с Законом «О защите прав потребителей», предлагается на основании определения технически сложного изделия ввести определение технически сложного товара.

**3. Установить в Законе понятие «существенный недостаток товара (работы, услуги)».**

Существенный недостаток товара (работы, услуги) – неустранимый недостаток или недостаток, который не может быть устранен вследствие одной из следующих причин:

– несоразмерных стоимости товара (работы, услуги) расходам на устранение недостатка;

– устранение недостатка, включая время ожидания поставки запасной части, превышает установленный законом срок;

– однотипный недостаток выявляется неоднократно.

Уточнение понятия «существенный недостаток» позволит реализовать права потребителя потребовать возврата денег или замены товара в случае невозможности либо нецелесообразности устранения недостатков товара.

Законодательство стран-партнеров по ЕАЭС предусматривает, что в отношении технически сложного товара требования о замене товара, либо расторжении договора купли-продажи покупатель вправе заявлять только в случае обнаружения существенных нарушений к качеству товара (неустранимых недостатков или недостатков, которые не могут быть устранены без несоразмерных затрат времени, или выявляется неоднократно, или проявляется вновь после его устранения).

Таким образом если ремонт невозможен либо нецелесообразен за потребителем сохраняется право вернуть деньги или товар.

В контексте усиления ответственности бизнеса перед потребителями в рамках законопроекта введение данной нормы позволит сохранить баланс интересов потребителей и предпринимателей. Потребитель законодательно защищен, так как продавец обязан устранить неисправность в рамках своих гарантийных обязательств.

**4. Уточнение понятия «абонентское устройство сотовой связи».**

На сегодняшний день под понятие «абонентское устройство сотовой связи» подпадают не только мобильные телефоны, но и все устройства с опцией установления SIM-карты.

В этой связи, предлагается пересмотреть данное понятие и распространить его исключительно на мобильные телефоны.

**5. Отсутствие института по начислению общественным объединениям потребителей вознаграждений от суммы, возмещаемой потребителю.**

Предлагается возобновить норму, действовавшую до 2010 года в Законе по взысканию с ответчика штрафа с перечислением в размере 70 процентов в соответствующий бюджет и 30 процентов на расчетный счет общества потребителей в случае удовлетворения судом предъявленных требований.

**6. Распространить базовые принципы Закона на сферы финансовых, социальных, медицинских, туристских и иных услуг**

В соответствии с пунктом 2 статьи 2 Закона, права потребителей в сферах финансовых, социальных, медицинских, туристских и иных услуг, а также вопросы их защиты устанавливаются законами Республики Казахстан.

Согласно данной норме базовые принципы, заложенные в Законе не распространяются на вышеуказанные сферы деятельности.

В этой связи, по информации представителей гражданского общества, общественные объединения потребителей часто сталкиваются с проблемами защиты прав и законных интересов потребителей в судебном порядке в затрагиваемых сферах.

На основании изложенного, предлагается распространить базовые принципы Закона на сферы финансовых, социальных, медицинских, туристских и иных услуг.

**7. Отсутствие четкого правового регулирования продажи товара при дистанционном способе**

Мировая эпидемия коронавируса стала драйвером для развития сферы электронной торговли. Потребители, опасающиеся за свое здоровье и не желающие проводить много времени в общественных местах, активнее пользуются платформами электронной коммерции. Такой переход к онлайн торговле может стать долгосрочным трендом, основанным на добросовестности предпринимателя и доверии потребителя.

Однако, потребители все чаще сталкиваются с обманом и мошенничеством при оплате товаров через интернет.

Сегодня на рынке существуют интернет-магазины, не отличающиеся от реальных, добросовестно осуществляющих свою деятельность онлайн субъектов.

К примеру, злоумышленники создают сайт, заполняя его вымышленной продукцией с установлением цен ниже рыночных *(с предложением скидок и распродаж),* а также с опцией 100% предоплаты безналичным расчетом посредством банковской карты. При этом, после оплаты заказа, товар до покупателя не доходит, а сам интернет-магазин исчезает.

В целом, дистанционный способ продажи товаров состоит в заключении договора розничной купли-продажи на основании ознакомления покупателя с товарами в специальных каталогах, буклетах, в представленных продавцом на фото, видеоматериалах или с использованием почтовой связи, электросвязи, телевидения, сети Интернет и другими способами передачи информации. Другими словами, дистанционной торговлей признаётся любая торговля, осуществляемая вне стационарных мест торговли, когда покупатель не имеет возможности ознакомиться с товаром до его получения.

По информации общественных объединения потребителей,
в действующем законодательстве об обороте товаров в сети Интернет существуют ряд пробелов. В этой связи, для действенной защиты прав потребителей в электронной торговле, гражданским обществом предлагаются следующие меры:

1. Законодательное установление минимального перечня сведений при заключении электронного договора.

2. При создании сайта, обязательная регистрация и предоставление сведений об ответственном юридическом лице.

3. Подтверждение о том, что сайт действительно занимается электронной коммерцией.

**8. Ничтожность условий договора, ущемляющих права потребителей**

В соответствии с пунктом 1 статьи 8-1 Закона продавец (исполнитель, изготовитель) не должен включать в договор с потребителем условия, которые нарушают и (или) ущемляют права потребителя.

В пункте 2 статьи 8-1 Закона перечислены условия, нарушающие и (или) ущемляющие права потребителей при заключении договора.

Однако, законодатель, акцентируя внимание на условиях, нарушающих и (или) ущемляющих права потребителей при заключении договора, не предусмотрел основания недействительности, в случае их включения в договор с потребителем.

В соответствии с пунктом 1 статьи 157 ГК РК сделка недействительна по основаниям, установленным настоящим Кодексом или иными законодательными актами, в силу признания ее таковой судом (оспоримая сделка) либо по основаниям, прямо предусмотренным законодательными актами, независимо от такого признания (ничтожная сделка).

В связи с изложенным, для более эффективной защиты прав потребителей, предлагаем включить в статью 8-1 Закона, норму, прямо предусматривающую ничтожность условий договора, перечисленных в пункте 2 статьи 8-1 Закона.

 **3. Цели принятия проекта закона**

Целями принятия законопроекта являются:

- институциональное усиление системы защиты прав потребителей за счет деятельности Единой организации по защите прав потребителей и введения института омбудсмена по защите прав потребителей;

- усиление прав потребителей;

- сокращение жалоб, поступающих в судебные органы, за счет усиления механизмов досудебного урегулирования потребительских споров.

- установление базовых принципов, на которых будет строиться законодательное регулирование сферы защиты прав потребителей;

- формирование целостной, эффективной и понятной для населения системы защиты прав потребителей;

- четкая регламентация алгоритма подачи жалоб потребителей;

- рост доверия населения к институтам государственной власти;

- повсеместное повышение правовой грамотности населения;

- активное вовлечение гражданского общества, общественных объединений потребителей;

**4. Предмет регулирования проекта закона**

Проект Закона регулирует общественные отношения в сфере защиты прав потребителей и способствует выстраиванию эффективной защиты прав потребителей для справедливого, несопряженного со значительными расходами и безотлагательного урегулирования потребительских споров.

**5. Структура и содержание проекта закона**

Структура законопроекта включает две статьи:

Статьей 1 вносятся изменения и дополнения в Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года «О защите прав потребителей»;

Статьей 2 определяется введения в действие настоящего Закона.

**6. Результаты проведенного правового мониторинга законодательных актов в соответствующей сфере**

1. В соответствии с абзацами 2 и 3 пункта 2 статьи 10, пункта 2 статьи 35 Закона «О защите прав потребителей» (далее - Закон) потребитель вправе расторгнуть договор, согласно частей 1 и 2 пункта 4 статьи 34, части второй пункта 2 статьи 36 Закона вправе отказаться от договора, а в соответствии с пунктом 3 статьи 36, частью второй пункта 5 статьи 38 Закона исполнитель вправе расторгнуть договор.

Согласно пункта 1 статьи 404 ГК РК односторонний отказ от исполнения договора (отказ от договора) допускается в случаях, предусмотренных указанным кодексом, иными законодательными актами или соглашением сторон, а в соответствии с пунктом 3 статьи 401 ГК РК договор считается измененным или расторгнутым в случае одностороннего отказа от исполнения договора (отказа от договора соответственно частично или полностью (статья 404 ГК РК).

Норма части второй пункта 7 статьи 23 Закона РК «О правовых актах» предусматривает, что термины и определения, используемые в нормативном правовом акте, должны соответствовать терминам и определениям, применяемым в вышестоящем нормативном правовом акте, регулирующем однородные общественные отношения.

С учетом изложенного, для приведения в соответствие с пунктом 1 статьи 404 ГК РК терминов и определений, используемых в Законе, предлагаем заменить в абзаце 2 и 3 пункта 2 статьи 10, в пункте 2 статьи 35, в пункте 3 статьи 36, в части второй пункта 5 статьи 38 Закона словосочетание «расторгнуть договор» на «отказаться от договора».

2. Согласно преамбуле, Закон определяет правовые, экономические и социальные основы защиты прав потребителей, а также меры по обеспечению потребителей безопасными и качественными товарами (работами, услугами).

Между тем, в соответствии с подпунктом 4) статьи 1 Закона «О правовых актах», Закон — это нормативный правовой акт, который регулирует важнейшие общественные отношения, устанавливает основополагающие принципы и нормы, предусмотренные Конституцией Республики Казахстан.

Преамбула Закона не соответствует понятию «закон», определенному в подпункте 4) статьи 1 Закона «О правовых актах», а именно не указаны общественные отношения, которые он регулирует.

Согласно части первой пункта 3 статьи 24 Закона «О правовых актах», текст нормативного правового акта излагается с соблюдением норм литературного языка, юридической терминологии и юридической техники, его положения должны быть предельно краткими, содержать четкий и не подлежащий различному толкованию смысл. Текст нормативного правового акта не должен содержать положения декларативного характера, не несущие смысловой и правовой нагрузки.

С учетом изложенного, предлагаем устранить данное противоречие и включить в преамбулу Закона общественные отношения, которые он регулирует.

3. В соответствии с частью четвертой статьи 24 Закона изготовитель обязан устанавливать срок годности, срок хранения товара.

Однако согласно подпункту 11) статьи 1 Закона товар — это продукт (продукция) деятельности не только изготовителя, но и исполнителя.

Кроме этого, в соответствии с подпунктом 7) статьи 1 Закона срок службы это период времени, установленный в днях, месяцах, годах, или наработка, установленная в часах, циклах срабатываний, километрах пробега или иных аналогичных показателях, предусмотренных законодательством или договором, исходя из функционального назначения товара (результата работы), в течение которых товар (результат работы) возможно использовать по назначению. Следовательно, срок службы товара должен входить в круг обязанностей изготовителя и исполнителя.

Часть четвертая статьи 24 Закона не содержит обязанности изготовителя устанавливать срок службы товара, хотя в соответствии с пунктом 4 статьи 32 Закона, на товары, использование которых сверх определенного срока является опасным для жизни, здоровья и (или) имущества потребителя, окружающей среды, устанавливается срок службы, данная обязанность предусмотрена. Кроме этого, в соответствии с пунктом 5 статьи 32 Закона изготовитель (исполнитель) должен предупреждать потребителя об установленном сроке использования (сроке годности, службы) товара (результате работ, услуги) или его части, обязательных условиях его использования и возможных последствиях в случае их невыполнения, а также о необходимых действиях по окончании этого срока.

Таким образом, в части четвертой статьи 24 Закона имеется пробел, а именно не указан субъект правоотношений (исполнитель), а также обязанность устанавливать срок службы товара.

В целях восполнения данного пробела предлагаем часть четвертую статьи 24 Закона изложить в следующей редакции: «Изготовитель (исполнитель) обязан устанавливать срок годности, срок хранения, срок службы товара».

4. В соответствии с подпунктом 2) статьи 6 Закона государственные органы в пределах своей компетенции применяют меры ответственности к нарушителям законодательства Республики Казахстан о защите прав потребителей.

Заметим, что отсутствие в данной норме указания на вид ответственности, приводит к дискретности полномочий должностных лиц государственных органов и создает коррупционные риски, способствуя возникновения причин и условий, совершения коррупционных правонарушений.

Например, в подпункте 1) статьи 5 Закона конкретно определены полномочия уполномоченного органа по осуществлению государственного контроля за соблюдением законодательства Республики Казахстан о защите прав потребителей.

Следует отметить, в соответствии с пунктом 4 раздела 2 Методических рекомендаций по определению типовых функций государственных органов, утвержденных постановлением Правительства РК от 31 августа 2016 года №489: «В законах должны содержаться нормы, устанавливающие основные задачи, функции государственного органа, предоставленные ему в целях надлежащего выполнения им определенного круга задач и осуществления соответствующих функций, прежде всего касающихся взаимодействия государственных органов с физическими и юридическими лицами и организациями». Согласно пункта 25 раздела 2.1 указанных выше Методических рекомендаций, установлены типовые функции государственных органов на уровне закона: «Выявление, предупреждение, пресечение, расследование и рассмотрение преступлений и административных правонарушений в соответствии с законодательством Республики Казахстан».

В связи с чем, предлагаем изложить подпункт 2) статьи 6 Закона в следующей редакции: «применяют меры ответственности к нарушителям законодательства Республики Казахстан о защите прав потребителей в соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан».

**7. Предполагаемые правовые и социально-экономические последствия в случае принятия проекта закона**

 Ожидается, что реализация мер, предусмотренных законопроектом, будет способствовать повышению уровня защиты прав потребителей, усилению позиции неправительственных организаций в системе досудебного рассмотрения потребительских споров и оказанию профессиональных представительских услуг, а также путем проведения общественного контроля, расширения полномочий и закрепления функций в области защиты прав потребителей.

Таким образом, принятие данного законопроекта повлечет позитивные правовые и социально-экономические последствия в виде совершенствования законодательной базы в сфере защиты прав потребителей, эффективного взаимодействия и координации деятельности государственных органов, институтов досудебного регулирования потребительских споров, саморегулирования, общественных объединений потребителей, палат юридических консультантов и субъектов предпринимательства.

**8. Необходимость одновременного (последующего) приведения других законодательных актов в соответствие с разрабатываемым проектом закона**

Отсутствует.

**9. Урегулированность предмета проекта закона иными нормативными правовыми актами**

Вопросы защиты прав потребителей регламентированы в Гражданском кодексе Республики Казахстан, Гражданском процессуальном кодексе Республики Казахстан, Кодексе Республики Казахстан «Об административных правонарушениях», Предпринимательском кодексе Республики Казахстан, законах Республики Казахстан «О защите прав потребителей», «О регулировании торговой деятельности», «О саморегулировании», «О медиации» и иных законодательных актах.

**10. Наличие по рассматриваемому вопросу международного опыта**

Как указывается в UNCTAD Manual (Руководство по применению UNGCP), в UNGCP содержатся неоднократные ссылки на роль объединений потребителей, включая содействие их развитию со стороны правительств, которое может пониматься как предполагающее их финансовую поддержку.

В UNCTAD Manual подчеркивается, что вовлечение объединений потребителей в вопросы защиты прав потребителей в настоящее время широко признано. Такие объединения получили право представлять интересы при принятии национальных конституций и законов о защите прав потребителей, разработке государственной политики по защите прав потребителей, в процессе возмещения понесенного потребителями ущерба (в специализированных судах) и в альтернативном разрешении споров, в отраслевых организациях медиации, в процессах отраслевого регулирования и при спонсируемой правительством разработке кодексов поведения.

Такое признание государственными органами роли объединений потребителей не всегда может ожидаться, однако во многих случаях движение по защите прав потребителей инициируется и поддерживается государством, когда возникает потребность регулировать рационализацию потребления продуктов и иных ресурсов. В таких случаях процедуры такого участия объединений потребителей признаются на уровне закона, а самим таким объединениям предоставляется право быть представленными в процессе, когда принимаются важные регулирующие решения, и на государственные органы возлагается обязанность консультироваться с этими объединениями.

В то же время, в UNGCP не предусматривается создание именно единой организации, и не устанавливается каких-либо требований к ее статусу.

В рекомендациях ОЭСР также не обнаруживается специальных положений, относящихся к созданию на национальном уровне какой-либо единой организации по защите прав потребителей. В то же время многократно указывается на роль организаций потребителей, например, признавая их деятельность по защите коллективных интересов потребителей и предполагая регулирование исков, подаваемых потребительскими организациями в качестве представителей стороны потребителей, понесших экономический (имущественный) ущерб в результате подобной деятельности одного и того же лица или группы связанных лиц.

Существует другая форма организации интересов потребителей в странах ЕС, а именно не объединение физических лиц в ассоциацию, но объединение различных существующих потребительских организаций под своего рода зонтичной организацией *(umbrella organization)*». В качестве примера можно привести существование таких организаций в ФРГ, Нидерландах, Люксембурге, Дании.

Такие же зонтичные организации в настоящее время существует в Сербии и Македонии. В частности, Национальная организация потребителей Сербии (NOPS) является зонтичной потребительской организацией, в которую входят 14 членов, включая национальные и региональные потребительские организации со всей страны. NOPS основана в 2004 году как неправительственная, некоммерческая и не преследующая цели извлечения прибыли организация, главная цель которой состоит в том, чтобы сделать защиту прав потребителей эффективной в Сербии. NOPS продвигает правила, улучшающие защиту потребителей; вклад в разработку национального потребительская политика и обучает, информирует и консультирует потребителей, а также представляет их интересы. NOPS также имеет несколько важных подписанных меморандумов о сотрудничестве с государственными учреждениями с целью улучшения потребительской защиты на местном / региональном / национальном уровнях.

Другим примером служит опыт Македонии, где функционирует Consumers Organization of Macedonia (COM), которая была основана как общественная ассоциация в 1996 году (в форме гражданского объединения потребительских организаций). COM также является «зонтичной» организацией, существует для защиты прав потребителей, в том числе по вопросам возмещения ущерба в случае нарушения их прав, и исполняет функции консультирования, информирования и повышения образовательного уровня потребителей в отношении их индивидуальных и коллективных потребительских прав, представительства их интересов в политических и законотворческих процессах, участвует в государственных программах по защите прав потребителей.

Вместе с тем, ввиду слабости существующих потребительских организаций и трудности в организации интересов потребителей, правительства многих государств ЕС посчитали необходимым представлять интересы потребителей на полупубличной основе. правительство обычно использует организационно-правовые формы, доступные в сфере частного прав, и предполагает финансировать эти организации». В качестве примеров приводится опыт Великобритании, Германии, Франции, Бельгии, Нидерландов, Дании, Ирландии.

При этом отмечается, что организация таких образований в разных странах сильно отличается. В основном используются организационная форма объединения (ассоциации), но в Германии для этого также использовалась форма фонда частного права. Различается объем функций - от информационной и образовательной, консультационной и исследовательской до представительства в коллективных исках, однако адресатом услуг, в первую очередь, являются организации потребителей. Также и основы членства в таких организациях различаются: в Великобритании члены назначаются государственным органом из числа представителей потребителей, в Германии в соответствующем фонде членства нет вообще в силу особенностей организационной формы. Но практически везде эти организации учреждаются государством и финансируются (либо со-финансируются) государством в целях продвижения ими интересов потребителей.

Таким образом, законодательство Европейского Союза не содержит строгих предписаний и рекомендаций относительно создания на национальном уровне единой организации по защите прав потребителей. В то же время национальными законами может быть предусмотрено создание такой организации. Основным особенностями ее статуса является то, что (а) ее статус регулируется законодательством, и она создается на основании решения публичной власти, (б) учреждается в организационно-правовых формах некоммерческих организаций, преимущественно - в корпоративных формах, (в) если она основана на членстве, то ее членами являются объединения физических лиц по защите прав потребителей, (г) одним из существенных источников финансирования ее деятельности являются государственные средства, а (д) ее деятельность и ее соответствие установленным целям контролируется публичной властью на регулярной основе для целей ее признания надлежащим образом (компетентно, открыто, эффективно и наиболее полно в отношении максимально возможного круга потребителей, учитывая неоднородность их интересов) представляющей интересы потребителей.

Представленный опыт наднационального регулирования защиты прав потребителей на общеевропейском уровне в перспективе может быть полезен и применен в государствах-участниках Евразийского экономического союза.

В частности, принимая во внимание, что Казахстан также является активным участником региональной интеграции, то в ратифицированном Республикой Казахстане [Договоре](http://online.zakon.kz/Document/?link_id=1004044889) о Евразийском Экономическом Союзе в качестве одного из основных принципов осуществления внешнеторговой политики Союза выступает защита прав и законных интересов участников внешнеторговой деятельности государств-членов, а также прав и законных интересов производителей и потребителей товаров и услуг.

Вместе с тем, в указанном Договоре защите прав потребителей посвящено всего две [статьи 60 и 61](http://online.zakon.kz/Document/?link_id=1004054739), которые декларируют, что права потребителей и их защита гарантируются законодательством государств-членов о защите прав потребителей, а также Договором о Евразийском экономическом союзе.

Договором прямо не предусмотрено создание и деятельность на национальном или региональном уровне в пространстве Евразийского союза какой-либо единой организации. В то же время предусмотрено, что «*граждане государства-члена, а также иные лица, проживающие на его территории, … имеют право обращаться в государственные и общественные организации по защите прав потребителей, другие организации*…». При этом общественные объединения потребителей определены как «*зарегистрированные в соответствии с законодательством государств-членов некоммерческие объединения (организации) граждан и (или) юридических лиц, созданные в целях защиты законных прав и интересов потребителей, а также международные неправительственные организации, действующие на территориях всех или нескольких государств-членов*».

Такая дефиниция общественных объединений потребителей, очевидно, включает в себя обе категории организаций по защите прав потребителей - собственно объединения физических лиц, являющихся потребителями, преимущественно, в отдельных отраслях экономики, с одной стороны, и ассоциации таких объединений как союзы соответствующих юридических лиц для участия в продвижении и защите прав потребителей на политическом и трансграничном уровне, а также для обеспечения надлежащего информационного обмена, с другой стороны.

В любом случае, объединение усилий государств-членов для обеспечения деятельности организаций второго типа не вызывает сомнения, поскольку в Договоре прямо указывается, что «*государства-члены содействуют созданию условий для деятельности независимых общественных объединений потребителей, их участию в формировании и реализации согласованной политики в сфере защиты прав потребителей, пропаганде и разъяснению прав потребителей, а также в создании системы обмена информацией в сфере защиты прав потребителей между государствами-членами*» ([раздел III](http://online.zakon.kz/Document/?link_id=1007118211) Приложения №13 к Договору).

Таким образом, Договор, очевидно, предполагает существование в государства-членах таких организаций по защите прав потребителей, которые создаются на основе членства объединениями по защите прав потребителей для представительства согласованных интересов широкой основы потребителей в выработке и реализации государственной и межгосударственной политики в этой сфере. При этом такая организация должна быть некоммерческой и независимой организацией корпоративного типа, а к ее функциям должны относиться направления, перечисленные в процитированном выше разделе III Приложения №13 к Договору о Евразийском Экономическом Союзе.

Американская федерация потребителей (CFA) - это ассоциация некоммерческих организаций потребителей, созданная в 1968 году для продвижения интересов потребителей с помощью исследований, пропаганды и образования. В настоящее время около 300 из этих групп участвуют в федерации и управляют ею через своих представителей в совете директоров организации.

CFA была основана национальными, штатными и местными группами потребителей для защиты интересов потребителей перед Конгрессом США и федеральными уполномоченными органами. За последние несколько десятилетий она расширила свою миссию, включив в нее пропаганду по государственным вопросам, помощь другим группам потребителей и предоставление услуг непосредственно потребителям. Таким образом, объединение субъектов, защищающих права и законные интересы, в единую организацию в США стало инициативой самих субъектов.

CFA осуществляет 4 функции: исследовательскую, адвокатскую, образовательную и сервисную.

Большинство из 276 членских организаций являются национальными, штатными или местными группами (организациями) защиты прав потребителей. Интересным является тот факт, что в состав CFA входят также государственные и местные органы защиты, общественные группы власти, а также субъекты некоммерческого сектора (кредитные союзы, сельские электрические кооперативы, жилищные кооперативы, кооперативы, офисы по распространению знаний, агентства по кредитованию, группы социальной справедливости).

Государственные и местные органы защиты представлены уполномоченным государственными департаментами по делам потребителей, а также в ряде штатов - генеральной прокуратурой штата.

Членство в CFA открыто для некоммерческих организаций, которые стремятся продвигать интересы потребителей посредством представительства, исследований, образования или услуг.

Таким образом, опыт единой организации в США CFA уникален присутствием в качестве членов организации уполномоченных государственных органов, помимо участия потребительских групп некоммерческого сектора.

CFA - это добровольное объединение его членов как субъектов, осуществляющих защиту прав потребителей, по инициативе самих же субъектов.

Членство в CFA предполагает уплату членских взносов. Большая часть дохода CFA поступает от грантов национального фонда, членских взносов, конференций и форумов. Членство в CFA дает право этим организациям право избирать Совет директоров CFA и участвовать в определении потребительской политики организации посредством участия в ежегодных собраниях CFA.

В течение последних трех десятилетий защитники CFA уделяли еще больше внимания работе федеральных регулирующих органов, чем работе Конгресса, в частности, CPSC, FDA, USDA, Федеральной торговой комиссии, Национальной администрации безопасности дорожного движения, Агентству по охране окружающей среды, Федеральному Комиссия по связи, Федеральный резервный совет, Федеральная корпорация по страхованию вкладов, Управление контролера Комиссии по валютным операциям, ценным бумагам и биржам, Комиссия по торговле товарными фьючерсами и, недавно, Федеральная жилищная администрация. Благодаря петициям, комментариям, исследованиям, коалициям и индивидуальным связям с лидерами агентств CFA оказал влияние на десятки нормативных актов, затрагивающих потребителей. В течение того же периода CFA часто вмешивался на уровне штатов, особенно когда штаты, а не федеральное правительство, несут основную ответственность за надзор и регулирование потребительских товаров и услуг.

30 апреля 1953 года была основана Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher verbände - федерация ассоциаций потребителей («AgV») как зонтичная организация, которая взяла на себя центральную ответственность за политические вопросы, действуя от имени своих многочисленных организаций-членов. Одним из центральных понятий, лежащих в его основе, было убеждение, что потребители вряд ли станут активными членами организации потребителей, как, например, профсоюз. В конце 1950-х и начале 1960-х годов в каждом из федеральных земель Западной Германии были основаны региональные потребительские центры (Verbraucherzentralen). Все потребительские центры присоединились к AgV к началу 1970-х годов.

В течение 1990-х годов состоялись дебаты о возможной финансовой и структурной реформе организаций потребителей. Процесс реформ начался в 1992 году, когда центральное правительство передало ответственность за финансирование центров потребления федеральным штатам. Структурные дебаты также привели к переоценке роли различных организаций потребителей. Было решено объединить ресурсы и централизовать обязанности. В то же время была создана новая зонтичная организация для более эффективного лоббирования на национальной и международной арене.

В 1965 году реформа закона о недобросовестной торговле дала организациям потребителей право преследовать в судебном порядке недобросовестных торговцев. AgV передала эту задачу недавно созданной ею Verbraucherschutzverein - Ассоциации по защите прав потребителей - (VSV).

Результатом стало слияние в ноябре 2000 года трех крупнейших немецких потребительских организаций (AgV, Verbraucherschutzverein и Stiftung Verbraucherinstitut) в Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) (The Federation of German Consumer Organisations / Федерация организаций потребителей Германии) («Федерация»). Новая зонтичная организация взяла на себя роль политического лоббирования AgV и дополнительную ответственность за юридические вопросы и за обучение работников по делам потребителей.

Федерация является некоммерческой организацией, которая представляет интересы потребителей в публичных и законодательных органах, в частном секторе и гражданском обществе.

Ее цель - защитить и расширить возможности потребителей путем лоббирования и проведения кампаний на национальном и европейском уровнях, принятия коллективных правовых мер от имени потребителей и обеспечения широкого распространения нашего сообщения в СМИ. Федерация также предоставляет профессиональную подготовку для персонала организаций потребителей.

Членами Федерации являются 16 [потребительских центров](http://www.verbraucherzentrale.de/) немецких земель. Кроме того, Федерация представляет еще 25 социальных и потребительских организаций.

Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП) была основана в 1992 году. Основные направления деятельности КонфОП — продвижение законодательных инициатив, направленных защиту прав потребителей финансовых услуг, ограничение потребления табака и никотина, усовершенствование норм по раскрытию потребительской информации в области продуктов питания, а также профилактику йододефицита и потребительское образование. Международная конфедерация обществ потребителей - это союз общественных объединений потребителей, который вот уже более 25 лет защищает интересы граждан. Создан как международный союз общественных объединений путем инициативы общественных объединений.

Основными направлениями деятельности КонфОП редставительство и защита интересов потребителей во взаимоотношениях с бизнесом и государством, а также продвижение институтов по защите прав потребителей в странах СНГ.

КонфОП сегодня объединяет 36 ведущих общественных организаций потребителей из стран СНГ: России, Украины, Беларуси, Грузии, Казахстана и Таджикистана.

Источниками доходов КонфОП являются: членские взносы, добровольные пожертвования граждан, благотворительные взносы от некоммерческих организаций, в том числе зарубежных, доходы от внешнеэкономической деятельности, доходы от предпринимательской деятельности и иные не запрещенные источники.

Высшим руководящим органом КонфОП является Конгресс обществ потребителей, созываемый Высшим координационным советом КонфОП по мере необходимости, но не реже 3 раз в год.

Общемировая и региональная практика защиты прав потребителей, как и опыт зарубежных государств свидетельствуют о многообразии моделей правового регулирования вопросов, связанных с организациями по защите прав потребителей и их участием в разработке и реализации политики в сфере защиты прав потребителей. При этом любое регулирование статуса такой единой или зонтичной организации основано на понимании того, что защита прав потребителей является сферой влияния правительств стран, в связи с чем финансирование таких зонтичных организаций осуществляется (помимо иных источников финансирования) со стороны государственных институтов власти. В некоторых государствах допускается членство в уполномоченных государственных учреждений в вопросах защиты прав потребителей в таких организациях.

Концепция омбудсменов по делам потребителей или отраслевых омбудсменов зародилась в странах Северной Европы.

В 1970-х годах страны Северной Европы (Дания, Финляндия, Норвегия и Швеция) учредили институт омбудсмена по делам потребителей.

Появление должности омбудсмена по делам потребителей является результатом вывода существующей концепции за пределы государственного сектора. Омбудсмен — это надзорный орган, перед которым стоит задача проследить, чтобы методы, используемые коммерческими структурами при продаже товаров или предоставлении услуг, отвечали требованиям закона.

Отдельно следует отметить о существовании в ШвецииИнститута омбудсмена с 1971 года.

Он назначается на конкретный срок законодательной властью государства. Фактически эта служба позволяет разрешать конфликты и споры, затрагивающие интересы потребителя, путем переговоров, результаты которых удовлетворяют и потребителей, и производителей.

Согласно статистике, таким образом в Швеции урегулируются и решаются более 90% спроров. В течение многих десятилетий это было единичное явление в мире. Практически только после второй мировой войны многие государства признали институт омбудсмена.

Наряду с этим, в истории существовали аналогичные органы. Например, в Китае в период правления династии Цинь было государственное учреждение, куда люди могли обращаться с жалобами в отношении услуг, предоставленных правительством. Омбудсмен был посредником и представлял интересы граждан в правительстве.

В 1990-х годах эта концепция была перенесена в Латинскую Америку под названием El Defensordel Pueblo («Уполномоченный по защите прав человека»), который рассматривал жалобы потребителей на государственные службы, в частности в Аргентине и Перу.

В европейских странах все больше развивается система омбудсменов, в частности в связи с тем, что они могут выполнять функции консультирования потребителей и использовать механизм обратной связи для передачи совокупных данных по потребительским вопросам регуляторам и рынкам, а следовательно, оказывать содействие в качестве квазирегулирующего органа.

В качестве примеров можно привести Службу финансового омбудсмена и частную некоммерческую организацию «Службы омбудсмена» (которая занимается спорами в области энергетики, коммуникаций, недвижимости, а также общими потребительскими и другими спорами) в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии, службы страхового омбудсмена и транспортного омбудсмена в Германии.

В свете эволюции множества различных механизмов и обеспокоенности тем, что «фирменное наименование» омбудсмена находится под угрозой обесценивания, Европейский союз в 2015  году создал регулирующую систему для любого типа структуры альтернативных механизмов разрешения споров (АМРС) потребителей (или омбудсмена) и потребовал от каждого государства-члена внедрить систему для урегулирования любых споров между потребителем и торговцем.

В 2016 году был создан Интернет-портал для рассмотрения трансграничных споров, что, несомненно, является подходящей ролью для Европейского союза в контексте единого рынка. Торговцы обязаны предоставить информацию о том, к какой структуре АМРС они относятся, если таковая имеется, и можно ожидать, что в будущем в рамках этой системы торговцы будут обязаны участвовать в структурах АМРС или омбудсменов. В Европейском союзе АМРС потребителей должны быть бесплатными для потребителей (и многие структуры уже переведены на бесплатную основу) или предусматривать минимальную плату.

**11. Предполагаемые финансовые затраты, связанные с реализацией проекта закона**

Реализация данного законопроекта не повлечет финансовых затрат из государственного бюджета.