

Курзина Е. А.

**СООТНОШЕНИЕ ПРИНЦИПОВ СВОБОДЫ ДОГОВОРА И ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В
РОССИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И АНГЛО-АМЕРИКАНСКОМ ПРАВЕ**

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2008/6-2/33.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2008. № 6 (13): в 2-х ч. Ч. II. С. 108-110. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2008/6-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

СООТНОШЕНИЕ ПРИНЦИПОВ СВОБОДЫ ДОГОВОРА И ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РОССИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И АНГЛО-АМЕРИКАНСКОМ ПРАВЕ

Курзина Е. А.

Казанский государственный университет им. В. И. Ульянова-Ленина

Принцип свободы договора – это основа основ гражданского законодательства. В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации, граждане (физические лица) и юридические лица свободны в заключении договора, а также в установлении своих прав и обязанностей на основе договора и в определении любых не противоречащих законодательству условий договора.

Данный принцип предполагает, что участники гражданских правоотношений не только вправе свободно решать, заключать ли договор, с кем заключать договор, но и определять условия заключаемых договоров свободно, по своему усмотрению и в своих интересах.

Свобода договора – принцип, известный всем правовым системам. Наиболее полной и законченной является концепция свободы договора в Романо-германской и англо-саксонской правовых семьях.

Весь порядок немецкого частного права выстроен на почве частной автономии. Под частной автономией понимается принцип, направляющий и определяющий все частное право, согласно которому любое частное лицо свободно формирует свои правоотношения. Этот принцип является выражением общего принципа самоопределения человека в своих личных делах. Среди различных возможностей формирования своих правоотношений с позиций частной автономии чаще всего индивидуум пользуется возможностью договора. Эта сфера частной автономии обозначается как свобода договора. При этом очевидно различие между частной автономией и свободой договора: в то время как частная автономия охватывает свободу формирования множества правоотношений, в том числе и осуществление односторонних юридических сделок, свобода договора как часть частной автономии воплощает в себе правомочие заключить договор, т.е. осуществить правовые действия благодаря совпадающим волеизъявлениям.

Догматика немецкого гражданского права понимает под принципом свободы договора принципиальное правомочие, предоставленное правом порядком субъектам частного права, заключать свободно от вмешательства государства частные соглашения, имеющие обязательственную правовую силу. Обязательственное право подчиняет договор – как средство воплощения свободы договора – детальному регулированию, которое, однако, может оказаться бессмысленным при отсутствии свободного осуществления договора.

Свобода договора является одновременно ключевым принципом англо-американского договорного права (core principle of anglo-american contract law), основным началом рыночной экономики (cornerstone of a free-market economy) и краеугольным положением англо-американской политической философии (cornerstone of anglo-american political philosophy). Свобода договора позволяет контрагентам управлять своими делами без вмешательства извне, создавать "свое частное право" (create their own private law), которое наряду с судебным правом (case law) и законодательством (statutory law) является обязательным источником права.

Свобода договора – многогранное понятие. В англо-американском праве свобода договора проявляется в следующих формах: свобода заключения договора; свобода от договора (свобода от заключения договора на этапе преддоговорных переговоров); право свободного выбора контрагента; право свободного выбора объекта (предмета) и цели договора; право выбора формы договора и способа его заключения; право выбора способа обеспечения исполнения договора; право выбора условий договора и срока его действия; свобода придать заключенному договору обратную силу; право выбора вида договора и заключения смешанного договора; право свободно определить и указать (predetermine and stipulate) размер ожидаемых убытков за нарушение договора (неустойку); право ограничить предельный размер выплачиваемых убытков в случае нарушения договора (freedom to limit amount of recoverable damages); право заключать как указанные (предусмотренные в законе), так и не указанные в законе договоры; право выбора условий для изменения и/или прекращения договора и вытекающего из него обязательства (включая право отказаться полностью или частично от процессуальной дееспособности); право уступки прав и перевода долга по договору; право ставить оплату адвокатского гонорара под условием выигрыша дела; право ограничить размер гражданско-правовой ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение договора; свобода выбора права, применяемого при разрешении споров, возникших из договора, и право выбрать механизм для разрешения споров, возникших из договора.

Однако и в российском, и в зарубежном праве свобода договора не безгранична. Пределы этой свободы установлены законом, и одной из преград для реализации сторонами гражданских правоотношений права устанавливать любые договорные условия, является принцип защиты прав потребителей.

Проблема соотношения указанных правовых принципов также существует и в западных юрисдикциях.

Так, немецкими учеными активно дискутируется вопрос, как асимметрия потребительского договора соотносится с принципами ГГУ, которое изначально выстроено на принципе частной автономии, т.е. на принципе свободы воли, и на равенстве субъектов частного права.

Признаваемая в принципе свобода договора не может признаваться безгранично. Поддержание порядка договорного права выражается также в стремлении закона обеспечивать справедливость договора, которую немецкие ученые традиционно рассматривали в социальном контексте.

Параграф 13 ГГУ, описывая потребителя негативно, как "не предпринимателя", опирается не на определенные качества его личности, но на определенное поведение в рыночных отношениях. В немецкой литературе высказывается мнение, что "тем самым выражается социологическое понимание роли потребителя". Другими словами, защита потребителя связана непосредственно с его экономической ролью.

На предпринимателя в рамках потребительского договора возлагается ряд дополнительных договорных обязательств, связанных с тем, что он осуществляет определенный вид деятельности, т.е. тоже связанных с его экономической ролью. В частности, для него предусмотрены широкие обязанности информирования и комплексные требования к правильному разъяснению потребителю его права отказа от договора. С данной точки зрения, потребитель и предприниматель перестают быть полностью абстрактными субъектами договорного права, а потому законодатель отступает от принципа их абстрактного равенства. Фактическое неравенство следует, прежде всего, из структурного и масштабного различия в доступе к информации, имеющей значение для принятия решений при заключении договора, а также из наличия или отсутствия альтернатив принятия решений у сторон, ведущих переговоры.

Концепция ограничивающих свободу договора надзорных доктрин англо-американского права предполагает, что договор следует признать недобросовестным и, соответственно, недействительным на основании его процессуально-правовой обременительности для одной из сторон (например, из-за туманного, неясного и путаного изложения текста договора его содержание непонятно среднему здравомыслящему человеку; некоторые существенные условия договора "спрятаны" мелким шрифтом в сносках; договор напечатан таким мелким шрифтом, что человек с обычным зрением не может его прочитать без увеличительного стекла (*magnifying glass*); доктрина "*substantive unconscionability*", согласно которой (*substantive unconscionability* дословно означает "материально-правовая недобросовестность") договор следует признать недобросовестным и, следовательно, недействительным на основании его материально-правовой обременительности для одной из сторон); доктрина "*hybrid unconscionability*", согласно которой (*hybrid unconscionability* дословно означает "смешанная недобросовестность") договор следует признать недобросовестным и, следовательно, недействительным на основании его материально-правовой и процессуально-правовой обременительности для одной из сторон. Данная доктрина связана именно с защитой прав потребителя – стороны, не обладающей специальными познаниями, стремящейся удовлетворить собственные нужды, а не извлечь из сделки коммерческую выгоду.

Таким образом, мы видим, что потребитель защищен законом и в Германии, и в США, и в России. Российское право предусматривает, что Условия договора, ущемляющие права потребителя по сравнению с правилами, установленными законами или иными правовыми актами Российской Федерации в области защиты прав потребителей, признаются недействительными.

Примером того, как приведенная норма закона реализуется на практике, служит ситуация, сложившаяся в сфере потребительского кредитования. Обязательное условие выдачи кредита, выдвигаемым многими российскими банками, является обязательное страхование жизни и потери трудоспособности заемщика. Данное условие включается банками в типовые формы кредитных договоров, и у заемщика, фактически, отсутствует возможность настоять на исключении такой нормы из договора.

Административная и судебная практика встала на защиту прав потребителя банковских услуг.

Так, в частности, постановлением Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Амурской области от 19.04.2007 г. №318 к административной ответственности в соответствии с пунктом 2 статьи 14.8 КоАП РФ было привлечено ОАО «Амурское ипотечное агентство» за включение в договор займа обязанности заемщика страховать свою жизнь и потерю трудоспособности. Доводы указанного Управления были поддержаны арбитражными судами всех судебных инстанций, включая коллегию Высшего арбитражного суда РФ. Суды исходили из того, что спорные условия договора займа ущемляют права потребителей, так как:

- в силу части 2 статьи 935 Гражданского кодекса РФ обязанность страховать свою жизнь или здоровье не может быть возложена на гражданина по закону;

- исходя из условий спорного договора, заимодавец обуславливает заключение договора займа обязательным заключением договора страхования жизни и трудоспособности заемщика, в то время как обязанность заемщика при этом страховать свою жизнь и здоровье не предусмотрена законодательством;

- в силу статьи 16 Закона о защите прав потребителей запрещается обуславливать приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг).

В соответствии с пунктом 2 статьи 14.8 КоАП РФ включение в договор условий, ущемляющих установленные законом права потребителя, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на юридических лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей.

В другом случае, Московское управление Федеральной антимонопольной службы 13 февраля 2008 года признало Коммерческий акционерный банк (КАБ) «Банк Сосьете Женераль Восток» (ЗАО), ОАО «РОСНО», ООО «Группа Ренессанс Страхование» и СЗАО «Союзник» нарушившими п. 4, 5, 8 ч.1 ст.11 ФЗ «О защите конкуренции». УФАС установил, что включение в кредитный договор обязанности осуществления страхования жизни и здоровья как одного из обязательных условий привело (может привести) к навязыванию контрагенту условий договора, не относящихся к предмету договора.

Возможными последствиями может являться привлечение Банка к ответственности согласно статье 14.32 КоАП РФ, предусматривающей наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от семнадцати тысяч до двадцати тысяч рублей либо дисквалификацию на срок до трех лет; на юридических лиц - от одной сотой до пятнадцати сотых размера суммы выручки от реализации услуги, на рынке которой совершено правонарушение.

Таким образом, хотя с точки зрения принципа свободы договора стороны вправе установить для себя дополнительные права и обязанности, не предусмотренные законом, принцип защиты прав потребителей и в отечественной, и в зарубежной практике, не позволяет экономически более сильной стороне – предпринимателю, диктовать более слабому потребителю свои правила игры.

Список литературы

- Власов Ю. А.** Потребительский договор: новый институт немецкого договорного права // Правосудие и Поволжье. – 2004. - № 6 (сентябрь-октябрь). - С. 38.
- Комментарий к Гражданскому кодексу РФ:** В 3 т. / Под ред. Т. Е. Абовой, А. Ю. Кабалкина. – Москва: "Юрайт-Издат", 2006. - Т. 2. - 3-е изд., перераб. и доп. - С. 265.
- Осакве Кристофер.** Свобода договора в англо-американском праве: понятие, сущность и ограничения // Журнал российского права. – 2006. - № 7. - С. 22.
- Парций Я. Е.** Комментарий к Закону РФ "О защите прав потребителей" // Система ГАРАНТ. - 2006. - С. 64.
- Сбитнев В. Р.** Потребитель и банки // ЭЖ-ЮРИСТ. – 2008. - № 2 (январь). - С. 3.

ЭЛИТАРНО-ЛИДЕРСКИЙ ХАРАКТЕР РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ В РОССИИ

Кутернина Р. В.

ФГОУ ВПО «Сибирская академия государственной службы»

Региональное политическое лидерство в России - явление современного политического процесса, только недавно ставшее предметом политологических исследований. Изучение личности важно для политического анализа лидерства, так как является единственным средством принятия эффективных решений посредством личностного влияния на характер и направленность политического процесса. Региональная неравномерность протекания политических процессов в различных регионах современной России различна. Время разрушений в России прошло, наступило время созидательного строительства государственности. В связи с этим собирание регионов на основаниях новой государственности невозможно без прав па инициативу и самостоятельность, среди которых выступает соблюдение прав личности. Элитарно-лидерский характер региональной политики в России продемонстрирован реальным социальным слоем - региональной политической элитой и региональными политическими лидерами. Процесс регионализации в России - это неизбежный этап постсоветской истории. Разрушая старую систему административно-государственного устройства неизбежно создавать новый тип государственного устройства, для этого необходимо последовательная региональная политика, которая в последнее время складывается концептуально и практически. Президент России и Государственная Дума пытается влиять на отдельные регионы, наделяя их определёнными полномочиями и привилегиями, пытаясь тем самым укрепить государственную вертикаль власти. Президент России и его команда поняли, что без укрепления государственной вертикали развитие государства обречено на стагнацию. Поэтому успешная деятельность политического лидера не может состояться без положительного отношения общественности к его личности и к его работе. Большое значение во всём мире уделяется организации,

достижению и поддержанию положительного эффекта от своей работы в глазах общественности. Таким образом, чтобы прийти к власти, политической или финансовой, и удержать её, необходимо заставить общество узнать о тебе и поверить в твою незаменимость и исключительность на данном месте. Поэтому любой политический лидер должен трепетно относиться к своему имиджу.

Имидж - это один из способов, с помощью которого политические деятели при активном содействии политической рекламы воздействуют на общественное мнение. Посредством хорошо сконструированного имиджа политики пытаются завоевать симпатии избирателей и лишить поддержки конкурентов. Как показывают социологические исследования, средний избиратель ориентируется не столько на политические партии или блоки, сколько на политические персоналии - на имя и личность. Свою оценку избиратель даёт не столько представителю определённого блока, сколько человеку. Имидж конструируется в соответствии с выбранной стратегией. При создании имиджа используют определённые компоненты такие как:

- > Политический потенциал.
- > Лидерские качества кандидата.
- > Социальный и социально-психологический потенциал.
- > Внешние данные кандидата.
- > Ценностно-нравственный ореол.
- > Вербальная деятельность кандидата.