

УДК 061.232:658.8.036.5

Е.В. Зверева,
канд. юрид. наук,
заведующая кафедрой
Донецкого университета
экономики и права

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

В экономической литературе зачастую высказывается мнение, что главным регулятором отношений потребитель-продавец в современном мире является рынок. Однако рынок сам по себе не обеспечивает равенства позиций потребителя и продавца даже при количественном равновесии спроса и предложения. Причем в большинстве случаев преимущество находится на стороне продавца, который, по сравнению с конечным потребителем-индивидом, обладает большей информацией и профессионализмом. Для выравнивания рыночной позиции потребителя возникают дополнительные институты в виде регулирующих актов, различного рода организаций, государственных органов, бизнес-ассоциаций и т. п., которые так или иначе вмешиваются в рыночное взаимодействие потребителя и продавца [1, с. 27].

В советский период вопросы защиты прав потребителей рассматривались в отдельных работах Л. Б. Гальперина, Г. Ф. Деревянко, Е. В. Кулагина, К. Б. Ярошенко, Е. С. Суханова. В настоящее время исследуются отдельные права потребителей в рамках гражданского права в работах В. С. Белых, Л. Иваненко, Л. Николаева, И. Боровской, А. А. Осетинской и др. В зарубежных странах общественности предоставлены широкие права относительно контроля за обеспечением прав потребителей. Накоплен значительный опыт защиты прав потребителей который нельзя игнорировать при создании в Украине правового государства, главная обязанность которого состоит в обеспечении прав и свобод человека (ст. 3 Конституции Украины), что свидетельствует об актуальности избранной темы исследования.

Цель данной статьи состоит в рассмотрении системы защиты прав потребителей на негосударственном уровне в различных зарубежных странах и сравнении с защитой прав потребителей общественными организациями в нашей стране.

В зарубежной литературе имеется значительное количество статей и книг, посвященных проблемам взаимодействия потребителя, государства

и бизнеса, а также развитию и функционированию государственной и общественной систем защиты прав потребителей. Эти исследования можно разделить на несколько групп:

1) исследования, описывающие различные аспекты деятельности общественных организаций потребителей и государственных органов по защите потребителей [2], в том числе сравнительно анализирующие системы по защите прав потребителей различных стран и на международном уровне [3];

2) исследования, отраженные в публицистической литературе, имеющие цель привлечь внимание общественности к потребительским проблемам [4];

3) исследования саморегулирования бизнеса в различных сферах как альтернативы государственному регулированию [5].

Помимо многочисленных книг существует три научных журнала, специально посвященных проблемам потребительского поведения, потребительской политики и потребительского движения: *Journal of Consumer Policy*, *Journal of Consumer Affairs*, *Journal of Consumer Research*, в которых встречаются материалы экономического, социологического, политологического и правового содержания [6, с. 3].

В литературе часто употребляется термин «консьюмеризм», под которым разные авторы понимают различный набор институтов. Одни, говоря о консьюмеризме, описывают деятельность независимых потребительских организаций и государственных органов по защите прав потребителей [7]. Другие говорят о консьюмеризме как об определенной философии, специфическом взгляде на взаимоотношения потребитель-продавец, интересы потребителей и их роль в жизни общества [8]. В Украине термин «консьюмеризм» применяется в случаях, когда речь идет об общественном движении в защиту прав потребителей, в таком понимании мы и будем употреблять его в данной статье.

Если затронуть историю исследуемого вопроса, следует отметить, что движение потребителей в за-

© Е.В. Зверева, 2007

щиту своих прав и законных интересов возникло довольно давно, однако современные черты приобрело более ста лет назад. Его началом считают компанию защиты продавцов от чрезмерной эксплуатации их хозяевами. В 1936 г. появилась национальная ассоциация потребителей в США, в 1951 — во Франции и ФРГ, в 1957 — в Великобритании, в 1960 г. — в Канаде. Это были уже серьезные общественные организации [9, с. 5].

В Голландии основной потребительской организацией является Consumentenbond, созданный в 1953 г. Это независимая организация с прямым членством примерно 670,000 человек (подписчики журнала Consumentengid) — крупнейшая организация в мире по числу членов на тысячу населения страны. В 70—80 годы активно действовала еще одна организация — Kortsumentn Kontakt, созданная совместно Consumentenbond и рядом других общественных организаций, прежде всего профсоюзов. Это была эффективно действующая организация с небольшим персоналом, исследующая проблемы голландских потребителей и активно лоббирующая потребительские проблемы в различных правительственных учреждениях. Однако в 1994 г. Konsumenten Kontakt распался, в основном потому, что профсоюзы остановили финансирование этой организации. На сегодняшний день Consumentenbond фактически осуществляет и разрабатывает потребительскую политику в Нидерландах [10].

В Германии основную работу ведут две крупные потребительские организации: Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (AgV) и Stiftung Warentest. AgV была создана в 1953 г. Это организация, объединяющая на сегодняшний день 37 различных общественных организаций: 16 локальных потребительских организаций, женские организации, профсоюзы и т. п. Она занимается, в основном, юридической защитой потребителей (включая законодательскую деятельность) и распространением потребительской информации. Организация формально независима от государства, но практически полностью им финансируется. Причем если до начала 80-х годов финансировались конкретные программы, то сейчас значительная часть финансирования идет просто на организацию, а AgV самостоятельно решает, на какие программы это финансирование направлять [10]. Stiftung Warentest была создана специально для проведения сравнительных потребительских испытаний. Это государственное агентство, действующее как частная компания (public agency under private law). При создании Stiftung Warentest предполагалось, что это будет полностью самоокупаемая организация, живущая за счет продажи журнала. На сегодняшний день государством финансируется около 14 % бюджета организации [10].

Таким образом, в Германии и Голландии отказались от создания государственных структур, которые разрабатывали и проводили бы потребительскую политику в стране. Эти функции были возложены на негосударственные организации, которым, однако, оказывается финансовая поддержка со стороны государства. Такая схема гарантирует независимость потребительских организаций от бизнеса, однако делает их зависимыми от правительства.

Следующая возможная схема защиты интересов потребителей — англо-американская. В этой системе существуют три элемента, каждый из которых играет немаловажную роль: государственные органы, организации саморегулирования бизнеса и независимые потребительские организации. И в Англии, и в США существуют как структуры в правительстве, так и независимые правительственные агентства, которые отвечают за защиту интересов потребителей в той или иной сфере. Помимо этого существует ряд организаций бизнеса, созданных в Англии под определенным давлением государства, а в США в качестве альтернативы государственному регулированию, которые сами вырабатывают регулирующие нормы для отдельных отраслей бизнеса, в том числе принципы взаимоотношений с потребителями, и следят за выполнением этих норм с использованием внесудебных процедур.

В Великобритании две крупные и влиятельные организации: Consumer Association, проводящая сравнительные испытания и издающая журнал Which?, подписчики которого являются ее членами, имеющая сильный юридический отдел, а также ведущая исследования по широкому кругу потребительских проблем, и National Consumer Council, по структуре и функциям близкий к нидерландскому Konsumenten Kontakt [11].

В США несколько потребительских организаций. Крупнейшая из них Consumer Union, издатель журнала Consumer Report. Ее члены — подписчики журнала, тираж которого достигает 6 млн экземпляров. Consumer Union наиболее мощная организация в мире, занимающаяся потребительским тестированием. Кроме того, на национальном уровне действуют еще Consumer Federation of America — организация, занимающаяся, в основном, массовыми компаниями, лоббированием, консультированием потребителей и т. п. и Consumer League — старейшая потребительская организация в мире, скорее исторический памятник, чем реально работающая организация. Кроме того, независимое потребительское движение в США тесно связано с именем Ральфа Нейдера, который создал целую систему организаций с небольшим персоналом, но поднимающих большой шум. Эти организации проводят массовые кампании по защите потребителей в различных

сферах, работают с законодательными органами США, ведут большую издательскую деятельность, осуществляют юридическую защиту неограниченного круга потребителей [12]. Англо-американская система представительства и защиты интересов потребителей представляется наиболее сбалансированной, так как она зависит в том числе от структуры регулирования экономики и правовой системы в целом, а также от национальных традиций государственного регулирования и социальных движений. При этом она в наибольшей степени соответствует системе органов, действующих в Украине.

Как известно, в Украине помимо государственных органов, осуществляющих защиту прав потребителей, существуют общественные органы (в виде организаций, объединений потребителей), которые образовались в силу так называемого консьюмеристского движения. В конце 1970 г. на Украине возникло общественное движение потребителей. Первые потребительские центры появились в Одессе, Киеве, Донецке, Днепропетровске, Харькове. Кроме того, в 1989 г. была основана как общественная неправительственная и неполитическая организация «Украинская ассоциация потребителей», которая действует и сегодня, решая следующие задачи: создание в Украине консультационно-экспертной базы, лабораторий и центров качества в регионах; независимое изучение качества потребительских товаров; информационное обслуживание потребителей; предоставление профессиональной юридической помощи гражданам; развитие движения потребителей за свои права на всей территории Украины.

Таким образом, в Украине была создана система негосударственных органов, призванных осуществлять защиту прав и законных интересов потребителей, которая базируется на тех же принципах, что и подобные системы в иных странах, а также учитывает и использует их опыт.

Следует отметить, что право граждан на свободу объединений по интересам является неотъемлемым правом человека, закрепленным Общей декларацией прав человека, и гарантирующимся Конституцией и действующим законодательством Украины. Так, согласно ст. 36 Конституции Украины, граждане Украины имеют право на свободу объединения в политические партии и общественные организации для осуществления и защиты своих прав и свобод и удовлетворения политических, экономических, социальных, культурных и иных интересов, за исключением ограничений, установленных законом в интересах национальной безопасности и общественного порядка, здравоохранения населения или защиты прав и свобод других людей. При этом никто не может быть принужден к вступлению в любое объединение граждан или ограничен в правах за принадлеж-

ность или непринадлежность к политическим партиям или общественным организациям.

Так, Закон Украины «Об объединениях граждан» от 16.07.92 г. [13] указывает, что государство оказывает содействие развитию политической и общественной активности, творческой инициативы граждан и создает равные условия для деятельности их объединений. Реализуя свои конституционные права, граждане имеют право объединяться в объединения граждан по интересам (движение, конгресс, фонд, союз, ассоциация и т. п.), которые представляет собой добровольные общественные формирования, признаваемые законодательством Украины как политические партии или общественные организации.

В Украине правовое положение объединений потребителей регулируется как Законом Украины «О защите прав потребителей» (далее — ЗУоЗПП) (ст. 24, 25) [14], так и специальным законодательством об объединениях граждан. При этом ЗУоЗПП лишь содержит определенные дополнения к общим правилам об общественных организациях и предоставляет некоторые исключительные права, которые другим общественным объединением принадлежать не могут (например, право на предъявление иска в интересах неограниченного круга потребителей). Общественные организации действуют стихийно, но при этом обеспечиваются всесторонней поддержкой со стороны государства [15, с. 36]. Из числа таких общественных организаций можно выделить следующие: Consumers International (CI) — Международная организация союзов потребителей при ООН (Лондон); «Конфоп» — Международная конференция обществ потребителей (Москва); Украинская ассоциация потребителей (Киев); областные ассоциации потребителей; городские общества по защите прав потребителей; общества независимых потребителей.

Государство оказывает поддержку деятельности объединений потребителей с целью помощи в реализации потребителями их законных прав и интересов. Обобщение и анализ прав, которые предоставляются общественным организациям потребителей (объединениям потребителей), дает возможность выделить четыре группы прав: первая объединяет права потребителей на информацию; вторая — на участие в осуществлении контрольно-надзорных функций в сфере защиты прав потребителей; третья — на осуществление мероприятий в связи с нарушением законодательства в этой сфере; четвертая — на участие в создании необходимой правовой базы для регулирования отношений в исследуемой сфере [16, с. 9].

Остановимся на третьей группе. Представляется, что в данном случае следует говорить о возможности использования потребителем его права на самозащиту гражданских прав. Под самозащитой гражданских прав В. П. Грибанов понимает совер-

шение управомоченным лицом дозволенных законом действий фактического порядка, направленных на охрану его личных или имущественных прав и интересов [17, с. 25]. По мнению А. Е. Шерстобитова, самозащита гражданских прав применительно к защите прав потребителей имеет специфические особенности, вытекающие в основном из существующего экономического неравенства потребителей и противостоящих им производителей товаров и услуг, а также продавцов, зачастую выступающих на потребительском рынке монополистами [18, с. 108]. Исходя из такого понимания самозащиты гражданских прав, а также положения потребителей на рынке товаров и услуг, можно прийти к выводу о том, что она не может эффективно осуществляться вне общественных форм, что в свою очередь говорит об исключительной роли общественных организаций в обеспечении защиты прав потребителей.

Спецификой деятельности обществ потребителей является то, что они осуществляют представительство и защиту интересов не только своих членов, но и граждан, не являющихся членами этих обществ. В разделе III ЗУоЗПП основной упор делается на участии обществ потребителей совместно с соответствующими государственными органами в работе по оценке качества товаров и услуг, информировании потребителей, оказании им консультационной помощи а также на обращение в юрисдикционные органы за защитой нарушенных прав потребителей. Однако представляется, что законодатель не в полной мере использует потенциал общественных организаций в обеспечении защиты прав потребителей.

Как было сказано выше, общества потребителей могут обращаться в суд как в защиту конкретного потребителя, так и в защиту неограниченного круга потребителей. Примеров, когда в защите нуждается неограниченный круг потребителей достаточно. Так, А. Святогор описывает посещение всем известных ресторанов быстрого питания «Макдональдс». В меню «Макдональдса» имеется широко разрекламированное блюдо ЧикенМакНагетс, которое состоит якобы из обжаренных кусочков куриного филе. При приобретении указанного блюда выяснилось: согласно меню (в частности указанному в публичной рекламе, расположенной в помещении ресторана над кассой) к порции в 6 кусков подается 1 порция соуса, к порции в 9 кусков подается 2 порции соуса. При этом потребитель не имеет права отказаться от соуса — без покупки соусов основное блюдо не продают — все идет в комплекте и оценивается отдельно [19]. То есть в том случае, когда потребитель не хочет приобретать соус, его принуждают к приобретению товара ненужного ассортимента. В данном случае наблюдается нарушение прав потребителя — принуждение потребителя

к приобретению товара ненужного ассортимента — которое имеет место по всей Украине. В качестве средства защиты в такой ситуации следует использовать право общественной организации на обращение в суд с иском в защиту интересов неограниченного круга потребителей.

На защиту интересов потребителей направлена вся деятельность общественных организаций потребителей. Например, Донецкое областное общество потребителей (ДООП) было основано в 1989 г. как неправительственная неприбыльная общественная организация с целью объединения и защиты граждан как потребителей. Основными задачами ДООП являются: помощь потребителям в оформлении исков в суд; помощь в отстаивании интересов потребителей в суде; внесудебное разрешение потребительских конфликтов (медиация); разработка методических материалов по защите прав граждан как потребителей; выступления в средствах массовой информации; сбор информации о недоброкачественной продукции и ее антиреклама в СМИ; на выставках. ДООП активно сотрудничает с такими газетами, как «Панорама», «Вечерний Донецк», «Донецкие новости» и др. [20].

Однако следует отметить, что указанных полномочий недостаточно для эффективной защиты прав потребителей. Представляется, что общества потребителей в большей степени могут защищать права неограниченного круга потребителей, если закон предоставит им соответствующие полномочия. Примером может послужить опыт Российской Федерации. Так, гражданка В. приобрела в магазине отбеливатель «Белизна» производства местного предприятия ОАО «Азот» и по приходу домой обнаружила на новом сарафане буро-желтые пятна. Оказалось, что флаконы с отбеливателем были закрыты не герметично, но поскольку В. об этом не знала, то и не предприняла своевременных мер предосторожности. В. обратилась в Бюро товарных экспертиз, работники которого оценили причиненный ущерб, а затем — в Союз потребителей. Там провели самостоятельную проверку и выдали предписание изготовителю «Белизны»: устранить недостатки, обнаруженные в упаковке отбеливателя [21].

В данном случае, выдав предписание изготовителю «Белизны» об устранении недостатков в упаковке продукции, Союз потребителей тем самым принял меры к защите интересов неограниченного круга потребителей от возможного причинения имущественного вреда. Однако возможность вынесения такого предписания является следствием наличия у Союза потребителей права, предусмотренного абз. 4 п. 2 ст. 45 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей»: «проверять соблюдение прав потребителей и правил торгового, быто-

вого и иных видов обслуживания потребителей, составлять акты о выявленных нарушениях прав потребителей и направлять указанные акты для рассмотрения в уполномоченные органы государственной власти, а также информировать органы местного самоуправления о выявленных нарушениях» [22, с. 39]. Представляется, что подобная мера защиты интересов потребителей является достаточно эффективной и украинским обществам потребителей также следует предоставить право проверять соблюдение прав потребителей и правил торгового, бытового и иных видов обслуживания потребителей, составлять акты о выявленных нарушениях прав потребителей и право на выдачу предписаний, направленных на защиту прав потребителей.

Вместе с тем общества потребителей вправе в пределах, установленных законодательством, а также их уставами предпринимать действия фактического характера, направленные на самозащиту прав потребителей. Например, согласно Уставу Московского союза потребителей союз вправе проводить акции бойкота некачественных товаров и услуг, организовывать их антирекламу, в том числе через средства массовой информации. Не исключена возможность с соблюдением требований соответствующего законодательства проведения также акций пикетирования тех торговых предприятий и организаций обслуживания, на которых грубо нарушаются права и законные интересы потребителей [23, с. 108–109].

Изложенное показывает, что на сегодняшний день повышенную актуальность приобретают вопросы информирования потребителей. Так, на втором форуме правительственных учреждений защиты прав потребителей стран Латинской Америки (Панама), где рассматривались вопросы биотехнологии, генно-модифицированной продовольственной продукции и ее обязательной маркировки, прозвучало, что применение биотехнологии и особенно использование генно-модифицированных компонентов в производстве продовольственной продукции стало глобальной проблемой номер один для мирового потребительского сообщества, которая требует эффективного и строго анализа воздействия такой продукции на здоровье человека и обязательной ее специальной маркировки до ввода на потребительский рынок. Африканское отделение Международной ассоциации потребителей заблокировало отправку генно-модифицированных продовольственных продуктов в Южную Африку. Аналогичный запрет на отправку генно-модифицированной продовольственной продукции в рамках продовольственной помощи ввела также Замбия. На конференции по аграрной науке и технологии, состоявшейся в США, представители африканских стран прямо заявили, что генно-модифицирован-

ное продовольствие не решит проблемы голода, но усугубит проблему здоровья людей [24].

Представляется, что Украина не в меньшей степени чем страны Африки или Латинской Америки обеспокоена состоянием здоровья своих граждан, поэтому защита прав потребителей безусловно должна осуществляться на государственном уровне. При этом одним из направлений деятельности должно быть взаимодействие государственных органов и общественных организаций в обеспечении прав потребителей.

Представляется, что оказать помощь в решении проблемы информированности потребителя может также проведение потребительской экспертизы. Потребительская экспертиза — это нечто принципиально иное, нежели обычные технические испытания или сертификация в разнообразных государственных лабораториях или институтах. Она включает в себя проверку не только технических параметров, механических, физических, химических, микробиологических характеристик товаров и услуг, но и их потребительских качеств. Поэтому в роли «измерительных приборов» выступают, помимо различных технических устройств, также и пробанты — люди, которые соглашаются провести на себе эксперимент по употреблению тестируемых товаров и услуг. Конечно, то, что понравилось одному, может не понравиться другому, но когда пробантов около десятка, всегда можно вывести среднюю оценку, к которой склоняется большинство. При конечном подсчете оценки, в значительной степени отличающиеся от общей, проводится повторное тестирование с большим числом пробантов. Такие действия общественных организаций потребителей направлены, прежде всего, на информирование потребителей о качестве и потребительских свойствах рекламируемых товаров.

Анализ системы негосударственных организаций, обеспечивающих защиту прав потребителей, позволяет сделать вывод, что такая система действительно функционирует. Ее становление практически совпадает со становлением Украины как независимого государства. Безусловно законодательной и исполнительной властью Украины должна быть проведена большая работа по созданию целостной концепции относительно защиты прав потребителей. Как свидетельствует мировой опыт, приоритет в данной области сохраняется за государством, которое может и должно быть действительным гарантом защиты прав потребителей. Конечно, это несколько не умаляет важности и значимости роли общественных организаций, призванных защищать их законные права и интересы.

При этом с целью увеличения эффективности деятельности общественных организаций потребителей следует дополнить полномочия обществен-

ных организаций по защите прав потребителей правом проверять соблюдение прав потребителей и правил торгового, бытового и иных видов обслуживания потребителей, составлять акты о выявленных нарушениях прав потребителей; а также правом выдавать обязательные для исполнения предписания, направленные на защиту прав потребителей.

Литература

1. Крючкова П., Янин Д. Задача защиты отечественных производителей и реальное содержание политики протекционизма в России // Законодательство и экономика. — 1997. — № 1–2. — С. 25–36.
2. Aaker, E. G. and Day, G. (eds.). Consumerism: Search for the Consumer Interest. — New York: Free Press, 1978; Feldman, L. Consumer Protection: Problems and Prospects. St. Paul [etc.]: West Publishing Company, 1980; Forbes, J. // Institutions Representing the Consumer Interest in OECD Countries. — 1986. Vancouver, BC: Faculty of Commerce and Business Administration, University of British Columbia, 1986, Working Paper no. 1046; Roberts, E. Consumers. — London: C. A. Watt & Co Ltd, 1966.
3. Consumers' International // Balancing the Scale: Consumer Protection in Sweden and the United Kingdom. London: CI., 1995a; Consumers' International // Balancing the Scale: Consumer Protection in the Netherlands and Germany. — London: CI., 1995b.
4. Smith, C. Morality and the Market: Consumer Pressure for Corporate Accountability // London & New York: Routledge, 1990.; Green, M. The Consumer Bible. N. Y. // Workman Publishing., 1995.
5. Boddewyn, J. The Case for Advertising Self-Regulation. New York: // International Advertising Association, 1991.; Circus, Ph. Industry Self-Regulation: // Reflection on Its Growth and Present Role, International Journal of Advertising, 1988. — vol. 7 pp. 307–327.; Darvall, L. Self-Regulation of Advertising and the Consumer Interest. // Australian Business Law Review, 1980. — vol. 8, no. 5, pp. 309–320.
6. Крючкова П. В. Экономические функции институтов по защите прав потребителей в рыночной системе: Автореф дис. ... канд. экон. наук. — Москва, 1998. — 18 с.
7. См. например: Aaker, D. and Day, G. A Guide to Consumerism. // Journal of Marketing, 1980. — vol. 34, p. 13.; Aaker, E. G. and Day, G. (eds.). Consumerism: Search for the Consumer Interest. // New York: Free Press, 1978.; Bloom, P. and Greyser, S. The Maturing of Consumerism, // Harvard Business Review, 1981. — vol. 59, pp. 130–139.
8. Gaedeke, R. and Etcheson, W. Consumerism: Viewpoints from Business, Government and the Public Interest. San Francisco: // Canfield Press, 1972.;

Holsworth, R. Public Interest Liberalism and the Crisis of Affluence — Reflections on Nader, Environmentalism, and the Politics of Sustainable Society. // Cambridge, Mass.: Schenkman Publishing Company, 1980.

9. Хоменко Г. З історії руху потребителів // Захист. — 1997. — № 2. — С. 4–9.
10. Consumers' International. Balancing the Scale: Consumer Protection in the Netherlands and Germany // London: CI., 1995b.
11. Consumers' International Balancing the Scale: Consumer Protection in Sweden and the United Kingdom: // London: CI., 1995a.
12. Rose, L. The Role of Interest Groups in Collective Interest Policy-Making: Consumer Protection in Norway and the United States, // European Journal of Political Research, 1981. — vol. 9, pp. 17–45.
13. Про об'єднання громадян: Закон України від 16 липня 1992 р. // Відомості Верховної Ради України. — 1992. — № 34. — Ст. 504. (зі змінами).
14. О защите прав потребителей: Закон Украины // Відомості Верховної Ради Української РСР. — 1991. — № 30. — Ст. 379 (в редакции от 01.12.2005 г.)
15. Язвинська О. М. Історія консюмеризму: Навч. посібник. — К.: Київ нац. торг.-екон. ун-т, 2002. — 273 с.
16. Кагал Т. О. Організаційно-правові питання забезпечення прав споживачів у сфері якості: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук. — Київ, 1998. — 19 с.
17. Грибанов В. И. Пределы осуществления и защиты гражданских прав. — М., 1972. — 122 с.
18. Шерстобитов А. Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей. — М.: Изд-во МГУ, 1993. — 144 с.
19. Святогор А. Несколько слов в защиту прав потребителей продукции, не задумывающихся о действиях продавца // Юридическая практика. — 2005. — 18 июля (№ 29).
20. О деятельности Донецкого областного общества потребителей // Донбасс. — 2006. — 17 мая (№ 89).
21. Кляйман Е. Валерия из Кемерово получила от завода «АЗОТ» пять сарафанов // Все для женщин. — 2006. — № 5. — С. 26–29.
22. Закон о защите прав потребителей: официальный текст, действующая редакция. — М.: Изд-во «Экзамен», 2007. — 95 с.
23. Шерстобитов А. Е. Гражданско-правовые вопросы охраны прав потребителей. — М.: Изд-во МГУ, 1993. — 144 с.
24. Consumers International 2003. The global report for consumers. Annual report. P. 13. // www.consumersinternational.org/congress2003

Представлена в редакцию 10.10.2007 г.