

Проф. Божидар Трифунов Митрович, д.ю.н.,
СПЕЦИАЛИСТ ПО КОНТРАКТАМ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ
Россия, 119313, Москва, Ленинский проспект, д. 93, корп. 2
Телефон: (7495) 502 39 29; Моб: (7929) 9 32 23 72
E-Mail: bozzidar@inbox.ru



№ БМ 08022012-4 от 08 января 2012 года

Уважаемые коллеги,

Прошу Вас на заседаниях кафедры Гражданского права, кафедры Арбитражного процесса и кафедры Финансового права рассмотреть и одобрить (рекомендовать) Программу курса и методические указания по изучению дисциплины **«Доарбитражное урегулирование хозяйственных споров»** («Рекламационное право¹ (Претензионный процесс)») для утверждения на заседании Учебно-методического совета РАП, в качестве межкафедральной дисциплины.

Новый АПК РФ предусматривает оговорки, которые уделяют большое внимание вопросу доарбитражного урегулирования споров между контрагентами и наделяют судей большими правами в случае не соблюдения этих норм (ст.ст. 4, 50, 111, 125, 126, 128 129148 АПК РФ).

Нормами Гражданского кодекса РФ, которыми и определяется «претензионный процесс», термин «претензия», «претензионный порядок» или термин «другой досудебный порядок» предусмотренный АПК РФ почти не используется? Но это не значит, что ГК РФ не уделил также большое внимание доарбитражному урегулированию вопросов связанных с нарушением контрактов. Но ГК РФ вместо описательного термина «претензионный или иной досудебный порядок» использует отдельные элементы рекламации и другие средства претензионного процесса для определения претензионных обязательств контрагентов в случае нарушения контракта, как на пример:

- ✓ рекламационное извещение о нарушении договора (ст. 466 ГК РФ, ст. 483 ГК РФ и т.д.)
- ✓ рекламационные требования (ст. 468 ГК РФ, ст. 475 ГК РФ),
- ✓ рекламационные доказательства (ст. 720 ГК РФ).

ГК РФ по отношению к раньше действующему Положению о претензионном порядке урегулирования споров предусматривает:

- ❖ более жесткую систему претензионных сроков в рамках, которых контрагент должен оповестить другую сторону, подписавшую договор, о нарушении договора (в разумный срок после того, как нарушение должно быть обнаружено) (п.1 ст. 483 ГК РФ),
- ❖ более жесткие последствия нарушения рекламационно-правовых обязательств в случае нарушения договора (ст. 720 ГК РФ: Заказчик, обнаруживший недостатки в работе при ее приемке, вправе ссылаться на них

¹ **Рекламационное право** прошло апробацию на самом высшем уровне, поскольку Божидар Митрович защитил докторскую диссертацию под названием **«Рекламационное право»** на диссертационном совете кафедре гражданского права юридического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова.

в случаях, **если в акте** либо в ином документе, удостоверяющем приемку, **были оговорены**).

Нормы рекламационного права – это всегда материально-правовые нормы, некоторые из которых имеют процессуальный характер, обусловленный структурой субъективного договорного права, процессуальным характером рекламационно-правового отношения, которое устанавливается предъявлением рекламации и структурой рекламации как средства осуществления рекламационного процесса. Это заставляет в образовании студентов следить природу этого явления и изучать данную дисциплину как межкафедральную, поскольку речь идет о претензионном процессе (порядке), который неразрывно связан с материально правовыми нормами, несоблюдение которых имеет огромные финансовые последствия.

Договорное право интенсивно развивается и я надеюсь, что мы как педагоги и ученые в рамках Российской академии правосудия, успеем содействовать этому процессу, чтобы облечить огромную нагрузку на арбитражную систему России, хотябы соответствующим знанием, которое должны постоянно совершенствовать, систематизировать и правильно излагать студентам.

Для дальнейшего контакта

Божидар Митрович, д.ю.н.

Россия, 119313, Москва, Ленинский проспект, д. 93, корп. 2

Телефон: (7495) 502 39 29; Моб: (7929) 9 32 23 72

E-Mail: bozzidar@inbox.ru

С уважением и благодарностью за Ваше понимание

Божидар Митрович, д.ю.н.