

УДК 339.138

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЦЕСІВ ЗАХИСТУ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В УКРАЇНІ

Конак Є.І.

Одеський національний політехнічний університет

У статті розглянуто інституційні механізми та форми захисту прав споживачів. Виділено етапи становлення конс'юмеристського руху в США і Україні, сутність основних прав споживачів. Виділено об'єктивні та суб'єктивні передумови формування системи українського споживчого законодавства. Сформульовано теоретичне підґрунтя правового регулювання захисту прав споживачів у формі принципів. Розглянуто основні тенденції розвитку конс'юмеристського руху.

Ключові слова: конс'юмеризм, споживач, права споживача, продавець, покупець.

Постановка проблеми. Споживач, який вважає, що з ним обійшлися недобросовісно, може відновити справедливість кількома способами: звернутися з листом до керівництва підприємства-виробника чи продавця, в засоби масової інформації, до місцевих органів виконавчої влади, подати позов до суду. Такі права споживачів законодавчо закріплені в багатьох країнах світу, що стало результатом конс'юмеристського руху. У цьому контексті, важливим є виділення етапів та розуміння тенденцій подальшого розвитку захисту прав споживачів в Україні, оскільки ці процеси є важливим чинником, що впливає на маркетингову діяльність.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням проблем становлення конс'юмеризму і процесу прийняття рішення споживача щодо купівлі присвячено наукові публікації вітчизняних та зарубіжних авторів: Котлера Ф., Павленко А.Ф., Войчака А.В., Кардаша В.Я., Шафалюка О.К., Окландер Т.О. [1; 2; 3; 4; 5]. Проте, поведінка споживачів та інструменти маркетингової діяльності змінюються, поява нових підходів до форм захисту споживачів, поява нових об'єктів ринку вимагає системного вивчення і дослідження проблем конс'юмеризму.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. За своєю суттю законодавство

про права споживачів поширюється на ринкові дії фізичної особи, що купляє або має намір купити продукцію або послугу для особистих потреб, що не пов'язані з підприємницькою діяльністю. Тому логічно вважати, що права споживачів мають ринковий зміст і є специфічною функцією ринку. Але саме гарантований законом зміст та обсяг прав споживачів є предметом захисту, що здійснюють державні уповноважені органи, неурядові громадські організації та суди. Тому існує необхідність наукового обґрунтування змін регулюючої діяльності у сфері захисту прав споживачів.

Формулювання цілей статті. Метою статті є виділення етапів становлення процесів по захисту прав споживачів в Україні і світі та обґрунтування основних тенденцій подальшого розвитку конс'юмеризму в Україні.

Основний матеріал. Конс'юмеризм (англ. consumer – споживач) – організований громадський рух громадян та діяльність державних органів управління, що спрямовані на захист прав споживачів.

Суб'єктами конс'юмеристської діяльності є:

- 1) громадські об'єднання споживачів;
- 2) органи державної влади;
- 3) підприємства.

Знаковим для світового конс'юмеристського руху стало 15 березня 1962 року. У цей день Президент США Джон Ф. Кеннеді звернувся з посланням до Конгресу США «Спеціальне повідомлення щодо захисту інтересів споживача». Зокрема у ньому сказано: «Споживачі – це всі ми. Це найбільший економічний прошарок, який впливає на будь-яке приватне або державне економічне рішення. Але це єдиний голос, якого часто не чути». У зверненні Джон Ф. Кеннеді проголосив чотири основних права споживачів: право на безпеку; право на інформованість; право на вибір; право бути вислуханим.

1) *Право споживачів на безпеку.* Споживачі мають право на захист від небезпечних для здоров'я і життя товарів. В Україні є перелік товарів, які підлягають обов'язковій сертифікації через необхідність дотримання стандартів безпеки. Він затверджується Урядом. Проблема безпеки споживачів пов'язана з репутацією виробника. Проявом реалізації права споживачів на безпеку є, наприклад, повернення куплених автомобілів за ініціативою виробника. Так, концерн «Toyota» призупинив відвантаження нового автомобіля та відкликав вже куплені автомобілі з причини виявлення дефектів в системі гальмування. Відома також практика відкликання напоїв. Випадки відкликання напоїв були у компанії «Coca-Cola», «Pepsi», «7 UP». Рекорд в обсязі відкликання був поставлений компанією «Perrier», яка за рік вилучила з продажу 160 млн пляшок води загальною вартістю 248,6 млн. дол, після того як американські вчені виявили у товарі сліди бензолу.

2) *Право споживачів на інформованість.* Споживачі мають право на захист від недостовірної інформації та реклами. Це право реалізується при розміщенні повної і правдивої інформації про властивості товару у повному обсязі, в місці і формі, зручних для сприйняття споживачем. Наприклад, міжнародна екологічна організація

«Грінпіс» провела дослідження продуктів харчування 450 виробників на наявність в них генетично модифікованих інгредієнтів. За результатами досліджень були оприлюднені списки підприємств, які використовують такі інгредієнти та не повідомляють про це споживачів. Крім маркування, права споживачів на інформованість можуть порушуватися у рекламі. Наприклад, свідомо помилковою визнана телевізійна реклама кулінарного жиру «Рама», яка прирівнювала його до вершкового масла «Вологодське» і демонструвала його споживання дітьми. Також до фактів порушення прав споживачів на інформованість відносяться рекламування зниження ціни на товар, при цьому не повідомляється про зменшення вмісткості упакування. Права споживачів на інформованість пов'язані з їх правом на вибір, оскільки достовірна інформація необхідна для обґрунтування вибору з низки товарних альтернатив.

3) *Право споживачів на вибір.* Споживачі мають право на гарантований вільний доступ до всіх товарів. Задоволеність споживача передбачає можливість оцінювання всіх товарних альтернатив. Конс'юмеристи стверджують, що великі підприємства намагаються обмежити вибір споживачів, утруднюючи вихід на ринок інших виробників. Великі підприємства захоплюють інформаційний простір, кращі місця на полицях магазинів, пропонують знижки. Антимонопольне регулювання полягає у спробі захистити конкурентів потенційних монополістів для забезпечення адекватного споживчого вибору і конкурентних цін.

4) *Право споживачів бути вислуханим.* Споживачі мають право висловлювати незадоволеність купленим товаром і на пред'явлення претензій. Є три можливих варіанти висловлення такої незадоволеності:

- відмова від подальших покупок;
- повідомлення про незадоволеність товаром знайомим;
- офіційне звернення для заміни товару чи відшкодування збитку.

Об'єктивними передумовами формування системи українського споживчого законодавства стали:

- 1) у 90-х роках ХХ століття:
 - занепад національної економіки та зниження рівня споживання населення;
 - початкова стадія формування громадянського суспільства та неефективність централізованого державно-правового захисту прав споживачів на основі існуючих нормативних актів;
- 2) у 2000-х роках:
 - поступове економічне зростання рівня життя;
 - соціально-економічна стратифікація суспільства та формуванням «середнього класу»;
 - вироблення активної позиції громадян;
 - негативна якість довкілля у більшості регіонів, наслідки чорнобильської катастрофи та екстенсивного використання природних ресурсів;
 - потреба в регулюванні якості та безпечності харчових продуктів, лікарських засобів на рівні відповідного законодавчого та підзаконного забезпечення.
 - підвищена увага до європейських стандартів споживчого нормативного регулювання.

Суб'єктивними передумовами формування системи українського споживчого законодавства є:

- значний інтерес великих корпорацій та об'єднань виробників до допущення у ході законотворючої діяльності навмисних прогалин та недоречностей, які блокують належний державно-правовий захист прав споживачів;

- вплив спілок споживачів та розвиток суспільної правової свідомості та формування активної громадянської позиції щодо підвищення ефективності захисту прав споживачів;

- неефективна система державного контролю за дотриманням споживчого законодавства.

Конституція України покладає основну відповідальність щодо захисту споживачів на державу: «Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів» [6, ст. 42]. Крім того, Конституція гарантує кожному, зокрема й іноземним громадянам та особам без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах [6, ст. 50], право: «...вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення. Така інформація ніким не може бути засекречена» [6, ст. 50].

Відповідно до Конституції, держава повинна також сприяти розвитку ринкової конкуренції, не допускати зловживання монополієм становцем на ринку та неправомірного обмеження конкуренції [6, ст. 42]. Ці статті Конституції відбивають змішаний підхід до захисту прав споживачів, який містить як патерналістські елементи, так і норми засновані на правах споживачів.

Серед законів головним є Закон України «Про захист прав споживачів». Україна стала однією з перших країн Восточної Європи, яка прийняла Закон «Про захист прав споживачів» у 1991 році. Чеська Республіка – у 1992 р., Польща – у 1990 р., Угорщина – у 1997 р., Болгарія – у 1999 р., Естонія – у 1994 р., Латвія – у 1997 р., Болгарія – у 1999 р., Естонія – у 1994 р., Латвія – у 1992 р., Литва – у 1994 р.

Теоретичним підґрунтям правового регулювання захисту прав споживачів слід визнати такі стержневі принципи:

- пріоритетність забезпечення безпечності та якості товарів та послуг;

- повнота та об'єктивність інформування про якість, склад та безпеку товарів;

- запобіжність заходів із захисту прав споживачів;

- обов'язковість сертифікації та декларування безпеки товарів та послуг;

- покладення на виробника (продавця) товарів та послуг повної відповідальності за якість та безпечність товарів та послуг;

- невідворотність відповідальності за порушення прав споживачів;

- компенсаційність шкоди, заподіяної здоров'ю та майну споживачів внаслідок реалізації неякісних та небезпечних товарів та послуг.

Загальні засади забезпечення права споживачів на якість та безпечність продукції встановлюється обов'язковими процедурами стандартизації сертифікації, що передбачена Законами України «Про стандарти, технічні регламенти та проце-

дури оцінки відповідності» від 1.12.2005 № 3164-IV [7], «Про стандартизацію» від 17.05.2001 року № 2408-III [8], що вказують на обов'язок виробників та продавців товарів і послуг пропонувати та надавати лише послуги чи застосовувати процеси чи вводити в обіг продукцію вітчизняного або іноземного походження, які є безпечними для життя та здоров'я людини, для тварин, рослин, забезпечують захист національної безпеки, охорону довкілля та природних ресурсів, запобігання недобросовісній конкуренції.

У 1992 році створений Державний Комітет України у справах захисту прав споживачів, функції якого в подальшому було передано Держстандарту України, а на його базі утворено Державний комітет України з питань технічного регулювання та споживчої політики (Держспоживстандарт України).

У 1989 році була створена Українська Асоціація споживачів, яка об'єднувала обласні громадські організації. Її функціями є формування системи громадського контролю за роботою підприємств торгівлі та побуту, здійснення рейдів і перевірок, просвітництво, розповсюдження інформації, правова допомога, незалежна експертиза. 8 жовтня 1993 року Українська Асоціація споживачів була зареєстрована Міністерством юстиції України як національне громадське об'єднання споживачів.

В Україні є приблизно сто регіональних неурядових організацій (НУО) споживачів. Їхні права і статус визначені у статті 25 Закону України «Про захист прав споживачів». Більшість цих організацій займаються захистом споживчих прав людини, інформаційною та освітньою діяльністю, а також представляють інтереси споживачів у прийнятті рішень на рівні суспільства. Стаття 42 Конституції України та стаття 24 Закону України «Про захист прав споживачів» проголошують, що держава повинна розвивати і підтримувати споживчі неурядові організації. Діяльність таких організацій має вкрай важливе значення, оскільки вони, серед усього іншого, ініціюють судові процеси щодо захисту прав споживачів і забезпечують в Україні навчання споживачів.

Споживачі повинні знати про свої права та про можливі методи компенсації у випадках, коли їхні права порушено, а також мати змогу легко отримувати інформацію стосовно безпеки і якості продукції. За надання такої інформації повинна відповідати держава.

Чинне законодавство України передбачає такі форми захисту прав споживачів:

- самозахист. Юридичне означення самозахисту міститься у статті 19 Цивільного кодексу, а також у статтях 8 і 9 Закону України «Про захист прав споживачів». Самозахист здійснюється шляхом безпосереднього звернення до продавця або виробника, коли таке звернення стосується безпеки чи якості продукції, або ж повноти чи об'єктивності інформації. Така форма захисту законодавчо передбачена для заміни товарів неналежної якості; йдеться про повернення сплачених коштів за такі товари у випадку, коли заміна товару неможлива, або гарантійний ремонт товарів протягом визначеного терміну;

- захист прав споживачів неурядовими організаціями. Стаття 24 Закону України «Про за-

хист прав споживачів» передбачає, що споживачі мають право створювати неурядові організації з метою захисту законних прав. Процедура створення та функціонування таких об'єднань врегульована Законом України «Про об'єднання громадян». Захист прав споживачів в інтересах суспільства є реалізацією суспільних інтересів щодо забезпечення конституційних прав громадян. Разом із тим, на противагу самозахистові, він здійснюється із залученням державних органів, органів місцевого самоврядування та судових органів. Захист суспільних інтересів, зокрема прав споживачів, характеризується проведенням освітньої та аналітичної діяльності, пов'язаної з дотриманням нормативних вимог щодо якості та безпеки продукції та послуг (стаття 25 Закону України «Про захист прав споживачів»).

– захист прав споживачів державними організаціями. Такий захист від імені держави забезпечують компетентні державні органи, відповідальні за захист прав споживачів, а також система їх місцевих адміністрацій та управлінь. Повноваження вказаних органів захисту прав споживачів визначені у статті 26 Закону України «Про захист прав споживачів». Перевірки суб'єктів господарської діяльності проводяться тільки за письмовим розпорядженням керівника адміністрації, і можуть бути плановими (не частіше, ніж раз на рік) або позаплановими, що проводяться за заявами споживачів;

– захист прав споживачів органами місцевого самоврядування. Стаття 28 Закону України «Про захист прав споживачів» передбачає, відповідні відділи виконавчих комітетів органів місцевого самоврядування здійснюють розгляд і реагування на заяви споживачів; аналіз угод між споживачами та виробниками або продавцями; тимчасове призупинення реалізації продукції неналежної якості, інші санкції за порушення споживчого законодавства. Закон України «Про захист прав споживачів» передбачає, що органи місцевого самоврядування повинні передавати відповідну інформацію щодо порушень до органів державної влади, відповідальних за захист прав споживачів;

– судовий захист прав споживачів. Стаття 22 Закону України «Про захист прав споживачів» містить положення про направлення заяв

від споживачів, неурядових організацій або державних органів безпосередньо до господарських судів. Зараз юрисдикція залежить від місця розміщення споживача та відповідача, відповідно до місця придбання товару (територіальна юрисдикція). Найбільшими проблемами у судовому захисті прав споживачів є перевантажені суди, брак спрощених процедур подання позовів споживачами і залежність судів від бізнес-структур і виконавчої влади. Попри це, у судовій практиці є прецеденти рішень на користь споживачів.

Висновки з даного дослідження і перспективи. Останнім часом до поняття конс'юмеризм починає входити боротьба з надспоживанням. В суспільстві масового споживання перестає бути провідною основна функція споживання – підтримка життєдіяльності. Споживання стає шкідливою залежністю, ознакою належності до престижних соціальних груп. Ідея про можливість досягнення соціальної переваги через споживання переконає споживача у тому, що потреба задовольняється процесом купівлі, а не товаром, який купується. Усвідомлюючи загрозу здоров'ю підростаючому поколінню, нагальною стає проблема вирішення питань, що мають на меті: суттєве підвищення поінформованості споживачів про шкідливі властивості і наслідки вживання нездорової їжі, звернувши особливу увагу на просвіту молоді; сприяння формуванню в суспільстві культури споживання, включаючи здорове та збалансоване харчування; створення сприятливих умов для розвитку соціальної відповідальності бізнесу; стимулювання розробки, виробництва і маркетингу «здорових» харчових продуктів, переважно натуральних; посилення діяльності державного контролю та нагляду за виробниками і торговельними організаціями щодо надання споживачам всебічної інформації для прийняття рішення на користь вибору «здорової» їжі; надання всебічної допомоги в створенні національної політики в галузі раціонального харчування та підвищення якості життя людей.

В подальших наукових дослідженнях планується врахувати висновки даної статті при вивченні сучасних моделей поведінки споживачів на основі масової індивідуалізації і тотальної інформатизації суспільства.

Список літератури:

1. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
2. Маркетинг: Підручник з грифом МОН України (лист №14/18-Г-772 від 08.08.2006 р.). / А.Ф. Павленко, І.Л. Решетнікова, А.В. Войчак та ін.; за наук. ред. д-ра екон. наук., проф., акад. АПН України А.Ф. Павленка; Кер. авт. кол. д-р екон. наук, проф. І.Л. Решетнікова. – К: КНЕУ, 2008. – 600 с.
3. Маркетинг: Підручник з грифом МОН України (лист №1/11-307 від 31.01.2007 р.). – 4-те вид. / В. Руделіус, О.М. Азарян, О.А. Виноградов та інші // Київ: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / за заг. ред. О. Г. Янкового. – Одеса: Атлант. – 2013. – 470 с.
5. Окландер Т. О. Модернізація маркетингової діяльності промислових підприємств: [монографія] / Т. О. Окландер. – Донецьк: Ноулідж, 2013. – 292 с.
6. Конституція України. Сайт Верховної Ради України. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
7. Закон України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності». Сайт Верховної Ради України. Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3164-15>
8. Закон України «Про стандартизацію». Сайт Верховної Ради України. Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2408-14>

Конак Е.И.

Одесский национальный политехнический университет

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССОВ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УКРАИНЕ

Аннотация

В статье рассмотрены институционные механизмы и формы защиты прав потребителей. Выделены этапы становления консьюмеристского движения в США и Украине, сущность основных прав потребителей. Выделены объективные и субъективные предпосылки формирования системы украинского потребительского законодательства. Сформулированы теоретические основы правового регулирования защиты прав потребителей в форме принципов. Рассмотрены основные тенденции развития консьюмеристского движения.

Ключевые слова: консьюмеризм, потребитель, права потребителя, продавец, покупатель.

Konak E.I.

Odessa National Polytechnic University

FEATURES OF PROCESSES FOR CONSUMER PROTECTION IN UKRAINE

Summary

Institutional mechanisms and forms of protection of consumers are considered in the article. The stages of becoming of protection of consumers are distinguished in the USA and Ukraine, essence of basic rights of consumers. Objective and subjective pre-conditions of forming of the system of the Ukrainian consumer legislation are distinguished. Theoretical soil of the legal adjusting of protection of consumers is set forth in form principles. Basic progress of protection of consumers trends are considered.

Keywords: consumerism, consumer, consumer rights, seller, buyer.