

МОВА МАРКУВАННЯ ЯК УМОВА ДОСТУПНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ ПРО ПРОДУКЦІЮ

На підставі аналізу законодавства України та Європейського Союзу проведено комплексне дослідження по визначенню особливостей зазначення мови маркування як необхідної умови доступності інформації про продукцію. Проведено аналіз правового регулювання цього права за законодавством України та ЄС. Визначено специфіку мови маркування для окремих видів продукції. Запропоновано зміни до вітчизняного законодавства у досліджуваній сфері в контексті адаптації законодавства України до законодавства ЄС.

*Ключові слова: споживач, *acquis communautaire*, право на інформацію про продукцію, маркування продукції, мова маркування.*

Поплавская М. В. Язык маркировки как условие доступности информации о продукции.

На основании анализа законодательства Украины и Европейского Союза проведено комплексное исследование по определению особенностей указание языка маркировки как необходимого условия доступности информации о продукции. Проведен анализ правового регулирования этого права по законодательству Украины и ЕС. Определена специфика языка маркировки для отдельных видов продукции. Предложены изменения в отечественное законодательство в исследуемой сфере в контексте адаптации законодательства Украины к законодательству ЕС.

*Ключевые слова: потребитель, *acquis communautaire*, право на информацию о продукции, маркировки продукции, речь маркировки.*

Poplavskaya M. V. Language Labelling as a Condition of Access to Information About the Products.

On the basis of the legislation of Ukraine and the European Union conducted a comprehensive study to determine the characteristics of labelling specifying the language as a prerequisite for the availability of product information. The analysis of the legal regulation of the right under the law of Ukraine and the EU. The specificity of language labelling for certain products. The changes to the national legislation in the field of study in the context of approximation of Ukraine to EU legislation.

*Keywords: consumer, *acquis communautaire*, the right to information about products, labeling, language labeling.*

Протягом останніх десятиріч захист прав споживачів став однією з першорядних цілей та напрямків захисту та забезпечення права і свобод людини у кожній країні світу. Такі тенденції пов'язані із економічними, соціальними та політичними чинниками, що безпосередньо повинні бути зменшені за допомогою належного правового унормування. Серед усієї сукупності прав споживача, якими він наділений для захисту своїх прав, найменше приділено уваги право споживача на інформацію, що є безпідставним, адже для недопущення придбання продукції неналежної якості, що за своїми характеристиками не відповідає вимогам споживача, важливо, щоб перед вибором продукції споживач отримав максимум інформації про цей товар, а також про виробника продавця (виробника, виконавця). Відповідно до ст. 15 Закону споживач має право: одержати необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію. Вказані ознаки мають не тільки юридичне, але й технічне значення, що зумовлює їх важливість для належного використання тієї чи іншої продукції. Усе це зумовлює необхідність розробки наукових позицій щодо специфіки здійснення права споживача на до-контрактну інформацію про продукцію, а також виокремлення понятійного апарату у цій сфері. Особливо складною на цей момент є ситуація із мовою маркування продукції, оскільки до набуття чинності Законом «Про засади державної мовної політики» 10 серпня 2012 року [1], використання мов в Україні регулювалося Законом «Про мови в УРСР» [2], який чітко встановлював вимогу про мову маркування товарів, етикеток на товарах, інструкцій щодо користування товарами. А новий закон, в свою чергу, допускає двозначність у тлумаченні змісту п. 3 ст. 26, який визначає, що маркування товарів, інструкції про їх застосування тощо виконуються державною мовою і регіональною мовою або мовою меншини, що призвело до збільшення кількості продукції, маркованої російською мовою з порушенням встановлених Законом «Про захист прав споживачів» вимог.

У юридичній науці наявні певні напрацювання у царині захисту прав споживачів, серед яких слід виділити роботи О. В. Звереві, Л. М. Іваненко, Т. О. Кагала, І. В. Кірюшиної, С. А. Косінова,

Г. О. Осетинської, О. П. Письменної, К. Ю. Свінцової, А. Р. Товмасяна, Є. Я. Токара, Р. Ю. Ханік-Посполітак, О.Ю.Черняк, Б. О. Шаблі, А. Є. Шерстобітова та ін. Разом із тим дотепер недостатньо чіткими, а подекуди суперечливими, є наукові уявлення про місце права споживача на інформацію про продукцію в системі прав споживача, особливо у зв'язку із трансформаційними процесами у національному законодавстві задля його узгодження із *acquis communautaire*.

Метою публікації є визначення особливостей визначення мови маркування продукції як ознаки доступності інформації про продукцію за законодавством України та ЄС.

Маркування продукції несе дуже важливу інформацію для споживача, яка, перш за все, визначає всі необхідні відомості для безпечного і ефективного використання виробу. Правильне маркування надзвичайно важливе, оскільки недотримання вимог маркування може призвести до зупинки/призупинення митного оформлення товару, на етапі обігу продукції на ринку невиконання необхідних вимог до маркування може призвести до невірної застосування виробу і стати причиною скарг споживачів.

Праву споживача на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію кореспондується обов'язок відповідного продавця (виконавця, виробника) надати цю інформацію до придбання ним товару чи замовлення роботи. Законом «Про захист прав споживачів» (далі – Закон) [3] встановлено загальні та особливі вимоги до змісту такої інформації. Наприклад, відповідно до абз. 1, 2, 3 ч. 1 ст. 15 Закону визначено особливі вимоги до певних видів продукції. Так, інформація про послуги, пов'язані з концертною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, повинна містити відомості про використання чи невикористання виконавцями музичних творів фонограм власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору з музичним супроводом або без нього чи фонограм музичного супроводу до власного вокального, інструментального, вокально-інструментального виконання музичного твору. Стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, повинна надаватися інформація про її сертифікацію. Стосовно продукції, яка за певних умов може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача та його майна, навколишнього природного середовища, виробник (виконавець, продавець) зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про таку продукцію і можливі наслідки її споживання (використання).

Разом із тим єдиною для всіх видів продукції є вимога щодо мови інформації про продукції. Відповідно до ч. 1. ст. 15 Закону інформація споживачеві повинна надаватися згідно із законодавством про мови.

Відповідно до ч. 1 ст. 10 Конституції України [4] державною мовою в Україні є українська мова.

Як нами вже зазначалось вище Законом «Про засади державної мовної політики» п. 3 ст. 26 визначено, що маркування товарів, інструкції про їх застосування тощо виконуються *державною мовою і регіональною мовою або мовою меншини*. Глумачення змісту цієї норми здійснюється двома шляхами. Перший, коли ця норма вказує застосовувати державну (українську) мову, а також регіональну (якщо така прийнята у регіоні) або мову національної меншини (якої саме – цього регіону чи країни загалом – не роз'яснюється). З іншого боку, норма зобов'язує використовувати мову маркування або державну та регіональну, або мову національної меншини. Тобто використання української стає необов'язковим, а якщо її застосовують, то поруч має бути обов'язково використана регіональна мова, якщо така прийнята у регіоні. Окрім того, як вказано далі у статті, за рішенням виробників товарів поруч із текстом, викладеним державною мовою, може розміщуватися його переклад іншими мовами, що є зрозумілим правом, однак ні обов'язку, ні права розміщувати поруч із маркуванням «іншою мовою» інформацію державною українською не прописано. Прийняття вказаних норм призвело до появи чисельного маркування російською мовою без зазначення будь-яким чином інформації про товар державною мовою.

Певну зрозумілість вносять спеціальні нормативні акти у сфері маркування продукції. Так, відповідно до ч. 1 ст. 38 Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» [5] Усі харчові продукти, що знаходяться в обігу в Україні, етикетуються державною мовою України. Така сама вимога визначена і у п. 4 Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів [6] із відміткою, що *у разі необхідності додатково може бути нанесене також іншими мовами*.

Незважаючи на випадки відсутності маркування українською мовою на деяких імпортованих товарах в магазинах, обов'язковість маркування державною мовою, зокрема продуктів харчування, що ввозяться на митну територію України з інших країн забезпечено на законодавчому рівні. Так, згідно з ч. ч. 2,3 ст. 4 Закону України «Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції» [7] продукти, призначені для продажу населенню, що підпадають під визначення другої – двадцять першої груп Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД), можуть бути випущені з-під митного контролю на територію України з країн, вільних від карантину, за умови

наявності на тарі (коробах, упаковках, розфасовках), а у випадках, визначених Кабінетом Міністрів України, безпосередньо на продукті, відомостей про назву продукту, масу (об'єм), склад, із зазначенням переліку використаних у процесі виготовлення інших продуктів харчування, харчових добавок (консервантів), барвників тощо, вмісту хімічних речовин або сполук, а також сертифіката походження таких продуктів. Окремо наводяться відомості про енергемісткість, дату граничного строку використання, побічні ефекти споживання або про їх відсутність, назву харчових добавок (консервантів) за їх наявності, місце виготовлення, найменування й адресу виробника таких продуктів та посилання на власника торгової марки за його наявності, а по віднесених до підакцизних товарів – відомості зазначаються згідно із законами України. *Зазначені відомості мають бути виконані українською мовою за винятком торгової марки, логотипу компанії чи її назви або власної назви продукту, що можуть виконуватися іноземними мовами.*

Таким чином, використання у маркуванні продуктів іноземної мови без використання української є незаконним.

На разі на розгляді у Верховній Раді України знаходиться Проект Закону «Про внесення змін та доповнень до деяких законодавчих актів України (щодо маркування імпортованих товарів державною мовою)» [8], яким передбачається внесення змін щодо обов'язкового маркування українською мовою електронного устаткування та/або комп'ютерного програмування (електронних засобів та пристроїв), а також редагування змісту ст. 26 Закону України «Про засади державної мовної політики».

Зважаючи на ратифікацією Україною Угоди про асоціацію з ЄС, важливим є вивчення досвіду мови маркування продукції в країнах Європейського Союзу. Основними носіями маркування є етикетки і ярлики. В ЄС вони повинні відповідати історичним, культурним і соціально-економічним традиціям окремих країн. Етикетка повинна відповідати вимогам національних і міжнародних стандартів. Перш за все, необхідно враховувати офіційну мову (або мови), на якій повинна бути поміщена інформація на етикетках. В окремих країнах заборонено продавати товари без наявності етикетки на національній мові. Так, в Швейцарії маркування товарів зазвичай містить інформацію на трьох мовах: німецькій, французькій і італійській. У Норвегії можливими мовами є норвезька, шведська, данська і англійська [9, с. 96].

Так, Директивою Європейського Парламенту та Ради ЄС від 20 березня 2000 р. № 2000/13/ЄС [10] врегульовано суспільні відносини щодо маркування та рекламування продуктів харчування. Стосовно мови маркування положеннями Директиви передбачено, що позначення на товарах харчування (зокрема, торговельне найменування продукту, список інгредієнтів, термін придатності, адресу виробника, пакувальника або продавця тощо) *мають бути складені мовою, яка є легко зрозумілою для споживача.* За загальним правилом, такою є *офіційна мова держави.* Також Директивою передбачено право держав-членів визначити як обов'язкову для маркування одну або декілька мов з переліку офіційних мов Співтовариства. Саме тому маркування може здійснюватися кількома мовами.

Директивою 2011/65/EU по обмеженню використання шкідливих та небезпечних речовин в електроустаткуванні та електронному обладнанні від 1 липня 2011 року [11] визначено, що виробник продукції зобов'язаний в інструкціях, які додаються до продукції, розмістити інформацію про можливі ризики і небезпеки, пов'язані з даною продукцією *на мові країни поставки* (ст. 10 а).

Підсумовуючи, необхідно зазначити важливість законодавчого регулювання визначення мови маркування продукції, що впливає на здатність споживача до вибору необхідної продукції, а також на доступ до доступної інформації про продукцію. Разом із тим варто зазначити, що встановлення державою вимоги використання лише певної конкретної мови без одночасного надання дозволу на використання іншої мови, що є легко зрозумілою для покупців, суперечить принципу вільного руху товарів в ЄС, тому вважаємо доцільним внести зміни в абз. 6 ч. 1 ст. 15 Закону України «Про захист прав справ споживачів», виклавши його в такій редакції: «Інформація споживачеві повинна надаватися державною мовою, а також мовою країни поставки продукції. За рішенням виробників продукції поруч із текстом, викладеним державною мовою, може розміщуватися його переклад регіональними мовами та мовами національних меншин».

Список використаних джерел:

1. Про засади державної мовної політики: Закон України від 10 серпня 2012 року // ВВР. – 2013. – № 23. – Ст. 218.
2. Про мови в Українській РСР: Закон Української РСР від 28.10.1989 р. із змінами, внесеними згідно із Законами України від 28.02.1995 р. та від 06.03.2003 р.(втратив чинність) [Текст] // ВВР УРСР. – 1989. – № 45. – Ст. 631; ВВР. – 1995. – № 13. – Ст. 85; 2003. – № 24. – Ст. 159.

3. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 р. в редакції від 01.12.2005 р. // ВВР. – 2006. – № 7. – Ст. 84.
4. Конституція України від 26.06.1996 р. № 254к/96–ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
5. Про безпечність та якість харчових продуктів : Закон України від 23.12.1997 р. № 771/97–ВР (у редакції Закону України від 06.09.2005 р.) // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 50. – Ст. 533.
6. Про затвердження Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів: Наказ Держспоживстандарту України від 28.10.2010 року № 487 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0183-11>
7. Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції: Закон України від 17.07.1997 року № 468/97-ВР // ВВР. – 1997. – № 44. – Ст. 281.
8. Про внесення змін та доповнень до деяких законодавчих актів України (щодо маркування імпортованих товарів державною мовою) Проект Закону від 17.07.2014 року № 4302а [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=51726
9. Чумаченко Т. М. Міжнародний маркетинг: Навчально-методичний посібник. – Вид. 3-є, перероб. і доп. / Т. М. Чумаченко. – Дніпропетровськ : Державний вищий навчальний заклад «Національний гірничий університет», 2012. – 210 с.
10. Директива Європейського Парламенту та Ради 2000/13/ЄС від 20 березня 2000 року, що ухвалює приведення у відповідність законоположень держав-членів про етикетування та оформлення продовольчих товарів, а також про їх рекламу // ОJ. – L. 109. – 2000. – С. 29.
11. Directive 2011/65/Eu of the European Parliament and of the Council of 8 June 2011 on the restriction of the use of certain hazardous substances in electrical and electronic equipment // Official Journal. – L. 174. – 01.07.2011. – P. 88–110.

*** Поплавська Мирослава Володимирівна – здобувач Інституту законодавства Верховної Ради України.**