

РУЖИЦЬКА Є. О.,
аспірант
(Інститут держави і права
імені В. М. Корецького)

УДК 347.451.031:366.65:658.721

ПРАВО СПОЖИВАЧІВ НА ІНФОРМАЦІЮ ЗА ДОГОВОРОМ РОЗДРІБНОЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ

Стаття присвячена аналізу права споживачів на інформацію про товар. На основі вивчення положень цивільного законодавства України, Європейських країн і міжнародних нормативних актів, що передбачають право споживачів на інформацію, досліджується поняття «сертифікація» та способи маркування.

Ключові слова: споживач, інформація, право на інформацію, договір роздрібною купівлі-продажу, сертифікація, маркування.

Стаття посвящена аналізу права потребителів на інформацію о товаре. На основе изучения положений гражданского законодательства Украины, Европейских стран и международных нормативных актов, предусматривающих право потребителей на информацию, исследуется понятие «сертификация» и способы маркировки.

Ключевые слова: потребитель, информация, право на информацию, договор розничной купли-продажи, сертификация, маркировка.

The article analyzes the consumer's right to information about good. On the basis of studies of the provisions of the civil legislation of Ukraine, European countries and international regulations provide for the right of consumers to information study the notion of "certification" and methods of labeling.

Key words: consumer, information, the right to information, the contract of retail and sale, certification, labeling.

Вступ. Права споживачів – це складова прав людини. І саме від того, наскільки споживачі можуть реалізувати своє право на інформацію, залежить рівень демократичності держави. Право споживачів на інформацію за договором роздрібною купівлі-продажу було й залишається актуальним багато років поспіль. Але, не зважаючи на його дослідження багатьма науковцями, проблеми, пов'язані з реалізацією та захистом прав споживачів на інформацію про товари, які вони купують, залишаються не вирішеними.

Питання, пов'язане з реалізацією споживачами свого права на інформацію, не раз обговорювалося серед цивілістів і висвітлювалося в науковій літературі. Дослідженню питання права споживачів на інформацію приділяли увагу такі вчені, як А. Агапов, С. Алексеев, Ю. Тіхоміров, С. Косінов, В. Письменна, Л. Іваненко, Г. Коліснікова й інші.

Постановка завдання. Завданням цього дослідження є розкриття змісту поняття права споживачів на інформацію за договором роздрібною купівлі-продажу.

Результати дослідження. Право на інформацію посідає важливе місце серед інших прав споживачів. Це підтверджується тим, що, коли вперше згадувалося про права споживачів, а саме в 1962 р. Президентом Дж. Кеннеді в Посланні Конгресу США, де передбачалися права споживачів, серед них було й право на інформацію. Право на інформацію закріплене також у системі прав споживачів, зазначених у схвалених резолюцією Генеральної Асамблеї ООН Керівних принципах для захисту інтересів споживачів від 09.04.1985 р. [1]. Право на інформацію – це конституційне право людини та громадянина, зазначене в ст. 34 Конституції України: «Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на свій вибір» [2].



Для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів споживач мусить бути активним, знати й розуміти свої права, тобто мати певну споживчу культуру. Саме тому в Керівних принципах для захисту інтересів споживачів зазначається, що право на інформацію має забезпечуватися освітою споживачів щодо своїх прав, обов'язків продавця й способів захисту своїх прав та інтересів. Справді, рівень споживчих знань в Україні не високий, а порушення прав споживачів трапляються щодня [3, с. 85].

Право на інформацію за договором роздрібно-купівлі продажу – єдине право споживачів, зазначене в нормах Цивільного Кодексу України, зокрема в ст. 699, де зазначається таке: «Продавець зобов'язаний надати покупцеві необхідну і достовірну інформацію про товар, що пропонується до продажу. Інформація має відповідати вимогам закону та правилам роздрібно-торгівлі щодо її змісту і способів надання. Якщо покупець не надано можливості негайно одержати повну і достовірну інформацію про товар у місці його продажу, він має право вимагати відшкодування збитків, завданих необґрунтованим ухиленням від укладення договору. Продавець, який не надав покупцеві можливості одержати повну і достовірну інформацію про товар, несе відповідальність за недоліки товару, які виникли після передання його покупцеві, якщо покупець доведе, що вони виникли у зв'язку з відсутністю у нього такої інформації» [4].

Також право споживачів на інформацію передбачене в ст. ст. 4 та 15 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ (у редакції Закону України від 02.12.2012 р. № 5463-17), де зазначається, що споживачі під час придбання, замовлення або використання продукції, яка реалізується на території України, для задоволення особистих потреб мають право на необхідну, доступну, достовірну та своєчасну інформацію про продукцію, її кількість, якість, асортимент, а також про її виробника (виконавця, продавця), що забезпечує можливість її свідомого й компетентного вибору [5].

Отже, відповідно до ст. 1 Закону України «Про інформацію» від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ (у редакції Закону України від 02.03.2014 р. № 763-18), під інформацією розуміють будь-які відомості та/або дані, що можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображенні в електронному вигляді [6].

Відповідно до законодавства України, споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію. Поняття «необхідна інформація» в законодавстві не передбачено. У словнику С. Ожегова зазначено, що «необхідна» – це така, без якої не можна обійтися, потрібна, обов'язкова. Отже, варто зазначити, що необхідна інформація – це обов'язкова інформація [7, с. 196].

Також законодавець не надає визначення доступної інформації. Отже, під доступною можемо розуміти ту інформацію, яка надана в усній чи письмовій формі, що дає споживачеві змогу зрозуміти її зміст [8, с. 30]. Інформація про товар повинна надаватися українською мовою.

Під достовірною інформацією Т. Левшина розуміє інформацію, у якій відомості відповідають дійсності [8, с. 29].

Поняття «своєчасна інформація» законодавством також не передбачено. На думку Л. Іваненко, під цим поняттям слід розуміти необхідність та обов'язковість надання об'єктивної інформації про товари своєчасно, тобто за першою вимогою споживача [9, с. 90].

Ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ (у редакції Закону України від 02.12.2012 р. № 5463-17) передбачає, що інформація має бути надана споживачеві до придбання ним товару й повинна містити таке:

- 1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів, за якими вони реалізуються;
- 2) найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна продукція;
- 3) дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування – про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, у тому числі харчові добавки), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову й енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів, а також іншу інформацію, що поширюється на конкретний продукт;
- 4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин, установленні нормативно-правовими актами, і застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановленні нормативно-правовими актами;



- 5) позначку про наявність або відсутність у складі продуктів харчування генетично модифікованих компонентів;
- 6) дані про ціну, умови та правила придбання продукції;
- 7) дату виготовлення;
- 8) відомості про умови зберігання;
- 9) гарантійні зобов'язання виробника;
- 10) правила й умови ефективного та безпечного використання продукції;
- 11) строк придатності товару, відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;
- 12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) й підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Відповідно до законодавства України, інформація про продукцію не вважається рекламою, тобто інформація про товар не повинна містити закликів до придбання або не придбання товару.

Наприклад, у Франції Закон «Про обманні дії і фальсифікацію продуктів і послуг» від 01.08.1905 р. встановлював відповідальність за обман покупця товару або особи, яка одержала послугу з боку комерсанта. В Угорщині існує Закон «Про заборону недобросовісної комерційної практики» від 20.11.1990 р., що також забороняє обман споживачів з метою збуту товарів. Законом передбачене припинення не тільки помилкової реклами в ході впровадження товарів і послуг, а й будь-якої інформації, що вводить споживачів в оману. Уведенням в оману споживача, відповідно до цього закону, є не тільки твердження яких-небудь помилкових зведень, а й замовчування деяких властивостей товару. Забороняється також зіставляти і порівнювати властивості в рекламних цілях [10, с. 88].

У нашій державі Законом України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР (у редакції Закону України від 03.10.2014 р. № 1322-18) передбачено, що в рекламі забороняється подавати відомості або закликати до дій, які можуть спричинити порушення законодавства, завдають чи можуть завдати шкоду здоров'ю або життю людей та/чи довкіллю, а також спонукають до нехтування засобами безпеки [11].

Відповідно до законодавства України, стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, має надаватися інформацію про її сертифікацію.

Ст. 1 Закону України «Про підтвердження відповідності» від 17.05.2001 р. № 2406-III передбачено, що сертифікація – це процедура, за допомогою якої визнаний у встановленому порядку орган документально засвідчує відповідність продукції, систем якості, систем управління якістю, систем екологічного управління, персоналу встановленим законодавством вимогам [12].

Наказом Держспоживстандарту України від 01.02.2005 р. № 28 затверджено перелік продукції, яка підлягає сертифікації, а саме:

- електропобутове й аналогічне обладнання та комплектувальні вироби: холодильники, морозильники, прилади гігієни рота, зволожувачі повітря, кімнатні обігрівачі, прилади для масажу, електричні годинники, електричні іграшки тощо;
- світлотехнічна продукція й комплектувальні вироби до неї: світильники, джерела світла;
- ручні електромеханічні машини, переносні верстати й інструмент слюсарно-монтажний з ізольованими рукоятками;
- апаратура радіоелектронна побутова: магнітофони, диктофони, відеоманітофони, автомати ігрові електронні та електричні тощо;
- засоби обчислювальної техніки;
- спеціальні засоби самозахисту: зброя газова, бронежилети тощо;
- обладнання технологічне для харчової, м'ясопродуктової промисловості, підприємств торгівлі, громадського харчування та харчоблоків;
- медична техніка;
- трактори малогабаритні;
- обладнання металообробне й деревообробне;
- велосипеди та коляски дитячі;
- засоби зв'язку;
- посуд із чорних і кольорових металів, фарфору, фаянсу та скла тощо [13].



Відповідно до ч. 2 ст. 15 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ (у редакції Закону України від 02.12.2012 р. № 5463-17), інформація, передбачена ч. 1 цієї самої статті, доводиться до відома споживачів у супровідній документації, що додається до продукції, на етикетці, а також у маркуванні чи іншим способом, прийнятим для окремих видів продукції [4].

Але на практиці трапляються випадки, коли ні продавець, ні покупець через брак достатніх знань про товар не в змозі розшифрувати вміст відповідного продукту. Останнім часом виробники при виготовленні продукції застосовують харчові добавки, так звані «Е». На сьогодні відомо понад 2800 харчових добавок, серед них є як шкідливі, так і не шкідливі харчові добавки, уживання яких може спровокувати загострення наявної хвороби або виникнення нової. Тому, щоб застерегти від цього споживача, його потрібно проінформувати належним чином, щоб він розумів, що є шкідливим для його здоров'я.

Маркування, як спосіб інформування споживачів, відіграє важливу роль при виборі якісних продуктів, а найголовніше, безпечних для життя і здоров'я людини. Маркування здійснюється відповідно до Технічних регламентів залежно від виду продукції.

Але великий відсоток споживачів не володіють даними щодо знаків маркування. Відповідно, споживачів потрібно ознайомлювати з цими знаками, щоб вони могли раціонально реалізувати право на інформацію й компетентно обирати товар.

Інформація про продукцію може бути розміщена в місцях, де вона реалізується, а також за згодою споживача доводиться до нього за допомогою засобів дистанційного зв'язку. Поняття «засоби дистанційного зв'язку» передбачене в ст. 1 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ (у редакції Закону України від 02.12.2012 р. № 5463-17), де зазначено, що це телекомунікаційні мережі, поштовий зв'язок, телебачення, інформаційні мережі, зокрема Інтернет, які можуть використовуватися для укладення договорів на відстані [5].

Розвиток комп'ютерних, інформаційних систем і телекомунікаційних технологій призвів до формування нового виду економічної діяльності – електронного бізнесу. Варто зазначити, що зріс попит на купівлю та продаж товарів через Інтернет. При звичайному торговельному процесі знайомство з товаром відбувається особисто, в електронному магазині таке ознайомлення з товаром відбувається шляхом уважного вивчення покупцем інформаційного опису й відповідних характеристик товару, хоча трапляються випадки, коли інформація надається не в повному обсязі. Тому, щоб забезпечити правовий порядок дистанційного укладення й виконання правочинів із застосуванням електронних інформаційно-комунікаційних засобів і технологій, у законодавство України варто внести деякі зміни, зокрема, в галузі електронної комерції потрібно вносити зміни з урахуванням вимог Директиви 2000/31/ЄС Європейського парламенту та Ради «Про деякі правові аспекти інформаційних послуг, зокрема, електронної комерції, на внутрішньому ринку» («Директива про електронну комерцію» від 08.06.2000 р.). Зміни потрібно внести до ч. 1 ст. 13 Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ і доповнити її п. 7, де зазначити ще один вид продажу: «продаж товарів через мережу Інтернет». Також до Закону України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ слід унести зміни, які повністю б регулювали відносини у сфері електронної торгівлі.

Отже, право споживачів на інформацію можна класифікувати за такими критеріями:

1. За формою існування:
 - усна;
 - письмова.
2. За способом надання інформації:
 - у супровідній документації;
 - на етикетці;
 - шляхом маркування;
 - іншим способом.
3. За місцем надання:
 - безпосереднє місце продажу товару;
 - дистанційний спосіб.
4. За предметним складом:
 - назва товару;



- дані про властивість і склад продукції;
- відомості про вміст шкідливих речовин;
- дані про ціну, умови та правила придбання і зберігання продукції;
- дату виготовлення та строк придатності;
- гарантійні зобов'язання виробника;
- правила й умови ефективного та безпечного використання продукції;
- найменування й місцезнаходження виробника.

Слід підкреслити, що не кожен споживач реалізує своє право на інформацію, і частіше це трапляється через їх необізнаність. На практиці є випадки, коли продавці, зловживаючи правом на інформацію, обдурюють покупців, даючи неправдиву або неповну інформацію, з метою отримання прибутку, але це відповідальність продавця. Тому споживачам потрібно ретельно реалізовувати своє право на інформацію, щоб надалі робити правильний вибір на користь товарів належної якості.

Висновки. Отже, варто зазначити, що право на інформацію вважається одним із основних прав споживачів під час придбання, замовлення або використання товарів. З викладеного матеріалу витікає, що право споживачів на інформацію включає в себе таке: право на свої дії, право на чужі дії, право на захист. Адже, якщо споживач володіє необхідною, доступною, достовірною та своєчасною інформацією, він має можливість свідомо та компетентно вибрати товар, що буде безпечним для його життя і здоров'я. Це право передбачене, зокрема, Законом України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ, де повністю розкривається його зміст. Право споживачів на інформацію можна класифікувати за різними критеріями. Наприклад, за формою існування, за способом надання, за місцем надання, за предметним складом. Оскільки останнім часом поширилася купівля-продаж товарів через Інтернет, слід унести зміни до законодавства України, які регулювали б відносини, що виникають у сфері електронної комерції.

Список використаних джерел:

1. Керівні принципи для захисту інтересів споживачів : Затверджені резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 09.04.1985 р. // Бюлетень законодавства і юридичної практики України. – К., 1999. – № 6. – Ст. 463.
2. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
3. Науково-практичний коментар до Закону України «Про захист прав споживачів» / [Г.Г. Антуха, Д.І. Афанасєв, В.В. Дяков та ін.]. – К. : «Видавничий дім «Професіонал», 2011. – 388 с.
4. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
5. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.
6. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/%D0%BF%D1%80%D0%BE%20%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8E>.
7. Ожегов С.И. Словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М., 1984. – 816 с.
8. Левшина Т.Л. Основы законодательства о защите прав потреби тела / Т.Л. Левшина. – М. : Юрид. лит., 1994. – 158 с.
9. Іваненко Л.М. Правове регулювання захисту прав споживачів : [навчальний посібник] / Л.М. Іваненко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 258 с.
10. Єременко В.І. Угорське законодавство про заборону несумісної комерційної практики / В.І. Єременко // Законодавство і економіка. – 1996. – № 9–10.
11. Про рекламу : Закон України від 03.07.1996 р. № 270/96-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80?nreg=270%2F96-%E2%F0&find=1&text=%E7%E0%E1%EE%F0%EE%ED%FF%BA&x=0&y=0>.
12. Про підтвердження відповідності : Закон України від 17.05.2001 р. № 2406-ІІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2406-14>.
13. Про затвердження Переліку продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації в Україні : Наказ Держспоживстандарту України від 01.02.2005 р. № 28 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0466-05>.

