



О. П. Письменна*

ПРАВО НА ІНФОРМАЦІЮ ПРО ТОВАРИ, РОБОТИ (ПОСЛУГИ) В СИСТЕМІ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ

З часу прийняття незалежності України, переходу до ринкової економіки, поширенням господарських зв'язків з іноземними країнами, збільшенням товарообігу, імпорту та експорту товарів дедалі актуальнішим стає питання захисту прав фізичних осіб-споживачів при придбанні ними товарів, робіт (послуг). Актуальність цього питання підтверджується також створенням могутньої рекламної індустрії та розвитком засобів масової інформації, зростанням обсягів виробництва предметів довгострокового користування, використанням хімічних товарів, синтетичних та інших штучних матеріалів, розвитком інституту споживчого кредиту з високими ставками.

Окремі питання щодо захисту прав споживачів були предметом багатьох монографічних та дисертаційних досліджень таких вчених, як: С. А. Косінова¹, Т. О. Кагала², О. М. Готіна³, Г. А. Осетинської⁴ та інш.

Разом із цим кількість позовів до суду та звернень у державні органи і громадські об'єднання зі скаргами про порушення в споживчій сфері свідчать про актуальність та доцільність проведення подальших досліджень в обраному напрямку.

Одним з актуальних питань сьогодення залишається питання про отримання споживачем необхідної йому інформації про товар, роботу (послугу). Разом із цим постає необхідність визначення обсягу інформації, яку необхідно надавати кожній фізичній особі про якість, призначення, специфічні властивості продукції тощо. Предметом даного дослідження є визначення права на інформацію як складового елемента в системі прав споживачів.

Тривалий час право на інформацію не було сформульовано як юридична категорія та не було закріплено у законодавстві. Світовий "інформаційний бум", процеси демократизації суспільства, що відбулися як за кордоном, так і у нашій країні активізували кількість наукових розробок у сфері правової регламентації інформаційних відносин, що призвело до законодавчого закріплення терміна "право на інформацію" та забезпечення його певними правовими механізмами реалізації.

У юридичній літературі існують різні думки щодо природи права на інформацію. Право на інформацію відносять до культурних прав і свобод⁵; розглядають як складову частину свободи слова та друку; як умовне визначення цілої групи прав і свобод: свободи слова чи свободи вираження думок, право на одержання інформації, свобода поширення інформації⁶. Разом з цим право на інформацію не охоплюється повністю свободою слова та друку. Воно багатше, змістовніше за них, має свою субстанцію та відіграє роль у задоволенні певних інтересів суб'єктів⁷.

Терміном "право на інформацію" прийнято позначати сукупність правомочностей людини на отримання, зберігання та розповсюдження інформації.

По суті право на інформацію стало врівень з природними правами людини. Якщо людина отримує інформацію, переробляє її і генерує нову, то вона може стати повноправним членом суспільства⁸.

© Письменна О. П., 2008

* доцент кафедри правознавства Вінницького державного аграрного університету, кандидат юридичних наук

¹ Косінов С. А. Теоретичні проблеми захисту прав споживачів в Україні за договором купівлі-продажу: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. — Х., 1999. — 20 с.

² Кагал Т. О. Організаційно-правові питання забезпечення захисту прав споживачів в сфері якості товарів: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук.: 12.00.07. — К., 1998. — 20 с.

³ Готін О. М. Кримінальна відповідальність за випуск або реалізацію недоброякісної продукції в умовах ринкової економіки (проблеми теорії та практики): Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.08. — К., 2003. — 21 с.

⁴ Осетинська Г. А. Цивільно-правовий захист прав споживачів за законодавством України: Автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.03. — К., 2006. — 20 с.

⁵ Погорілко В. Ф. Права та свободи людини та громадянина в Україні. — К.: Ін-юре, 1997. — С. 35-39.

⁶ Конституційне право України / За заг. ред. П. М. Рабіновича. — К.: Ін Юре, 1997. — С. 29.

⁷ Малько А. В. Право громадянина на інформацію // Общественные науки и современность. — 1995. — № 5. — С. 58.

⁸ Хижняк В. С. Право человека на информацию. — Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 1998. — С. 10.



Таким чином, право на інформацію в загальновизнаному розумінні — це право на отримання різного роду відомостей, що необхідні для здійснення всіх життєвих функцій як кожної людини окремо, так і окремих об'єднань осіб, суспільства в цілому. Сама ж реалізація права на отримання інформації є основою процесу інформаційного забезпечення економічного та соціального розвитку суспільства, свого роду певним “вихідним пунктом” цього процесу та одночасно його кінцевою метою⁹.

Право на інформацію включає в себе право здійснювати цілий комплекс дій. Це є збір певних відомостей, їх передача та отримання.

Право на інформацію закріплене також у системі прав споживачів, які закріплені у схвалених резолюцією Генеральною Асамблеєю ООН “Керівних принципах для захисту інтересів споживачів” від 09.04.1985 р.¹⁰, серед яких також є: право на безпеку товарів; право на вибір товарів; право на виявлення своїх думок; право на задоволення основних потреб; право на відшкодування шкоди; право на освіту; право на здорове навколишнє середовище.

Як відомо, вагоме значення для визначення належної якості товару, роботи (послуги) має інформація про них, поширена виробниками (виконавцями), продавцями і рекламодавцями. У відповідності до ст. 6 Закону України “Про захист прав споживачів” продавець зобов'язаний надати покупцеві необхідну і достовірну інформацію про товар, пропонуваній до продажу, що відповідає встановленим законом, іншими правовими актами і звичайно пропонованим у роздрібній торгівлі вимогам до змісту і способів надання такої інформації.

Відповідно до п. 4 ч. 1 ст. 4 Закону України “Про захист прав споживачів”, споживач вправі вимагати надання необхідної і достовірної інформації про виробника (виконавця, продавця), режим його роботи і реалізовані ним їм товари, роботи (послуги). Зазначена інформація в наочній і доступній формі доводиться до відома споживачів при укладенні договорів купівлі-продажу і договорів про виконання робіт (надання послуг) способами, прийнятими в окремих сферах обслуговування споживачів, як правило, державною мовою.

Інформація про товар особливо важлива для забезпечення його якості чи виявлення наявності недоліків у тих випадках, коли договором умова про його якість не зазначена. Це можливе, коли на товарі чи його обгортці та/або у документації, що додається, не міститься інформації про якість товару, а зазначена інформація існує самотійно, наприклад, у засобах масової інформації. Види та зміст інформації розрізняються в залежності від особливостей правовідносин, об'єктом яких виступають товари (роботи, послуги).

Закон України “Про захист прав споживачів” встановив незаперечну презумпцію “непроінформованості” споживача, яка позбавляє зацікавлену сторону при розгляді вимог споживача про відшкодування збитків, заподіяних наданням недостовірної або недостатньо повної інформації про товар, роботу (послугу), можливості посилатися на проінформованість споживача (у тому числі професійну) у відповідних питаннях.

До того ж Закон України “Про захист прав споживачів” однозначно встановлює, що в цьому випадку необхідно виходити з припущення про відсутність у споживача спеціальних пізнань про властивості і характеристики товару (роботи, послуги).

Неспростовність презумпції означає такий ступінь імовірності передбачуваного факту, що це робить зайвим його доведення або спростування. Неспростовність презумпції у праві не означає, що це правове припущення не можна спростувати в принципі.

Спростувати його можливо, проте це не буде мати ніякого юридичного значення. Доказування зворотного просто не буде братись судом до уваги¹¹.

Продавець (виробник) товару повинен надати споживачу всю необхідну інформацію про товари, роботи (послуги). На жаль, Закон не розкриває поняття “необхідна інформація”.

Новий тлумачний словник української мови¹² тлумачить слово “необхідна” як “без якої не можна обійтися; конче потрібна”.

⁹ Тиновіцкая И. Д. Право на информацию и механизм его реализации. // Труды Института законодательства и сравнительного правоведения. — М., 1992. — № 52. — С. 29.

¹⁰ Керівні принципи для захисту інтересів споживачів: Затверджені резолюцією Генеральної Асамблеї ООН від 09.04.1985 р. // Бюлетень законодавства і юридичної практики України. — 1999. — № 6.

¹¹ Дмитриева О. В. Ответственность без вины в гражданском праве. — Воронеж, 1998. — С. 71-72.

¹² Новий тлумачний словник української мови в 3-х томах. — К.: АКОНП, 2007. — Том 2. — С. 347.



Таким чином, під необхідною інформацією повинна розумітися інформація, що, відповідно до Закону, є обов'язковою. До того ж Закон України "Про інформацію" також не дає визначення достовірної інформації.

Слово "достовірна" у новому тлумачному словнику української мови¹³ трактується як "яка не викликає сумніву, цілком вірна, точна".

Думається, що під достовірною інформацією необхідно розуміти інформацію, у якій відомості відповідають дійсності.

Доступна для споживача форма доведення інформації означає, що інформація повинна бути надана у доступній формі, що дозволяє споживачеві зрозуміти її зміст.

Способи доведення інформації до споживача визначаються в нормативних актах. Іншими словами, ці вимоги є імперативними і за ними оцінюється виконання юридичного обов'язку продавців (виробників) товарів.

Дії щодо ненадання інформації чи надання її не в повному обсязі є протиправними тоді, коли це може привести до виникнення шкоди як внаслідок невірного використання товару чи внаслідок відсутності у товарі тих властивостей, що нібито повинні бути йому властиві.

Відсутність чи неповна обов'язкова інформація про товари, роботи (послуги), особливо в частині, що стосується їх безпеки товарів та можливості їх використання може розглядатися як підстава щодо заборони на продаж, а у випадку реалізації — у якості підстави для визнання договору недійсним.

Інформація про виробників, виконавців, продавців, їх найменування, організаційно-правову форму, місце знаходження, державну реєстрацію повинна бути доведена до відома споживачів незалежно від місця торгівлі та надання послуг, виконання робіт.

Інформація про товари, роботи (послуги) повинна містити:

- назву товару;
- зазначення нормативних документів, вимогам яких повинні відповідати вітчизняні товари, роботи (послуги);
- дані про основні властивості товарів, робіт (послуг), а щодо продуктів харчування — про склад (враховуючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, у тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів, а також іншу інформацію, що поширюється на конкретний продукт; відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин порівняно з вимогами нормативно-правових актів та нормативних документів і протипоказання щодо застосування;
- позначку про застосування генної інженерії під час виготовлення товарів;
- дані про ціну (тариф), умови та правила придбання товарів (виконання робіт, надання послуг);
- дату виготовлення; відомості про умови зберігання;
- гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);
- правила та умови ефективного і безпечного використання товарів, робіт (послуг);
- термін придатності (служби) товарів, робіт (послуг), відомості про необхідні дії споживача після його закінчення, а також про можливі наслідки у разі невиконання цих дій;
- найменування та адресу виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Продавець, що не надав покупцеві можливість одержати відповідну інформацію про товар, несе відповідальність і за недоліки товару, що виникли після його передачі покупцеві, стосовно яких покупець доведе, що вони виникли у зв'язку з відсутністю у нього такої інформації.

Інформація про товар особливо важлива для визначення його доброякісності або наявності недоліків у тих випадках, коли договором умова про якість не передбачена. Це можливо, коли на самому товарі, його упаковці, у прикладеній документації не міститься

¹³ Там само. — С. 598.



ніякої інформації про якість товару, а зазначена інформація існує самостійно, наприклад, у засобах масової інформації.

Обов'язок надання інформації про товари, роботи (послуги) спрямований на те, щоб забезпечити споживачеві можливість компетентного вибору (інформація про призначення товару, його якості, умови використання, гарантії та ін.). При цьому виробник (виконавець, продавець) сам повинен визначати необхідний обсяг цієї інформації.

Якщо надання недостовірної інформації спричинило неможливість використання придбаного товару, роботи (послуги) за призначенням, споживач вправі вимагати надання йому в розумно короткий термін належної інформації. Звичайно, неможливість використання придбаного товару (роботи, послуги) за призначенням може бути наслідком різних причин.

Однак у цьому випадку причиною неможливості використання товару за призначенням варто вважати надання недостатньо повної або недостовірної інформації, результатом чого є неможливість “запустити”, “задіяти” придбаний товар через відсутність відповідних інструкцій або відремонтувати його через відсутність необхідної інформації про організації з ремонту та техобслуговування та ін.

Термін надання належної інформації встановлюється споживачем самостійно і доводиться до продавця (виконавця) у письмовому вигляді. Якщо інформація в обговорений термін не буде надана, споживач вправі розірвати договір і вимагати повного відшкодування збитків. При цьому споживач зобов'язаний повернути товар (виконану роботу) виробникові (виконавцеві, продавцеві).

Недостовірна інформація може стати причиною виникнення недоліків товару (роботи) після передачі його споживачеві, може заподіяти шкоди його життю, здоров'ю й майну.

Заподіяння шкоди життю, здоров'ю, майну споживача, а також природним об'єктам, що знаходяться у власності споживача, може наступити в результаті надання недостовірної або неповної інформації про товар, наприклад, товар, роботи (послуги) харчування, способи і правила безпечного використання товару, його збереження й утилізацію, про термін служби (придатності, реалізації), необхідні дії при закінченні терміну придатності та ін.

Підсумовуючи наведене, варто зробити висновок, що право споживача на інформацію про товари, роботи (послуги) займає важливе місце серед інших суб'єктивних прав, тому що саме від обізнаності про властивості товару, робіт (послуг) може залежати не тільки здоров'я, але й життя фізичних осіб. Інформація про товар, роботи (послуги) повинна бути достовірною, повною, зрозумілою для сприйняття особою, що не володіє спеціальними технічними та ін. глибокими знаннями у певній галузі. Ненадання інформації про товари, роботи (послуги) чи надання неповної чи недостовірної інформації є одним з порушень у споживчій сфері.

*Стаття рекомендована до друку кафедрою правознавства
Вінницького державного аграрного університету
(протокол № 5 від 24 грудня 2007 року)*

