

РЕГЛАМЕНТАЦІЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ НА БЕЗПЕКУ І ЯКІСТЬ ТОВАРІВ, РОБІТ, ПОСЛУГ (АНАЛІЗ ЗАРУБІЖНОГО ЗАКОНОДАВСТВА)

Одним з пріоритетних напрямків державного регулювання є захист прав громадян – споживачів товарів, насамперед захист прав споживачів на якість і безпеку товарів, робіт, послуг.

Українське законодавство в цьому питанні має потребу в подальшому розвитку. Прийняття України в Раду Європи, визнання її Європейським комітетом зі стандартизації (СЕ) членом-передплатником відповідно до Угоди про співробітництво і партнерство України в ЄС вимагає зближення його принципів і норм із європейським законодавством. Це тим більше актуально для законодавства, що регламентує права споживачів, тому що Україна має намір стати членом Всесвітньої торгової організації.

Велику увагу питанням безпеки і якості товарів, робіт, послуг приділено у прийнятій Кабінетом Міністрів України Програмі захисту прав споживачів на 2003–2005 рр., зокрема, мова йде про розробку системи оповіщення населення про появу на ринку небезпечних для життя продуктів.

Метою даної статті є аналіз зарубіжного законодавства, що регламентує права споживачів на безпеку і якість товарів, робіт, послуг.

Насамперед, варто звернути увагу на те, що в зарубіжних країнах право споживача на безпеку і якість товарів, робіт, послуг регламентується як законодавством про захист прав споживачів, так і конкурентним і антимонопольним законодавством. Так, угорське законодавство про заборону недобросовісної комерційної практики надає можливість органу з питань захисту прав споживачів пред'явити позов у суд, якщо це стосується широкого кола споживачів або заподіяна значна шкода. При цьому позови можуть пред'являтися й у тих випадках, коли неможливо встановити конкретних споживачів, інтереси яких порушені [1, с.84–88].

У французькому законодавстві про захист прав споживачів діють наступні принципи: у договорах за участю споживача на підприємця покладається інформаційний обов'язок; підприємець повинний гарантувати безпеку товарів і послуг; введено поняття «відповідальність за продукт» – відповідальність за шкоду, заподіяна недоброякісним продуктом. Так, ст.1 Закону «Про безпеку споживачів» [2] установлює, що продукти і послуги повинні гарантувати безпеку, яку можна правомірно від них очікувати при використанні в звичайних умовах, а також в умовах, розумно передбачуваних споживачем, а також не заподіювати шкоди здоров'ю людей.

Закон визначає особливості відповідальності за шкоду, заподіяну продуктами: виробник або продавець несе відповідальність і при відсутності вини; право вимагати відшкодування визнається за будь-яким споживачем, навіть якщо він не був у договірних відносинах із продавцем; споживач може звернутися безпосередньо до виробника.

Питанню безпеки і якості товарів, робіт, послуг приділяє велику увагу і Європейське співтовариство. Так, Європейська Рада 27.01.77р. відкрила для підписання Страсбургську конвенцію про відповідальність за продукти у випадку заподіяння ними тілесної шкоди або смерті. Положення цієї Конвенції були сприйняті у Франції згаданим Законом №83–660 від 21.07.83р., а 25 липня 1985р. була прийнята директива ЄС, спрямована на зближення законодавства держав – членів у питанні відповідальності виробника за шкоду, заподіяну дефектним товаром. Український законодавець також повинний більш уважно поставитися до питання відповідальності виробника за безпеку товарів, що у свою чергу буде сприяти підвищенню якості вироблених товарів, а отже і їхньому виходу на світовий ринок. Першим кроком на цьому шляху стало прийняття Закону України «Про якість і безпеку харчової продукції і продовольчої сировини» [3]. Закон передбачає обов'язкову вимогу до виготовлювача вказувати на етикетці повне найменування продукції, її склад, найменування й адресу виготовлювача, інші реквізити (всього 13 позицій), по яких можна безпомилково визначити, яка і чия це продукція.

Велика роль у регламентації прав споживача на безпеку і якість товарів, робіт, послуг приділяється змісту договорів за участю споживача. Так, у ФРН виданий закон про право відмовитися від угоди, укладеної на ходу і від інших угод такого ж роду від 16.01.1986р., відповідно до якого угоди, що містять відступи від норм закону у бік погіршення положення споживача, закон недійсними [2, с. 48–49]. У Франції Закон №78–23 від 10.01.78р. «Про захист і інформацію споживачів продуктів і послуг» ввів систему контролю за змістом договорів за участю споживачів. Зокрема, у ньому передбачені умови, що можуть бути визнані в подібних договорах недійсними, якщо вони нав'язані споживачу економічно більш сильною стороною і дають останній не виправдані переваги.

Слід зазначити, що правовий захист споживачів у Франції має давню історію. Ще Закон від 01.08.1905р. «Про обманні дії і фальсифікацію продуктів і послуг» встановлював відповідальність за обман покупця товару або особи, що одержала послугу з боку комерсанта.

Угорський Закон «Про заборону недобросовісної комерційної практики» від 20.11.1990р. також забороняє обман споживачів з метою збуту товарів. Законом передбачене припинення не тільки помилкової реклами в ході впровадження товарів і послуг, але і будь-якої інформації, що вводить споживачів в оману.

До такої інформації відносяться: неточне твердження або неправильне уявлення точних фактів щодо істотних властивостей товару, його складу, використання, впливу на здоров'я і навколишнє середовище; некоректне порівняння товарів; приховання фактів невідповідності товарів вимогам правових положень, звичаїв; маркірування товарів товарними знаками, що вводять в оману; реклама товарів, що не знаходяться в розпорядженні виробників або знаходяться в їхньому розпорядженні в недостатній кількості або в недостатньому асортименті.

Введенням в оману споживача, відповідно до даного закону є не тільки твердження яких-небудь помилкових зведень, але і замовчування деяких властивостей товару. Забороняється також зіставляти і порівнювати властивості різних товарів у рекламних цілях [1, с. 88]

В Україні таке законодавство тільки початок створюватися. У 1996 році був виданий Закон «Про захист від недобросовісної конкуренції» [4], але він не містить згадування про захист прав споживачів. У тому ж році був прийнятий Закон «Про рекламу» [5], що забороняє подавати відомості або закликали до дій, що заподіюють або можуть заподіяти шкоду здоров'ю людей. Він також передбачає створення Міжвідомчої ради до реклами, що покликана контролювати цей процес в Україні.

У США рекламу контролюють Федеральні торгові комісії. Комісія вважається провідним законодавцем і розроблювачем нормативної бази і займається захистом прав споживачів. У Канадському парламенті є постійно діюча комісія, що розробляє відповідні законодавчі акти, а Міністерство з питань захисту прав споживачів контролює виконання цих нормативних документів [6, с. 3].

Французький Ордонанс № 86–1243 від 01.12.86р. «Про волю цін і конкуренції» установлює, що в секторах або сферах, де конкуренція цін обмежена через існування монополії або тривалих труднощів з постачанням, або обмежена положеннями законів чи регламентом, Держрада може своїм декретом регламентувати ціни після консультації з радою по конкуренції. Тимчасові міри проти надмірного росту цін, які диктує кризове положення, надзвичайні обставини, публічні дії або явно ненормальне положення на ринку у визначеному секторі економіки застосовуються на термін до шести місяців [7, с.16].

Варто погодитися з думкою В.К. Мамутова й О.О. Чувпило, що захист прав споживачів у європейському законодавстві варто розглядати як складову частину європейського антимонопольного законодавства. Тут норми права, що захищають права споживачів, являють собою третю ланку, що замикає відносини між виробниками і споживачами. Перші два – це конкурентне й антимонопольне законодавства [8, с. 352]. Це твердження підтверджується закордонним законодавством. Так, англійський закон «Про справедливу торгівлю» 1973р., що представляється деяким англійським юристам «потенційно найбільше що далеко йде законодавчим актом» [2, с.50] відбиває широко розповсюджений в Англії, та й в інших європейських країнах, погляд на існування причинно-наслідкового зв'язку між положенням споживачів і «вільною конкуренцією». Даний Закон встановлює систему державних органів, покликаних забезпечувати «справедливу торгівлю». До числа таких органів відносяться: Генеральний директор по справедливій торгівлі, Консультативний комітет із захисту споживачів, а також Комісія з питань монополій і злиттів в області захисту прав споживачів. Закон надає Генеральному директору значні повноваження в забезпеченні прав споживачів на безпеку і якість товарів, робіт, послуг. Так, згідно зі ст. 34 закону він вправі вимагати від конкретних осіб припинити ведення комерційної діяльності, що наносить збиток, як економічним інтересам, так і здоров'ю і

безпеці споживачів у Великобританії і що є, на його думку, не справедливим стосовно останнього. Він вправі вимагати від порушників зобов'язань про заходи для безпеки торгівлі, і якщо такого зобов'язання не було одержано або воно не дотримувється, Генеральний директор вправі пред'явити до таких осіб позов у спеціальному суді по обмежувальній практиці. У випадку задоволення позову і невиконання наказу суду відповідачем, останній може бути притягнутий до відповідальності за неповагу до суду [9, с.130].

Усе вищевикладене дозволяє стверджувати, що питання захисту прав споживачів, розвитку конкуренції й обмеження монополізму на ринку товарів і послуг повинні розглядатися законодавцем як взаємозалежний і взаємозалежний процес, тому що в вони мають загальну мету – насичення ринку високоякісними товарами.

Практика й аналіз діючого законодавства нашої країни, прийняття України в Раду Європи, а також прагнення стати членом Всесвітньої Торгової організації, вимагають подальшого удосконалення правової бази господарювання, її реформування відповідно до законодавства світових об'єднань (ГААТа, Ради Європи й інших).

Аналіз зарубіжної практики і тенденції розвитку українського законодавства й української правової науки, дозволяють зробити висновок про те, що захист прав споживачів є проблемою багато аспектною, тому її варто розглядати як окремо узятий правовий інститут. При цьому, зазначена багатоаспектність вимагає узгодження нормативного змісту законодавства про захист прав споживачів (зокрема правового регулювання прав споживачів на безпеку і якість товарів, робіт, послуг) у комплексі з іншими публічно-правовими інститутами, зокрема з антимонопольним і конкурентним законодавством.

Список літератури: 1. Еременко В.И. Угорське законодавство про заборону несумлінної комерційної практики// Законодавство й економіка. 1996. № 9–10. 2. Гражданское, торговое и семейное право капиталистических стран: Сб. нормативных актов / За ред. В.К.Пучинского, М.И.Кулагина. М., 1989. 3. Про якість і безпеку харчової продукції і продовольчої сировини: Закон України. ВВСУ, 1998. № 19. Ст. 98. 4. Про захист від несумлінної конкуренції: Закон України від 07.08.96 р. ВВРУ, 1996. № 36. Ст. 164 // Голос України від 17.12.97р. 5. Про рекламу: Закон України. ВВРУ, 1996. № 39.Ст. 181. 6. Єрмаков В. З правовим нігілізмом настав час кінчати // Ділові новини. 1996, № 11. 7. Комах Е. Регламентация товаров з метою захисту прав споживачів // Підприємництво, господарство і право. 1997. № 7. 8. Мамутов В.К., Чувпило О.О. Господарче право зарубіжних країн: Підручник. К., 1996. 9. Комах Е. Регулювання діяльності торгових підприємств (питання захисту прав споживачів) // Бізнес інформ. 1999. № 9-10.

Надійшла до редколегії 21.06.04

О.М. Мельник

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ПРОЯВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ КУЛЬТУРИ

У своєму розвитку людство все більше використовує можливості фантазії й інтелекту. Воно усвідомило, що результати інтелектуальної, творчої