

## **ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ ЮРИДИЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ЗА НЕНАЛЕЖНЕ ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ТОВАРІВ**

*Виходячи з позиції продавця (виробника) споживча товарна інформація – це відомості про товар, призначені для створення йому споживчих переваг, тобто таких, що показують споживачеві можливі, внаслідок його придбання і подальшого споживання, вигоди. Така інформація спрямована в кінцевому результаті на споживачів, і тому містить дані про найпривабливіші і найважливіші споживчі властивості товарів [1, с. 82]. Але чи завжди така інформація достатньою мірою співвідноситься з поняттям якості та безпеки продукції?*

В Україні право споживача на інформаційне забезпечення захищено Законом України “Про захист прав споживачів”. Зокрема, ст. 4 Закону передбачає право споживачів, які знаходяться на території України під час придбання, замовлення, чи використання товарів, на необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари (роботи, послуги), їх кількість, якість, асортимент, а також про їх виробника [2]. Закон визначає, де повинна бути надана ця інформація і які відомості вона має містити. У спеціальній літературі ці вимоги часто називають принципом “Три Д”: достовірність, доступність і достатність [3, с. 47].

*Вимога достовірності – передбачає правдивість і об’єктивність подання відомостей про товар, відсутність у їх поданні дезінформації і суб’єктивізму, які вводили б користувачів інформації в оману.*

Недостовірна інформація може бути спричинена недостатніми фаховими знаннями суб’єктів, які її подають, або нечіткими вимогами до певних даних (відомостей).

*Вимога доступності інформації – пов’язана з принципом інформаційної відкритості відомостей про товар для всіх користувачів.*

Інформація повинна доводитися в наочній і доступній формі. Доступна для споживача форма доведення інформації про якість товару (послуги) означає, що інформація повинна бути надана у формі (письмовій або усній), яка дозволяє споживачеві зрозуміти її зміст.

Пункт 21 Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення містить положення про те, що “...суб’єкт господарювання зобов’язаний: надавати споживачеві у доступній формі необхідну, достовірну та своєчасну інформацію про товари; усіляко сприяти споживачеві у вільному виборі товарів і додаткових послуг...” [4].

Стаття 7 Закону України “Про безпечність та якість харчових продуктів” містить заборону щодо реалізації і використання вітчизняних та ввезення в Україну імпортованих харчових продуктів без маркування державною мовою України, що містить у доступній для сприйняття споживачем формі інформацію [5].

*Достатність* інформації має розглядатися як її раціональна насиченість, що включає надання як *неповної*, так і *зайвої* інформації.

**Неповна** інформація – це відсутність певних відомостей про товар. Така неповна інформація одночасно може бути і недостовірною, а товари фальсифікованими.

Відповідно до ЗУ “Про захист прав споживачів” фальсифікована продукція – продукція, виготовлена з порушенням технології або неправомірним використанням знака для товарів та послуг, чи копіюванням форми, упаковки, зовнішнього оформлення, а так само неправомірним відтворенням товару іншої особи [2].

Науковці ж розглядають фальсифікацію дещо ширше і виділяють декілька її видів:

1) *якісна фальсифікація* – це заміна товару вищої градації якості товаром нижчої градації, застосування сировини чи матеріалів неналежних виду або якості, в продовольчих товарах – харчових чи нехарчових добавок для покращення органолептичних властивостей продуктів харчування при збереженні чи втраті більш важливих споживчих властивостей. Залежно від ступеня шкоди, що завдається людині внаслідок споживання фальсифікованої продукції, розрізняють два види якісної фальсифікації:

- безпечна для здоров'я та життя людини;
- небезпечна при споживанні сфальсифікованого продукту.

При безпечній фальсифікації споживачеві завдається матеріальна та моральна шкода, а при небезпечній – ще й шкода здоров'ю. Тому при цих двох різновидах фальсифікації передбачено різні ступені адміністративної (ст. 155, 155-2, 156-1, 164-3 КпАП) та кримінальної відповідальності (ст. 225, 226, 227, 229 КК).

2) *вартісна фальсифікація* – це введення споживача в оману шляхом реалізації низькоякісних товарів за цінами високоякісних або товарів менш розмірних характеристик за цінами товарів з більшими розмірними характеристиками. Така фальсифікація дозволяє отримувати незаконний прибуток. За вартісну фальсифікацію передбачена кримінальна відповідальність.

3) *інформаційна фальсифікація* – це введення споживача в оману за допомогою неточної або спотвореної інформації про товар. Будь-який вид фальсифікації з тих, що вже розглядалися, в більшості випадків обов'язково доповнюється фальсифікацією інформації про товар, адже інакше фальсифікація легко виявляється [6, с. 243-254].

Нині практично не існує жодної групи товарів, де б ми не знайшли фальсифікованої продукції.

Не зважаючи на гостроту даної проблеми, норми відповідних правових актів України щодо відповідальності суб'єктів господарювання за порушення законодавства про захист прав споживачів, на наш погляд є досить декларативними. Адже санкції, що передбачені відповідними статтями Кодексу України про адміністративні правопорушення, Кримінального кодексу України, Закону України “Про захист прав споживачів” та іншими нормативно-правовими актами, є надто “м'якими” і не виконують, на нашу думку ні своєї карної, ні, тим більше, попереджувальної функції.

Правовий захист прав споживачів повинний бути спрямований на те, щоб дії виробників (виконавців, продавців) стосовно них ставилися у тверді рамки, і будь-яка їхня дія, що обертається для споживачів і суспільства тим або іншим збитком, ставала якщо не неможливою, то принаймні карною.

### Література

1. Несмелов, Н. М. Основы и пути сохранения качества товаров [Текст] : учеб. Пособие / Н. М. Несмелов. – Минск. : БГЭУ, 1998. – 115 с.
2. Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] : Закон України від 01.12.2005 № 3161-IV. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
3. Полікарпов, І. С. Товарна інформація [Текст] : підручник / І. С. Полікарпов, О. В. Шумський. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 616 с.
4. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 № 833 ; в редакції від 29.09.2007. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
5. Про безпечність та якість харчових продуктів [Електронний ресурс] : Закон України від 23.12.97 № 771/97-ВР ; в редакції Закону № 2809-IV від 06.09.2005 / за станом на 30.12.2009. – Режим доступу : [www.rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
6. Полікарпов, І. С. Ідентифікація товарів [Текст] : підручник / І. С. Полікарпов, А. П. Закусілов. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 344 с.

Маланчук, Т.В. Проблеми ефективності юридичної відповідальності суб'єктів господарювання за неналежне інформаційне забезпечення споживачів товарів [Текст] / Т.В. Маланчук // Актуальні проблеми правового регулювання фінансово-кредитних відносин в умовах кризи : практика правозастосування і шляхи її вдосконалення: зб. тез доп. Міжнародної науково-практичної конференції ( 4-5 червня 2010 р.). - Суми: НБУ, Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, УАБС НБУ, 2010. - С. 280-283.