

УДК 346:339.138](477)

*Т.В. Маланчук, асистент кафедри цивільно-правових дисциплін та банківського права
ДВНЗ “Українська академія банківської справи Національного банку України”*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ТОВАР ЯК СКЛADOVA ПРАВА СПOЖИВАЧА НА НАЛЕЖНУ ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

У статті досліджуються питання права споживача на інформацію про товар (роботу, послугу) як складової права споживача на якість товару (роботи, послуги) у ракурсі питання якості безпосередньо продовольчих товарів; проблеми та прогалини законодавства України щодо врегулювання даного питання та пов'язані з цим негативні наслідки для споживачів.

Ключові слова: якість продукції, інформація про товар, споживча товарна інформація, продукція, що містить складові генної інженерії, шкідливі компоненти і обмеження у їх споживанні, екологічно чистий продукт, екологічне маркування.

Постановка проблеми. Споживчий ринок України на сучасному етапі характеризується різноманітністю, складністю і динамічністю технологій виробництва, багаторазовим збільшенням кількості суб'єктів господарювання, він насичений величезною кількістю різноманітних товарів, асортимент яких постійно і швидко оновлюється, розширюється, поповнюється і поглиблюється. Така ситуація, без сумніву, є позитивною ознакою становлення ринкової економіки країни в цілому, але в такому випадку перед суб'єктами ринку постає проблема забезпечення якісною товарною інформацією. Це означає, що подана інформація повинна відповідати інформаційним потребам усіх суб'єктів ринку: споживачів, виробників та комерсантів. Зокрема, споживачів вона повинна захистити від потенційної шкоди, якої їм може завдати споживання недоброякісних та фальсифікованих виробів, і забезпечити таким чином реалізацію їх прав. Для виробників належне, з погляду вимог сучасного ринку, інформаційне забезпечення їхніх товарів, за інших рівних умов (високий рівень якості, відповідна цінова політика) означає суттєве підвищення конкурентоспроможності останніх і надання їм споживчих переваг порівняно з аналогами, щодо яких така інформаційна підтримка відсутня або недостатня. При цьому громадянин-споживач на ринку опиняється в нерівних умовах у порівнянні зі своїми контрагентами – продавцями, виробниками, виконавцями. Ця нерівність зумовлюється не тільки непорівнянними економічними обмеженнями споживачів у порівнянні із суб'єктами господарювання, але і як правило відсутністю у споживачів спеціальних знань у галузях економіки, права, техніки, технологій тощо.

Невирішені раніше частини проблеми. Ввезення на територію України та випуск вітчизняними виробниками неякісних, фальсифікованих, а іноді і радіоактивних товарів, що прямо загрожують здоров'ю і життю споживачів, є реальною проблемою сьогодення. Зазначені товари, як правило, не мають сертифікатів якості чи відповідності, не містять достатньої інформації про їхнього виробника, склад і властивості, гарантійні зобов'язання. Особливо це стосується харчових продуктів і добавок. Ця проблема є досить актуальною, адже на основі тих відомостей, які містить сучасна упаковка товару, покупець фактично не в змозі зробити компетентний вибір потрібного і підходящого для себе товару, чим порушується відповідне право споживача на належну якість продукції. Різноманіття символів та позначень, що містить упаковка товару, позбавляє споживача, у якого немає відповідних знань, права свідомого вибору потрібного товару.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття захисту прав споживачів є темою досліджень та публікацій багатьох науковців та юристів-практиків, адже кожен з нас є споживачем. Зокрема цю тему досліджували: Т. Кагал, Т. Ковальчук, Н. Любецький, Н. Писаренко, О. Зверева, О. Шумський, І. Полікарпов та інші.

Метою цієї статті є дослідження проблеми забезпечення права на інформацію споживача про товар (у ракурсі даної статті – продовольчий товар) як складової права на належну якість товару.

Виклад основного матеріалу. Статтею 4 Закону України “Про захист прав споживачів” встановлено, що право на необхідну, доступну достовірну і своєчасну інформацію про кількість, якість і асортимент продукції є невід’ємним правом будь-якого споживача, який знаходиться на території України [1].

Під інформацією розуміються документовані або привселюдно оголошені відомості [2].

Уся інформація про товари (послуги) повинна доводитися до відома споживачів виробником (продавцем) у технічній документації, на етикетках, а також маркуванням або іншим способом, прийнятим для окремих видів товарів (послуг) або в окремих сферах обслуговування.

Отже, обов’язок продавця (виконавця) надати інформацію про товари (послуги), є не тільки гарантією права споживача на інформацію, але і дає йому можливість реалізувати своє право на належну якість товару (послуги). На основі отриманої інформації споживач може вибрати саме той товар (послугу) і такої якості, яка йому дійсно потрібна.

З правової точки зору, якість продукції – це сукупність властивостей, що відображають безпеку, новизну, довговічність, надійність, економічність, ергономічність, естетичність, екологічність продукції тощо, що надають їй здатність задовольняти споживача відповідно до її призначення [3].

Закон України “Про захист прав споживачів” дає наступне визначення належної якості товару, роботи або послуги: “це властивість продукції, яка відповідає вимогам, встановленим для цієї категорії продукції у нормативно-правових актах і нормативних документах, та умовам договору зі споживачем” [1].

Безпечність харчового продукту – це стан харчового продукту, що є результатом діяльності з виробництва та обігу, яка здійснюється з дотриманням вимог, встановлених санітарними заходами та/або технічними регламентами, та забезпечує впевненість у тому, що харчовий продукт не завдає шкоди здоров’ю людини (споживача), якщо він спожитий за призначенням [4].

Виходячи з позиції продавця (виробника), споживача, 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: харчову цінність, компонентний склад, функціональне призначення, способи експлуатації, вимоги до безпеки та надійності тощо. Барвисті зображення на товарі та упаковці також призначені для посилення емоційного сприйняття їх споживачами і теж посилюють потенційну конкурентоспроможність даного виробу [5, с. 82]. Але чи завжди така інформація достатньою мірою співвідноситься з поняттям якості та безпеки продукції?

Вимоги до товарної інформації диктуються Законом України “Про захист прав споживачів”, згідно з яким останні мають право на одержання необхідної, доступної і достовірної інформації про кількість, якість та асортимент товарів, робіт і послуг [1]. У спеціальній літературі ці вимоги часто називають принципом “Три Д”: достовірність, доступність і достатність [6, 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.

Споживачеві повинна бути надана вся необхідна інформація про товар (послугу) і його якість. Закон виходить з того, що у споживача немає достатніх знань про товар (послугу), яку він хоче придбати [1]. При цьому продавець (виконавець) передбачається професіоналом, який має повну інформацію і знання про товар (послугу). Тому він повинен надати споживачеві інформацію в такому обсязі, щоб у нього склалося чітке

уявлення про властивості товару, його якість і безпеку, правила користування і збереження, і він міг на основі цих відомостей зробити компетентний вибір потрібного і підходящого для себе товару (послуги).

Недостовірною інформацією може бути спричинена недостатніми фаховими знаннями суб'єктів, які її подають, або нечіткими вимогами до певних даних (відомостей). Вимога достовірності юридично закріплена у відповідних статтях або пунктах кількох нормативних документів.

Так, згідно зі ст. 18 Закону України “Про захист прав споживачів” реалізація вимоги достовірності означає для них право отримати достовірні відомості про кількість, якість та асортимент товарів, що забезпечує споживачам можливість їх компетентного вибору. У п. 36 Правил роботи дрібнороздрібної торговельної мережі вказано, що її працівники “...зобов'язані надавати покупцям відповідно до законодавства необхідну, доступну і достовірну інформацію про товари, які є у продажу” [7].

У п. 6. Правил роздрібної торгівлі алкогольними напоями вказано, що “...суб'єкт господарювання зобов'язаний забезпечити ... надання споживачам необхідної, доступної і достовірної інформації про товари, а також на вимогу споживачів – додаткової інформації про наявність сертифікатів відповідності, документів, що підтверджують якість і ціну товарів” [8].

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.

Згідно зі ст. 31, 33, 35 Закону УРСР “Про мови в Українській РСР” від 28.10.89 мовою інформатики, засобів масової інформації, офіційних оголошень, повідомлень, плакатів, афіш, реклами є українська мова. Згідно зі ст. 36 цього Закону, “...маркування товарів, етикетки на товарах, інструкції щодо користування товарами, виробленими в Українській РСР, виконуються українською мовою” [9].

У п. 21 Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення сказано, 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...” [10].

У ст. 7 Закону України “Про якість і безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини” [4] сказано, що “...забороняється реалізація і використання вітчизняних та ввезення в Україну імпортованих харчових продуктів без маркування державною мовою України, що містить у доступній для сприйняття споживачем формі інформацію...”.

Вимога зручності закріплює право споживача на отримання ним інформації у формі, зручній для сприйняття. Так, у старій редакції Правил продажу продовольчих товарів (п. 13) було вказано, що “... до відома покупців, у зручній для сприйняття формі (наочній та іншій) подається інформація про наявний асортимент і виробників товарів, час їх поступлення у продаж, харчову цінність, особливості зберігання, виготовлення і вживання...” [11]. У новій редакції цих Правил [12] вимога зручності для сприйняття чомусь зводиться до заборони продажу фасованих вітчизняних та імпортованих харчових продуктів без маркування державною мовою.

У даний час Україна зіткнулася з проблемою не тільки ввозу на її територію, а й випуску вітчизняними виробниками неякісних, фальсифікованих, а іноді і радіоактивних товарів, що прямо загрожують здоров'ю і життю споживачів. Зазначені товари, як правило, не мають сертифікатів якості чи відповідності, не містять достатньої інформації про їхнього виробника, склад і властивості, гарантійні зобов'язання. Особливо це стосується харчових продуктів і добавок, адже якщо ми хочемо виростити здорове покоління і не вимерти як нація, то в першу чергу необхідно звернути увагу на те, що ми споживаємо.

Сьогодні, на нашу думку, ця проблема є настільки актуальною, що зволікати з відповідними діями наше суспільство просто не має права. Полиці наших магазинів перенасичені товарами, але вибрати серед запропонованого різноманіття товар, який відповідає всім вимогам якості – проблема не з простих. Адже вимога Закону про те, що споживачеві повинна бути надана вся необхідна інформація про товар (послугу) і його якість, є досить декларативною. Хоча Закон виходить з того, що у споживача немає достатніх знань про товар (послугу), яку він хоче придбати, але при цьому продавець (виконавець) передбачається професіоналом, що має повну інформацію і знання про товар (послугу), тому він повинен надати споживачеві інформацію в такому обсязі, щоб у нього склалося чітке уявлення про властивості товару, його якість і безпеку, правила користування і збереження, і він міг на основі цих відомостей зробити компетентний вибір потрібного і підходящого для себе товару (послуги). Насправді ж рідкісний продавець продовольчого товару зможе надати покупцю інформацію в більшому обсязі, ніж вказано на упаковці. То як же пересічний споживач зможе розібратися у всіх тих символах та позначеннях, що містить упаковка товару?

Взяти хоча б так звані символи “Е”. Практично неможливо знайти сьогодні продукт харчування без вмісту “ешок”. Але мало хто з покупців має уявлення про вплив цих складових на здоров’я. Зокрема, за висновками спеціалістів-медиків, окремі “Е” можуть викликати алергічні реакції, а також провокувати захворювання органів травлення, печінки, нирок та ін. А тепер уявімо, що споживач з певним захворюванням, не маючи відповідних знань, купує продукт з такими складовими і отримує, в кращому разі, загострення своєї хвороби. За нормами нині діючого законодавства довести даний факт, а тим більше притягти до відповідальності винних є неможливим, хоча де-юре це є порушенням права споживача на доступну, достовірну та достатню інформацію, задекларовану рядом нормативно-правових актів України.

З іншого боку, цілком очевидно, що на сьогодні виготовлення продуктів без вмісту компонентів, які підсилюють смак, колір, продовжують терміни зберігання і таке інше, є неможливим, при цьому вказувати на упаковці товару застереження щодо кожного окремого компонента, який може викликати ту чи іншу негативну реакцію організму, теж недоцільно. Тож чи мають споживачі “розплачуватись” за новітні технології та надприбутки виробників, пов’язані з випуском такої продукції?

Інша проблема стосується пристрастей, які розгортаються навколо продукції, що містить складові генної інженерії (далі – ГМО). Особливо актуальним це питання постало після вступу України до ВТО, оскільки питання обов’язкового маркування вказаної продукції на даний час залишається відкритим. З одного боку, це є порушенням права споживачів на інформацію про товари, що позбавляє покупця свідомо обирати продукцію належної якості, але з іншого боку, на наш погляд, це є нічим іншим ніж “роздмухуванням полум’я” окремими зацікавленими бізнес-групами, які побоюються значної конкуренції у зв’язку з випуском продукції з ГМО, яка буде значно дешевшою, ніж та, яку ми зараз бачимо на прилавках магазинів. При цьому чомусь замовчуються факти того, які хімічні речовини використовуються в процесі вирощування, транспортування та зберігання окремих продуктів, адже ми вже давно спостерігаємо на наших прилавках овочі та фрукти, які схожі на пластмасові і зберігаються підозріло довгий період. Всім відомо, що така продукція дуже часто викликає алергічні та інші негативні реакції нашого організму, не кажучи вже про її вплив на здоров’я дітей (що ж до продукції з вмістом ГМО, то її вплив на організм людини ще не доведено). Тож, якщо бути справедливими і керуватись принципом недискримінації суб’єктів підприємницької діяльності, чому не ставиться питання про маркування продуктів, при вирощуванні, зберіганні чи транспортуванні яких використовувались хімічні речовини, які можуть становити небезпеку для здоров’я людини, або хоча б про застереження щодо обов’язкової термічної обробки чи вживання окремими категоріями споживачів (людьми з відповідними захворюваннями, дітьми).

Пропонуємо з метою поліпшення ситуації, що склалася, внести зміни до Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами, доповнивши п. 19, в якому зазначається, що “суб’єкт господарської діяльності в торговельному залі магазину на видному та доступному для споживачів місці повинен обладнати куточок споживача, де розміщуються Книга відгуків та пропозицій встановленого зразка, витяги з цих Правил, адреси та номери телефонів органів, що забезпечують державний захист прав споживачів, інша необхідна інформація”, після слів “інша необхідна інформація” словами “зокрема, інформація щодо значення символів “Е” та застереження щодо вживання продуктів з їх вмістом категоріями споживачів з окремими захворюваннями; тлумачення символів та позначень, якими маркуються певні види продукції”.

З іншого боку, широке визнання у світі як керівні нормативні документи отримали стандарти, які регулюють питання розробки, присвоєння та використання у товарному виробничому маркуванні еко-знаків.

Інтенсивна робота з впровадження в практику екологічного маркування цих стандартів останнім часом ведеться і в Ук раїні. Зокрема, 8 жовтня 2004 р. на офіційній щорічній зустрічі організацій-членів Глобальної Мережі Екологічного Маркування (GEN), що проходила в Токіо, світовою спільнотою була визнана і включена до міжнародного реєстру GEN Українська програма розвитку екологічного маркування. Згідно з нею українські виробники активно залучаються до проведення екологічної сертифікації продукції за стандартом ISO 14024 (тип 1) [13].

Екологічно чистий продукт, за визначенням російських фахівців, – це продукт, який не містить сторонніх домішок, у даному випадку речовин, котрі могли б проникнути в цей продукт із забрудненого середовища, з упаковки або ж потрапити в нього в процесі його виробництва [13].

В той же час у багатьох країнах (Росії, Білорусі, скандинавських країнах, країнах Балтії та ін.) заборонено використовувати екологічне маркування продукції з нечіткими і неконкретними формулюваннями, такими як: “екологічно безпечна”, “екологічно сприятлива”, “зелена”, “не забруднює довкілля” тощо. І дійсно, екологічно чистим продукт можна назвати лише тоді, коли він не містить шкідливих для людини і навколишнього середовища речовин, по-перше, і якщо при виробництві та утилізації самого продукту і його упаковки не на носить шкода навколишньому середовищу, по-друге. Але це нереально, оскільки будь-яке виробництво, транспортування та утилізація продукту спричиняють негативний вплив на навколишнє середовище. Різниця між продуктами може бути лише в різному ступені негативного впливу. Саме тому, наприклад у Канаді, маркувальні написи типу “екологічно чистий” чи “дружній до навколишнього середовища” (ENVIRONMENTALLY FRIENDLY) офіційно заборонені до використання на законодавчому рівні.

Саме через це у світовій практиці екологічне маркування виступає як інструмент екологічної політики, яка орієнтована на розвиток ринку і спрямована на заохочення розробки товарів з поліпшеними екологічними параметрами.

Тому, на наш погляд, необхідно проводити комплексні державні програми, спрямовані на посилення заходів щодо перевірки якості не тільки товарів, що виробляються в Україні, але й імпортованих в Україну.

Особлива увага якості товарів приділяється на законодавчому рівні за кордоном. Конгрес США прийняв ряд федеральних законів, що стосуються організації управління якістю продукції, юридичної відповідальності за недотримання стандартів, технічних регламентів і регулювання інших питань. До їхнього числа належать наступні закони: про державний нагляд за якістю продуктів харчування і медикаментів, про гарантії на споживчі товари тривалого користування, про захист дітей і забезпечення безпеки іграшок [14, с. 267–280].

Бажання України стати членом Європейського Союзу ставить питання захисту прав споживачів на одне з перших місць у державній політиці. Це також обумовлюється тим, що забезпечення належного захисту прав споживачів спрямоване не лише на захист

інтересів конкретного споживача, а й на вдосконалення соціального клімату в державі [15, с. 137].

Однак вирішення проблеми захисту прав споживачів на державному рівні не дасть стовідсоткових результатів у захисті інтересів всіх споживачів. Як відомо, для того, щоб закон працював, перш за все необхідно, щоб люди про нього знали і вміли відстоювати свої права. А для цього, на нашу думку, необхідно проводити широку пропаганду у засобах масової інформації, на радіо і телебаченні прав споживачів, стимулювати створення різноманітних блоків теле- та радіопрограм, що висвітлюють питання якості продукції, а також посилити відповідальність за надання споживачу неповної чи недостовірної інформації про товар (роботу, послугу).

Ст. 156-1 КпАП України присвячена порушенням законодавства про захист прав споживачів. Згідно з цією статтею відмова працівників торгівлі, громадського харчування, сфери послуг та громадян, які займаються підприємницькою діяльністю у зазначених сферах, у наданні громадянам-споживачам необхідної, доступної і достовірної інформації про товари (роботи, послуги), у навчанні безпечного і правильного їх використання, а також обмеження прав громадян-споживачів на перевірку якості, комплектності, ваги і ціни придбаних товарів тягне накладення штрафу від одного до десяти неоподатковуваних податком мінімумів доходів громадян. У разі, якщо вказані дії спричинили придбання товару неналежної якості, накладається штраф від одного до вісімнадцяти неоподатковуваних податком мінімумів доходів громадян [16]. На наш погляд, вказані розміри штрафів не мають достатнього застережного впливу для працівників торгівлі, громадського харчування, сфери послуг та громадян, які займаються підприємницькою діяльністю у зазначених сферах і не співвідносяться з можливою шкодою для споживача, яка може виникнути внаслідок таких дій. Тому пропонуємо збільшити вказані вище розміри штрафів принаймні в 5 разів.

Висновки. Законодавство України повинно надавати можливість споживачеві не тільки придбати статус рівноправного суб'єкта на ринку товарів і послуг, але і грамотно підійти до вибору товару належної якості на основі повної і достовірної інформації про нього, а в разі потреби захистити свої порушені права.

Захист прав споживачів – це обов'язок демократичного суспільства і держави. У всіх економічно розвинутих країнах йому приділяється велика увага, він спирається на детально розроблену законодавчу базу. Правовий захист прав споживачів повинен бути спрямований на те, щоб дії виробників (виконавців, продавців) стосовно них ставилися у тверді рамки, і будь-яка їхня дія, що завдає споживачам і суспільству той чи інший збиток, ставала якщо не неможливою, то принаймні такою, що карається.

Список літератури

1. Про захист прав споживачів : закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
2. Про інформацію : закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
3. Про державний нагляд за дотриманням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення : декрет КМУ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
4. Про безпечність та якість харчових продуктів і продовольчої сировини : закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
5. Несмелов Н. М. Основы и пути сохранения качества товаров : учеб. пособие / Н. М. Несмелов. – Минск : БГЭУ, 1998. – 115 с.
6. Полікарпов І. С. Товарна інформація : підручник / І. С. Полікарпов, О. В. Шумський. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 616 с.
7. Про затвердження Правил роботи дрібнороздрібною торговельною мережі : наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі України в редакції від 18.02.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
8. Про затвердження Правил роздрібною торгівлі алкогольними напоями : постанова КМУ в редакції від 18.08.2005 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
9. Про мови в Українській РСР : закон України в редакції від 01.04.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
10. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення : постанова КМУ в редакції від 29.09.2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
11. Про затвердження Правил продажу продовольчих товарів : наказ Міністерства зовнішніх економічних зв'язків України в редакції від 23.07.2003 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

12. Про затвердження Правил роздрібної торгівлі продовольчими товарами : наказ Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України в редакції від 18.02.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
13. Терезина М. В. Экологическая безопасность производства. Требования ВТО / М. В. Терезина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nte.moloko.ru>.
14. Опришко В. Ф. Правові основи державного управління якістю продукції / В. Ф. Опришко. – К. : Вища школа, 1986. – 320 с.
15. Губин Е. Н. Государственное регулирование экономики в странах ЕС: лицензирование экономической деятельности : материалы семинара “Преподавание права Европейского союза в российских ВУЗах”. – М. : Статут, 2001. – 340 с.
16. Кодекс України про адміністративні правопорушення: в редакції від 16.11.2008 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

Summary

Questions in relation to the right of user to information about a commodity(work, favour) as component part of right for an user on quality of commodity(works, services) in foreshortening of question of quality of directly food stuffs are explored in the article; problems and blanks of legislation of Ukraine in relation to the settlement of this question and the negative consequences for users are related to it.

Отримано 15.03.2009